



EMPRESAS EN INSTAGRAM: GUÍA PRÁCTICA



from
FACEBOOK



Instagram es el lugar donde la comunidad, la creatividad y la cultura fomentan la actividad comercial.

Mil millones de personas, creadores y negocios se dan cita cada mes en nuestra plataforma para interactuar y colaborar.* En Instagram, participamos activamente en la remodelación del mundo que nos rodea para promover nuevas posibilidades y oportunidades.

Y estas oportunidades pueden llevarte a lograr tus objetivos empresariales y consolidar tu marca.

- 03** **Cómo interactuar con tu comunidad**
- 06** **Cómo dar alas a tu creatividad**
- 09** **Cómo ser parte de la cultura**
- 12** **La puesta en práctica de una empresa**



CÓMO INTERACTUAR CON TU COMUNIDAD

Entabla relaciones significativas y amplía tu alcance conectado con la gente a través de intereses comunes en un lugar donde las empresas son bien recibidas.

En comparación con otras plataformas, las personas encuestadas consideran que Instagram es el

MEJOR LUGAR

para mantenerse al día de sus marcas favoritas.†

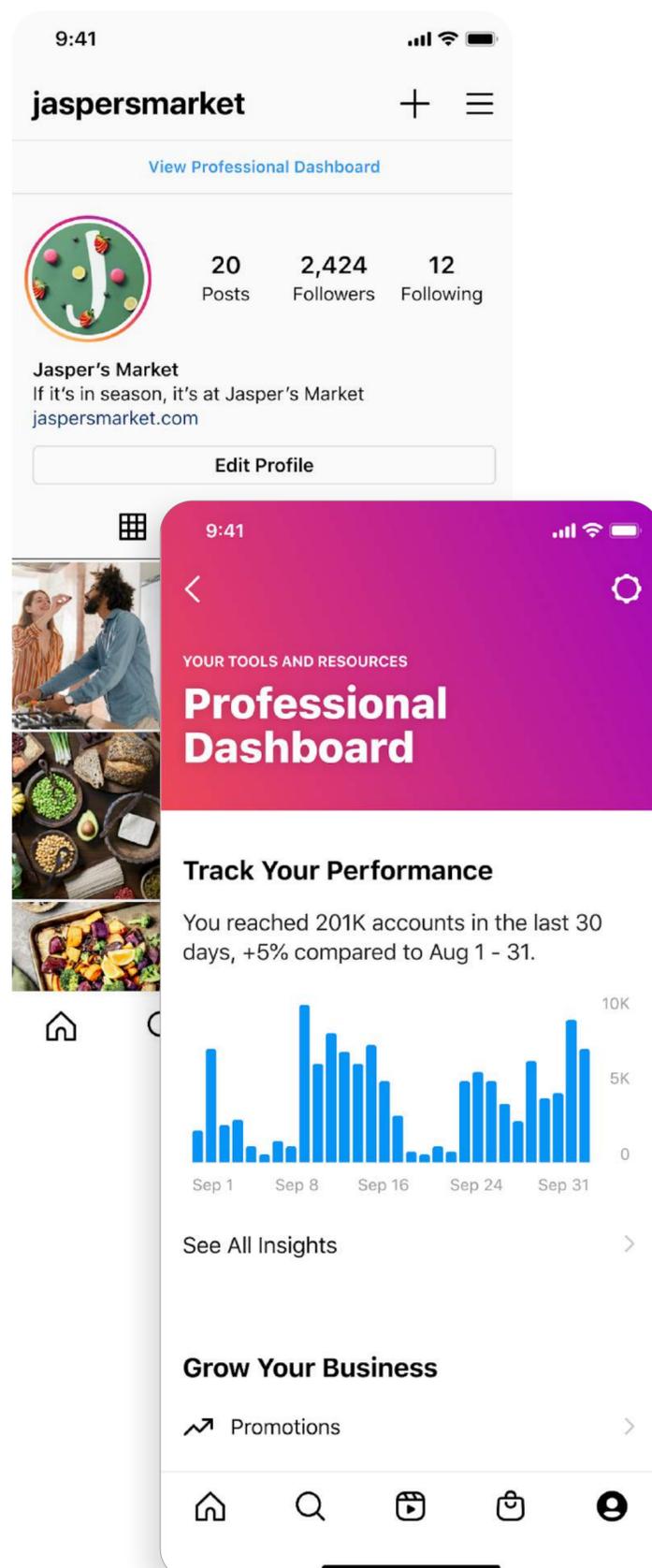


Conoce a tu audiencia para mejorar

Consulta las insights del perfil de tu empresa para conocer mejor a tu comunidad y poder ofrecerle un mejor servicio en el futuro, ya que proporcionan información valiosa como los datos demográficos de tu audiencia, cuándo están más activos tus seguidores en Instagram y el contenido que tiene mejor acogida.

SUGERENCIAS SOBRE LAS INSIGHTS DE AUDIENCIA:

- » **Conoce a tus seguidores:** su ubicación, edad y género, y el momento en el que están más activos, en la sección “Tu audiencia”.
- » **Compara el rendimiento de tu contenido** en la sección “Contenido que has compartido” para saber cuál ofrece mejores resultados.
- » **Experimenta con el contenido:** prueba a publicar contenido diferente en momentos distintos para determinar qué funciona mejor con tu exclusiva comunidad de Instagram.



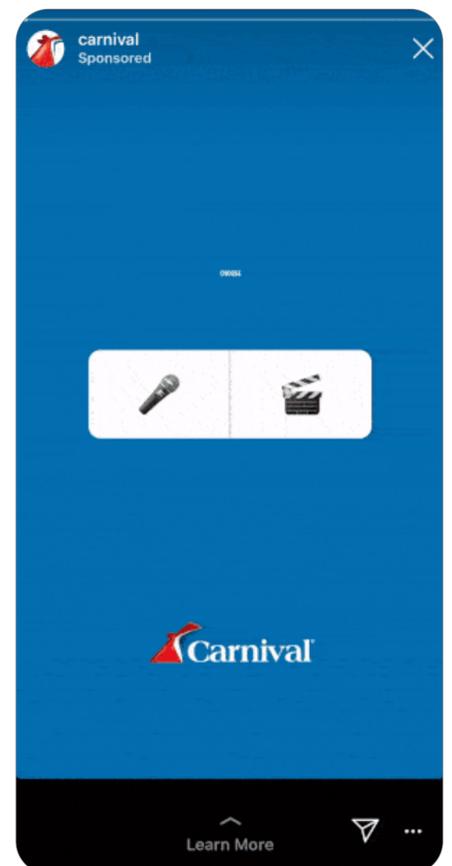
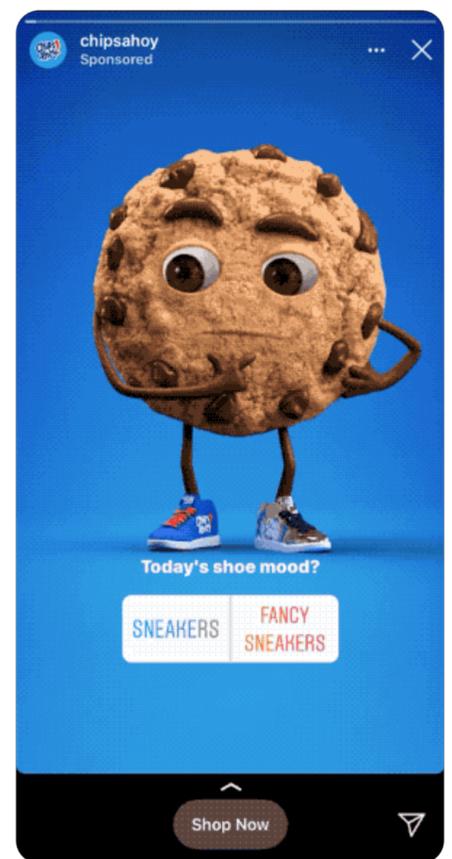
†: estudio de investigación sobre las plataformas de los consumidores de medios globales de Ipsos Marketing (estudio encargado por Facebook de más de 25 004 personas de entre 18 y 64 años: usuarios de internet en el móvil mensuales del total de la población en internet de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Japón y Reino Unido), de octubre a noviembre de 2020.



Conecta de forma creativa a través de la **interactividad**

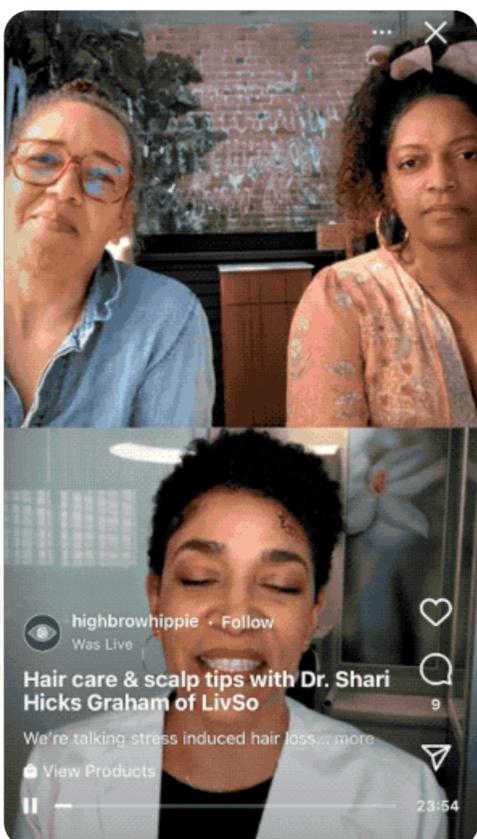
La interactividad puede ayudarte a conectar con tu comunidad e iniciar más conversaciones. Funciones de Stories como el sticker de pregunta o de encuesta son herramientas fáciles de usar que te permiten recopilar opiniones y comentarios de tu audiencia para tenerlos en cuenta en el día a día de tu empresa. Si quieres fomentar las interacciones en tiempo real, las transmisiones de Live son la solución perfecta. Además, las salas en directo te permiten transmitir con hasta tres cuentas más para que puedas interactuar con más fans en el momento.

Cuando alguien interactúa con un sticker de encuesta en anuncios de Instagram Stories, invierte **3 VECES MÁS TIEMPO** que en los anuncios que no lo incluyen.‡



SUGERENCIAS PARA USAR STICKERS DE ENCUESTA EN STORIES:

- » **Invita a la audiencia a participar** haciéndole una pregunta interesante que llame su atención. Es importante ser breve y convincente.
- » **Usa imágenes pertinentes** que representen las opciones de la encuesta. Al incluir elementos visuales, será más fácil para la gente elegir sus respuestas.
- » **Responde con un mensaje final** o una llamada a la acción relacionada con la pregunta de la encuesta. Presenta la respuesta transcurridos cuatro o cinco segundos.



SUGERENCIAS PARA USAR INSTAGRAM LIVE:

- » **Establece un diálogo con tu audiencia** usando funciones como las sesiones de preguntas y respuestas, las salas en directo y el contenido multimedia. La magia de transmitir en directo es precisamente la interacción con los espectadores.
- » Los seguidores se unen a las transmisiones en momentos distintos, así que no está de más **añadir un título para ofrecer contexto** y poner en situación a tu audiencia de vez en cuando.
- » **Promociona la transmisión con antelación.** Recurre a Stories para promocionarla con tiempo y que nadie se la pierda.

‡ Fuente: datos internos de Instagram, del 1 al 14 de enero de 2020 (solo adultos en los EE. UU., tiempo de permanencia, anuncios de encuesta frente a anuncios convencionales de Stories).



Facilita las **compras**

Las tiendas de Instagram permiten llegar a nuevos clientes en función de sus intereses. Al seguir a marcas, creadores y amigos para obtener ideas y recomendaciones de productos, las personas hacen de Instagram un universo repleto de fuentes de inspiración. Si configuras una tienda, puedes convertir el perfil de tu empresa en todo un escaparate visual. Si quieres que los contenidos que publicas para inspirar faciliten las compras, etiqueta tus productos en publicaciones. De esta manera, cuando un producto en las noticias, las historias o cualquier lugar de la aplicación llame la atención de una persona, podrá obtener más información fácilmente.

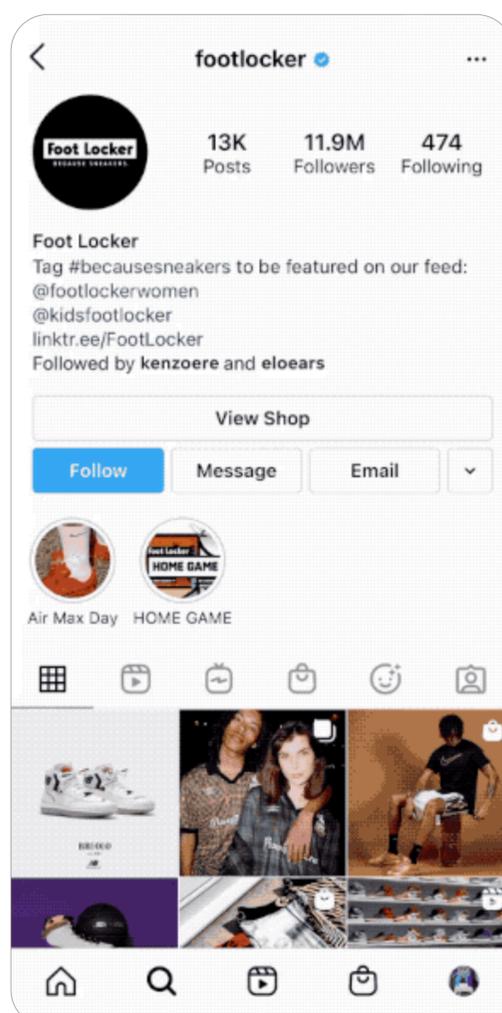
CASI LA MITAD DE LAS PERSONAS
encuestadas afirman hacer compras en Instagram semanalmente.[§]

SUGERENCIAS PARA LA FUNCIÓN COMPRAS EN INSTAGRAM:

- » **Cuenta a todo el mundo que tienes una tienda en Instagram.** Anúncialo en Stories y explica cómo explorarla.
- » **Llega a nuevos clientes usando etiquetas de productos** en las imágenes y los vídeos que publiques en cualquier lugar de Instagram (en la sección de noticias, en Stories, Reels y más).
- » Tu tienda se basa en el catálogo de productos, así que **asegúrate de que este incluya todo tu inventario.** Añade varios vídeos e imágenes al catálogo, escribe descripciones precisas, añade los colores y las tallas disponibles y proporciona la información de envío para fomentar las compras.



ETIQUETA DE PRODUCTO



TIENDA



VÍDEO DE COMPRAS

[§] Fuente: estudio de investigación sobre tendencias en Instagram de Ipsos (encuesta encargada por Facebook y realizada a 4500 usuarios activos de la plataforma de entre 18 y 50 años de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Japón y Reino Unido), noviembre de 2020. N=500 de cada mercado

CÓMO DAR ALAS A TU CREATIVIDAD

Usa diferentes herramientas creativas y colabora con la comunidad para dar a conocer tu marca, acaparar todas las miradas y fomentar las conversiones.



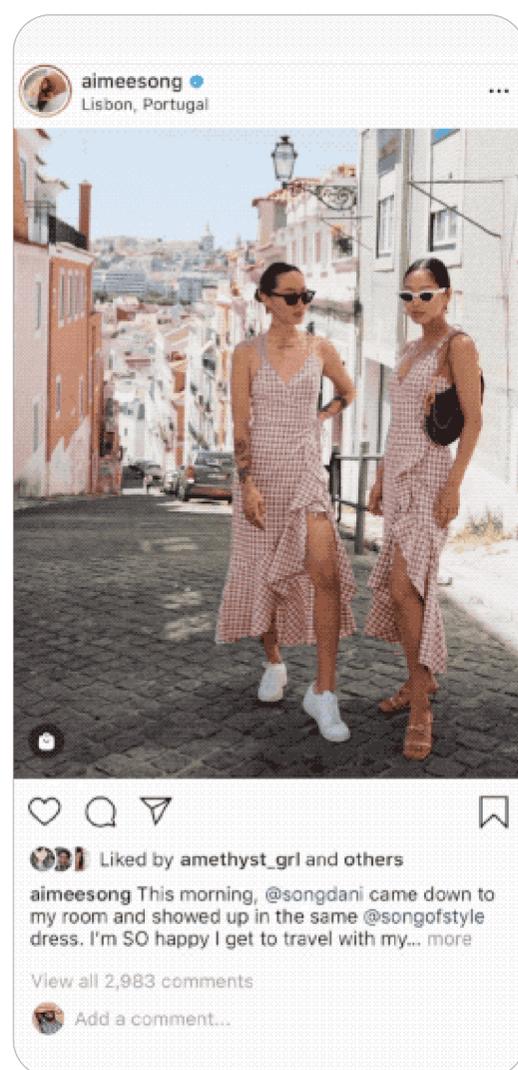
El solo hecho de tener una presencia en Instagram invita a la gente a pensar que tu marca es **MÁS CREATIVA** que aquellas que no están en la plataforma.†

Crea contenido en colaboración con creadores

Aprovéchate de la increíble comunidad de creadores de Instagram y colabora con ellos para elaborar contenido creativo y llegar a nuevas audiencias. El contenido de marca, por ejemplo, te permite hacerlo en muchas superficies de nuestra plataforma.

SUGERENCIAS PARA TRABAJAR CON CREADORES:

- » **Busca creadores que tengan un poder de influencia real** en comunidades con intereses específicos y que se ajusten al sector o los objetivos de tu marca.
- » **Investiga maneras no intrusivas de integrar tu marca** en el contenido del creador. Las marcas pueden aparecer representadas en un producto o una situación.
- » **Aprovecha el estilo de narrativa visual y la estética del creador** para ofrecer contenido más auténtico con el que la audiencia se identifique.



†: estudio de investigación sobre las plataformas de los consumidores de medios globales de Ipsos Marketing (estudio encargado por Facebook de más de 25 004 personas de entre 18 y 64 años: usuarios de internet en el móvil mensuales del total de la población en internet de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Japón y Reino Unido), de octubre a noviembre de 2020.



Pon tu marca en movimiento con **vídeos**

En superficies de vídeo como Stories, las noticias, Live o Reels, puedes contar la historia de tu marca por medio de movimiento. Aprovecha los distintos formatos de vídeo que ofrece Instagram para llamar la atención con el contenido que atrae a la audiencia.

SUGERENCIAS PARA LOS VÍDEOS EN INSTAGRAM:

- » **Optimiza tus vídeos para dispositivos móviles.** Usa el formato vertical (9:16) para Stories y Reels, y las relaciones de aspecto de 1:1 o 4:5 para los vídeos de las noticias.
- » **Prueba con vídeos cortos** para ofrecer entretenimiento instantáneo en Stories, Reels y las noticias.
- » **Confía en los vídeos de mayor duración** para establecer conexiones más profundas tanto en Live como en las noticias.

La generación Z se inclina cada vez más por los vídeos de Instagram:

91 %

Porcentaje de personas de esta generación que usa Stories cada semana[§]



§: estudio de investigación sobre tendencias en Instagram de Ipsos (encuesta encargada por Facebook y realizada a 4500 usuarios activos de la plataforma de entre 18 y 50 años de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Japón y Reino Unido), noviembre de 2020. Muestra: usuarios activos por semana que crean contenido en la plataforma según los datos de la encuesta indicada (n = 500 de cada mercado).



Lleva tus productos más allá con la **realidad aumentada**

La realidad aumentada es una gran aliada para mejorar la experiencia que ofrece tu marca y generar valor. Si colaboras con creadores de filtros de realidad aumentada de Instagram, podrás presentar las ventajas de tu producto o acercar tu mundo a la gente con la tecnología más reciente.

74 %

Personas que creen que la RA puede cubrir la brecha entre los mundos online y offline

74 %

Personas que consideran la RA como una forma divertida de interactuar con las marcas^{II}



SUGERENCIAS PARA USAR LA REALIDAD AUMENTADA EN INSTAGRAM:

- » **Explica** cómo se interactúa con el filtro de realidad aumentada.
- » **Anima a las personas a usarlo** con ejemplos de contenido y casos de uso en otras superficies de Instagram, como Stories.
- » **Colabora con creadores** para darlo a conocer más rápido.

CÓMO SER PARTE DE LA CULTURA

Participa en nuevos movimientos que provoquen una respuesta emocional duradera en tu audiencia para que tu marca siga resultando pertinente y se mantenga como la primera opción.

Instagram se considera el **HOGAR DE LA CULTURA.**[†]



Únete a movimientos e iniciativas del momento a través de **Stories**

Con las historias, puedes participar en movimientos y momentos globales que van surgiendo. Y es que este formato se usa en todo el mundo para compartir experiencias in situ, desde la vida durante la cuarentena hasta momentos de desconexión y movimientos sociales de gran repercusión. Anímate a usar las herramientas creativas que brinda Stories (p. ej., texto animado y stickers como “Apoya negocios locales” o “Comparte historias de la comunidad negra”) para expresar tu opinión y dar visibilidad a las causas más importantes para ti y tu comunidad.



SUGERENCIAS PARA USAR INSTAGRAM STORIES:

- » **Usa las historias como si fueran el diario** de tu empresa. Aprovechelas para compartir momentos inéditos con tu comunidad y forjar relaciones más sólidas.
- » **Impulsa la interacción usando elementos interactivos** como los stickers de encuesta y pregunta para saber qué piensa tu comunidad sobre distintas cuestiones.
- » **Diseña contenido para móviles.** Aprovecha el formato vertical a pantalla completa para contar la historia de tu marca, y experimenta con acciones nativas, como la opción de tocar y mantener pulsado para pausar o deslizar el dedo hacia arriba, para fomentar más acciones.

[†]: estudio de investigación sobre las plataformas de los consumidores de medios globales de Ipsos Marketing (estudio encargado por Facebook de más de 25 004 personas de entre 18 y 64 años: usuarios de internet en el móvil mensuales del total de la población en internet de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Japón y Reino Unido), de octubre a noviembre de 2020.



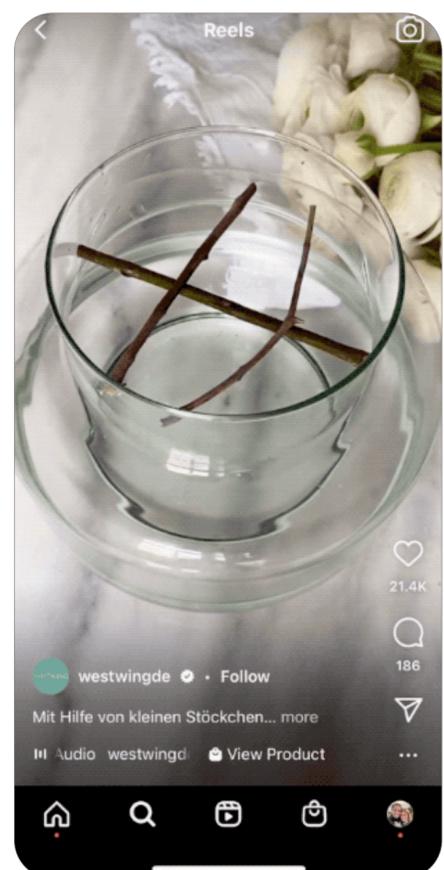
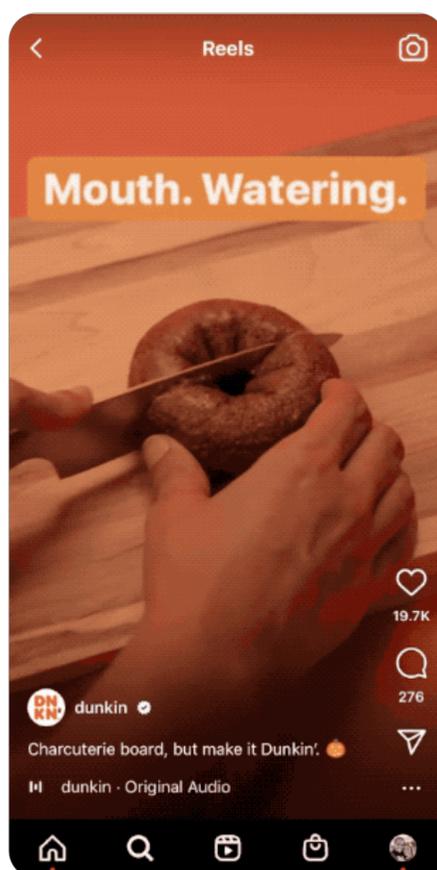
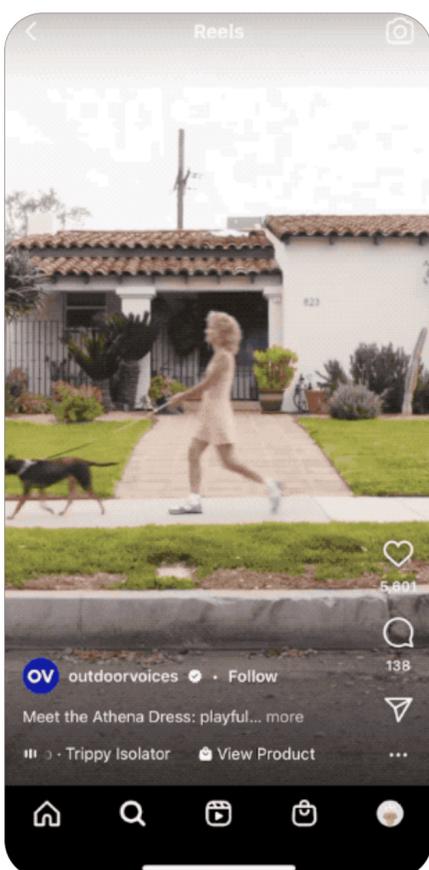
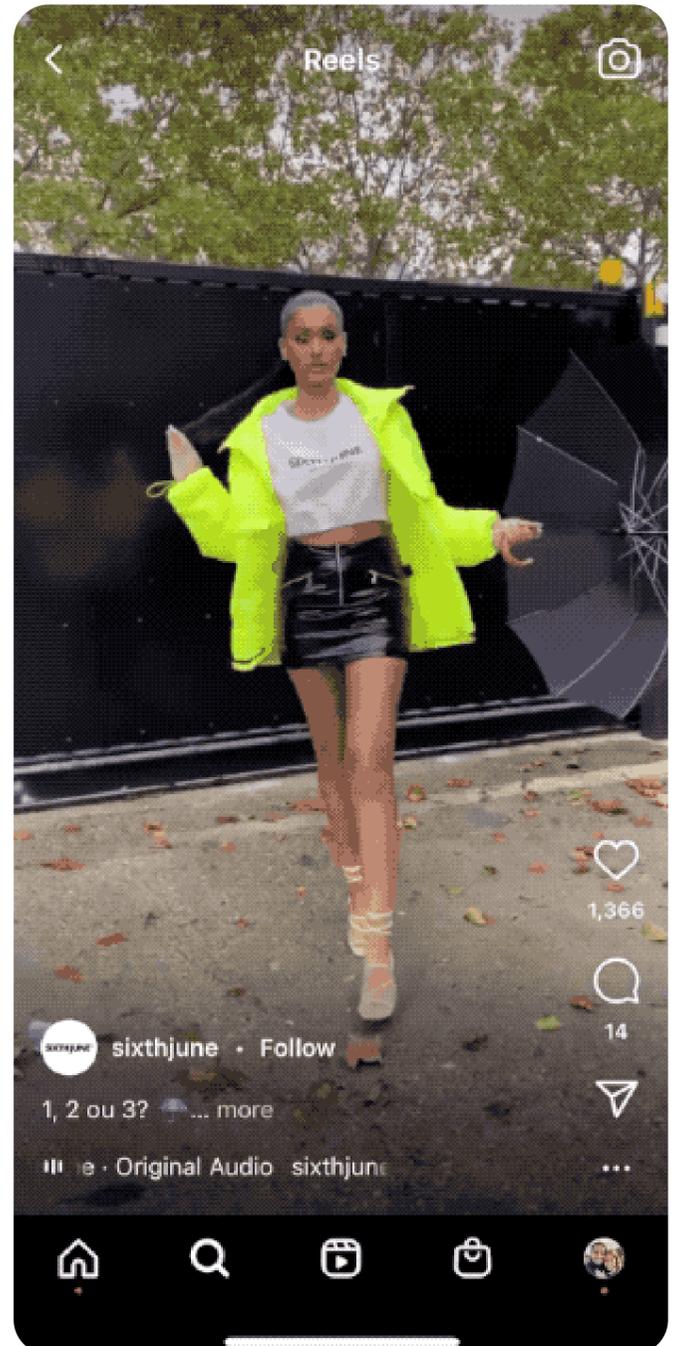
Participa en tendencias virales con Reels

La música, el descubrimiento y la diversión son la esencia de Reels, un formato con el que tu empresa puede participar en tendencias culturales e iniciar nuevos movimientos. Piensa en cómo puedes sacar partido del estilo visual único de Reels para profundizar en la historia de tu empresa.

SUGERENCIAS PARA USAR REELS:

- » **Ponte en contacto con creadores** para elaborar contenido nativo de Reels aprovechando su estilo único.
- » **Amplía el alcance de tu marca con anuncios en Reels.** Usa el sonido como elemento creativo, capta la atención con movimientos y transiciones, y evita usar la llamada a la acción “Deslizar hacia arriba”.
- » **Únete a las tendencias del momento o crea una.** La función de remix te permite dar tu propio toque a los reels del momento o invitar a tu comunidad a hacer lo mismo con tus reels.

Instagram es uno de los mejores lugares para mantenerse al tanto de las **TENDENCIAS** (en comparación con otras plataformas).[†]

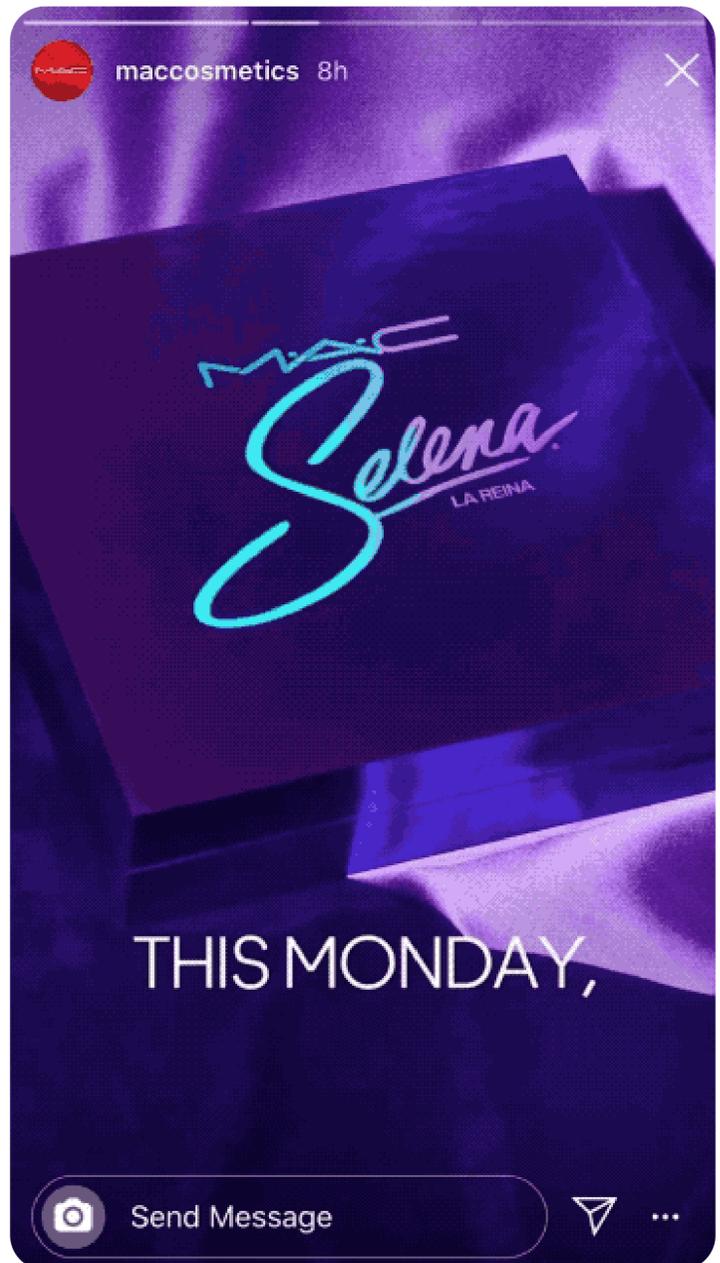


[†]: estudio de investigación sobre las plataformas de los consumidores de medios globales de Ipsos Marketing (estudio encargado por Facebook de más de 25 004 personas de entre 18 y 64 años: usuarios de internet en el móvil mensuales del total de la población en internet de Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, India, Japón y Reino Unido), de octubre a noviembre de 2020.



Propicia momentos de compra y genera expectación

Básate en tendencias culturales relevantes para destacar tus productos y propiciar momentos de compra. Como empresa, puedes ofrecer una experiencia de marca increíble y la posibilidad de comprar en el mismo lugar. Crea momentos de compra a través de contenido relacionado con los temas que se asocien de forma natural con tu marca y tu audiencia, y destaca lo que ofreces con etiquetas de producto.



SUGERENCIAS PARA GENERAR EXPECTACIÓN:

- » **Despierta la curiosidad** antes de un lanzamiento importante con stickers de cuenta atrás y otras formas de compartir adelantos.
- » **Lanza un drop en Instagram** para que tus seguidores más fieles sean los primeros en enterarse. Las empresas en EE. UU. que cumplan los requisitos para usar la finalización de compra en Instagram también pueden beneficiarse de la función de lanzamiento de productos. Esta permite enviar notificaciones push y ofrece a las personas la posibilidad de programar recordatorios, entre otras cosas, para ayudarte a impulsar el reconocimiento y la expectación antes de un lanzamiento.
- » **Llega a más clientes usando etiquetas de productos** en diversos formatos, como las noticias, Stories, Reels y las menciones.

LA PUESTA EN PRÁCTICA DE UNA EMPRESA

Empresas de todo el mundo aprovechan el gran potencial de Instagram para interactuar con su comunidad, dar alas a su creatividad y estar al día de las corrientes culturales. A continuación encontrarás ejemplos de algunas marcas que se están abriendo paso en el ecosistema con contenido diseñado especialmente para Instagram para estimular su crecimiento y alcanzar el éxito de maneras innovadoras.

Havaianas trabaja con varios creadores en Instagram para lanzar una nueva línea de sandalias

Havaianas, un minorista de sandalias de Brasil, se vio en la necesidad de recurrir al comercio electrónico durante la pandemia. Además, tuvo que reorientar su estrategia de marketing, originalmente pensada para la televisión, para que se centrara en su comunidad. Para vender su inventario en este nuevo entorno de compras, recurrió a la plataforma de Instagram. **La nueva estrategia centrada en aprovechar el ecosistema de Instagram en su totalidad obtuvo los siguientes resultados:**

57 %

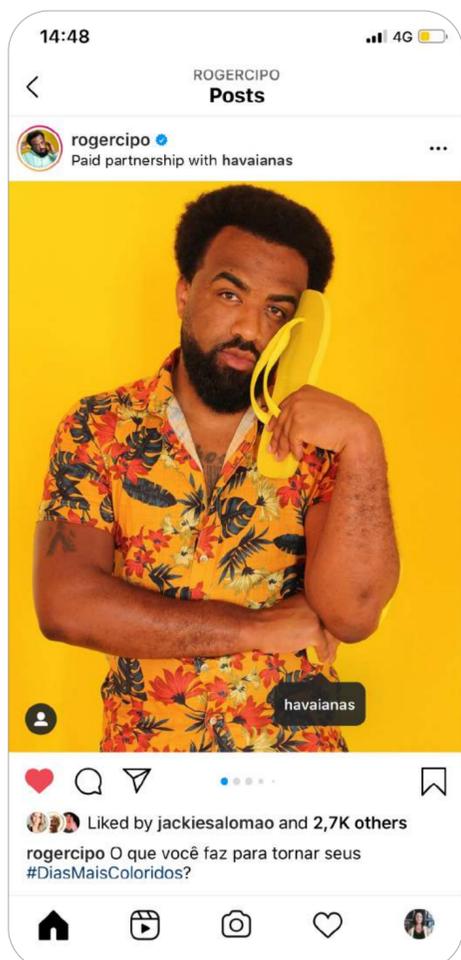
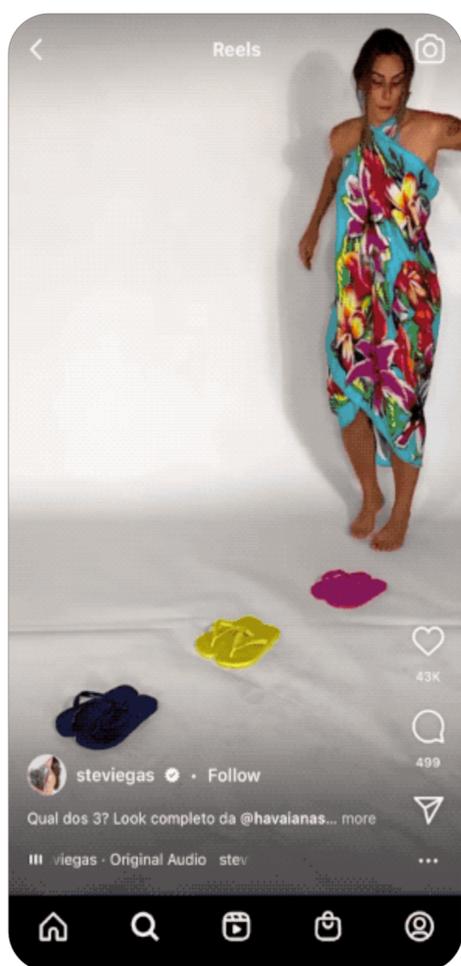
Incremento de la tasa de conversión

33 %

Reducción del coste por conversión

× 2

Aumento de las ventas



- » Para conectar mejor con su audiencia, la marca se asoció con algunos creadores y le dio una oportunidad a Reels.
- » Con la ayuda de un equipo de alegres y coloridos microinfluencers, la marca creó un reto en Reels que giraba en torno a los productos, e incentivó las compras con contenido de marca en Reels, Stories y las noticias.
- » Para poner en marcha el reto, recurrió al ecosistema de soluciones de Instagram: desde vídeos y contenido de marca hasta experiencias instantáneas, Havaianas aprovechó todo el potencial de la plataforma para impulsar el descubrimiento, estimular la actividad de la comunidad con promotores de su marca e interactuar con la audiencia por medio de experiencias participativas. En otras palabras, la campaña abarcó todo el embudo, desde el reconocimiento hasta la conversión.

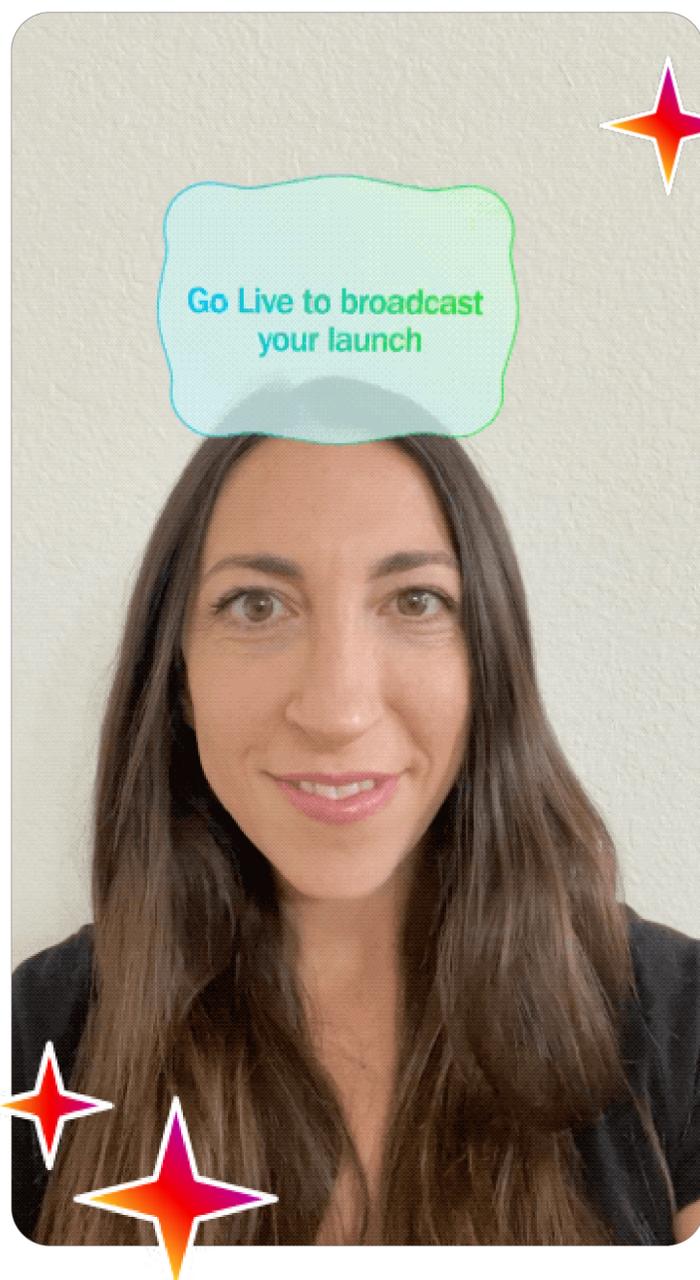
¿CÓMO PUEDES USAR INSTAGRAM PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE TU EMPRESA?

Prueba nuestro filtro de
RA personalizado



No te pierdas las novedades más recientes:

[@INSTAGRAMFORBUSINESS](#)



VISITA EL SITIO WEB DE INSTAGRAM PARA EMPRESAS PARA MÁS INFORMACIÓN

DESCUBRE MÁS POSIBILIDADES CON STORIES

COLABORA CON CREADORES

MÁS INFORMACIÓN SOBRE REELS

LLEGA A NUEVOS CLIENTES CON COMPRAS EN INSTAGRAM



Instagram

from
FACEBOOK