

¿Cómo pueden las pymes usar Instagram a su favor?

Se trata de una de las redes sociales con más usuarios y proyección en el mundo. Tanto a nivel personal como profesional es un escaparate de lo más atractivo.

La aplicación Instagram nació en 2010, en sólo seis años se ha convertido en una de las redes sociales y aplicaciones con más usuarios y proyección en el mundo. Tanto a nivel personal como profesional es un escaparate de lo más atractivo.

Los cambios y mejoras han aparecido a un ritmo lento pero con buena acogida. ¿Es importante para una pyme estar presente en Instagram? Sí, hay muchas formas de sacarle partido por el aspecto visual que ofrecen las imágenes como los vídeos. Que como sabemos, son los contenidos que más gustan a los internautas.

Los perfiles de empresa en Instagram están vinculados a las páginas de Facebook. A la hora de abrir una cuenta en la aplicación obtendremos una serie de ventajas como:

El botón para compartir en Facebook publicará nuestros contenidos en la página de nuestros seguidores.

A destacar: en la biografía para la empresa aparece un botón de contacto donde el usuario podrá llamar, escribir un correo electrónico y obtener la dirección exacta de la ubicación de la pyme gracias a Google Maps.

Posibilidad de analizar y medir los resultados de nuestras publicaciones. En un perfil personal es imposible medir el impacto de nuestras fotografías o vídeos.

Si contamos con un perfil personal podemos pasar a uno profesional desde las opciones de la cuenta, así nos distinguiremos del resto como "personaje público", por ejemplo.

A su vez, podremos promocionar nuestros contenidos gracias a la publicidad para llegar a nuestra audiencia.

Estrategia

Para atraer seguidores a tu cuenta de Instagram debemos partir de una buena estrategia de marca. En la página de la red social ofrecen varias pautas a seguir.

Definir bien los objetivos

¿Qué objetivos buscamos al crear nuestro perfil profesional? Ha de quedar bien definido el perfil de usuario al que nos queremos dirigir.

Coherencia

En ocasiones, tropezamos con empresas y marcas que mezclan su trabajo con publicaciones surrealistas. No se trata de que haya que evitar el humor, pero sí que al menos guarde una mínima relación con nuestro sector.

Buenas descripciones

Hagamos buenas descripciones en nuestras fotos y vídeos para ayudar a entender mejor el contenido. Sin abusar de textos largos.

Calidad vs Prisa

Debemos publicar con regularidad, este tema es importante porque por un lado, nos imponemos una frecuencia para publicar contenido y, a la vez, cuidar la calidad del mismo. No caigamos en la tentación de compartir fotos o vídeos de manera compulsiva restando calidad y credibilidad en nuestra cuenta.

Atraer seguidores

La pregunta del millón. A todos nos preocupa el número de seguidores que podamos tener en una red social. ¿Nuestros clientes nos siguen? ¿Le interesa nuestro trabajo a posibles clientes?

Una oportunidad para destacar entre esa marea de usuarios puede ser emplear el hashtag Weekend Hashtag Project, un evento propuesto cada viernes. Proponen un tema y debemos dar rienda suelta a la creatividad. Estas imágenes ganan en visibilidad por su originalidad y visitas.

Hagamos una búsqueda de hashtags populares para nuestro nicho, algunos populares en Instagram son: #love, #instagood, #photooftheday #iphonesia...

La biografía debe estar bien completada. De manera breve y con información que describa quiénes somos. Además de resaltar nuestra ubicación y la forma de contactar.

Publiquemos nuestras fotos en el momento adecuado, el mejor será durante la mañana y después de la jornada laboral habitual de nuestra audiencia.

Respondamos siempre a todos los comentarios que nos hagan y a la vez, hagamos comentarios en cuentas que sigamos que nos resulten interesantes.

Compartamos fotos con mucha luz, de una sola tonalidad, los paisajes, gustan, los platos de comida, y oh sorpresa: los gatos. El tamaño ideal para nuestra imagen es de 640 px x 640 px. en formato cuadrado.

Así que adelante, y a sacar partido a esta aplicación que cuenta con millones de usuarios en todo el mundo y que resulta fácil de utilizar. Nuestra pyme o pequeño comercio puede y debe estar presente.

La noticia "Cómo sacar partido a Instagram si eres una pyme" fue publicada originalmente en Pymes y Autonomos.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>