

Resumen Imprimible

Curso Community Management

Módulo 5: Instagram

Contenidos:

- Objetivos y tipos de mensajes
- Crear una Cuenta profesional
- Usos de esta red social
- Estadísticas para analizar nuestra performance



¿Para qué sirve Instagram?

Esta red social se diferencia del resto debido al tratamiento de imágenes y videos con resultados profesionales. Es sumamente intuitivo para los usuarios, dando por resultado que cualquiera pueda producir imágenes bonitas, lo que también supone una gran ventaja para las marcas.

Los usuarios se conectan entre sí en torno a intereses comunes, gustos o aficiones. Las marcas pueden dar a conocer sus novedades y armar el “estilo de vida” que caracterizará a esa marca u organización.

El retoque de imágenes se convierte en una herramienta imprescindible para generar contenido visualmente atractivo. Tanto Instagram como Pinterest son redes sociales de imagen, y es justamente allí donde radica su importancia, comprendiendo el peso que tiene lo visual en la comunicación digital.

Instagram es también llamada la “red social de la selfie”, ya que esta práctica se inició aquí. Junto a Pinterest hace gala de la frase que dice que “una imagen vale más que mil palabras”.

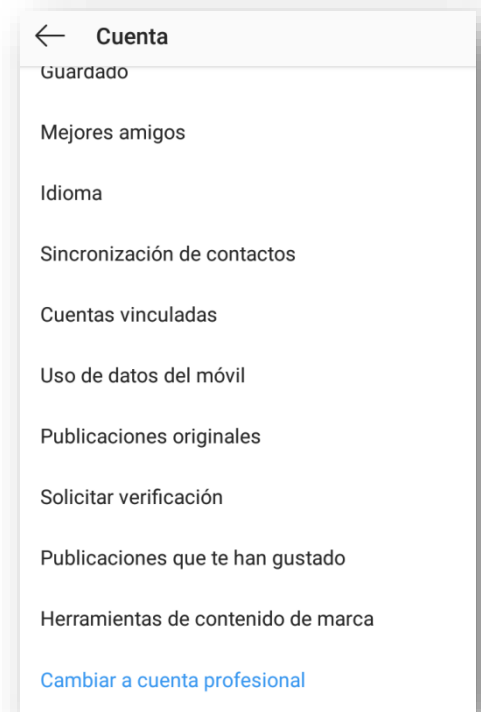
Tener un perfil de empresa en esta red tiene por objetivo potenciar nuestro producto, marca o servicio mostrándolos y retratando a través de imágenes atractivas, el mundo que rodea o que se crea alrededor de él. Las imágenes de Instagram revelando estilos de vida y experiencias de los usuarios a través de productos y servicios.

Cambiar de perfil a empresa:

Accediendo a la parte superior derecha de la pantalla hallarán 3 rayitas horizontales. Ingresando a ese menú se accede a todas las configuraciones de la cuenta. En el apartado Cuenta, una de las opciones dice: “Cambiar cuenta profesional / comercial”.

Siempre es posible “Cambiar a la cuenta personal”.

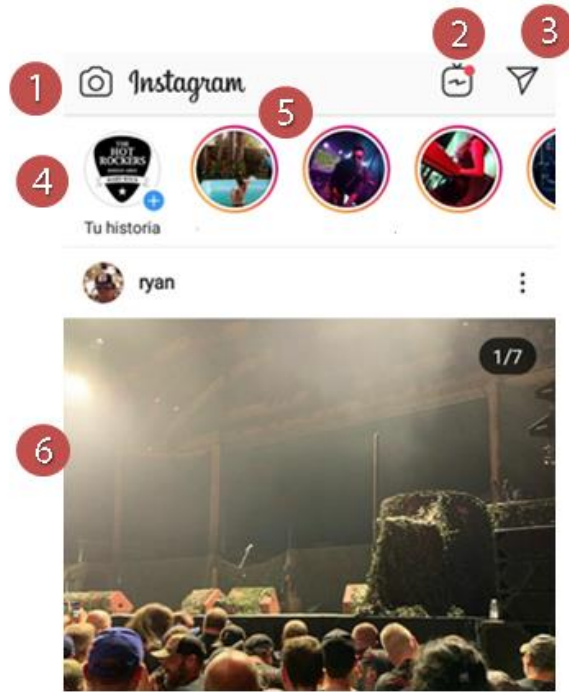
Una vez resuelto esto, vamos a conocer la pantalla de nuestro Instagram, donde vemos lo siguiente:



Conociendo Instagram:



1. Nombre de usuario
2. Buscador
3. Resumen estadístico
4. Perfil
5. Publicaciones
6. Seguidores
7. Seguidos
8. Publicidad
9. Editar perfil
10. Contactar
11. Publicaciones en formato grilla
12. Etiquetas
13. IGTV

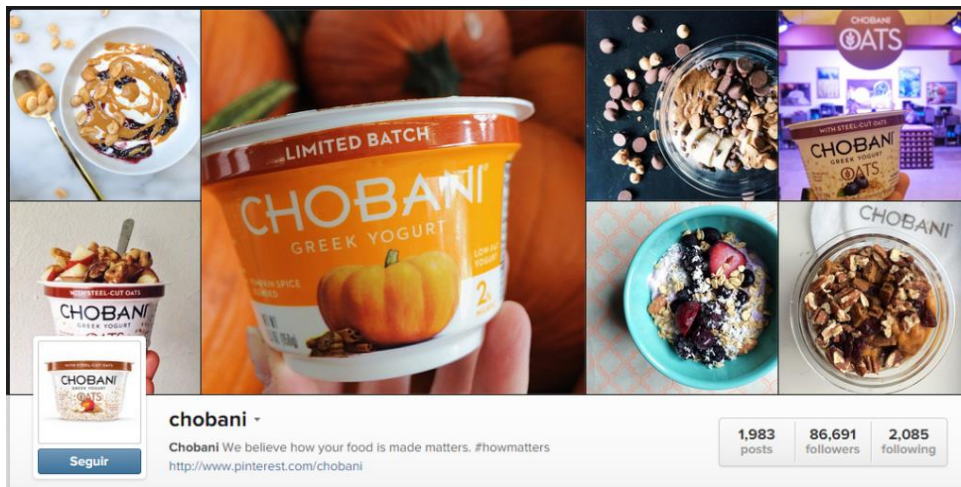


1. Publicar historias
2. IGTV
3. Direct
4. Mi historia
5. Historias
6. Publicaciones

Recomendaciones:

Según expertos como Fabián Herrera (fabianherrera.net), los mejores resultados llegan cuando:

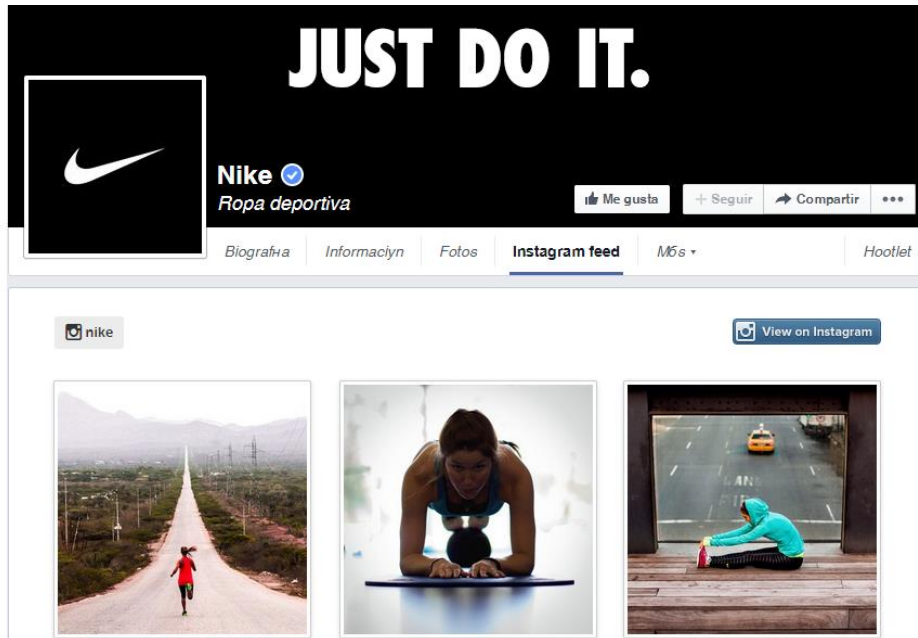
- **Mostramos nuestros productos de forma diferente a la habitual**



- **Mostramos a nuestro equipo de trabajo o a las personas que forman parte de la empresa. Incluso mostramos el “detrás de escenas”.**



- Ampliamos la audiencia conectando otras redes sociales



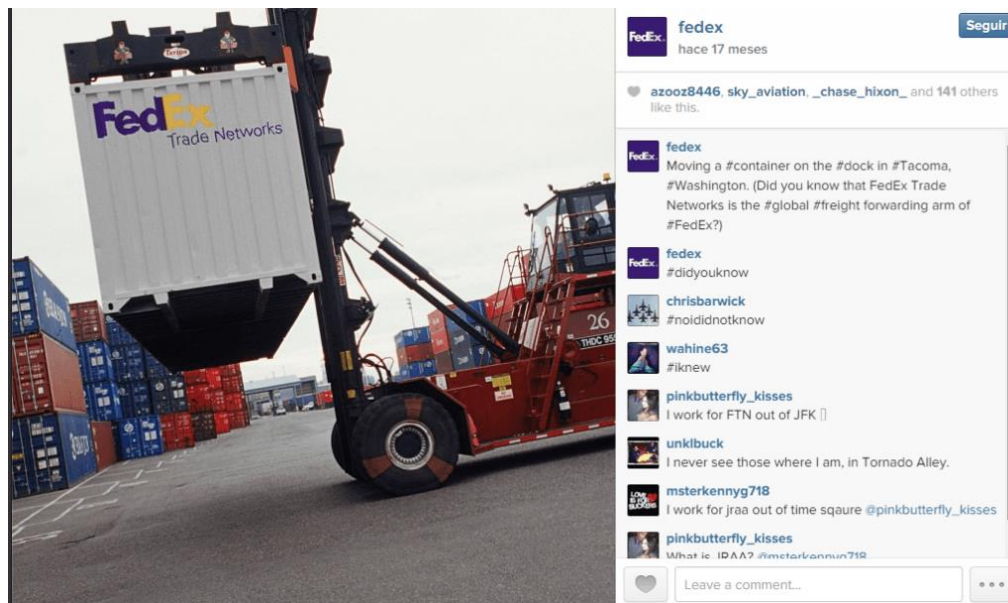
- Mostramos habilidades de nuestros productos



- Exhibimos orgullosos el compromiso de y con nuestros usuarios



- Mostramos el corazón (la esencia) del negocio



Herramientas

1. Publicar
2. Direct
3. Mi historia
4. Historias.

Las Historias de Instagram

Una historia es un contenido efímero, que puede ser foto o video, y que tiene una vida de 24 horas. Luego de esas 24 horas el contenido simplemente desaparece.

Para crear nuestra primera historia, desde la pantalla de inicio hacemos click en la camarita de fotos que aparece a la izquierda, en el extremo superior de la pantalla.

Allí activamos la cámara de nuestro dispositivo móvil y se despliegan las opciones: en vivo, normal, boomerang y manos libres. Cuando sacamos una foto, o hacemos un video o un Boomerang, tenemos disponibles las funciones de edición de Historias de Instagram: texto, dibujo y stickers.

Más herramientas

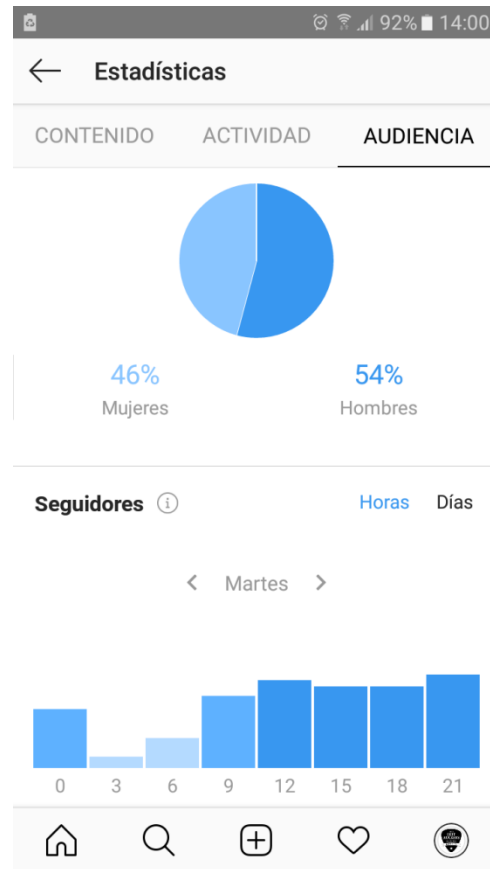
- Los Filtros
- Dibujo
- Texto
- Stickers
- Boomerang
- Video en vivo
- Música
- Temperatura / ubicación

- Encuestas
- Preguntas
- Y mucho más...

Estadísticas de Instagram

Accediendo a la sección Estadísticas de nuestro perfil veremos: impresiones, alcance, y visitas a nuestro perfil. Estos conceptos son exactamente los mismos que hemos estudiado en las redes sociales anteriores.

También se muestran las publicaciones más destacadas de la semana, y en ver más las de los últimos 30 días ordenadas por impresiones. Luego accedemos a las estadísticas de seguidores, agrupados por sexo, edad y ciudades. Edad y sexo serán visibles a partir de los 100 seguidores.



Etiquetado de productos

Según Facebook, los requisitos son:

- “Tu cuenta debe haberse aprobado para usar las compras en Instagram a fin de poder incluir productos en publicaciones e historias.
- Comprueba que tienes la última versión de la aplicación de Instagram.
- Debes haber completado la configuración de las compras en Instagram para poder activarlas desde la aplicación de la plataforma.”

Una vez aprobada la petición, podremos etiquetar productos de la misma manera que etiquetamos personas en nuestras publicaciones. El resultado será el siguiente: