

WORKBOOK

para un

feed exitoso

Instagram

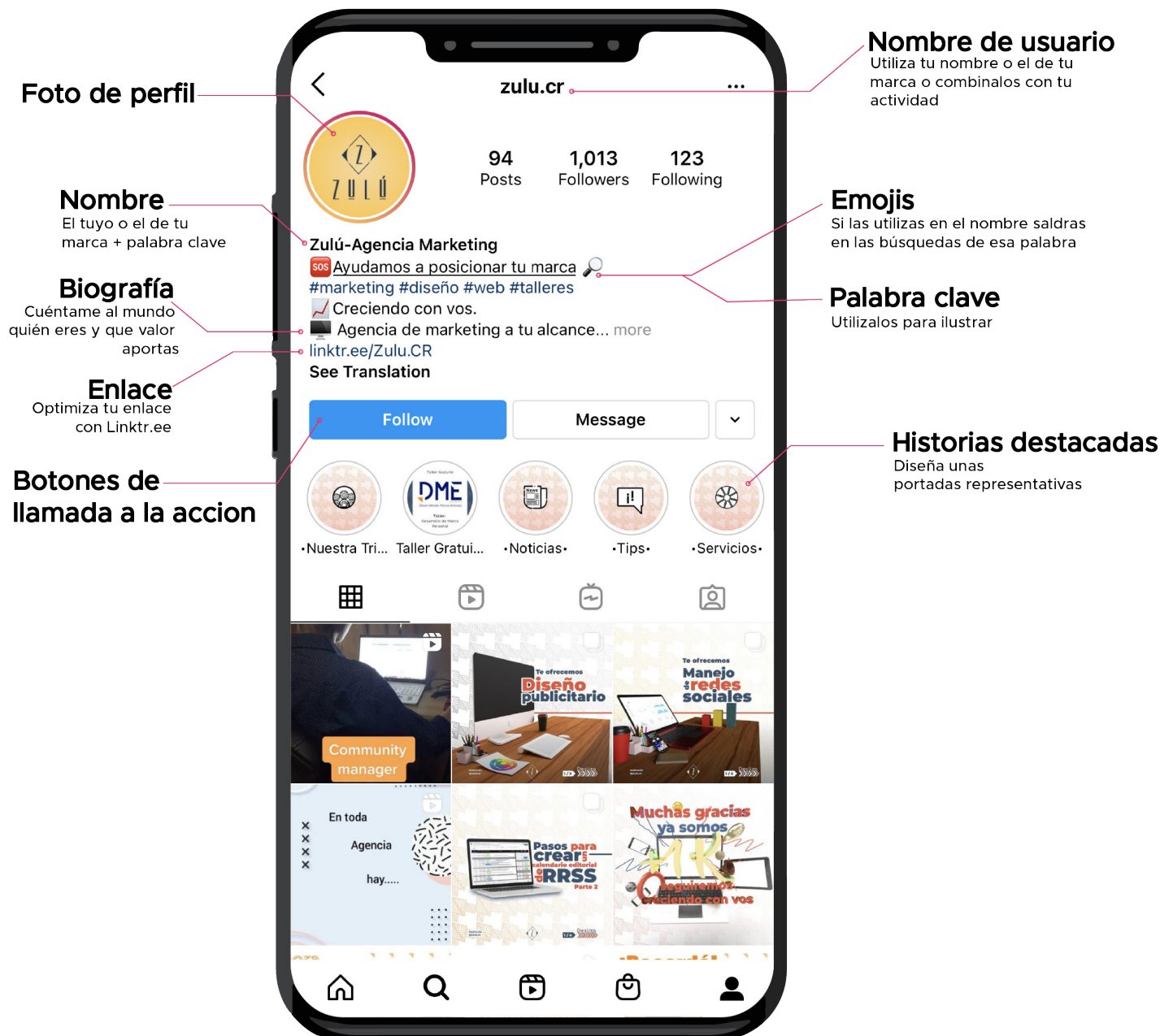


¿Querés saber cómo mejorar tu perfil de Instagram?



Para posicionar tu marca en Instagram es indispensable que proyectés la imagen de tu negocio de forma clara. Además, es importante que te asegures de que hayás configurado tu cuenta como una cuenta empresarial.

Otro aspecto indispensable es que tu Biografía esté completa, sea llamativa y contenga toda la información que requieran tus usuarios. Es por eso que debés hacer que tu perfil se vea estético y atractivo.



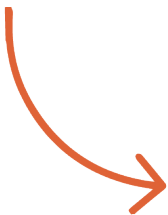
Completá los siguientes recuadros con la información de tu marca, esto te servirá como guía para hacer que tu Bio tenga los elementos necesarios:

Palabras claves que
se relacionen con tu nicho



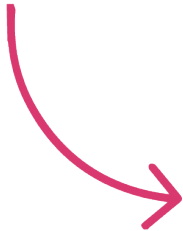
Escuela Online
Marketing Digital
Redes Sociales

Información de contacto



WhatsApp
Correo Electrónico

Pitch de tu negocio



Explicá tu negocio
¿Qué te diferencia?
Propuesta de valor

Categoría



Agencia de marketing
Emprendedor
Producto o servicio

Ubicación de tu negocio



Costa Rica
San José

Sitio Web



www.zulucr.com

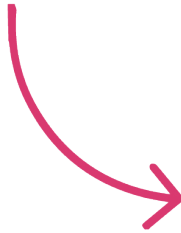
Hashtags



#Marketing
#consultotiadigital
#web



Acá te adjunto el enlace de una plataforma que te ayudará a generar la biografía de tu cuenta de Instagram:



https://vilmanunez.com/generador-biografia-instagram/?utm_medium=email&_hsmi=105390075&_hsenc=p2ANqtz-8A9Uu-OSIInCRNWrG4uHriIUwpFwSyn5Zj32PzuLp_w3S_9Ja-KO-wFe3_R2yiSt9DdbMc919CWLNT4qUHVGGZzqcTh7SgQ-&utm_content=105390075&utm_source=hs_automation

Para continuar debemos marcar lo que nos ayudará a alcanzar nuestros sueños

¡El objetivo!

¿Cuál es tu objetivo de este mes para Instagram? ¿Qué deséas obtener de tu estrategia?



Pista

Puede ser conocer más a tus clientes, posicionar más la marca, aumentar el alcance o los seguidores, etc)

Conectá por medio de historias

Después de haber revisado lo básico en tu perfil empresarial vamos a ir entrando poco a poco a la parte de contenido, ya que esta es la que nos ayudará a aumentar los seguidores, el alcance o alcanzar el objetivo que tengás.

Tipo de contenido que podés utilizar en tus historias:

- Boomerang
- Videos cortos
- Realizar encuestas
- Poner fondos
- Etiquetar otras cuentas o a los clientes
- Utilizar música
- Utilizar stickers
- Hacer juegos interactivos
- Dar avances o noticias de la empresa para que se conecten con tu marca

¿Cómo definir qué historias realizar?

Lluvia de ideas

¿Cómo tu producto o servicio mejora la vida de tus clientes?

¿Qué diferencias tiene tu producto o servicio con tu competencia?
Concentrate en los beneficios que le des



Pista

¿Quiénes ayudan en el proceso?

Pensá en quién vende el producto, tenés a alguien que distribuya, eres solo vos o tenés algún compañero.



Pista

¿Dónde se encuentra mi público meta en este momento?

Y nos referimos al tipo de contenido. ¿Tu publico está en las personas aficionadas a comida, entretenimiento, viajes, etc.?

Ahora acomodá tus respuestas anteriores en el siguiente cuadro y agregá historias que podés realizar con ese aspecto en específico.

ASPECTO	HISTORIAS
Cómo	
Qué	
Quiénes	
Dónde	

Ejemplo

ASPECTO	HISTORIAS
Cómo	Nuestra agencia facilita a los emprendedores a que puedan manejar sus redes sociales de una mejor manera y que sea un proceso más agradable para cada uno de ellos.
Qué	Nuestra diferencia con nuestra competencia se debe a la preocupación desde un principio por nuestro cliente y el crecimiento de su marca. Además del acompañamiento que se le da a cada cliente.
Quiénes	Tenemos un equipo excelente como: diseñadores, social media strategy, social media manager, management account, etc.
Dónde	Nuestro público meta busca formas diferentes de poder anunciar su marca, mejorar su vida y aprender.

Historias destacadas

Es importante que tengas historias destacadas, ya que ellas le ayudaran a tus usuarios a encontrar información importante y de una manera fácil.

¿Cuáles son los 5 aspectos informativos más importantes que deben conocer tus seguidores?



Pista

Contacto, testimonios, precios, menú, detrás de cámara, algo que le facilite la información al usuario y que sea un aspecto fijo como tu ubicación.

1.

2.

3.

4.

5.

Ahora se viene una pregunta muy importante, ¿qué publico en el feed?

Es importante que todo el contenido que publiques, ya sea en historias o en el feed, sea de calidad y de importancia para todos tus usuarios.

De acuerdo con mi objetivo del mes para Instagram, ¿qué tipo de contenido creo yo que me funciona?

Puede ser más de uno



Pista

Ahora, te recomendamos realizar un planning en donde planifiques ¿qué vas a publicar?, ¿qué días? Y ¿a qué hora?

Te recomendamos realizar este paso por Excel o bien hay varias plataformas como:

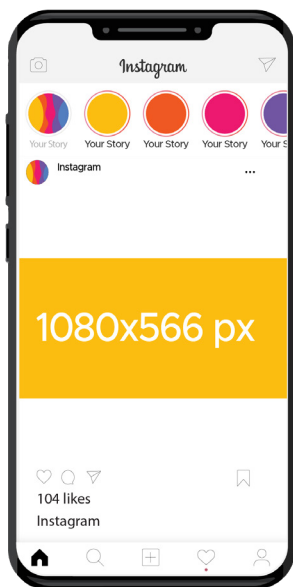
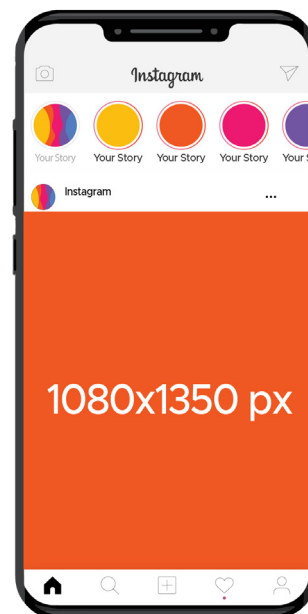
- **Metricool:** Aunque a veces tiene fallos es una buena herramienta para realizar el planning y programar las publicaciones, además puedes revisar tus métricas.
- **Socialgest:** Pueden realizar el planning, programar las publicaciones y no solicita alguna confirmación para publicar.
- **Later:** se pueden programar las publicaciones y además envía un aviso al móvil en la hora que han programado para darle la aprobación final.

Sin embargo, estos son los 4 puntos más importantes:

Día	Hora	Formato	Publicación
El día en que se va a publicar.	La hora en la que se va a publicar.	Si se va a publicar un video, reel, IGTV, imagen, gif, carrusel, etc.	Una explicación breve para que recuerdes de qué se va a tratar.

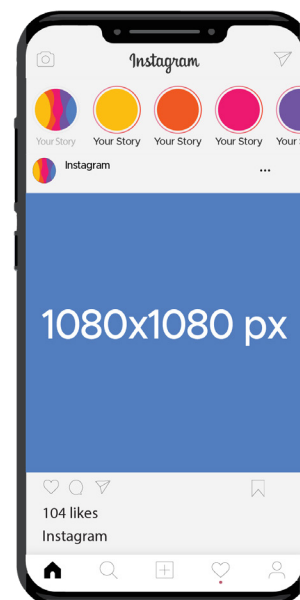
Tip de la tribu

Si vas a publicar alguna imagen o arte te recomendamos utilizar el formato 1080x1350, ya que ocupa bastante parte de la pantalla y ayuda a las personas a centrar su atención en el post.



Y si deseás subir videos o IGTV utilizás 1080x566.

Ambos formatos son aceptados por Instagram y así no utilizás los que todos los demás utilizan, el cual es 1080x1080.



No hay publicación sin una buena descripción que lo acompañe

La descripción que viene debajo de las publicaciones se les llama copy y este es tan importante como lo que publicamos.

A Atención: Es lo primero que las personas verán, por lo tanto debe llamar mucho la atención para que deseen seguir leyendo.

I Interés: Contá por qué tu servicio o producto va a facilitarles la vida, sé breve, contá una historia, puede ser por medio de una pregunta también.

D Deseo: Aquí terminamos incluyendo la solución a ese problema e inculcando un deseo por nuestro producto o servicio. Es la parte más emocional por lo tanto, ofrecé consejos, herramientas, tratá de conectar con tu público.

A Acción: Definí tu llamado a la acción. Puede ser que guarden la publicación para futuras referencias, que comenten o que sigan la cuenta. Acordate que no es solamente que manden mensajes por DM o se comuniquen con vos, ya que toda interacción ayuda al algoritmo.

Ejemplo:

A ¡CUIDADO! Si hacés esto estás fallando.

I El miedo de todo emprendedor es que no se pueda vender su producto o su servicio y es por eso que debés creer en tu empresa.

D En Zulú Comunicación queremos crecer con cada uno de los emprendedores para que puedan cumplir ese sueño.

A Envíale esta publicación a ese emprendedor que no querés que deje de intentar.

Realizá tu copy:

A

I

D

A

Ahora solo falta la cereza en el pastel: **EL HASHTAG**

Realizamos 4 grupos diferentes de hashtags para estarlos cambiando, recomendamos verificar que grupo está funcionando mejor.

Cada grupo debe tener los siguientes:

de tu industria, # de gran alcance (más de 10 millones de publicaciones),
de menor alcance (menos de 10 millones de publicaciones), **#especifico**

En cada grupo debés agregar como máximo 10 hashtags y como mínimo 6.

Grupo 1	
Grupo 2	
Grupo 3	
Grupo 4	

Ejemplo

Grupo 1	Industria: #agencia #agenciadecomunicacion Gran alcance: #marketing Menor alcance: #relacionespúblicas Específico: #creciendoconvos #zulúcomunicación
----------------	--

Nos enfocaremos en lo que está de moda

Las empresas deben siempre estarse actualizando con las nuevas tendencias que se revelan con el pasar del tiempo a su público meta en específico.

Uno de los formatos que ha estado subiendo el alcance y el algoritmo está favoreciendo más son los reels.

Pensá en 5 beneficios de tu producto o servicio

1.

2.

3.

4.

5.

¡Listo! Agregá una canción que se encuentre en tendencia y ya tenés tu primer reel.

Sin embargo, te recomendamos que apuntés varias ideas en las cuales agregués un detrás de cámara, información importante de tu producto, empresa o servicio, datos curiosos, o bien también te recomendamos revisar en tu red social e internet las nuevas tendencias para ver si podés adecuar alguno a tu marca.

Lluvia de ideas

Humanizá

Para saber si estas humanizando tu marca te facilitamos un cuadro y al final vos podrás ver qué puntos debes mejorar.

Pregunta	Sí	No
¿Creés que en tu Instagram está toda la información necesaria para tus clientes?		
¿Has preguntado a tus seguidores en Instagram la opinión sobre tu producto o servicio?		
¿Has compartido cómo surgió tu empresa?		
¿Has compartido el proceso detrás del producto o el servicio? Como: el empaque, la distribución, la elaboración, etc.		
¿Compartís testimonios de clientes que ya has tenido en Instagram?		
¿Respondés a los comentarios en tus publicaciones?		
¿Durás menos de 8 horas respondiendo un mensaje privado en tu Instagram?		

¿Realizás actividades para que tus usuarios de Instagram participen en tu cuenta?		
¿Tenés algún proyecto de ayuda social o alguna acción que indique una preocupación por un problema externo a tu empresa? (Puede ser que tu producto sea biodegradable, que ayudes a alguna organización, etc.)		
¿Publicás contenido de entretenimiento?		
¿Publicás contenido informativo?		
¿Publicás contenido educativo?		

Ahora a los puntos que indicaste que no hay que irlos mejorando para convertirlos en un sí y que tu marca crezca.



zulu.cr



Zulú Comunicación



+506 8743 1117



www.zulucr.com

Copyright 2021 por Zulú Comunicación. Todos los derechos reservados.