

Muchas gracias por tu interés en esta actividad, empezaremos en unos instantes

Recuerda apagar tu cámara y silenciar tu micrófono.

Durante la sesión para cualquier pregunta puedes usar el chat interno de la plataforma o bien preguntarnos activando tu micrófono.

**La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento.**

Correo para consultas [digicom@comercioasturias.com](mailto:digicom@comercioasturias.com)



**DIGICOM**  
PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN

# JORNADAS FORMATIVAS “Visibilizando nuestro negocio II”



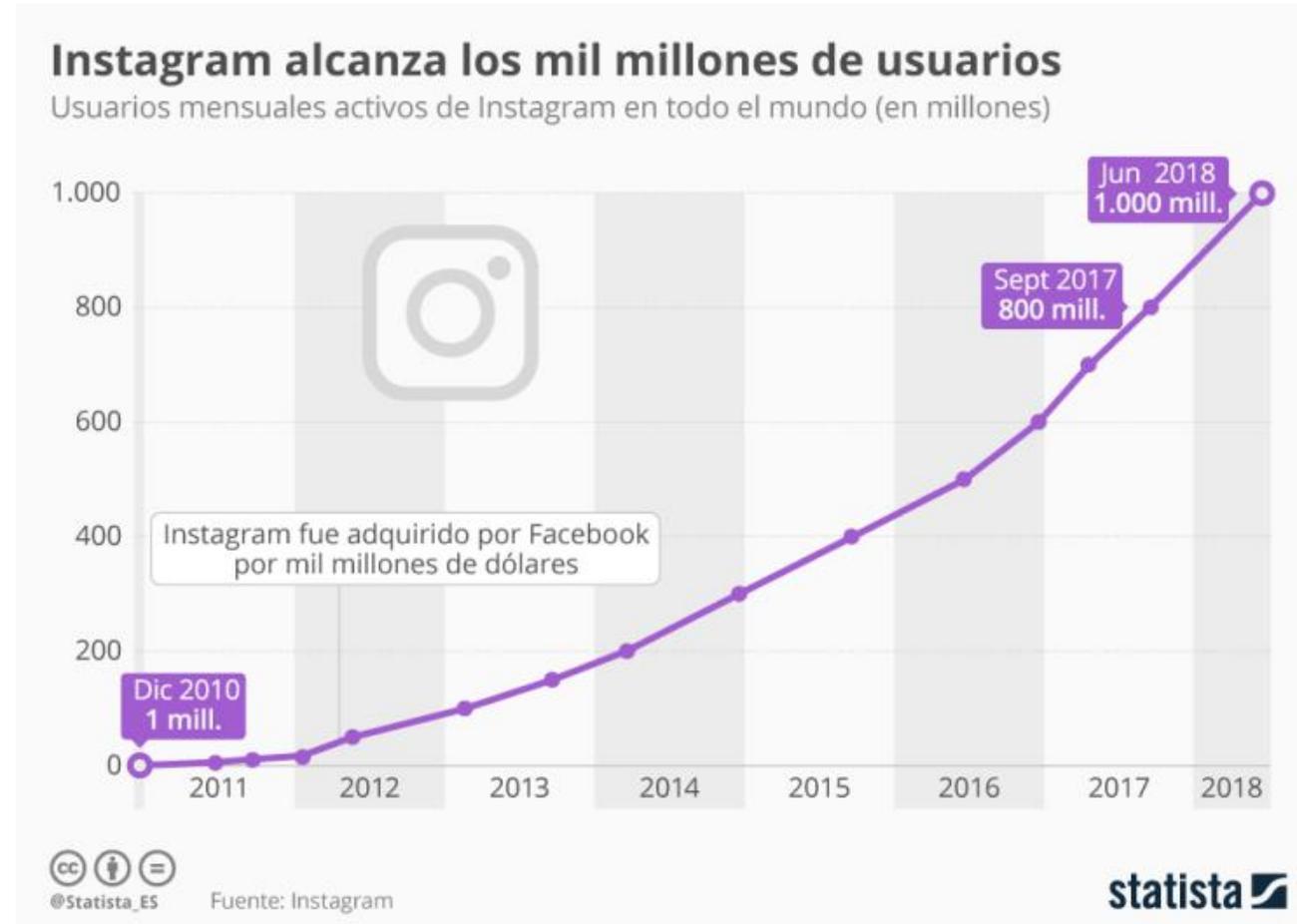
# Instagram

## Introducción

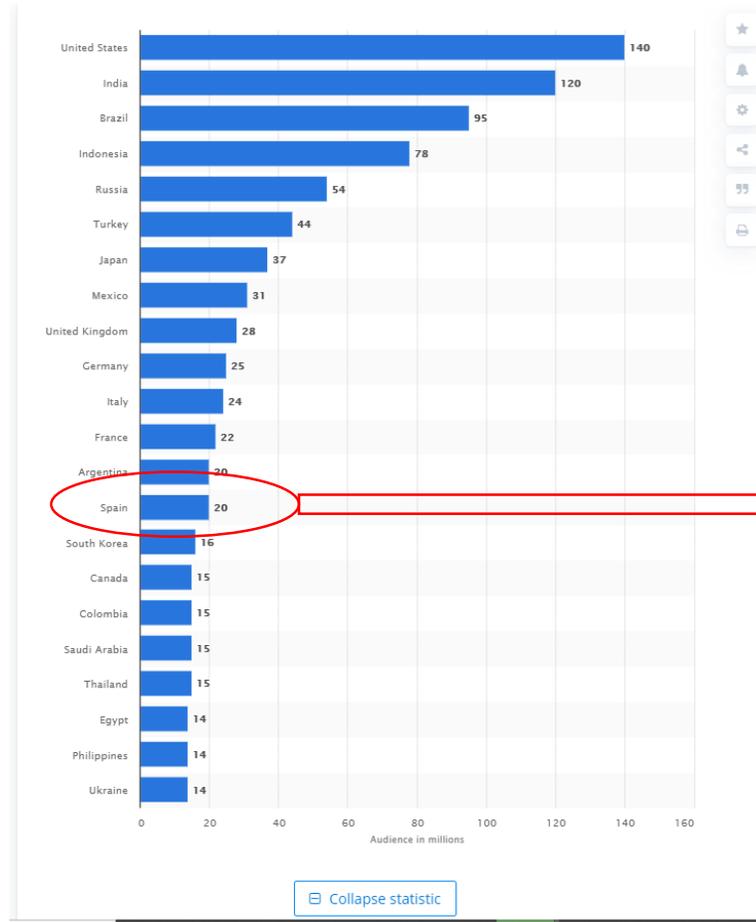
- Creada en **octubre de 2010** por Kevin Systrom y Mike Krieger.
- Pretendían hacer una especie de “Twitter de fotos”, aplicando filtros para que las fotos publicadas recordaran a los sistemas Polaroid o Instamatic.
- En sólo **18 meses alcanzó los 100 millones de usuarios (\*)**
- En junio de **2018** alcanzó **1.000 millones de usuarios**.



(\*) Facebook necesitó 4 años y Twitter 5 años para alcanzar esa cifra



# Usuarios por países

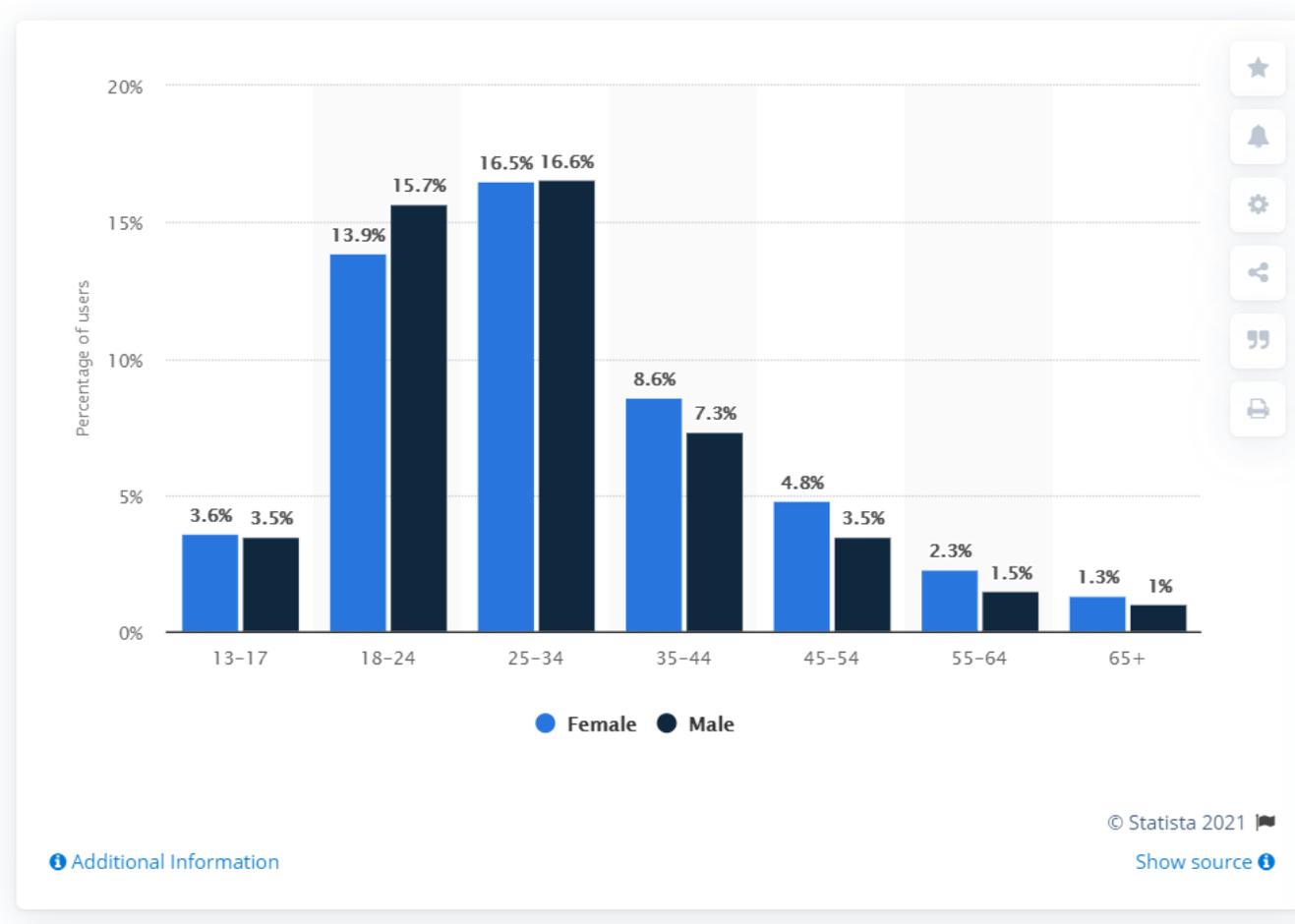


Usuarios de Instagram por países, en millones de usuarios

España: 20 millones de usuarios

En torno al 42% de la población

Fuente: statista.com



Datos de octubre de 2020. Fuente: statista.com

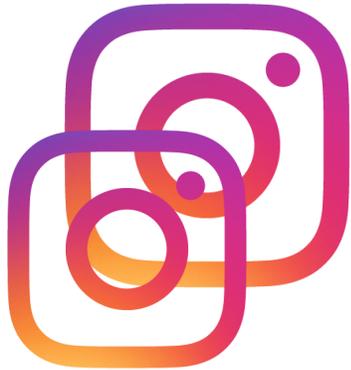


- Los **hashtag** se introdujeron 4 meses después de su lanzamiento, como una manera de organizar el contenido.
- **En 2012** sólo dos años después de su lanzamiento, es comprada por Facebook por mil millones de dólares.
- **En 2013** se le agrega la posibilidad de etiquetar usuarios y se crea Instagram Direct.
- **En 2015** se aparece la publicidad.
- **En 2016** se añaden las Stories, y las cuentas de empresa.
- **En 2018** aparece Instagram TV.

# Por qué usar Instagram

## **Exclusivamente contenidos audiovisuales**

En Instagram se pueden publicar **exclusivamente imágenes o videos.**



## **Viralidad limitada para fomentar la creación de contenidos originales**

Mientras Pinterest, Tumblr, Twitter, etc... fomentan la redistribución a través de repins, reblogs, retweets, etc., Instagram no dispone de esta característica, lo que promueve la **creación de contenido original.**

## **Prioriza el uso de la app móvil**

sólo desde la App móvil se dispone de todas las funcionalidades para publicar y gestionar contenidos.

# Por qué usar Instagram

Divertido

Marketing visual  
Mejor respuesta

Público diferente



*Alta visibilidad  
de las entradas\**

¿¿Tráfico web??

Rapidez

Conexión  
emocional

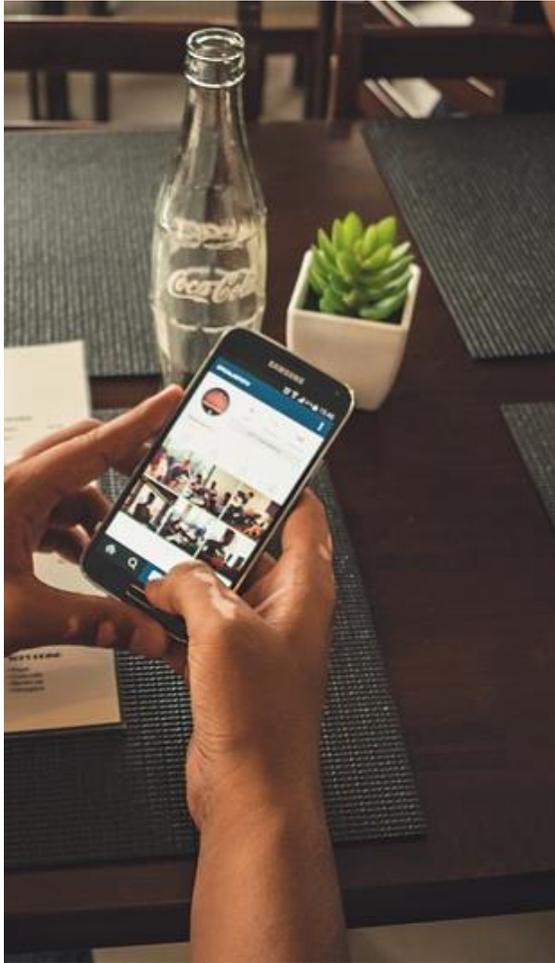
# La audiencia en Instagram



- **Followers** o seguidores son la audiencia general, quien ha decidido seguir a tu marca e interactúa con ella.
- **Contributors**: personas que comparten en sus perfiles fotografías y contenidos importantes para tu marca. O la mencionan. Pueden ser, o no, seguidores. Son muy importantes, ya que amplían la visibilidad de la marca.

# Tipos de perfil

# Crear una cuenta



Para utilizar Instagram es necesario disponer de una cuenta de usuario. Esta puede crearse gratuitamente, mediante un sencillo proceso de registro, desde [www.instagram.com](http://www.instagram.com), o desde la app móvil.

Todo perfil de Instagram necesita un nombre de usuario (como por ejemplo [@digicom](https://www.instagram.com/digicom)). Este podrá tener hasta 29 caracteres de longitud como máximo, admitiendo letras, números, guiones bajos y/o puntos.

Puede cambiarse posteriormente.

Un perfil estará accesible a través de una dirección web de la forma <https://instagram.com/digicom>

## Cuenta personal:

- ✗ No ofrece **estadísticas**
- ✗ Si **compartes en Facebook**, se compartirá en un **perfil personal**
- ✗ **No aparece botón de contacto** en la Bio
- ✗ **No hay categoría de negocio** en la Bio
- ✗ **No se puede poner ubicación** ni dirección física.
- ✗ No se pueden programar las publicaciones
- ✗ **No se pueden promocionar contenidos.**

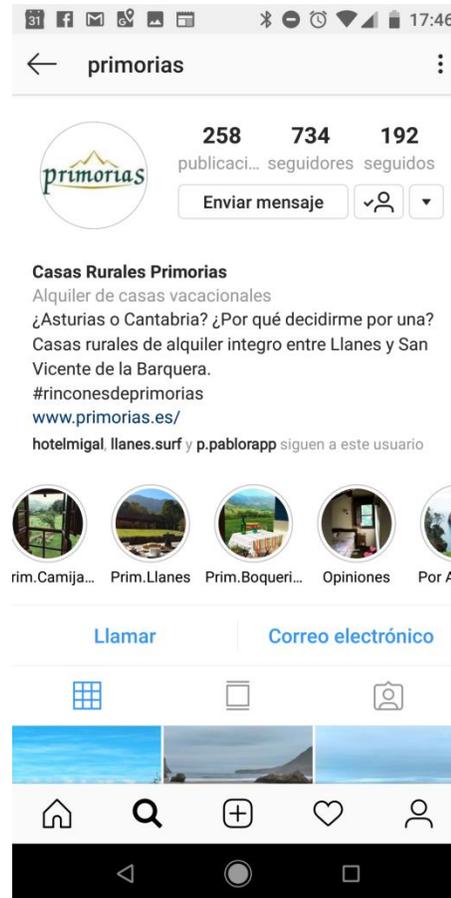
## Cuenta profesional

(Empresas / Creadores)

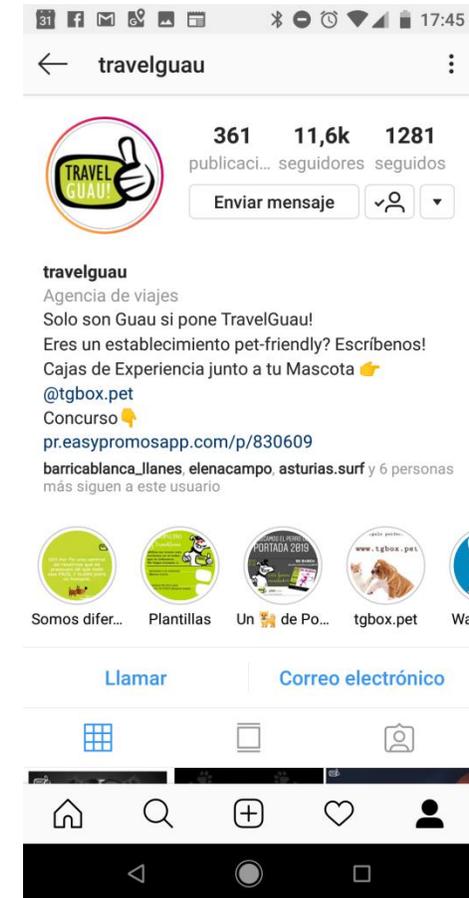
- ✓ Ofrece estadísticas.
- ✓ El botón de compartir en Facebook publicará tus fotos y vídeos en una página de fans
- ✓ Se incluye un botón de contacto en la bio
- ✓ Aparece en tu perfil la categoría del negocio
- ✓ Se incluye un enlace con la dirección física sobre el que se puede hacer click
- ✓ Permite programar publicaciones
- ✓ Se pueden etiquetar productos (vinculando el catálogo de la tienda de Facebook)
- ✓ Se pueden promocionar publicaciones (PPC)



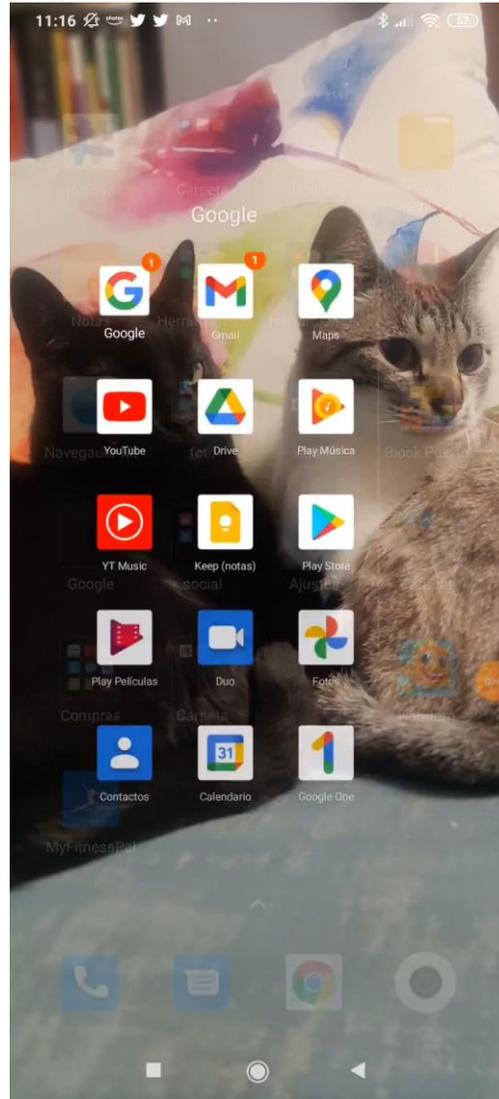
Para crear una cuenta profesional, es necesario crear primero una personal y posteriormente, convertirla en profesional



# Cuenta profesional

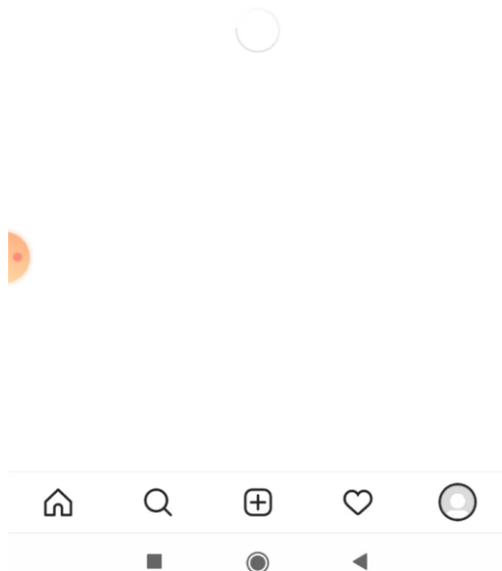


# Crear una cuenta profesional en Instagram

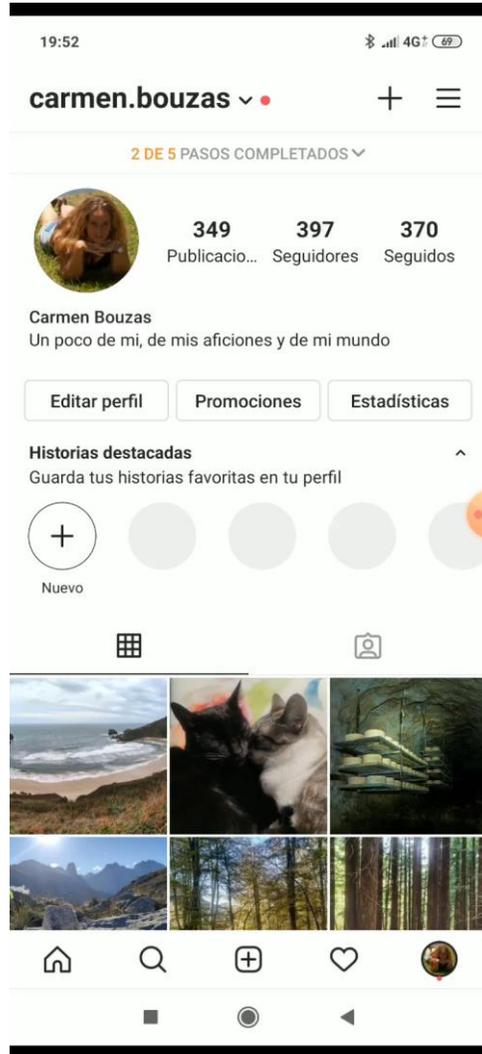


# 1. Crear una cuenta personal

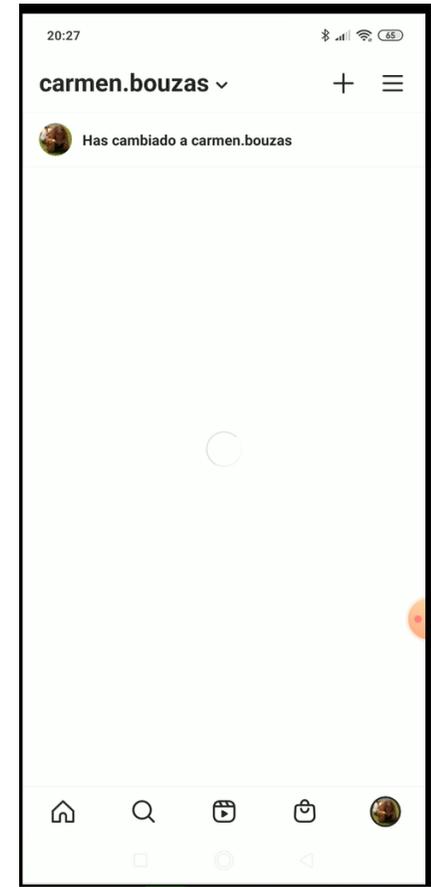
## 2. Convertir cuenta personal en profesional



# 3. Configurar varias cuentas en el mismo smartphone



## Cambiar entre cuentas



# Publicar contenidos en Instagram

# Formas de compartir contenido



**Instagram Noticias:** las publicaciones “normales” de Instagram que permanecen en el perfil



**Instagram Stories:** Contenidos de imágenes o vídeos cortos, a los que se pueden añadir stickers y dibujos, que aparecen destacados durante 24 horas y después desaparecen.

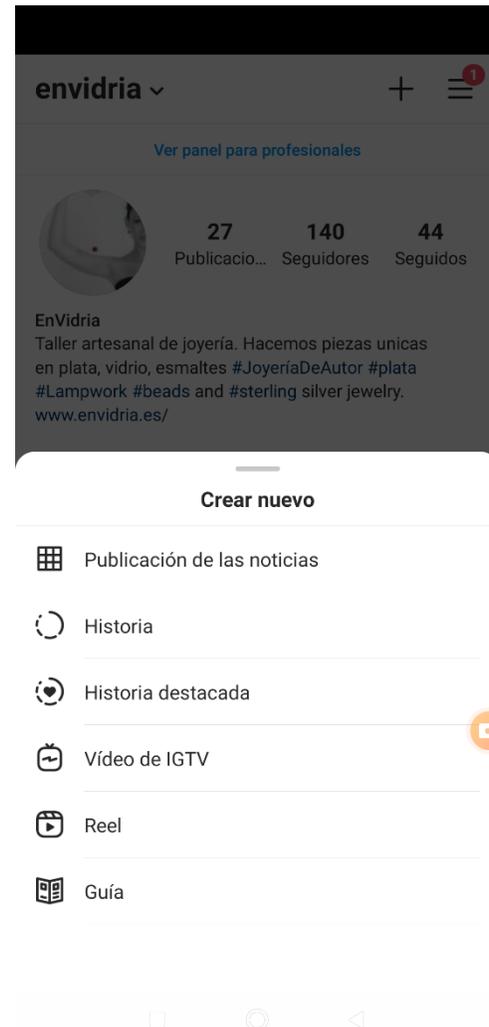


**Instagram Direct:** Herramienta de comunicación tipo mensajería que permite el envío de contenidos de manera privada a otros usuarios.



**Instagram TV:** herramienta para la publicación de vídeos, de hasta 1 hora de duración, y en **formato vertical** que no desaparecen al cabo de 24 horas, como las stories, sino que permanecen publicados.

# Formas de compartir contenido

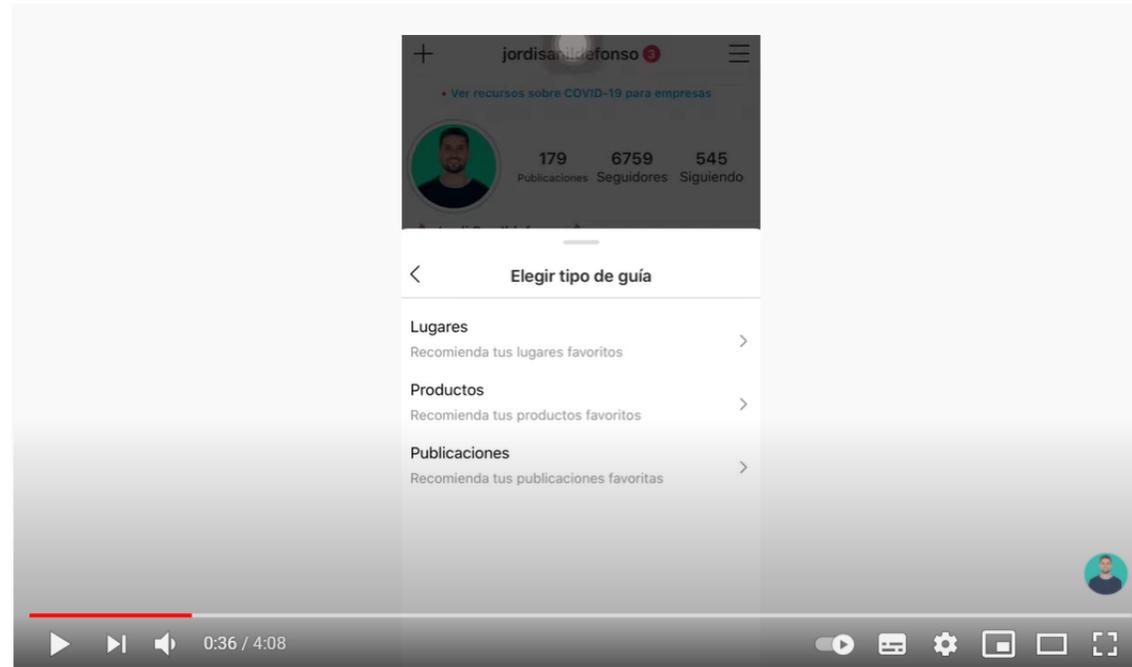


Nuevo tipo de contenido para publicar guías de:

- Lugares
- Productos
- Publicaciones

Una guía permite seleccionar fotos de otros perfiles

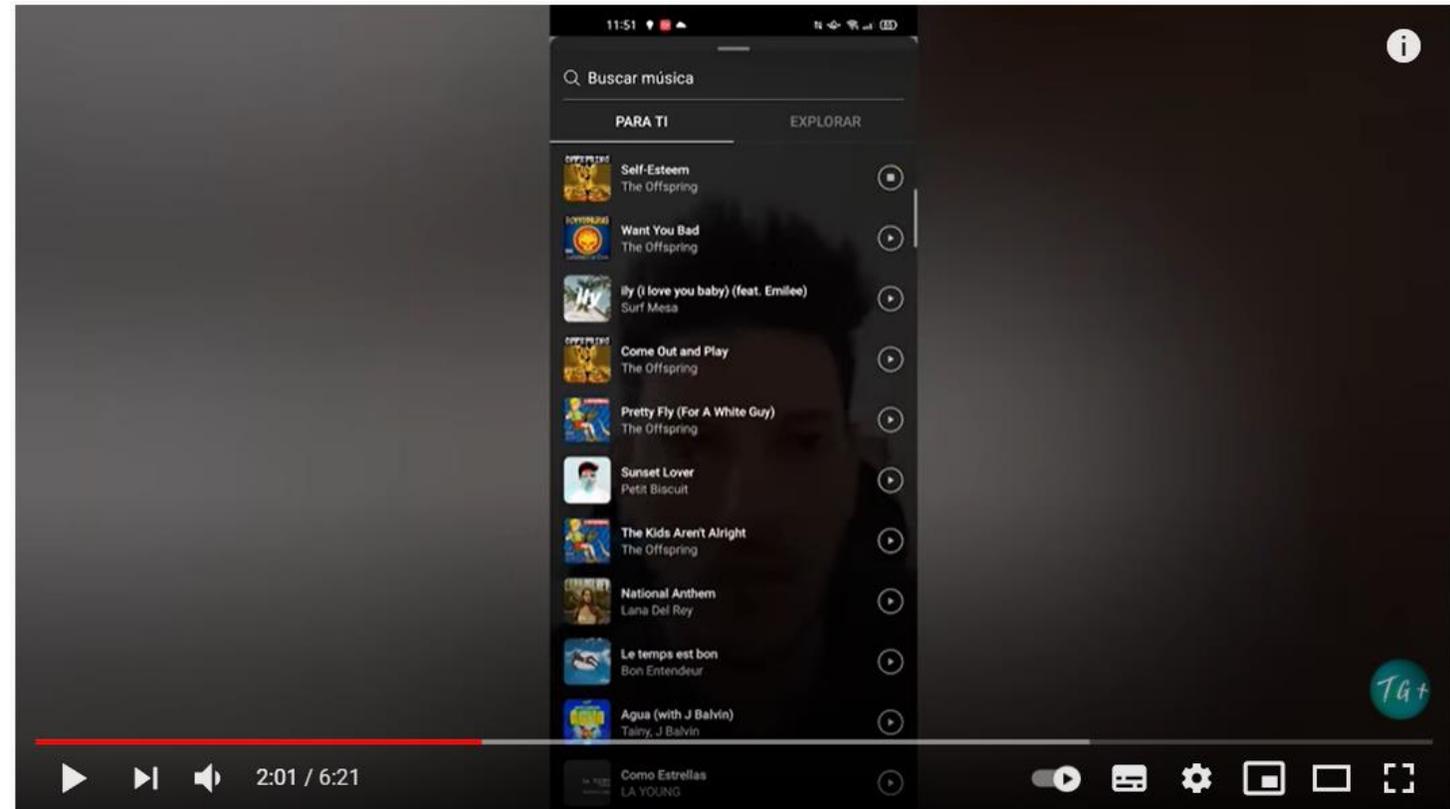
Estarán visibles en la pestaña guías de tu perfil



[https://www.youtube.com/watch?v=G5tkn56\\_ZjQ](https://www.youtube.com/watch?v=G5tkn56_ZjQ)

Nuevo tipo de contenido para competir con TikTok

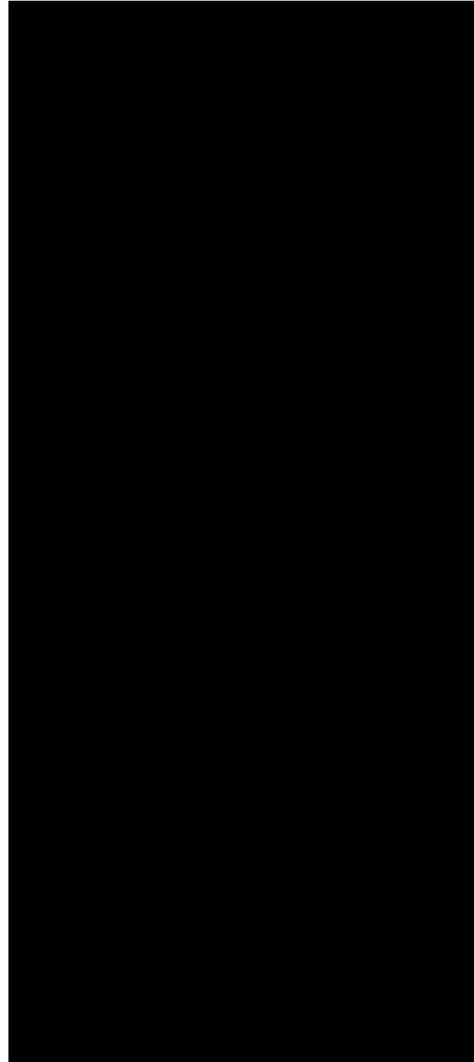
- Vídeos cortos (15 segundos)
- Permite añadir música
- Efectos básicos



<https://www.youtube.com/watch?v=YVRMqTbybfg>

## Contenido en vídeo (para competir con Youtube)

- Vídeos largos (más de 60 segundos y hasta 60 minutos)
- Vídeos de alta calidad
- Orientación vertical, pensados para ver en una pantalla de móvil



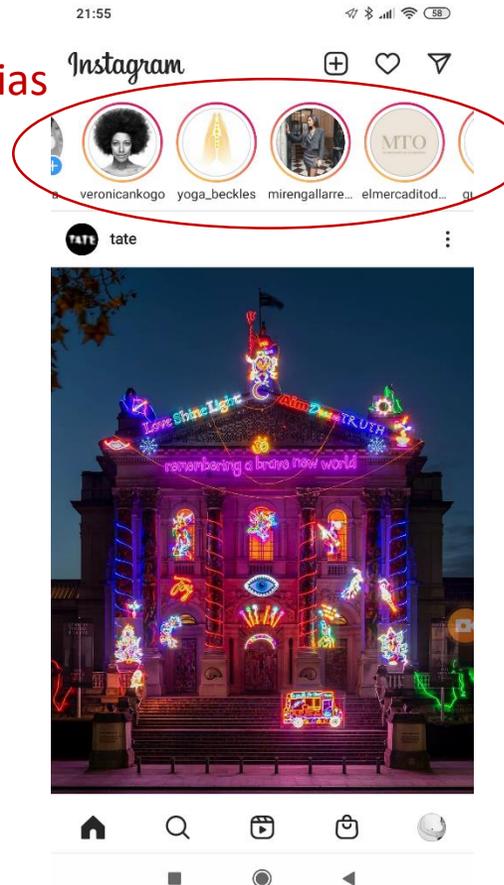
# Vídeo IGTV



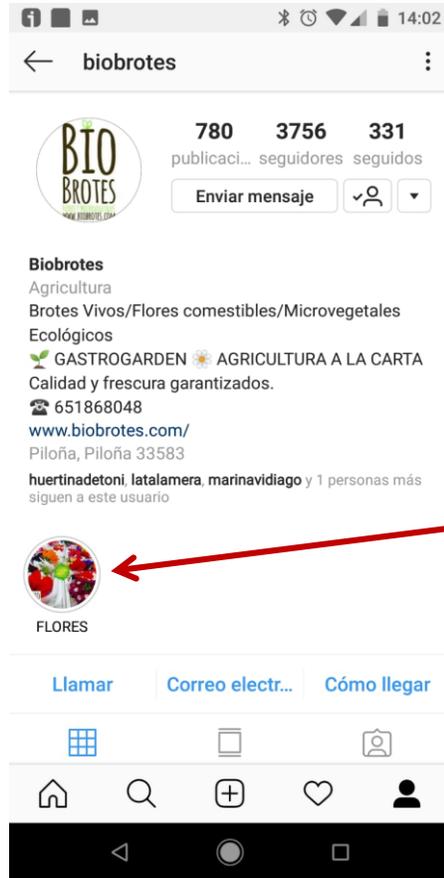
# Historias e historias destacadas

- Las “Stories” o historias son contenidos efímeros (duran 24 horas), que aparecen en la parte superior del muro o timeline de tus seguidores.
- Las “historias destacadas”, son historias que eliges destacar, y pasan a formar parte de tu perfil permanentemente.

Historias



Historias destacadas



En constante evolución ....  
Así era hace sólo un par de meses

Instagram TV

Historias destacadas

Noticias





En constante evolución ....  
Y así es en enero de 2021

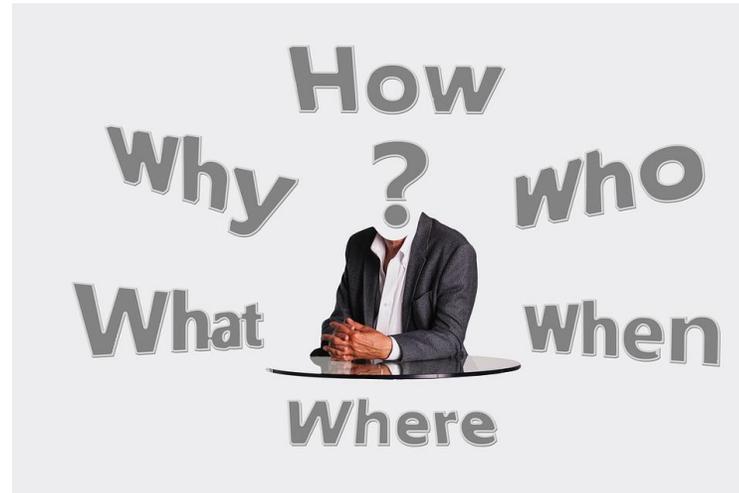
- Instagram TV
- Reels
- Historias destacadas
- Tienda
- Noticias



# Estrategia de publicación

# Define tu público y objetivos

¿A quién quieres llegar?



- ¿Has definido tu “buyer persona”?
- ¿Sabes cuáles son los intereses de las personas a las que quieres llegar?
- ¿Están en Instagram?

# Define tu público y objetivos

¿A quién quieres llegar?

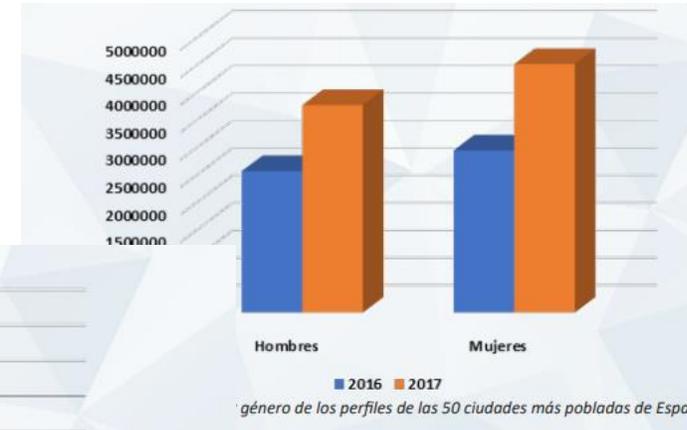
## Rango de edad



## Nivel de estudios



## Género



[https://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/Informe\\_RRSS\\_2018\\_The\\_Social\\_Media\\_Family.pdf](https://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/Informe_RRSS_2018_The_Social_Media_Family.pdf)

# Define tus objetivos

Mostrar tu filosofía / cultura interna de la empresa

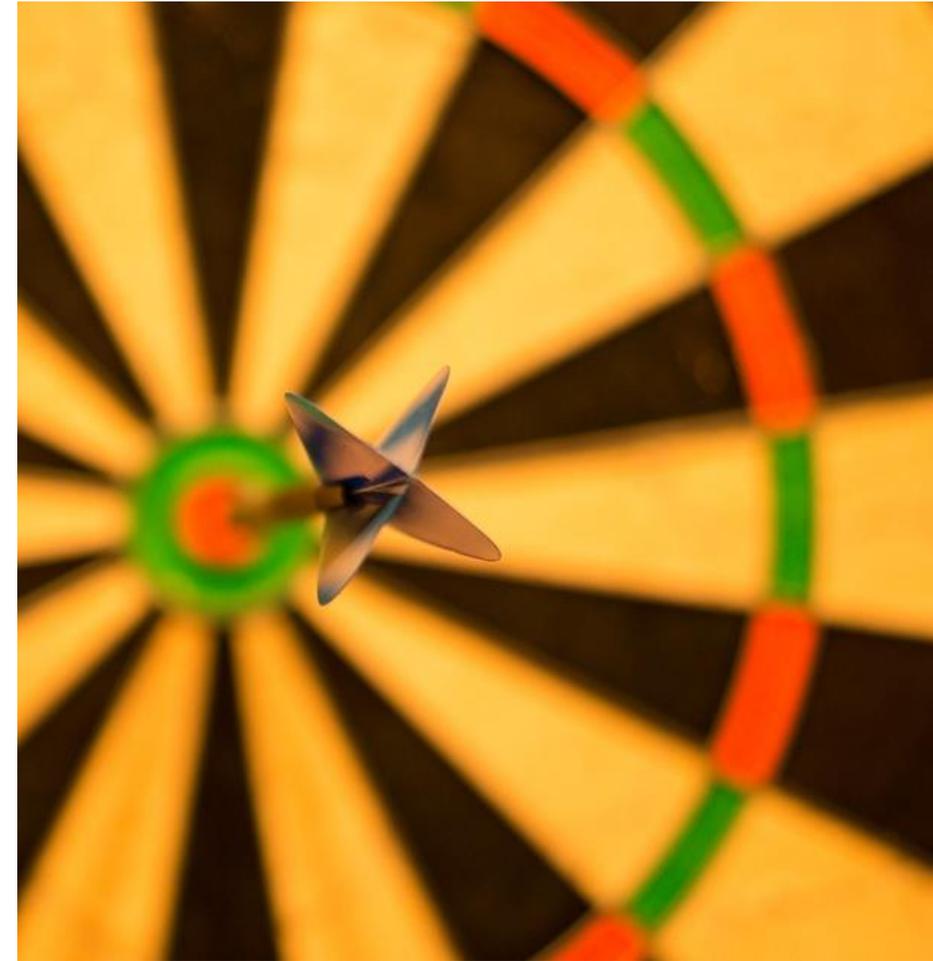
Dar visibilidad a tus empleados / clientes

Generar oportunidades de venta

Dar a conocer tu marca

Generar seguidores / comunidad

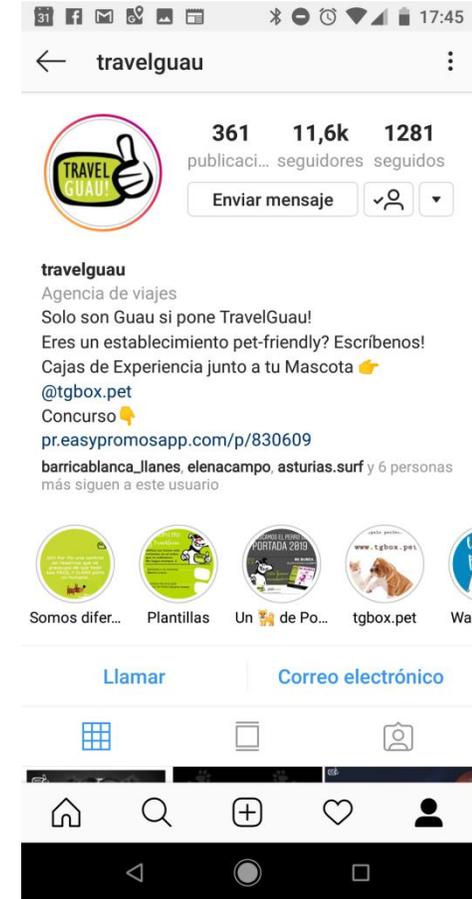
.....



Revisa y completa la información de tu perfil:

- Foto de perfil.
- Textos descriptivos.
- Datos de contacto.
- Historias destacadas.
- Nombre de Usuario.

# Cuida tu imagen empezando por el perfil ...



# Cuida tu imagen

... y por supuesto en las publicaciones ...



# Cuida tu imagen

... y también cuando interactúas y comentas

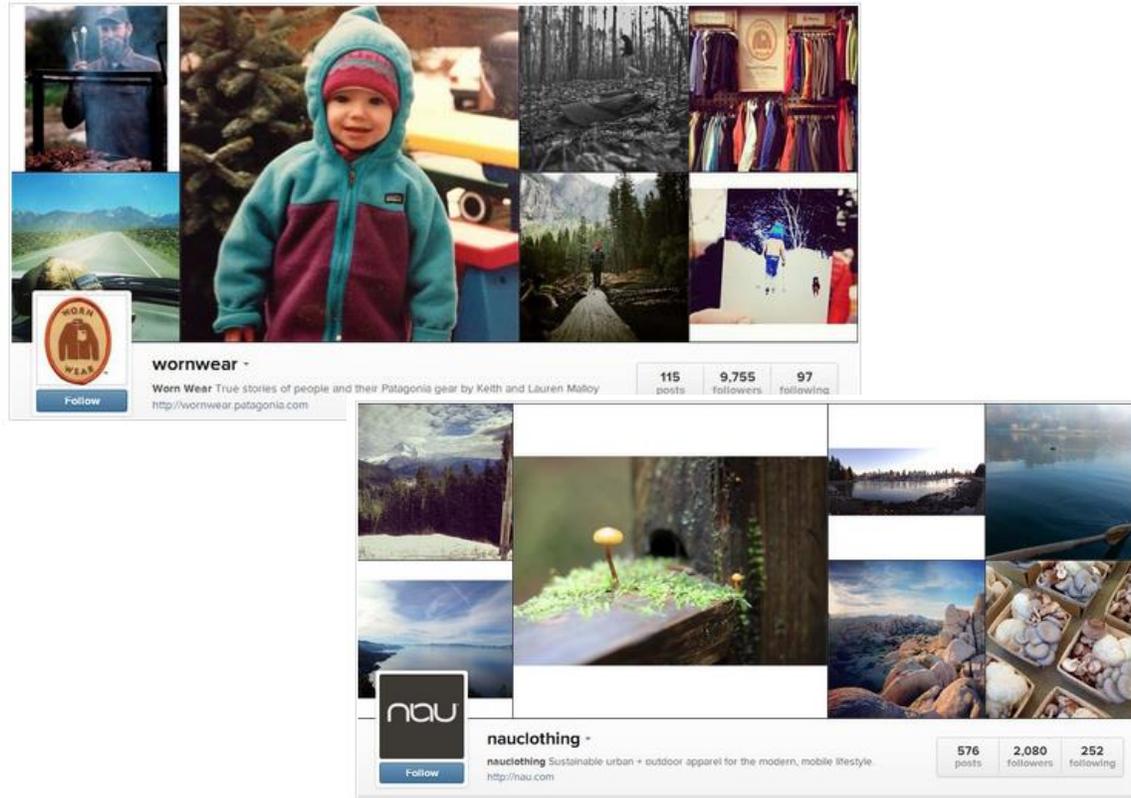
Formas parte de una red social ...

- Comenta e interactúa con las publicaciones de tu comunidad.
- Responde y agradece los comentarios que hagan en las tuyas.
- Evita temas que puedan ser delicados u ofensivos para quienes te siguen.

# Trata de aumentar el engagement

Por lo general, las cuentas empresariales en Instagram con mayor engagement son aquellas cuyas fotografías **son personales y humanizadas**.

Es decir, aquellas con las que su público puede **conectar emocionalmente**



# Aumenta el engagement

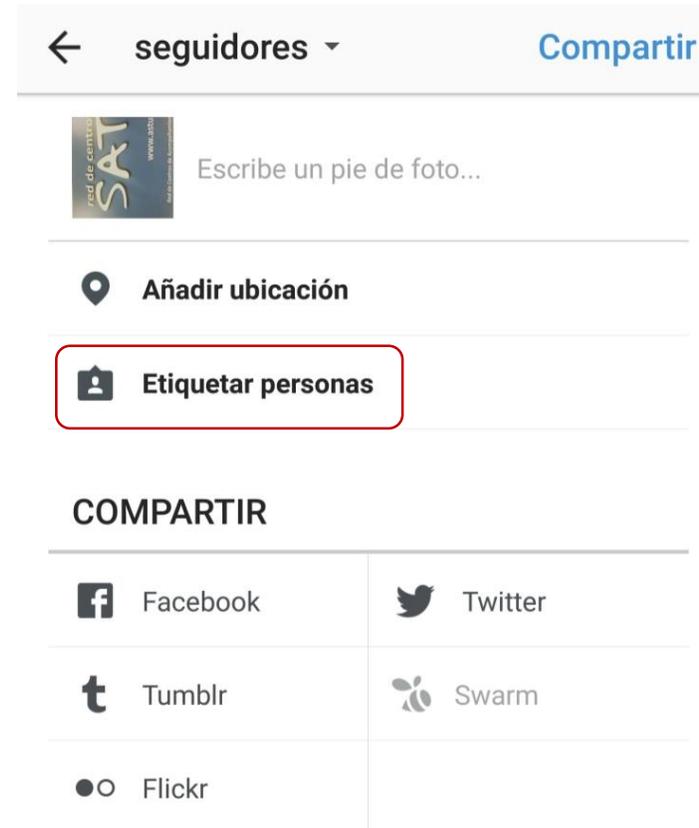
-  Enseña tu producto
-  Cómo se hace
-  Usos alternativos
-  Aporta información
-  Tu cara humana
-  Estacionalidad
-  Cómo usar



Como casi toda red social, es posible **mencionar o etiquetar** a otras cuentas con su **@nombredeusuario**.

Esto debe realizarse con prudencia, sólo cuando queramos mencionar al perfil para agradecer, saludar, etc.

# Menciones y etiquetas



# Averigua la mejor hora para publicar



Las horas de publicación son relevantes.

Los datos oficiales aseguran que la mejor hora de publicación son los miércoles entre las 17 y 18 horas, pero **debes averiguar tu mejor horario**, sobre todo desde que el algoritmo de Instagram elige qué mostrar a cada usuario.

Recuerda que **una foto de Instagram tiene más posibilidades de ser vista durante las 3 ó 4 primeras horas de su publicación.**

**Interactúa** siguiendo a otras personas/cuentas que pueden ser relevantes o de interés, indicando que te gustan sus fotos y comentando. Dedicar tiempo todos los días a esta tarea.



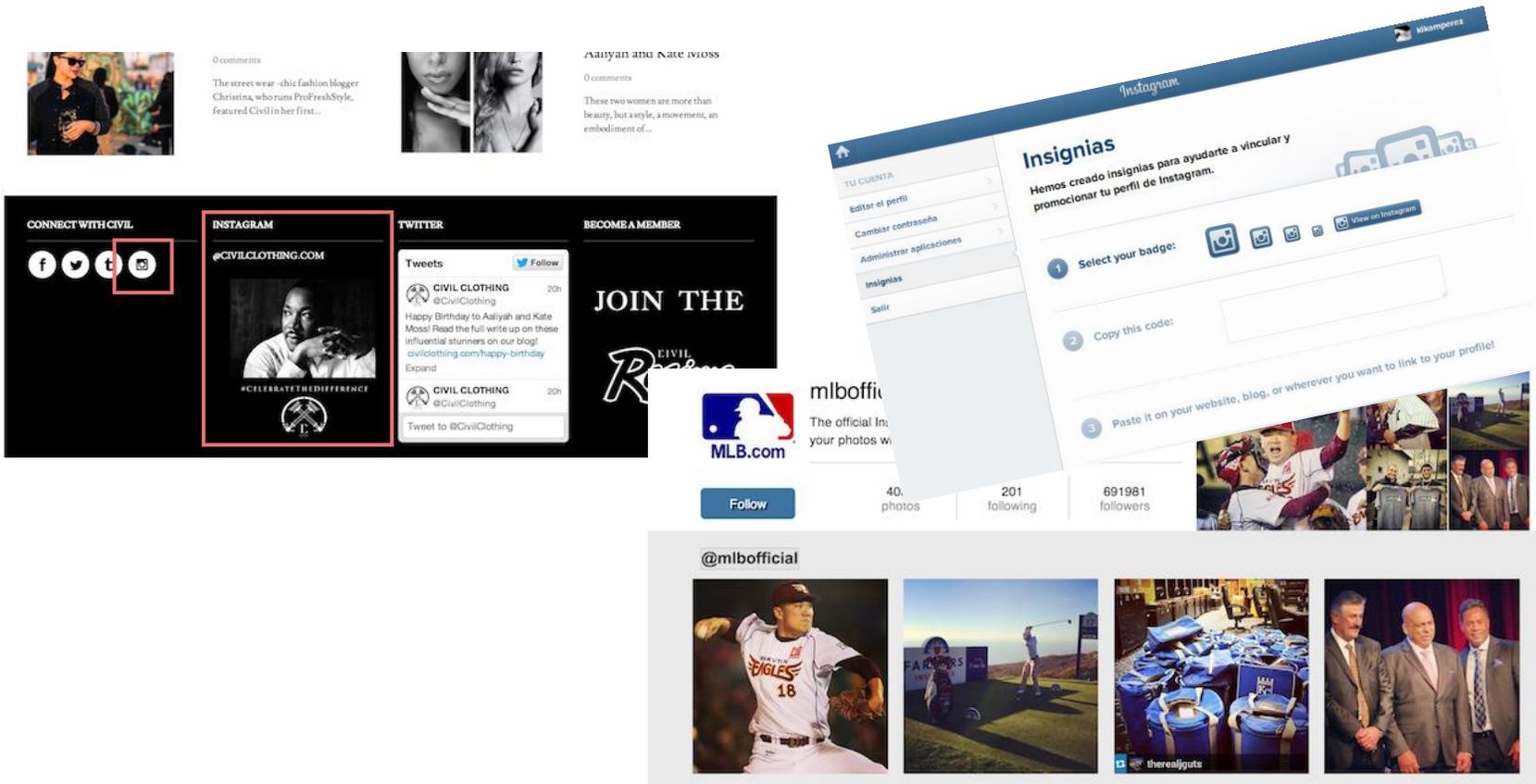
## ¿Responder a los comentarios negativos?

Como en todas redes sociales, habrá comentarios positivos, negativos, falsos y verdaderos. ¿qué hacer? Aquí tienes unas sugerencias.

- Positivo + Falso = Responder
- Positivo + Verdadero = **Escuchar** o **Responder**
- Negativo + No es una provocación + Broma/enojo = **Escuchar**
- Negativo + No es una provocación + No es una broma/enojo + Información errónea = **Responder**
- Negativo + No es una provocación + No es una broma/enojo + No es información errónea + Insatisfacción = **Responder**
- Negativo + No es una provocación + No es una broma/enojo + No es información errónea + No es insatisfacción = **Escuchar**

# Da a conocer tu perfil

Promociona la cuenta **desde tu web utilizando widgets** de Instagram y también dando a conocer la cuenta desde otras redes sociales.



# Crea un calendario de publicaciones

- Haz un programa o calendario de publicaciones
  - Frecuencia
  - Horas del día a las que publicarás
  - Tipo de contenidos y temáticas
  - Hashtags principales



# Los #Hashtags



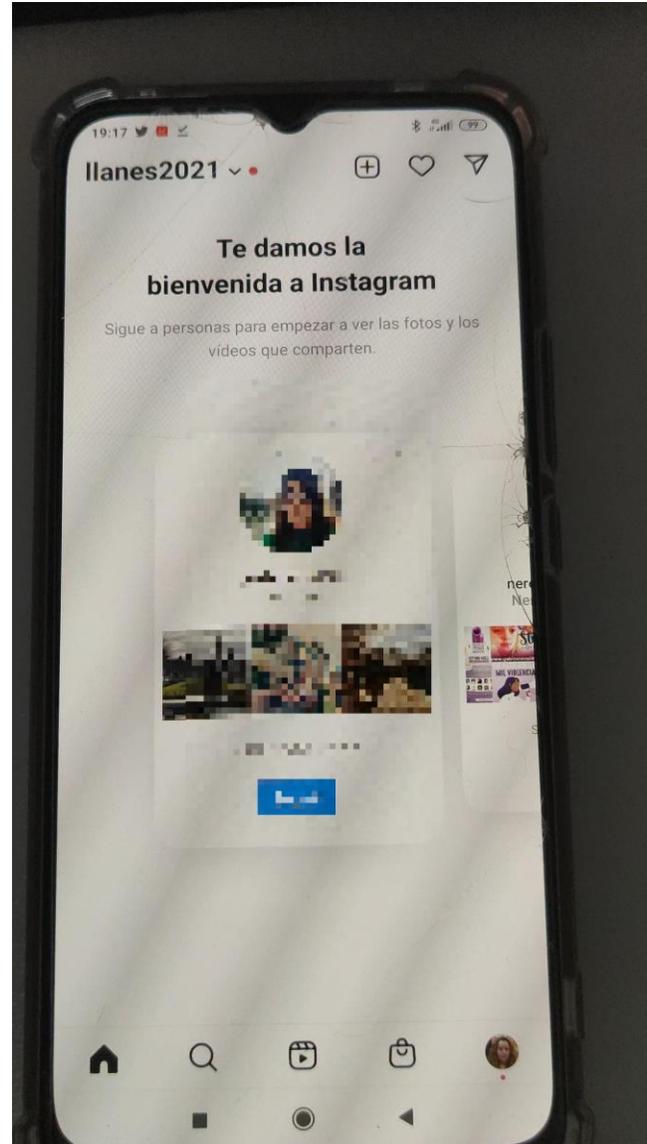
# Los hashtags

- El uso adecuado de hashtags es muy importante para la visibilidad de tus publicaciones
- Se pueden emplear hasta 30 hashtags por publicación.
- No uses los mismos en todas las publicaciones: se podría considerar spam
- Cuidado con emplear los hashtags en la descripción de la imagen, ya que dificultan la lectura del texto.



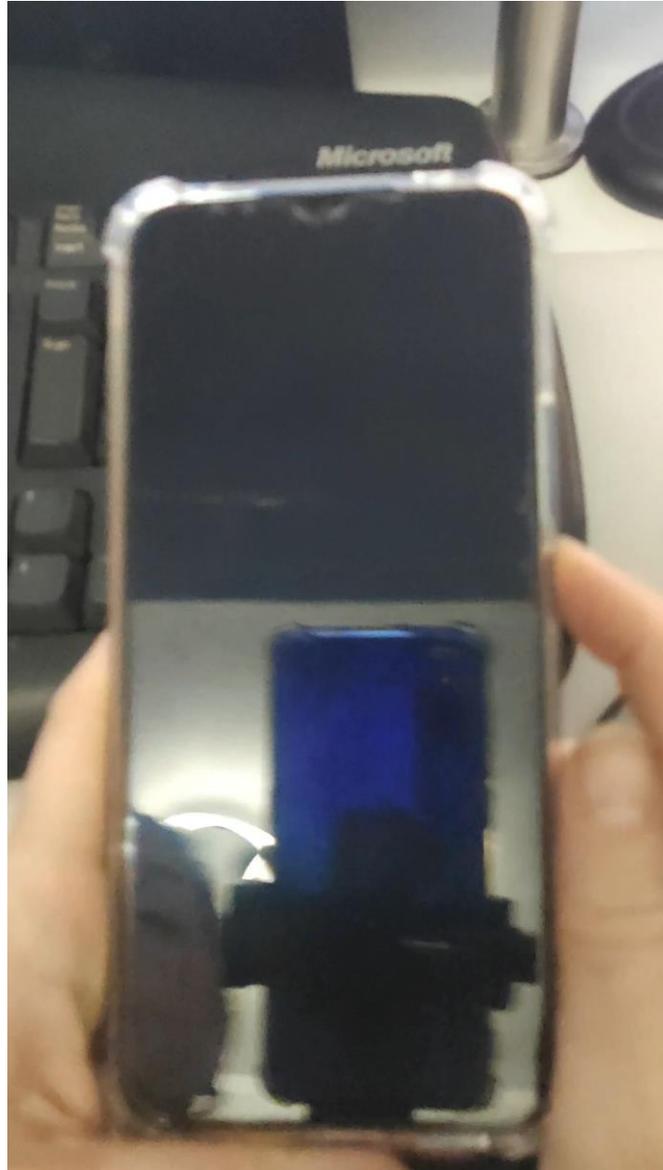
- En ocasiones, es interesante crear un hashtag propio de marca. Pero si lo haces debes seguir su evolución
  - ¿Gana popularidad?
  - ¿Tus seguidores lo utilizan?
  - ¿Te ayuda a sumar seguidores?
- Puedes ayudarte de herramientas para identificar hashtags, o incluso para guardar tus propias listas.

# Publicar contenidos



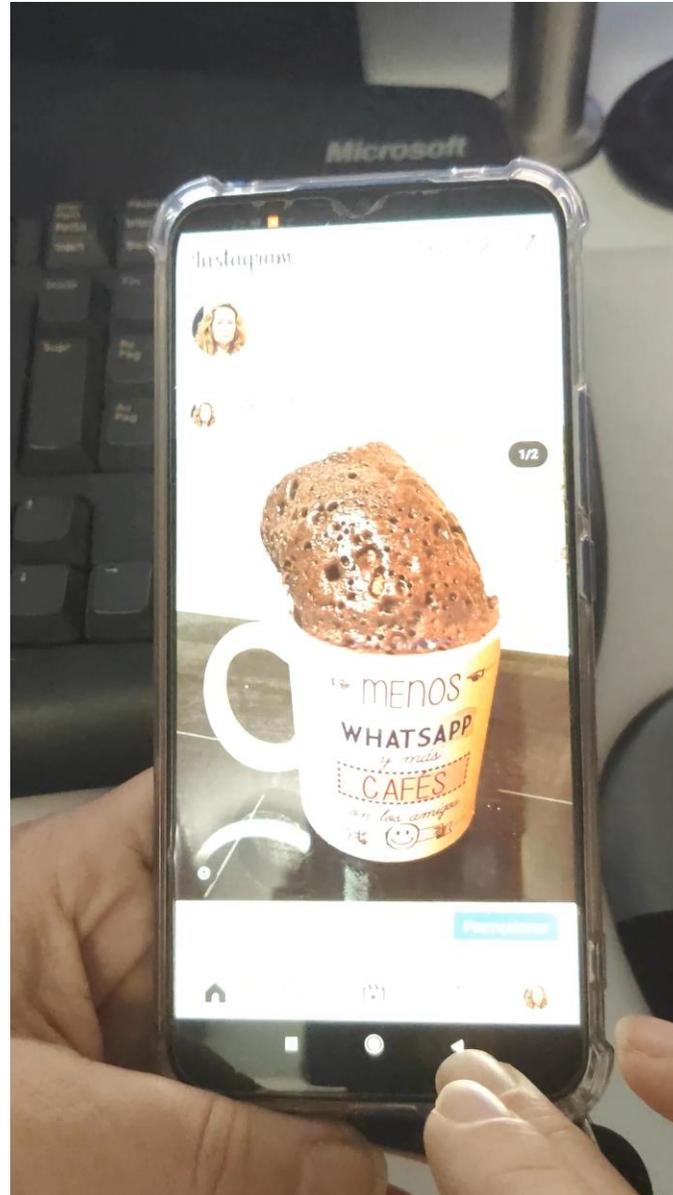
# Publicar contenidos

Noticias



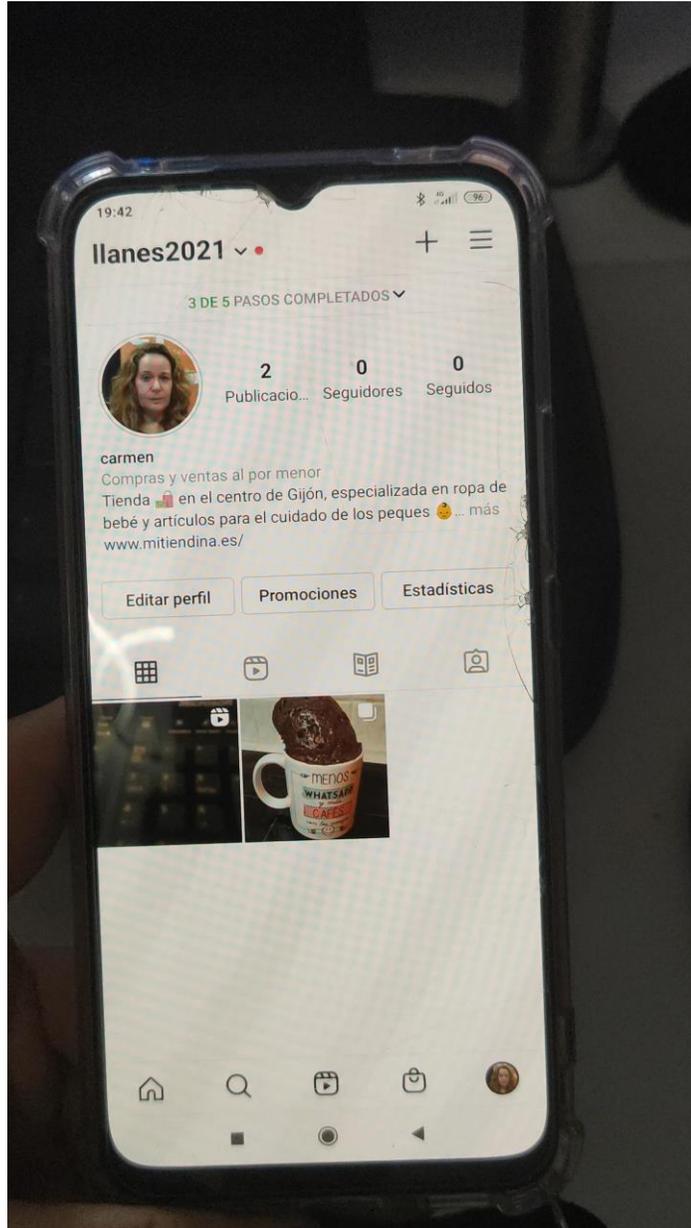
# Publicar contenidos

Stories



# Publicar contenidos

Reel



# Publicar contenidos

Directos

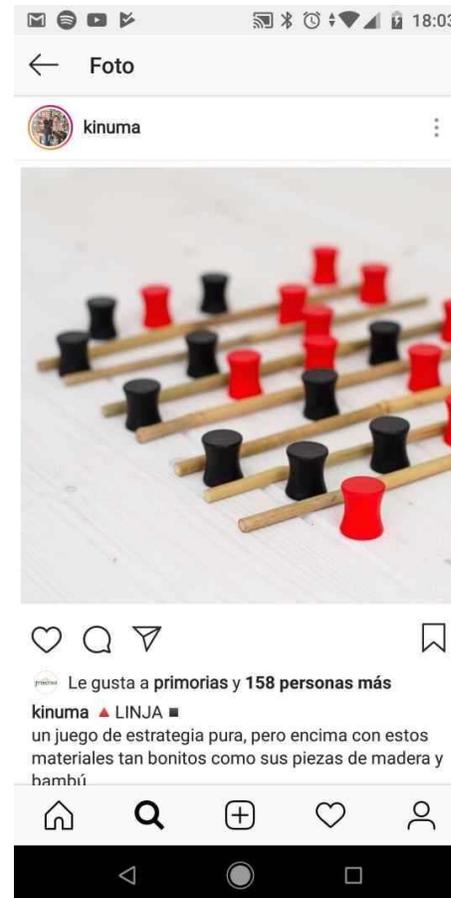
¿Qué publicar?  
Algunas ideas.

# Tipo de posts

## Gastronomía



## Centrado en el producto ...



## ... o en el usuario



## Motivacionales



## La vida del equipo



## La actividad de la empresa que los clientes no ven



## Eventos



## Sorteos o concursos

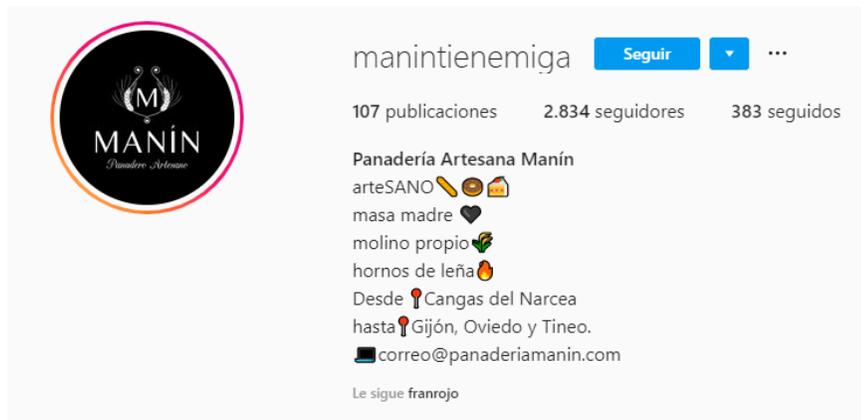


# Tipo de posts

# Tips para hacer crecer tu Instagram de manera orgánica

# 1. Cuida tu biografía

- Redacta y cuida la manera en la que te presentas, ya que los usuarios irán a tu “bio” para elegir seguirte o no.
- Piensa qué es más importante destacar para llegarle a tu cliente objetivo.
- Utiliza emoticonos



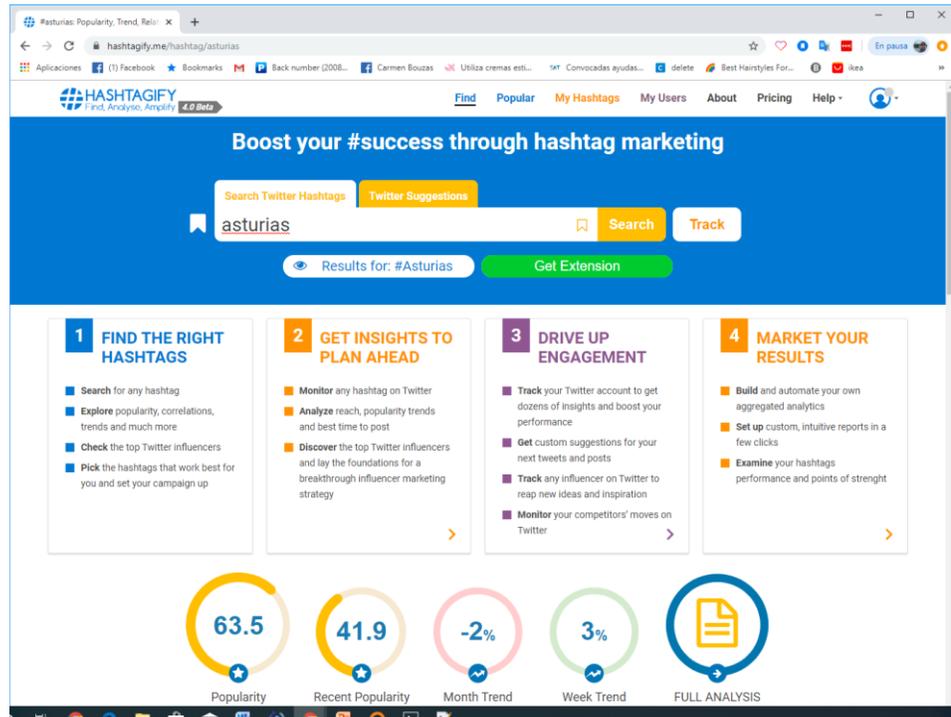
## 2. Publica con regularidad

- Publicando con regularidad **contenido de interés para tu audiencia objetivo** (lento pero seguro).



# 3. Selecciona bien los Hashtags

- Los hashtags son clave para llegar a más público.
- Se pueden realizar búsquedas por hashtags, seguir hashtags, etc.
- Ayúdate de herramientas.



## Best HashTags for Instagram

Prilaga.com

8:32

←

**Guardado | 1. senderismo** 14

#rutasdesenderismo #rutasenderismo  
#senderismo #senderismoasturias #senderismocol  
#senderismoconniños #senderismoconperros  
#senderismomontaña #senderismoenfamilia  
#senderismoespaña #senderismomexico  
#senderismomontaña #senderismo nocturno  
#senderismos

⋮ ☆ + ✕ Copiar

**Guardado | Naturaleza** 10

#madrenaturaleza #naturaleza  
#naturaleza\_cantabria #naturaleza\_españa  
#naturaleza\_spain #naturalezasalvaje  
#naturalezaviva #naturalezayvida #naturaleza 🌿  
#turismodenaturaleza

⋮ ☆ + ✕ Copiar

**Guardado | 1. cantabria** 30

#addicted\_to\_cantabria #ahoracantabria  
#asi\_es\_cantabria #bodascantabria #cantabria  
#cantabria\_ig #cantabria\_y\_turismo

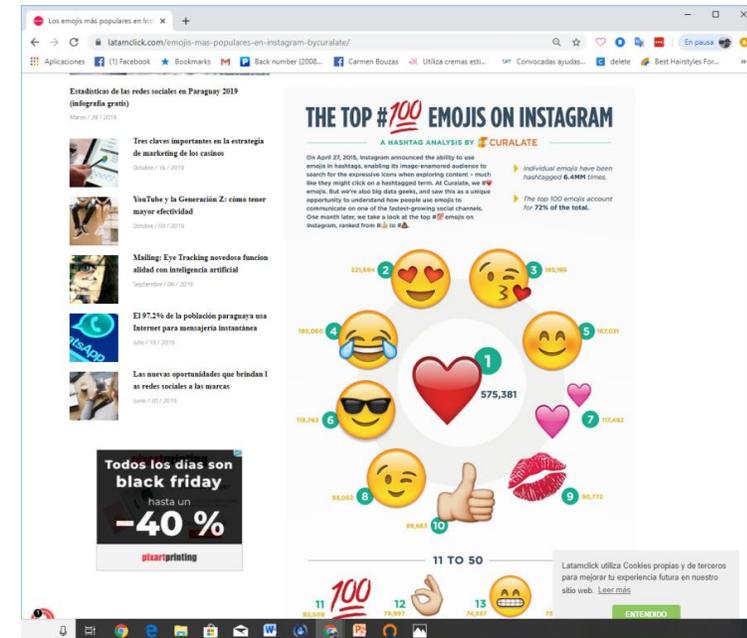
Generador Categoría Información

## 4. Utiliza emoticonos

### En la biografía | en los textos | en los hashtags

- El 50% de los textos que se incluyen en Instagram incluyen emoticonos.
- Se pueden utilizar también en los hashtags.
- También es posible hacer búsquedas de emoticonos, para ver las publicaciones que contienen ese emoticono concreto formando parte de algún hashtag.
- Se pueden seguir hashtags.

• <https://www.trecebits.com/2019/09/09/asi-se-emplean-los-hashtags-y-los-emojis-en-instagram/>

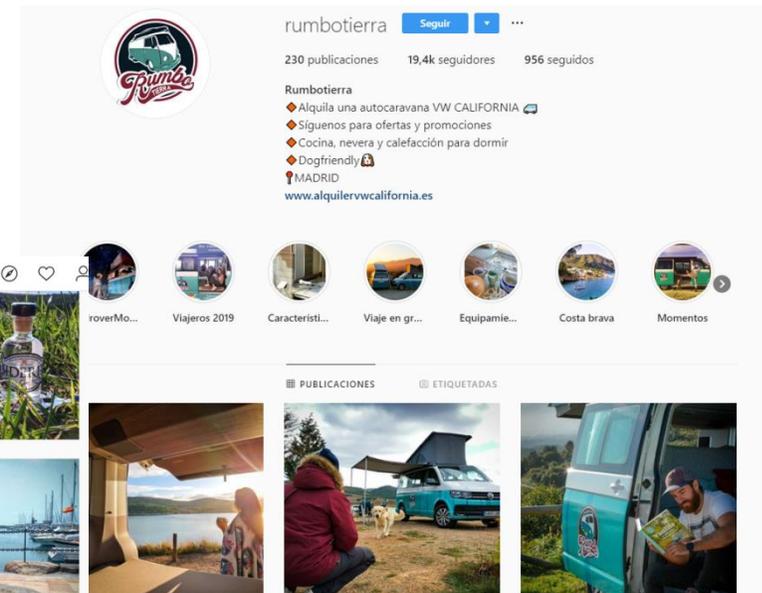
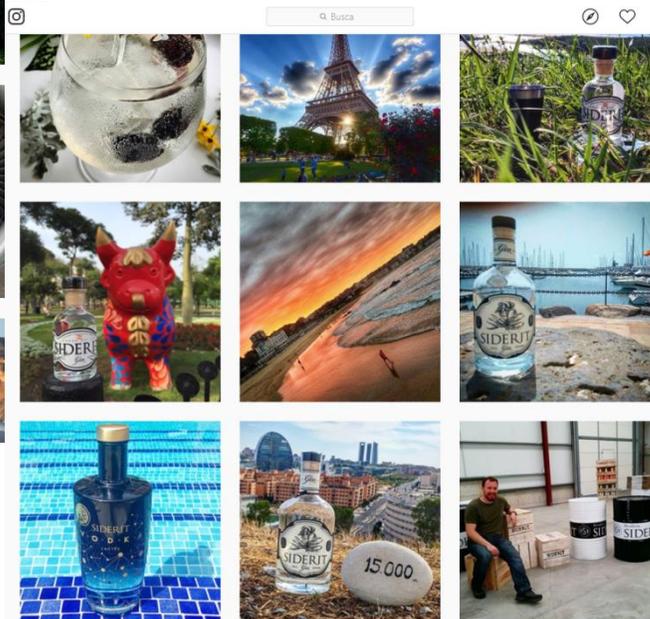
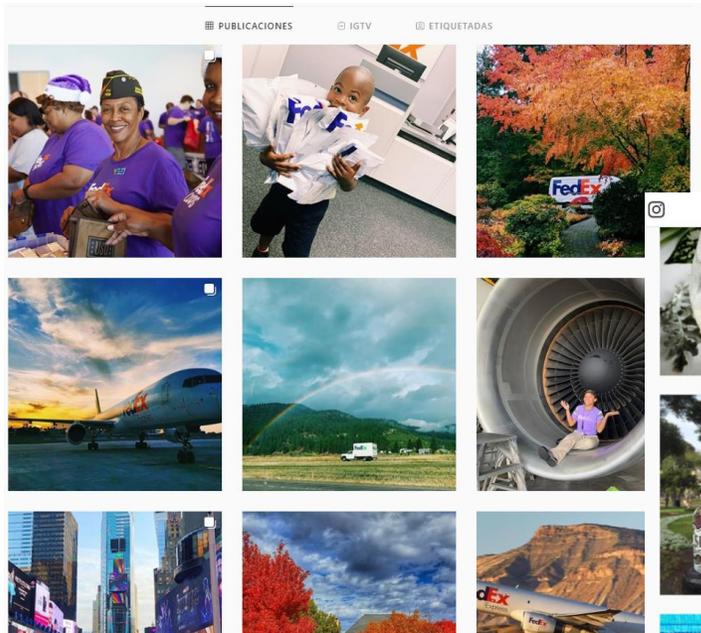


## 5. Sorteos y promociones

- Los sorteos y promociones suelen dar buenos resultados en Instagram para ganar seguidores.
- No es necesario dar premios muy grandes.
- Existen apps específicas para gestionar los sorteos, pero no son obligatorias.
  - Elige una imagen, o conjunto de imágenes o vídeo atractivo.
  - Describe bien la mecánica (que sea sencilla, si complicas mucho la tarea, tendrás poca participación).
  - Hashtags!
- Aunque Instagram no permite compartir publicaciones, una buena estrategia es pedir que se mencione a otros usuarios, para que tu publicación llegue a más personas.
- No olvides las **promociones cruzadas**. Invitar desde otras redes sociales a seguirnos en Instagram.

## 6. Céntrate en un tema: crea tu estilo

- Puedes centrarte en un único tema, un estilo o un aspecto de interés relacionado con tu servicio o producto.
- Ayuda a que quienes te siguen puedan identificar ese estilo.

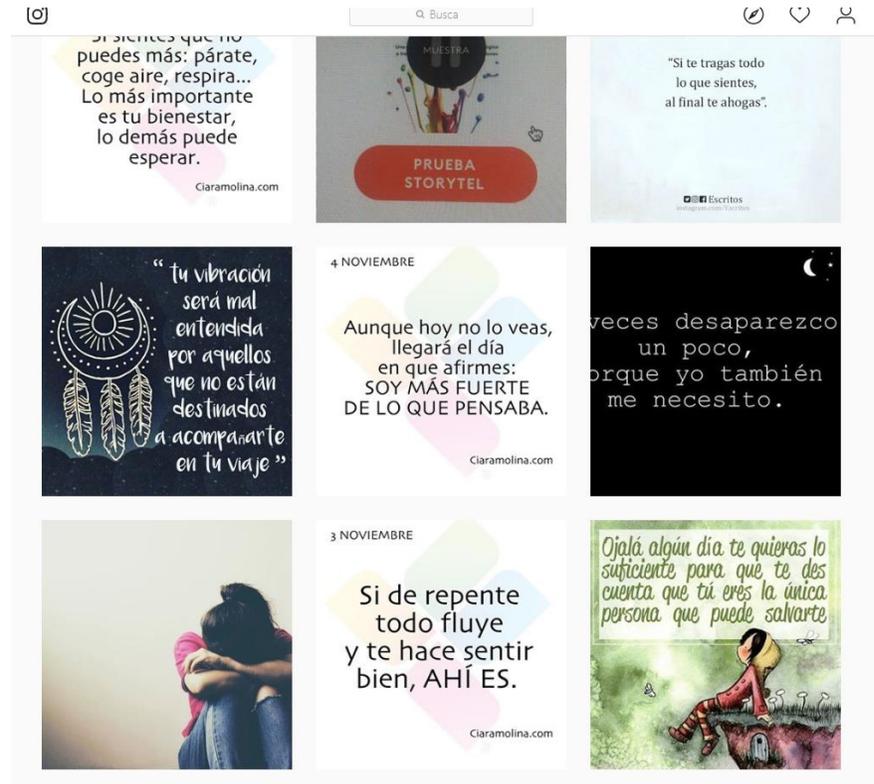


## 7. Busca asociaciones y alianzas con otras personas o cuentas

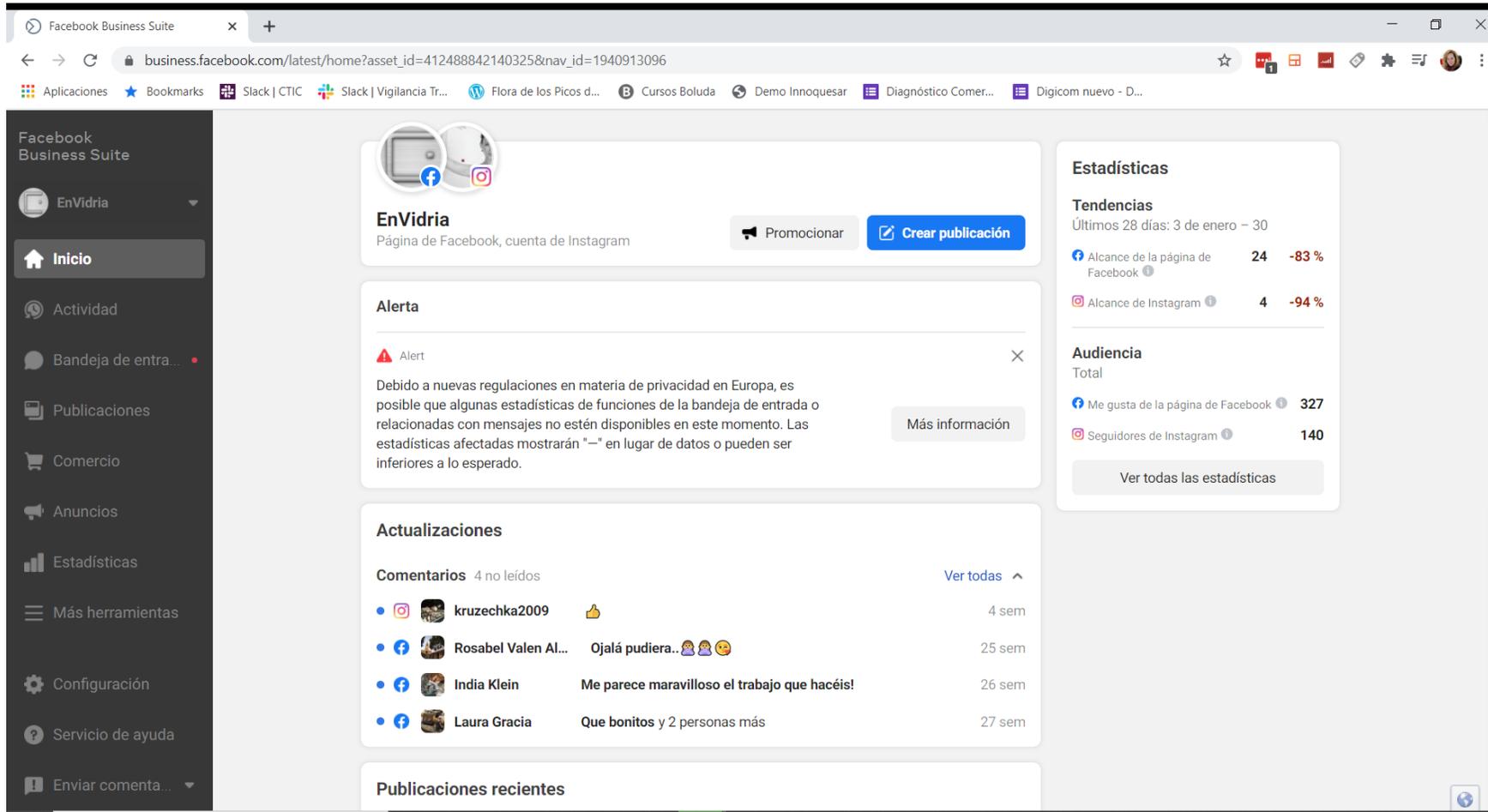
- Alíate con otras cuentas o perfiles que tengan un público objetivo afín al tuyo, que ofrezcan servicios o productos complementarios, etc.
- No te limites a Instagram, aprovecha también otras redes.

## 8. Crea tus propios gráficos con slogans o citas

- Crea tus propias imágenes con citas, mensajes o slógans
- Incluye tu logo en marca de agua



# Cómo programar publicaciones Facebook Business Suite



Facebook Business Suite

business.facebook.com/latest/home?asset\_id=412488842140325&nav\_id=1940913096

Aplicaciones Bookmarks Slack | CTIC Slack | Vigilancia Tr... Flora de los Picos d... Cursos Boluda Demo Innoquesar Diagnóstico Comer... Digicom nuevo - D...

Facebook Business Suite

EnVidria

**Inicio**

Actividad

Bandeja de entra...

Publicaciones

Comercio

Anuncios

Estadísticas

Más herramientas

Configuración

Servicio de ayuda

Enviar comenta...

**EnVidria**  
Página de Facebook, cuenta de Instagram

Promocionar Crear publicación

**Alerta**

Alert

Debido a nuevas regulaciones en materia de privacidad en Europa, es posible que algunas estadísticas de funciones de la bandeja de entrada o relacionadas con mensajes no estén disponibles en este momento. Las estadísticas afectadas mostrarán "-" en lugar de datos o pueden ser inferiores a lo esperado.

Más información

**Actualizaciones**

Comentarios 4 no leídos Ver todas

- kruzechka2009 4 sem
- Rosabel Valen Al... Ojalá pudiera... 25 sem
- India Klein Me parece maravilloso el trabajo que hacéis! 26 sem
- Laura Gracia Que bonitos y 2 personas más 27 sem

**Publicaciones recientes**

**Estadísticas**

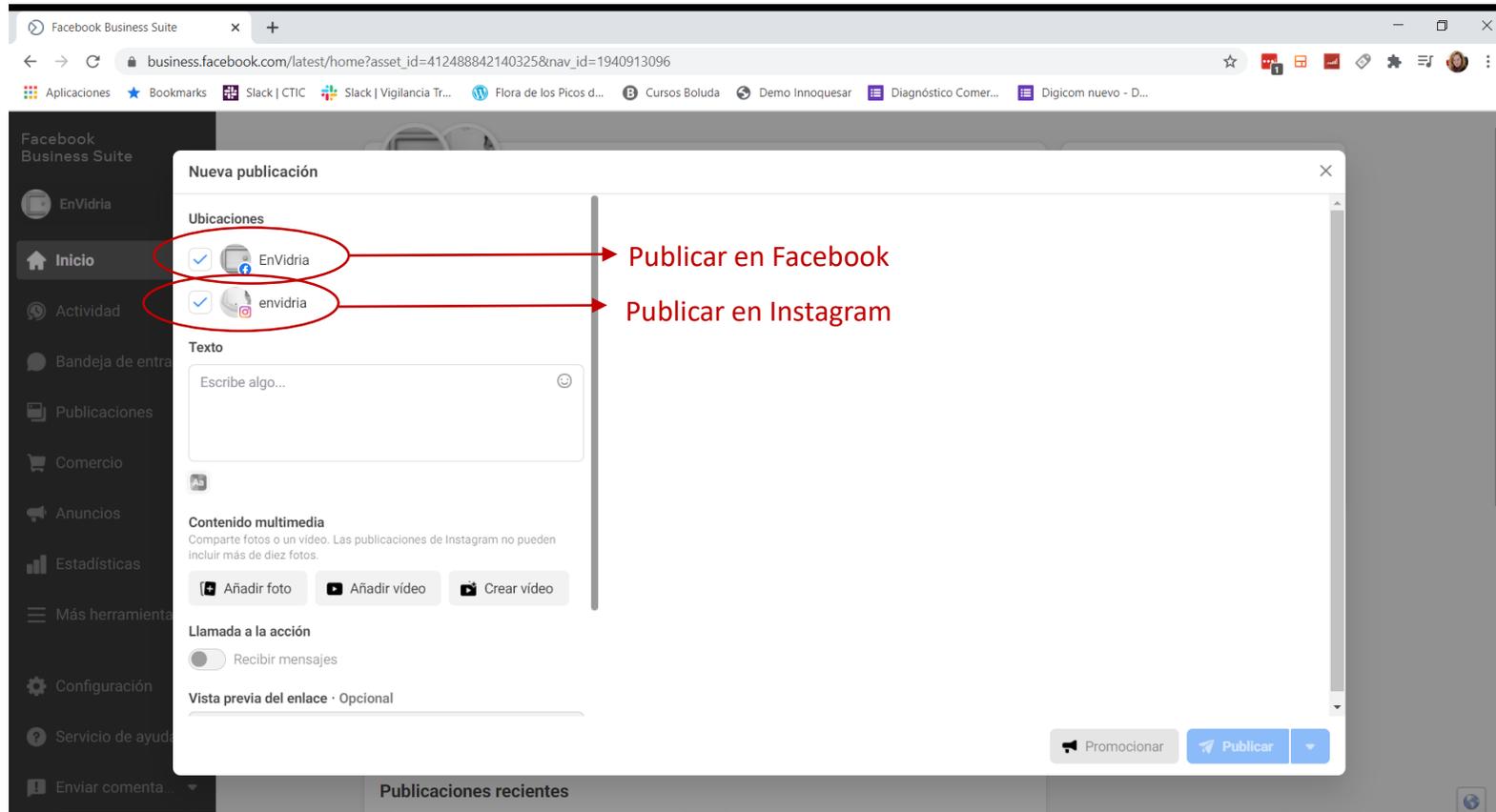
**Tendencias**  
Últimos 28 días: 3 de enero - 30

- Alcance de la página de Facebook 24 -83%
- Alcance de Instagram 4 -94%

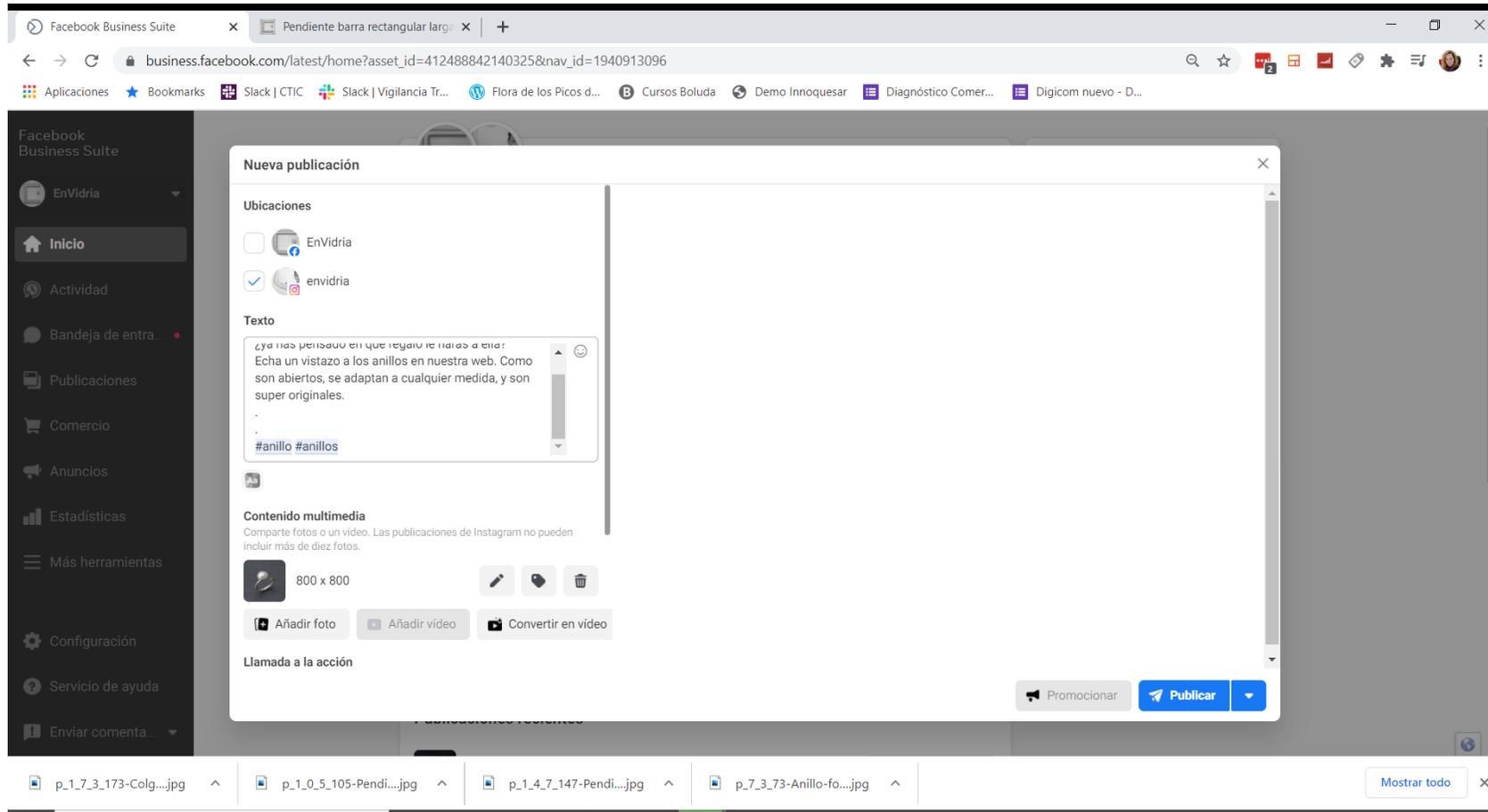
**Audiencia**  
Total

- Me gusta de la página de Facebook 327
- Seguidores de Instagram 140

Ver todas las estadísticas

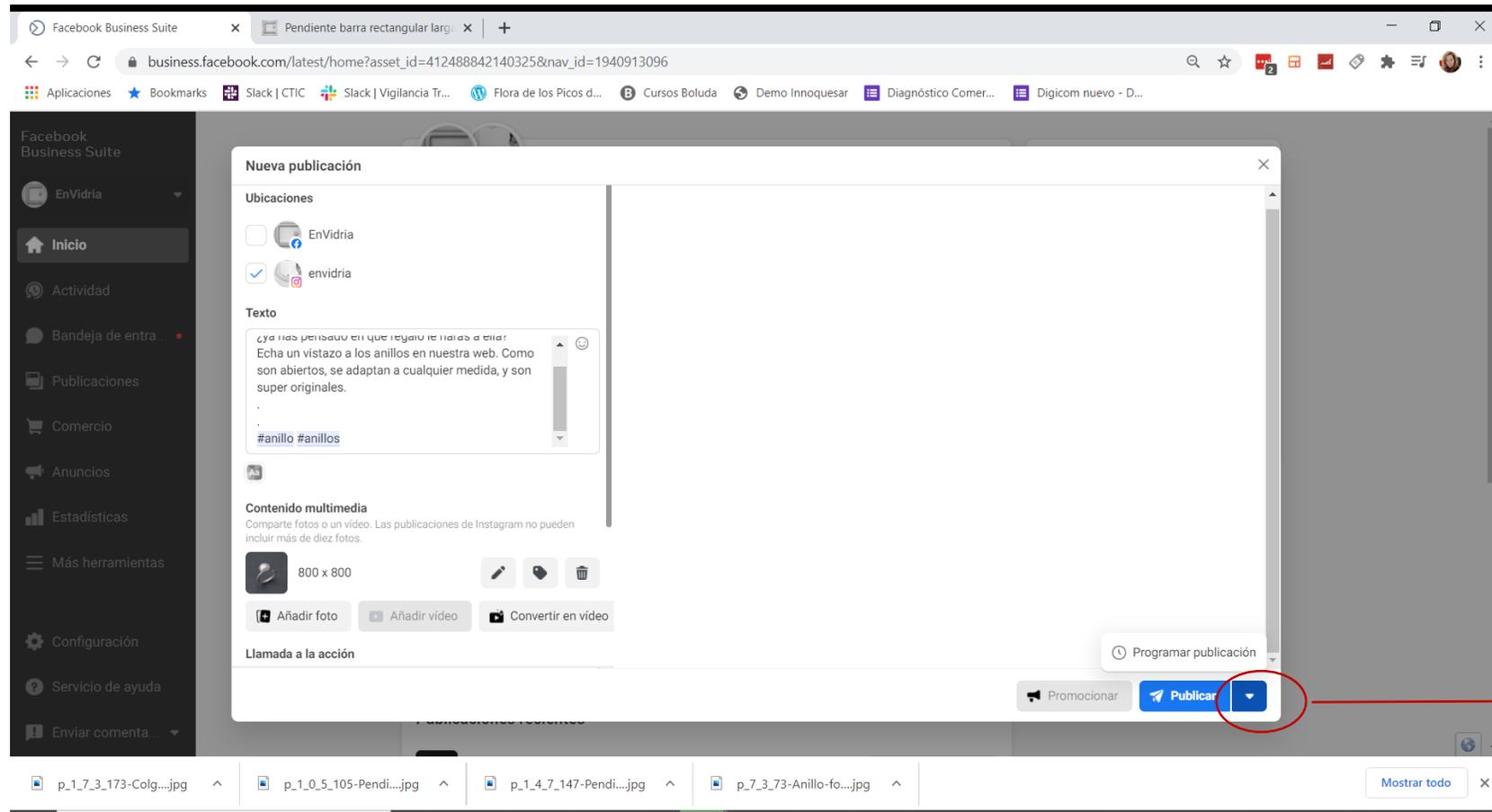


Podemos programar la misma publicación para ambas redes a la vez, aunque es más recomendable personalizar el contenido y publicación a una red concreta.

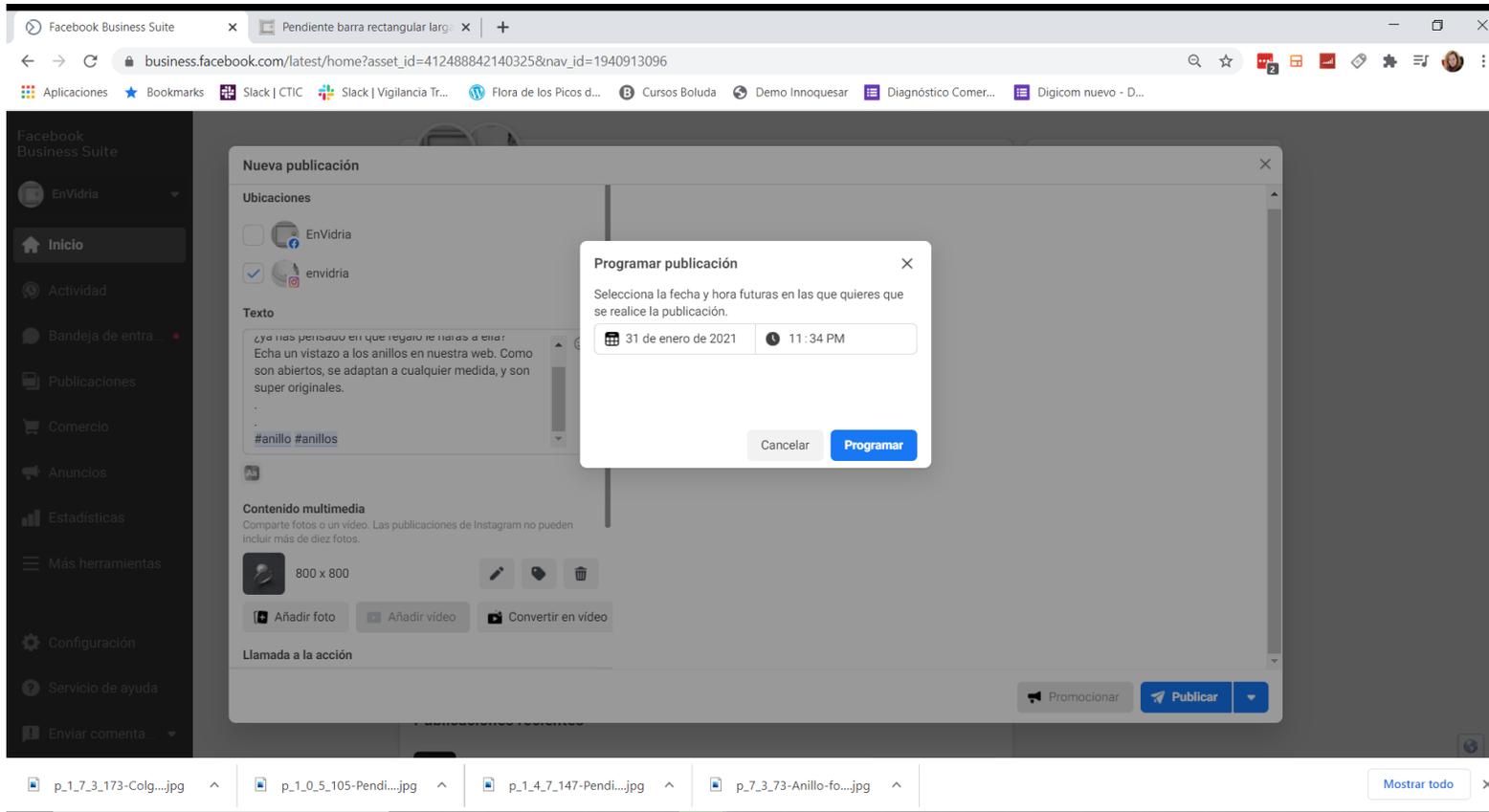


Creamos la publicación, con texto, la imagen o imágenes que queramos, los hashtags, etc.

# Programar publicaciones

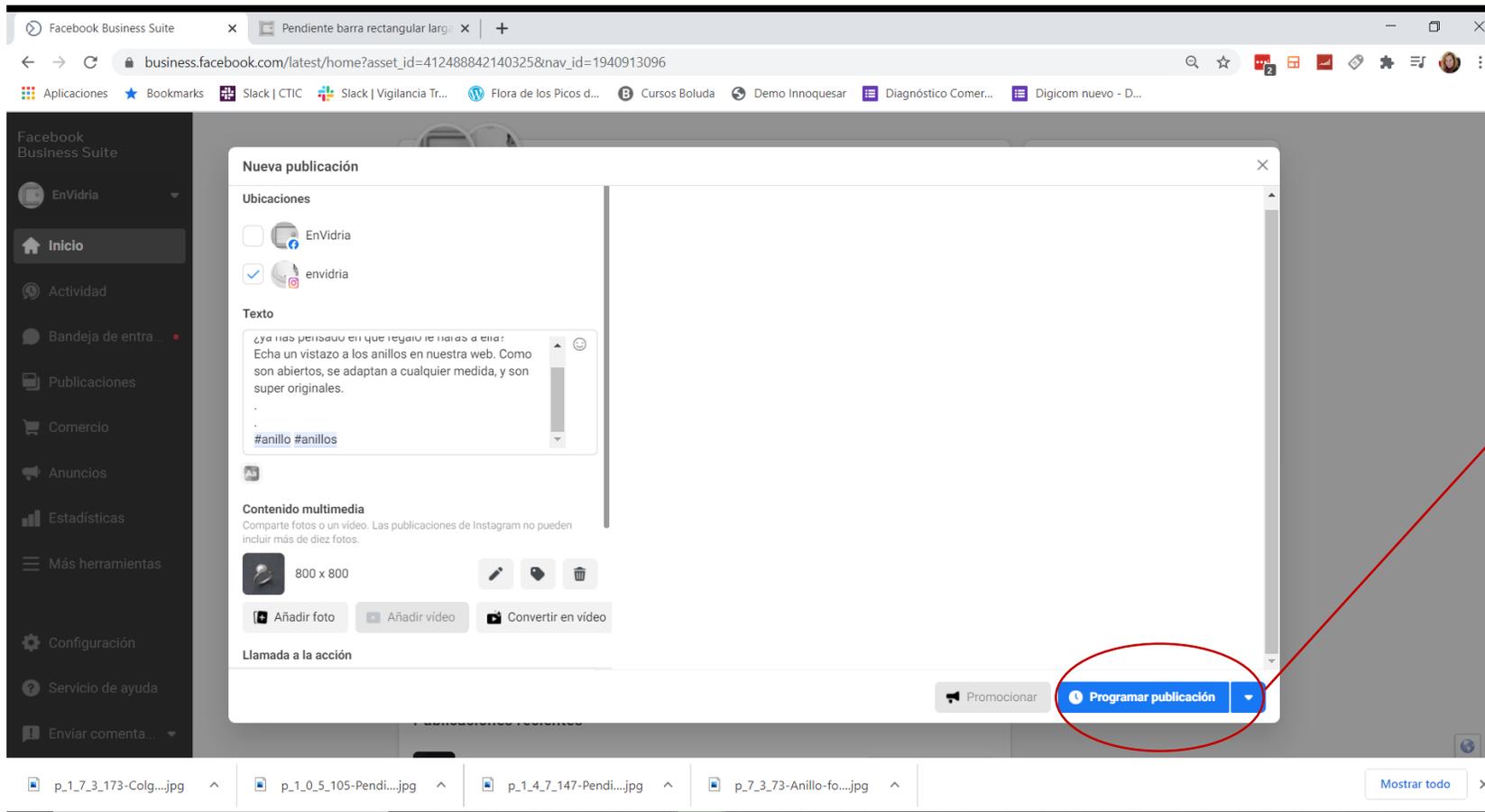


Hacer clic en esta parte para que aparezca la opción de programar publicación



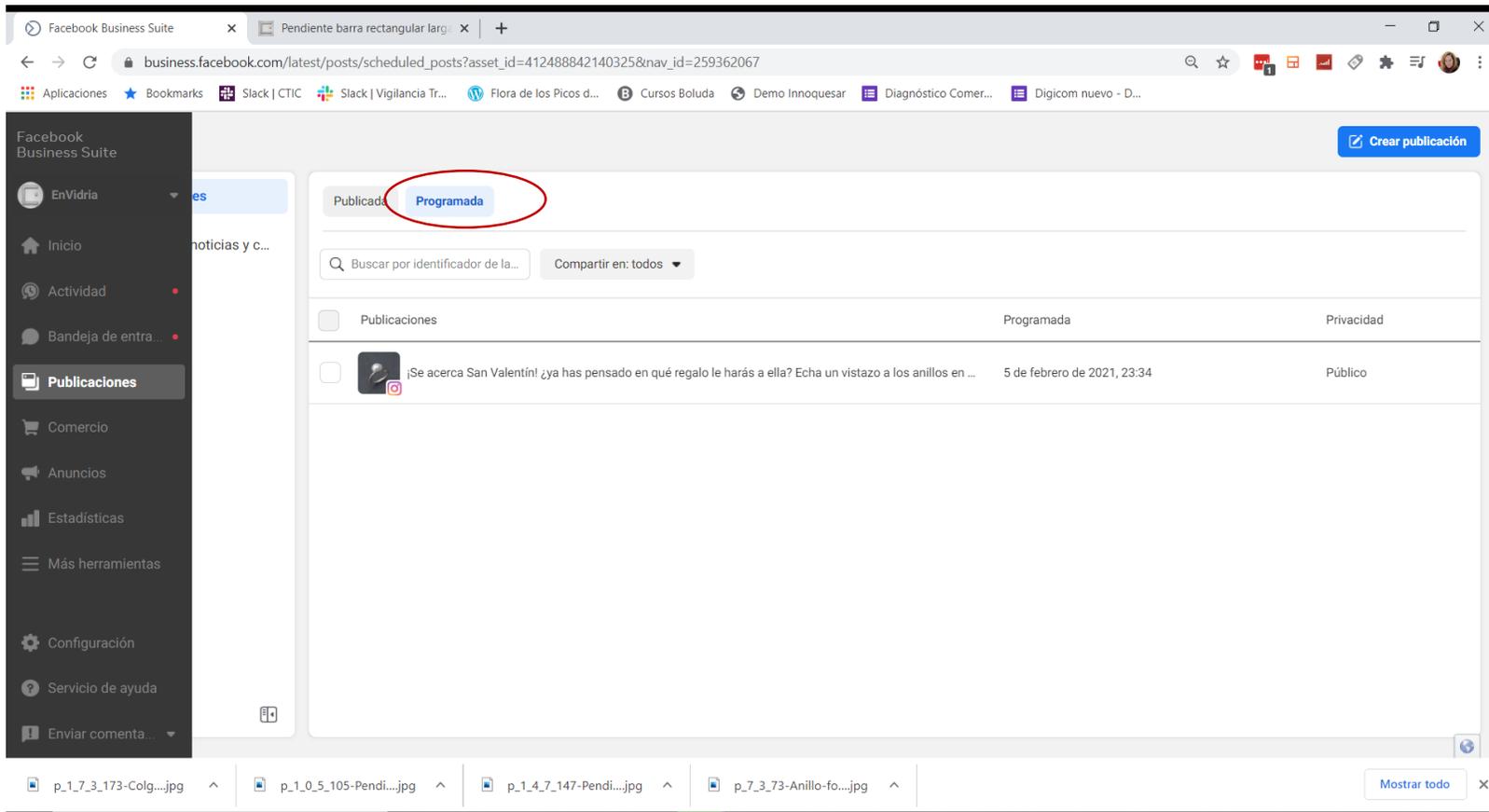
Selecciona día y hora

# Programar publicaciones



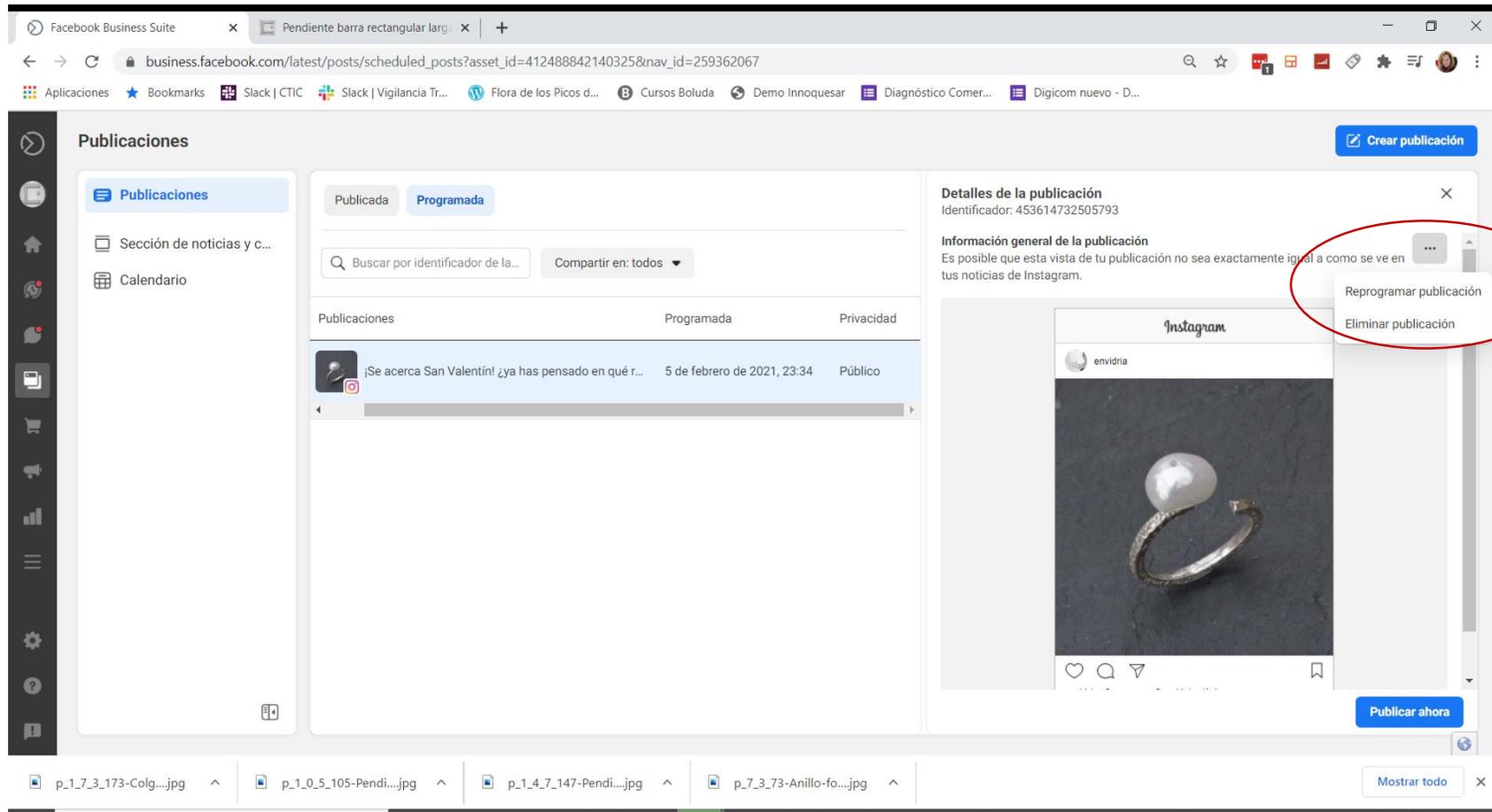
Revisa la publicación y cuando esté todo OK, pulsa sobre el botón azul

# Gestionar publicaciones programadas



Podrás ver, modificar o eliminar las publicaciones programadas, desde la sección “publicaciones” > “programadas”

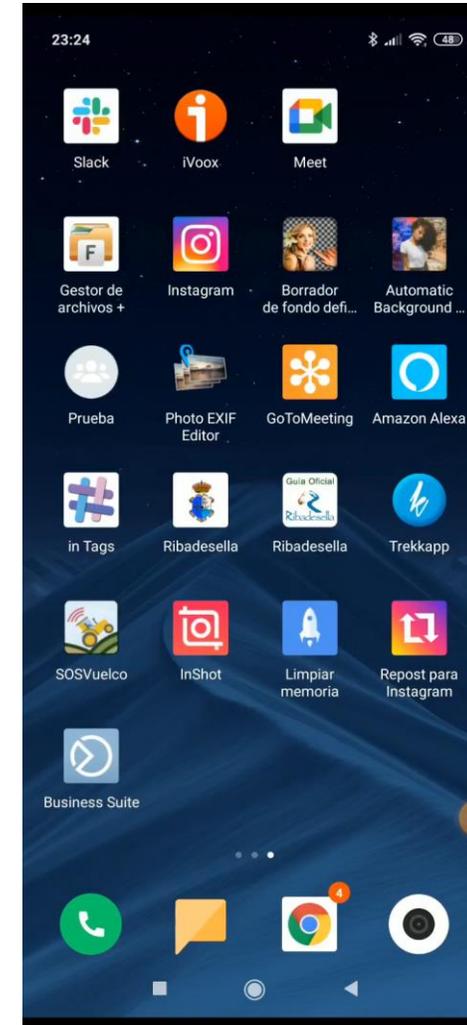
# Gestionar publicaciones programadas



The screenshot displays the Facebook Business Suite interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Publicaciones', 'Sección de noticias y c...', and 'Calendario'. The main area is divided into two sections. The top section, titled 'Publicaciones', shows a list of posts with columns for 'Publicaciones', 'Programada', and 'Privacidad'. A single post is visible, scheduled for '5 de febrero de 2021, 23:34' with 'Público' privacy. The bottom section, 'Detalles de la publicación', shows a preview of an Instagram post featuring a pearl ring. A red circle highlights the three-dot menu in the top right corner of the preview, which contains the options 'Reprogramar publicación' and 'Eliminar publicación'. The browser's address bar shows the URL: 'business.facebook.com/latest/posts/scheduled\_posts?asset\_id=412488842140325&nav\_id=259362067'. The bottom of the interface shows a taskbar with several image thumbnails and a 'Mostrar todo' button.

También existe la app Facebook Business Suite, para gestionar las publicaciones desde el móvil.

# Business suite en el móvil

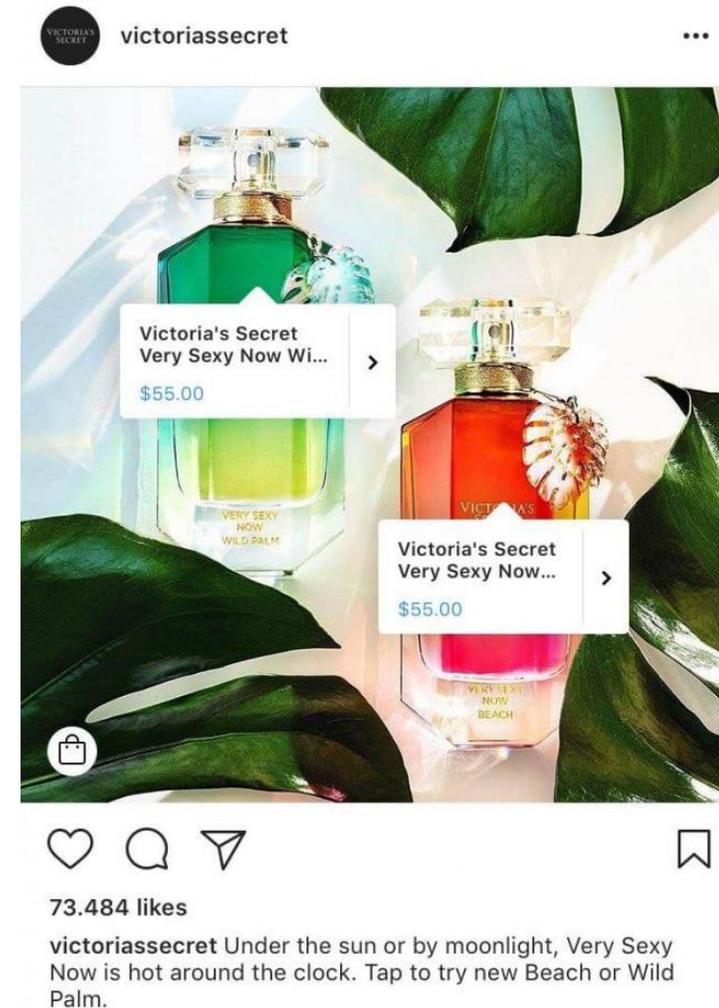


# Instagram shopping

Instagram Shopping es una nueva funcionalidad de Instagram para su versión empresarial. Esta nueva opción permite que los negocios con comercio electrónico **pueden etiquetar productos en las fotografías** para mostrar al usuario precio/detalles del producto y dándole acceso a comprar en la plataforma e-commerce del negocio.



# ¿Qué es Instagram Shopping?



# ¿Qué es Instagram Shopping?



# Requisitos para poder usar Instagram Shopping

Si quieres utilizar Instagram Shopping tu cuenta debe ser aprobada y para ello deberá cumplir con los siguientes requisitos:

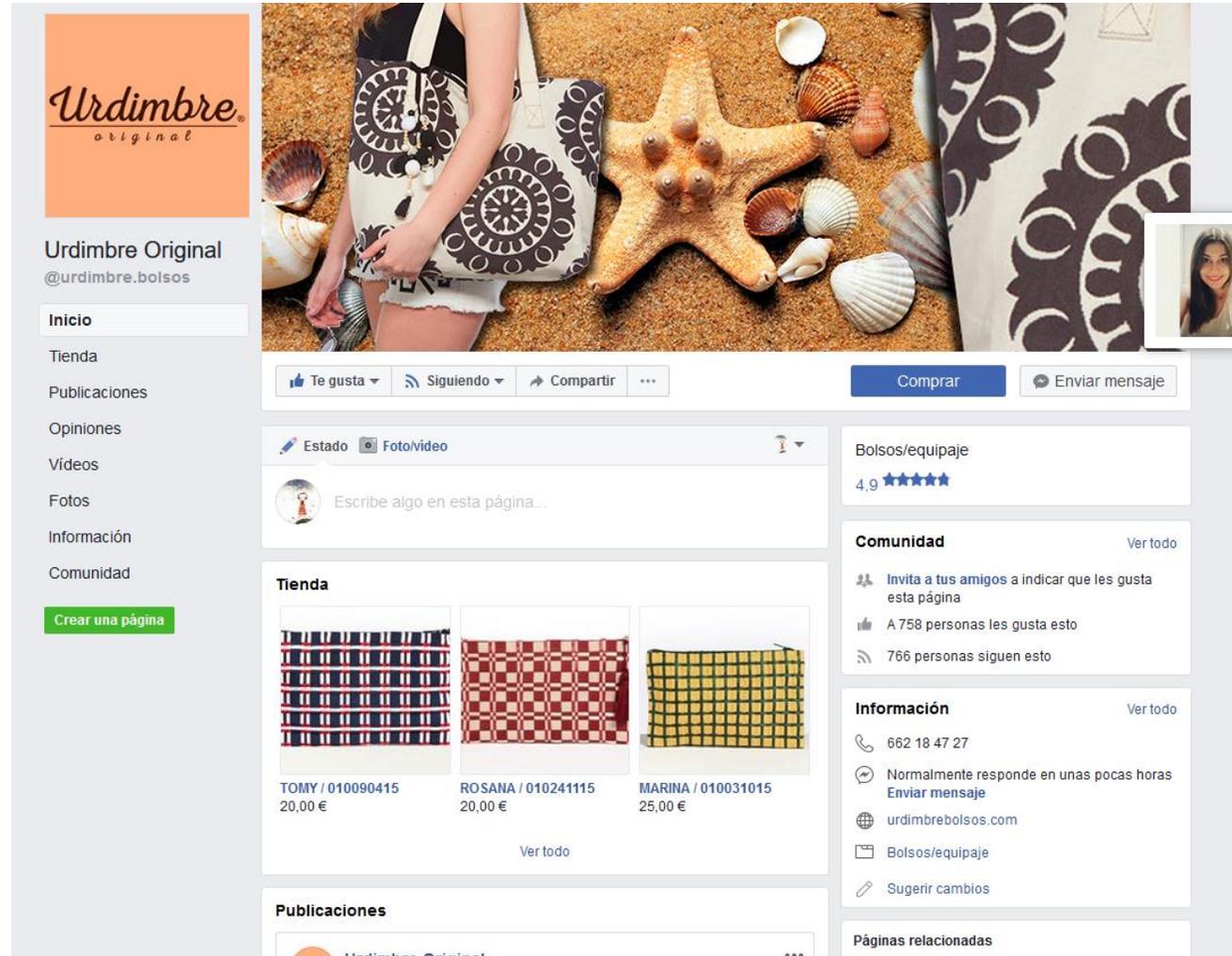
- Tu empresa debe **vender productos físicos** que cumplan con el Acuerdo para comerciantes y las Políticas de comercio de Facebook.
- Tu cuenta de Instagram debe ser un **perfil de empresa**.
- El perfil de empresa debe estar **conectado a un “catálogo de Facebook”**, que se puede crear y administrar en Business Manager bien desde nuestra plataforma de e-commerce o bien directamente en la página de Facebook de tu empresa.

[https://help.instagram.com/1627591223954487?helpref=faq\\_content](https://help.instagram.com/1627591223954487?helpref=faq_content)

# No puedes utilizar Instagram shopping si ....

- Tienes una tienda de Facebook con restricciones de país/edad o en la que se compre mediante “mensaje”.
- Vendes alguno de los siguientes productos:
  - Tabaco
  - Medicamentos
  - Animales vivos. También cualquier parte del mismo, cuero o piel de un animal, incluido el pelaje
  - Armas, municiones, fuegos artificiales ...
  - Productos o servicios para adultos
  - Suministros médicos
  - Automóviles y combustible
  - Maquinaria peligrosa

<https://www.facebook.com/policies/commerce>



**Urdimbre original**

Urdimbre Original  
@urdimbre.bolsos

Inicio  
Tienda  
Publicaciones  
Opiniones  
Videos  
Fotos  
Información  
Comunidad

Crear una página

Te gusta | Siguiendo | Compartir | ...

Comprar | Enviar mensaje

Estado | Foto/video

Escribe algo en esta página...

**Tienda**

		
TOMY / 010090415 20,00 €	ROSANA / 010241115 20,00 €	MARINA / 010031015 25,00 €

Ver todo

**Publicaciones**

Bolsos/equipaje  
4,9 ★★★★★

**Comunidad** Ver todo

- Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página
- A 758 personas les gusta esto
- 766 personas siguen esto

**Información** Ver todo

- 662 18 47 27
- Normalmente responde en unas pocas horas  
Enviar mensaje
- urdimbrebolsos.com
- Bolsos/equipaje
- Sugerir cambios

Páginas relacionadas

# Crear una Tienda en Facebook

Y cuando cumplimos con todo Facebook nos dice que ....

“Una vez que cumplas todos requisitos, se revisará el perfil de empresa para que puedas acceder a la función.

Normalmente, este proceso tarda unos días, pero a veces puede que debamos revisar la cuenta con más detalle, lo que podría llevarnos más tiempo.”



# Activar Instagram Shopping

Para poder Activar Instagram Shopping

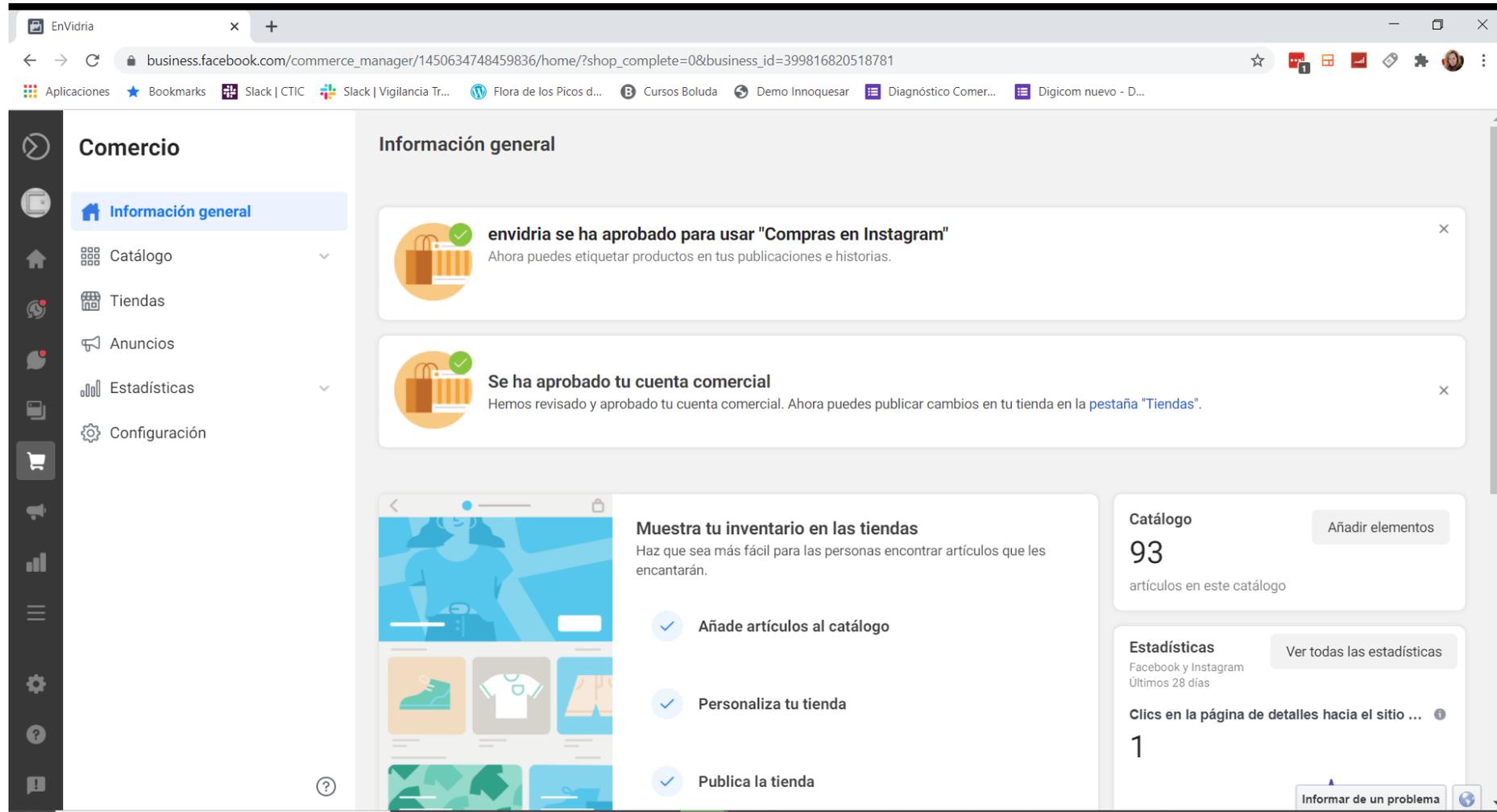
- Debes haber activado la tienda en Facebook
- Debes tener un perfil profesional en Instagram
- Debes haber vinculado las cuentas de Facebook e Instagram

En el vídeo se explica el proceso completo desde la creación de la tienda en Facebook.



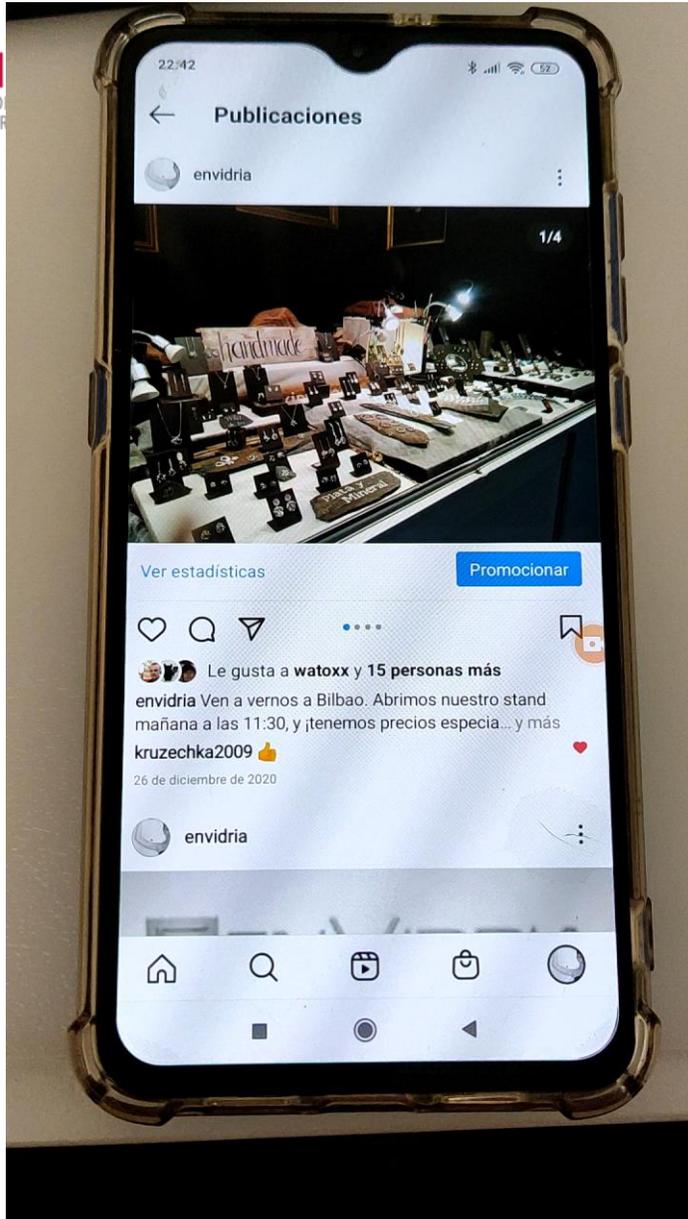
Cómo activar INSTAGRAM SHOPPING  | Crea tu TIENDA en INSTAGRAM [TUTORIAL SHOPIFY, PRESTASHOP, etc]

<https://www.youtube.com/watch?v=83ZpFyHaaHo>



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface for a user named 'EnVidria'. The browser address bar shows the URL: `business.facebook.com/commerce_manager/1450634748459836/home/?shop_complete=0&business_id=399816820518781`. The interface is divided into several sections:

- Comercio (Left Sidebar):** Includes 'Información general' (selected), 'Catálogo', 'Tiendas', 'Anuncios', 'Estadísticas', and 'Configuración'.
- Información general (Main Content):**
  - Notificación 1:** 'envidria se ha aprobado para usar "Compras en Instagram"'. Subtext: 'Ahora puedes etiquetar productos en tus publicaciones e historias.'
  - Notificación 2:** 'Se ha aprobado tu cuenta comercial'. Subtext: 'Hemos revisado y aprobado tu cuenta comercial. Ahora puedes publicar cambios en tu tienda en la pestaña "Tiendas".'
- Muestra tu inventario en las tiendas:** Encourages users to make it easier for people to find items. Includes a checklist:
  - Añade artículos al catálogo
  - Personaliza tu tienda
  - Publica la tienda
- Catálogo:** Shows '93 artículos en este catálogo' with an 'Añadir elementos' button.
- Estadísticas:** Shows 'Facebook y Instagram Últimos 28 días' with 'Ver todas las estadísticas' button. Below it, 'Clics en la página de detalles hacia el sitio ...' shows a count of '1'.



# Etiquetar productos en Instagram

Cuando tenemos activo el catálogo en Instagram, al hacer una publicación nos dará la opción de “etiquetar productos”.

# Herramientas para ayudarte con Instagram

# Herramientas para Instagram

Desarrolladas por el propio equipo de Instagram



Layout: crea mosaicos con fotos



Boomerang: vídeos que se repiten hacia adelante y atrás



Hyperlapse: para hacer timelapse

# Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: programar las publicaciones

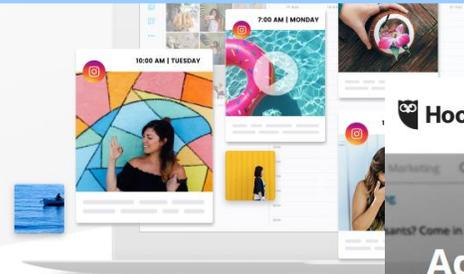


**#1 Marketing Platform  
for Instagram**

Visually Plan & Schedule Instagram Posts

[CREATE ACCOUNT WITH INSTAGRAM >](#)

<https://later.com>



**Hootsuite**

Hootsuite para Empresa

Productos Planes Formación

[Regístrate](#)

[Inicia Sesión](#)

Contáctanos

**Administra todas tus redes sociales desde  
un solo lugar**

Hootsuite te ayuda a hacer más con tus redes sociales, desde encontrar clientes potenciales hasta atender a tus clientes.

[Compara todos nuestros planes](#)

[Comienza—Gratis](#)

<https://hootsuite.com>

Descubre cómo Hootsuite puede hacer que conectarse con clientes sea más rápido, inteligente y seguro

# Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: repost



## Repost+ for Instagram

Global Leap Mobile Fotografía

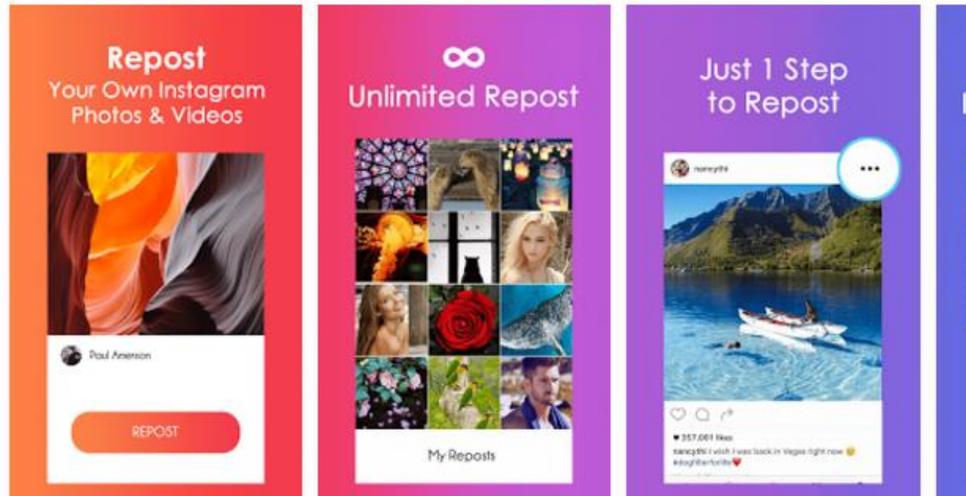
★★★★★ 1.456

PEGI 3

Ofrece compras en la aplicación

Añadir a la lista de deseos

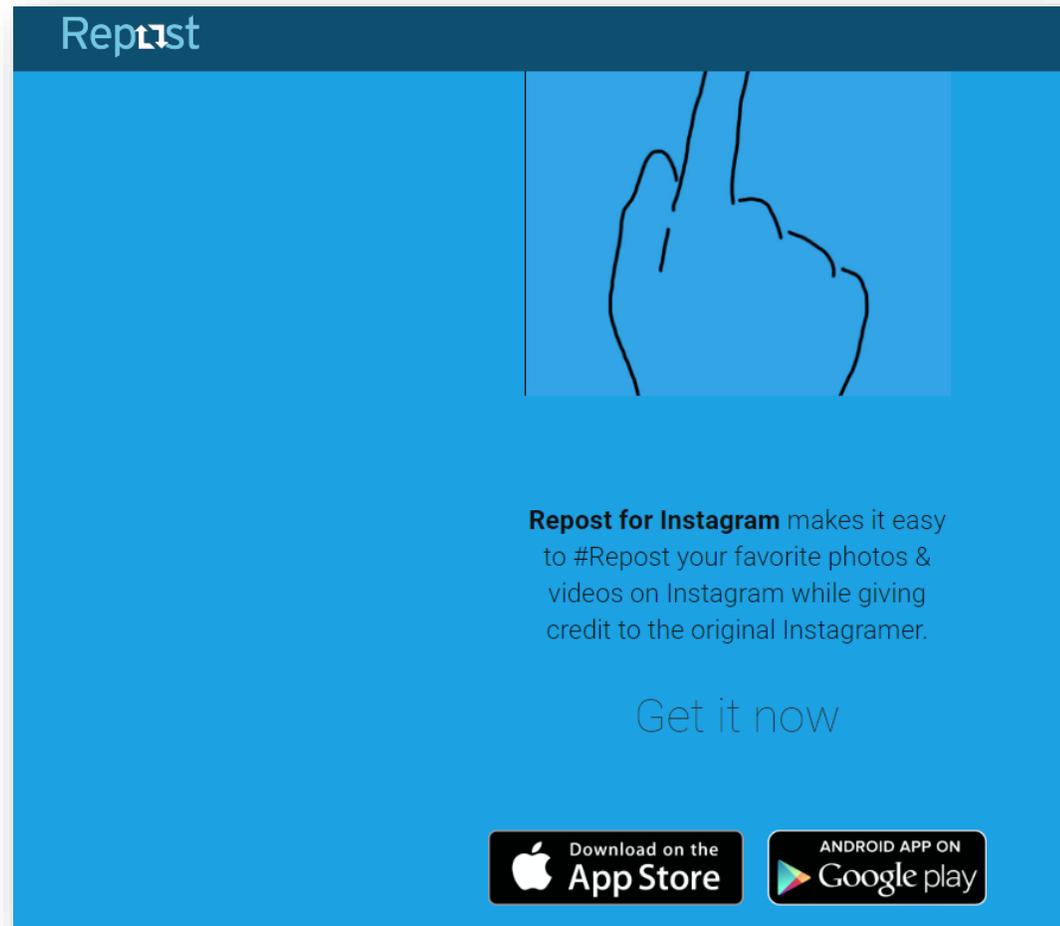
Instalar



“Retuitea” contenidos de Instagram (Android)

# Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: repost



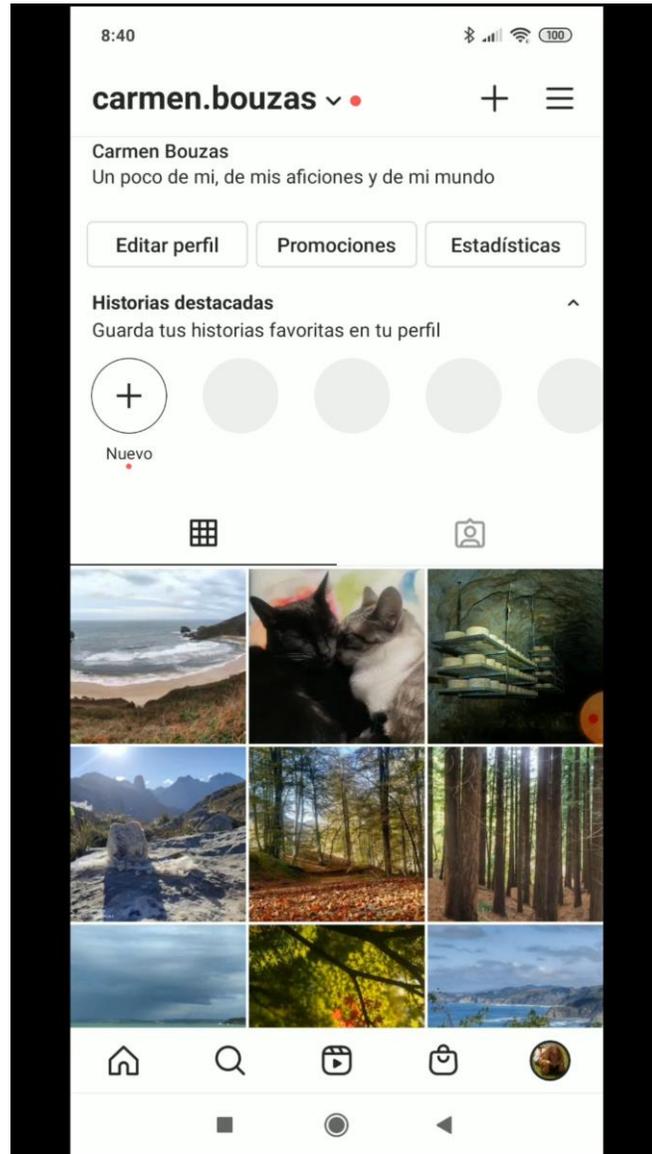
“Retuitea” contenidos de Instagram (Android)

# Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: hashtags



# Promocionar publicaciones



# Promocionar publicaciones

## Apps similares a InTags para iOS

- <https://apps.apple.com/es/app/hashtag-expert/id1256222789>
- <https://apps.apple.com/es/app/top-tags-tagsforlikes-app/id1007475332>



# DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN

