

¿Cómo desarrollar estrategias de contenido en Instagram?



01



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS



¡Hola, queridxs!

Nombre: José Antonio Morales Yuste

Marketing manager Comunica2 y Gastroagencia.

Instagram: @joseantoniomoralesyuste

Mail: jose@comunica-2.es

Mis clientes





Programa

1. User habits en instagram.
2. Nuevas tendencias generación M y Z.
3. Marcas que “molan” en Instagram by la despensa.
4. Tips para que una marca conecte a través de IG.
5. Consejos para desarrollar contenidos en Instagram.
6. Case studies.



User habits en Instagram.



User habits en instagram.



Han usado **4,5 redes** en promedio alguna vez

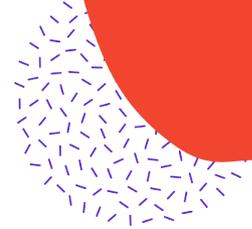
- **WhatsApp** se mantiene como la **red social con más usuarios**, seguida de **Facebook** (que **decrece** vs 2019).
- **TikTok** es la red que **más crece en usuarios** (de **3% a 16%** en ha usado alguna vez).
- Actualmente, los usuarios utilizan **4,5** redes en promedio. Prácticamente **1 más** que en 2019 (3,7).

User habits en instagram.



- El uso principal de las Redes Sociales continúa siendo "social" (chatear/enviar mensajes, ver qué hacen tus contactos).
- El chatear/enviar mensajes va ligado a WhatsApp y Telegram.
- Ver Videos / Música continúa siendo una actividad destacada debido a la fuerza de YouTube.
- Aumenta el hecho de conocer gente y hacer nuevos amigos, como ya pasaba en el 2018.

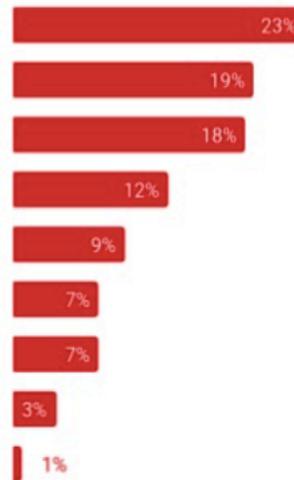
Los contenidos más top...



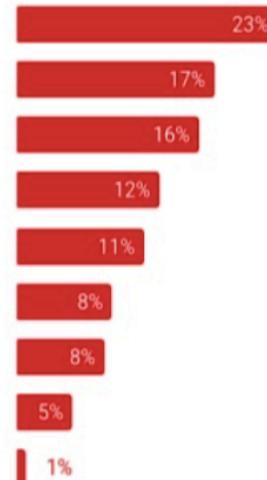
Contenidos generados



Contenidos con más interacciones



Contenidos con más tráfico web





Nuevas tendencias generaciones Z y M.

Nuevas tendencias generacionales

EXPOSICIÓN EMOCIONAL

En respuesta al "24h Happy", les mola poder manifestarse tristes, asustados, ansiosos, cabreados...

COSTUMBRISMO

Lo diario se pone en valor frente al postureo. Mola no tapar lo vergonzoso del día a día, la espontaneidad, la naturalidad.



MODA SPORTY CHIC

La comodidad y cotidianidad de la ropa deportiva se combinan con elementos lujosos y elegantes, "pasando" de los códigos de vestimenta preimpuestos.

FEÍSMO

Los cánones de belleza se rompen y se valora lo que antes era estridente o feo.

Nuevas tendencias generacionales

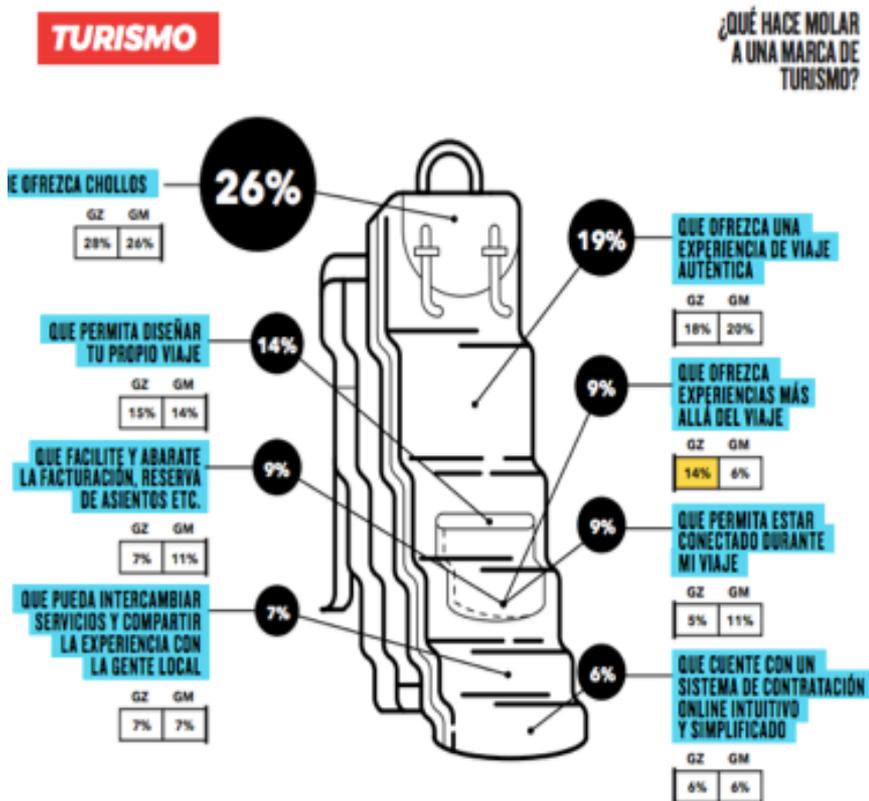




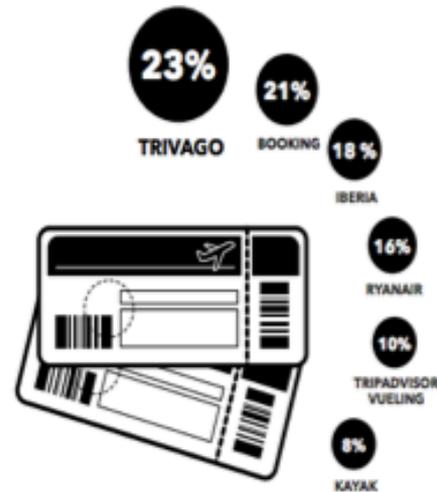
**Marcas que “molan”
en instagram by la
despensa.**

Marcas que + molan en Instagram.

TURISMO



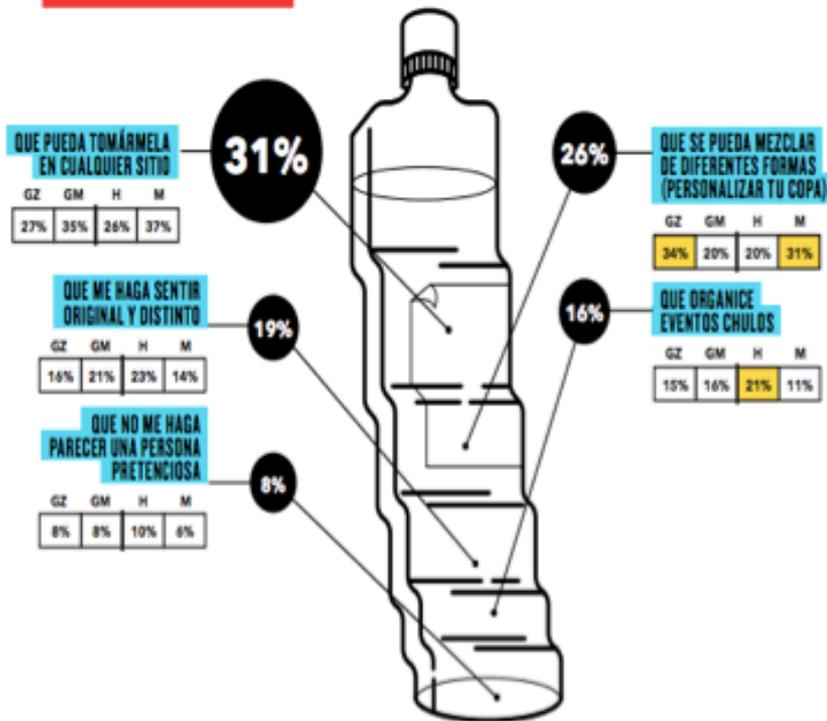
¿CUÁLES SON LAS MARCAS DE TURISMO MÁS COOL?



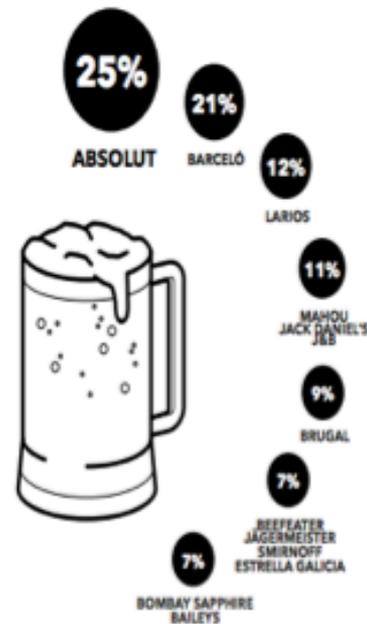
Marcas que + molan en Instagram.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

¿QUÉ HACE MOLAR A UNA BEBIDA ALCOHÓLICA?



¿CUÁLES SON LAS MARCAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS MÁS COOL?

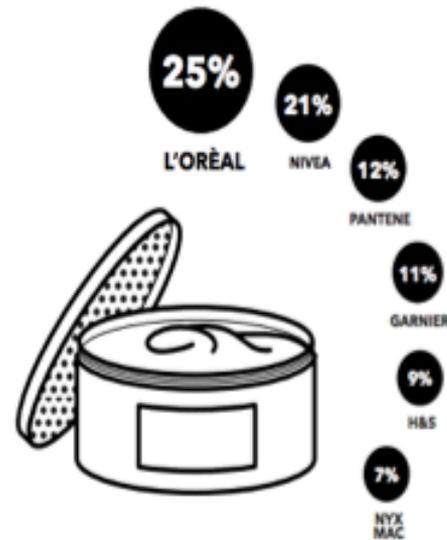
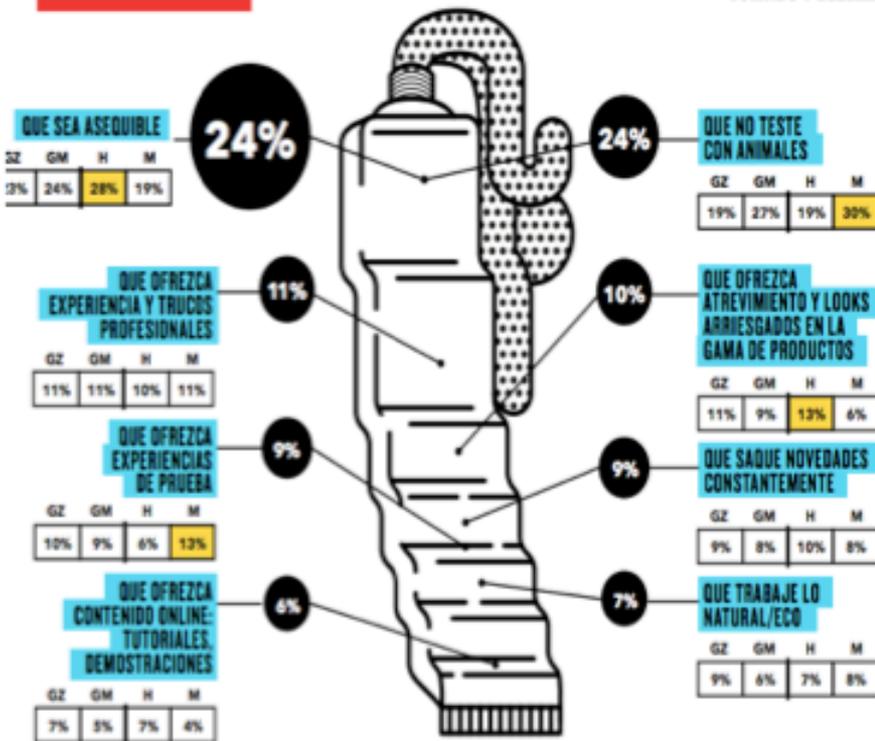


Marcas que + molan en Instagram.

CUIDADO Y BELLEZA

¿QUÉ HACE MOLAR A UNA MARCA DE CUIDADO Y BELLEZA?

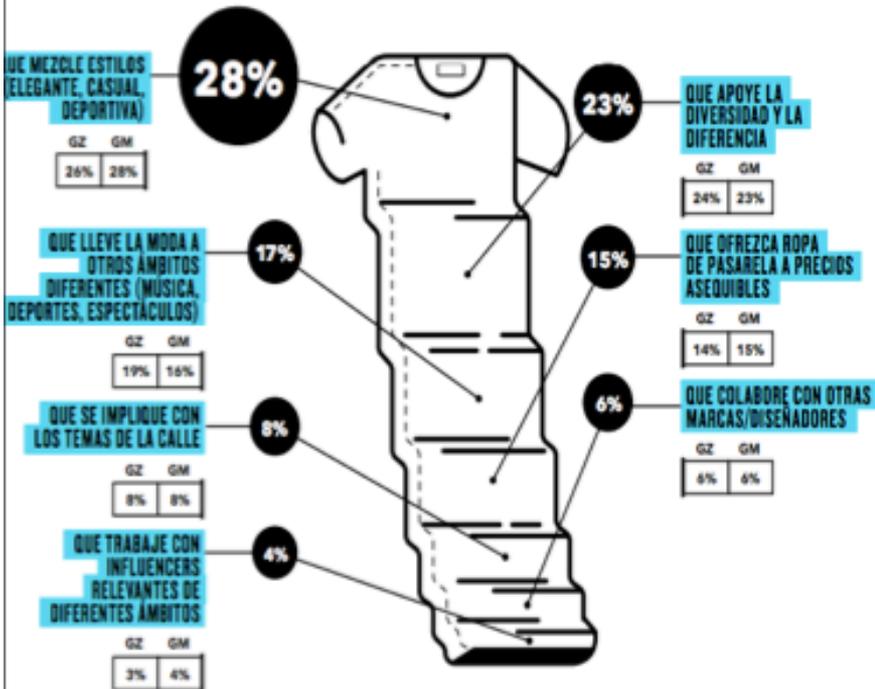
¿CUÁLES SON LAS MARCAS DE CUIDADO Y BELLEZA MÁS COOL?



Marcas que + molan en Instagram.

MARCAS DE MODA

¿QUÉ HACE MOLAR A UNA MARCA DE MODA?



¿CUÁLES SON LAS MARCAS DE MODA MÁS COOL?

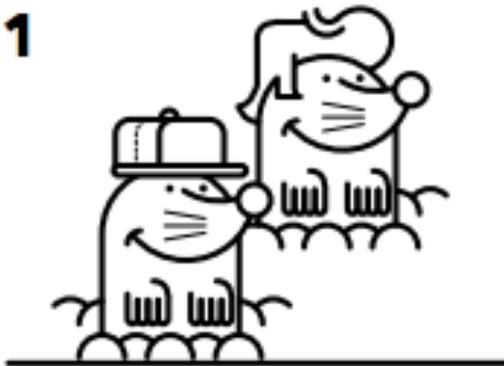




**Tips para que una
marca conecte a
través de IG.**

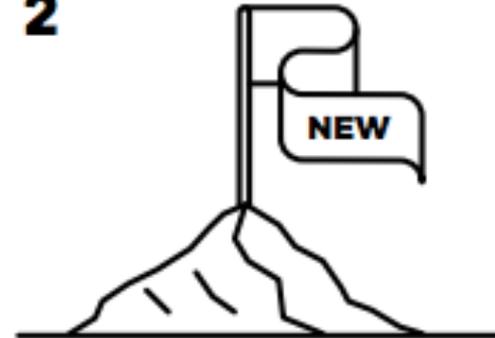
Tips para que una marca conecte.

1



No todo en el monte es orégano: a Gen Z y Millennials no les mola lo mismo ni les encontrarás en los mismos lugares.

2



Si molar es ser único y diferente... las marcas deben encontrar territorios innovadores y comunicar de manera diferente.

Tips para que una marca conecte.

3



La **presencia digital** es importante, porque es ahí donde los jóvenes construyen y desarrollan su identidad.

4



Las **marcas útiles** molan más: ofrece tutoriales, *reviews* y plataformas para que desarrollen sus aficiones.

Tips para que una marca conecte.

5



El lenguaje cool, que conecta con los jóvenes, es el de Internet: cultura *youtuber*, humor, emojis...

6



Molan las marcas que ofrecen la posibilidad de **customizar y personalizar su experiencia** a lo largo del *consumer journey*.

Tips para que una marca conecte.

7



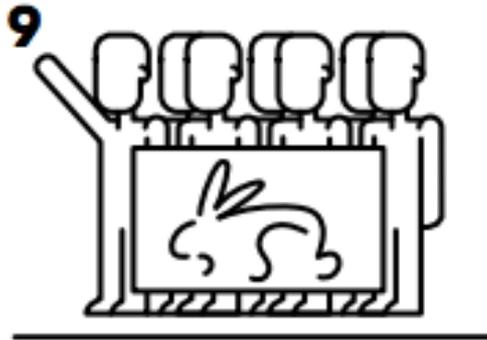
El postureo y la belleza inalcanzable están de capa caída: es el momento de no prometer un mundo perfecto que les pueda frustrar y explotar lo cotidiano, el feísmo, fusionar códigos...

8



Las celebrities más conocidas no tienen por qué ser las más apropiadas si el objetivo es ser más *cool*.

Tips para que una marca conecte.



Luchar por una causa contribuye al *coolness*: ser animal friendly, fomentar la diversidad...



Las marcas no tienen por qué ser premium para ser cool.



Consejos para desarrollar contenidos en Instagram.

¿Qué tipo de contenido funciona mejor en IG?

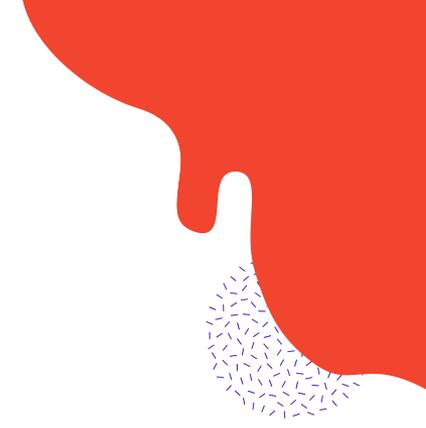


- ✓ Cada vez se consume una mayor número de videos a través de IGTV. Los usuarios ya invierten más de un 70% en la visualización de videos.
- ✓ El tipo de comida que más se muestra en IG es la Pizza, el sushi y el pollo. Suelen ser las imágenes que mayor interacción tienen.
- ✓ Los hashtags más utilizados son #Me, #Cute, #Sorteo y #Love.
- ✓ Las publicaciones que incluyen otras opciones, generan un 60% más de interacción.
- ✓ Según los últimos estudios, las publicaciones con al menos un hashtag, tienen un 12.6% más de interacción.
- ✓ Las publicaciones que tienen la ubicación, genera un 72% más de interacción.
- ✓ Publicar fotografías con rostros de personas generan un 40% más de interacción.
- ✓ La imagen más popular de IG es la foto de un huevo y tiene más de 54 millones de likes.

Un huevo.



Historias guardadas como...



- Si tienes productos relacionados con belleza, moda, cocinas, tecnología u otros gadgets que se puedan mostrar, puedes utilizar las stories de IG guardadas como una herramienta de tutoriales.
- Puede darle a tus seguidores mogollón de información sobre el packaging, colores, tamaño, etc. Mientras ve trucos y consejos de la marca.
- El objetivo es que el producto se convierta en aspiracional a través de Instagram.
- Druni es un ejemplo, ya que utiliza contenido simple y directo de forma sencilla.

Conocimiento de producto.

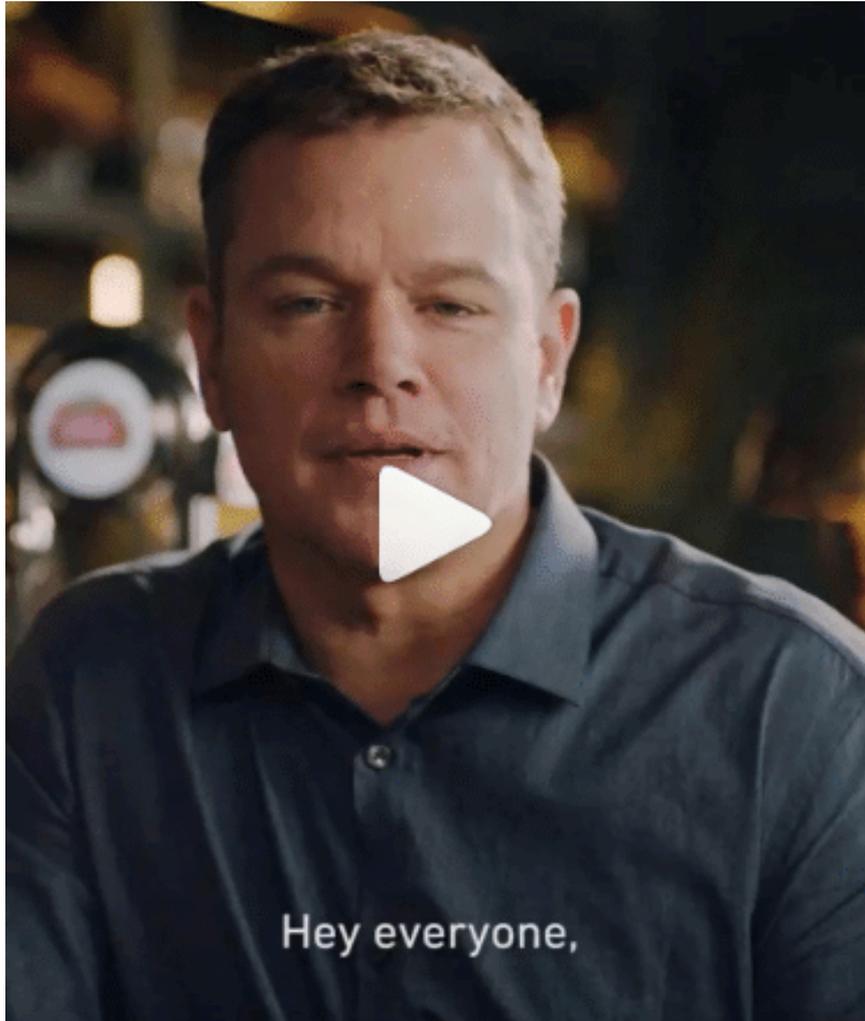
**Ya tenemos los
productos de
Alpha H ✨**



Contenidos y Takeover.

- Establece primero tus objetivos y haz colaboraciones semanales a modo de preguntas y respuestas.
- Haz un takeover o colaboración con un influencer y muestra un evento o tema específico. Si lo haces con regularidad, puedes crear un hashtag de marca. Y así tienes la opción de agregar a tu estrategia contenidos semanales.
- Puede ser a través de un directo, IGTV, stories, etc..

Takeover.



stellaartois • Follow

Millions of people live without access to clean water. Thanks to Stella Artois' partnership with Water.org, every pour can help give access to clean water to someone who needs it. And that's how you #PourItForward. Enjoy Stella Artois. Give water. Change lives. See the link in our bio to learn more @water

View all 33 comments

lissetteacostacorniel @sorpresa16 Wholefoods here has them on sale. I bought this weekend 😊

lissetteacostacorniel @johnsonmartinez09 ya yo compré este finde 🙌

leninpg @mariavictorious @crimson_knives !! 😍

mariavictorious @leninpg so we've been helping a lot of people out



6,365 views

FEBRUARY 13

Add a comment



¿Por qué Contenidos foodie?

- Jugosas burger, pizzas enormes, helados gigantes. ¿Por qué? Amamos la comida.
- No es necesario que seas una marca de comida o un restaurante. A nuestros followers también les flipar ver lo que comen los empleados, los compañeros, los influencers. Esto siempre será bueno para tu marca.
- Ver qué come a gente como algo regular cuando está en una oficina, cuando tiene una celebración, mencionar lugares frecuentados, etc.
- Si eres un restaurante, el horario es clave. Hay que publicar dos horas antes de las comidas cenas para que los seguidores hambrientos quieran venir. Es necesario utilizar hashtags foodie porque nos puedes encontrar a través de ellos.

Foddie content.

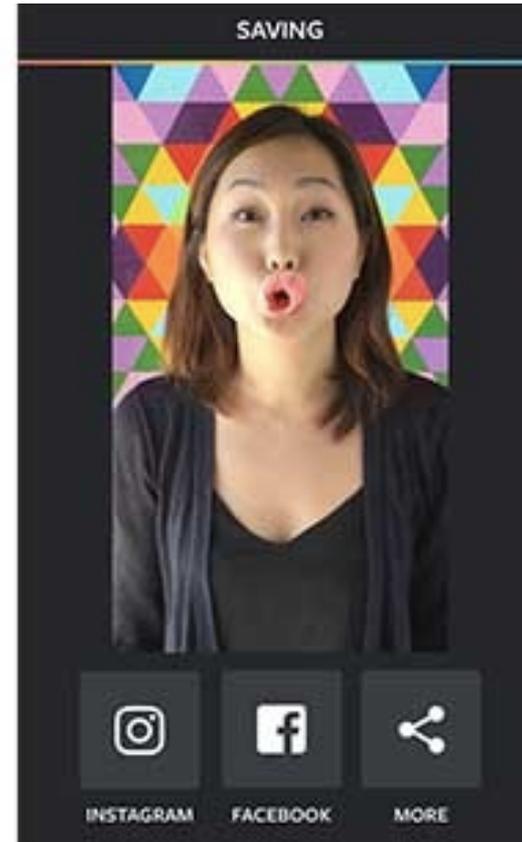


¿Todavía no pruebas los boomerangs?



- Es una función de la cámara de IG que crea un corto que es casi como un GIF.
- Cualquier marca puede hacer un boomerang para presentar a un miembro del equipo, demostrar alguna cualidad o presentar un producto.
- Con boomerangs conseguimos contenidos más amenos, divertidos y sin copy.
- Ahora mismo se pueden hasta personalizar con emoticonos, filtros, etc
- Si lo que buscas es generar interacción de manera graciosa e interactuar con tus seguidores, un boomerang es una buena opción.

Boomerang “Molón”.



Pon en marcha sorteos frecuentes.



- Define bien los objetivos antes de comenzar a definir que tipo de sorteos puedes ofrecerle a tus followers, pero siempre hay posibilidades. La gente quiere concursar y conseguir cosas.
- Te ayudará a ganar visibilidad y entusiasmo en tu perfil y generaras fidelidad.
- Aumentará tu exposición si creas un hashtag específico y otro genéricos. Recuerda poner la ubicación.
- Determina bien el funcionamiento y las normas de participación.
- Comunica de forma sencilla, clara y escueta. Que sea fácil la participación y busca una recompensa que pueda atraer a cualquier público objetivo.

Sorteos BAD.

Guardar

SORTEO
#EasySelfie

**INSTAX MINI 9
+ FUNDA + 20 PELÍCULAS**

easypromosapp

¡Celebramos el #DíadelaSelfie con este #sorteo! 🔥
Gana una cámara Fujifilm Instax + Funda + 20 películas. ✅ ¿Cómo participar?

- Sube una selfie en tu perfil de Instagram o Twitter.
- Utiliza el hashtag #EasySelfie y menciona la cuenta @easypromosapp.
- Galería de participantes y bases legales del #concurso en el link de la BIO.

1 sem

1 sem 1 Me gusta

Recorrer

Les gusta a [marisagrana](#) y 79 personas más

21 DE JUNIO

Agrega un comentario... Publicar

Sorteos GOOD.



 **alanna clothing** • [Seguir](#) ...

 **alanna clothing** FINALIZADO ⚡
¡¡¡SORTEO!!! ⚡ Ya somos 10 mil en Instagram y queremos celebrarlo por todo lo alto 🥳 Sorteamos 3 CUPONES de 20€ cada uno para gastar en nuestra tienda online ☐
Para participar:
👉 Sigue nuestra cuenta [@alanna clothing](#)
👉 Comenta qué artículo te gusta más de nuestra tienda y nombra a 3 amig@s en esta foto (no valen famosos etc)
* Finaliza el 23 de mayo a las 12 de la noche
* L@s ganador@s serán anunciados por stories y por mensaje privado 🍀 ¡Os deseamos mucha suerte!
♥ El equipo de Alanna

1,127 Me gusta
18 DE MAYO

Agrega un comentario... [Publicar](#)

Pon en marcha sorteos con otras marcas.

- En este caso, el objetivo debe ser el de conseguir nuevos fans.
- Busca marcas que tengan muchos seguidores en IG y plantea un acción conjunta con ellos.
- Idea: Si vendes zapatillas, realizar un sorteo de perfumes porque la sinergia se ha realizado con una perfumería y viceversa.
- Con esto, conseguiremos impactar en otro tipo de seguidores que también serán nuestro target, pero son fieles a otra marca.
- Los sorteos deben de ser atractivos para que la gente participe y siga tu cuenta.

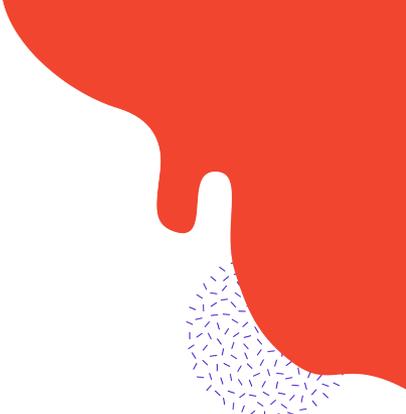
Primor.

Sprinter

¡ZAPATILLAS GRATIS TODO EL AÑO!



Condiciones.



¿Quiénes pueden participar?

Podrán participar todas las personas que lo deseen a través de su perfil en Instagram, que residan en España (península e islas) y Portugal (península).

¿Cómo podéis concursar?

Para poder participar en el concurso tenéis que:

- Seguir el perfil de Primor y Sprinter_es en Instagram.
- Dar me gusta a la foto del concurso que compartiremos en el Instagram de Primor y mencionar a amigos para invitarles a participar.
- Tener el perfil abierto hasta que se comuniquen los ganadores del concurso.

Los perfiles participantes que no cumplan los requisitos anteriores no entrarán en el sorteo.

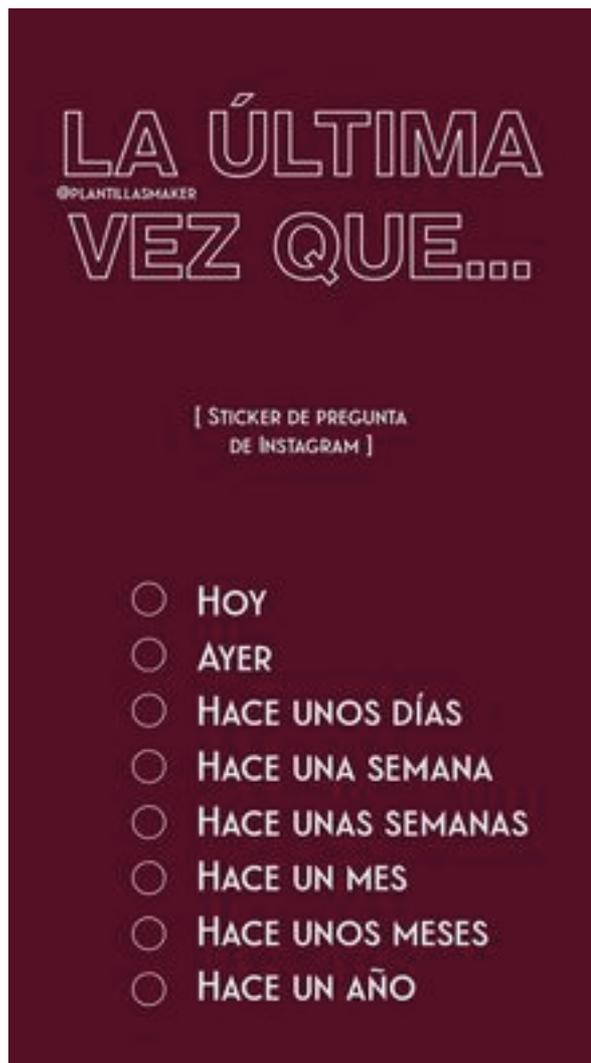
Duración del concurso

Podrás participar en el sorteo desde el 15 de agosto hasta las 23:59h (GMT+1) del 21 de agosto.

Súmate a un juego.

- Desafía a tu público y captaras su atención mientras estableces una relación más cercana con ellos.
- No te vuelvas loco. El desafío no tiene que ser extraordinario pero debemos de atraer a nuestros seguidores a participar.
- Idea: Sube una imagen de tu marca y anima a al gente a que le ponga título y genera así un “concurso de descripción”. Lo puedes realizar también para testear nuevos productos o servicios y ver si encajaría con tu target.
- Pon siempre plazos para incentivar y por ejemplo promete que compartirás la descripción que más se acerque a la creada por la marca y dale la oportunidad de hacer un reconocimiento público poniéndole ese nombre a tu producto o recompensado al participante.

Y si aciertas...

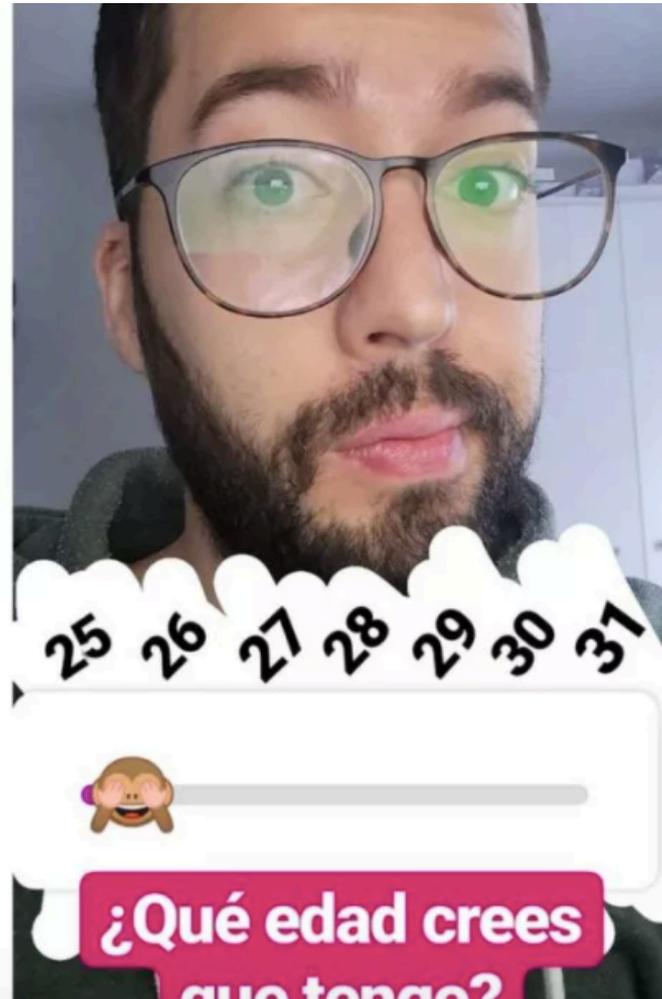


Crea tu propia cajetilla de preguntas



- Puedes jugar a que adivinen tu edad, tu película favorita, cuando nació la marca, el lugar de su sede, su producto más vendido.
- Es una de las mejores opciones para interactuar con tus seguidores.
- Recomiendo siempre dar varias opciones de respuesta y utilizar emoticonos.
- Recuerda contestar todos los mensajes y ver si tus seguidores aciertan o NO.
- Siempre digo que viendo el tipo de respuesta puedes saber si el contenido que vas comunicando encaja con el target, lo entienden y es acorde a la marca.

Y más preguntas...



Y las encuestas cerradas.

- Es la mejor forma de conocer a tu público y dan mucho juego.
- Involucras a la audiencia a interactuar con tu marca sí o sí.
- Es una excelente manera para que tus seguidores se queden visualizando tu storie y no pasen a la siguiente.
- Es una oportunidad para escuchar a tus seguidores y clientes.
- Nos permitirá conocer los gustos e intereses de nuestros followers.

Dos elementos y YA.

NO PODRÍA VIVIR
300 DÍAS SIN...

MAKE
UP 🧴
69%

CHOCO 🍫
31%

En estas fechas, ¿eres de
cenar en casa o de salir a
cenar fuera?



72%



28%

Conclusión de encuesta cerrada.

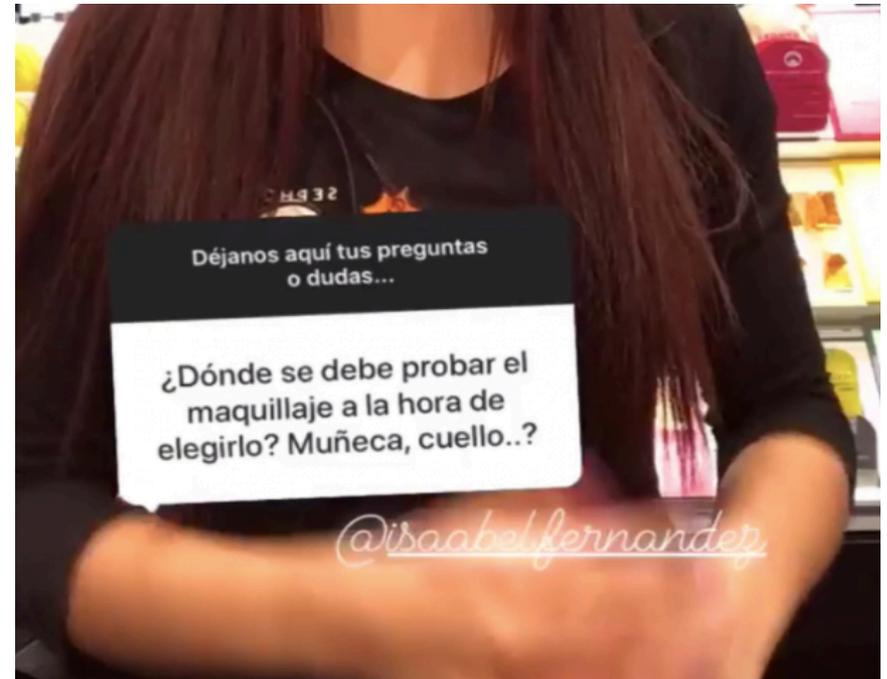


- En lugar de formular una pregunta de SÍ o NO, lo reemplazamos con dos elementos diferentes y cerrados para conocer la preferencias de las personas.
- Por ejemplo:
- ¿Qué color de camiseta prefieres? ¿Azul? ¿Gris?
- ¿Qué contenido te gustaría ver más? ¿Directos? ¿Tutoriales?

Y las encuestas y rondas abiertas.

- Puedes ofrecer una pregunta abierta sin necesidad de conocer una respuesta concreta.
- Se utiliza únicamente para generar engagement.
- Es una forma atractiva de recopilar información de tu target.
- Eso sí, asegúrate de que esté claro lo que estás preguntando.
- Incluye emojis y nunca la pongas en la imagen superior izquierda.
- Usa imágenes o videos para realizar las preguntas.
- Asegúrate de colocar la etiqueta en zonas que no entorpezcan la imagen.

Ejemplos de preguntas abiertas.





Case studies.



Claves del éxito Mim shoes.

MIM, la marca de zapatos que se hizo viral por un juego en el Black Friday

REGLAS DEL JUEGO:

1. Sube una historia de tus Mim favoritas y menciona a @mim_shoes
2. Sigue a @mim_shoes
3. Regalaremos un par de Mim cada hora hasta las 22:00h. Puedes participar una vez cada hora.
4. Todos los participantes tienen premio asegurado.

Resultado+ 120 K seguidores nuevos en 10 horas.

En resumen, la marca que sorteaba 12 pares de zapatos, más de 200 bolsos y carteras, y códigos de descuento acumulables para el Black Friday, ha conseguido un incremento del 10.000% en ventas, el día previo a la jornada de rebajas más importante del año.

Claves del éxito Voltereta.

- Premio muy jugoso (50.000 euros).
- Difusión via stories (3-4 amigxs)
- 3 canales diferentes para amplificar (dos influencers enfocados a life style, viajes)
- Plazo muy amplio (Evita la tasa de abandono porque a muchos se nos olvida)

Resultado: + 300K seguidores nuevos.



Herramientas IG.

- **Onlyput:** programación de contenidos.
- **Easypromos:** seleccionar ganadorxs de sorteos.
- **Canva:** diseñar imágenes para instagram.
- **Inshot:** Editor de video y música.
- **Moho:** plantillas de IG para stories.
- **Metricool:** Informes y data.

Three red wavy lines are positioned in the upper right quadrant of the image, resembling stylized confetti or decorative elements.

¡Thanks!