



# Capacitación Instagram



<bd/>  
brechadigital  
CONSULTORES

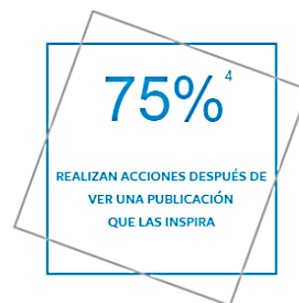
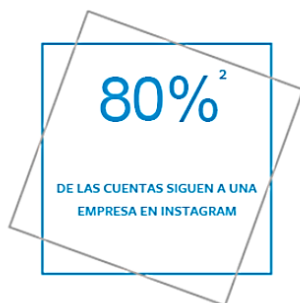
# Instagram

- Instagram fortalece las relaciones mediante experiencias compartidas. Es el lugar donde la **expresión visual** inspira la acción materializada.
- El contenido de los anunciantes se muestra de forma nativa en las noticias, el mismo lugar donde la gente ve todo el contenido que sigue, lo que ayuda a tener una **experiencia más fluida**.
- Instagram es un lugar donde **las personas descubren y se inspiran**. En esta red social, tu mensaje llega a las personas allí donde siguen sus pasiones y exploran el mundo a través de imágenes, tanto en fotos como en videos. Por estas razones, Instagram es un lugar muy relevante para compartir la historia de tu marca o exhibir tus productos, servicios o aplicaciones.



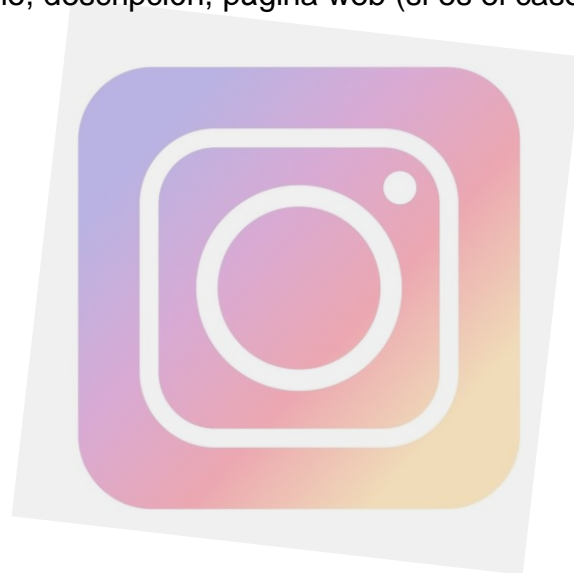
# Ventajas perfil empresa

- En una cuenta de empresa puedes añadir **botones de contacto**, como “enviar correo electrónico” y “llamar”.
- Permite **publicitar** los contenidos publicados.
- Posibilidad de **acceder a estadísticas** de alcance, interacciones, seguidores y sus características, entre otros.



# Creación perfil de empresa

- 1) Tener un perfil personal.
- 2) Ingresar a tu perfil y hacer clic en el menú de opciones que se encuentra en la parte superior derecha de la pantalla. Desplegado el menú, entrar a “configuración”, luego “cuenta” y, finalmente, “cambiar a cuenta profesional”.
- 3) Debes elegir si crear una **cuenta de empresa o de creador**. En política se recomienda escoger “creador”, ya que está pensada para personas como figuras públicas o “influencers”.
- 4) Definir una categoría.
- 5) Completar tu información: foto de perfil, nombre de usuario, descripción, página web (si es el caso), contacto, entre otros.



# Estadísticas

Podrás acceder a las métricas de tu cuenta haciendo clic en el menú de opciones de la parte superior derecha de la pantalla, desde un celular. Cuando se despliegue el menú, ingresar a “estadísticas”.

Algo importante es que las estadísticas generales que muestra Instagram son de los **últimos 7 días**, no permite ir hacia atrás. Sí puedes revisar los resultados de cada una de tus publicaciones, debajo de cada una dice “ver estadísticas”. Esto permite tener conocimiento de cuáles son los contenidos que funcionan mejor para el público objetivo.



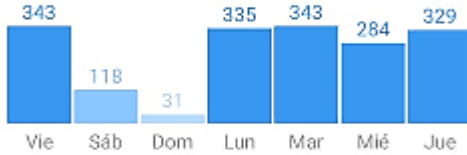
# Estadísticas

## Alcance

Descubrimiento ⓘ

485

Cuentas alcanzadas desde  
feb. 14 - feb. 20



Alcance 485

-7 vs. feb. 07 - feb. 13

Impresiones 4,771

+954 vs. feb. 07 - feb. 13

## Interacciones

Interacciones ⓘ

41

Acciones realizadas en tu cuenta desde  
feb. 14 - feb. 20



## Crecimiento

Crecimiento ⓘ

[Ver publicaciones](#)

- Total 4
- Dejaron de seguirte 1
- Empezaron a seguirte 5

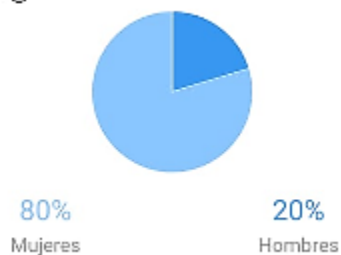
**martes, 18 feb** ⓘ



# Estadísticas

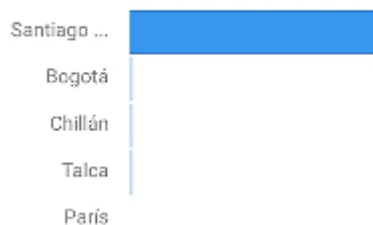
## Información sobre tus seguidores

### Sexo ⓘ



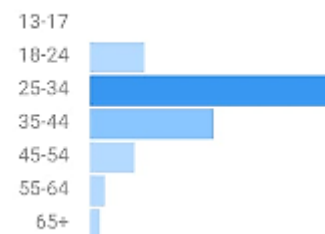
### Lugares principales ⓘ

Ciudades Países



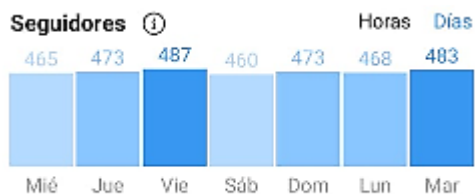
### Rango de edad ⓘ

Todos Hombres Mujeres



## Días y horas de mayor actividad

### Seguidores ⓘ



### Seguidores ⓘ

Horas Días

< Miércoles >



# Historias de Instagram

Son ideales para compartir momentos o información que no necesariamente queremos que quede guardada en nuestro perfil. Permite publicar con mayor frecuencia y los contenidos se mantienen por un tiempo determinado.



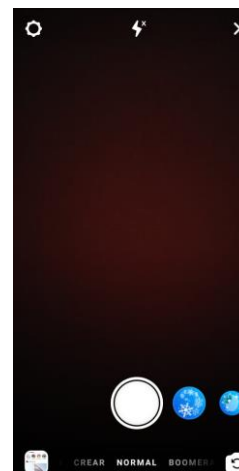


# Crear historias en Instagram

- 1) Desde el celular, pulsa el símbolo de la cámara en la esquina superior izquierda de la pantalla.



- 1) Toma una foto tocando el botón circular o graba un video manteniendo presionado el botón. La duración máxima de los videos es 10 segundos, en caso de ser más largo, se dividirá en historias diferentes. Abajo del botón redondo podrás observar y explorar las distintas opciones para publicar tus contenidos, deslizando hacia la derecha o la izquierda.



## Crear historias en Instagram

3) Tomada la foto o grabado el video, se puede dibujar o escribir sobre ella, agregar emojis, filtros, gif o diversos *gadgets*. Accede a las opciones en la parte superior de la pantalla.

Una vez listo el contenido, presionar en la parte inferior izquierda “tu historia” para que sea compartido con todos los seguidores de la página.



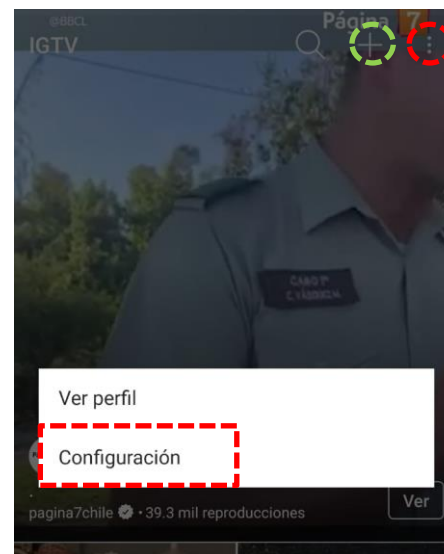
# Instagram TV

- Inicia como competencia a los contenidos horizontales de Youtube, apostando a ciertos estudios que indican que los usuarios pasan un 94% del tiempo con sus celulares en vertical.
- A diferencia de los videos publicados en el perfil de Instagram, que permiten una duración máxima de 1 minuto, en IGTV se pueden compartir contenidos que pueden ir desde 1 minuto hasta 1 hora, dependiendo del tipo de cuenta y si se está subiendo desde un teléfono o la versión web.
- Se pueden subir videos desde el computador, a través del siguiente enlace <https://www.instagram.com/tv/upload/>.




## Paso a paso desde la aplicación IGTV

- 1) Descargar la aplicación **IGTV** desde Google Play o App Store.
- 2) Aparecerá una pantalla para vincular con un perfil o cuenta de empresa de Instagram. Pulsando “cambiar cuenta” se puede vincular a un perfil diferente al que aparece como predeterminado.
- 3) Cuando esté vinculado, abrir la aplicación y acceder al panel de configuración, al cual se llega a través de los 3 puntos ubicados en la parte superior derecha.
- 4) Una vez en configuración, presionar “crear canal”.
- 5) Cuando esté creado, toca el signo + que se encuentra en la parte superior derecha para ver todos los videos de tu teléfono.
- 6) Selecciona el video que quieres subir, edita el título y la descripción. Si tienes vinculada una página de Facebook puedes compartir el contenido también en esa plataforma.



# Anuncios en Instagram

- 1) Al igual que en Facebook, la forma más sencilla de realizar campañas de pago es dirigiéndote a la publicación que quieres potenciar y **hacer clic en “promocionar”**.
- 2) Selecciona **dónde quieres dirigir a los usuarios** que lleguen a tu publicación. Tienes las siguientes opciones:
  - **Tu perfil**: se dirigirá a las personas interesadas a tu perfil, donde podrán ver más contenido.
  - **Tu sitio web**: se dirigirá a las personas interesadas a tu sitio web.
  - **Tus mensajes de direct**: la acción de promoción será “enviar mensaje”, invitando a las personas a que te escriban de forma directa.
- 3) Define el **público objetivo**. Instagram ofrece la opción de que el público se defina de forma automática, con usuarios de características similares a tus seguidores. La opción más recomendable es **crear tu propio público objetivo**, ya que permite definir características geográficas, intereses y rango etario.



× Destino →

Selecciona dónde dirigir a las personas

Tu perfil

Tu sitio web

Tus mensajes de Direct

ⓧ Obtén información sobre los destinos ▾

## Anuncios en Instagram

- 4) Establece un **presupuesto diario y duración de la campaña**. En base a lo que decidas destinar, Instagram entrega un alcance estimado por día. La plataforma recomienda un mínimo de \$2.500 diarios durante 6 días, para llegar al público objetivo de manera más efectiva.
- 5) Establece el **medio de pago**. Al igual que en Facebook, este se realiza con tarjeta de crédito.



← Presupuesto y duración →

Tu gasto total es de CLP15,000 para 6 días

5,500 – 15,000  
Alcance estimado

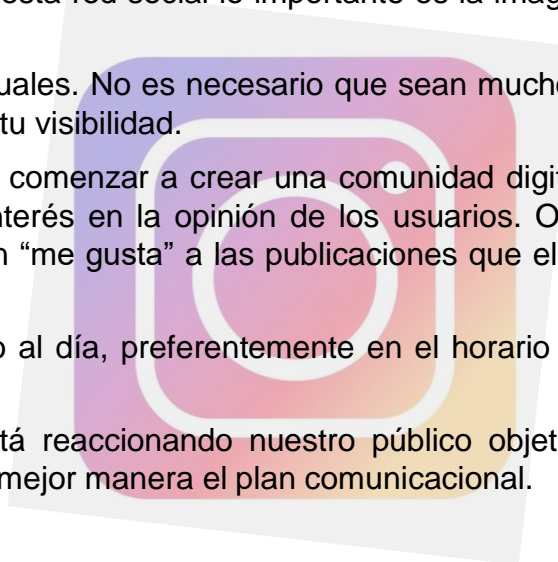
**Presupuesto**  
CLP2,500 por día

**Duración**  
6 días

Obtén información sobre presupuesto, duración y distribución

# Recomendaciones

- Instagram es una de las aplicaciones de moda y que se encuentra en constante crecimiento, es un lugar de encuentro entre candidatos, políticos y partidos con sus electores.
- Es una red social centrada en las experiencias, por eso es importante estar abiertos a compartir contenidos diferentes al que se publica en otras redes.
- Instagram invita a mostrar el lado humano de la política, lo que permite compartir contenidos menos habituales y que sean interesantes para los usuarios.
- No compartas contenidos que no reflejan tu personalidad y opiniones (se aplica para todas las redes sociales).
- En cuanto al texto, debe ser corto y fácil de entender. En esta red social lo importante es la imagen o el contenido audiovisual.
- Utiliza hashtags para ser parte de las conversaciones virtuales. No es necesario que sean muchos, pueden ser 2 o 3 bien elegidos que te ayuden a aumentar tu visibilidad.
- Interactúa con tus seguidores, esto ayuda a fidelizarlos y comenzar a crear una comunidad digital. Crea publicaciones con llamados a la acción, muestra interés en la opinión de los usuarios. Otra forma de interacción es reaccionando, por ejemplo con un “me gusta” a las publicaciones que ellos realizan.
- Mantén tu cuenta actualizada con al menos un contenido al día, preferentemente en el horario en que tus seguidores están más activos.
- Revisa las estadísticas, son útiles para saber cómo está reaccionando nuestro público objetivo frente a las publicaciones realizadas y permite enfocar de mejor manera el plan comunicacional.





“*Somos una factoría del conocimiento donde pensamos en bits para diseñar soluciones creativas para superar brechas digitales entre empresas y clientes, estados y ciudadanos, corporativos y comunidades, políticos y electores, en definitiva, imaginamos e implementamos estrategias digitales en la era de la sociedad del conocimiento.*”

<bd/>  
brechadigital  
CONSULTORES