CÓMO USAR

Instagram

PARA NEGOCIOS

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

ÍNDICE

Introducción 4

Capítulo 1: Determina tus metas 6

Capítulo 2: Determina tus métricas 9

Capítulo 3: Determina tus lineamientos de marca 13

Capítulo 4: Prueba, repite y optimiza 17

Capítulo 5: Anatomía de un gran perfil y publicaciones que todo marketero debe probar 19

Capítulo 6: Inspiración Creativa 26

Capítulo 7: Cómo usar los hashtags 31

Capítulo 8: Lección avanzada: Cómo hacer un concurso para aumentar seguidores 35

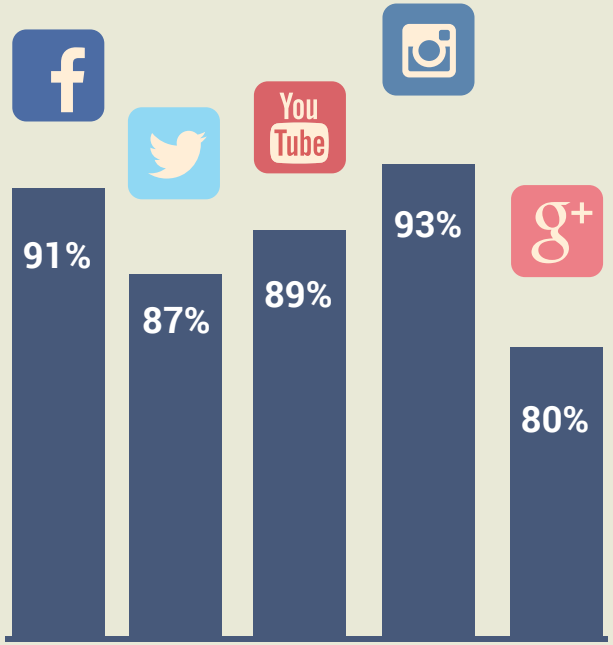
Conclusión 37

Bonus 39

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

INTRODUCCIÓN



Porcentaje mensual del crecimiento de audiencia

Siendo una compañía que está creciendo en el mundo del Inbound Marketing, ya estableciste presencia online para atraer leads, promover tu contenido y deleitar a tus clientes en plataformas como Facebook, Twitter, LinkedIn y Pinterest.

Es momento de avanzar a la siguiente frontera: Instagram. Con 400 millones de usuarios y más de 80 millones de publicaciones diarias, Instagram se ha vuelto un elemento esencial del marketing para los negocios.

Es importante dirigir el crecimiento de Instagram para tu negocio de la manera correcta, es por eso que hemos hecho una guía que te enseñará cómo preparar, crecer y optimizar tu cuenta para aumentar audiencia, seguidores, leads, clientes y seguir en el camino de volverse una marca (aún más) amada.

¿Por qué empezar ahora? En el 2014, Instagram creció un 93% mensual de negocios que usaron ésta plataforma.

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

DETERMINA TUS METAS

¿PARA QUÉ VAS A USAR INSTAGRAM?

El primer paso con cualquier canal social es determinar tus metas. Aquí hay algunos ejemplos de metas que alcanzar con Instagram para las cuentas de negocios:

1. **¿Habrá algún lugar donde puedas presumir la cultura interna de tu compañía, similar a la nuestra en HubSpot?**
   A menudo las compañías usarán Instagram como parte de la estrategia de "posicionamiento de marca" , ya que es el lugar ideal para compartir de qué trata tu compañía.

2. **¿Quieres mostrar a tus clientes?**
   Quizás tengas una tienda en línea y usarás Instagram como lugar para mostrar tus productos, ofertas y casos de éxito.

3. **¿Instagram será parte de tu estrategia de generación de leads?**
   Si es así, necesitarás considerar que los usuarios interactúan con Instagram a través de su teléfono. Si tus formularios son largos, deberás considerar optimizar el contenido.

4. **¿Quieres ganar seguidores y decidir la estrategia después?**

Ten en cuenta que también puedes ir afinando los objetivos. Por ejemplo:

Gana X número de seguidores al día, semana, mes, bimestre…

Gana X número de me gusta en cada publicación

Publica X número de videos

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

DETERMINA TUS MÉTRICAS

USA LA INFORMACIÓN PARA SACAR CONCLUSIONES

Ejemplo de Analytics para Instagram en la plataforma de Iconosquare

El primer paso con cualquier canal social es determinar tus metas. Aquí hay algunos ejemplos de metas que alcanzar con Instagram para las cuentas de negocios:

A diferencia de otras redes sociales, Instagram tiene analíticas limitadas, esto quiere decir que no hay una aplicación para ver el crecimiento de seguidores y analíticas asociadas con la cuenta. Ahí es donde una aplicación externa como Iconosquare entra en juego. En HubSpot usan diario esa aplicación para las campañas en Instagram, rangos de seguidores, crecimiento orgánico y éxito de los hashtags.

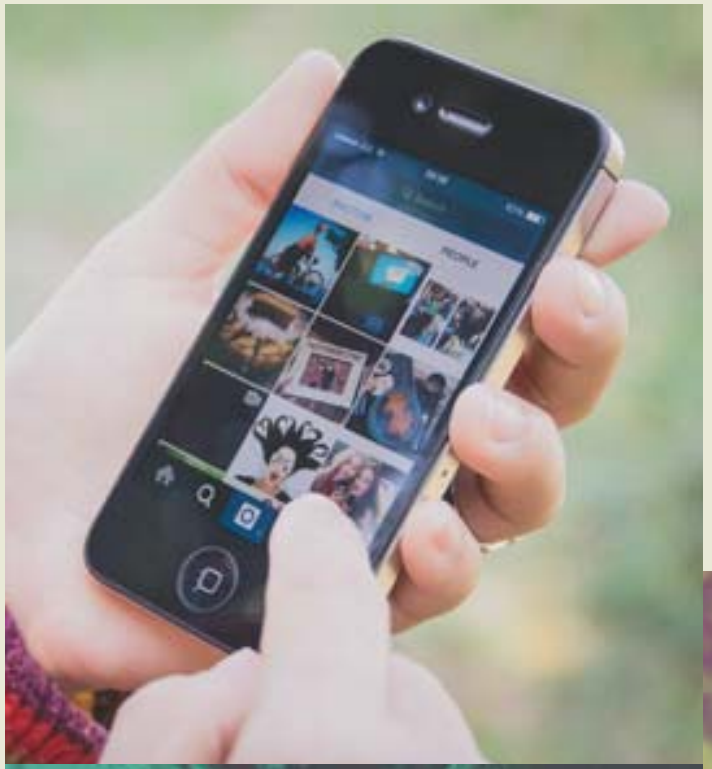
Con verdadera información, hacer conclusiones de cómo publicar en Instagram debe ser tarea fácil. Mantén al corriente una cuenta de seguidores ganados por día, semana y más; determinando éstas métricas antes de empezar y así enfocándote en la estrategia que definirá el éxito y la habilidad para repetir lo que está funcionando y eliminar lo que no.

DEFINE VALOR A TU ADMINISTRACIÓN

A menudo puede ser difícil definir un valor a algo “intangible”.
A diferencia de un ebook o webinar que puede generar cientos o miles de leads nuevos, Instagram humaniza y da vida a tu marca.

Facebook, Twitter y LinkedIn son para relacionarse, compartir y promover contenido, Instagram es la plataforma donde una compañía puede mostrar su lado humano. Al mostrar el maravilloso personal que forma parte de tu producto, el lugar donde todo se realiza, eventos y amigos de industrias similares, mascotas en la oficina y demás eventos que tu compañía celebra, ofrecen una ventana invaluable de cultura cálida, amigable y sobre todo humana.

¿QUÉ VALOR TIENE HUMANIZAR TU MARCA?



Cultura y reclutamiento, en primer lugar. De 400 y pico millones de usuarios el 30% de los adolescentes en Estados Unidos consideran que Instagram será la red social más importante, (en comparación con el 23% que creen que Facebook será la más importante).

Otro valor agregado al humanizar tu marca a través de Instagram es la de la última etapa del recorrido del comprador: deleitar. Después de atraer leads, ganar clientes y aumentar la audiencia, darles a esa audiencia una comunidad a la cuál pertenecer es invaluable.

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

DETERMINA TUS LINEAMIENTOS DE MARCA

MANTÉN LA MARCA

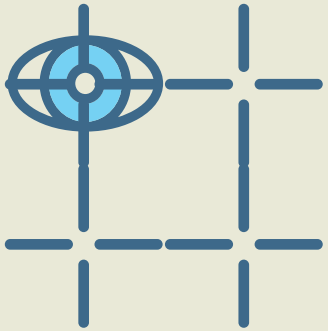
Si tu compañía utiliza una guía de estilo (colores, fuentes, etc), asegúrate que tus publicaciones en Instagram sean acordes a la marca. Por ejemplo, ¿tu compañía únicamente publica imágenes con el esquema de color en Twitter y Facebook? ¿Todas tus fotografías deberían incluir el logo de tu compañía? De ser necesario, pregúntale al encargado de RP o gerentes de marca antes de publicar para estar de acuerdo en los lineamientos.

Aquí hay algunos recursos / consejos de branding, algunos sitios gratuitos de fotografías y más información de composición:

USA FOTOS DE ALTA CALIDAD

Freestockphotos.org, unsplash.com, deathtothestockphoto.com son sitios con fotografías de alta resolución que serán fantásticas para mostrar el estilo de tu marca.

LEY DE TERCIOS



La ley de tercios dice que una imagen es más agradable a la vista cuando la composición está basada en líneas imaginarias que dividen la imagen en tercios verticales y horizontales. La regla de los tercios se basa en crear una estética compensada. A menudo crea la sensación de balance sin que la imagen se vea muy estática y de complejidad sin estar muy saturada.

DESIGNA A UN CREADOR DE CONTENIDO

Freestockphotos.org, unsplash.com, deathtothestockphoto.com son sitios con fotografías de alta resolución que serán fantásticas para mostrar el estilo de tu marca.

TOMA INCREÍBLES FOTOGRAFÍAS

No todos contamos con un fotógrafo profesional que encapsule la historia en una sola imagen y además se vea bien.

SIGUE LAS REGLAS DE TIPOGRAFÍA

Canada agregar texto a las imágenes, recuerda las reglas de diseño gráfico para la tipografía y cómo utilizar diferentes fuentes para cautivar audiencias y crear hermosos diseños.

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

PRUEBA, REPITE Y OPTIMIZA

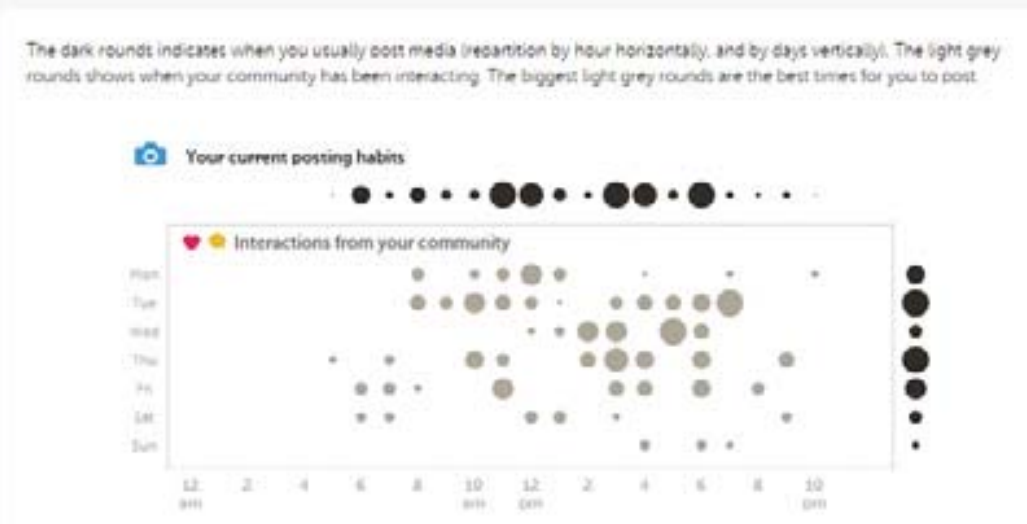
YA QUE DETERMINASTE LINEAMIENTOS, ES TIEMPO DE CREAR UN CALENDARIO DE PUBLICACIONES

Planea las publicaciones con tiempos y cierta frecuencia.

Sin importar la hora del día, empieza experimentando con diferentes horarios para ver cuál tiene el mayor alcance. Considera tu mercado meta y audiencia. ¿Eres un pequeño local de sandwiches queriendo mostrar sus deliciosos especiales? ¿Quieres atraer empleados?

Es importante saber a quiénes te diriges, porque tu audiencia se puede encontrar en diferentes zonas horarias.

Una vez que hayas hecho las pruebas iniciales con algunas publicaciones y recolectando la información, optimiza tu horario de publicaciones dependiendo de los resultados.

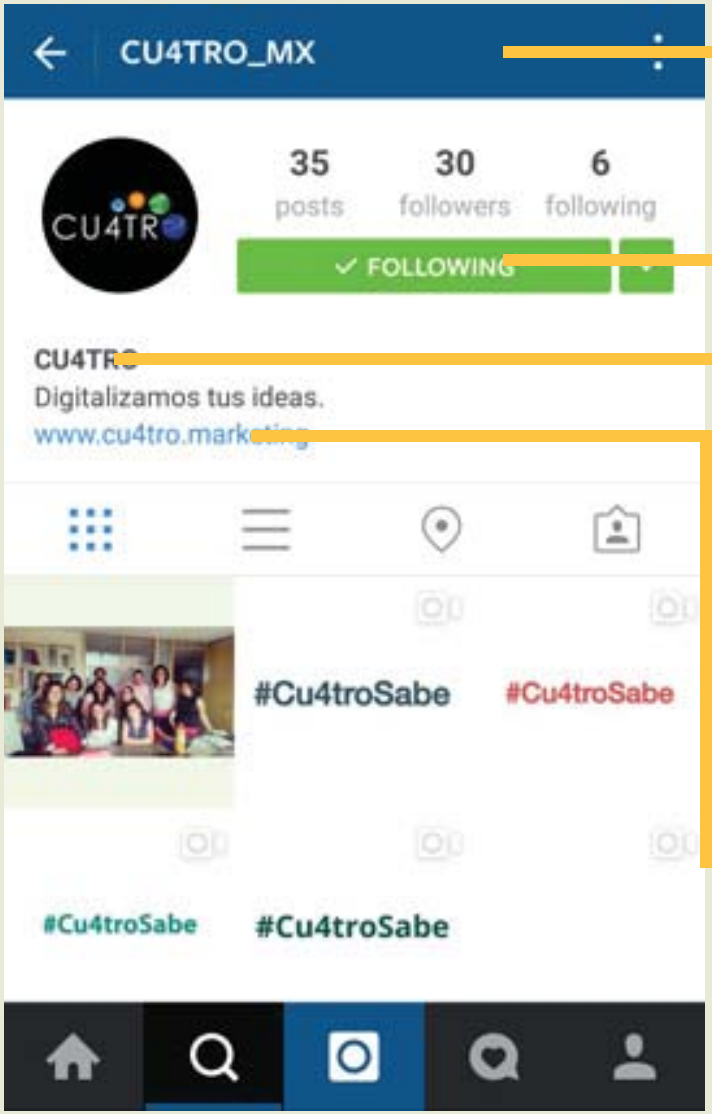


La gráfica de Iconosquare del comportamiento de tus publicaciones puede ser de gran ayuda para conocer el impacto que tiene en tu audiencia y cuándo está más activa.

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

ANATOMÍA DEL PERFIL Y PUBLICACIÓN PERFECTA

9 MANERAS DE OPTIMIZAR TU PERFIL Y PUBLICACIONES



1. El nombre de usuario de tu negocio

Esto servirá para que los demás usuarios te puedan buscar. Asegúrate de tener un usuario fácil de reconocer.

2. Hacer tu perfil público

Si tu meta es conseguir seguidores, facilítale a la gente que te siga.

3. El nombre de tu negocio

Escribe el nombre completo de tu negocio. Aparecerá debajo de tu foto de perfil.

4. Agregar vínculos en tu biografía

Agregar vínculos a la sección de descripción hará más fácil que tus seguidores se vayan a tu sitio web.

5. Ubicación

Cuando la gente vea tus hermosas fotografías, a menudo querrán saber en dónde fueron tomadas.

6. Publicaciones relacionables y contenido inclusivo

Mientras más usuarios de puedan identificar con tus publicaciones, más probable será que consigas más seguidores.

7. Personaliza tus publicaciones

No olvides usar filtros, etiquetas, vínculos y hashtags en tus fotos.

8. Usa fotografías de alta calidad

Nadie quiere verse pixeleado o borroso.

9. Vínculos call-to-action

Si quieres que tus seguidores hagan alguna acción (como inscribirse a un concurso), debes motivarlos a hacerlo. No olvides usar vínculos como pie de foto como call-to-action.

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

9 TIPOS DE PUBLICACIONES QUE CADA MARKETERO DEBE PROBAR EN INSTAGRAM

1. Comida

2. Enfocado al Producto

3. Enfocado al Cliente

4. Enfocado al Empleado

5. Fotos trabajando o en eventos

6. Publicaciones motivacionales

7. Republicaciones

8. Regalos / concursos

Leisure Society's #wheredoyousummer

Share your most memorable summer experience with us. Whether you are sipping champagne from a mountaintop picnic table or swan diving into the pacific ocean, we want to know #wheredoyousummer

9. Invitados

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

INSPIRACIÓN CREATIVA

L. L. BEAN

Por qué la amamos

Muestra a los empleados involucrados con la marca, @backwoodsplaid forma parte del equipo creativo de L.L. Bean como escritor, blogger y fotógrafo.

https://www.instagram.com/llbean/

Qué probar

Considera la “intervención de los empleados” para mostrar la cultura interna de la compañía y los pasatiempos de los empleados.

GENERAL ASSEMBLY

Por qué la amamos

Ejemplifica exactamente lo que es una marca. General Assembly se enorgullece de ser un espacio educativo para adultos interesados en aprender en grupo y aquí pueden ver fotos de sus alumnos colaborando:

https://www.instagram.com/generalassembly/

Qué probar

Presume algún ejemplo de lo que tu marca “hace”. Los mejores tipos de publicaciones son con los que las personas se pueden relacionar. La que se encuentra a continuación es muy alcanzable. Usa publicaciones para mostrar a gente utilizando tu producto o servicio.

TANDEM COFFEE ROASTERS

Por qué la amamos

Es tentador participar e invitar a los usuarios. Este tipo de publicaciones muestra a empleados en su hábitat natural e invita a los Instagrammers a ver el “detrás de cámaras” de la cocina de una cafetería.

Qué probar

Muéstrale a la gente algo que no sabe o normalmente vería. Es la equivalencia virtual del “detrás de cámaras” de un show:

https://www.instagram.com/tandemcoffeeroasters/

CENTRAL SQUARE FLORIST

Por qué la amamos

Incluye pero también excluye. Hace sentir especial a la gente cuando su nombre es usado, pero también es muestra de cuando una marca es generosa y eso les da buen karma.

Qué probar

Muestra conocimientos que nadie más tiene. ¿Tienes una compañía que provee recursos a maestros? Haz una publicación que esté basada en “sabes que eres maestro cuando…”, es fácil identificarse y también incluye a la gente:

https://www.instagram.com/centralsquareflorist/

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

CÓMO USAR LOS HASHTAGS

LOS HASHTAGS SON UNA MANERA COMPROBADA DE HACER CRECER TUS SEGUIDORES.

Los hashtags apropiados que sean relevantes a tus metas, contenido y marca ayudarán a posicionar tus fotos y a ser asociados con temas de moda.

La importancia de la “identidad de marca” va de la mano con un hashtag específico que se crea para tu negocio. Muchas marcas usan su propia marca como hashtag, así que tu marca puede ser tu nombre de usuario y como “hashtag de marca”.

Cuando de inventar un hashtag para tu marca se tata, debes asegurarte que sea algo lo suficientemente único para que sea relevante para tu compañía y no se empalme con las publicaciones de otras marcas. (Por ejemplo, si eres Nike, en vez de usar “#tenis” mejor usa “#nike”).

Cuando usas el hashtag que creaste para tu marca, puedes seguir su evolución y empezar a contestar preguntas importantes como:

- ¿El hashtag está ganando popularidad?
- ¿Tus seguidores usan el hashtag?
- ¿Ese hashtag te hace ganar seguidores?

El motor de búsqueda de Iconosquare te permite ver el número de veces que tu hashtag ha sido usado, brindándote una idea de qué tan popular es. Incluso puedes comparar tus propios hashtags más populares y exportar información de cualquier hashtag (publicaciones por día, me gusta, comentarios, geolocalización, etc) para ir más profundo en el análisis y optimizar para tu audiencia.

#InstagramParaNegocios

REGLAS DE INSTAGRAM

YA QUE DETERMINASTE LINEAMIENTOS, ES TIEMPO DE CREAR UN CALENDARIO DE PUBLICACIONES

Sin importar qué red social sea, siempre habrán personas publicando cosas negativas y diciendo comentarios inapropiados.

Responde a comentarios positivos en el contenido del Instagram de tu negocio, ya que se tomaron el tiempo de participar en cualquier conversación que tú iniciaste. Como mejor práctica, revisa los comentarios al menos una vez a la semana, especialmente para concursos o publicaciones temporales.

Comprométete con la gente que te sigue, u otras personas en tu categoría que te siguen, da a por para recibir amor. Ocupa tiempo de tu día o al menos semana dando "me gusta" y comentando en otras publicaciones además de las tuyas.

¿No estás seguro con cómo responder cuando diferentes tipos de comentarios empiezan a aparecer en alguna publicación tuya? Sigue estos lineamientos del administrador de redes sociales y estratega de contenido de HubSpot, Brittany Leaning:

CÓMO RESPONDER A COMENTARIOS EN INSTAGRAM

Positivo + Falso = **Responde**

Positivo + Verdadero = **Escucha** o **responde**

Negativo + No es ofensa + Broma = **Escucha**

Negativo + No es ofensa + No es broma + Información equivocada = **Responde**

Negativo + No es ofensa + No es broma + No es información equivocada + No está feliz = **Escucha**

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

LECCIÓN AVANZADA: CÓMO HACER UN CONCURSO PARA AUMENTAR SEGUIDORES

USA CONCURSOS PARA EXPANDIR TU ALCANCE

Ya sea que estás por lanzar un nuevo producto, quieres generar mucha atención o tener muchos consumidores de manera rápida, los concursos por mucho son la mejor manera de expandir tu alcance, que tu comunidad se comprometa y potenciar la viralización.

Dentro de todos los diferentes concursos que puedes lanzar en Instagram, nada anima más a la gente que el involucrarse con tu marca y conectar con tus productos más que el contenido que generan los usuarios.

Pedir que generen contenido expande la conexión emociona entre los consumidores y la marca. Aún más, si es un concurso con fotos o video generarás contenido real y auténtico creado para y por los consumidores. Esto ayuda a esparcir la campaña entre tu audiencia porque cuando un usuario comenta en tu publicación, tus seguidores lo pueden ver.

A continuación te hablaremos de 11 elementos que debes incluir en tu concurso de Instagram para aumentar rápido el número de seguidores:

1. Planea objetivos: tiempo, presupuesto, metas y competencias.

2. Crea un método de inscripción para el concurso.

3. Encuentra el hashtag perfecto.

4. Define un tema.

5. Delimita cómo serán seleccionados los ganadores.

6. Planea cómo será distribuido el premio (asesórate con tu equipo legal).

7. Crea reglas para el concurso.

8. Haz un landing page.

9. ¡Promueve, promueve, promueve!

10. Monitorea.

11. Dale seguimiento.

CONCLUSIÓN

Instagram es un canal en crecimiento que siempre permitirá crecer y humanizar tu marca, reclutar futuros empleados, mostrar tu producto, cultura dentro de tu compañía, deleitar clientes y generar nuevos negocios. ¡Todo eso además de las imágenes que puedes crear y compartir!

Inténtalo: haz un perfil, empieza probando y aprende de lo que sí sirve y lo que no. Diviértete y para más recursos checa el blog de Iconosquare, donde encontrarás más información y ejemplos de cómo crecer el Instagram para tu negocio. Para cualquier duda escribe un tweet a @HubSpot.

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

BONUS

LISTA PARA EMPEZAR CON INSTAGRAM

- Crea un nombre de usuario que sea similar al nombre de tu empresa.

- Cuando uses Instagram para tu marca, asegurase que la cuenta sea pública.

- Escoge una foto de perfil que esté dentro de los lineamientos de marca (por ejemplo el logo).

- Llena tu biografía con información que deleite, informe y lleve a una acción. Siempre incluye:
  - quién eres y qué haces
  - una pista de la personalidad

- Usa el espacio asignado estratégicamente para URLs; es el único espacio en Instagram donde la liga es clickeable. Utiliza y cambia cuando sea necesario.

- Crea una reserva de fotografías para usar y que personas claves puedan agregar diferentes tipos de contenido, como: CEO, CMO, el administrador, el encargado de redes sociales, recursos humanos, etc)

- Usa hashtags relevantes.

- Crea un hashtag para monitorear tu marca de manera diaria (#tumarca).

- Publica de acuerdo a exámenes optimizados que prueben cuándo son los picos de atención para tu audiencia.

- No le quites el ojo a lo que está haciendo tu competencia.
- Comprométete con tu audiencia y contesta los comentarios.
- No seas invasivo (por ejemplo, no uses hashtags que no tengan sentido o no sean útiles para tus followers).
- Haz concursos para rápido crecimiento.
- Promueve tu cuenta de Instagram a través de tus demás redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn y Pinterest) e incluye iconos a los mails para clientes y promocionales.
- Mide el desempeño usando Iconosquare; no puedes administrar lo que no puedes medir.
- ¡Diviértete haciendo crecer tu comunidad y aumentar la audiencia de tu marca!

UNIVERSIDAD DE JÓVENES EMPRENDEDORES CREATIVOS

Texto original de HubSopot escrito por: Jessica C. Webb, Demand Generation Marketer en HubSpot. Jessica ayudó al crecimiento del Instagram de HubSpot @hubspot's de 4,500 a 27,000 seguidores en 1 año (500% de crecimiento). Síguela en Instagram & Twitter: @jessicawebbica