



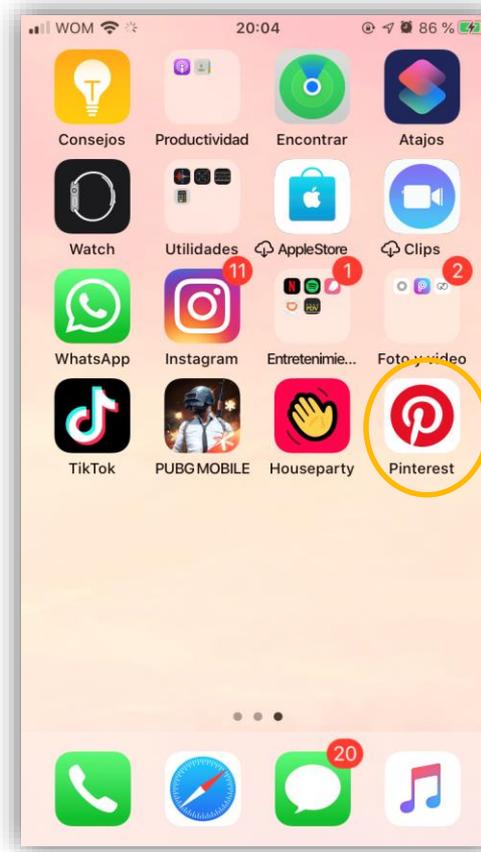
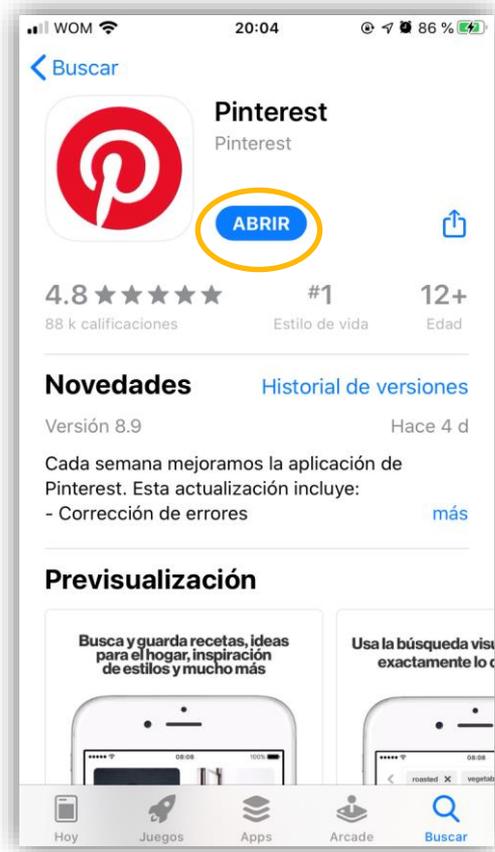
# ¿Que es Pinterest?

- Su nombre es la combinación de las palabras **pin + interest.**
- Pinterest es una red social que nació en 2008 para compartir imágenes según nuestros intereses. Su principal función es organizar los contenidos en categorías.



# Tutorial

- Lo primero que debes hacer es descargar la app mediante app store o play store y luego abrirla.



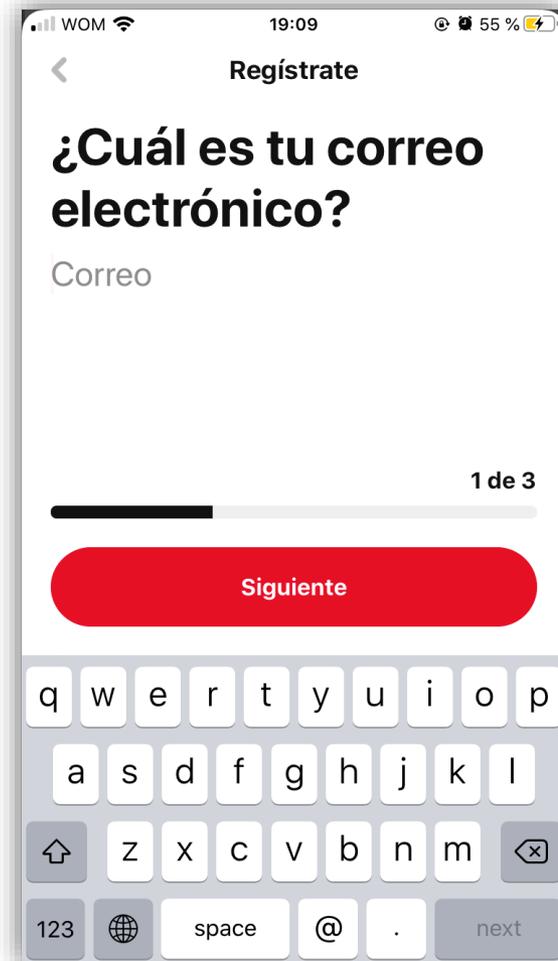
- El primer paso es crear una cuenta, lo podemos hacer vinculando con Facebook o Google.
- En el caso de que no quieras vincularla la puedes crear con tu correo siguiendo los siguientes pasos:



1.



2.



3.

WOM 19:09 55%

Regístrate

### Crea una contraseña

Mostrar contraseña

2 de 3

**Siguiete**

4.

WOM 19:09 55%

Regístrate

Hola Abrilantonella ✎

### ¿Qué edad tienes?

Edad

3 de 3

**Siguiete**

1	2 ABC	3 DEF
4 GHI	5 JKL	6 MNO
7 PQRS	8 TUV	9 WXYZ
0		✕

5.

WOM 19:10 55%

### ¿Cuál es tu género?

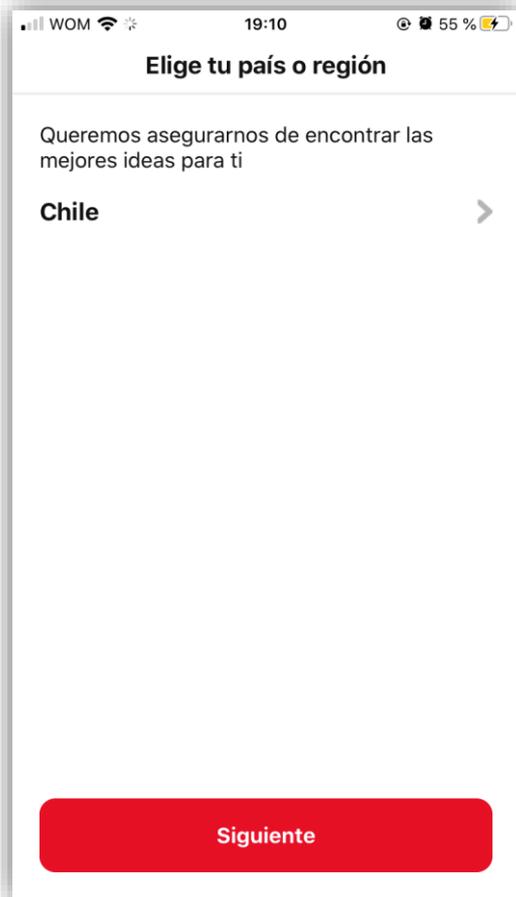
Esto nos ayuda a encontrar contenido más relevante para ti

**Mujer**

**Hombre**

**Especificar otro**

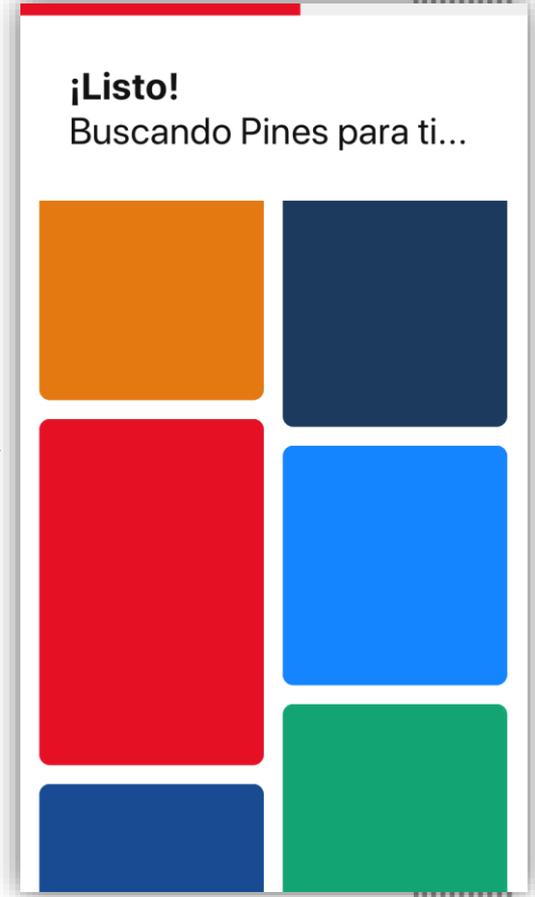
6.



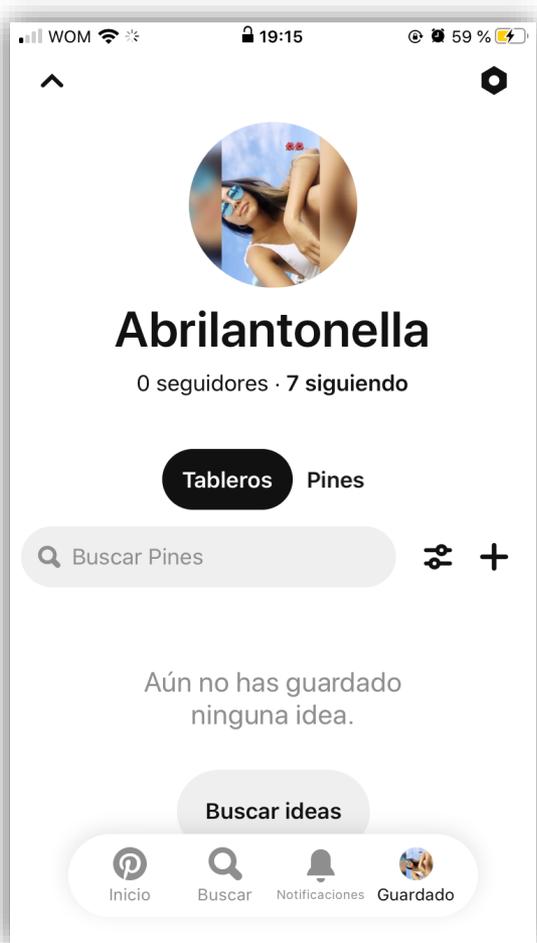
7.



**Listo!**



- Luego de crear tu cuenta, Pinterest nos dirigirá a tu perfil, en donde se encuentra tu foto, seguidores, seguidos, tus tableros y tus pines.
- Antes de empezar a usar la app es importante que sepas algunas cosas:



## ¿QUÉ ES UN PIN?

Un pin es una representación visual de un producto ( una foto o video ).

## TABLERO

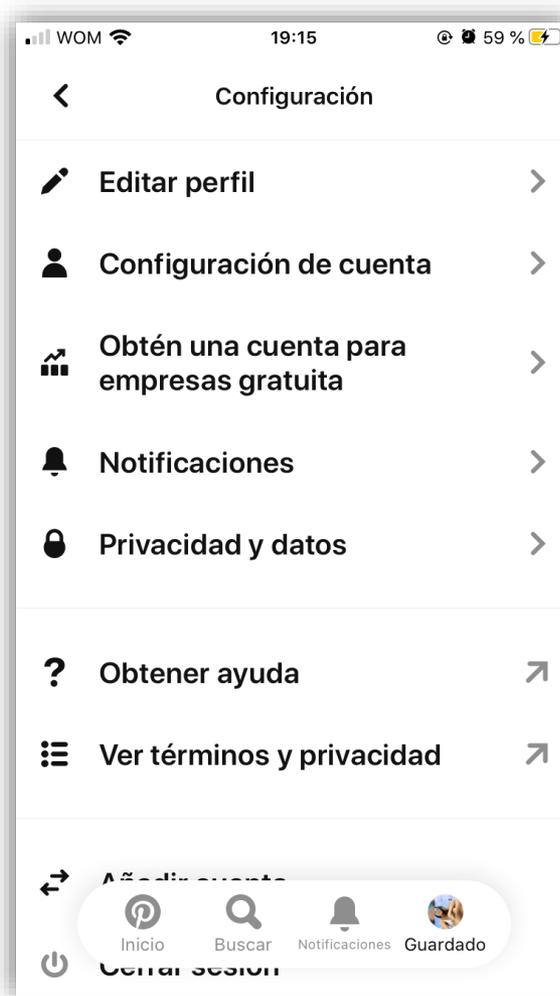
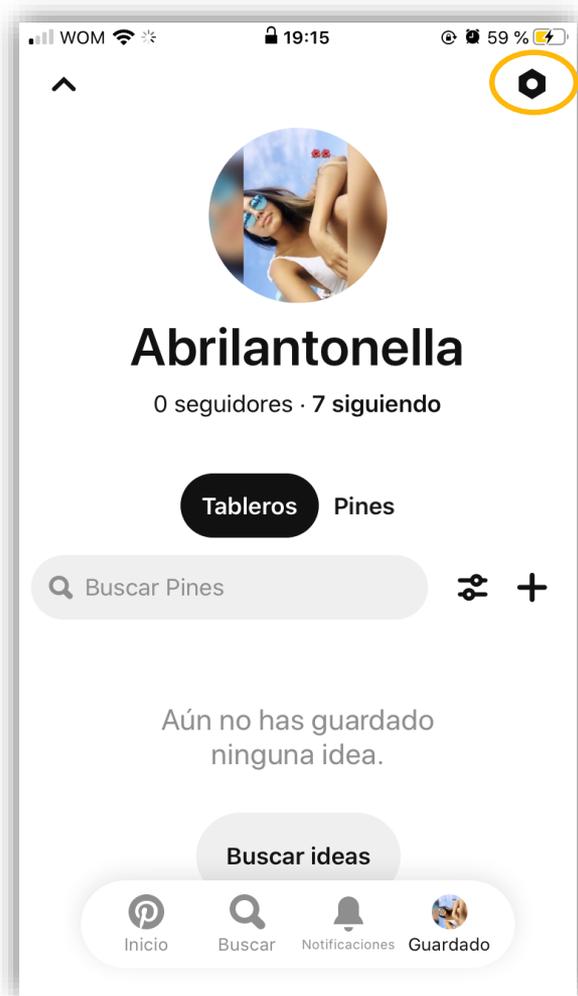
Un tablero es la acumulación de diferentes Pins. La función de un tablero es organizar tus ideas por diferentes temáticas. Para entenderlo mas fácilmente son como álbumes.



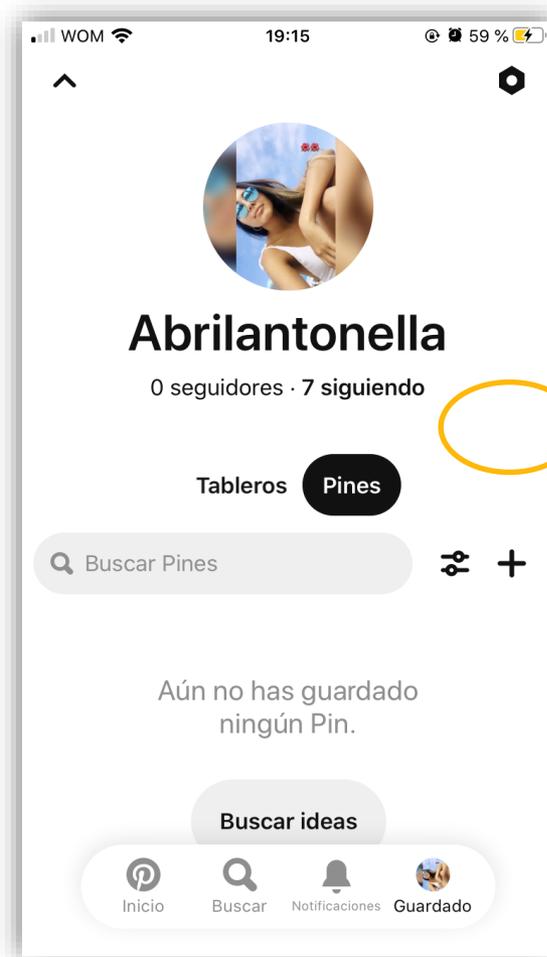
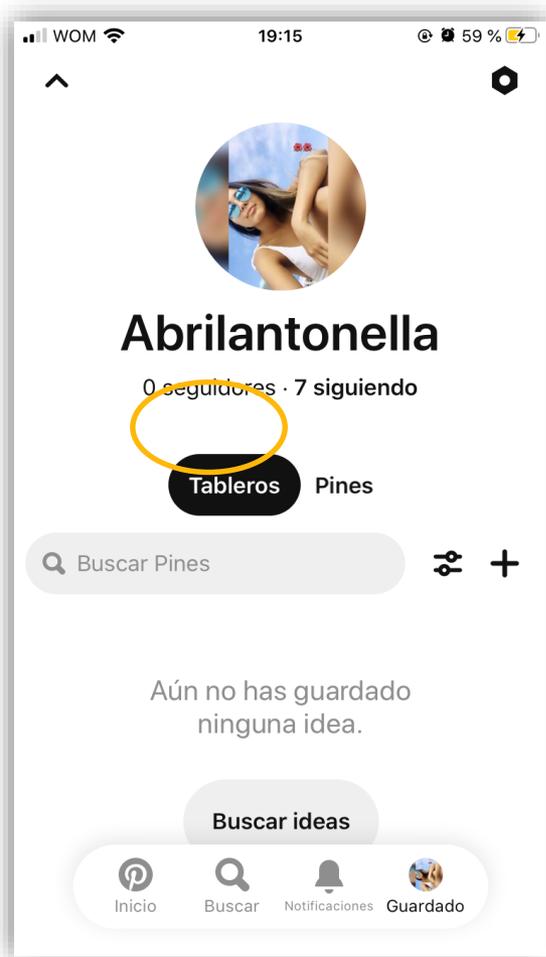
## PINEADOR

La palabra pineador es un término que solo se usa en español para designar a los usuarios de Pinterest. Un pineador es la persona que comparte pins.

- En la esquina superior derecha de nuestro perfil encontraremos una tuerquita, en la cual se puede observar distintas opciones, por ejemplo: editar nuestro perfil, configurar la cuenta, obtener ayuda, etc.



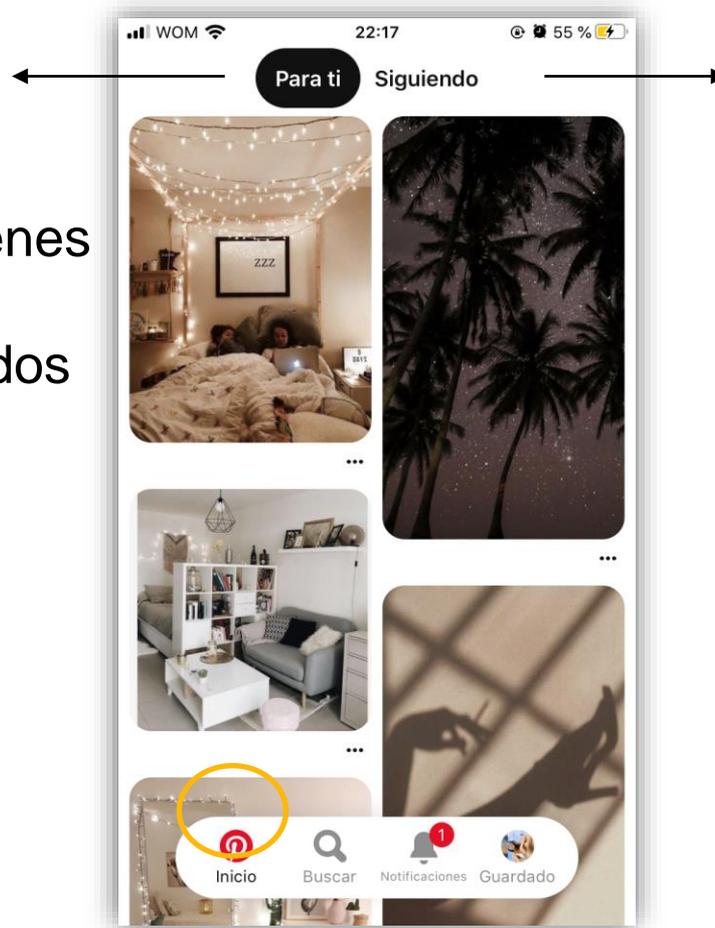
En nuestro perfil encontramos dos secciones en donde se guardarán las fotos que nos gusten: Tableros y pines, aún no hemos guardado ninguno.



- Si vamos al inicio de la app nos aparecerán 4 botones en la parte inferior.
- Ahora nos encontramos en inicio, en donde tenemos dos secciones:

## **“PARA TI”**

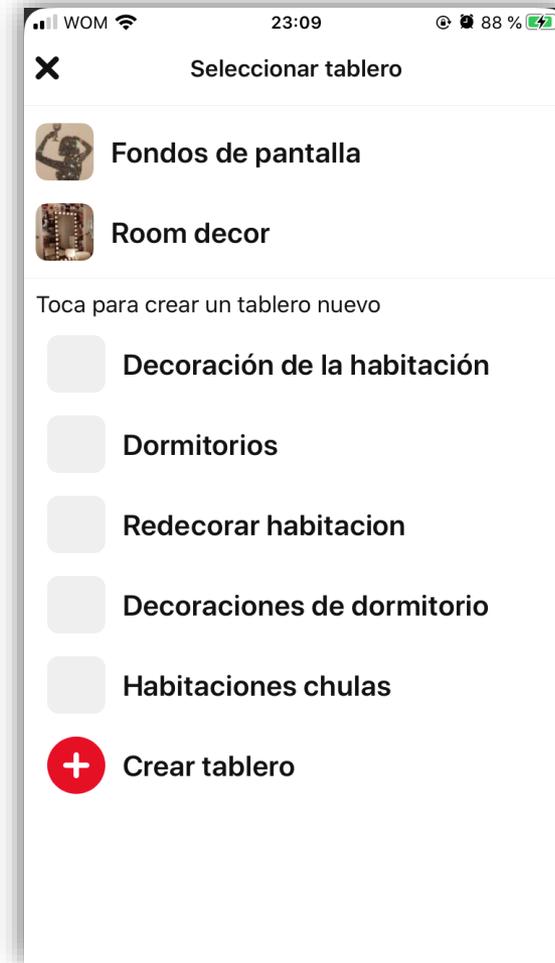
En esta sección encontraremos imágenes o videos que quizás nos interesen, sugeridos por Pinterest.



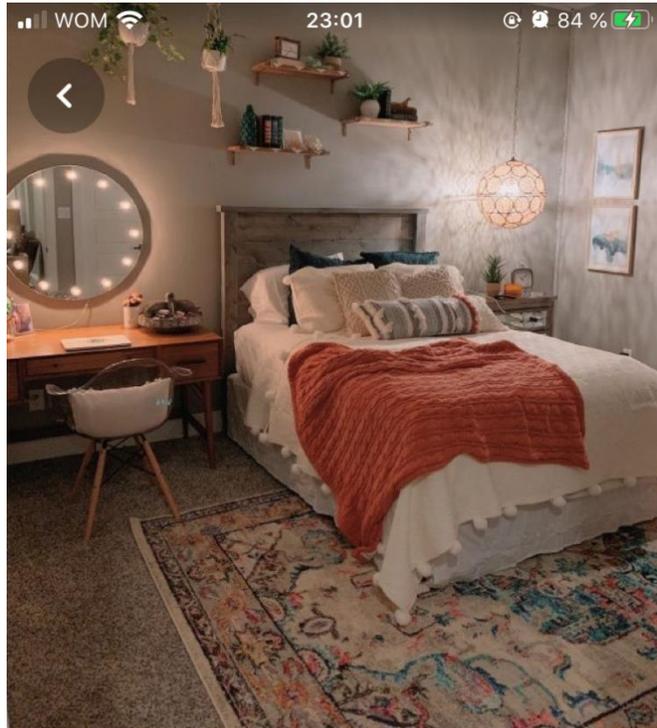
## **“SIGUIENDO”**

En esta sección encontraremos imágenes o videos subidos por cuentas a las que seguimos.

- Al apretar una imagen que te guste te aparecerán distintas opciones.
- Para guardar: primero haces click en el botón guardar y luego seleccionas o creas el tablero en el se guardará.



- Otras opciones son:



Ver imagen.



☆ macy ☆  
9,4mil seguidores

Seguir

Seguir cuenta.

☆ pinterest //  
@macy\_mccarty ☆

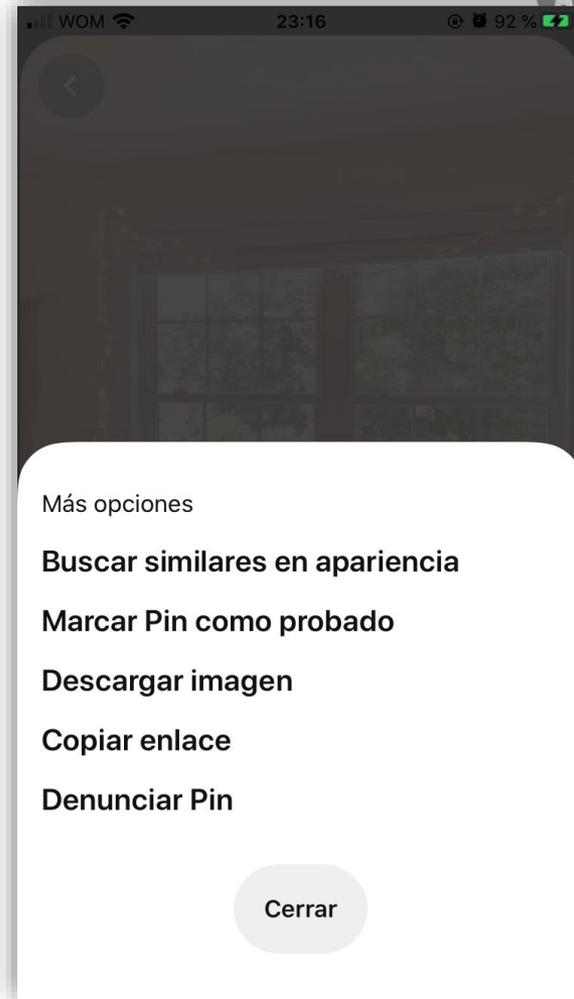
Enviar pin.



Ver

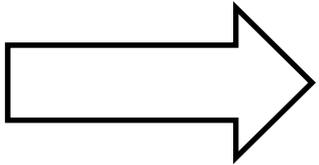
Guardar







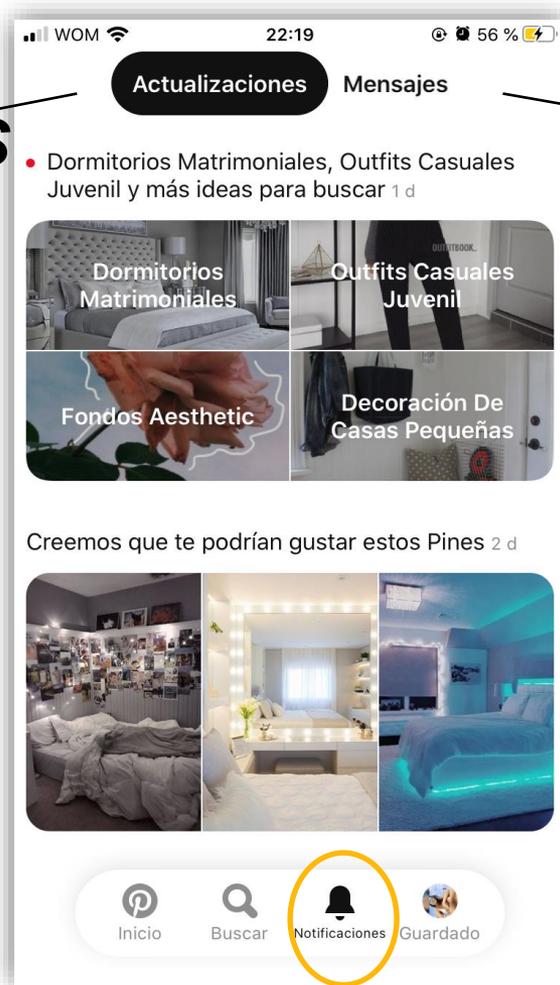
- El segundo botón está representado con una lupa, aquí podemos explorar y encontrar lo que sea que estamos buscando.
- Arriba se encuentra el buscador en donde puedes buscar a una persona, empresa o imágenes en general.
- Abajo aparecen tus búsquedas mas recientes.
- Más abajo aparecen sugerencias de Pinterest como “Ideas para ti” o “Búsquedas populares”.



- El siguiente botón es el de “notificaciones” aquí encontraremos las actualizaciones mas recientes de imágenes relacionadas con nuestros intereses.
- Al lado tienes la opción de enviar un mensaje a la cuenta que desees.

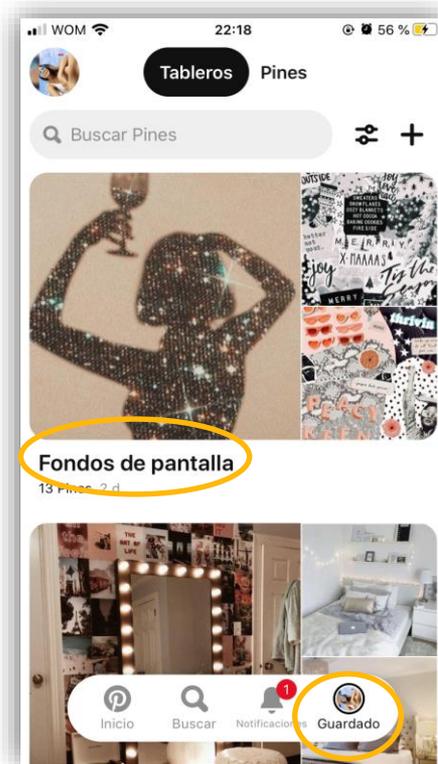


**ACTUALIZACIONES**



**ENVIAR MENSAJE**

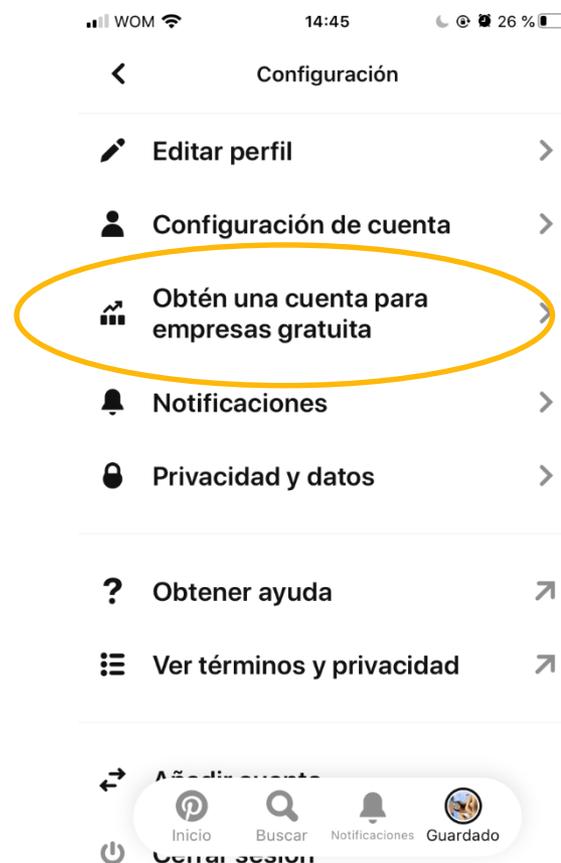
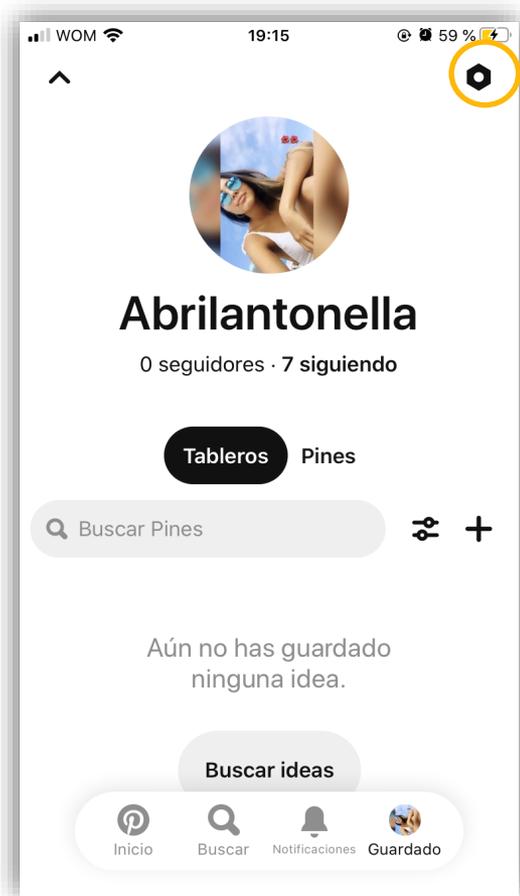
- Ya finalizando, el último botón es el de “guardado” el cual nos dirige a nuestro perfil.
- En el siguiente ejemplo se puede ver que ya hay disponible algunos tableros como, por ejemplo, el que lleva por nombre “Fondos de pantalla” o “Room decor” en los cuales se encuentran pins generalmente relacionados con el título del tablero.





# Pinterest para Instituciones

- Si tienes una institución y deseas sacarle provecho a Pinterest debes seguir los siguientes pasos para crear tu cuenta:



- Elige la opción que más se acomode a tu organización.



**Listo!**

Actualiza tu cuenta

¿Cómo deberíamos llamarte?

**Cosmeticos wave**

1 de 4

**Siguiente**

q w e r t y u i o p  
a s d f g h j k l ñ  
z x c v b n m  
123 espacio intro



Actualiza tu cuenta

¿Cómo te describirías a ti mismo?

**No estoy seguro**

**Bloguero**

**Bien de consumo, producto o servicio**

**Contratista o proveedor de servicios**  
(p. ej., fotógrafo de bodas, diseñador de interiores, bienes raíces, etc.)

**Influencer, figura pública o celebridad**

**Organización no lucrativa**

3 de 4

**Siguiente**

Inicio Buscar Notificaciones Guardado



Actualiza tu cuenta

¿Te interesaría publicar anuncios en Pinterest?

**Sí**  
Me interesa hacer publicidad

**No**  
No tengo pensado hacer publicidad

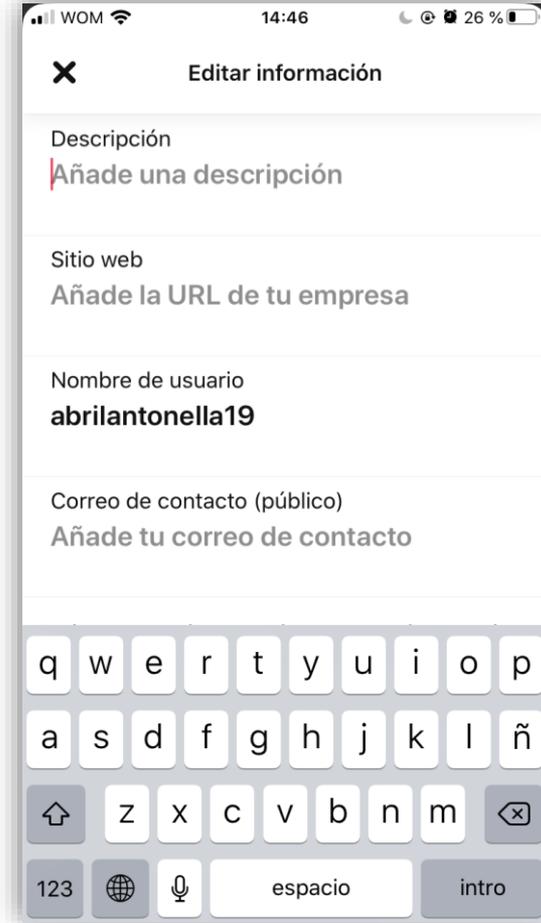
**No estoy seguro**

4 de 4

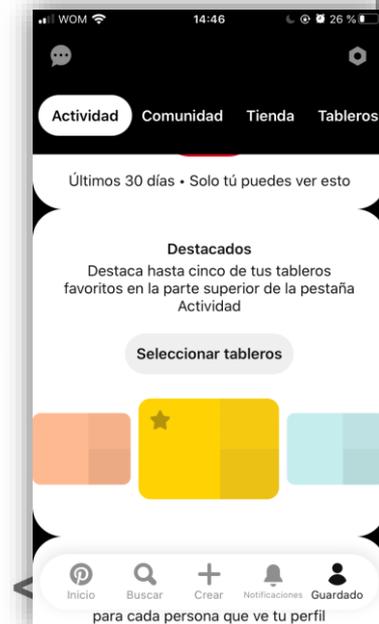
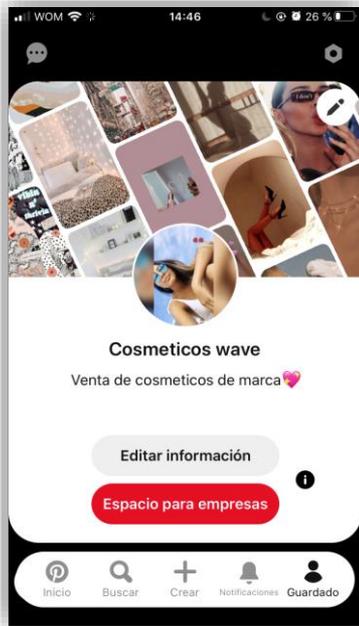
**Listo**

Inicio Buscar Notificaciones Guardado

- Puedes editar la información de tu perfil.



- En este nuevo perfil encontrarás más información.
- Ahora nos encontramos en **ACTIVIDAD** donde podrás ver tus analytics, la sección “solo para ti”, tus tableros destacados, etc. Esto te permite analizar la interacción con tus seguidores.

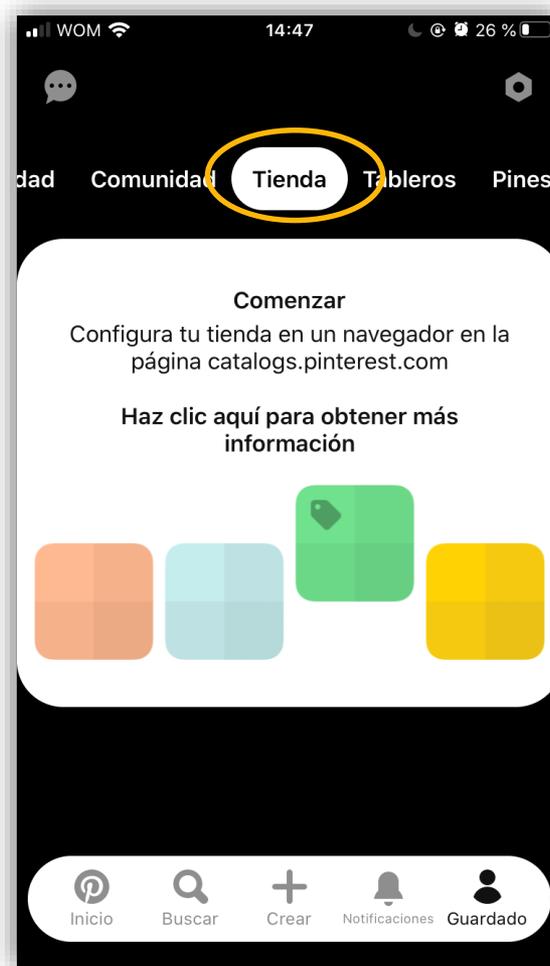


- En “tus analytics” puedes conocer información como las impresiones, público total, engagements, público con engagements y tus pines principales.

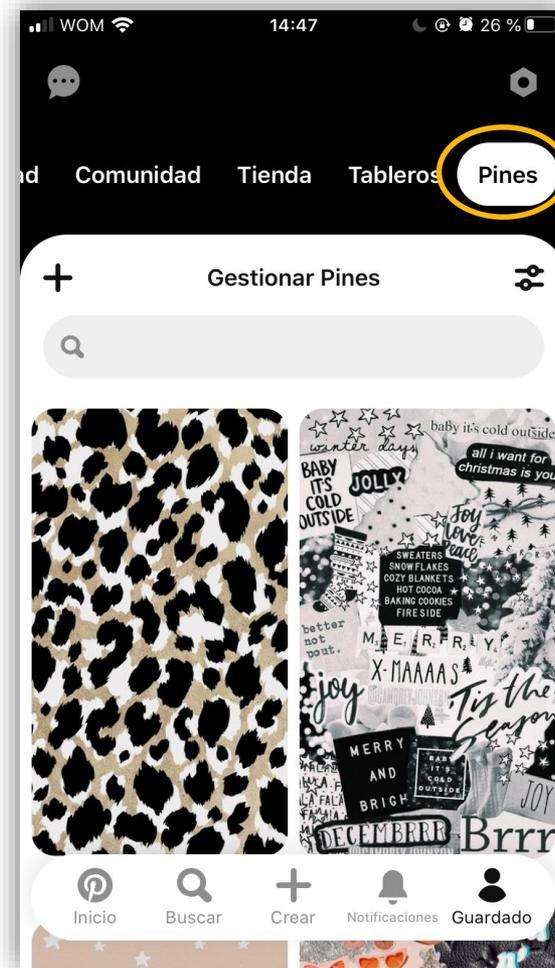
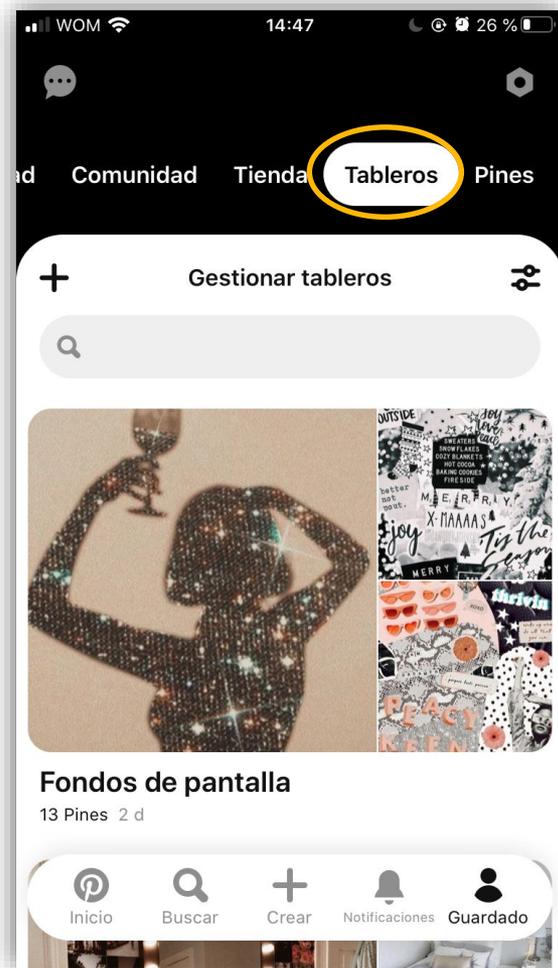




- La tercera sección es **TIENDA** en donde puedes configurar una tienda en un navegador en la página [catalogs.pinterest.com](https://catalogs.pinterest.com).
- Para más información solo debes hacer click en la sección.

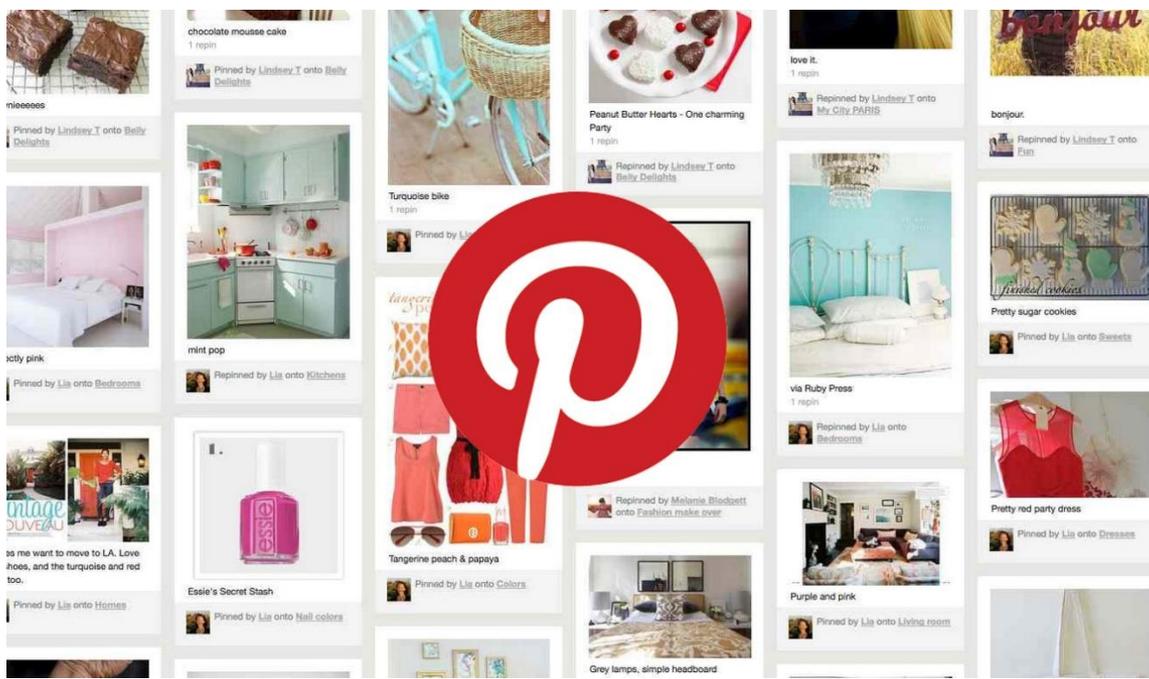


- Las últimas dos secciones son **TABLEROS** y **PINES** los cuales ya conocimos anteriormente.



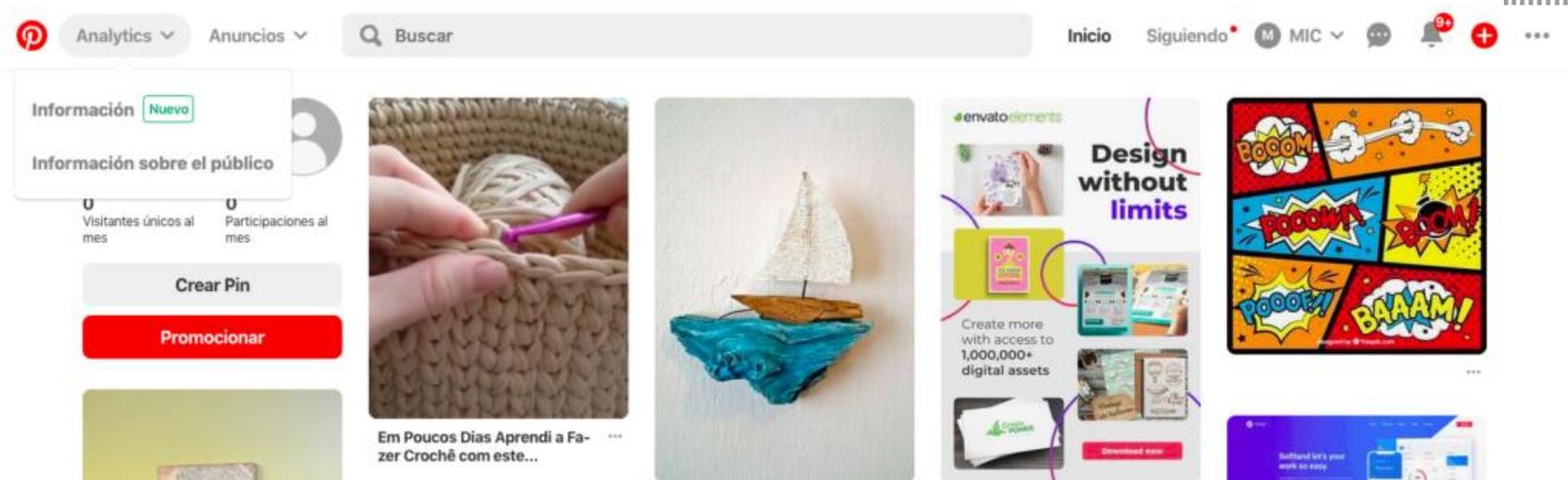


# Como hacer publicidad en pinterest



# 1.- Configura una cuenta de empresa

Convierte tu cuenta de Pinterest existente en una cuenta comercial o crea una nueva cuenta para tu institución, si no lo has hecho ya. Con la cuenta de empresa, además, tendrás acceso a las analíticas.



## 2.- Instala la etiqueta de Pinterest

Antes de comenzar una campaña publicitaria de Pinterest, asegúrate de haber instalado la etiqueta de Pinterest. Con la etiqueta promocionada podrás realizar un seguimiento de las acciones que las personas realizan en tu sitio web después de ver tus anuncios de Pinterest. Incluidos los pagos, los registros y las búsquedas.



### 3.- Elige el objetivo de tu campaña

- Cada campaña comienza en [ads.pinterest.com](https://ads.pinterest.com) con un objetivo. Elegir el objetivo correcto es importante porque determinará qué formatos de anuncios están disponibles y cómo ofertar en la subasta de anuncios. Tus opciones son:
- **Conocimiento de marca.** El objetivo aquí es hacer que tu Pin sea visto por tantos usuarios relevantes como sea posible. Se le cobrará por cada 1.000 impresiones.
- **Visualizaciones de vídeo.** Esto está estrechamente relacionado con el conocimiento de la marca, y el objetivo es crear conciencia a través del vídeo. También, se te cobrará por las impresiones.
- **Tráfico.** Estas campañas buscan atraer tráfico a tu sitio, aunque es importante tener en cuenta que todos los objetivos aún te permiten hacerlo. Con esta opción, sin embargo, pagas por clic.
- **Instalación de aplicación.** Anima a los usuarios a descargar tu aplicación. Se te cobrará por clic.





Analytics ▾

Anuncios ▾

Estás viendo: MIC ▾



2019-09-18 09:03 UTC | Tráfico



### ¿Cuál es el objetivo de tu campaña?

2019-09-18 09:03 UTC | Grupo de anuncios

Segmentación

Presupuesto y programación

Optimización y entrega

Anuncios (0)

Crear conciencia ?	Atraer consideración ?	Obtener conversiones ?
Conocimiento de la marca	<b>✓ Tráfico</b>	Conversiones
Visualizaciones de video	Instalaciones de aplicación	



## 4.- Elige el presupuesto de tu campaña

Agrega el nombre de tu campaña y luego establece tu límite de gasto diario y total. Los parámetros de precios más específicos vendrán más tarde. Si estás creando una campaña publicitaria de carrusel, asegúrate de habilitar la opción. Esto solo funcionará si seleccionaste el "*conocimiento de marca*" como objetivo de tu campaña.

### Detalles de la campaña

Nombre de la campaña

2019-09-18 09:03 UTC | Tráfico

Límite de gastos diario (en EUR) ?

Ejemplo: 100.00 (opcional)

Límite de gastos total (en EUR) ?

Ejemplo: 100.00 (opcional)

¿Deseas poner esta campaña en pausa?

Continuar

## 5.- Crea un grupo de anuncios

- Elige un grupo de anuncios preexistente o crea uno nuevo. **Piensa en un grupo de anuncios como un contenedor para tus Pines promocionados.** Cada grupo de anuncios puede tener un presupuesto asignado diferente y una orientación diferente.
- Los grupos de anuncios te ayudan a administrar múltiples objetivos dentro de una sola campaña. Por ejemplo, tal vez te gustaría orientar contenido específico a una geografía particular, pero tienes un presupuesto limitado para ello. **Planifica el lanzamiento de entre dos y cuatro pines por grupo de anuncios.**

### Detalles del grupo de anuncios

Nombre del grupo de anuncios

2019-09-18 09:03 UTC | Grupo de anuncios



## 6.- Elige tu público objetivo

Establece los parámetros para el público al que te gustaría llegar con tu campaña. Puedes orientar por sexo, ubicación, idioma y dispositivo. Si los objetivos de tu campaña publicitaria de Pinterest son tráfico o conocimiento de marca, usa una estrategia de orientación amplia para evitar un bajo volumen de clics.



### Públicos

Llega a grupos específicos de personas creando tus propios públicos. [Más información](#)

Q Buscar por nombre o ID de público

Estado      Nombre      ID      Tipo      Tamaño      Creado el      ↓      Última actualización el

Ver 10 ▾

Al usar el administrador de audiencias, aceptas nuestras [Pautas sobre anuncios](#) y nuestros [Términos de los datos de anuncios](#)

Modo crear público

Acciones

K < > >

## 7.- Agrega intereses y palabras clave

- Puedes ampliar tu orientación agregando también interés y orientación por palabras clave. Esta configuración garantizará que tus anuncios se orienten automáticamente a búsquedas e intereses relevantes.
- Pinterest encuentra que, en general, las campañas mejoran el alcance, las tasas de clics y alcanzan mejor la escala cuando se habilita la orientación por intereses y palabras clave.
- Para obtener los mejores resultados, usa 25 palabras clave. Las palabras clave se pueden formatear para indicar coincidencia amplia, coincidencia de frase o coincidencia exacta. Las palabras clave negativas, también, se pueden agregar para excluir ciertos términos de búsqueda de la activación de anuncios.





### Agrega intereses

Elige temas relacionados con tu marca para llegar a personas basándose en los Pines con los que interactúan.

[Más información](#)

Todos los intereses

Seleccionados (2)

🔍 Buscar todos los intereses

- >  Comida y Bebida (28)
- >  Decoración del Hogar (19)
- >  Deporte (25)
- >  Diseño (4)
- >  Educación (6)
- >  Electrónica (5)
- >  Entretenimiento (9)
- >  Finanzas (5)

### Palabras clave

Elige palabras clave relevantes para aumentar las impresiones de anuncios en los resultados de búsqueda y los Pines relacionados. Para obtener mejores resultados, usa un mínimo de 25 palabras clave. [Más información](#)

## 8.- Selecciona la ubicación del anuncio

- Si tu presupuesto lo permite, ve con todas las ubicaciones predeterminadas. De lo contrario, hay dos vías principales para que aparezcan tus anuncios: Examinar y Buscar.
- Las ubicaciones de exploración terminan en el feed de inicio y los pines relacionados. Se combinan muy bien con la orientación por intereses, mientras que las ubicaciones de resultados de búsqueda funcionan mejor con la orientación por palabras clave.





<b>Géneros</b>	<input checked="" type="radio"/> Todos los géneros <input type="radio"/> Elegir géneros específicos
<b>Edades</b>	<input checked="" type="radio"/> Todas las edades <input type="radio"/> Elegir edades específicas <input type="checkbox"/> Más de 21 años (requerido para la publicidad con restricciones de edad) <p>En este momento, la segmentación por edad está disponible en Australia, Canadá, Reino Unido, Irlanda, Nueva Zelanda y EE. UU.</p>
<b>Ubicaciones</b>	<input checked="" type="radio"/> Todas las ubicaciones de (España) <input type="radio"/> Elegir ubicaciones específicas
<b>Idiomas</b>	<input checked="" type="radio"/> Todos los idiomas <input type="radio"/> Elegir idiomas específicos
<b>Dispositivos</b>	<input checked="" type="radio"/> Todos los dispositivos <input type="radio"/> Elegir dispositivos específicos



## 9.- Establece tu presupuesto y horario

- Pon la fecha de inicio y finalización de tu campaña de publicidad en Pinterest. Luego, establece tu presupuesto diario o total. **Tu presupuesto diario establece tu límite de gasto diario para tu grupo de anuncios.**
- El presupuesto total es la cantidad total que deseas gastar entre tu fecha de inicio y finalización. Ten cuidado con lo que agregas aquí, porque esto no se puede editar más adelante.

### Presupuesto y programación

Presupuesto diario  Presupuesto total

10.00

Este grupo de anuncios se publicará continuamente a partir del **17/09/2019**  
No gastarás más de **€70.00** por semana hasta que el anuncio se ponga en pausa o se archive

> Fechas del grupo de anuncios (en UTC)

## 10.- Optimización y entrega

Comienza por establecer una oferta máxima para tus anuncios. Esto también se conoce como tu tasa de CPM objetivo. Y después determina tu ritmo. Hay dos tipos de opciones de ritmo para tu campaña de publicidad en Pinterest:

1. Estándar.
  2. Acelerado.
- El ritmo estándar alinea tus ofertas con tu gasto total y la duración de la campaña. El acelerado puede ser mejor para campañas de alto impacto, ya que permite una entrega más rápida de tu presupuesto y resultados más rápidos.
  - **Pinterest nunca gastará más de tu límite de presupuesto diario o total, pero el ritmo acelerado puede agotar tu presupuesto antes de la fecha de finalización de tu campaña.**





## Optimización y entrega

Oferta CPC máxima (en EUR) ?

Una oferta de EURO.66 o más será competitiva en una subasta.  
Pagas por los clics a tu sitio web de destino. **Más información**

Frecuencia ?

- Estándar (recomendado)
- Acelerado

## 11.- Elige tus pines promocionados

- Haz clic en *“Elegir un PIN”* para agregar Pines a tu grupo de anuncios. Recuerda que cada grupo de anuncios debe tener como objetivo incluir dos o cuatro pines. Puedes crear nuevos Pines o elegir Pines que hayas agregado antes. Asigna a cada Pin con un nombre y una URL.
- Para que los Pines sean elegibles, deben:
- Estar guardados en tu perfil.
- No estar guardados en tableros secretos.
- Tener URL de destino, que no debe acortarse.
- No presentar vídeos de terceros o GIF.





## Anuncios

Todos los Pines    Tableros    Seleccionado (0)



Puedes usar los siguientes Pines para configurar tu campaña. Haz clic en el botón de filtro a la derecha y elige el formato de anuncio para ver Pines con diferentes tipos de creatividad. **Más información**



Crear Pin



Ceramica



Stoneware Ideas 52



Las 20 palabras más bonitas de...



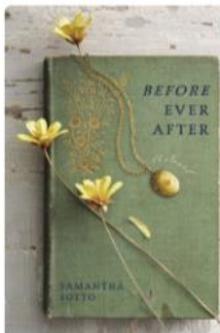
A luxury home doesn't always n...



Las 20 palabras más bonitas de...



Tiny House



Plan 547-1 - Houseplans.com



The Surfer-Girl Diet





## 12.- Analiza resultados

Haz clic en Analytics en el panel de Pinterest Ads Manager para medir el rendimiento de tu campaña :

- Los clics.
- Las impresiones totales.
- Tasa de compromiso o CTR.
- eCPM promedio: costo por impresión ganado y no ganado.
- eCPC: costo efectivo por clic.
- Gasto total.

Haz clic en una campaña, algunas formas de optimizar aún más tu campaña son:

- Ampliar tu audiencia.
- Aumentar tu presupuesto.
- Probar diferentes formatos.
- O planificar eventos.

# ¡YA ESTÁS LISTO PARA USAR PINTEREST!

