

## *Instagram como herramienta de publicidad*



La era de lo visual y debes aprovecharlo, porque **no vas a tener mejor ocasión que esta para llevar tu negocio a lo más alto.**

Sólo como detalle, nuestro cerebro procesa 60.000 veces más rápido una imagen que un texto y existen varios estudios que demuestran que solo recordamos un 20% de lo que leemos mientras que retenemos un 80% de lo que vemos.

Se debe añadir que el contenido visual es un 43% más persuasivo y 40 veces más susceptible de ser compartido en las redes sociales.

Lo que quiere decir que es el momento de las redes sociales visuales y, concretamente, de una de ellas: Instagram.

Y es que Mark Zuckerberg ya subo ver unos cuantos años que **Instagram tenía una gran vida por delante** así que la compró por la inocente cifra de mil millones de dólares y se puso a exprimir su potencial.

¿El resultado? Instagram pasó de tener **30 millones de usuarios activos** en el momento de la compra a **tener más de 400 millones de usuarios a día de hoy.**

Y eso no fue todo sino que recientemente la compañía ha introducido un cambio que está suponiendo un revulsivo para pequeñas y grandes empresas: **la publicidad en Instagram.**

Piensa que Instagram es la red social más visual y móvil que existe, y cada vez más usuarios se conectan a las redes sociales a través de sus dispositivos móviles lo que está causando que **los anuncios en Instagram estén alcanzando altas cifras de efectividad.**

Así que si se desea llegar audiencia y mejorar las cifras de tu marca entonces sí o sí tienes que hacer publicidad en Instagram e implementar campañas publicitarias que te ayuden a alcanzar tus objetivos.



### ¿Por qué hacer publicidad en Instagram?

Lo cierto es que desde el pasado 30 de septiembre de 2015 Instagram se ha sumado al grupo de redes sociales que permiten contenidos patrocinados y no han tardado en revolucionar en panorama de la publicidad online.

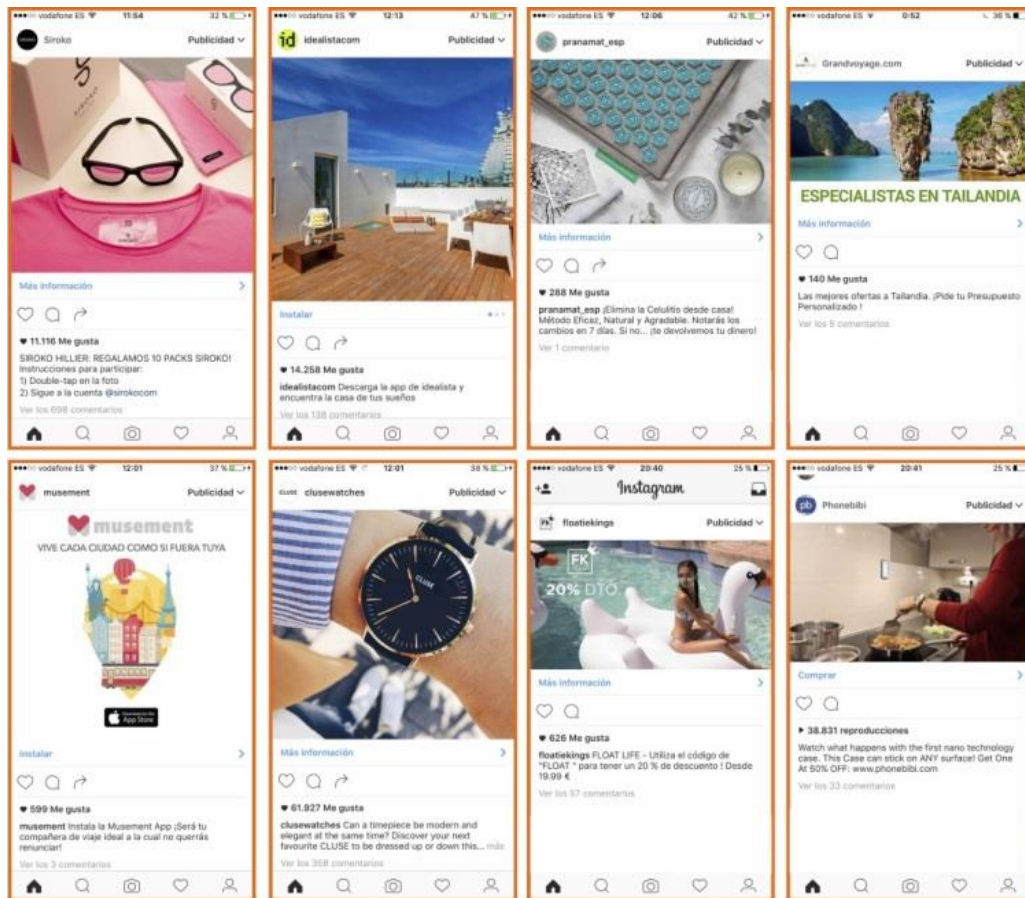
A día de hoy **Instagram ya cuenta con más de 400 millones de usuarios** que publican un total de **800 millones de fotos** y dan **1,2 billones de likes al día**. Así que si tus clientes potenciales están ahí y además permanecen activos, ¿por qué no aprovechar el tirón y además de hacer publicaciones en Instagram también aprovechas para potenciar en la plataforma tus campañas publicitarias?

Por eso podemos gritar a los cuatro vientos, alto y claro, que ahora es el momento de incluir esta plataforma en campañas publicitarias y apostar fuerte por hacer publicidad en Instagram ya que la red social se ha convertido en una de las mejores plataformas que existen ahora mismo para anunciarse.

Principalmente, por tres grandes motivos:

- 1. El elevado **poder de atracción** que generan las imágenes
- 2. El **bajo coste** que supone crear campañas publicitarias
- 3. La **integración y naturalidad de los anuncios**, perfectamente integrados con el resto de publicaciones

Así es como lucen a día de hoy los anuncios en Instagram:



Además, junto a Facebook y YouTube, Instagram es la red social en la que los usuarios pasan más tiempo conectados, por lo que **la probabilidad de que tu mensaje les llegue es altísima**.

Por otro lado, la publicidad en Instagram para empresas está llena de ventajas ya que igual que ocurre con su hermano mayor, Facebook, **cuenta con un alto grado de segmentación** por lo que puedes publicar anuncios para el tipo de

audiencia que tú elijas —y está claro que si te diriges exclusivamente a tu público objetivo es más probable que termines obteniendo mejores resultados—.

Todo eso sin olvidarnos de que en comparación con Google Adwords, LinkedIn, Twitter e incluso Facebook Ads, **la publicidad en Instagram es mucho más económico** con costes por clic entre los 0,01 y 0,015 centavos. Eso significa que **puedes conseguir mucha visibilidad invirtiendo muy poco dinero**.

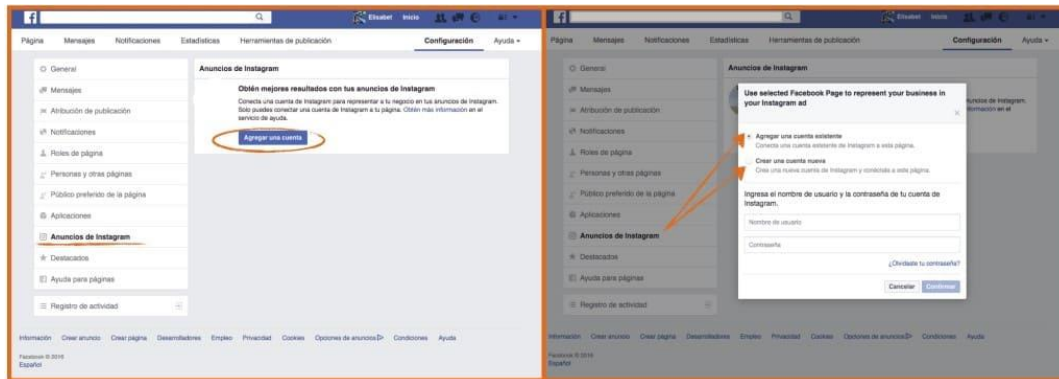
## Cómo hacer publicidad en Instagram

### 1. Vincula tu cuenta de Instagram con la de Facebook

Lo primero que debes saber a la hora de hacer publicidad en Instagram es que **vas a necesitar una cuenta de Facebook** para posteriormente **vincularla con tu cuenta de Instagram**, ya que es a través de la primera plataforma desde donde vas a tener que crear, diseñar, configurar y publicar tus anuncios para Instagram.

Aunque a primera vista pueda parecer un inconveniente tener que gestionar tu publicidad en Instagram desde Facebook, lo cierto es que **esta opción está llena de ventajas** porque significa que desde la herramienta de creación de anuncios de Facebook, **Power Editor**, vas a poder diseñar tus campañas publicitarias para ambas redes sociales de manera fácil, rápida y eficaz.

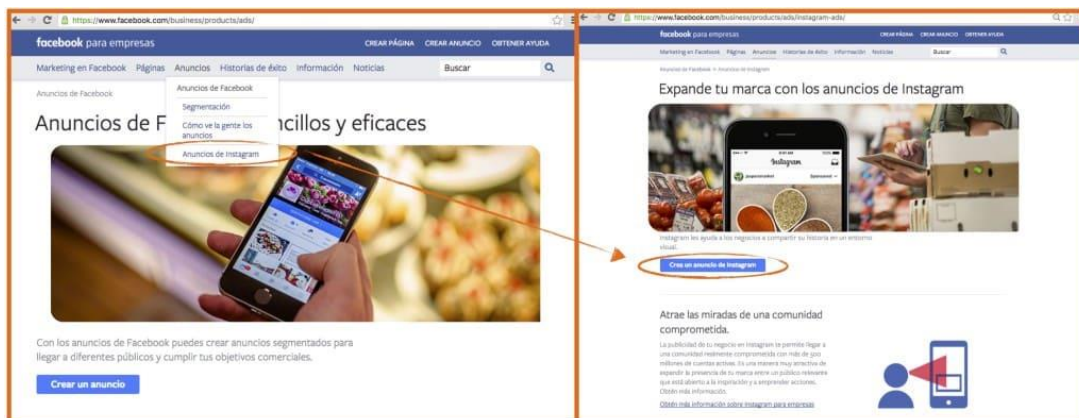
Para vincular ambas cuentas, entra en tu página de fans en Facebook, ve a configuración, selecciona “Anuncios en Instagram” y vincula tu cuenta de Instagram.



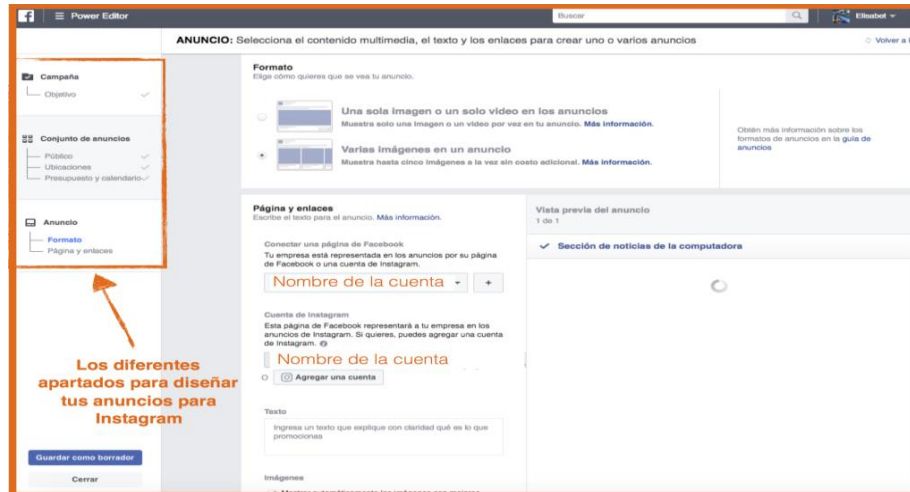
A partir de ese momento ya podrás empezar a crear y publicar anuncios en Instagram.

## 2. Familiarízate con el Power Editor

Desde la misma página de anuncios de Facebook puedes acceder al Power Editor para crear tus propios anuncios en Instagram.



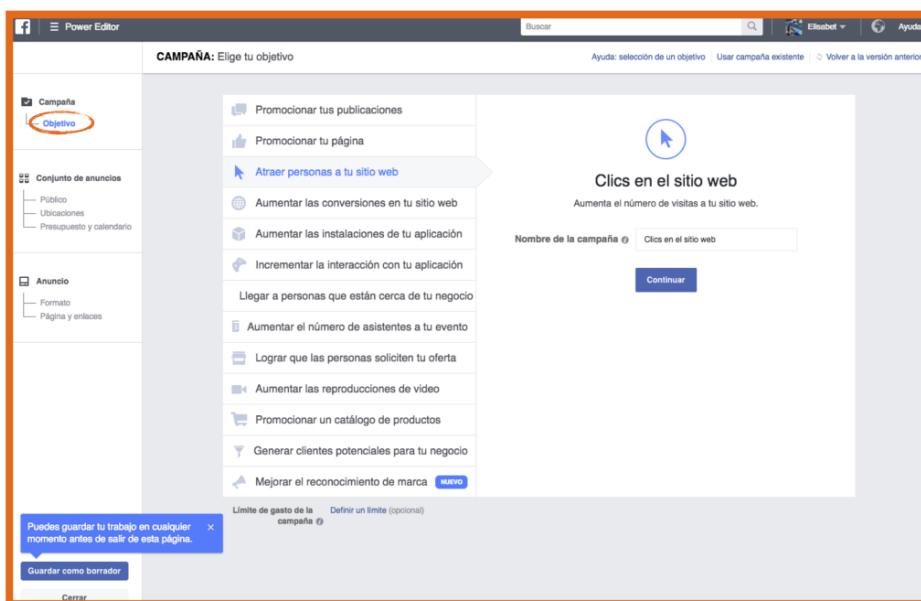
Una vez dentro del Power Editor —también puedes acceder directamente desde aquí— verás un menú como el que te mostramos a continuación y con el cual deberás familiarizarte ya que será ahí donde vas a diseñar y configurar tu publicidad en Instagram.



Tienes varias opciones que son muy fáciles de seguir y completar, así que familiarízate con ellas y luego haz clic en “Administrar anuncios” ya sea para comenzar a crear tu anuncio o conjunto de anuncios desde cero o para editar alguna campaña ya ejecutada.

### 3. Elige el tipo de campaña de acuerdo a tus objetivos

El primer paso para publicar anuncios en Instagram es crear el **nombre de la campaña** y **seleccionar tu objetivo publicitario**



Por ejemplo, ¿quieres llevar más tráfico a tu web? ¿O por el contrario quieres lograr más visualizaciones de vídeo? Elige **el objetivo prioritario sobre el cual girará tu publicidad en Instagram** y enfoca tus anuncios en alcanzar esa meta.

#### 4. Define a qué público quieres llegar

Una de las grandes ventajas de crear tu anuncio mediante el **Power Editor** es que igual que ocurre con **Facebook Ads**, permite la posibilidad de segmentar al público según gustos e intereses. Esto te va a ser muy útil para optimizar tu gasto publicitario centrándote solamente en los usuarios afines a tu marca:

Es decir, si tienes una empresa de moda femenina y tus potenciales clientes son mujeres de entre 18 y 29 años, entonces **vas a poder configurar tus campañas**



para llegar exclusivamente a este tipo de público. Y no hace falta decir que eso tiene un poder increíble a la hora de aumentar la rentabilidad de tu negocio.

En cuanto a la **segmentación**, por un lado tienes las opciones básicas como **edad**, **idioma**, **procedencia** o **género**; y por otro lado tienes opciones más avanzadas como crear públicos personalizados, según intereses o basados en comportamientos y conexiones entre otros lo cual **todavía te dará más opciones de acotar el público al que quieres dirigirte**.

## 5. Fija un presupuesto

Como en toda campaña publicitaria, a la hora de hacer publicidad en Instagram también es fundamental **definir el presupuesto**, algo que es relativamente sencillo.

**CONJUNTO DE ANUNCIOS: Define tu público, presupuesto y calendario**

**Ubicaciones**  
Define dónde quieres que aparezcan tus anuncios. [Más información.](#)

Ubicaciones

☒ **Automático -- Recomendado**  
Muestra tus anuncios en los lugares con más probabilidad de llegar a las personas adecuadas. [Más información.](#)

☐ **Elige tus ubicaciones**

**Presupuesto y calendario**  
Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios. [Más información.](#)

Presupuesto

Presupuesto diario   
\$5.00 USD

Calendario

☐ Poner mi conjunto de anuncios en circulación continuamente a partir de hoy

☒ Definir una fecha de inicio y de finalización

Inicio 20/7/2016 02:34

Fin 20/8/2016 02:34  
(Hora del Pacífico)

Tu anuncio estará en circulación hasta el: **sábado, 20 de agosto de 2016.**

Gastarás **\$155,00** en total como máximo.

[Mostrar opciones avanzadas](#)

**Definición del público**  
Tu selección de público es bastante amplia.

**Características del público:**

- Lugar:
  - España
- Edad:
  - 18 - 65+
- Ubicaciones:
  - en las páginas siguientes: Sección de noticias de computadoras, Sección de noticias de dispositivos móviles, Columna derecha de computadoras, Aplicaciones y sitios web de terceros en dispositivos móviles o Noticias de Instagram

Alcance potencial: 22 000 000 personas

**Alcance diario estimado**

**1900 - 5000 personas en Facebook**  
de 15 000 000

**1900 - 5100 personas en Instagram**  
de 3 300 000

Esta es solo una estimación. Los números indicados se basan en el rendimiento promedio de los anuncios dirigidos al público seleccionado.

Duración del conjunto de anuncios: 31 días

[Guardar como borrador](#)

[Cerrar](#)

Nombre del conjunto de anuncios

ES - 18+

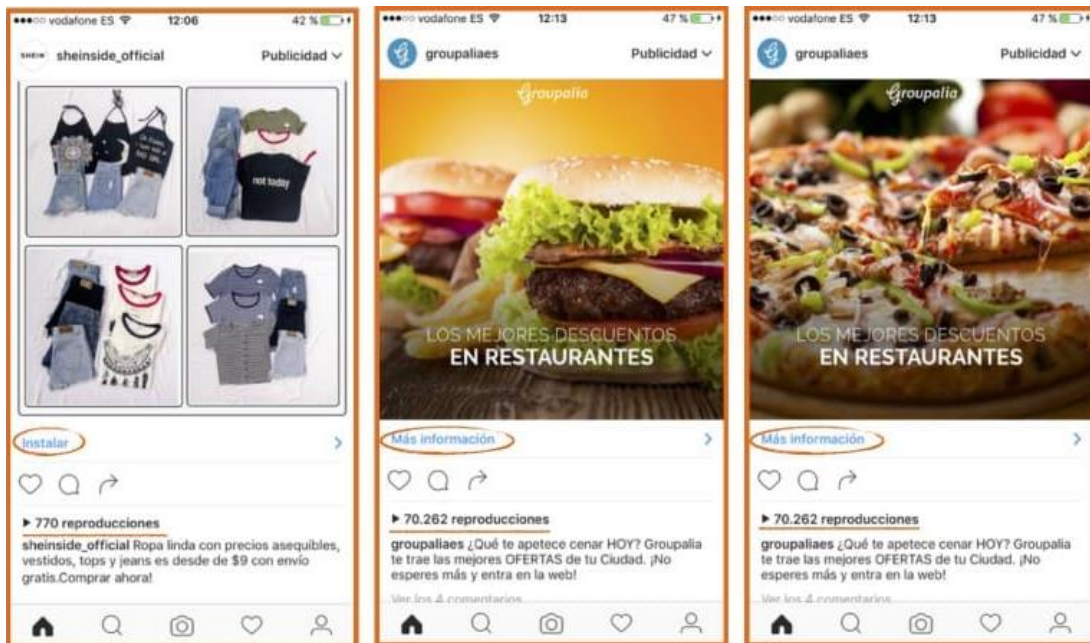
Por ejemplo, puedes elegir invertir cinco dólares por día durante un período de un mes o dos, o por el contrario concentrar todo tu presupuesto en unos pocos días para así ganar más visibilidad en el menor tiempo posible —*aunque debes tener en cuenta que **necesitas al menos dos semanas para comenzar a ver resultados significativos***—.



## 6. Decide qué tipo de anuncio vas a publicar

Actualmente existen cuatro tipos de anuncios que puedes crear para mostrar a tu audiencia:

- **Imagen única:** el anuncio muestra una sola imagen.
- **Carousel:** te permite añadir hasta cinco imágenes que el usuario puede ir desplazando de un lado a otro.
- **Reproductor de imágenes:** puedes añadir hasta cinco imágenes para que se vayan reproduciendo solas. Es una mezcla entre la imagen única y el carousel.
- **Vídeo:** también tienes la posibilidad de publicar un vídeo anuncio aunque, eso sí, no debe superar los 60 segundos.

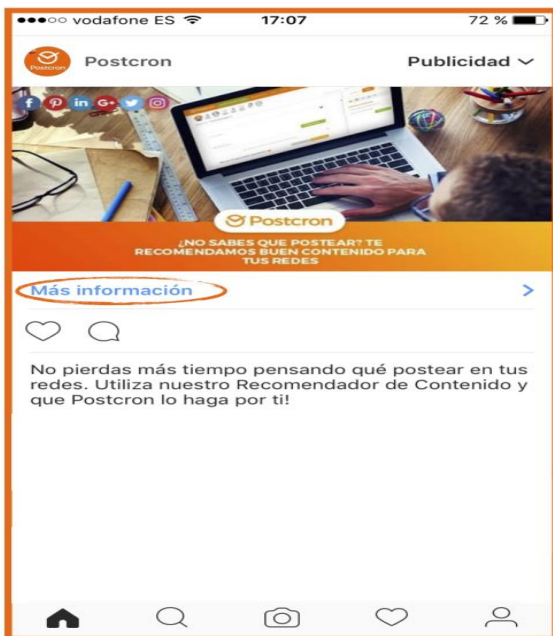


## 7. Aprovecha bien el espacio

Se debe pensar que la publicidad en Instagram es muy particular: **tienes muy poco espacio para transmitir lo que deseas a tu audiencia, y además se trata de un anuncio que va a mostrarse en dispositivos móviles.**

Eso significa que tienes que **apostar por anuncios que tengan mucho valor.** Trata de ser **breve y directo** y piensa que *cuando hablamos de publicidad muchas veces menos es más.*

También se debe aprovechar para incluir **marcas de agua.**



Cuando se vaya a diseñar el anuncio, ten en cuenta **las medidas mínimas para la imagen:** 600 x 315 píxeles en anuncios horizontales y 600 x 600 px en anuncios cuadrados; y siempre que puedas utiliza el **formato cuadrado de 1080 x 1080 píxeles** ya que el anuncio se apreciará mucho más.

## 8. Haz de los #hashtags tus mejores aliados

No se debe olvidar el poder que tienen los hashtags así que **investiga cuáles son los más utilizados en tu sector** y trata de usar al menos uno o dos en tu publicidad —*no olvides que en tus publicaciones orgánicas deberías estar*

*incluyendo entre tres y siete—*. Incluso una buena opción sería **utilizar un hashtag específico para tus campañas publicitarias**.

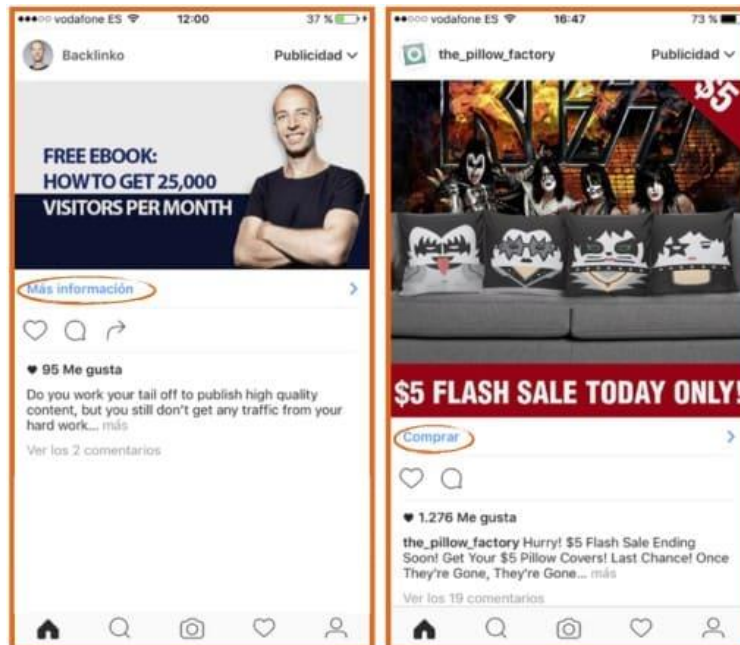
## 9. Incluye llamadas a la acción

Y si los hashtags son importantes, **¡qué decir de las llamadas a la acción!**

Dicen los expertos en marketing que ***si no dices a tu audiencia qué quieres que haga difícilmente lo hará***, y en eso consisten precisamente los call to action o llamadas a la acción.

Di a tus potenciales clientes **qué quieres que hagan en tu anuncio** y tendrás muchas más probabilidades de que terminen haciéndolo.

Por ejemplo, puedes aprovechar el texto de tu anuncio para añadir alguna frase ingeniosa o un comentario creativo, y por otro lado aprovecha la opción que Instagram te ofrece de **añadir un botón según tus objetivos**: desde **instalar** o **descargar** una aplicación hasta **obtener más información** e incluso **comprar**.



Eso sí, a la hora de publicar anuncios ten presente que en Instagram, igual que en Facebook, **solamente es posible agregar un 20% de texto en la imagen**. Y aunque **el máximo de texto permitido es de 300 caracteres** Instagram **recomienda alrededor de 150**. Nuevamente: no uses 10 palabras para decir aquello que puedes transmitir en cinco.

Y como tip extra, ten presente que **el humor suele funcionar bien en Instagram** así que puedes aprovechar eso en tus anuncios promociones y de paso **hacer divertidos tus anuncios**, *¡que no todo va a ser serio cuando hablamos de vender!*

Ahora sí, una vez tengas hecho todo esto, llegó el gran momento: **¡lanzar tu campaña y publicar tus anuncios en Instagram!**

## 10. Mide, interpreta y optimiza

No todo termina una vez publiques tus anuncios, sino que podríamos decir que **precisamente es ahí donde comienza**. Piensa que nada de lo que hagas servirá si luego no mides el rendimiento de tu publicidad en Instagram así es una obligación **analizar los datos de tus campañas** una vez las hayas lanzado.

Pregúntate si has llegado al resultado esperado, si has conseguido los clics, descargas o conversiones que deseabas, y **si además creaste diferentes anuncios** —*altamente recomendado, ya que de ese modo podrás ver qué estilo prefiere tu audiencia y cuál es el diseño que mejor funciona y más económico te resulta*— **analiza cuál de ellos funcionó mejor** y centra tus esfuerzos en ese. Y sobre todo, **no pierdas de vista a tu competencia**, puede señalarte el camino cuando menos lo esperes.

*¡Gran parte del éxito de tus campañas publicitarias estará precisamente en cómo analices los datos y las decisiones que tomes en base a ellos!*

Y **muy importante**: recuerda que **Instagram es una red móvil** así que cuando elijas el sitio web al que vas a dirigir a tu audiencia cuando haga clic en tu publicidad **asegúrate de tener un diseño responsive** y que **esa página de destino se visualice bien desde un dispositivo móvil** o de lo contrario estarás perdiendo muchas conversiones.

