

¿Cómo usar Instagram en una estrategia de social media?

Si se tiene un negocio y se quiere ser 100% visible, se debe tener una cosa clara: hay que estar presente en redes sociales. No es obligatorio, pero desde luego es esencial si se quiere llegar a clientes, crear imagen de marca y dar soporte rápido a las demandas de los usuarios

Las redes sociales más conocidas por antigüedad y uso son facebook y twitter, pero no son las más transitadas por los usuarios más jóvenes ni más activos. Con el uso mediático del social media, han ido apareciendo nuevas app más dinámicas y atractivas para el target más joven, como por ejemplo snapchat, youtube o Instagram.

Durante este año 2016, Instagram se ha visto afectada por el fenómeno Snapchat, por lo que ha ido incorporando mejoras en su app para ser más competitiva y no perder usuarios. La prueba más notoria de esto es la creación de Instagram Stories, una copia de las stories de snapchat, videos que no perduran en el tiempo y desaparecen en 24 horas.

¿Por qué hablamos de esto? Porque desde la agencia de comunicación digital Keiboo y su creación de estrategias de social media, se pone especial atención a la red social Instagram. Es una herramienta muy potente que nos ayuda con la puesta en escena de nuestro negocio. Todas las mejoras suponen nuevos retos y estrategias dentro de nuestro social media planning.

Por eso queremos destacar la importancia de tener una buena estrategia de comunicación. Estos son algunos de los beneficios que puede aportar la incorporación de Instagram a una estrategia de social media:

Para todo tipo de empresas. Se tiene un concepto erróneo del uso de esta app, muchos piensan que sólo sirve para grandes empresas. Tanto si se es una gran empresa como pequeña, se puede mostrar el producto y la esencia de la marca, mediante la creación de una línea visual agradable, original y divertida acorde con el espíritu de una marca.

Aumento del engagement. Según las estadísticas, Instagram engancha de media 21 minutos a los más de 500 millones de usuarios que navegan por la app. Estos usuarios buscan contenido con el que conectar e interactuar, 24/7. El uso correcto de hashtags puede ayudar a un negocio a conectar con los seguidores y conseguir nuevos.

Aumento de la audiencia. Es curioso que en Instagram, los usuarios tienen un nivel muy alto de tolerancia hacia las marcas y su contenido. De hecho, muchos usuarios buscan nuevas marcas, lo que significa un gran mercado de potenciales clientes. Como comentábamos en el anterior epígrafe, el uso apropiado de hashtags puede multiplicar por 1000 el público objetivo.

Humanizar la marca. Instagram, es sobre todo una herramienta visual. Se puede mostrar el producto, pero también se puede usar como ventana al mundo. ¿Cómo?, mostrando el factor humano y el talento que hay detrás de una empresa. Los seguidores interactúan con contenido abierto y sincero, que les acerque a la marca.

Las posibilidades son infinitas si se plantea bien una estrategia de social media. Se trata de creatividad y trabajo constante. El objetivo de Keiboo, como creadora de estrategias en social media, es generar impacto en la mente de los consumidores a la vez que se crea una buena reputación. Tener seguidores no es sinónimo de tener gente interesada, es necesario conseguir una comunidad de calidad que esté dispuesta a interactuar y crear valor para tu marca.

Datos de contacto:

Jessica Keiboo
918 616 799

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>