

Y en esta oportunidad llegamos con un nuevo contenido y particularmente, vamos a hablar de Instagram, quizás una de las plataformas más populares al momento de querer la administración y la gestión de redes sociales o el servicio de un Community Manager, así que en esta oportunidad vamos a estar viendo las primeras partes los primeros pasos en relación a esta plataforma tan interesante en lo que llamamos "Introducción a Instagram" o algunas partes fundamentales dentro de esta red social.

Instagram ya lleva un poco más de 10 años desde que salió, desde que nació y en este sentido, ya empezó con 25.000 personas y ya cuenta con millones de usuarios en todo el mundo y dentro de los servicios del Community Manager y de las cosas por las cuales se convoca a un Community Manager, Instagram posiblemente sea una de las plataformas que te pidan asesoramiento y que te piden en la cual vos puedas brindarle algún tipo de impulso o ordenamiento a la red social de algún cliente.

Así que, vamos a ver algunas consideraciones sobre esta red social.

Ya hemos visto algunos aspectos fundamentales que se condicen con las buenas prácticas que hemos visto en Facebook, con algunas consideraciones del algoritmo dentro de lo que tiene que ver con Facebook, así que, vamos a pasar en Instagram, a ver algunas consideraciones más dentro lo que tienen que ver con las buenas prácticas a llevar adelante al momento de generar contenidos en la plataforma, ¿por qué?, porque una de las cosas que a veces más nos preguntan o a veces más se requiere de del lado del cliente o del lado del asesoramiento que podamos darle, es responder esta pregunta, ¿cómo puedo ser visible en Instagram?, ¿cómo puedo ser visible en las noticias?, así que vamos a ir directamente abordando este tipo de consideraciones, ¿sí? Así que, algunas buenas prácticas a tener en cuenta dentro de la plataforma al momento de generar contenido es interactuar en formato conversación con la comunidad, responder con rapidez los mensajes, los comentarios, es una de las cosas de mantenernos visibles. Instagram tiene de alguna manera una de las etapas de sprint o de primeras instancias de visibilidad, más cortas de todas las redes sociales, entonces, todo lo que tiene que ver con lo que sale en el muro de las noticias y ese primer, ese primer pantallazo que se le da las muestras, si hay un comentario o si hay alguna interacción de ese estilo respondela rápidamente, para aprovechar esas primeras esas primeras horas en la cual tu publicación está visible, ya que luego es tapada por otras publicaciones, quizás más novedosas o ya llega un nuevo día y tu publicación prácticamente, se va a invisibilizar. Entonces, si hay comentarios en esas primeras etapas a medida que vas publicando, bueno, comentá con rapidez, respondé con rapidez, porque esto también le va a dar un volumen mayor a la atracción de visibilidad que pueda darte la plataforma.

Utilizá bastantes palabras y un poco menos de hashtag, en las palabras también no solamente hacen que las personas entiendan un poco más el contenido, es una pieza que le da creatividad a todo lo que tiene que ver con lo que nosotros estamos publicando, pero también influye en otras métricas como retención dentro de lo que tiene que ver con una publicación, mientras vos más escribas, más algunas cosas des, la la publicación también va a ir midiendo de otra manera el interés de interacción, aún cuando no te dejen algún me gusta, aún cuando no te dejen un comentario, aún cuando no compartan tu publicación, si las personas amplían la imagen o se quedan viendo tu publicación ponen el ver más en el texto y se quedan leyendo tu publicación, eso también le da signos o señales a Instagram de que tu publicación es interesante y se tiene que visibilizar más. En este caso, tomarnos entonces el tiempo para escribir el pie de la foto o el pie del vídeo o del contenido que nosotros estemos publicando, en este sentido, tomate un tiempo para redactar lo bien, para que sea algo interesante para que sea algo que cautive al que vea tu posteo y en definitiva, se quede ahí dando está métrica de retención, al momento de Instagram considerar como algo de valor una publicación que hacemos. Así que, no solamente respondas con rapidez los comentarios, utilizá palabras y en este sentido tomate un tiempo para que esas palabras sean los más cautivantes posibles.

Sé constante la frecuencia también es importante dentro de lo que tiene que ver con la relación, no solamente de hábitos con los usuarios, los usuarios tienen que saber más o menos cada cuánto publicás, en definitiva cuándo publicás una vez por día, dos veces por día, una vez cada tres días, en definitiva, la frecuencia que a vos te sea útil y en definitiva, la que la marca quiera comunicar, es importante también que seas constante con eso y en definitiva, que te permita a vos también tener un rango de medición, de manera de que vos puedas comparar periodos similares contra periodos similares. Si vos en una semana publicaste siete veces y la otra semana publicaste uno, cuando vayáis a hacer las estadísticas o de alguna manera ir generando las correcciones o mejoras, si no fuiste constante o no tienes alguna serie o una regla como para ir midiendo tu trabajo, va a ser mucho más difícil establecer algunos parámetros de mejora, oportunidades que pueda tener la cuenta, etcétera, etcétera, etcétera.

Así que, la constancia no solamente ayuda a entrenar el algoritmo, no solamente ayuda a comunicarte con la gente, sino que a vos te ayuda a medir mejor tu trabajo y finalmente, conoce también, en quinto lugar vamos a

ver algunas otras más, conocer tu "prime time", es decir, en las estadísticas fíjate cuando las personas están más conectadas al momento de los seguidores activos que tengas, en definitiva, vos podés medir en las estadísticas en qué momento hay mayor conexión de tu público. Esto también define una posición estratégica, al momento de generar el contenido, pues podés publicar cuando está el prime-time, es decir cuando la mayor cantidad de gente activa está conectada o podés publicar un poquito antes, de manera de que tu publicación no tenga tanta competencia, porque imagínate, que el prime-time de tu cuenta, puede ser también el prime-time de otras cuentas, en donde vos estás compitiendo con ese contenido, contra otros creadores que también están publicando esa misma hora, así que, ésta es una decisión de estrategia, en definitiva, si vas a publicar en el pico de atención mirando las estadísticas, donde más gente está conectada, vas a hacerlo un poquito antes de manera de agarrar la curva ascendente eso lo vas a tener que ir haciendo a medida que vayas experimentando, micro-experimentación y viendo a ver cómo responden los datos, qué es lo que mejor te va funcionando, sin embargo, tenés que conocer cuál es el mejor horario de la cuenta.

También tenés algunas otras cositas, no agobies a tus seguidores, en definitiva, a partir de cuál sea la naturaleza de tu relación con los seguidores, vos vas a saber a ver en definitiva, cuánto es el volumen en este caso que un seguidor puede tolerar en materia de interacciones y demás, de manera de, en este punto, no solamente de la frecuencia, estamos hablando del contenido que uno pueda tener, ya sea diario o en un mismo día, sino también de las cosas que estén comunicando, si siempre estás comunicando lo mismo, si siempre estás comunicando "promoción, promoción, promoción", "venta, venta, venta", "comprarme, comprarme, compra,e", seguramente esas cosas también vayan agobiando al seguidor que al principio te va a estar interactuando, pero después le va a resultar indiferente, porque va a sentir que las publicaciones son iguales a las anteriores. Entonces, tratá de variar, tratá de, en este caso, ir, bueno, dentro lo que tenga que ver con los mensajes que uno pueda transmitir tratar de ir matizandolos, de manera de no agobiar al seguidor.

No tome seguidores falsos, no vayan por este camino de la compra de seguidores o algunas otras prácticas, capaz que no van a ser útiles al momento de ganar seguidores, porque, acordate, cuando un posteo se publica Instagram elige una muestra y si justamente le cae esa muestra a los seguidores que vos compraste o que ganaste en alguna, en alguna otra actividad, que capaz que te llegan seguidores por alguna otra acción o alguna otra otra cuenta que te trae seguidores, a partir de lo que vos le pagues y otras formas en las cuales vos podés llegar a seguidores que realmente no son genuinos, interesados en tu cuenta, puede ser que cuando vos posteas es algo Instagram le muestre tu contenido a esas personas que realmente no están interesados en tu cuenta, esas personas sean indiferentes a tu contenido e instará me entienda que tu contenido no es relevante y te invisibiliza, así que en definitiva, decile no a los seguidores falsos, porque puede traerte consecuencias a largo plazo, a corto, mediano y a largo plazo.

Generá publicaciones de calidad, no solamente tenga que ver con la calidad del contenido multimedia, la foto, lo que vos subas, sino también con lo que escribas, con el aporte de valor que le estés dando también a los seguidores, que sea algo que esté afín a los que los seguidores también están buscando o le pueda interesar. A medida que vayas conociendo tu comunidad, no solamente vas a poder ir creciendo en la parte técnica de calidad del contenido que estás subiendo, sino en la parte técnica del abordaje del contenido que está subiendo, en definitiva, mucho más enfocado en las necesidades, mucho más enfocado de la resolución de problemas concretos de las personas que están del otro lado o satisfaciendo las necesidades que te está consumiendo tiempo y en este sentido generar publicaciones de calidad hace que en definitiva seamos más visibles en la red social. Y también, no te olvides, no solamente de publicar en en la sección de noticias para aparecer ahí, sino también a subir historias. Subir historias es otro tipo de estrategia que también te puede ayudar, en este caso, a ser visible en redes sociales. Hay otros formatos que vamos a ir viendo dentro de lo que tiene que ver con los tipos de contenidos, con publicaciones compartidas, rails en vídeos y en este caso, vamos a ir apartándonos sobre cada uno de ellos, pero sin embargo, dentro de los aspectos visibles, recordá: comentarios con rapidez, interacciones, contenidos de calidad, todo lo que tenga que ver con la variedad, no hago agobies a tus seguidores, distintos tipos de elementos que nos van a ayudar a ser visibles en la red social.

En este caso, vamos a ir avanzando en este punto para ver una visión un poquito más apartada al mundo profesional o al mundo del negocio del Instagram utilizado para la aplicación de negocios y en este punto nos va a permitir este, Instagram aplicado al negocio, a realizar por ejemplo anuncios sobre nuestros posteos. Vas a poder acceder a Instagram Insights o las estadísticas, no solamente desde la parte central en donde vos vas a poder tocar los tres puntitos y acceder a tus estadísticas, sino que también con el botón estadísticas, que tenés en tu perfil, en este sentido vas a poder acceder a estadísticas generales de tu cuenta, ya sea posteos, stories, vídeos, cuántas personas lo vieron, el alcance, etcétera, etcétera, etcétera, sino que vas a poder acceder a estadísticas concretas de cada una de las publicaciones que vayas teniendo, así que es algo muy interesante tener en cuenta también cuando vos tenés una cuenta de carácter profesional o que ya estás viendo con una

visión de negocio el uso de Instagram. En particular vas a poder ver el alcance y las impresiones de las publicaciones, las interacciones con los botones de contacto del alcance, si alguien hizo clic para llegar a tu perfil, si la gente reprodujo tu vídeo, cuántas personas reprodujeron tu vídeos, tantos segundos, un resumen semanal y evolución de la cuenta en materia de seguidores, en materia de contenidos, en materia de una vista general de los tipos de publicaciones que vos tenés y cómo vas llegando a cada una de las publicaciones en relación a las estadísticas y más cosas que vos vas a poder ver cuando tenés una cuenta de negocios y tenés habilitado el botón de estadísticas.

También vamos a poder ver publicaciones y stories más destacadas, interacciones, características de los seguidores, período de actividad de tu público y otras métricas que, bueno, pueden ser muy utilizadas el momento de evaluar oportunidades de mejora, evaluar la evolución y la salud de tu cuenta y en definitiva tener la posibilidad de corregir algunas cuestiones que vos veas en tu cuenta que no están funcionando.

Así que, las estadísticas nos ayudan a decidir y cuando tenemos una cuenta de negocios, es muy interesante el momento de plantearnos el uso de esta información, para las mejoras en el contenido.

Acá vemos algunas imágenes de cómo esto se ve, ¿no?, de seguidores y no seguidores que llegan a tu cuenta, de interacciones en las publicaciones, de interacciones de las historias, del crecimiento y desglose de los seguidores, en definitiva distintos tipos de aspectos que nos van a permitir tener información para la toma de decisiones, así que, descargarte la aplicación de Instagram, creá una cuenta personal, seleccioná "usuario y contraseña", subi una foto de perfil y ahí vas a poder cambiar a una cuenta profesional, ya sea empresa o profesional y en este sentido, terminá de completar tu perfil y vas a tener el acceso a las estadísticas.

Si vos tenés una cuenta personal en este momento, podés cambiarla una cuenta profesional o de empresa para acceder a estas opciones y para que empiece a tomar datos, sobre todo, muy interesantes en las publicaciones individuales.

Así que, creación de la página empresa en Instagram, vas a la configuración, cuentas cambias a la cuenta profesional o de empresa o directamente desde la creación, siguiendo estos pasos. Con esto vamos a estar muy bien preparados para seguir avanzando en el conocimiento de esta plataforma tan pedida en materia de tener la información suficiente para la generación de contenidos. para la elaboración de estrategias y para la profesionalización de nuestro rol.

Así que nos vemos en el próximo vídeo, con un poco más de Instagram.