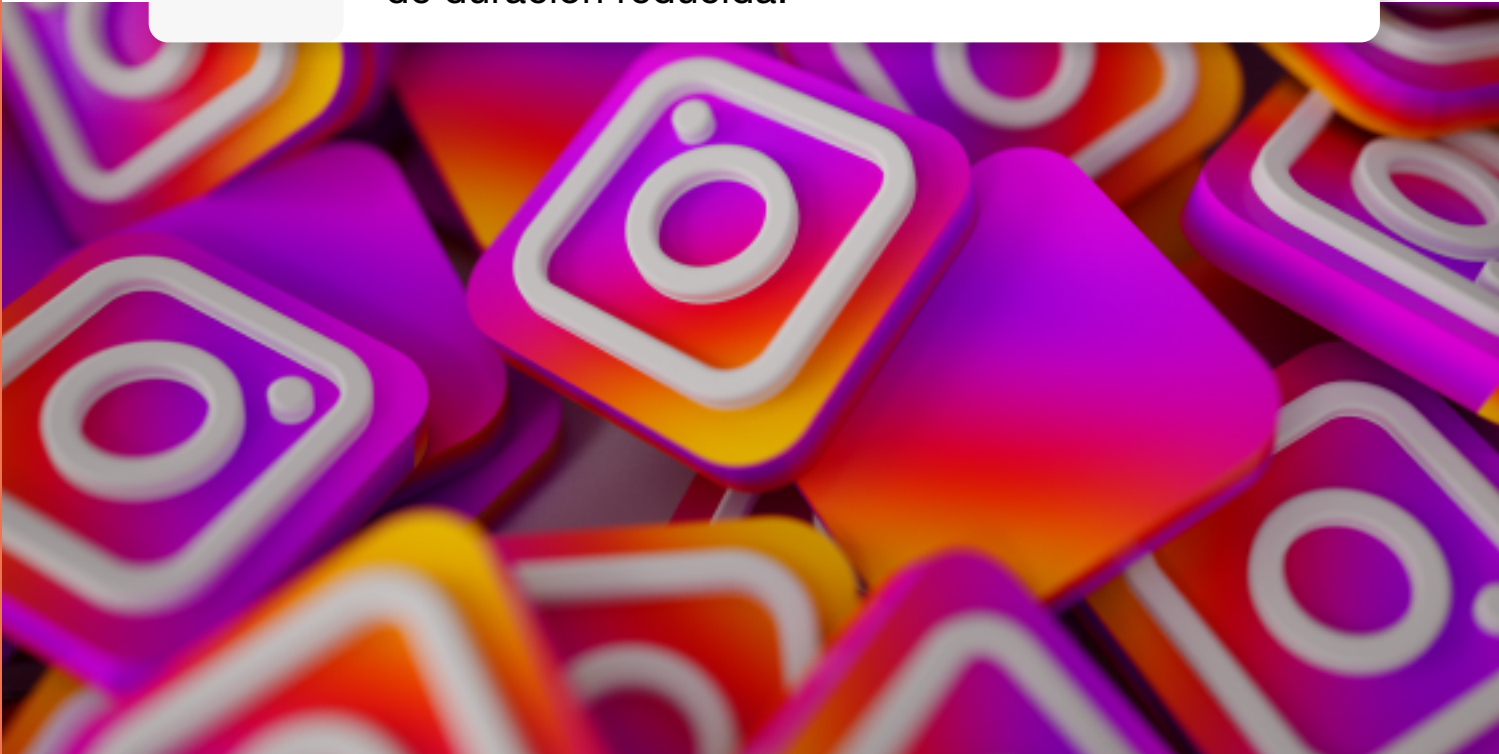


¿Cómo conquistar al algoritmo de Instagram?

Guía Instagram 2024
para empresas.



Instagram se ha convertido en la red social por excelencia para conectar con el público de la generación Millennial. Se disputa con Tik Tok el título de plataforma líder en contenido audiovisual y de duración reducida.



DATOS de INTERÉS sobre Instagram



2.000
millones

de usuarios activos en Instagram al mes.



200
millones

de usuarios con perfil de empresa.



62,4
%

de los usuarios utilizan la plataforma para seguir a las marcas.



4,12
€

de retorno reciben las marcas por cada 1€ invertido en campañas con influencers.





(TOP) RECOMENDACIONES

para activar el algoritmo.



FORMATOS MEJOR VALORADOS



¡No te olvides!

Utilizar una música en tendencia no implica el éxito directo del Reel. Trata de equilibrar la balanza con tus audios originales.



REELS VIRALES



Intenta captar la atención del usuario en los 3 primeros segundos.



Incluye entre 1 y 3 hashtags relacionados con tu vídeo.



Añade voz, música y subtítulos al contenido.



Colabora con otros perfiles para amplificar tu alcance.



PERFILES ESTELARES – INTERACCIÓN Y ESCUCHA



Inicia conversaciones. Si un usuario comenta tu publicación, respóndele en privado para activar el diálogo y aumentar la interacción.



Analiza tu audiencia para determinar el horario ideal de publicación.



Define una estrategia específica para tus stories. ¡Afianza el compromiso con tu audiencia!



TRIUNFA CON LAS STORIES

- ✓ Publica 3 historias al día, 3 veces a la semana.
- ✓ Crea baterías de stories añadiendo un cuestionario, una pregunta o un enlace en la primera y última historia.
- ✓ Responde en un plazo de 24h a los comentarios recibidos en tus stories.
- ✓ Añade el sticker de ubicación o menciona a otras cuentas que podrían tener relación con el contenido para amplificar el alcance de la story.



KPI's de valor

Análisis técnico y táctico de perfiles de empresa en Instagram. Revisa tus estadísticas y toma decisiones.



INDICADORES DE OPTIMIZACIÓN DEL PERFIL DE EMPRESA



Identidad Visual

- Imagen de perfil
- Avatar
- Identidad del feed
 - ¿El feed está cuidado?
 - ¿Mantiene un estilo gráfico y cromático definido?



Presentación

- Descripción
- Sector
- Enlace
- Botones
- Dirección



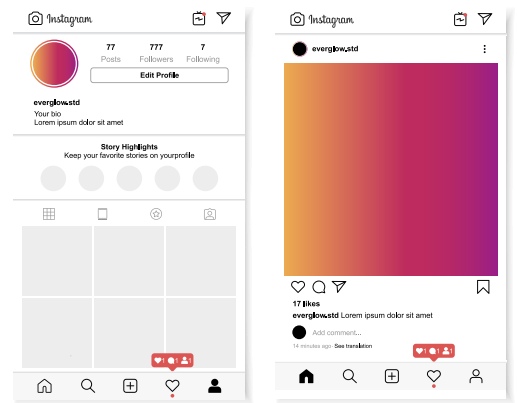
Propuestas de valor diferencial

- Historias destacadas
- Threads
- Canal de difusión



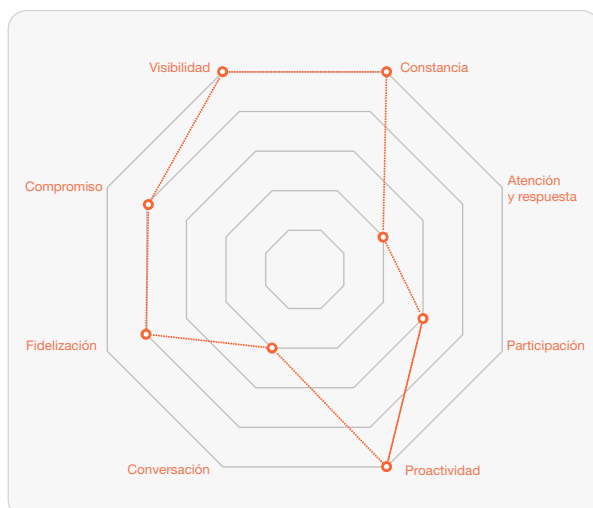
Actualidad

- Publicaciones
 - Stories
 - Reels
 - Posts
 - Posts etiquetados



INDICADORES DE ACTIVIDAD DEL PERFIL

Analiza los indicadores y puntúalos del 1 al 5



INDICADORES DE ENGAGEMENT DEL PERFIL

Calcula la ratio de engagement de tus publicaciones





Glosario de términos



Reels

Es un formato de contenido propio de Instagram que permite a los usuarios subir vídeos creativos en vertical de 10 minutos como máximo. Ofrece diversas opciones para agregar música y elementos interactivos.



Stories

Es una colección temporal de fotos y vídeos que los usuarios pueden compartir en su perfil de Instagram. Las Stories desaparecen después de 24 horas y se utilizan habitualmente para compartir contenido más espontáneo e informal.



UGC Creator

Un User Generated Content es un usuario que genera contenido relacionado con una marca o producto de manera creativa y auténtica, contribuyendo a la notoriedad de la marca. Actualmente, es una profesión en crecimiento.



Influencers

Es un usuario que ha construido un segmento significativo de audiencia comprometida y es contratado por las marcas para promocionar productos o servicios.





**Más de 50 marcas corporativas
y 80 marcas personales confían
en nuestra metodología de trabajo.**

Tu consultora estratégica especializada
en comunicación digital y marca personal.