



El poder de las Redes sociales

Despega tu Pyme



Fernanda

soy

Fernanda

Fernanda



Entendiendo las Redes sociales



La más famosa,
la primera



Microbloggin



Red social profesional



El complemento a la TV



Más popular para
contenidos



Los Algoritmos de Instagram

Algoritmo de Feed e Historias

El rendimiento de nuestros contenidos, se basa en:

- **Información del post:**

- Tiempo que las personas pasan en el post

- Comentarios

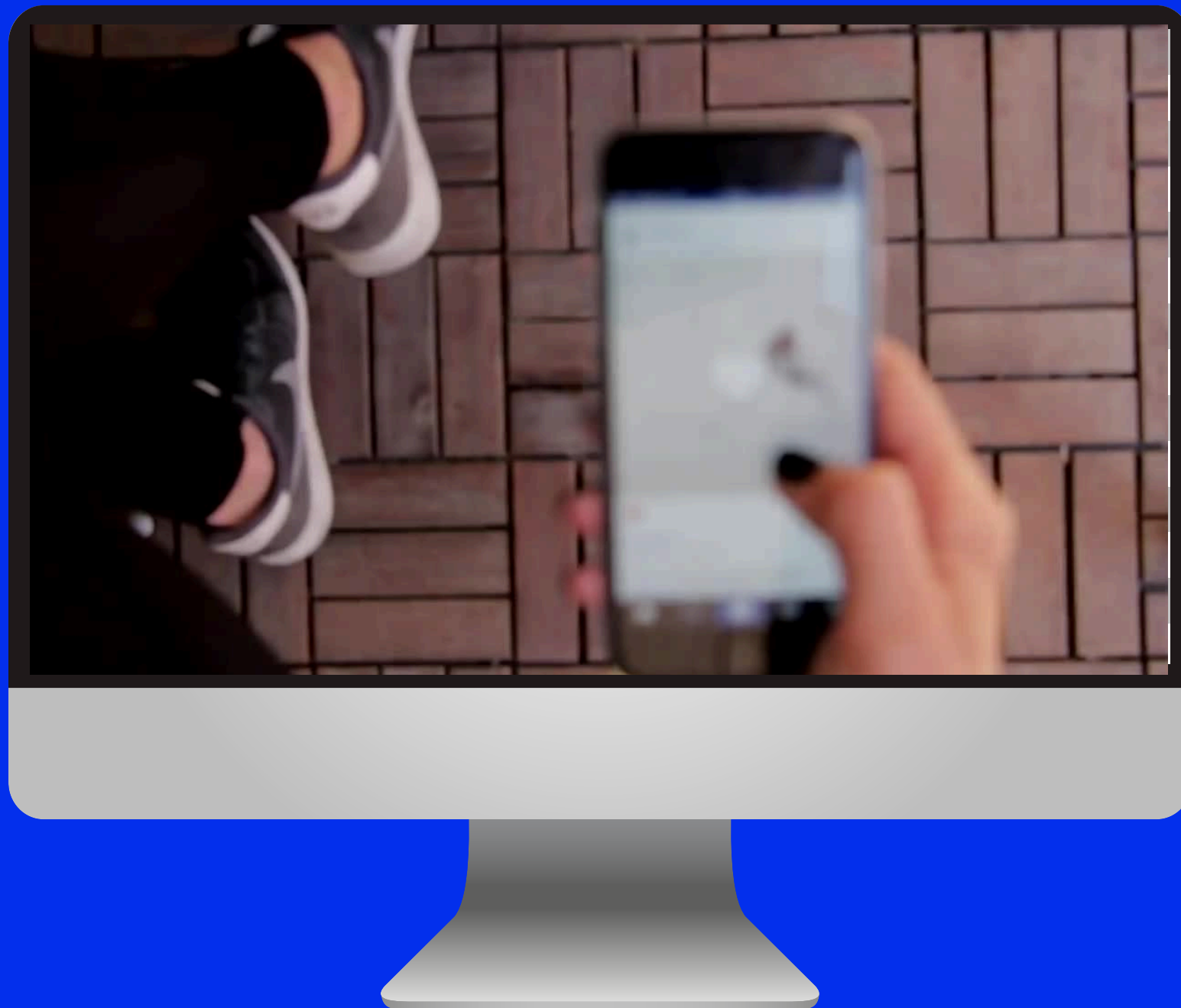
- Me gusta

- Guardados

- Clics en la foto de perfil

- **Información sobre la cuenta que lo publicó**

- **El historial de la persona interactuando con una cuenta.**



Los Algoritmos de Instagram

Algoritmo de sección Explorar



Por qué hay que tratar de aparecer en Explorar?

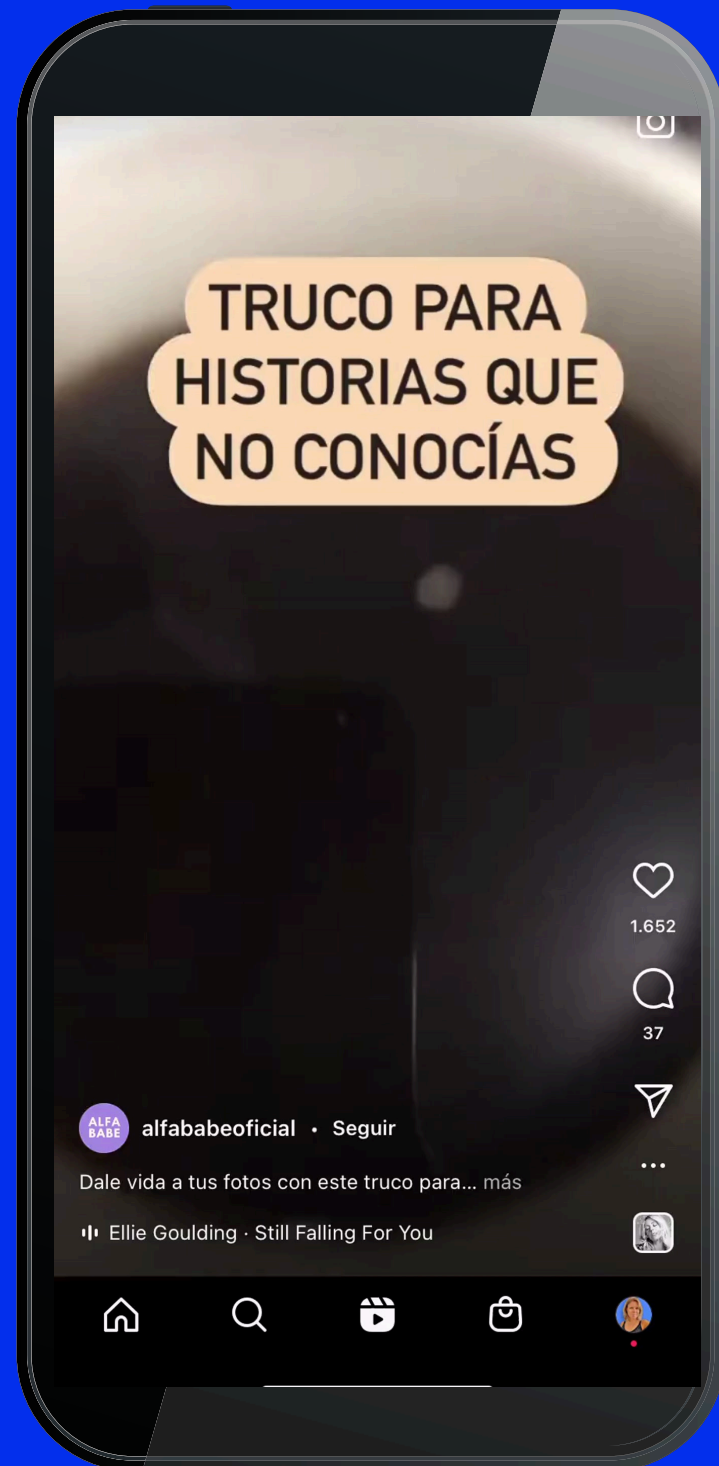
Para llegar a públicos nuevos y ampliar audiencia

DATO:
PARA USAR EXPLORADOR COMO FUENTE DE INSPIRACIÓN



Los Algoritmos de Instagram

Algoritmo de Reels



Qué hay que evitar?

- Videos de baja calidad, pixelados
- Videos con marca de agua, por ejemplo con logo de Tik Tok
- Videos con temas políticos

Algoritmo de LinkedIn



1. La publicación se muestra a pequeña porción de contactos de la cuenta
2. El algoritmo ve la tasa de participación, cantidad de recomendaciones y comentarios, el comportamiento de las primeras 3 o 4 horas determinará el alcance del post.
3. De acuerdo a esto, lo mostrará más o dejará de mostrarla.

Qué más considera el algoritmo?

- Tamaño red
- Uso de #
- Legibilidad
- Las visualizaciones de últimas publicaciones
- Enlaces que llevan fuera de LinkedIn

Límites de Instagram



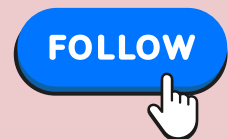
LIKES: máximo de 100 me gustas por hora



COMENTARIOS: máximo 60 comentarios por hora



HISTORIAS: máximo de 100 historias cada 24 horas.



FOLLOW: hasta 200 cuentas por hora

UNFOLLOW: máximo de 200 cuentas por hora



SIGUIENDO: máximo de 7.500 cuentas



NOMBRE DE PERFIL: 30 caracteres como máximo.

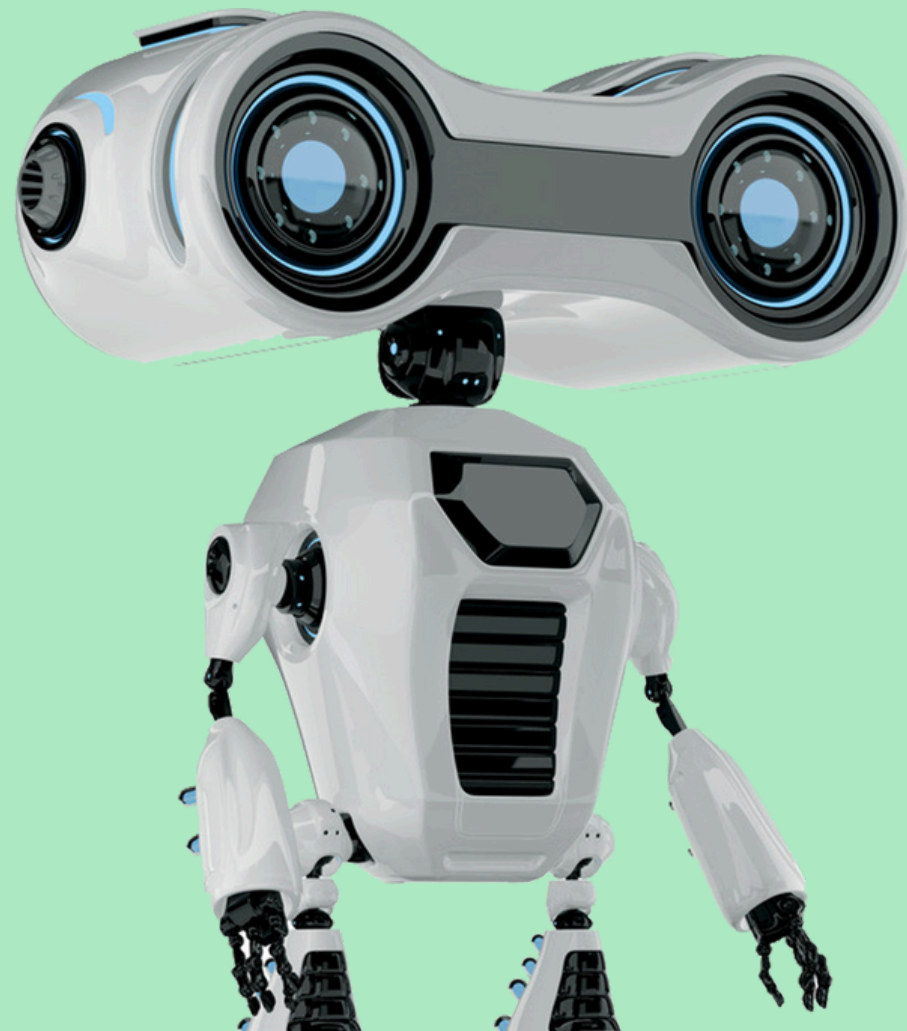
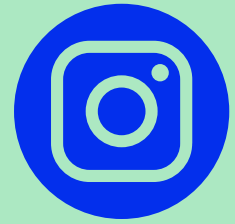


BIOGRAFÍA: 150 caracteres



HASHTAGS: 30 hashtags

5 aspectos que no debes olvidar sobre algoritmos



1

Preferir contenido visual de calidad

2

El Engagement temprano importa

3

Privilegiar frecuencia constante

4

Usar efectivamente los hashtags y etiquetas

5

Enfocarse en impulsar interacciones significativas

5 aspectos que no debes olvidar sobre algoritmos



1

Preferir contenido profesional relevante

2

Valorización de interacciones de contactos cercanos

3

Contenido de alto valor informativo

4

Usar efectivamente los hashtags y menciones

5

Linkedin favorece contenido nativo



Diferencia entre cuenta personal y profesional



Personal



Creador



Empresa

Para quién?
Perfil privado
Analíticas
Publicidad
Perfil con botones a enlaces
Musica “real”
Instagram Shopping

Personas en general



Bloggers, personajes públicos, creadores de contenido.



Empresas



Tipos de Cuenta



Personal



Empresa

Para quién?	Profesionales	Empresas
Información CV	✓	
Analíticas	✓	✓
Promoción contenido		✓
Perfil con botones a enlaces	✓	✓

Optimizar Perfil



NOMBRE

DESCRIPTIVO

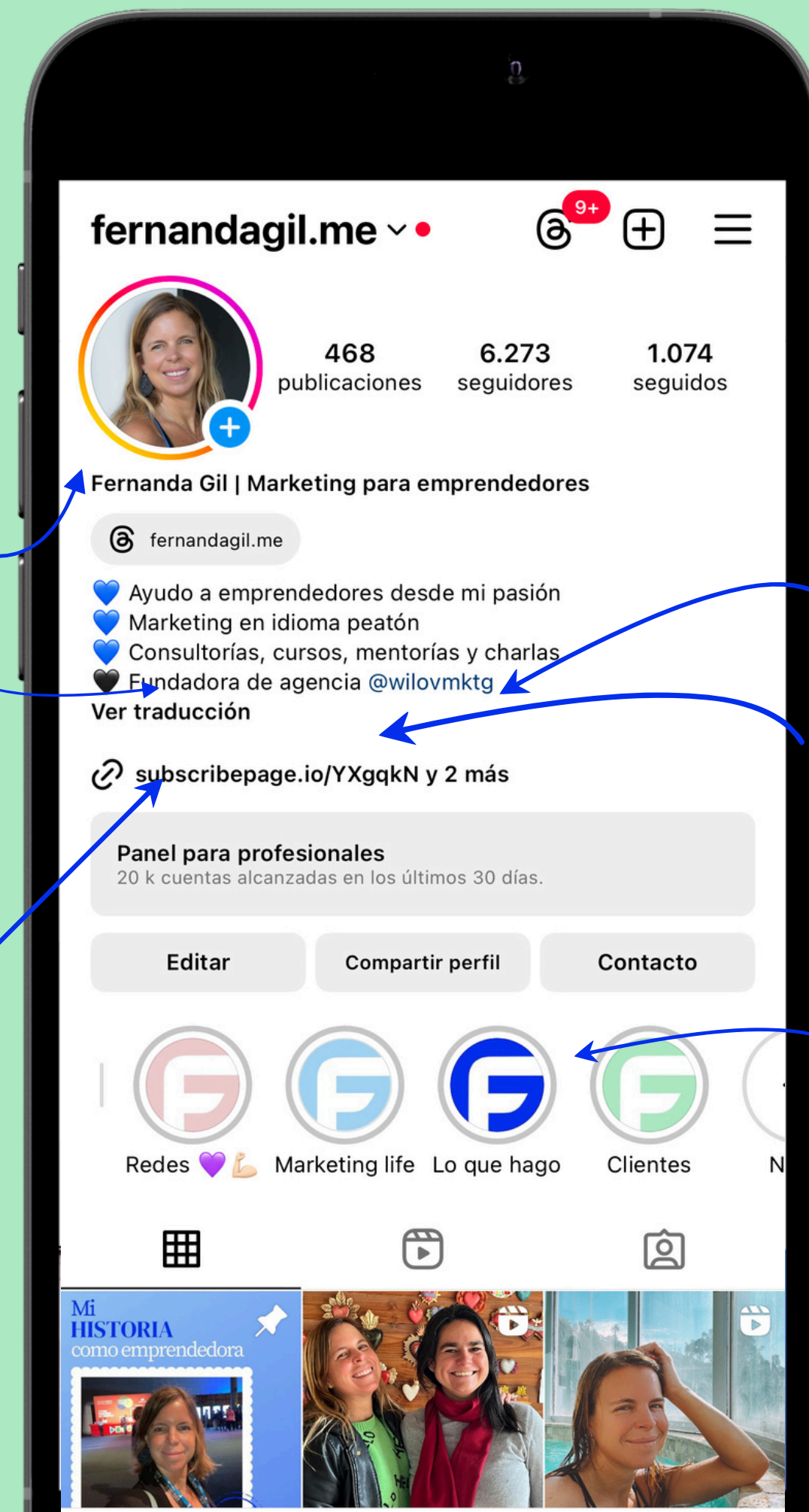
Ideal incluir el sector o una palabra clave que describa lo que vendes.

EMOJIS DESCRIPTIVOS

Usa emojis o símbolos para humanizar y hacer más atractiva la biografía.

ENLACES

Puedes usar Linktree o usar los enlaces disponibles de IG.



PERFIL CLICKEABLE

Si tienes otra cuenta, agrégala con el @ para acceder fácilmente

LLAMADO A LA ACCIÓN

Agrega llamada a la acción para indicarle a la audiencia qué quieres que hagan.

PORTADAS HISTORIAS DESTACADAS

Usa un diseño ad hoc a la marca para las historias destacadas, que hagan más atractivo el perfil.

Optimizar Perfil



Foto de perfil profesional, mirando a cámara

Analizar foto de perfil



Nombre completo

Palabras Clave
Usar los términos por los que te podrían encontrar, de acuerdo a lo que haces y ofreces.



Banner
Usar gráfica que apoye y refuerce tu área de expertise y contactos.

Sitio web
En caso de aplicar

Estudios o casa de estudios realizados

Extracto Breve descripción de quién eres, que haces y para quiénes

Auditar tu cuenta de Instagram

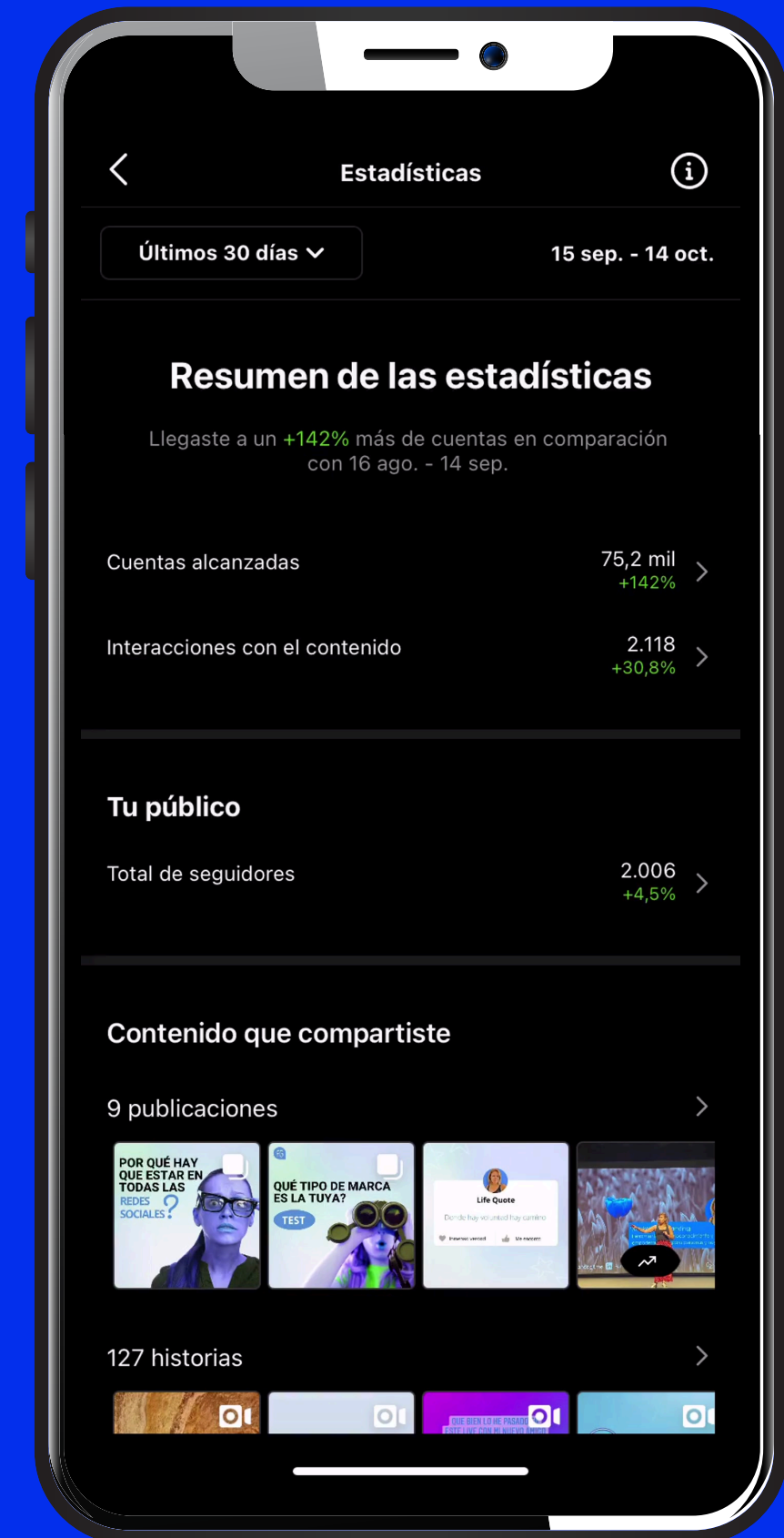


ESTÉTICA:
Colores, fotos

BIOGRAFÍA

HISTORIAS
DESTACADAS

CONTENIDOS



Post Simple

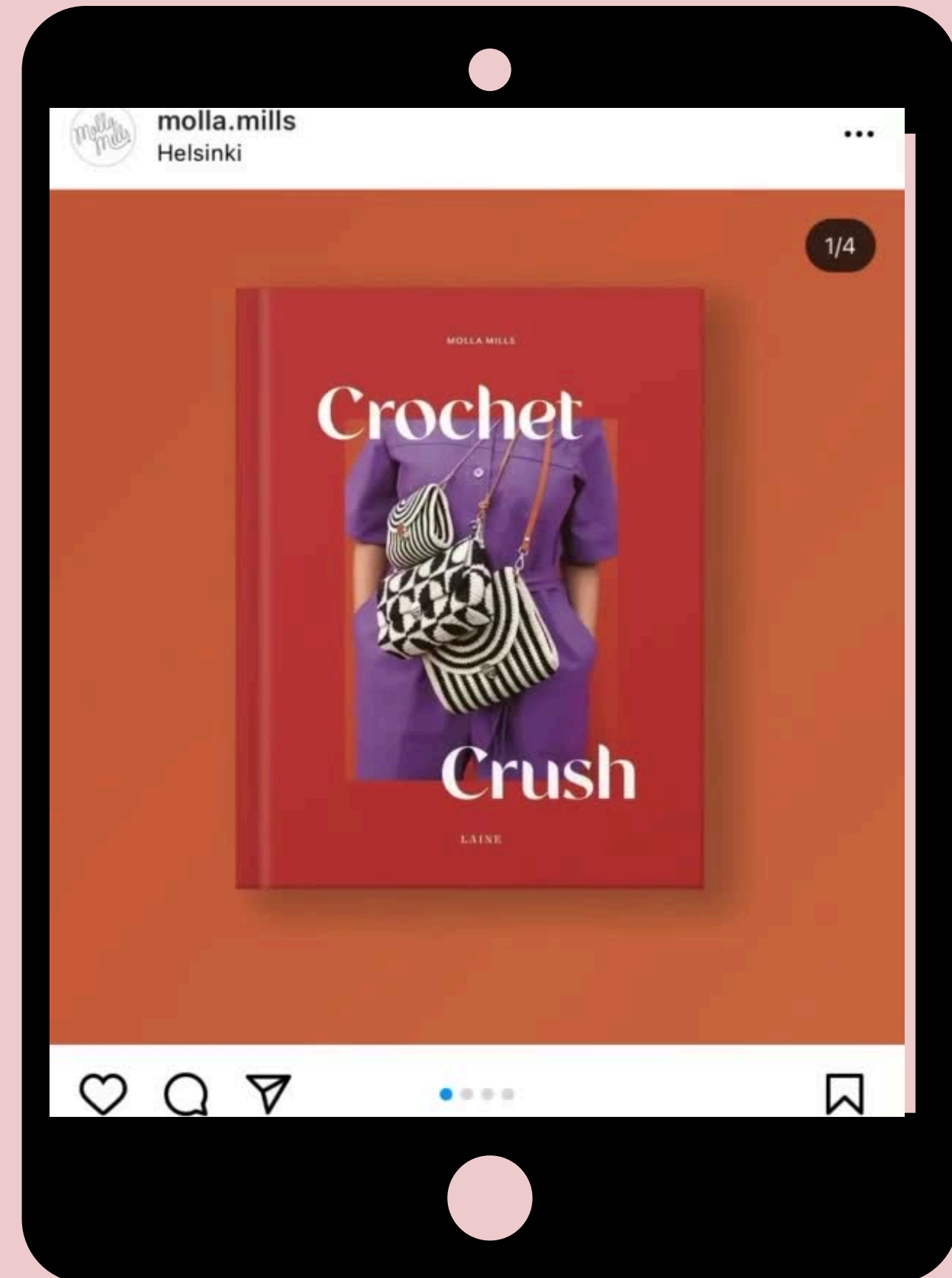


- Foto del producto final
- Frase inspiradora o frase célebre
- Checklist
- Foto que cuente una historia relacionada a lo que vendes
- Paso a paso o evolución de producto que vendes



Carrusel

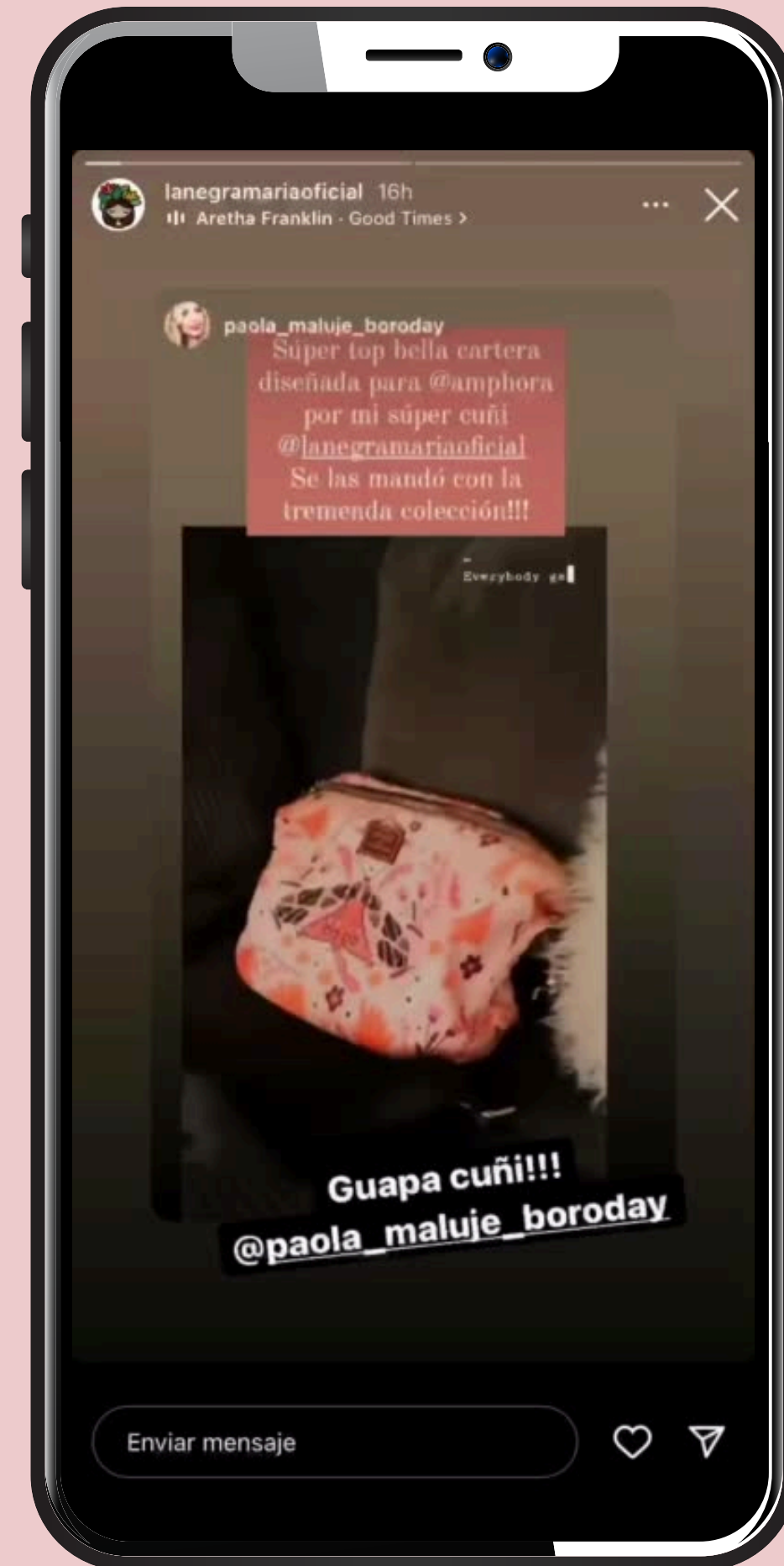
- Tips para solución relacionada con la marca
- Beneficios de producto / servicio
- Ideas de uso de producto/ servicio
- Noticias relacionadas con la marca
- Productos o servicios destacados



Historias



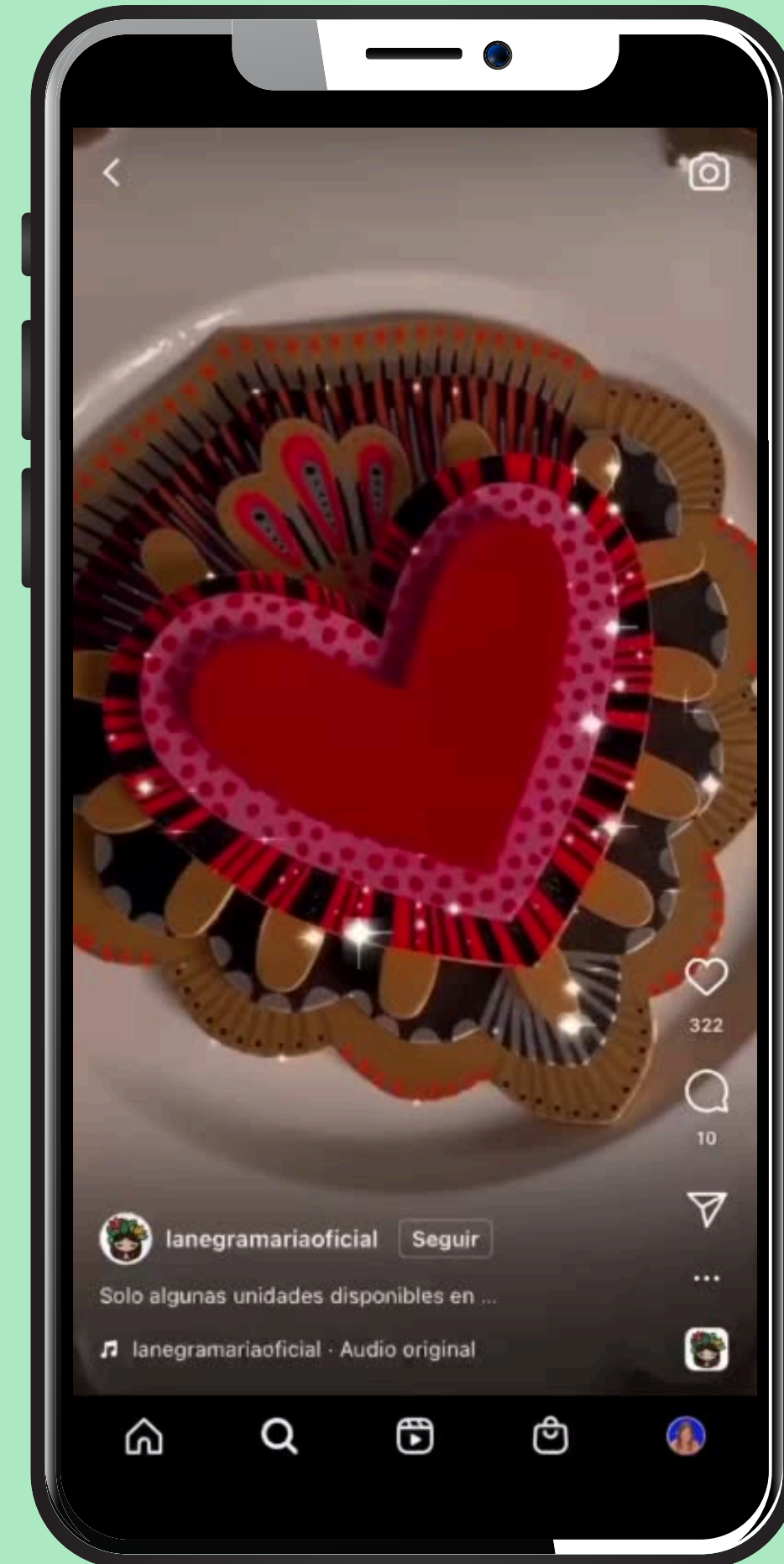
- Cliente feliz
- Expectativas de nuevo producto/ servicio
- Destacar a un fan
- Detrás de escena, o proceso de trabajo



Reels



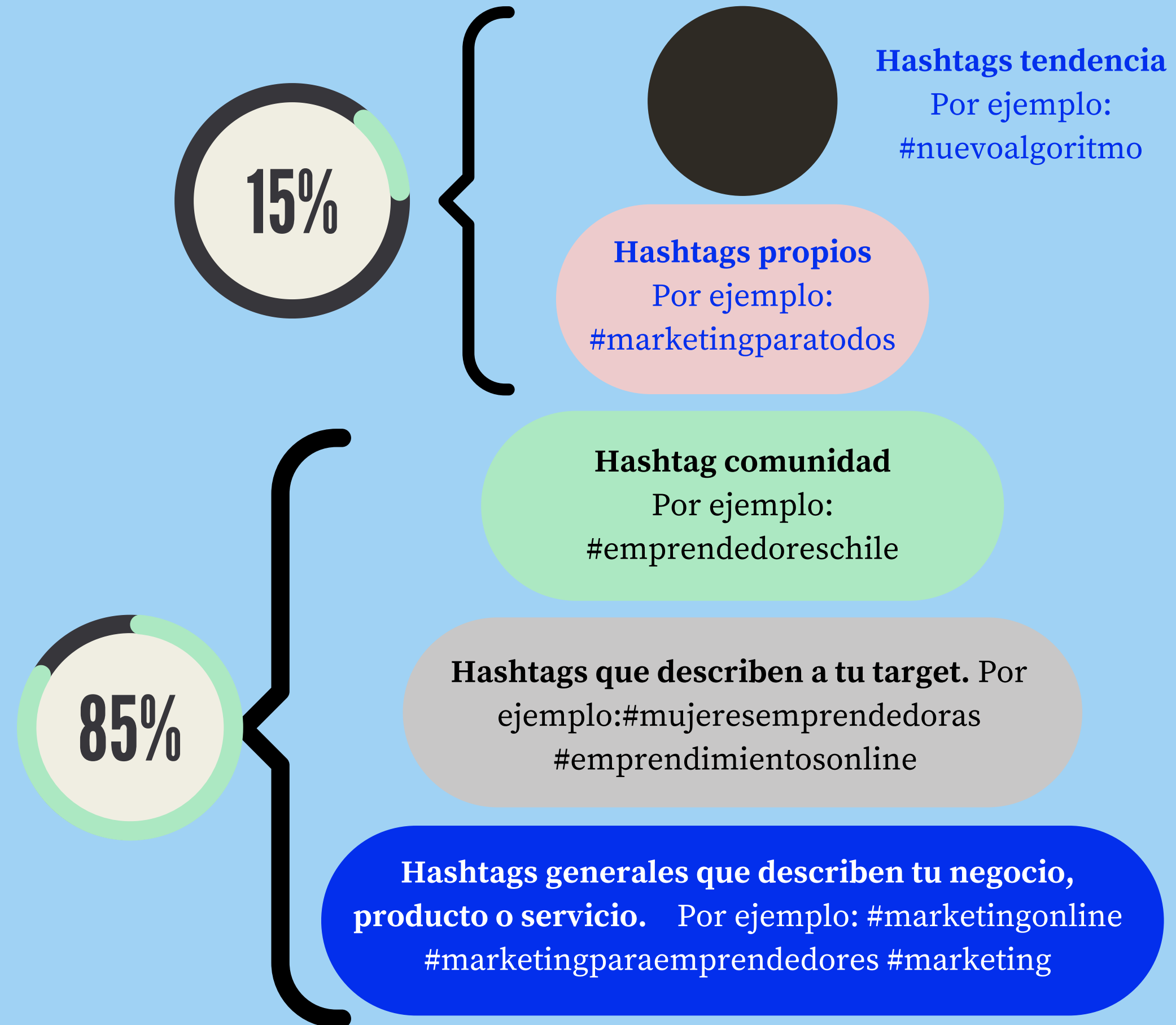
- Hack o truco
- Funcionamiento de producto / servicio
- Tips solución relacionada con producto o servicio
- Imágenes o video del equipo





#Hashtags

Cómo elegirlos?



Descargar



Estrategia de Contenidos



1

Establece tus objetivos



2

Establecer pilares de contenido



3

Elige las plataformas adecuadas



4

Crea un plan de contenido



5

Interactúa y participa



6

Analiza y ajusta



7

Sé consistente y auténtico



Preguntas que tienes que hacerte para hacer un plan de contenidos

Qué tipo de contenidos creo me ayudarán para lograr mis objetivos?

Qué tipo de contenido necesita mi audiencia?

Cómo ha sido el impacto del contenido que ya he creado?



Pilares de contenido

1.- Por habilidades

¿Cuáles son tus habilidades principales?

¿Cuáles son los temas que más dominas?

¿Cuáles son los rubros en los que destacas?

¿Cuáles son los temas que valora tu audiencia?

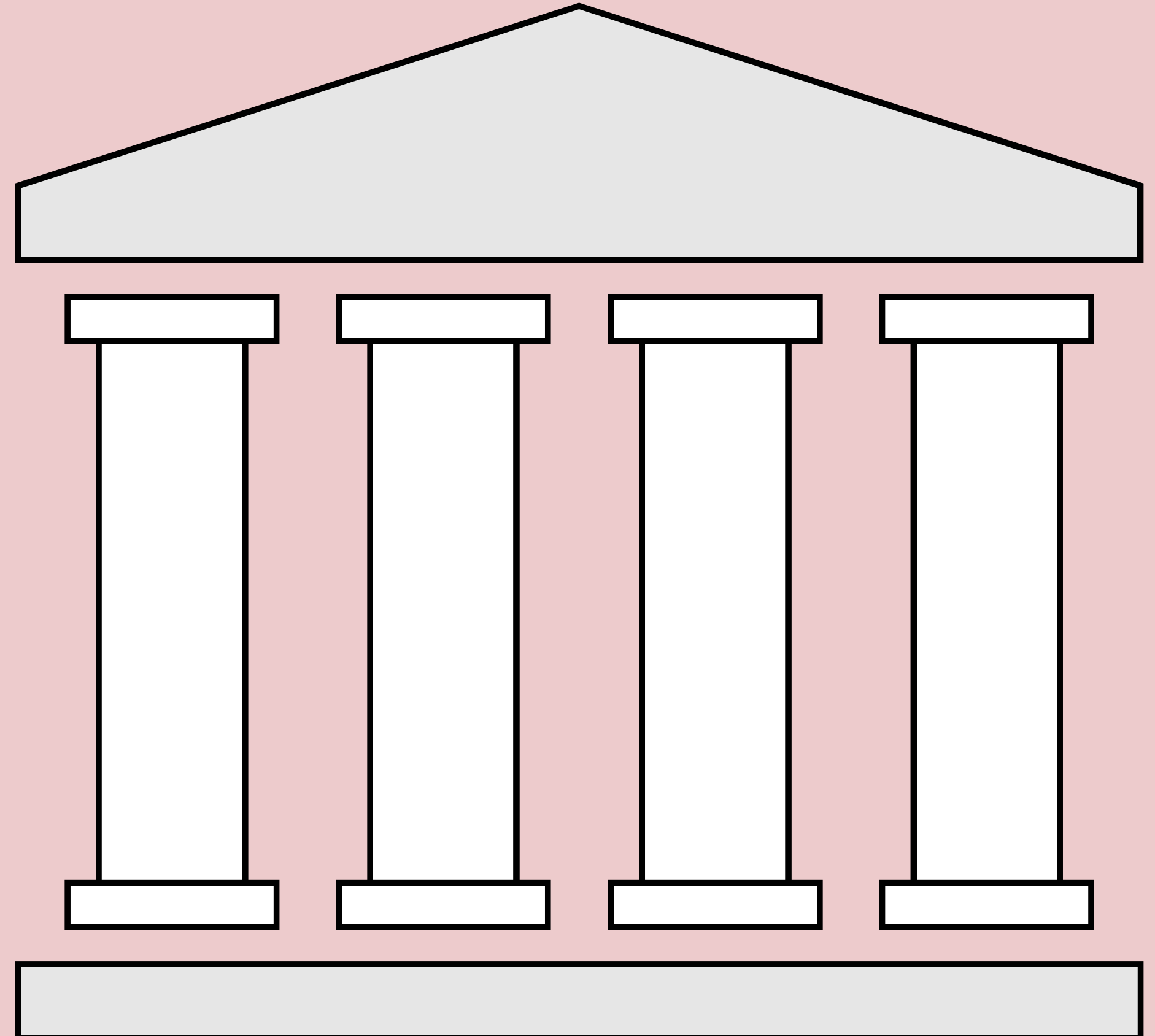
2.- De dolor

3 dolores principales de tu audiencia

Define soluciones a ese dolor de tu audiencia

3.- Pilar salsa secreta

Temas que te inspiran, cosas que disfrutabas de niño, problemas que te encanta resolver, temas sobre los que escuchas podcast o lees



Cómo construir tu Calendario de Contenidos



Estrategia ganadora

1

Adaptar contenidos.

Que otros hayan creado y que puedan adaptarse a tu marca.

2

Crear contenido propio

Siendo creativo y comunicando temas relacionados con tu marca.

3

Compartir contenidos

80% que le sirven a tu público, y 20% ofreciendo y mostrando lo que vendes.

4

Escuchar a tu comunidad

y planificar contenidos en base a sus necesidades.

5

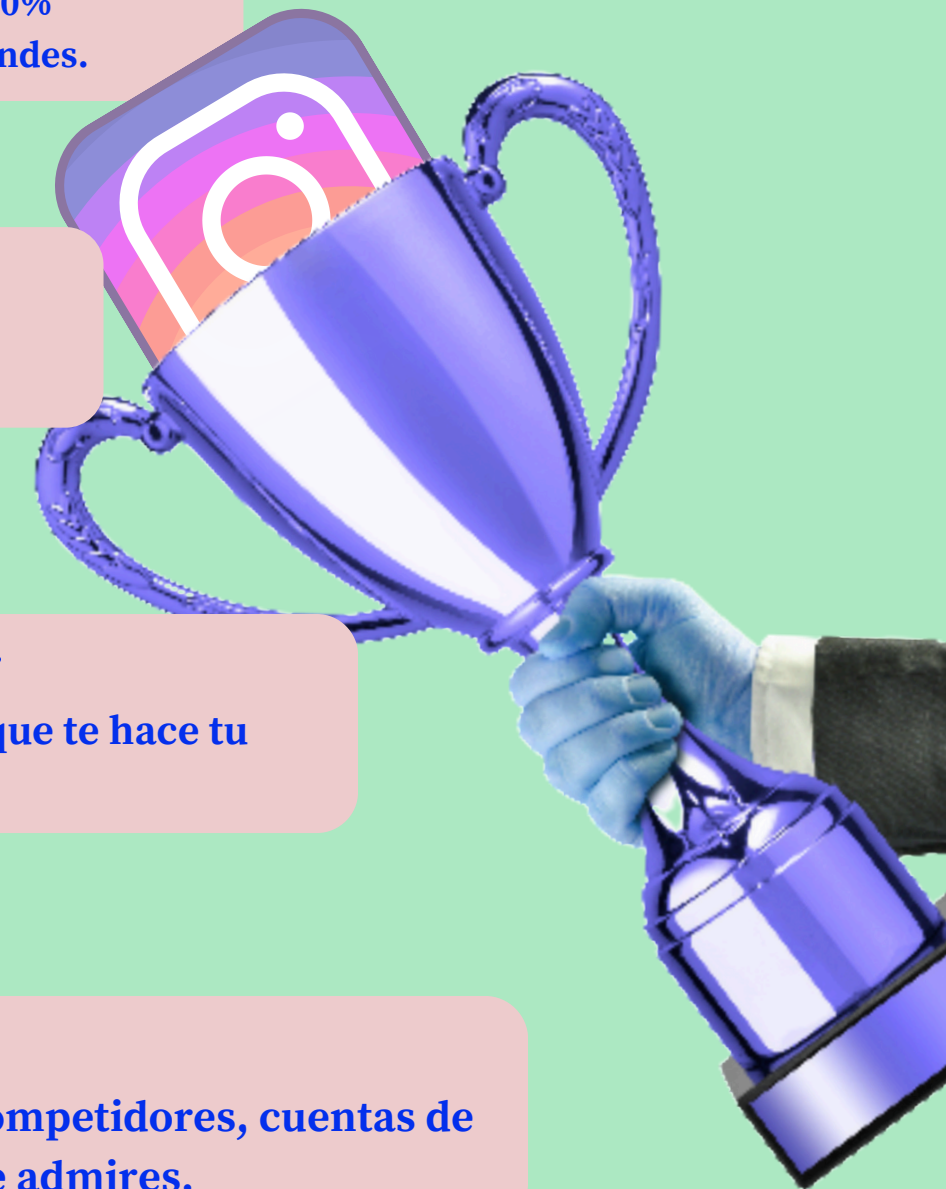
Responder y agradecer

Siempre a cada comentario que te hace tu comunidad.

6

Interactuar

Con otras cuentas, competidores, cuentas de tu nicho, cuentas que admires.



Publicidad en Redes Sociales



Ventajas de las redes sociales para tu empresa.

EVOLUCIÓN

Share

Watch on YouTube

Publicidad en Redes Sociales

Objetivos de anuncios y campañas



Reconocimiento
de marca



Visitas al perfil de
Instagram



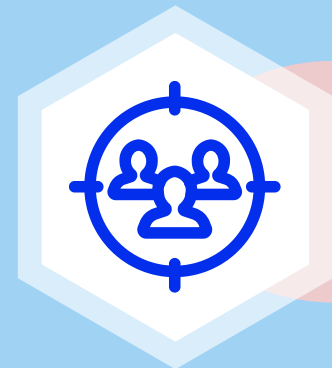
Tráfico a sitio web



Interacción



Conversiones



Clientes potenciales

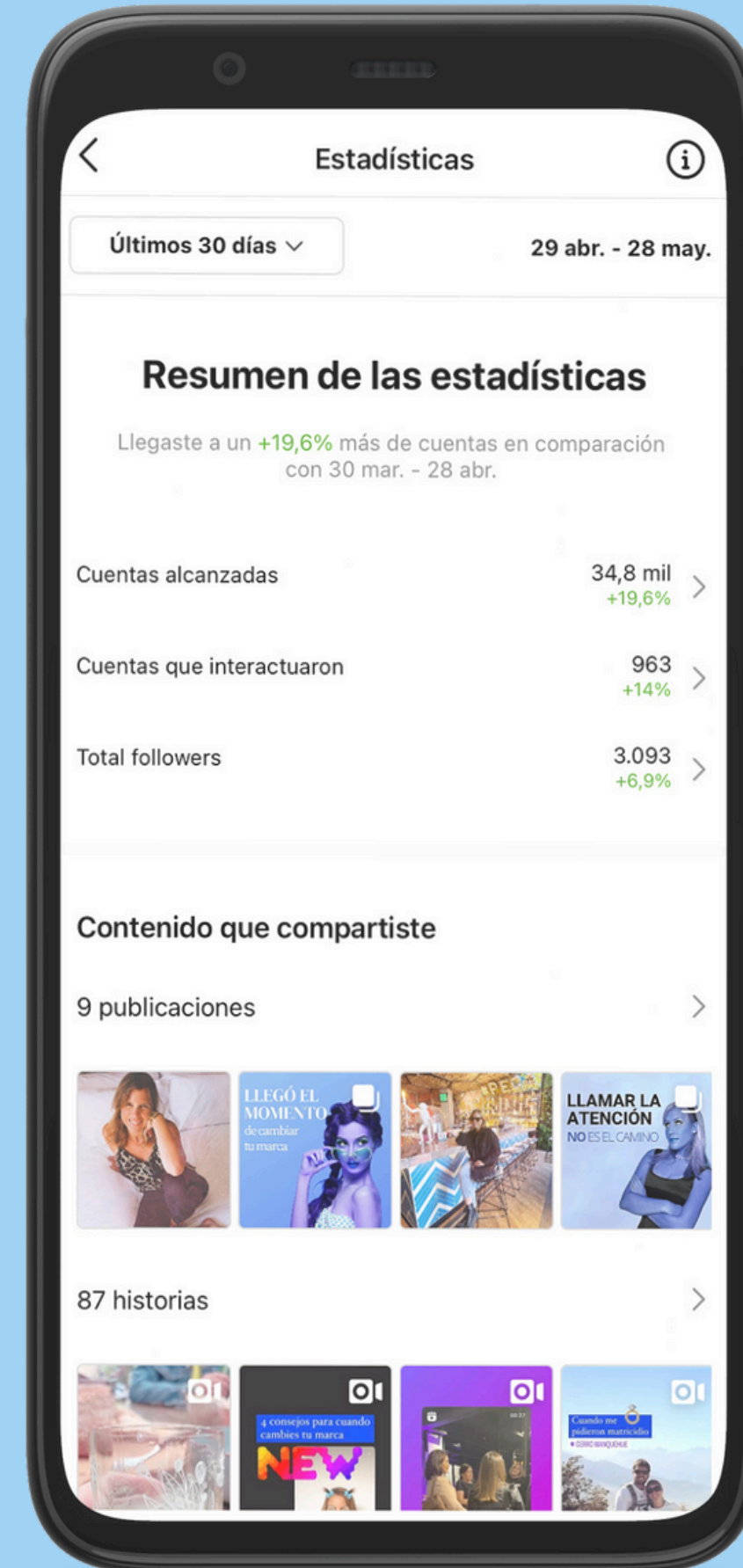


Métricas

1. Análisis general

2. Análisis por post

- Cantidad de personas que vieron el post (seguidores y no seguidores)
- Mejores publicaciones
- Alcance
- Interacciones





Herramientas y Plataformas Útiles para crear contenidos

Diseño



Adobe Illustrator



Banco imágenes



Pexels



Foto y video



Capcut



Airbrush



Inspiración contenido



Answer the Public

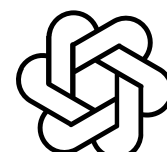


Pinterest

Métricas



Otros



Chat GPT



Descargar



Nos vemos pronto!
GRACIAS!

 @fernandagil.me

 Fernanda Gil Torrejón



No hay un patrón para contenido perfecto

De que sirve viralizarse si llegas a un público diferente al tuyo, sino puedes monetizar,

Vendio sin tener más de 2 posts, sin tener diseñada la consultoría

Crear confianza y credibilidad en el cliente ideal

Pilares de contenido: cuáles son tus habilidades, que temas dominas, en que rubros te destacas

Pilares: habilidades, es difícil a veces cuando es una empresa

Hablar de lo que le interesa al cliente ideal, puede que no te ayuden a vender, pero a posicionarte. y con otro contenido o con publicidad, si logras la venta

Pilares de dolor, problema grande que no deja tranquilo a la audiencia: 3 dolores. Funciona cuando ya llevas tiempo vendiendo.

Pilar ingrediente secreto, asociar todo lo anterior con algo que te apasione

20 problemas de tu audiencia