



INSTAGRAM TRAINNING



ACTION BOOK

Por Thalia Ontiveros

PRIMERA EDICIÓN

Copyright © por Thalia Ontiveros. Todos los derechos reservados.

Gracias por comprar una edición autorizada de este libro y por respetar las leyes del Copyright al no reproducir ni distribuir ninguna parte de esta obra por ningun medio sin permiso. Está totalmente prohibida la re - venta de este documento y sus recursos adicionales por parte de terceros. Escríbenos al correo hola@thaliaontiveros.com para solicitar reproducciones o distribución de este documento.

ÍNDICE.

- Thalía Ontiveros
- Algoritmos de Instagram
- Actividad 1: Optimiza tu perfil de Instagram
- Actividad 2: Estadísticas de Instagram
- Actividad 3: Tipos de contenido
- Crea plantillas originales y creativas
- Herramientas de diseño
- Medidas para publicaciones en Instagram
- Actividad 4: Cómo usar los Hashtags
- Actividad 5: Plan de contenidos
- Ideas para tus contenidos
- Actividad 6: Cómo obtener más seguidores
- Actividad 7: IGTV
- Actividad 8: Crea un sorteo
- Actividad 9: Utiliza la tienda de Instagram
- Actividad 10: Cómo vender en Instagram





THALIA ONTIVEROS

Soy Licenciada en Gestión y Dirección de Negocios y especialista en Negocios Digitales.

Desde el 2016 decidí dejar mi trabajo por emprender mis negocios digitales.

Actualmente soy Speaker de temas como Redes Sociales para Empresas, Proceso de Ventas en Internet y Marketing Digital. A través de mi blog y Redes Sociales ayudo a emprendedores

Empresarios y Profesionales Independientes a potencializar sus ventas.

Soy Socia Fundadora de Bixor Agencia Digital, en donde nuestro principal objetivo es llevar todo el proceso y gestión de los negocios digitales de nuestros clientes, para ayudarles a hacer todo más fácil y en menor tiempo.

He impartido cursos presenciales en todo el territorio Mexicano y digitales en todo Latinoamérica a dueños de Negocios que desean dejar de adivinar qué hacer y que no, compartiéndoles la metodología que por años me ha dado exitosos resultados.

ALGORITMOS DE INSTAGRAM



ALGORITMOS DE INSTAGRAM

El algoritmo de Instagram tuvo su lanzamiento en junio de 2016. Como sabrán, Instagram pertenece al grupo de Facebook y por lo tanto, a partir de ese año, todo el contenido que se muestre en la sección de noticias dependerá de este algoritmo. Es decir, las publicaciones ya no se muestran de manera cronológica sino por interés del usuario.

Algunas marcas se han visto afectadas en cuestión del alcance ya que no llegan al suficiente número de seguidores que tienen y las reacciones son muy bajas. En pocas palabras, el alcance orgánico tuvo un gran golpe con la entrada de este algoritmo.

Para muchos, este algoritmo se ha vuelto un pesadilla, ya que si no inviertes en publicidad no verás los resultados a corto plazo, pero no te asustes, hay algunas estrategias que puedes implementar para combatir a este algoritmo. Y este Action Book te lo muestra

Pero antes, vamos a conocer más de este tema 😊

Instagram dispone actualmente de 5 algoritmos principales que determinan la prioridad de las publicaciones ante los usuarios de esta red social.

- **Algoritmo de Instagram EdgeRank.**
- **Algoritmo de Instagram HT Search.**
- **Algoritmo de Instagram Stories Relevance.**
- **Algoritmo de Instagram HT Follow.**
- **Algoritmo de Instagram Places.**

Vamos a explorar a detalle cada uno de estos algoritmos.

ALGORITMOS DE INSTAGRAM

Algoritmo de Instagram EdgeRank:

Este algoritmo tiene la prioridad de los contenidos a mostrar en la sección de noticias. Es decir, al entrar desde tu cuenta de Instagram podrás notar las publicaciones en diferente orden y nunca de manera cronológica y esta característica es individual para cada usuario. Si otro usuario sigue a las mismas marcas que tu sigues no se le mostraría igual a la tuya sino a la relevancia o comportamiento que él mismo ha mostrado dentro de la red social. Este algoritmo personaliza el contenido para cada uno de los usuarios.

¿Cómo calcula éste algoritmo la opción de lo que muestra en la sección de noticias?

Existen varias variables como la interacción en me gusta, mensajes directos, cuentas que buscamos, cuentas de las personas que conocemos en la vida real, entre otros.

Recomendaciones para combatir el algoritmo:

Refuerza el engagement o interés en los usuarios con tu cuenta, alienta a dejarte un comentario en cada post, que te envíen mensaje directo si tienen dudas, humaniza tu marca y siempre mantente en contacto con ellos, responde todos sus comentarios, esto hará que el algoritmo muestre tus próximos posts con estos usuarios que interactuaron antes con tu cuenta.



ALGORITMOS DE INSTAGRAM

Algoritmo de Instagram Hashtag Search:

Este algoritmo tiene como prioridad la búsqueda de publicaciones de acuerdo a hashtags o el clic que se hace en él. En la sección de explorar de la cuenta de Instagram podremos notar algunas publicaciones destacadas, estas no se basan en el número de seguidores sino en el número de hashtags buscados y clickeados.

¿Cómo determina el algoritmo las publicaciones que aparecen en esta sección? Con la fórmula de Interacciones / el período de tiempo, es decir, entre más rápidas sean las búsquedas de cierto hashtag, mayor es la probabilidad de que se destaquen las publicaciones.

Recomendaciones para combatir el algoritmo:

No te agobies por eso, lo ideal y en lo que debes enfocarte más es en estar dentro del grupo de hashtags de mayor calidad, es un error hacer publicaciones seguidas de hashtags que poco o nada tienen que ver con tu marca.

Más adelante profundizaremos en este tema 😊



ALGORITMOS DE INSTAGRAM

Algoritmo de Instagram Stories Relevance:

Este algoritmo tiene como prioridad mostrar algunas historias y otras no de acuerdo al comportamiento de cada usuario. Si prestas atención podrás darte cuenta que en la sección de historias de tu cuenta te aparecerán como primeras opciones las historias que más ves, es decir, el algoritmo determina de acuerdo a tu interés el orden de historias a mostrarte.



"Las historias en instagram tuvieron su origen a partir de la copia fiel que hicieron de Snapchat y ha tenido un éxito impresionante, cada vez son más los usuarios que utilizan las historias 24/7"

Instagram toma en cuenta los siguientes aspectos:

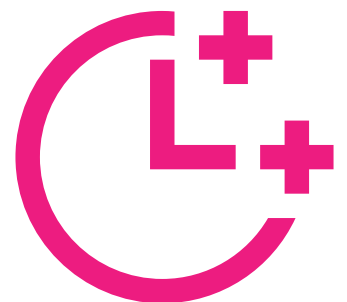
- Cuentas cuyo contenido te gusta
- Stories de cuentas con las que has interactuado
- Cuentas de personas que conoces en la vida real

De esto parten tres posibles variables para determinar la relevancia de cada historia:

- Duración de visualizaciones de cada historia
- Número de visualizaciones de cada historia
- Número de mensajes generados a raíz de la historia

Recomendaciones para combatir el algoritmo:

El contenido espontáneo es más aceptado por los usuarios y aumenta la visibilidad. Produce de manera constantes historias del día a día de tu marca para despertar curiosidad e interés en los usuarios de saber qué hay detrás de ella. No te limites, tampoco necesitas contenido super profesional, hoy en día una cámara de celular es la que más se adapta a este tipo de formatos.



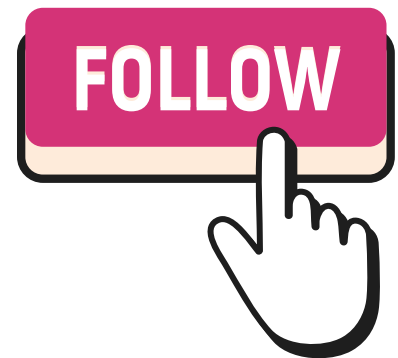
ALGORITMOS DE INSTAGRAM

Algoritmo de Instagram Follow:

Tratar de obtener miles y miles de seguidores en Instagram es cosa del pasado, el hecho de que tu cuenta tenga arriba de 100,000 seguidores no da por hecho que cada mes facturarás esa cantidad, es un error centrarse en este tema y descuidar temas realmente importantes.

Como impacto visual quizá si tengo un cierto valor, pero de manera monetaria no lo es. De hecho, por increíble que parezca, entre más seguidores tengas, menor es el alcance de tus publicaciones, a continuación te comparto una información de un estudio realizado por SmartInsights respecto a seguidores, Quizá en este momento haya una ligera variación en el % pero sigue siendo el mismo factor.

- de 1000 seg: 8% y 10.7%
- ÷ 2000 – 5000 seg: 5.7% y 6%
- ÷ 5000 – 10000 seg: 4% 4.9%
- ÷ 10000 – 25000 seg: 3.6%
- ÷ 25000 – 50000 seg: 3%
- ÷ 50000 – 75000 seg: 2.4% y 2.6%
- + de 100K seguidores: 1.70%



Recomendaciones para combatir el algoritmo: Mejor centrarse en calidad que cantidad, los seguidores comenzarán a llegar por sí solos con tu contenido constante y utilizando los hashtags correctos, esto de manera orgánica, también, al momento de hacer publicidad en tus campañas llegarán nuevos interesados en tu cuenta, así que no tomes importancia a este tema y sobre todo, nunca pagues por seguidores falsos en Redes Sociales ya que puedes provocar que el alcance sea menor del que ya tienes.



ALGORITMOS DE INSTAGRAM

Algoritmo de Instagram Places:

Este algoritmo tiene como prioridad destacar y mostrar el mayor número de publicaciones al usuario que está buscando un lugar específico. Entonces, ¿por qué no aprovechar y explotar esta opción?



¿Antes de publicar un contenido podrías utilizar la sección de ubicación para que más personas conozcan tu marca y descubran que se encuentran cerca del lugar que están buscando.

Claro que destacar entre millones de publicaciones diarias suena casi imposible, pero ser persistente te acercará a tener un mayor número de alcances.

Recomendaciones para combatir el algoritmo:

Al publicar un contenido en Instagram no olvides añadir el lugar en donde se encuentra tu negocio. Por ejemplo, hablando México, podrías utilizar el país, estados, ciudades o municipios, esto te ayudará a llegar a más personas que no conocen tu marca y quizá lograr que sea un seguidor o un interesado en tu producto o servicio. Una vez entendiendo estos algoritmos pasemos a lo práctico.

😊

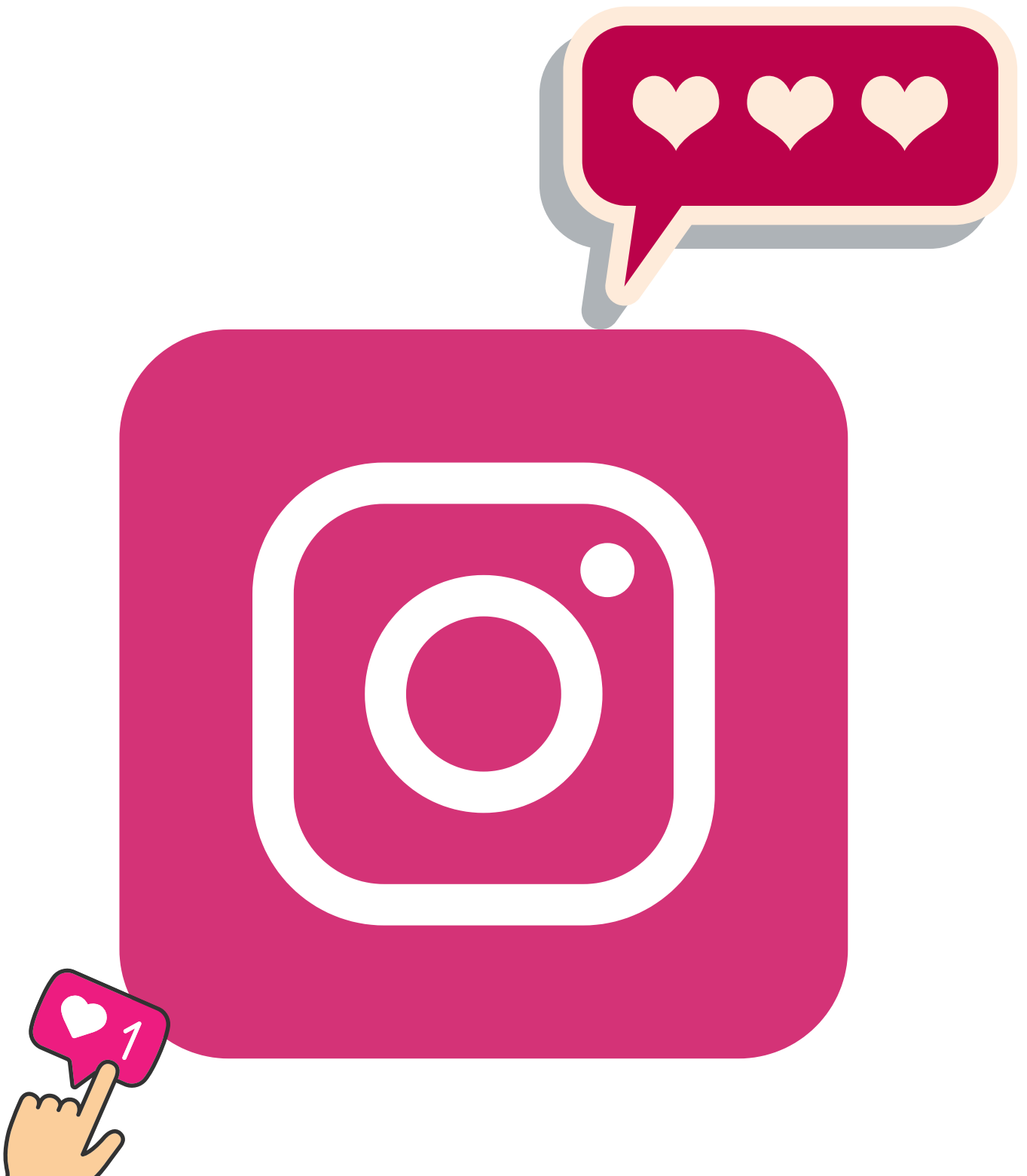


<http://www.thaliaontiveros.com>



Thalia Ontiveros

OPTIMIZA TU PERFIL DE INSTAGRAM



ACT. 1 OPTIMIZA TU PERFIL DE INSTAGRAM



Siempre dicen que la primera impresión es la que cuenta mucho, entonces, para poder tener una cuenta profesional bien optimizada y que genere una buena impresión, primero debes encargarte de hacer una limpieza exhaustiva en tu cuenta de Instagram.

1.- Por lo primero que debes empezar es, el nombre de tu cuenta. Ya sea que la utilices para cuenta de empresa o marca personal.

La sugerencia es que tu nombre esté bien definido y estés seguro/a que así deseas que te encuentren los usuarios y claro, sin dificultarles tampoco la búsqueda con nombres extraños.

Otra opción que puedes también tomar en cuenta es posicionar tu marca con una palabra clave.

Por ejemplo:

En mi usuario puedo ponerme:
Thalia - Marketing Digital

2.- Enlace en tu biografía: Es importante que también coloques un enlace para medir las visitas ya sea a tu blog o a tus redes sociales. Podrías utilizar [Linktree](#) o [Iglink](#). Este espacio debes aprovecharlo y no dejarlo desapercibido. En este caso, yo tengo interés en llevar tráfico a mi sitio web, pero mi objetivo con el tiempo puede cambiar.

<http://www.thaliaontiveros.com>

ACT. 1 OPTIMIZA TU PERFIL DE INSTAGRAM



3.- Call to Action: La llamada a la acción tiene como fin llevar al usuario a un destino para entrar en contacto con nosotros: Te recomiendo dejarlos activos y el que más se adapte a tus objetivos.

- Mensajes
- Correo
- Dirección
- LLamar

5.- Utiliza emojis: En tiempos modernos, los emojis se han vuelto parte de nuestro día a día, utilízalos y hazlos llamativos en tu biografía.

6.- Perfil clicable: Si tienes otros negocios o cuentas a las que deseas llevar tráfico, también puedes mencionarlas para que se ayuden entre ellas mismas.

7.- Historias destacadas: No olvides destacar las historias más relevantes para ti en tu biografía para que aparezcan de manera permanente. Así lograrás credibilidad y confianza con un público que aún no te conoce.

8.- Archiva tus contenidos: Es verdad, a mi me ha pasado, tenemos algunos post que nos cuesta muchísimo eliminar de nuestro muro pero que tenemos claro que no encaja con la personalidad de tu marca, la recomendación es que mejor las archives para que Instagram guarde esos post pero al mismo tiempo estén ocultos en tu muro.

ACT. 1 OPTIMIZA TU PERFIL DE INSTAGRAM



9.- Etiquetas: Revisa en la sección de etiquetas que post son los que no son relevantes para tu marca y eliminalas para darle profesionalismo.

10.- Configuración: En la parte de arriba encontrarás tres líneas, al momento de darle clic, hasta abajo vendrá la opción de configuración, esta te servirá para hacer unos cambios en tu cuenta, tales como privacidad, cambiar a cuenta profesional, permitir que compartan tu contenido, vincular tu Instagram a otras redes sociales, entre otras configuraciones.

11.- Aplicaciones autorizadas: No olvides utilizar únicamente aplicaciones oficiales ya que podrías correr el riesgo de que se penalice o desactive tu cuenta.

Tomando en cuenta que quizá no tengas tu cuenta de Instagram para Negocios te he dejado una guía en el [Pack Accionable](#) para que aprendas a cambiarte de manera rápida y fácil 😊

ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM



ACT. 2 ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM



Thalia
Ontiveros

@thaliaontiveros_

Seguidores

4860

Siguiendo

221

Media

124

Engagement

2.11%

Isaías 55:8-9 Te ayudo a CRECER tu negocio en Internet 💡👉 @bixormx
📧 Info: hola@thaliaontiveros.com | thalia@bixor.mx

<http://www.thaliaontiveros.com/>

PROMEDIO POR POST

Comentarios

6

Likes

97

Las estadísticas se calculan en base a los últimos 20 posts publicados por el usuario

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA

Últimos 7 días

Últimos 30 días

A través de las estadísticas podrás saber qué porcentaje de tu audiencia interactúa con tu contenido y de acuerdo al informe, saber qué contenido es el que más debes generar pues es el que más gusta.

Primero te compartiré dos fórmulas para que descubras cómo se calcula el engagement rate de una publicación o perfil.

1.- Engagement rate de una publicación: $\text{Total de interacciones} / \text{Total de seguidores} \times 100$

2.- Engagement rate de un perfil: $\text{Media de interacciones} / \text{número de seguidores} \times 100$

También si entras a [Generar reporte de engagement](#) e introduces tu nombre de usuario podrás obtener todo el reporte de tu cuenta de manera gratis.

Si tu engagement tiene un porcentaje arriba de 2% vas muy bien en la relación con tu marca y usuario. También puedes poner el usuario de tu competencia y averiguar cómo se encuentran en el reporte.



TIPOS DE CONTENIDO



ACT. 3 TIPOS DE CONTENIDO

¿Qué tipo de contenido debes generar? Hay mucha variedad que puedes utilizar para atraer a tu audiencia, desde vídeos, imágenes, fotos, productos, opiniones, tutoriales, frases, infografías, blog, podcast entre otros para lograr mejores resultados.

¿Necesitas ideas para tus contenidos?

Sé que nos es fácil ser tan creativo al momento de crear un contenido para nuestra marca, pero gracias a Internet hoy puedes encontrar algunas plataformas que te ayudan a generar algunas ideas. Ve a [Ideas para contenidos](#), sólo basta con poner una palabra clave relacionada con tu negocio para que te muestre excelentes resultados.

Lo ideal es que planifiques tu contenido para que también no sea de manera espontánea sino con frecuencia. Puedes apoyarte del calendario de contenido que te obsequié para ir plasmando las ideas.

No olvides añadir un buen copy o texto descriptivo que logre persuadir a tus seguidores y así lograr que interactúen con tu cuenta, puedes checar tu reporte y darte cuenta cuáles son los contenidos en los que más reaccionan.



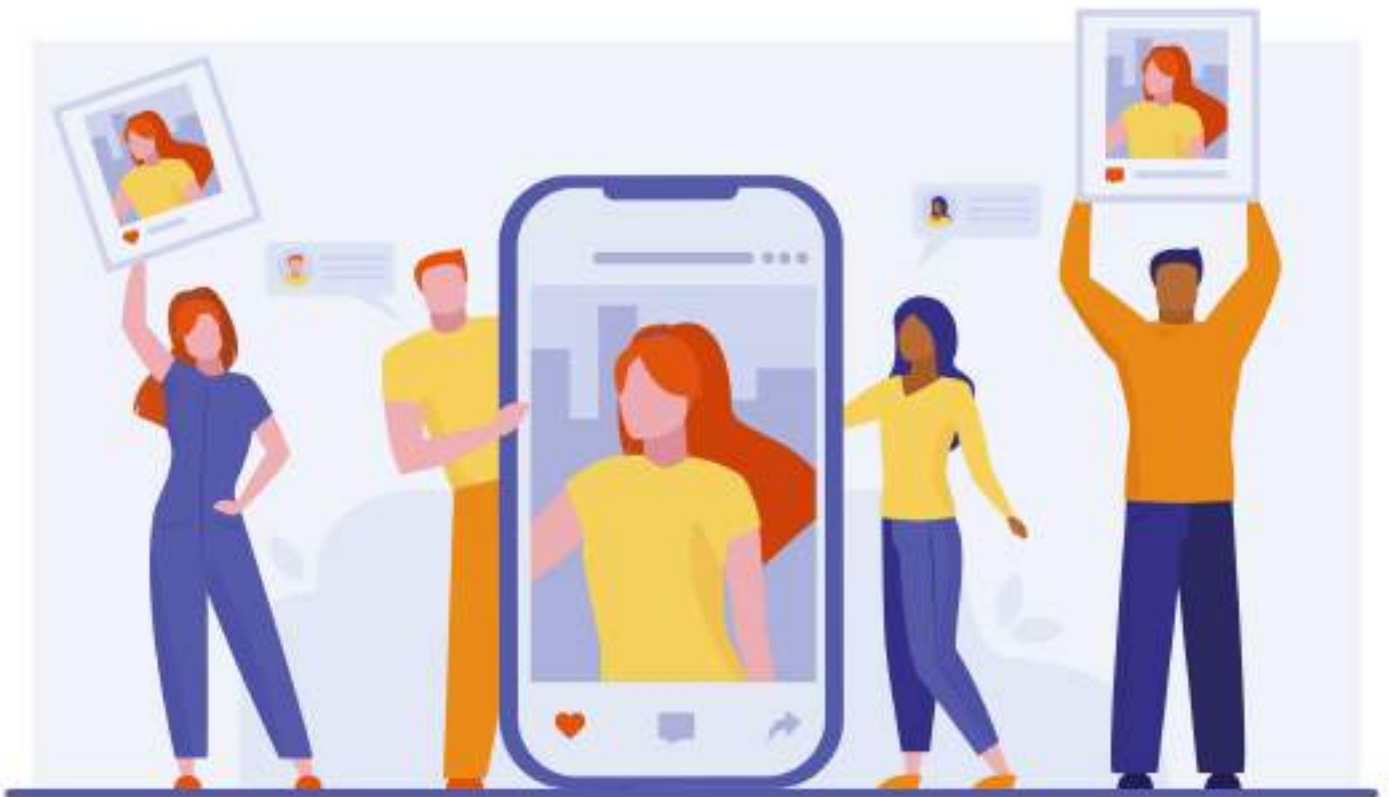
ACT. 3 TIPOS DE CONTENIDO

Aprovecha las historias para humanizar tu marca y conozcan más de tu empresa o de ti, no te limites con las historias, puedes subir tantas como puedas y eso sí, utiliza todos los stickers posibles para explotar tu creatividad. (Foto, vídeo, ubicación, mención, encuesta, preguntas, música, emojis, fuentes, call to action)

¿Cómo crear plantillas originales y creativas?

Hay diversas aplicaciones que puedes descargar en tu celular, algunas de manera gratuita y otras premium pero te aseguro te funcionarán muy bien.

- Story maker
- Story lab
- Mojo
- Unfold
- Storychic



ACT. 3 TIPOS DE CONTENIDO

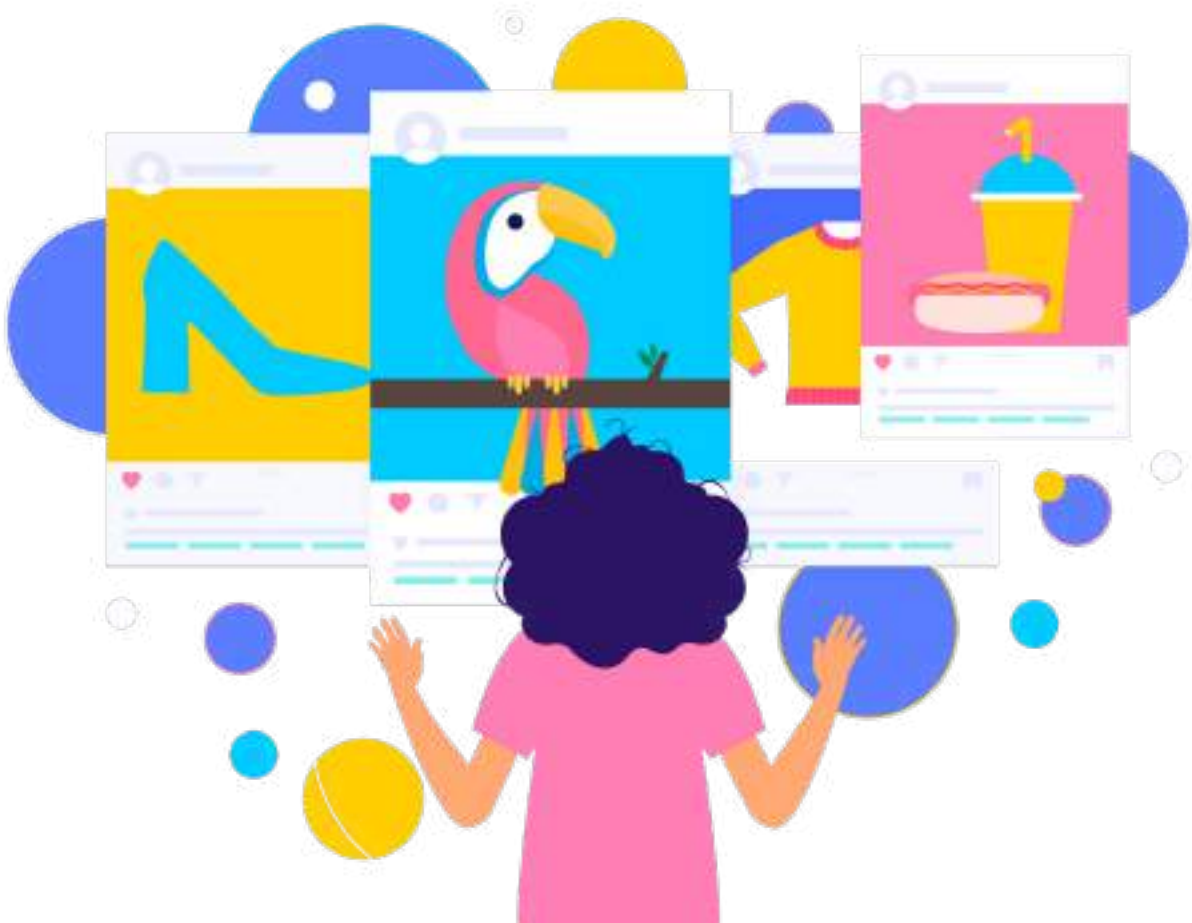
HERRAMIENTAS DE DISEÑO:

Si no tienes conocimientos en diseño gráfico seguramente pasará por tu mente el ¿cómo diseñar tu contenido? De principio parece difícil, pero con estas sencillas herramientas la creación será mas amena.

Algunas plataformas que te podrán ayudar en su versión gratuita son:

- [CANVA](#)
- [Spark Adobe](#)
- [CRELLO](#)

Ya que cuentas con todas las herramientas para crear tu contenido, lo ideal será que también los programes para evitar subir uno por uno diario a tu cuenta ya que a veces entre tantas actividades no nos alcanza el tiempo así que apóyate de esta plataforma [CREATOR STUDIO](#), pertenece a facebook y te sacará de todos los apuros al momento de publicar tu contenido



ACT. 3 TIPOS DE CONTENIDO

MEDIDAS PARA PUBLICACIONES EN INSTAGRAM:

Si bien, al momento de realizar una publicación sino tenemos las medidas óptimas de nuestros formatos corremos el riesgo de que no se visualicen de manera profesional, así que para evitar esto, te comparto las medidas que debes utilizar.



Cada una de las medidas que te presento a continuación están basadas en píxeles, así que si utilizas Photoshop o CANVA para crear tus diseños será más fácil para ti obtener las medidas exactas.

Como tip especial: En Canva, al momento de seleccionar una publicación para historias, por ejemplo, te daría la medida exacta tal cual deberás trabajar.

ACT. 3 TIPOS DE CONTENIDO

IMAGEN DE PERFIL:

La imagen de tu perfil de Instagram o también conocido como Avatar es lo que le dará personalidad a tu marca, de esta manera te reconocerán tus seguidores y te diferenciarás. Para ello, es importante que cuenta con su medida exacta.

- Tamaño foto Instagram oficial: 110 x 110 píxeles
- Medida recomendada: 180 x 180 píxeles



RECOMENDACIÓN:

Instagram comprime el tamaño de las imágenes, por lo que es mejor que las subas en alta resolución.

PUBLICACIONES DE FOTOS EN INSTAGRAM

- Tamaño fotos cuadradas:

Resolución mínima (600 x 500 píxeles) Resolución máxima (1.936 x 1.936 píxeles).

- Tamaño fotos horizontales:

Resolución mínima (600 x 315 píxeles) Resolución máxima (1.936 x 1.936 píxeles)

- Tamaño fotos verticales:

Resolución mínima (600 x 750 píxeles) Resolución máxima (1.936 x 1.936 píxeles)

PUBLICACIONES DE VÍDEOS EN INSTAGRAM:

- Tamaño vídeos cuadrados: 600 x 600 píxeles
- Tamaño vídeos horizontales: 600 x 315 píxeles
- Tamaño vídeos verticales: 600 x 750 píxeles

El archivo del vídeo puede ser de 4 GB como máximo.

ACT. 3 TIPOS DE CONTENIDO

PUBLICACIONES DE HISTORIAS EN INSTAGRAM:

- Tamaño de los vídeos para Instagram Stories: 750 x 1334 píxeles.
- Tamaño foto historias Instagram: 750 x 1334 píxeles.

En este caso la duración de los vídeos de tu historia puede ser de un máximo de 10 segundos.

ANUNCIOS EN INSTAGRAM:

PUBLICACIONES

- Anuncio cuadrado: 1080 x 1080 píxeles. Aunque se mostrará en 640x640 píxeles.
- Formato horizontal: 1080 x 566 píxeles. Y se mostrará en 600x400 píxeles.

HISTORIAS

- Formato vertical: 1080 x 1920 píxeles.

Tienes que poner especial atención al texto que usas para los anuncios.

Instagram sólo permite un máximo del 20% de la imagen para introducir texto. Y hasta aquí todo sobre el tamaño de las fotos. Sácale el máximo partido a tus fotografías de Instagram y convierte tu cuenta en toda una galería de imágenes impresionantes. (En el pack accionable encontrarás plantillas de Photoshop)

VÍDEOS

Los anuncios con vídeo del feed pueden durar hasta 120 segundos,

Longitud del texto:

El texto que utilices para tu anuncio de Instagram aparecerá debajo de la imagen y puede tener una longitud máxima de 2.200 caracteres.

Relación de aspecto:

La relación de aspecto de los anuncios de Instagram depende del formato.

Cuadrado: 1:1 Horizontal: 1,91:1 Vertical: 4:5

CÓMO USAR LOS HASHTAGS



ACT. 4 CÓMO USAR LOS HASHTAGS

Utilizar hashtags en tu contenido tiene sus ventajas, puedes llegar a más personas que ni siquiera conocen tu marca y de la misma manera puedes personalizar tus hashtags y hacerlos propios de tu marca.

Pero, ¿cómo poder utilizar los hashtags de manera efectiva?

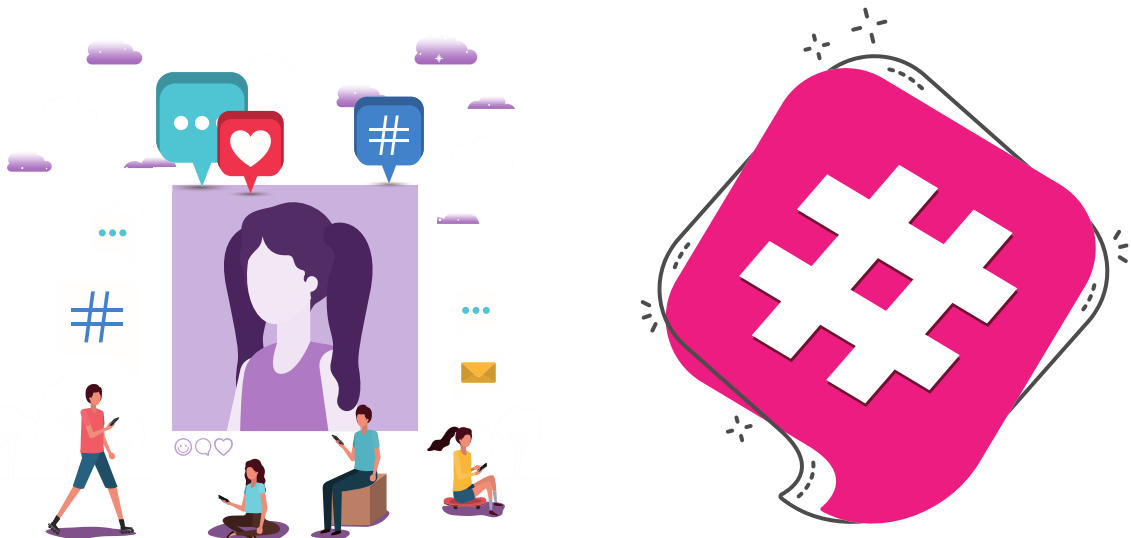
1.- A través de palabras claves: Debes contar con una lista de palabras que sean relacionadas a tu negocio, tener también las que son tendencias y utilizar estas palabras a tu favor.

Ejemplo:

Si estoy en el ámbito del marketing digital y quiero llegar a nuevas personas que incluso estén en otros países puedo utilizar algunas como: [#marketingdigital](#) [#negociosdigitales](#) [#emprendedores](#) [#eradigital](#) estos hashtags harán que tu publicación llegue a más personas, o bien también puedes utilizarlos de manera personalizada y concreta.

Ejemplo: [#thaliaontiveros](#) [#bixor](#) [#tipsbixor](#) a través de palabras claves podrán encontrar algún tipo de información o evidencia que tengas preparado para tus seguidores.

Muchos se preguntan cuántos hashtags son los ideales para publicar en cada post, y es que la verdad aunque Instagram te deja añadir hasta 30 hashtags, debemos fijarnos en los alcances que dejan cada una de estas palabras claves y de acuerdo a la información, quitar o añadir cada una de ellas



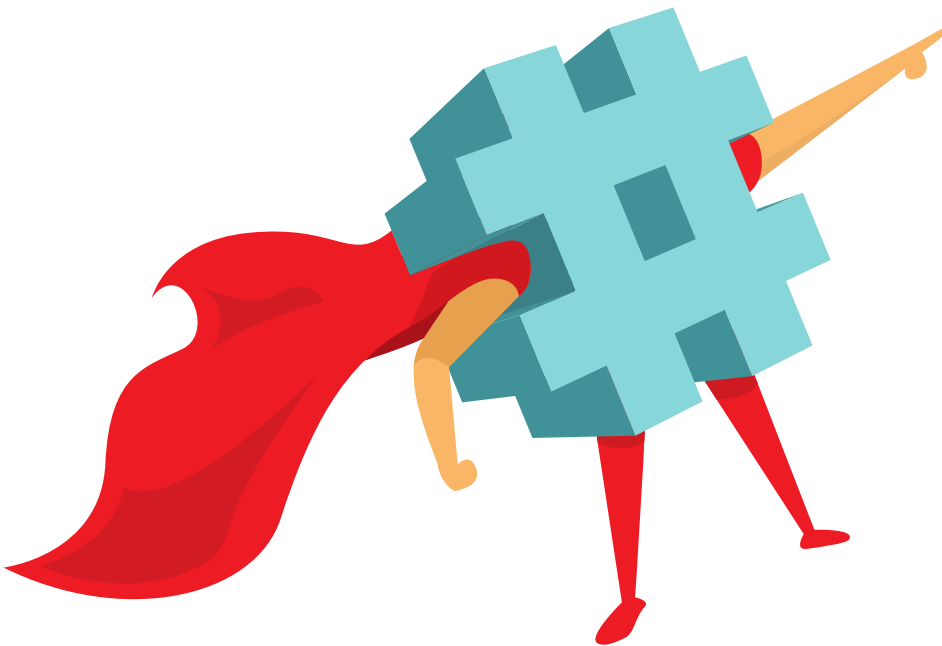
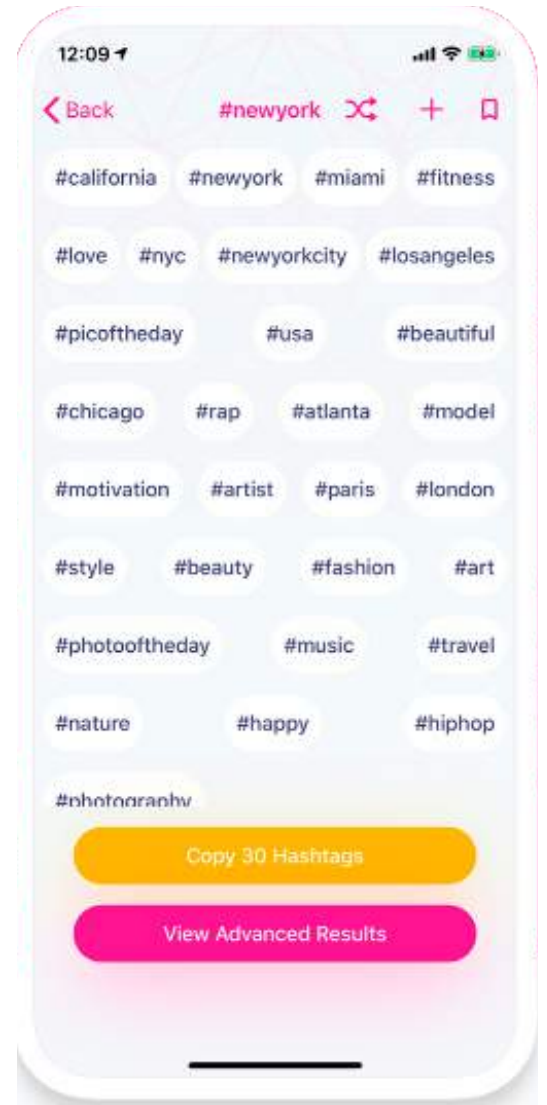
ACT. 4 CÓMO USAR LOS HASHTAGS

Investiga de igual manera que hashtags existen y están relacionados a tu marca y mantenerte en tendencia.

Puedes buscar las palabras claves directamente en: Hashtag Expert.

También mantén tus hashtags organizados y utilízalos para contenidos específicos en donde deberían ir.

Y no te olvides de checar tus estadísticas para ver que hashtags son los que mejor te resultan.



PLAN DE CONTENIDOS



ACT. 5 PLAN DE CONTENIDOS

Anteriormente te había hablado sobre los tipos de contenidos que puedes manejar al momento de publicar en tu Instagram, pero me gustaría profundizar en algunos aspectos que te servirán para definir tu estrategia de contenido.



Lo primero que debes tener claro al momento de armar tu plan es saber a qué público te vas a dirigir, conocer a tu audiencia es fundamental para ofrecerle lo que realmente están esperando. Recuerda realizar de la mano tu brief del cliente ideal para poder identificar a tu audiencia.

Analiza todos los formatos que utilizarás y cuáles son los que mayor impacto podrían tener, En la sección de estadísticas de tu cuenta podrás ver los mejores días y horarios para publicar, debemos considerarlo en gran parte, pues es el horario en donde probablemente haya más interacción. (no olvides utilizar tu calendario de contenido)

ACT. 5 PLAN DE CONTENIDOS

IDEAS PARA TU CONTENIDO:

Si ya tienes definido el tipo de contenido que estarás publicando en tu cuenta pero aún no tienes idea de qué temas de contenidos son los que más pueden atraerle a tu audiencia, aquí te comparto tres para que las pongas en acción:



MUESTRA CÓMO SE HACE

¿Tienes un producto o servicio interesante? Muestra el proceso, Ya sean zapatos o aviones a reacción, los clientes siempre están interesados en oír cómo sus productos favoritos se fabrican. Las marcas que revelan las historias de sus productos pueden ganar la lealtad de consumidores apasionados.



MUESTRA A LAS PERSONAS DETRÁS DE TU PRODUCTO

¿Tienes acceso a un sector especializado en productos o servicios? Cuenta historias sobre tus empleados, clientes y sobre la cultura de la empresa. Desde una foto tomada por un colaborador hasta los bosquejos de un nuevo proyecto hecho en una servilleta.



MUESTRA ALGO QUE NUNCA VERÍAN

En Instagram se puede mostrar al mundo de diferentes maneras, aprovéchalas, por ejemplo, puedes invitar fácilmente a fotógrafos, artistas o personas influyentes a compartir la perspectiva de tu marca en tu cuenta de Instagram o temas a fines.

ACT. 5 PLAN DE CONTENIDOS

El plan de tu contenido debe estar enfocado en lograr un objetivo, ¿qué quieres lograr? ¿Quieres vender tus productos o servicios? ¿Quieres reconocimiento de marca? ¿Ser el top of mind de tus seguidores? o ¿Qué es lo que deseas conseguir?

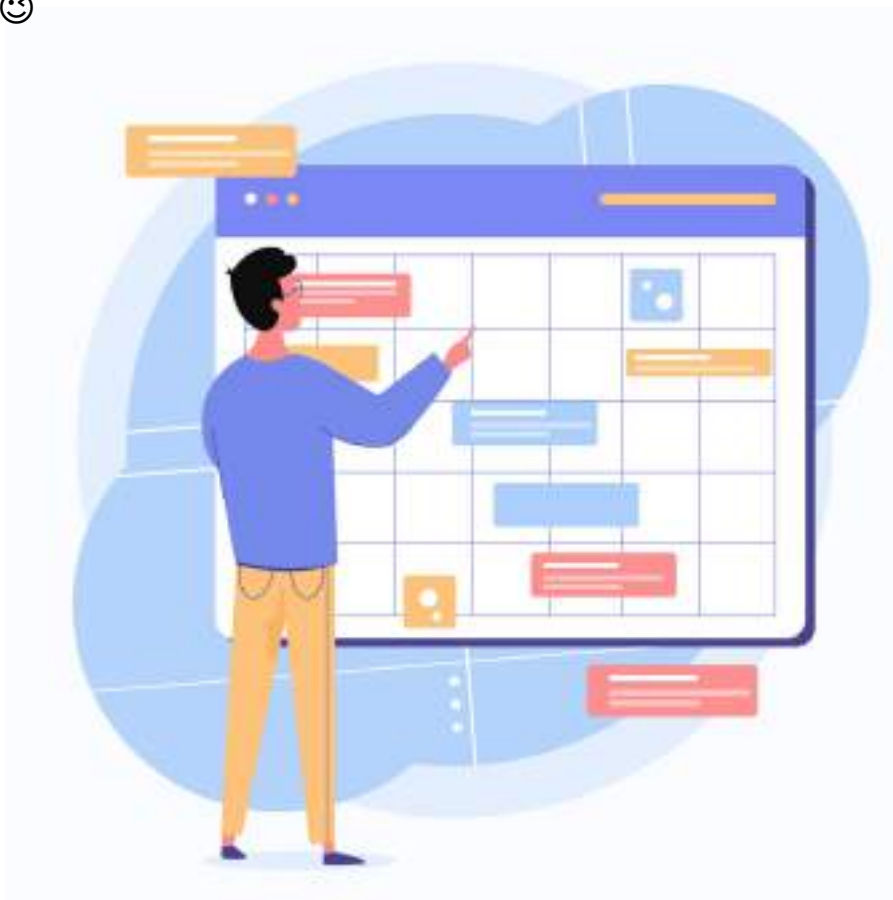
Dependiendo de tu objetivo podrás canalizar los temas en tu contenido e ir planificando cada uno de ellos.

Lo ideal es que con tu calendario de contenido añadas los temas que de acuerdo a tu marca serán de gran importancia para tu audiencia. Puedes planificar por todo un mes, quince días o si deseas mantener a tus seguidores constantemente actualizados incluso puedes planificar por semana.

No olvides que es importante hablar siempre sobre las necesidades de las personas, tratar de resolver cosas que no pueden y a descubrir información que desconocían, centrarte únicamente en tu producto o servicio y publicar recurrentemente sobre ello, puede provocar el desinterés total de tus seguidores.

Así que debes ser lo más cauteloso o cautelosa al momento de elegir tus temas.

¡Mucho éxito! 😊



CÓMO OBTENER MÁS SEGUIDORES



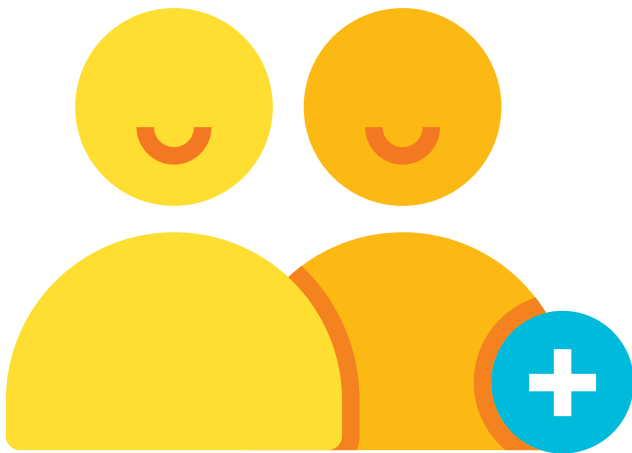
ACT. 6 CÓMO OBTENER MÁS SEGUIDORES

La verdad es que si quieres conseguir seguidores de calidad y hacer crecer rápido tu cuenta no lo conseguirás de la noche a la mañana al menos no de calidad. Para ello debes tomar en cuenta algunas acciones para lograrlo con resultados eficaces.

Con estos pasos te aseguro que conseguirás los resultados:

- Anuncia tu cuenta en otras Redes Sociales
- Inicia conversaciones con tu audiencia
- Publica algún tipo de contenido que sea tendencia
- Evita los contenidos promocionales en tu muro, es mejor publicar algún contenido educativo, informativo o entretenido para que se pueda hacer viral.

FOLLOW

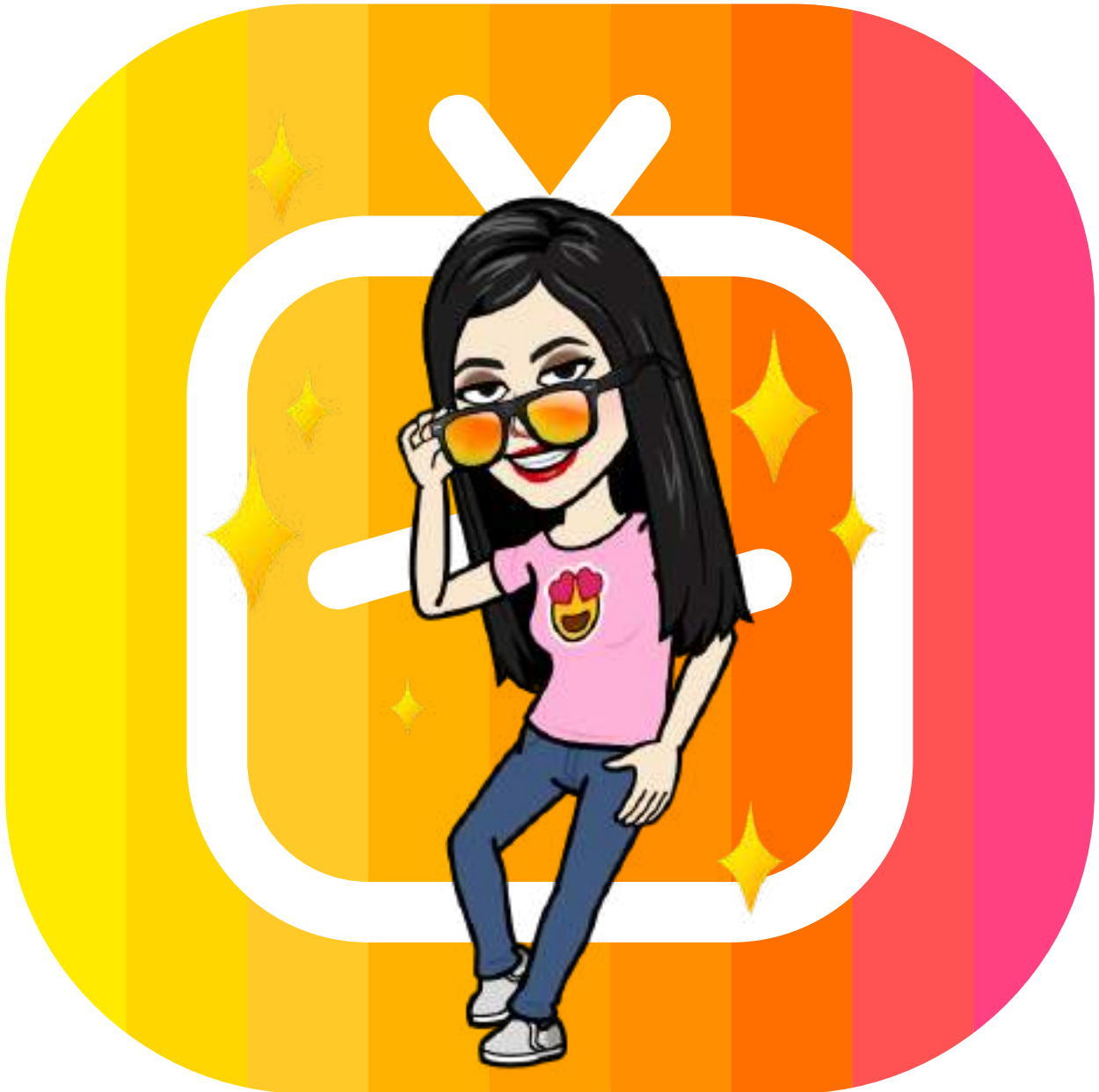


Aprovecha en cada publicación agregar, ubicación, hashtags, puedes etiquetar otras cuentas (sin abusar) y responder a cada uno de los comentarios que te dejen en cada post.

Esto te ayudará a que el algoritmo de Instagram muestre a más usuarios tu perfil y publicaciones, de esta manera tienes más posibilidades de captar seguidores y podrás reforzar con todo el contenido de valor que frecuentemente compartes.

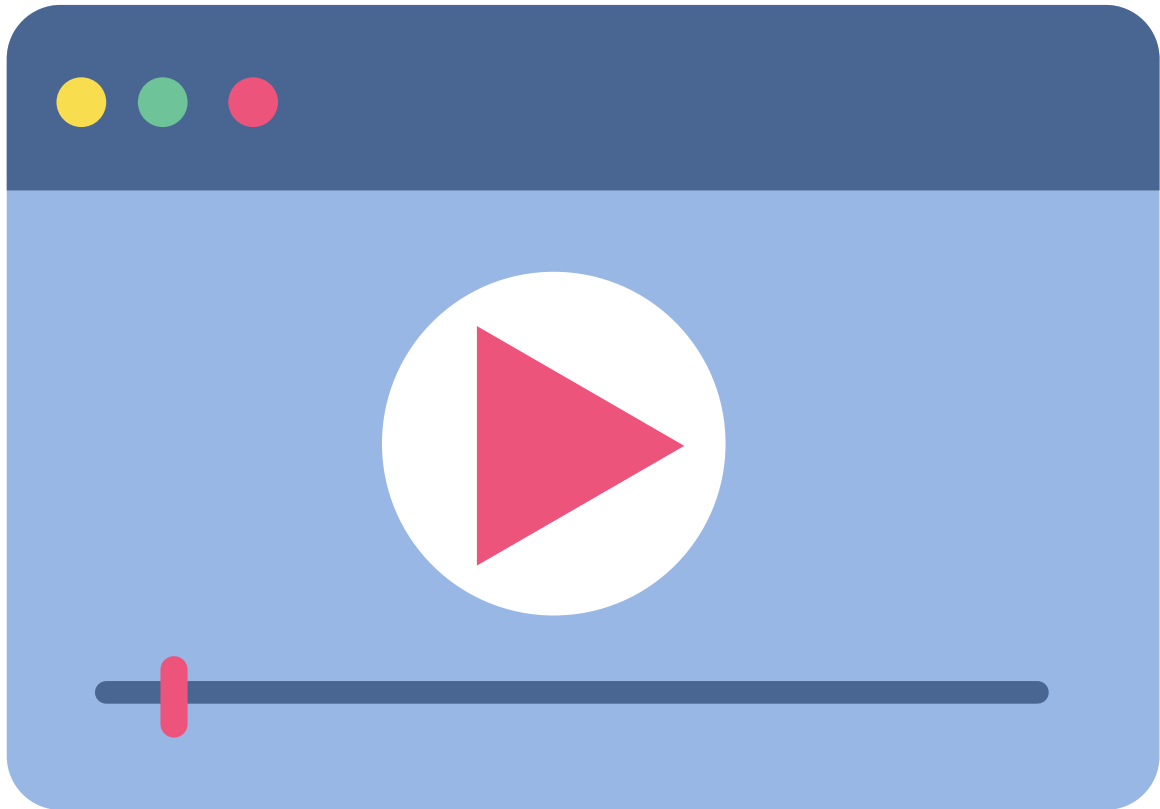
Ten siempre en cuenta que las prácticas sospechosas como la compra de seguidores no son una buena opción, pues no existen atajos para conseguir resultado reales tendrás que tener optimizada tu bio, compartir contenido de valor de forma regular, así como lanzar concursos y campañas de anuncios.

IGTV



ACT. 7 IGTV

IGTV o también conocido como Instagram TV es el plus que las empresas necesitaban para transmitir un mensaje sin estar limitados por una duración de 15 o 60 segundos.



A veces, por tantos canales que hay internet nos podemos sentir agobiados por el hecho de crear tanto contenido y estar presente siempre en cada una de ellas. Pero la verdad es que basta con pensar cómo organizar todo.

Por ejemplo, una buena forma de subir videos a IGTV sin salirte de tu planeación de contenido es reciclarlo, es decir, si en tu blog hablaste de algún tema, en IGTV haz una lluvia de ideas.

Con un blog de notas, excel, power point o el documento con el que puedas trabajar, anota los puntos claves del tema antes publicado y guarda esta información ya que el siguiente paso sería contarlos en un formato de video.

Esta actividad no te llevará más de 15 minutos y podrás tener contenido para tu IGTV. Recuerda que las medidas a utilizar para tu video son:

1080 x 1920 o 1128 x 2008 píxeles

CREA UN SORTEO



ACT. 8 CREA UN SORTEO

Si tienes en mente todavía que necesitas incrementar el número de seguidores de calidad y potenciales en tu cuenta de Instagram, crear un sorteo es una opción.

PASOS PARA CREAR UN SORTEO:

- Lo primero que debes tener muy claro antes de realizar un sorteo es definir el premio que obtendrá el ganador, este premio tiene que ser a fin a tu negocio ya que lo que buscas es aumentar tus seguidores pero de nada servirá si no les interesa tu marca. Incluso si vendes servicios puedes sortear algún entrenamiento gratuito o similar.
- ¿Cómo será la dinámica del curso? Define las características que debe reunir cada participante.

Por ejemplo:

- Sólo pueden participar mayores de edad
 - Para participar deben darle me gusta a la foto de tu publicación
 - Deben compartir algún contenido mencionado
 - El sorteo inicia el 1 de enero y finaliza el 15 de enero
 - El ganador será anunciado el 16 de enero a través de nuestra cuenta
-
- ¿Cómo promocionarás tu sorteo? Define tu plan promocional para difundir tu sorteo.

Antes de lanzar el concurso debes tomar en cuenta:

- La o las imágenes que publicarás en el muro y en las historias de Instagram
- ¿Colaborarás con influencers? Esto te ayudará a que compartan tu concurso
- Campaña de Instagram Ads para llegar a nuevas personas

- Al finalizar anuncia al ganador.

ACT. 8 CREA UN SORTEO

Es importante que también tomes en cuenta [Las normas de promociones en Instagram](#) echa un vistazo para evitar penalizaciones.

Si deseas hacer más práctico el resultado de tu sorteo y evitar contar a los participantes de manera manual o recurrir a una tómbola con papelitos puedes recurrir a plataformas que lo automatizan por ti.

- [COMMENT PICKER](#)
- [EASY PROMOS](#)

Una vez creado el sorteo y comience a hacerse viral comenzarás a ver la magia de Instagram con tus nuevos seguidores.



UTILIZA LA TIENDA DE INSTAGRAM



ACT. 9 UTILIZA LA TIENDA DE INSTAGRAM

Si vendes productos físicos no desaproveches la oportunidad de para vender a través de Instagram.

Así que comienza con estos pasos para implementarla en tu cuenta:

PRIMERO: Asegúrate de reunir los siguientes requisitos:

- Tener un perfil de empresa en Instagram.
- Crear una fan page en Facebook.
- Haber lanzado en Instagram al menos 9 publicaciones.
- Descargar la última versión de Instagram.
- Tener una Web oficial en la cual vendes productos.
- Subir los productos que queremos etiquetar en Instagram Shopping a un catálogo en tu fan page de Facebook.

SEGUNDO: Conecta tu catálogo de Facebook con tu cuenta de Instagram

Debes entrar a Business Manager y verifica que tengas una cuenta de Instagram vinculada a tu fan page de Facebook y que la sección de catálogos de productos esté activa.

TERCERO: Revisión de políticas

Facebook revisará tus productos y te notificará si fue aprobado.

CUARTO: Elige tu catálogo

En tu Instagram verás en la parte de configuración la sección de compras, ahí seleccionarás tu catálogo.

QUINTO: Etiqueta tus productos

Una vez finalizado todo el proceso, en cada publicación podrás etiquetar tus productos.

COMO VENDER EN INSTAGRAM



ACT. 10 CÓMO VENDER EN INSTAGRAM

En la actualidad, gracias a las Redes Sociales puedes vender cualquier producto o servicio por esos medios y lograr las ventas que esperas.

Para poder alcanzar tus objetivos, es necesario que tomes en cuenta algunas recomendaciones:

- Antes de irte de lleno a vender tu producto o servicio, comienza a aportar valor en tu cuenta de Instagram, de esta manera conseguirás vender más fácilmente.
- Involucra tu cuenta con tus seguidores en tus proyectos y tu día a día.
- Habla de temas relacionados a tus productos o servicios
- Realiza Instagram Live para conectar con tu audiencia
- Colabora con otras marcas relacionadas a la tuya
- Comparte testimonios de personas que hayan adquirido tus productos o servicios
- Utiliza el IGTV para tratar temas relacionados a tu marca
- Crea campañas para captar más interesados
- Genera contenidos gratuitos y promocionalos con poco presupuesto



ACT. 10 CÓMO VENDER EN INSTAGRAM

MÉTODOS DE PAGO

Existen diversos métodos de pagos para cobrar a tus clientes pero una de las grandes opciones que puedes utilizar es a través de PayPal.

- Lo primero que tienes que hacer es [crear una cuenta](#) en PayPal, es gratis.
- Recuerda mantenerte publicando contenidos en tu Instagram previamente
- Para un contenido de venta agrega los siguientes datos:

Descripción del producto, precio del producto, solicitar que las personas que estén interesadas dejen un comentario con su correo en la publicación

- Si obtienes respuesta vía correo después de enviarle la información debes ir a Paypal y en la sección "Solicitar dinero" agregar el correo de tu potencial cliente y el monto a pagar.
- Esperar a que tu prospecto haga la compra y dar seguimiento al comprador.



ACT. 10 CÓMO VENDER EN INSTAGRAM

VENDE EN MODO AUTOMÁTICO

Si deseas tener automatizado el sistema de ventas por Instagram, te recomiendo descargar la app Spreesy:

¿Cómo funciona?

- Descarga la aplicación
- Regístrate con tus datos
- Al momento de que tus prospectos dejen sus correos en tus publicaciones recibirán el enlace de compra de tu producto o servicio

Tendrás un período de prueba de 30 días, en el cuál decidirás si te resulta utilizar esta aplicación y cerrar las mayores ventas posibles en tu negocio 😊

