

GUÍA

Tácticas para dominar Instagram

Cómo conseguir más clientes en menos tiempo con Hootsuite



Tácticas para dominar Instagram

Cómo conseguir más clientes en menos tiempo con Hootsuite

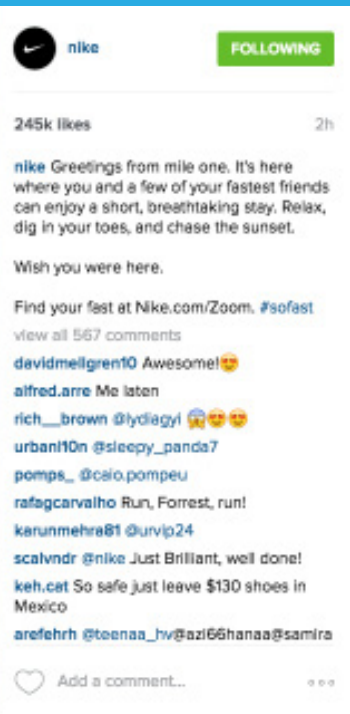
Con más de 300 millones de usuarios activos al mes y una participación 58 veces mayor que Facebook (y 120 veces mayor que Twitter) para las marcas comerciales, Instagram está lleno de oportunidades creativas para todo tipo de empresas. ¹

¿Cómo puedes sacar un mayor provecho de Instagram para tu empresa? En esta guía, obtendrás ideas creativas para ayudarte a adquirir y fidelizar clientes con Instagram.

Aprenderás cómo Hootsuite te ayuda a:

- Programar contenido de Instagram y ahorrar tiempo
- Añadir empleados y personas influyentes a tu estrategia de Instagram
- Encontrar contenido interesante para compartir en Instagram para las empresas de cualquier tamaño

Las oportunidades de Instagram para tu empresa



- El usuario promedio de Instagram pasa 21 minutos al día en la red según los datos de Econsultancy.
- Las marcas más populares obtienen una participación 58 veces mayor que en Facebook y en Twitter, afirma Forrester.
- El formato es muy visual y de forma natural promueve campañas de imagen de marca, contenido sobre productos y estilo de vida, y aumenta la lealtad de los empleados y clientes.

¿Cómo te ayuda Hootsuite a sacar el mayor partido a Instagram?

- 1. Programa contenido de Instagram con Hootsuite.** Puedes programar, publicar y administrar varias cuentas de Instagram dentro de la plataforma de Hootsuite. Ahorra tiempo programando publicaciones en lote.
- 2. Ahorra tiempo trabajando en equipo.** Con Hootsuite, puedes establecer de forma segura los flujos de trabajo del equipo para las asignaciones y aprobaciones, junto con la capacidad de crear varios flujos de búsqueda para un monitoreo rápido. Por ejemplo, puedes crear una columna en Hootsuite para hacer un seguimiento de las publicaciones de tu marca en Instagram. Además es fácil asignar diferentes tareas, como por ejemplo dirigir los comentarios en Instagram sobre soporte técnico a tu equipo de atención al cliente. Esto ahorra tiempo y es una forma segura de compartir acceso con los miembros del equipo. Nota importante: puedes establecer asignaciones en las versiones Pro o Enterprise, pero las aprobaciones solo están disponibles en Hootsuite Enterprise.
- 3. Incluye a los empleados y a las personas influyentes en la vida de tu marca.** Con Hootsuite Enterprise, los permisos de equipo permiten que las personas influyentes, los empleados y las agencias externas aporten contenido de forma sencilla. Ellos envían contenido a Instagram y el equipo de imagen de marca aprueba la publicación.
- 4. Logra aún más con todo el ecosistema de Hootsuite.** Nuestras aplicaciones te ofrecen la oportunidad de utilizar Instagram de diferentes formas. Utiliza TrendSpottr para encontrar contenido relevante relacionado con tu marca, sector o campaña. Encuentra clientes locales y fanáticos en eventos, conciertos o en un área determinada a través de las funciones de búsqueda con ubicación geográfica de Vidpiq. Y analiza mensualmente el crecimiento de tu audiencia y las métricas de participación con Iconosquare.
- 5. Proporcione a los clientes una experiencia unificada.** Desde un interno capturando un momento de un evento en vivo, hasta un gerente de marca aprobando contenido en la oficina central, es muy sencillo realizar tus actividades de Instagram y asegurar una estrategia coherente a través diferentes equipos de trabajo, las agencias externas y los contribuidores.
Nota: las aprobaciones de equipo solo están disponibles en Hootsuite Enterprise.

Pasa a la acción: Esto es todo lo que puedes hacer en Hootsuite con Instagram

¿Por qué Hootsuite hace que Instagram sea aún más potente?

	Con Instagram puedes:	Con Hootsuite Puedes:
Publicar contenido	✓	✓
Monitorear e interactuar con las audiencias	✓	✓
Buscar por nombres, hashtag o ubicación	✓	✓
Programar y publicar contenido en Instagram		
Monitorear e interactuar con tu audiencia de Instagram		✓
Administrar varias cuentas de Instagram		✓
Compartir acceso y asignar tareas de forma segura a través de los equipos		✓
Guardar búsquedas de Instagram por nombres, hashtag o ubicación para comprender más fácilmente a los clientes y a los competidores		✓
Una única plataforma: administras Instagram, Facebook, Twitter y Google+ desde un solo lugar		✓
Amplía Instagram: utiliza las aplicaciones y herramientas del ecosistema de Hootsuite para lograr mucho más con Instagram		✓

3 ideas de marketing para Instagram (y cómo ponerlas en acción)

Casos de éxito donde las empresas de todos los tamaños pueden aumentar tus seguidores de Instagram y obtener nuevos clientes.

3 tipos de contenido que funcionan de maravilla en Instagram



Muestra cómo se hace

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



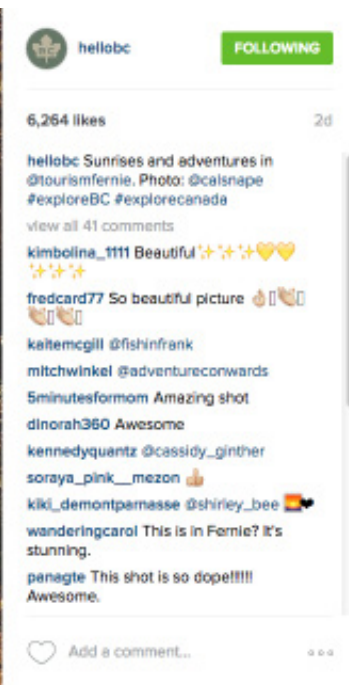
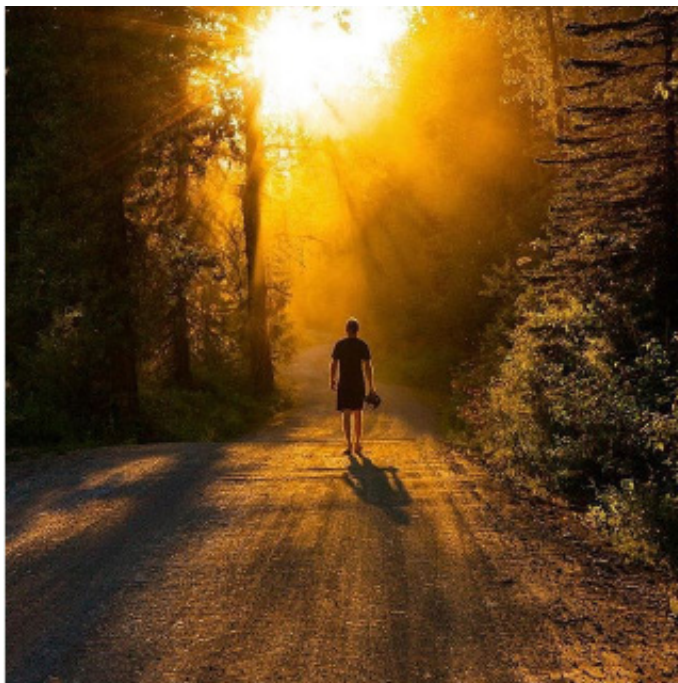
Muestra a las personas detrás el producto

¿Tienes acceso a un sector especializado o productos industriales? Cuenta historias sobre tus empleados, clientes y sobre la cultura de la empresa. Desde una foto tomada por un operador de grúa hasta los bosquejos de un nuevo proyecto hecho en una servilleta por un arquitecto. Instagram puede aumentar la permanencia de los empleados, el interés del sector y el liderazgo de la categoría.



Muestra algo nunca hubiese podido ver

Ya sea que estés patrocinando a atletas extremos o esté intentando aumentar el turismo, Instagram puede mostrar el mundo de una forma diferente. Con los distintos niveles de permiso de Hootsuite, puedes invitar fácilmente a fotógrafos, artistas y personas influyentes a compartir la perspectiva de tu marca en tu cuenta de Instagram.



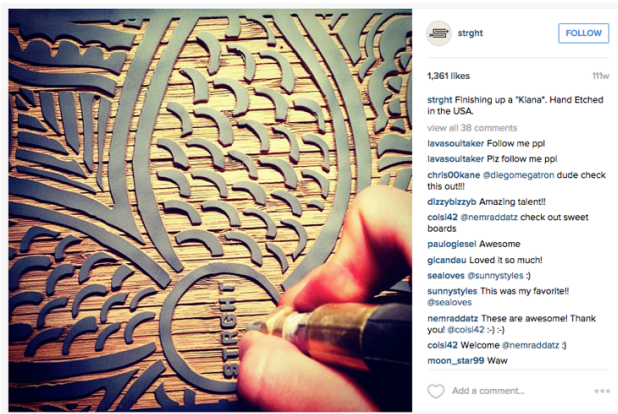
1. Vende más productos mostrando tu trabajo



Si quieres vender, comparte la historia de tus productos en Instagram.

Como el surfista Gabe Willis. [Como aparece en el blog de Instagram](#), este surfista se mudó desde el paraíso del océano en San Diego a las calles de asfalto de Oklahoma para ir a la universidad. Como extrañaba el océano, decidió probar con el skateboarding. Un día, rompió su patineta y como no tenía dinero para comprar uno nuevo, para ahorrar dinero, decidió hacer su propio skate.

Gabe no fabricó un skate moderno, sino que imitó los skate de madera antiguos. Documentó todo el proceso en Instagram y consiguió muchos seguidores interesados en su trabajo.



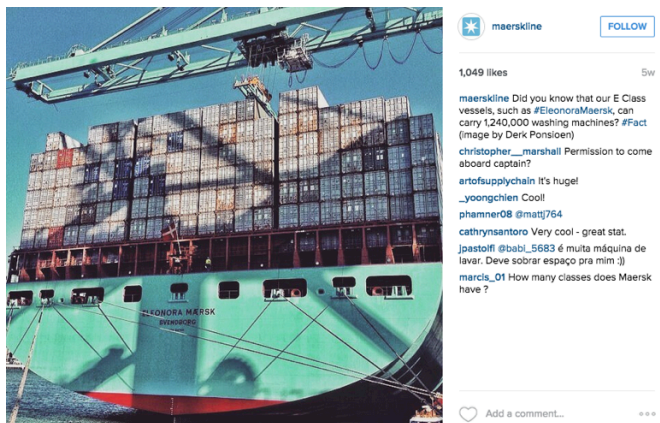
Pronto, sus seguidores de Instagram comenzaron a preguntar si podían comprar estos skates tan originales. Y así es como Gabe comenzó a aceptar pedidos directamente desde su cuenta de Instagram.

La empresa ha crecido y tiene cuatro empleados a tiempo completo. Ahora venden a tiendas físicas y por internet. Otra acción que tuvo mucho éxito fue: pedir a sus clientes que incluyeran su cuenta de Instagram @strght cuando tomaran fotos de sus skates. Esto ha creado una pequeña comunidad de clientes y una galería online muy especial para sus productos.

Cómo hacerlo con Hootsuite

1. Utiliza las funciones de programación y publicación de Instagram para Hootsuite para ahorrar tiempo. Haz fotos por la mañana y prográmalas para que se publiquen durante el día.
2. Crea una columna en el panel de control de Hootsuite para escuchar las conversaciones de Instagram. Puedes hacer un seguimiento de los clientes, los competidores o de los términos más populares del sector. Este video explica cómo configurar columnas de escucha en Hootsuite.
3. Funciona (de forma segura) como un equipo. Puedes trabajar con un equipo, sin compartir la contraseña de la cuenta de Instagram con tus empleados. Esto se logra con los permisos limitados de Hootsuite. Por ejemplo, un empleado de menor antigüedad crear mensajes de atención al cliente mensajes de atención al cliente (como un comentario de insatisfacción) utilizando las Asignaciones dentro de una columna de comentarios. Él crea el comentario y tu, como gerente, lo revisas.
4. Al combinar el poder de Instagram con Facebook, puedes conseguir que tus fanáticos pasen del interés a la compra. Una forma de hacerlo es conseguir el mayor rendimiento de tu cuenta de Instagram (como una fotografía de tu mejor producto) con anuncios en redes sociales. [Crea tu primer anuncio de Facebook con Hootsuite en tan solo dos clics.](#)
5. Aumenta tus seguidores de Instagram con las [campañas de Hootsuite](#). Puedes crear una buena galería de productos, pedir a los fanáticos que voten y generar ventajas (como direcciones de correo electrónico) para promociones de seguimiento.

2. Aumente la confianza compartiendo las perspectivas de los empleados

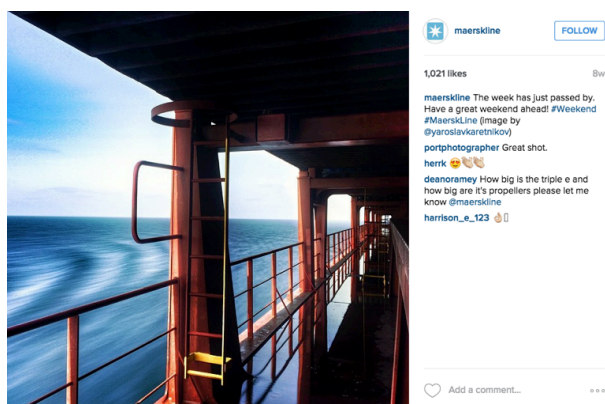


Si trabajas en un sector especializado como la fabricación o la mensajería, centra tu estrategia en lo que hace a tu empresa realmente especial: las personas que hacen el trabajo.

Es un punto de vista que las personas también desean ver. Según un estudio de Edelman realizado a 33,000 consumidores en 27 países, un 52 % del público internacional considera a los empleados extremadamente o muy fiables. El estudio también reveló que el público general quiere escuchar directamente a los empleados como “embajadores de la empresa”.

Maersk Line, la empresa de envío de contenedores más grande del mundo, sorprendió al mercado cuando comenzó a utilizar las redes sociales. ¿Sabes que publicando fotografías de enormes barcos les generó nuevos negocios empresariales?

Primero, utilizaron las redes sociales como una forma de acercarse a sus clientes. Pero luego se dieron cuenta de que tenían muchas más opciones y posibilidades.



Como explican en su estrategia [social](#), “nos hemos dado cuenta de que hay mucho que ganar con las redes sociales. Por ejemplo, una mejor cobertura de prensa, una mayor participación de los empleados, más conciencia de marca e incluso la incorporación de nuevos conocimientos técnicos por parte de expertos mundiales de alto nivel”.

Todos los días, Maersk Line comparte fotos de cómo la empresa trabaja: barcos gigantes, el reluciente logotipo de Maersk, astilleros y autopistas... Son imágenes que hacer estar orgullosos a los trabajadores de la empresa.

Te recomendamos que utilices Hootsuite para que los empleados de todo el mundo puedan subir contenido en tus canales de marca oficiales. Esto abre un nuevo mundo para tu marca: ya que saldrán varias perspectivas diferentes y tus empleados y clientes estarán orgullosos de ser parte de tu historia.

Cómo hacerlo con Hootsuite

1. Con Hootsuite Enterprise, los empleados pueden obtener permisos limitados de forma segura. No pueden publicar contenido en Instagram. Solo pueden enviarlo. Esto significa que los empleados de todo el mundo pueden compartir su visión del trabajo y enviar el contenido a Instagram desde sus dispositivos móviles. Tu equipo de imagen de marca o la dirección general la dirección general pueden revisar, programar o editar este contenido
2. Programa fotografías y contenido enviado por los empleados en terreno. Los empleados pueden tomar una foto en el trabajo, como por ejemplo en una grúa en medio de Shanghái, y luego enviarla a través de Hootsuite. El gerente de imagen de marca recibirá una notificación sobre la foto y podrá aprobarla o editarla. De esta forma, tu empresa está creando contenido auténtico y en muy relacionado con la marca.

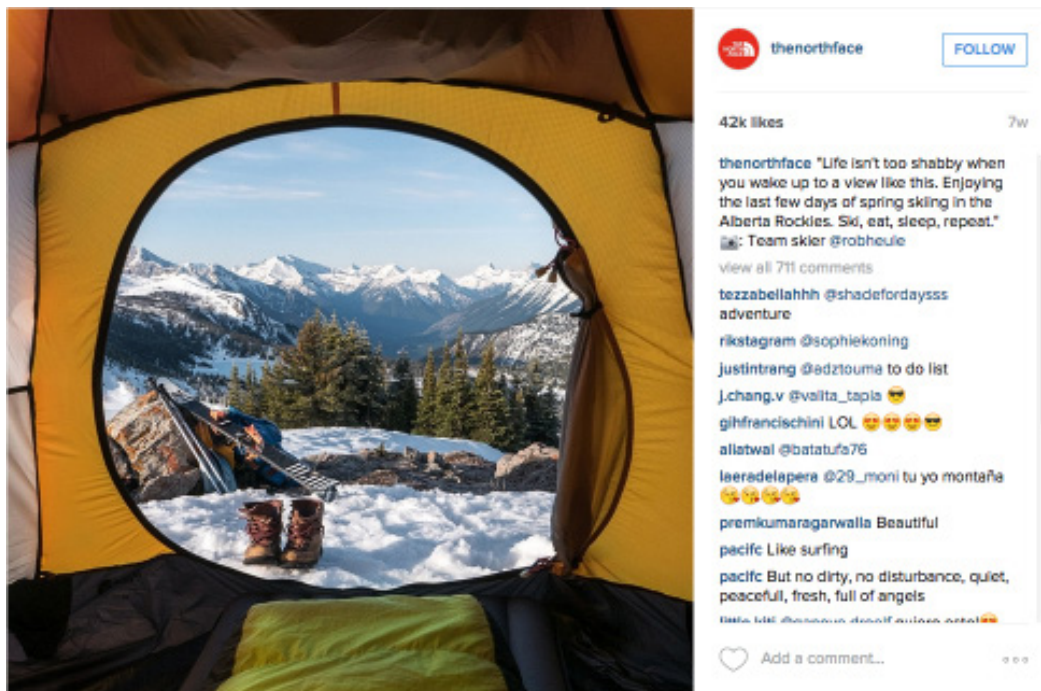
Nota: la funcionalidad de aprobación de publicaciones solo está disponible en Hootsuite Enterprise.

3. Si tiene miles de empleados, haz que tus empleados de todo el mundo etiqueten sus fotos con el hashtag oficial de la empresa. Así será muy fácil crear una columna de búsqueda de Instagram en Hootsuite con ese hashtag y poder hacer un buen seguimiento de lo que se dice de la empresa.
4. Aumenta las posibilidades de tu empresa. Utiliza la biblioteca de contenido de Hootsuite para darle a los empleados acceso a contenido social ya aprobado y listo para compartir. Por ejemplo, los empleados pueden compartir fotos y mensajes sobre una nueva línea de productos que deseas que llame la atención de la prensa. Esto facilita que las empresas internacionales den poder en las redes sociales a miles de empleados. **Nota:** la biblioteca de contenido solo está disponible en Hootsuite Enterprise.



Échale un vistazo: cómo establecer permisos limitados con Hootsuite e Instagram

3. Inspira a los clientes y aumenta tus seguidores



No necesitas hacer piruetas en el espacio para inspirar a tus clientes en Instagram. No importa que vendas material de montaña o turbinas de viento, comparte nuevos enfoques que los clientes no pueden ver en su vida diaria.

The North Face, una popular empresa de equipo de montaña, tiene un Equipo Instagram de atletas. Este equipo sube fotos desde los lugares más remotos del mundo. Son lugares increíbles que una persona normal posiblemente nunca llegue a ver. Tienen 758,000 seguidores.



La idea de General Electric es mostrar la belleza inesperada de la tecnología. Máquinas gigantes, molinos de viento... y todas maravillas de la ciencia. Ellos informan e inspiran. General Electric tiene 185,000 seguidores de Instagram.

La tienda canadiense Herschel Supply Co ha demostrado que Instagram es más que un lugar para mostrar fotos lindas de sus productos para viajar. Ellos recogen fotos de sus clientes y fanáticos. Con ellas muestran las miles de formas distintas de lo que significa #ViajarBien, el mantra oficial de la empresa. La marca tiene 567,000 seguidores de Instagram.



07 Planning which shrines and temples to visit in Kyoto

“Cuando hacemos la búsqueda de fotos para mostrar en nuestra cuenta de Instagram, queremos fotos que se ajusten a la historia general de nuestra marca”, dice la gerente de redes sociales de Herschel Supply Co, Allison Butula. “Buscamos fotos que cuenten la historia en una sola imagen.”

Cómo hacerlo con Hootsuite

Las personas influyentes, los atletas y los artistas tienen una capacidad más que comprobada para crear contenido que llega a una audiencia muy amplia en Instagram. Con Hootsuite, puedes trabajar con estas personas influyentes y orientar tu estrategia la marca.

1. Utiliza Hootsuite para programar contenido de Instagram proveniente de tus fanáticos o personas influyentes a lo largo de la semana. Puedes administrar y editar tus publicaciones de Instagram programándolas con el Calendario de Contenido de Hootsuite.
2. Realiza una campaña de Instagram, que implique invitar a un atleta o artista famoso a que comparta fotos o contenido en tu cuenta oficial. Utiliza los permisos limitados de Hootsuite para que la persona influyente envíe contenido desde su dispositivo móvil. Un gerente de marca puede revisar y publicar el contenido.
3. Crea columnas de búsqueda en Hootsuite con cuentas famosas de Instagram o haz un seguimiento de los hashtags para encontrar nuevas ideas de contenido. También puedes crear columnas de Instagram en el panel de control de Hootsuite para monitorear y responder a tu audiencia.
4. [Utiliza TrendSpottr](#) para encontrar fotos, videos y personas influyentes importantes según una etiqueta, un tema o un hashtag. Esta aplicación es parte del ecosistema de Hootsuite, que ayuda a escuchar fácilmente a la audiencia y a identificar lo que está sonando en Instagram.
5. [El Vidpiq para la aplicación de Instagram](#) de Hootsuite te permite monitorear e interactuar con los usuarios que están publicando en una ciudad o ubicación específica. Utiliza esta aplicación para encontrar embajadores de tu marca cerca de ti y que puedan crear contenido de Instagram para tu marca.
6. Utilice [Ow.ly](#) para acortar tus enlaces en Instagram. De esta forma, puede realizar un seguimiento de cómo Instagram está impulsando el tráfico y las compras. **Consejo de experto:** En tu título de imagen, dile a tu audiencia que has incluido un enlace en tu biografía de Instagram. De esa forma, las personas serán dirigidas automáticamente a tu página Web ya que las URL en los subtítulos no pueden contener hipervínculos en Instagram.

Lista de comprobación: haz más fácil tu día a día en Instagram.

Supongamos que eres el gerente de marca y necesitas coordinar un gran evento de Relaciones Públicas. Debes administrar muchas cosas al mismo tiempo y en estos casos Hootsuite puede ayudar mucho.

Te levantas de la cama y revisas tu cuenta TrendSpottr en Hootsuite.

Una atleta famosa es la portavoz oficial de tu campaña. En pocas horas, estará en el evento apoyando tu nueva línea de calzado deportivo. Desde Hootsuite, [TrendSpottr](#) te muestra las conversaciones más populares sobre el evento.

Programas una foto que está comenzado a ser popular.

Una ayudarte inspiradora de la atleta está comenzando a ser popular en Instagram. Utiliza Hootsuite para programar la cita. Cuando amanezca en Londres, ya estará colgado en tu cuenta de Instagram. Desde la plataforma de Hootsuite puedes programar al mismo tiempo la foto en Facebook, Twitter y Google+.

En el metro, recibes una notificación.

Es de un empleado junior de tu oficina en París. Este empleado tiene permisos limitados en Hootsuite y ha marcado una foto de Instagram para que tu la revises. Es una foto publicada por la mañana, por parte de la madre de la atleta. Realizas una edición rápida de la descripción y programas la foto para ser publicada en Instagram esta tarde. Nota: esta funcionalidad de aprobación solo está disponible en Hootsuite Enterprise.

Alguien se queja de tus zapatos.

Estás haciendo un seguimiento de los hashtags de la campaña de Instagram en Hootsuite y ves que algunos clientes se quejan. Sus pedidos no llegaron y han publicado comentarios en el Instagram de tu atleta. Rápidamente asignas estos mensajes a tu equipo de soporte. Todo esto se realiza desde la plataforma de Hootsuite.

Recibes un selfie cuestionable.

Tu le has dado permisos limitados en Hootsuite a la atleta famosa. Esta ha estado enviando fotos y pequeñas actualizaciones de camino al evento. Abres Hootsuite para la aprobación. Ves que una foto tiene errores ortográficos y no sigue los valores de la marca. Rechazas esa foto, pero publicas las otras en las cuentas de tu marca de Instagram, Facebook y Twitter. Nota: la funcionalidad de aprobación solo está disponible en Hootsuite Enterprise.

El evento está lleno. Encuentras personas influyentes locales.

A medida que la atleta famosa habla con la prensa, monitoreas tu columna de [Vidpiq en Hootsuite](#), realizando un seguimiento de los fanáticos, periodistas y personas influyentes en un radio de 20 millas del evento. Fuera del evento, los fanáticos están quejándose en Instagram de que no pueden ver nada. Usted publicas una foto de detrás de escena para recompensar a los fanáticos por esperar, mostrándoles tu privilegiada perspectiva.

A la mañana siguiente, tu influencia ha crecido en todos los canales.

Después del evento, analizas cuál ha sido el contenido con mayor rendimiento. Cargas las fotos más populares en la [biblioteca de Contenido de Hootsuite](#). Estas serán compartidas con tus equipos y tus empleados de todo el mundo. También creas una galería visual del contenido generado por fanáticos con [campañas de Hootsuite](#). ¿Necesitas tracción rápida? Creas un anuncio de Facebook (en dos clics) para ampliar tu campaña con [Anuncios de Hootsuite](#).

Esa tarde, analizas tu éxito.

Por la tarde, utilizas tu aplicación [Iconosquare para Hootsuite](#) para ver cómo el evento aumentó tus seguidores de Instagram. Puedes analizar el crecimiento de tus seguidores, resumir las estadísticas y realizar un seguimiento a lo largo del tiempo del crecimiento de tus seguidores.

Como has estado utilizando [Ow.ly](#) para acortar tus enlaces en Instagram, puedes crear fácilmente un informe con Hootsuite Analytics mostrando cómo Instagram está aumentando el tráfico, la participación y las compras.

Tus próximos pasos

Ya hemos hablado de cómo Hootsuite ayuda a tu empresa a sacar el mayor rendimiento de Instagram. El próximo paso es añadir tu cuenta de Instagram a la plataforma de Hootsuite. [Sigue estos pasos sencillos para iniciar el video.](#)

Referencias

1. Econsultancy, "20+ Instagram Stats Marketers Need to Know." 2015. <https://econsultancy.com/blog/65939-20-instagram-stats-marketers-need-to-know/>
2. Econsultancy, "20+ Instagram Stats Marketers Need to Know." 2015. <https://econsultancy.com/blog/65939-20-instagram-stats-marketers-need-to-know/>
3. Forrester, "Instagram Is The King Of Social Engagement." 2014. http://blogs.forrester.com/nate_elliott/14-04-29-instagram_is_the_king_of_social_engagement
4. Instagram, "The Making Of: @strght Skateboards." 2013. <http://blog.business.instagram.com/post/49987182910/strght>
5. Edelman, "2015 Edelman Trust Barometer." 2015. <http://www.edelman.com/2015-edelman-trust-barometer/>
6. Maersk Line, "Why Social Media?" 2015. <http://maersklinesocial.com/why-social-media/>
7. Instagram, "Herschel Supply Crafts a Brand Narrative of Stylish Wanderlust on Instagram." 2014. <http://blog.business.instagram.com/post/94555293141/herschelsupply>

Acerca de Hootsuite Enterprise

Asóciate con Hootsuite para acelerar tu transformación en las redes sociales



Hootsuite Enterprise ayuda a las organizaciones a ejecutar estrategias comerciales en el contexto de la era de las redes sociales. Como la plataforma de redes sociales más usada del mundo, Hootsuite Enterprise permite a las empresas globales escalar sus actividades en las redes sociales en múltiples equipos, departamentos y unidades empresariales. Nuestra versátil plataforma soporta un próspero ecosistema de integraciones tecnológicas, y permite a las empresas extender sus redes sociales a los sistemas y programas existentes.

Así mismo, ayudamos a las organizaciones a crear relaciones más profundas con sus clientes, así como a obtener información valiosa a partir de las redes sociales. Hemos innovado desde el primer día y, hoy en día, seguimos ayudando a las empresas a ser pioneras en el ámbito de las redes sociales, así como a impulsar su éxito mediante servicios formativos y profesionales.

Solicita una demostración personalizada visitando: enterprise.hootsuite.com

744 de las empresas de la lista Fortune 1000 confían en nosotros

