

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



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

JORNADAS FORMATIVAS “HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS COMO APOYO AL COMERCIO MINORISTA FRENTE AL COVID 19.





DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

Cómo digitalizar un comercio desde cero Instagram

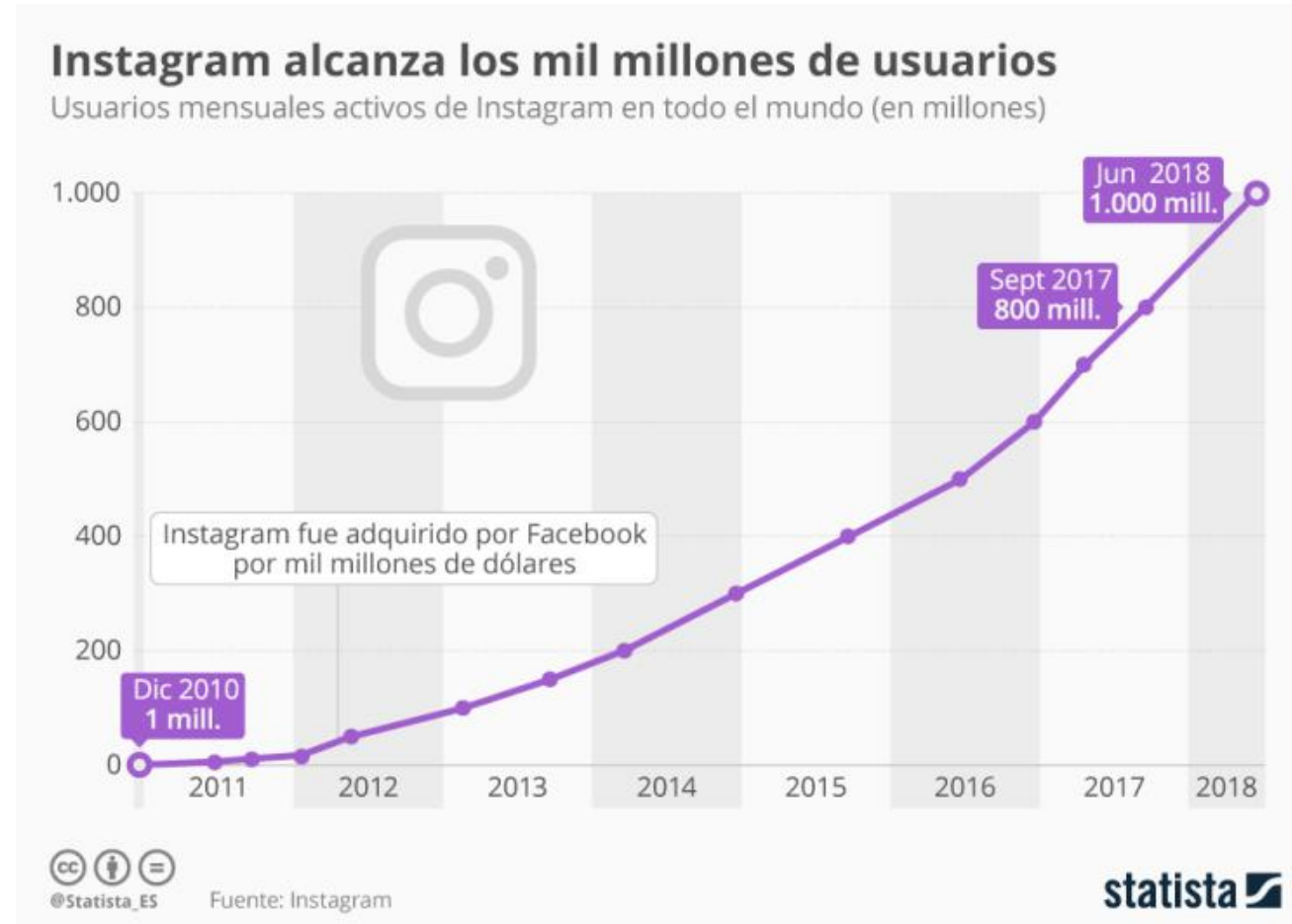


Introducción

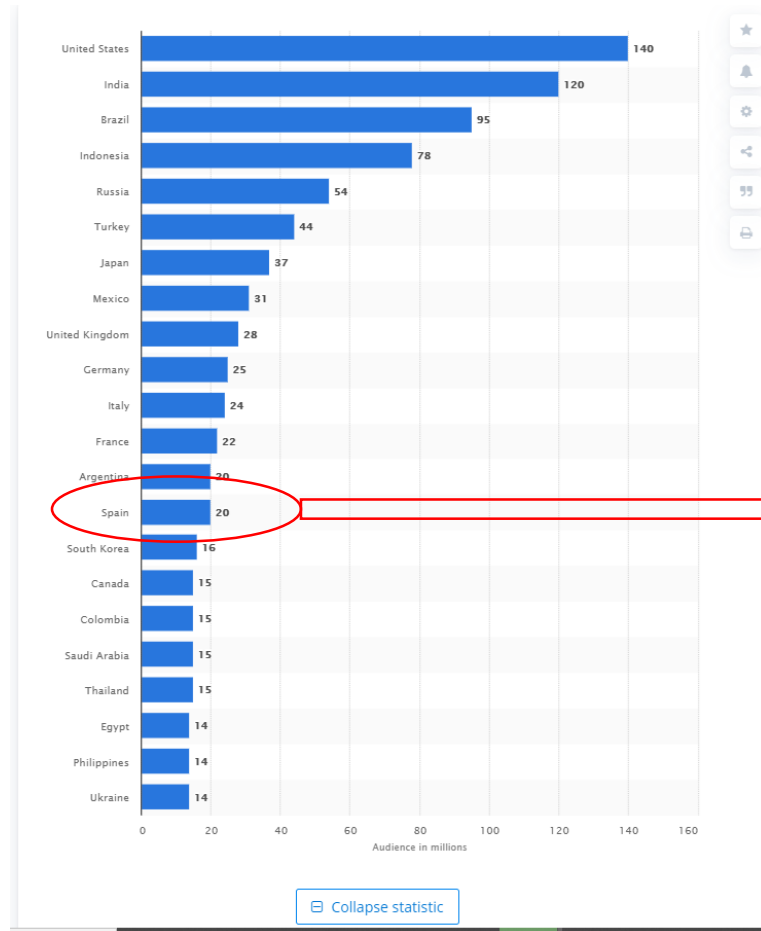
- Creada en **octubre de 2010** por Kevin Systrom y Mike Krieger.
- Pretendían hacer una especie de “Twitter de fotos”, aplicando filtros para que las fotos publicadas recordaran a los sistemas Polaroid o Instamatic.
- En sólo **18 meses alcanzó los 100 millones de usuarios (*)**
- En junio de **2018**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



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



Usuarios por países

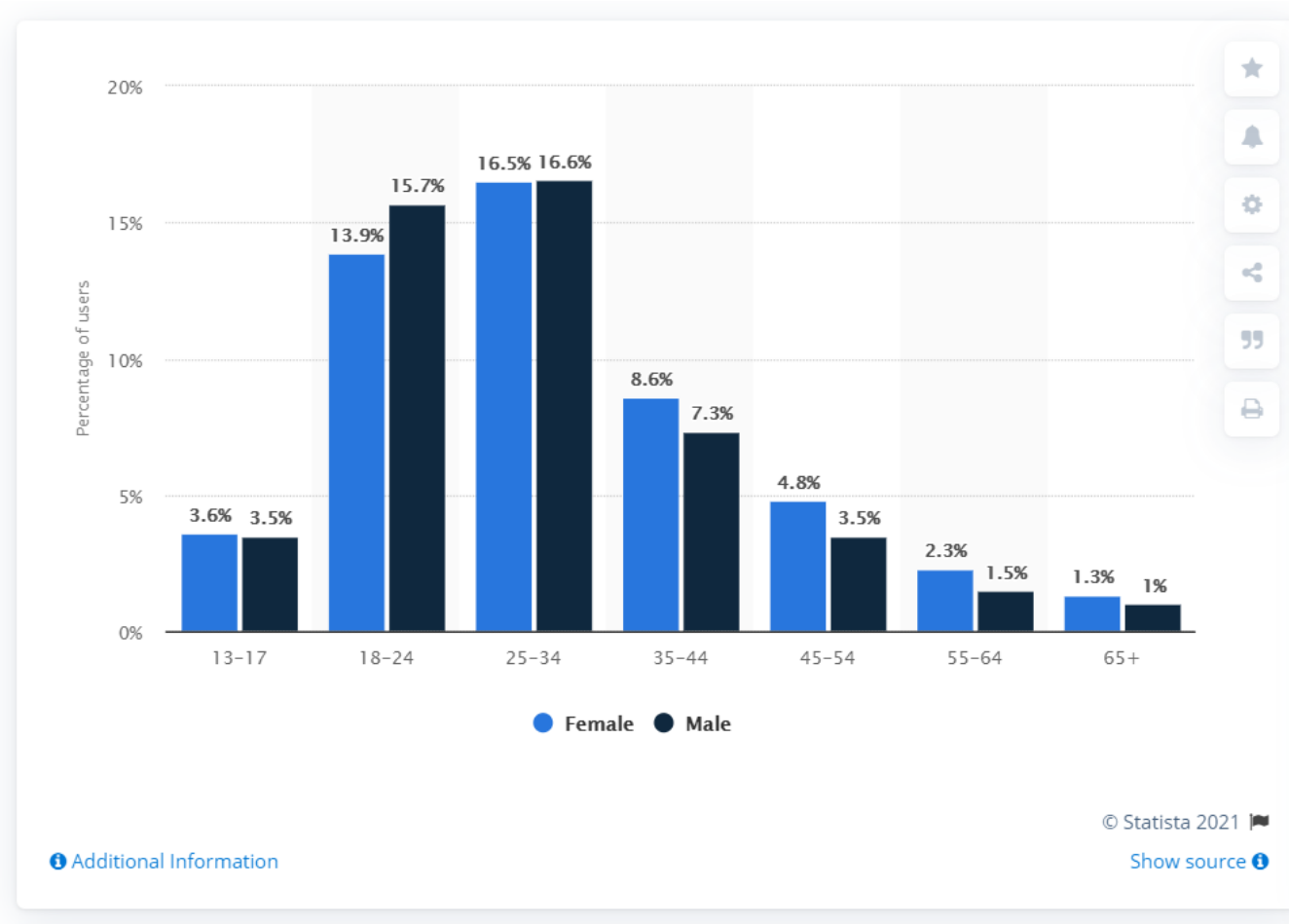


Usuarios de Instagram por países, en millones de usuarios

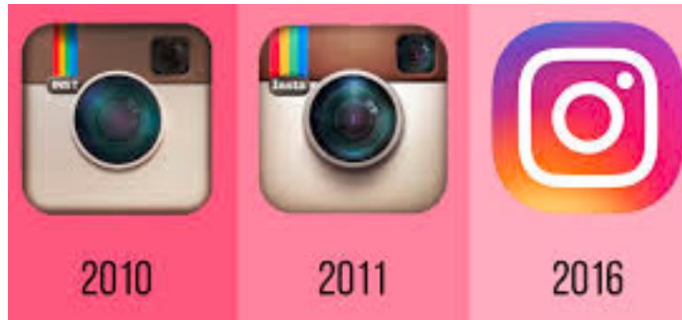
España: 20 millones de usuarios

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, 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:

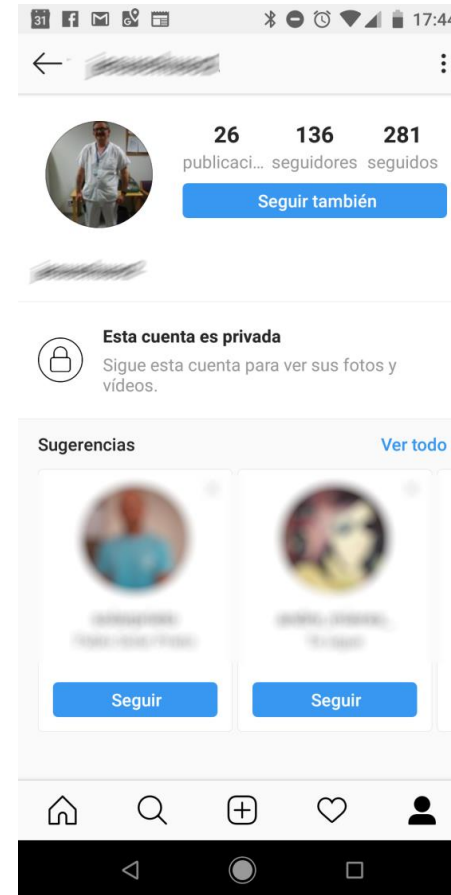
- ✗ No ofrece **estadísticas**
- ✗ Si **compartes en Facebook**, se compartirá en un **perfil personal**
- ✗ **No aparece botón de contacto** en la Bio
- ✗ **No hay categoría de negocio** en la Bio
- ✗ **No se puede poner ubicación** ni dirección física.
- ✗ No se pueden programar las publicaciones
-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

Cuenta profesional

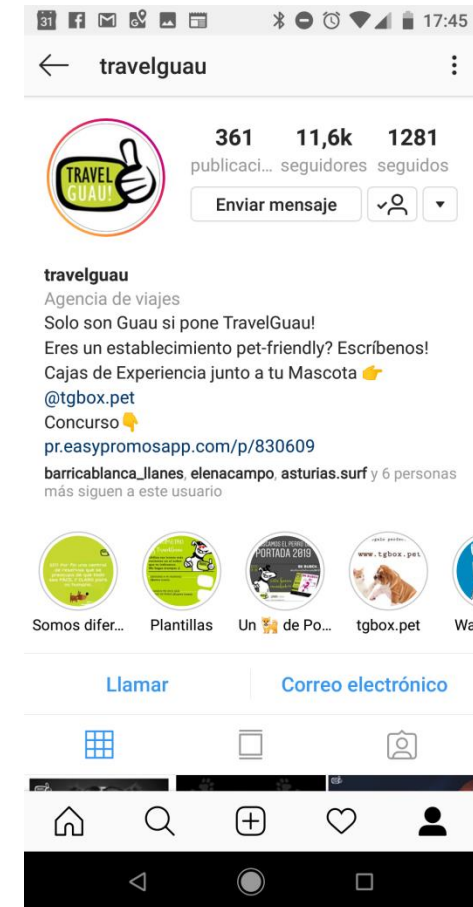
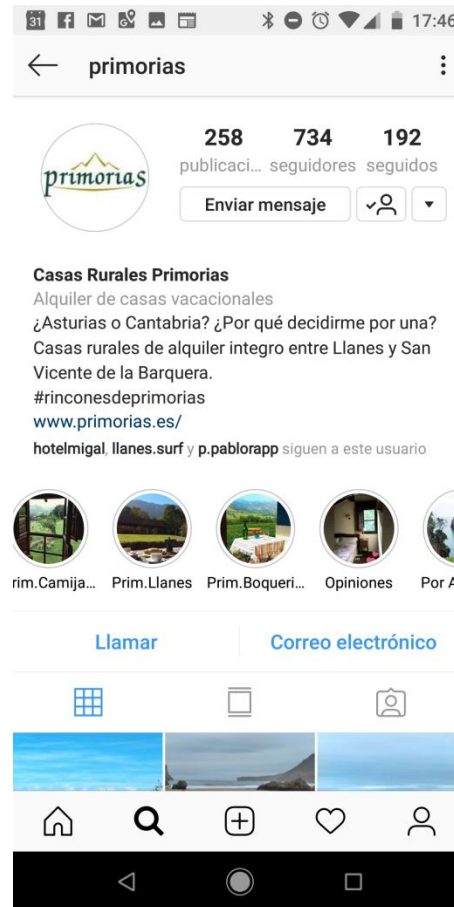
(Empresas / Creadores)

- ✓ 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)

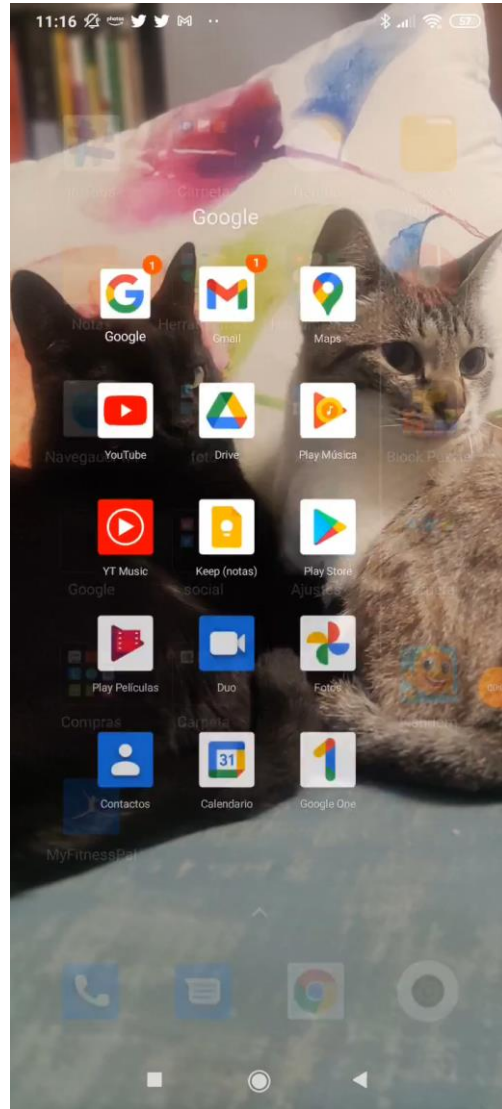
Cuenta personal



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

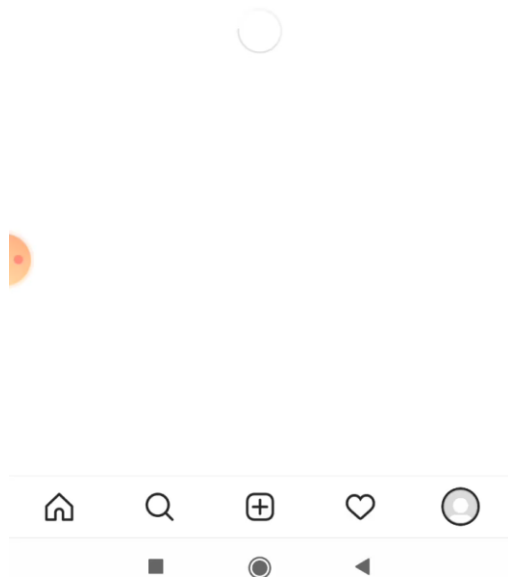


Crear una cuenta profesional en Instagram



1. Crear una cuenta personal

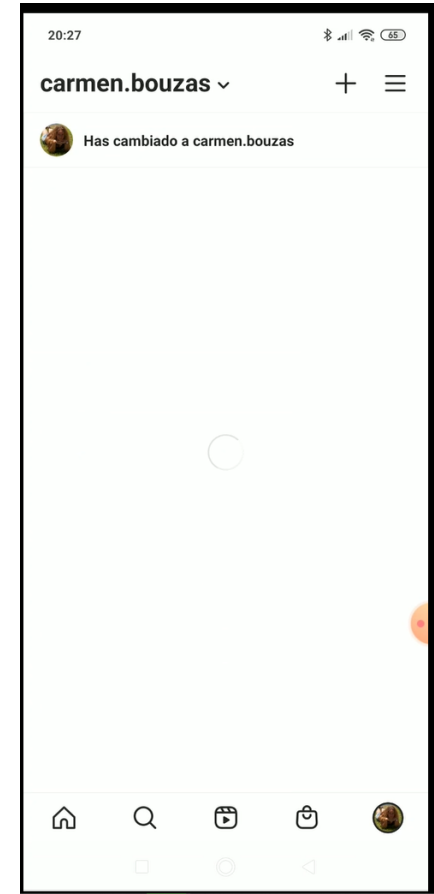
2. Convertir cuenta personal en profesional



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.

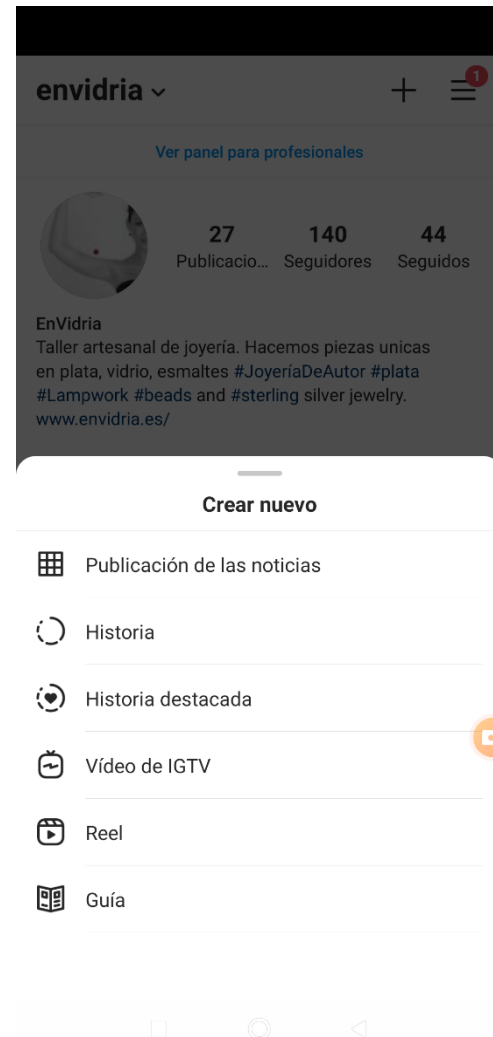


Instagram Direct: Herramienta de comunicación tipo mensajería que permite el envío de contenidos de manera privada a otros usuarios.



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

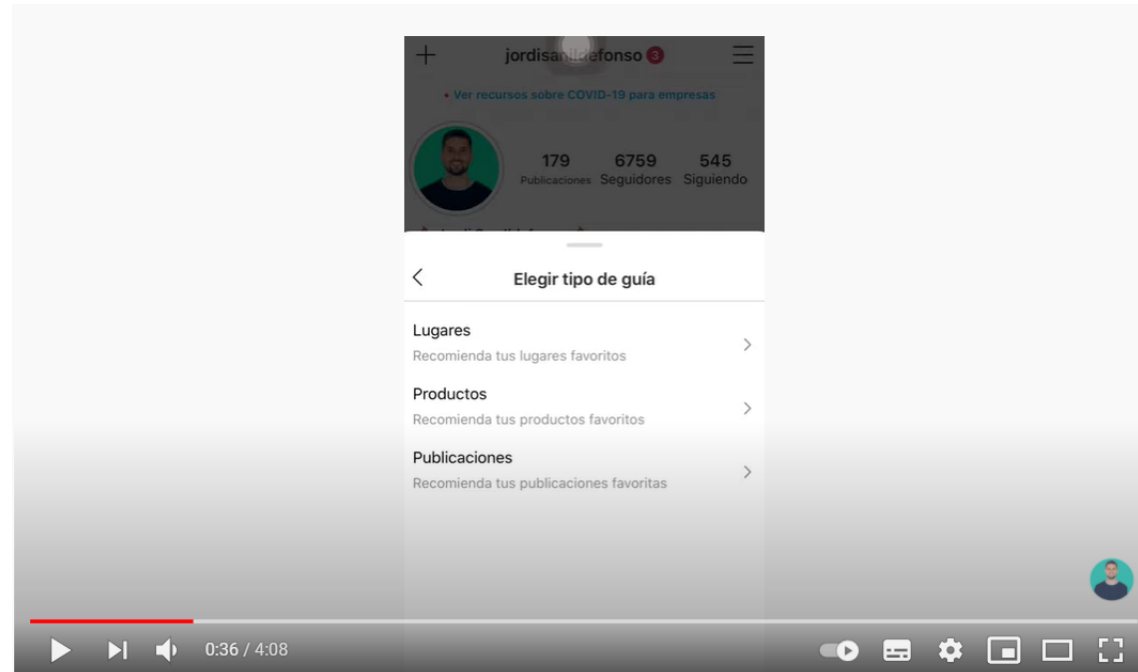


Nuevo tipo de contenido para publicar guías de:

- Lugares
- Productos
- Publicaciones

Una guía permite seleccionar fotos de otros perfiles

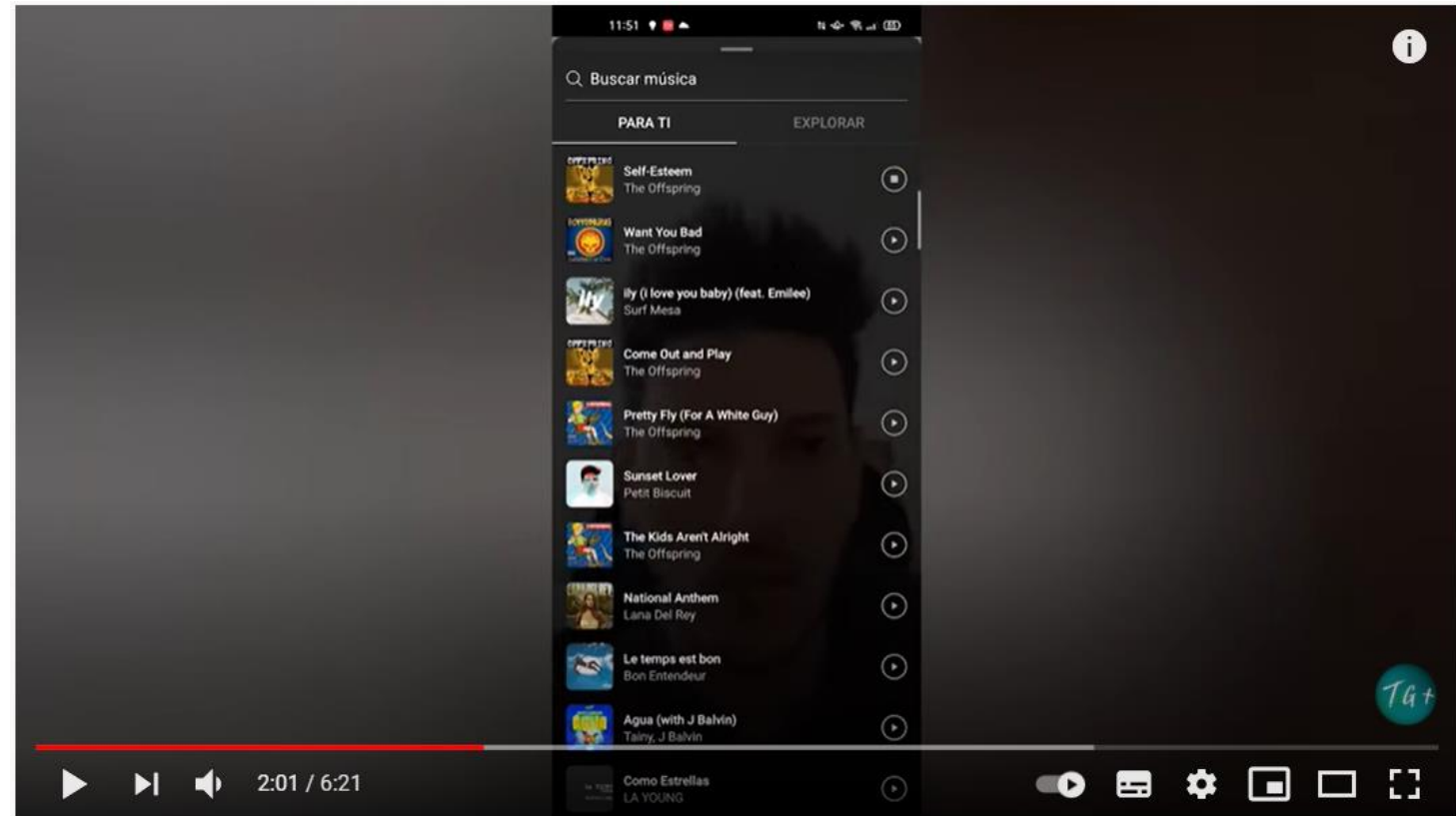
Estarán visibles en la pestaña guías de tu perfil



https://www.youtube.com/watch?v=G5tkn56_ZjQ

Nuevo tipo de contenido para competir con TikTok

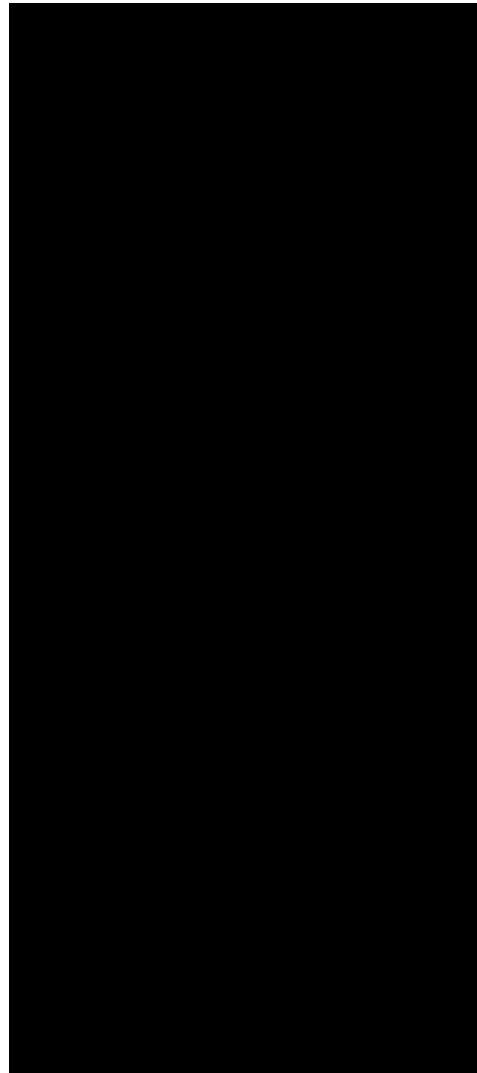
- Vídeos cortos (15 segundos)
- Permite añadir música
- Efectos básicos



<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



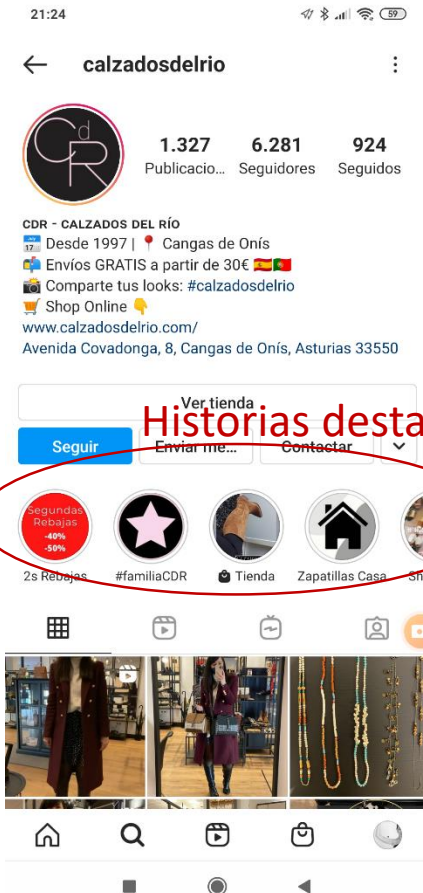
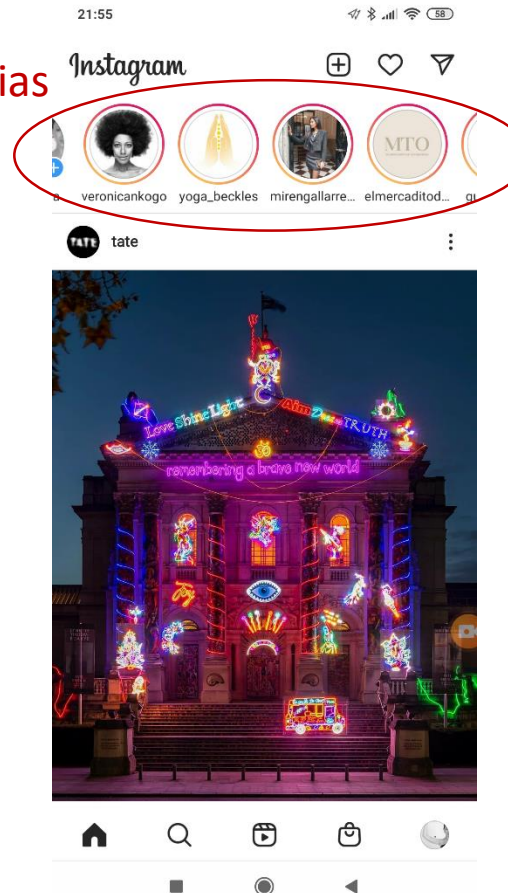
Vídeo IGTV



Historias e historias destacadas

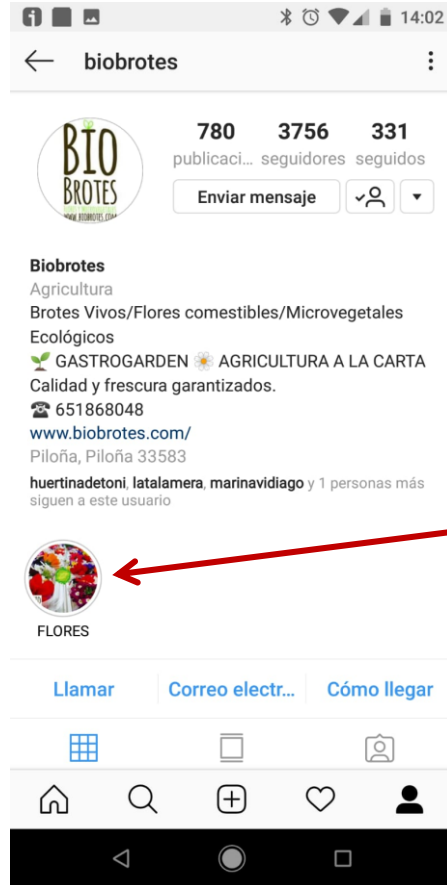
- Las “Stories” o historias son contenidos efímeros (duran 24 horas), que aparecen en la parte superior del muro o timeline de tus seguidores.
- Las “historias destacadas”, son historias que eliges destacar, y pasan a formar parte de tu perfil permanentemente.

Historias



Historias destacadas

Perfil público profesional



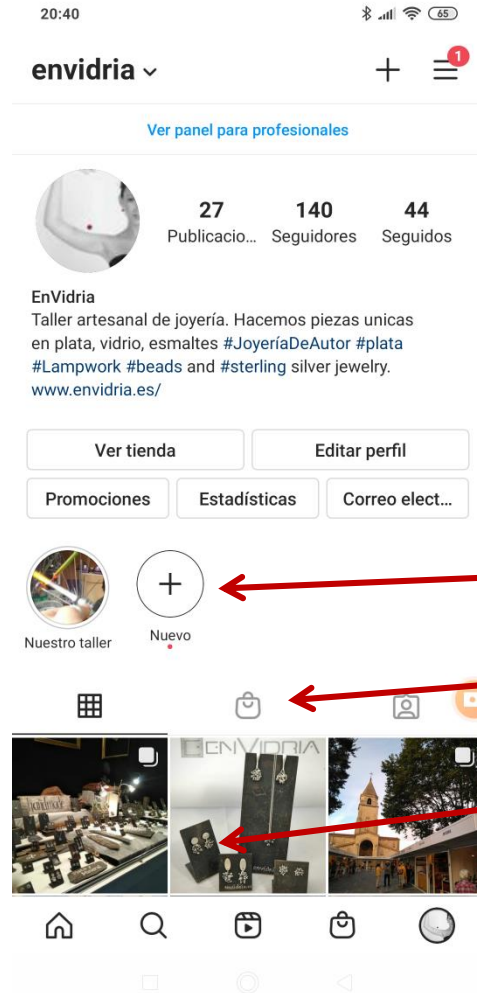
En constante evolución
Así era hace sólo un par de meses

Instagram TV

Historias destacadas

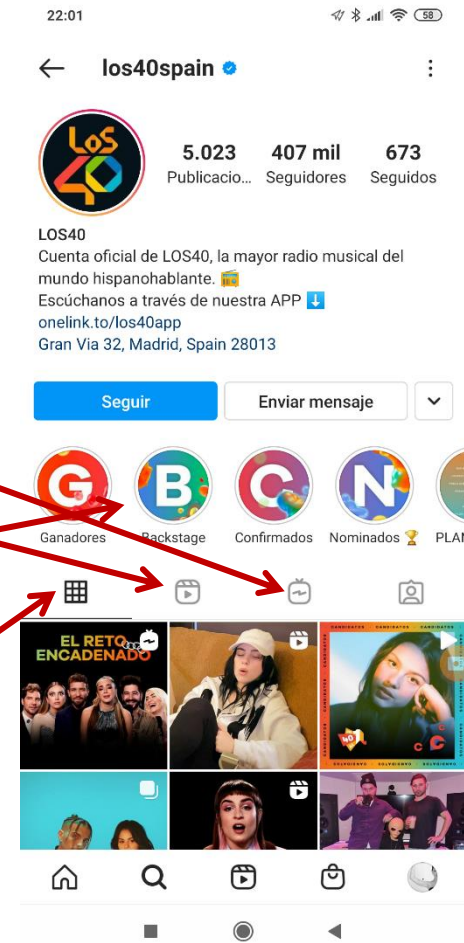
Noticias





En constante evolución
Y así es en enero de 2021

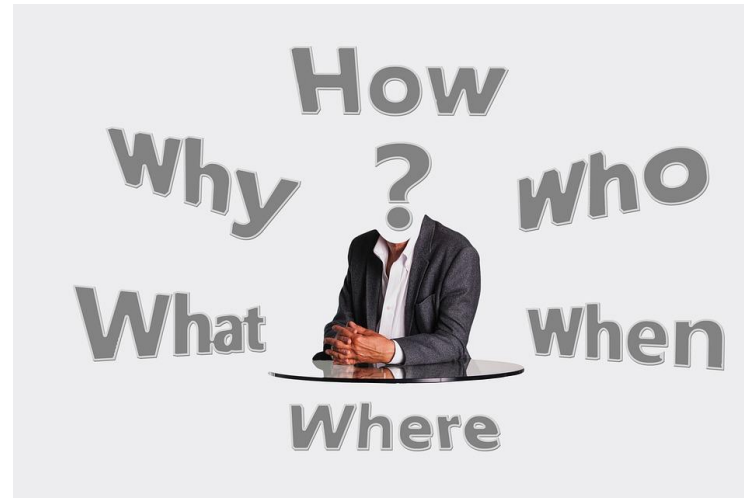
- Instagram TV
- Reels
- Historias destacadas
- Tienda
- Noticias



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

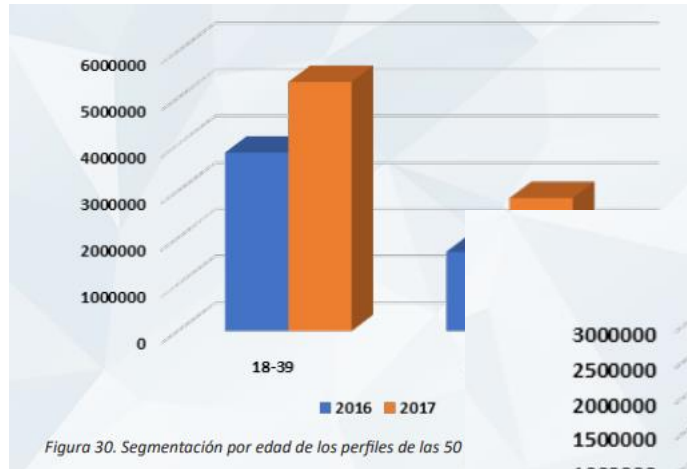


Figura 30. Segmentación por edad de los perfiles de las 50

Nivel de estudios

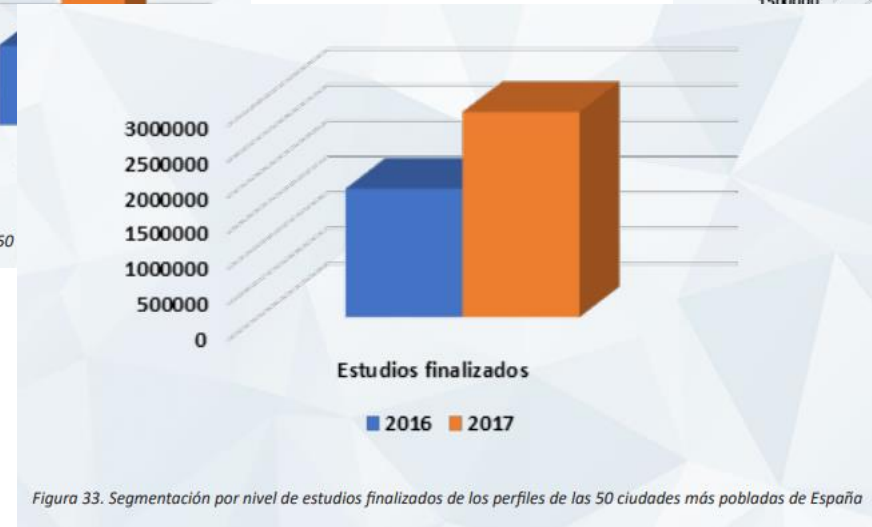
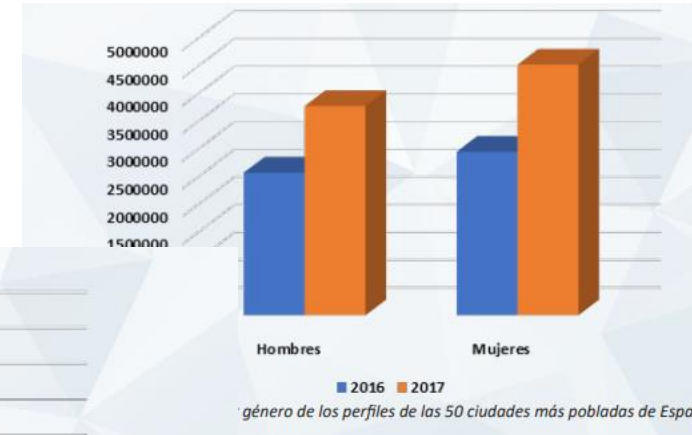


Figura 33. Segmentación por nivel de estudios finalizados de los perfiles de las 50 ciudades más pobladas de España

Género



género de los perfiles de las 50 ciudades más pobladas de España

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

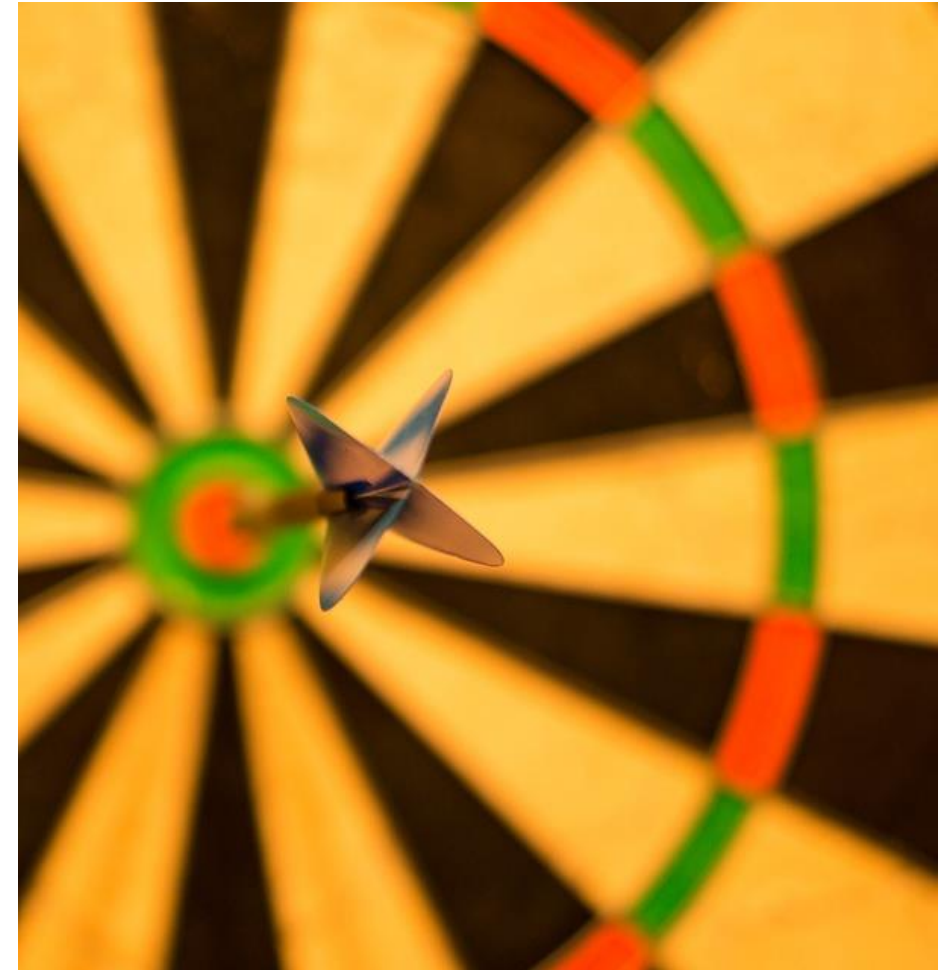
Dar visibilidad a tus empleados / clientes

Generar oportunidades de venta

Dar a conocer tu marca

Generar seguidores / comunidad

.....

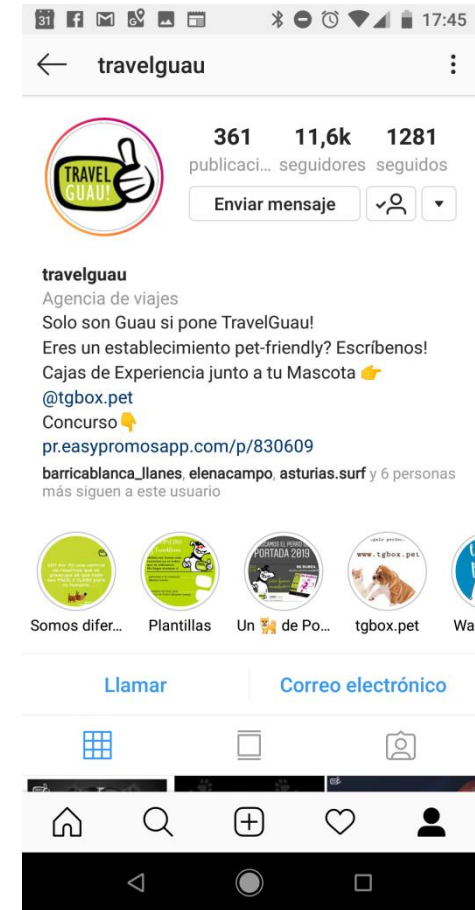


Revisa y completa la información de tu perfil:

- 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

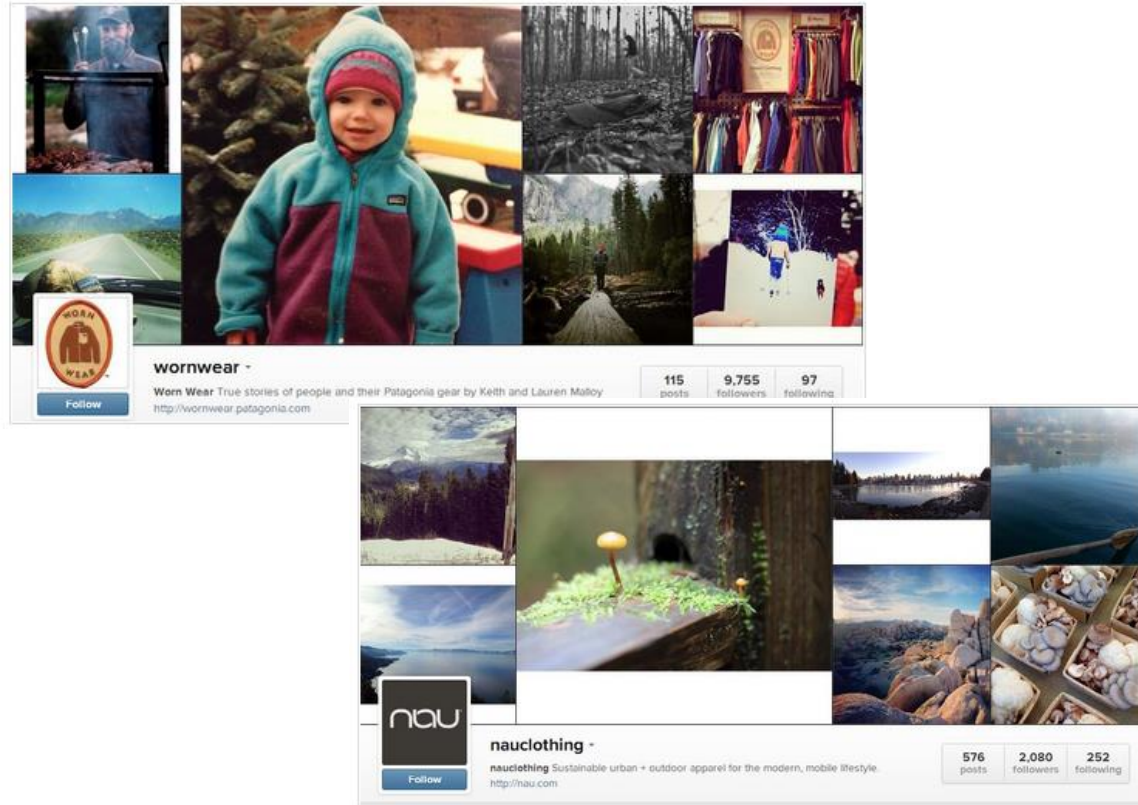
Formas parte de una red social ...

- 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

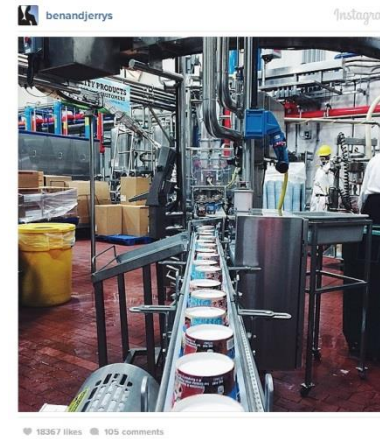
Por lo general, las cuentas empresariales en Instagram con mayor engagement son aquellas cuyas fotografías **son personales y humanizadas**.

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



Aumenta el engagement

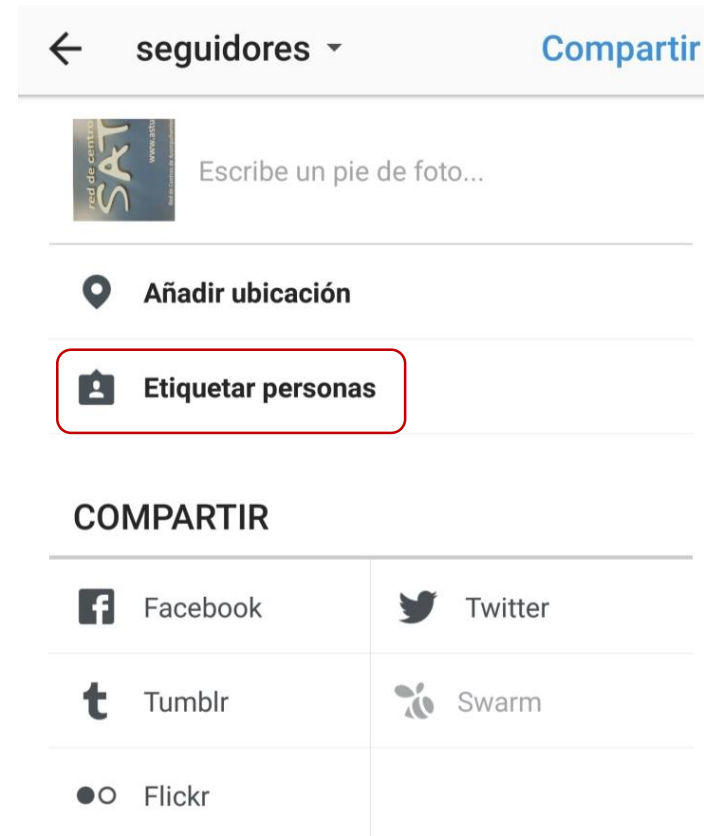
-  Enseña tu producto
-  Cómo se hace
-  Usos alternativos
-  Aporta información
-  Tu cara humana
-  Estacionalidad
-  Cómo usar



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.



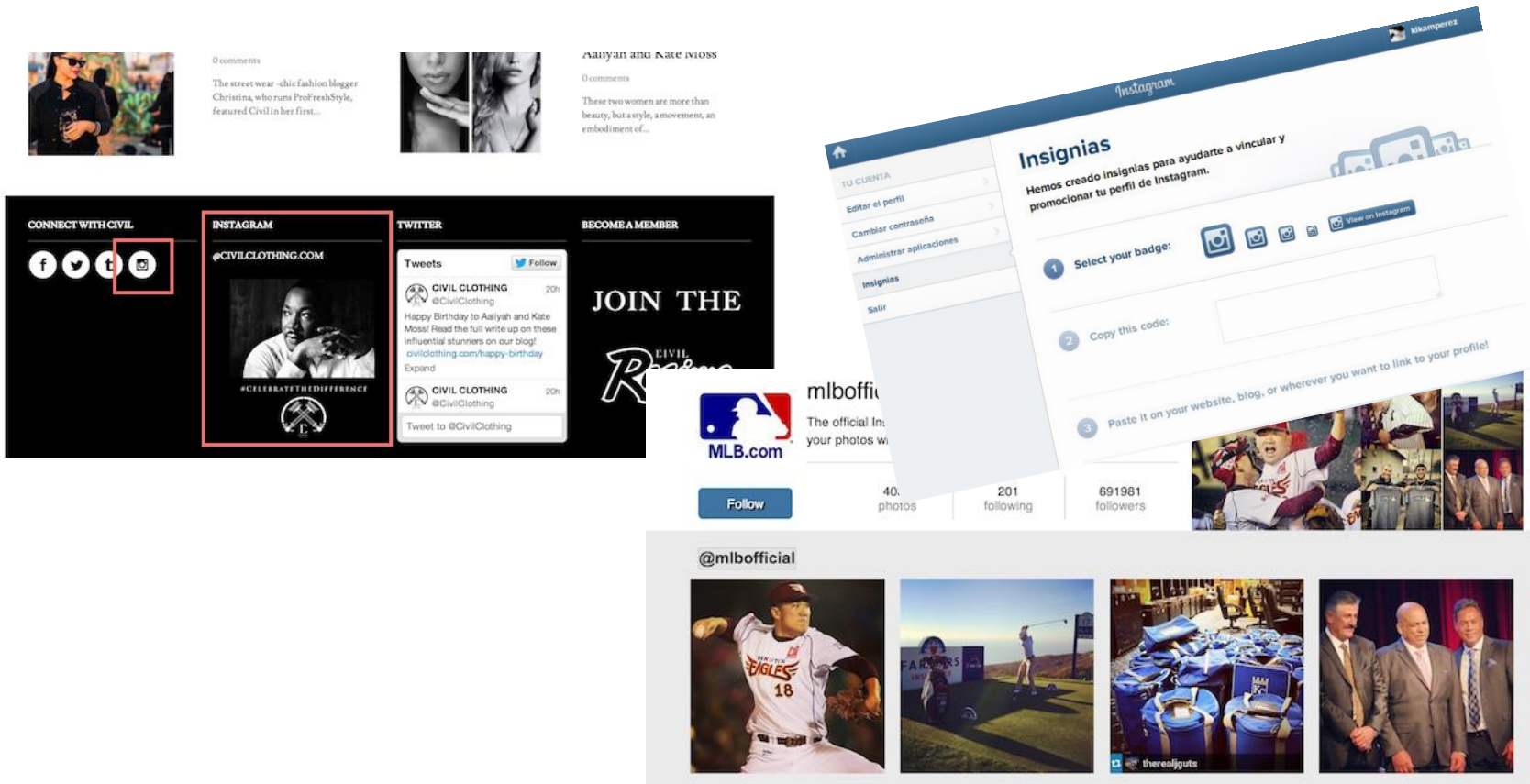
¿Responder a los comentarios negativos?

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



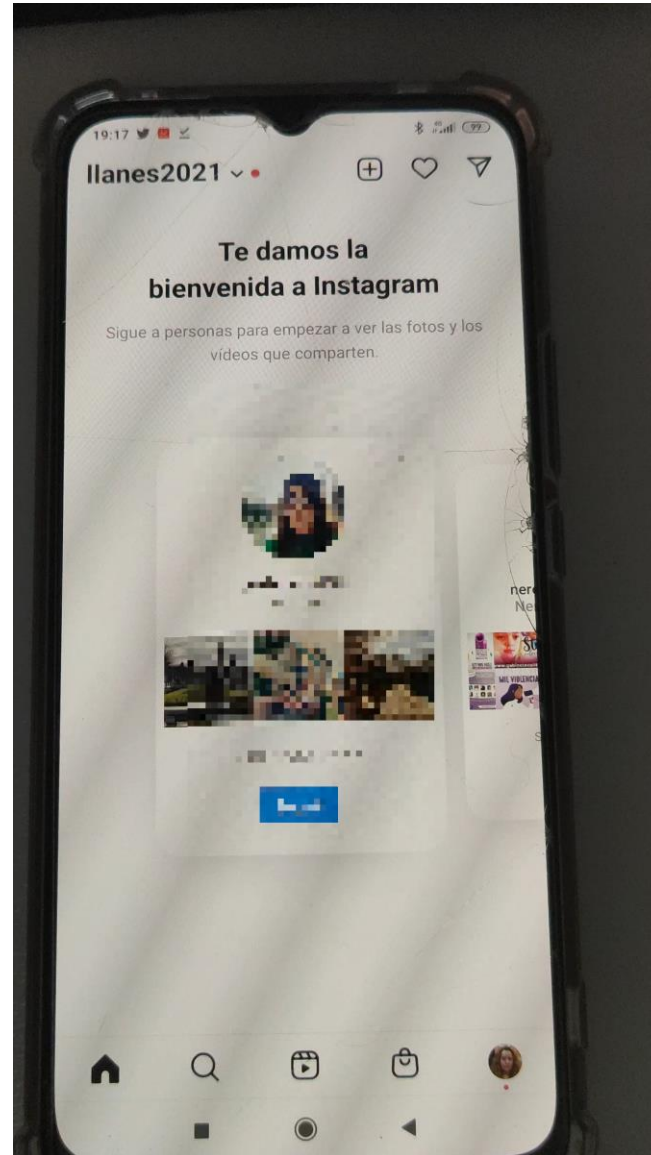
Los hashtags

- 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.



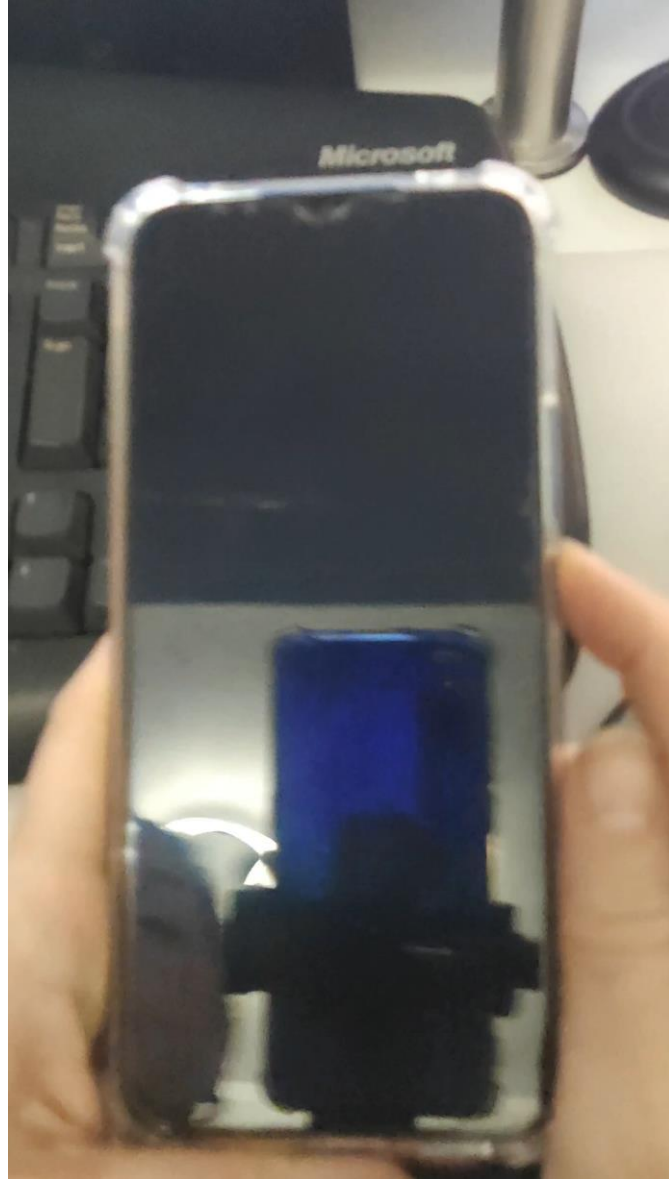
- En ocasiones, es interesante crear un hashtag propio de marca. Pero si lo haces debes seguir su evolución
 - ¿Gana popularidad?
 - ¿Tus seguidores lo utilizan?
 - ¿Te ayuda a sumar seguidores?
- Puedes ayudarte de herramientas para identificar hashtags, o incluso para guardar tus propias listas.

Publicar contenidos



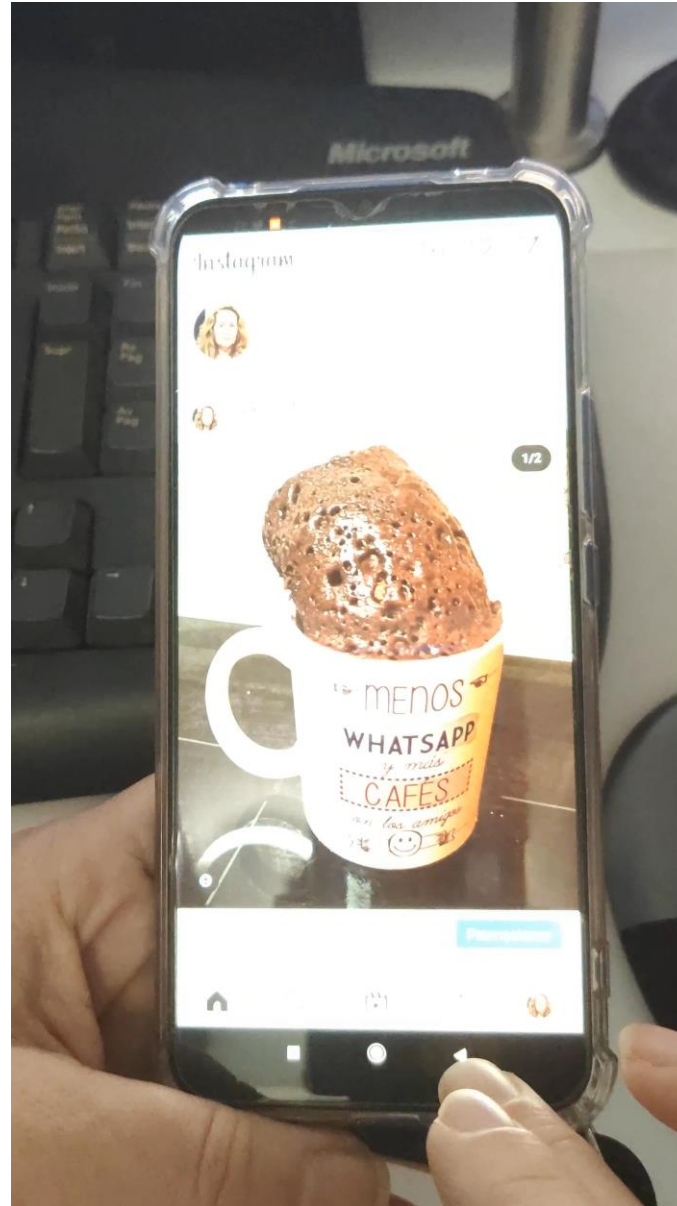
Publicar contenidos

Noticias



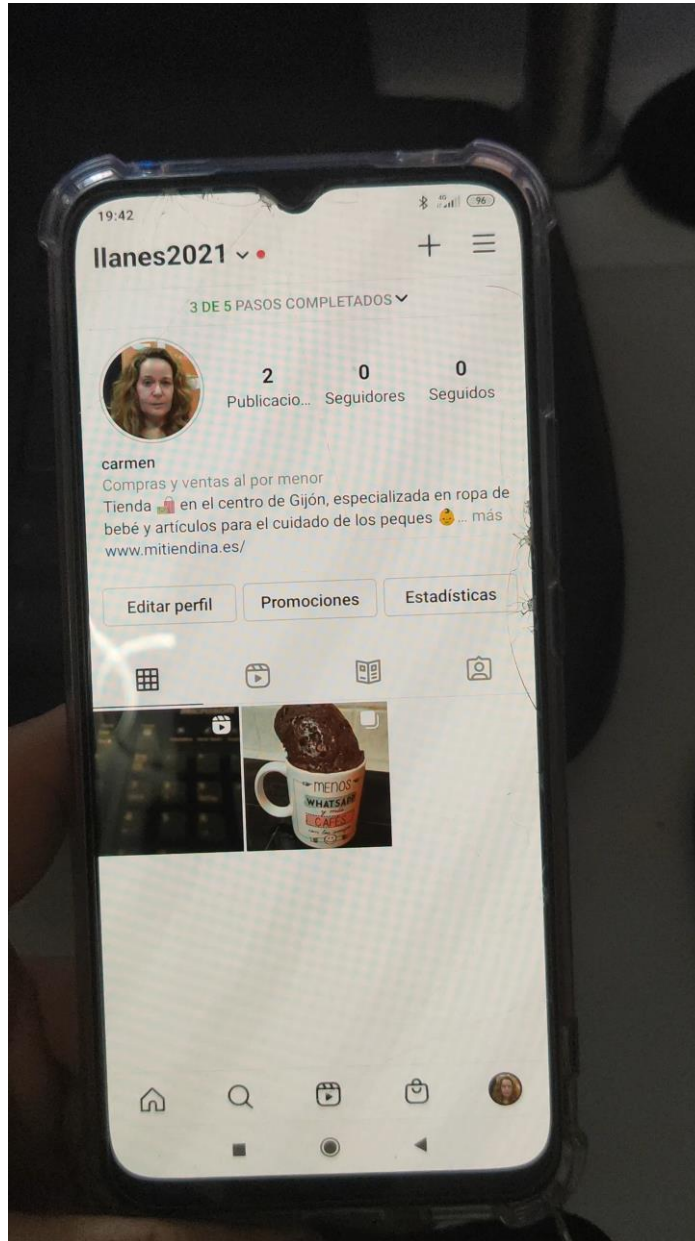
Publicar contenidos

Stories



Publicar contenidos

Reel



Publicar contenidos

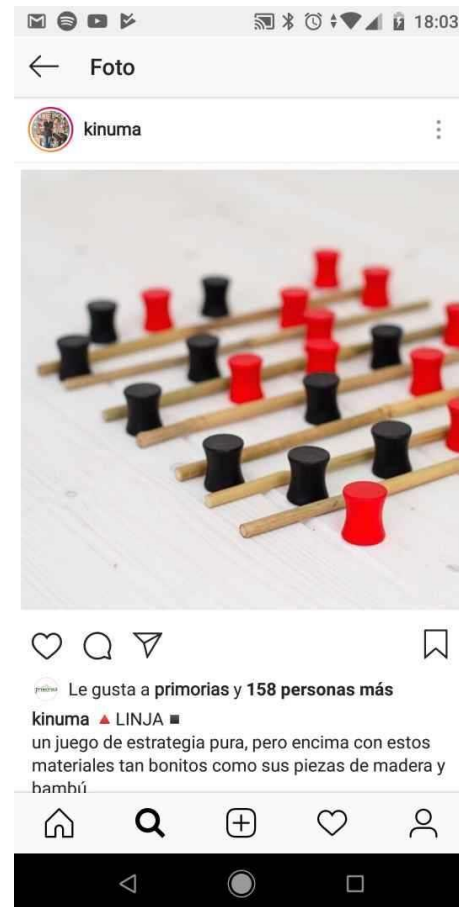
Directos

¿Qué publicar?
Algunas ideas.

Gastronomía



Centrado en el producto ...



Tipo de posts

... o en el usuario



Motivacionales



La vida del equipo



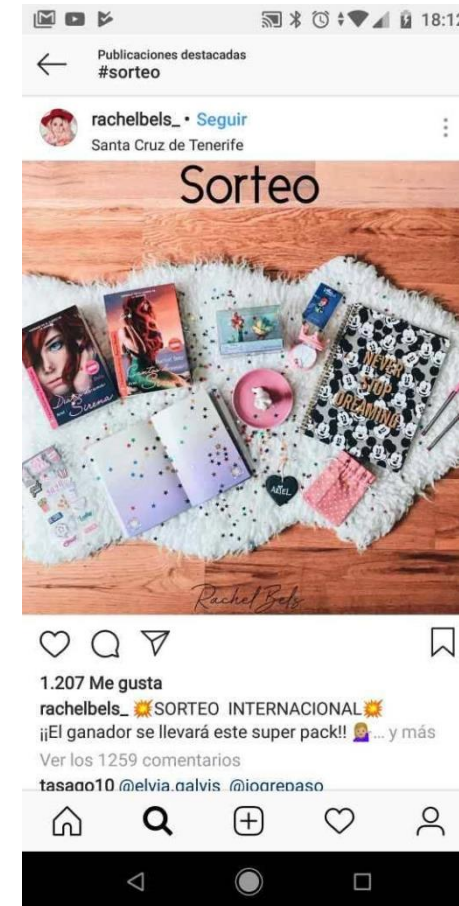
La actividad de la empresa que los clientes no ven



Eventos



Sorteos o concursos

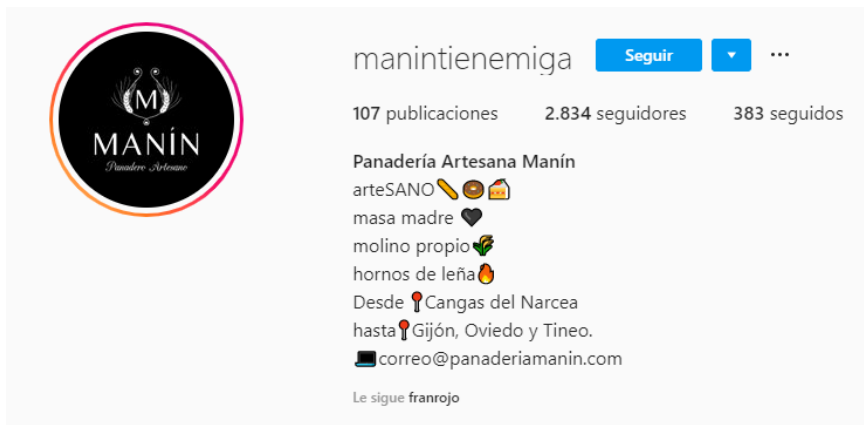


Tipo de posts

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 emot



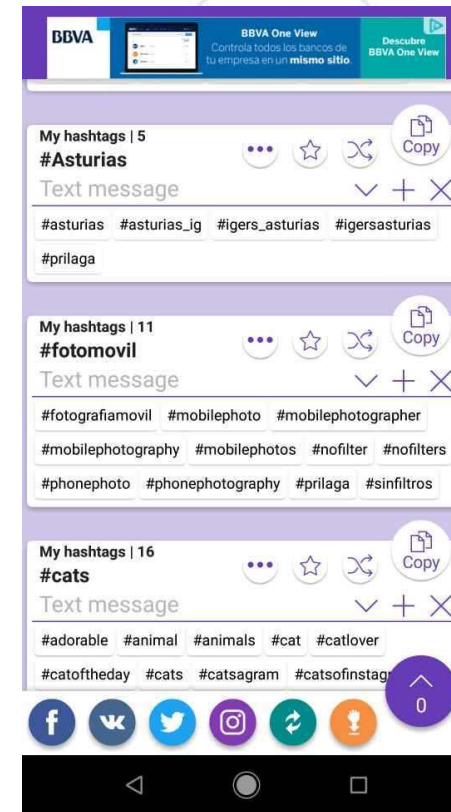
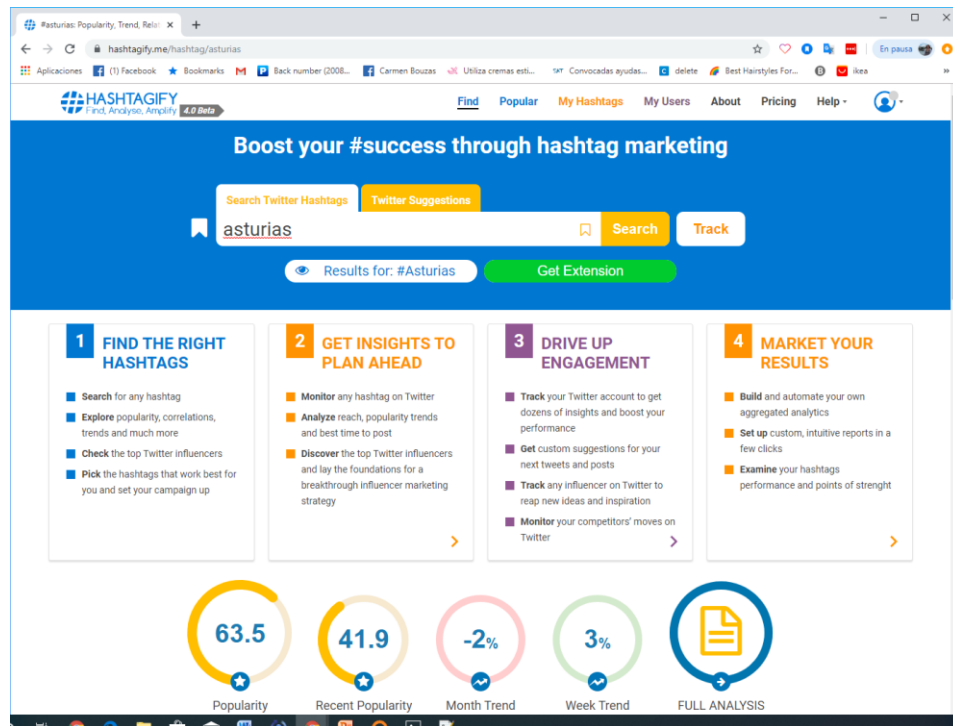
2. Publica con regularidad

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



3. Selecciona bien los Hashtags

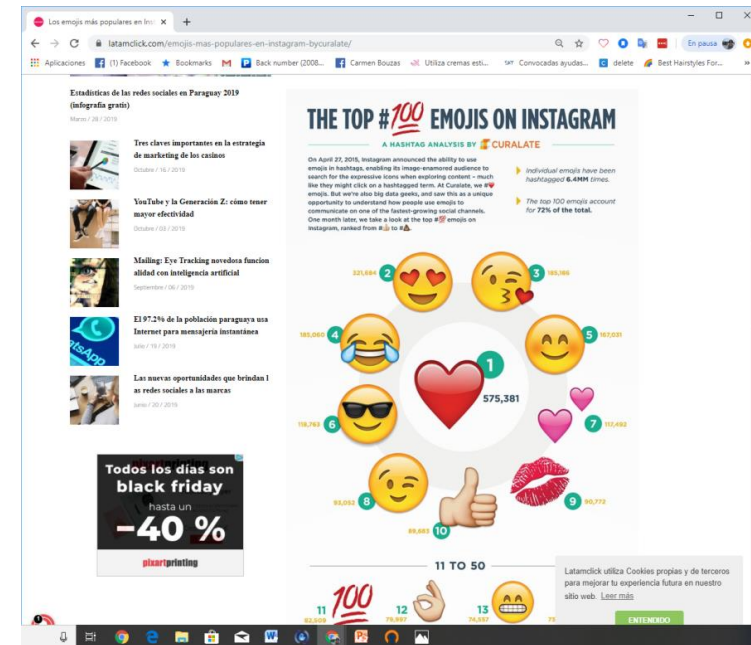
- Los hashtags son clave para llegar a más público.
- Se pueden realizar búsquedas por hashtags, seguir hashtags, etc.
- Ayúdate de herramientas.



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.



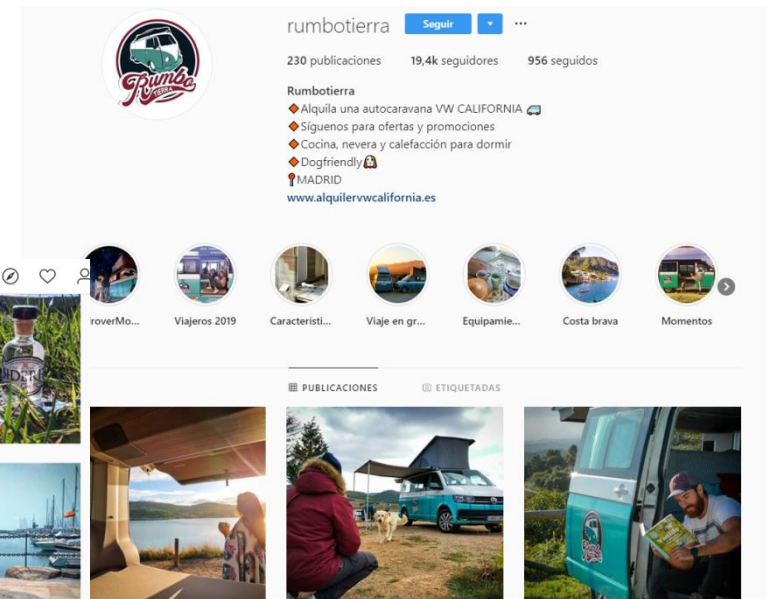
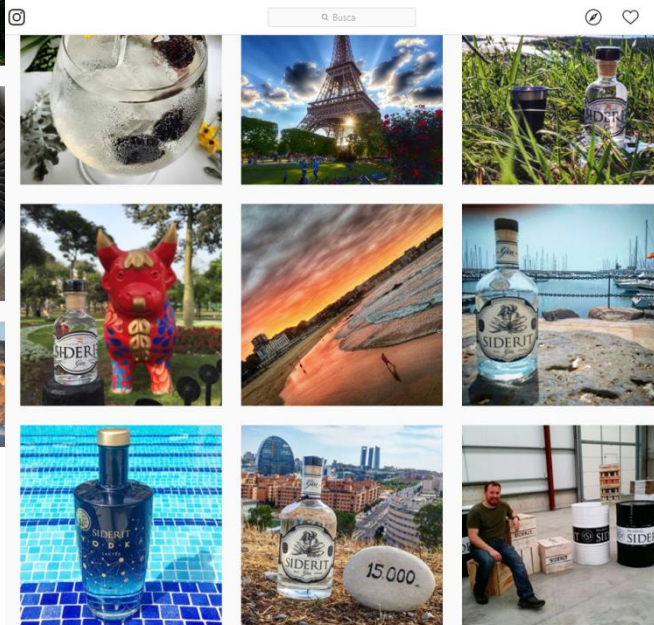
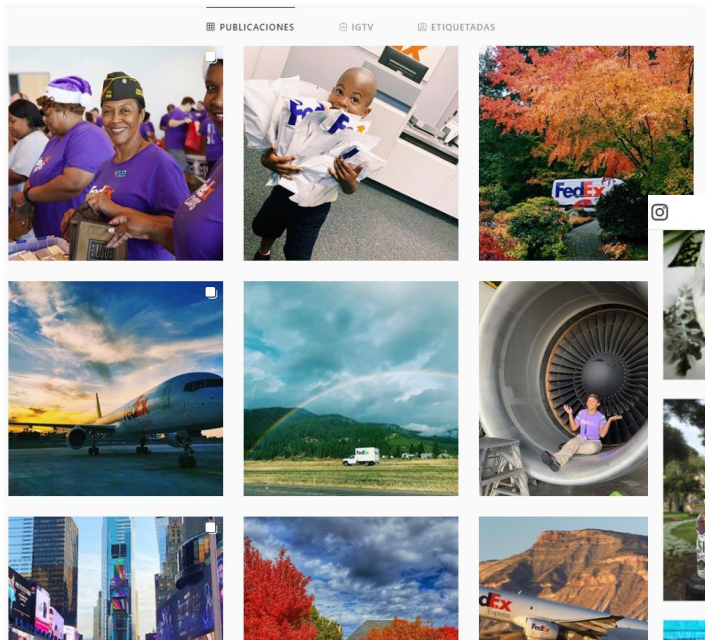
• <https://www.trecebits.com/2019/09/09/asi-se-emplean-los-hashtags-y-los-emojis-en-instagram/>

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.

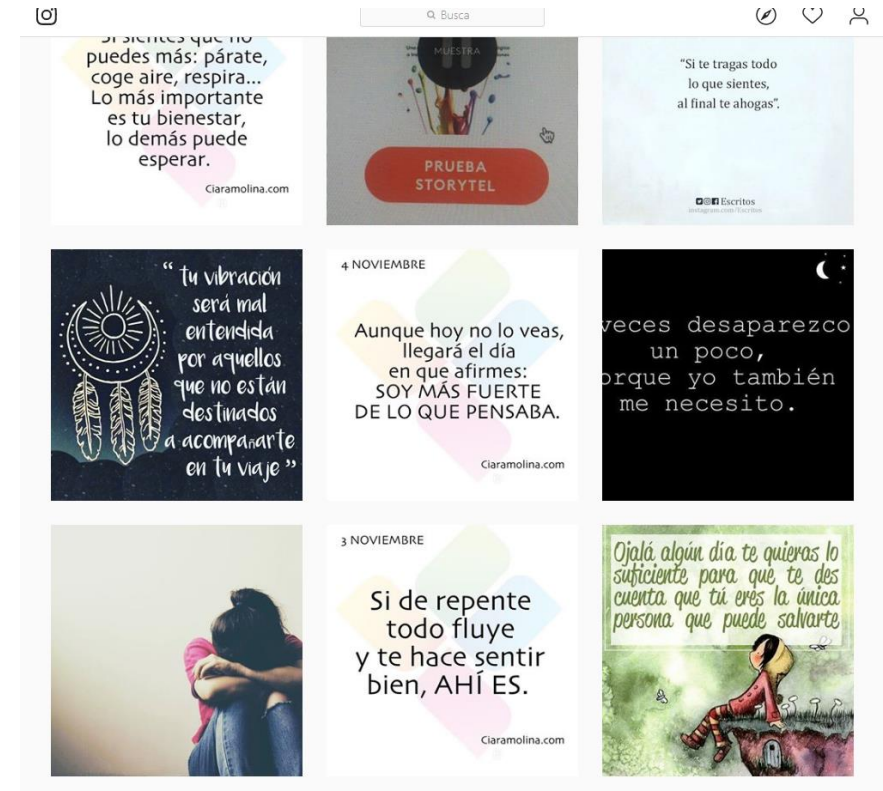


7. Busca asociaciones y alianzas con otras personas o cuentas

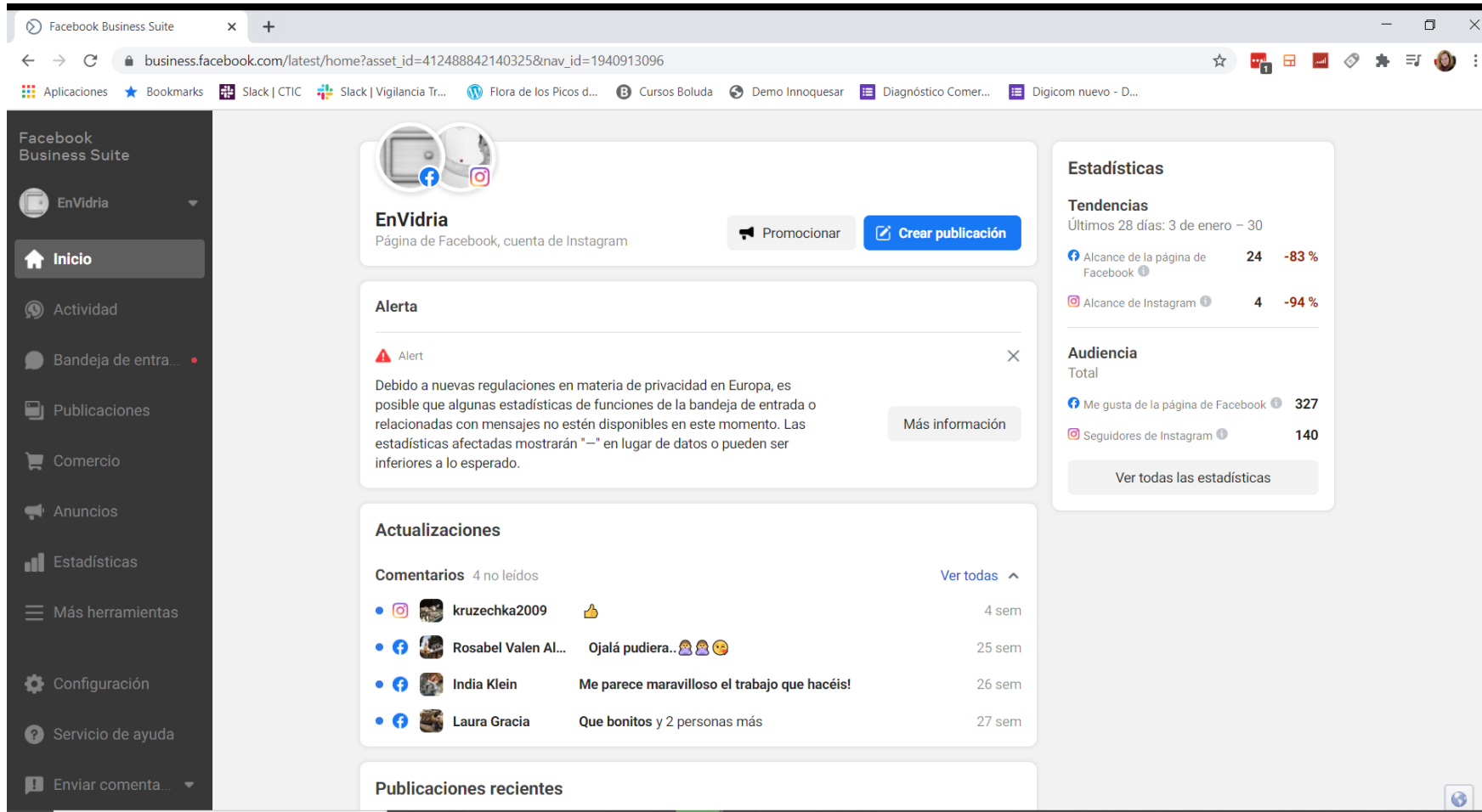
- Alíate con otras cuentas o perfiles que tengan un público objetivo afín al tuyo, que ofrezcan servicios o productos complementarios, etc.
- No te limites a Instagram, aprovecha también otras redes.

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

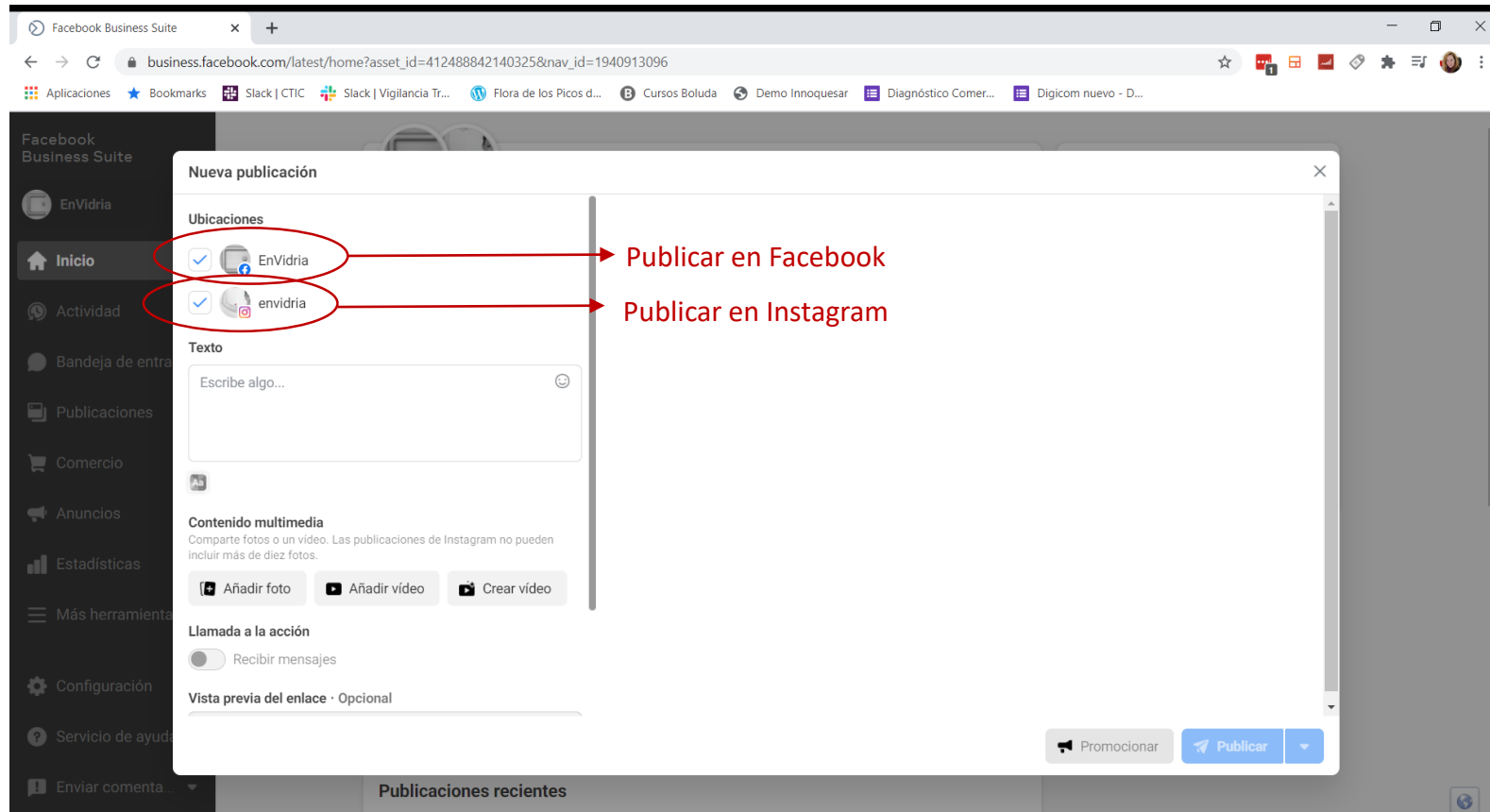
Tendencias
Últimos 28 días: 3 de enero - 30

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

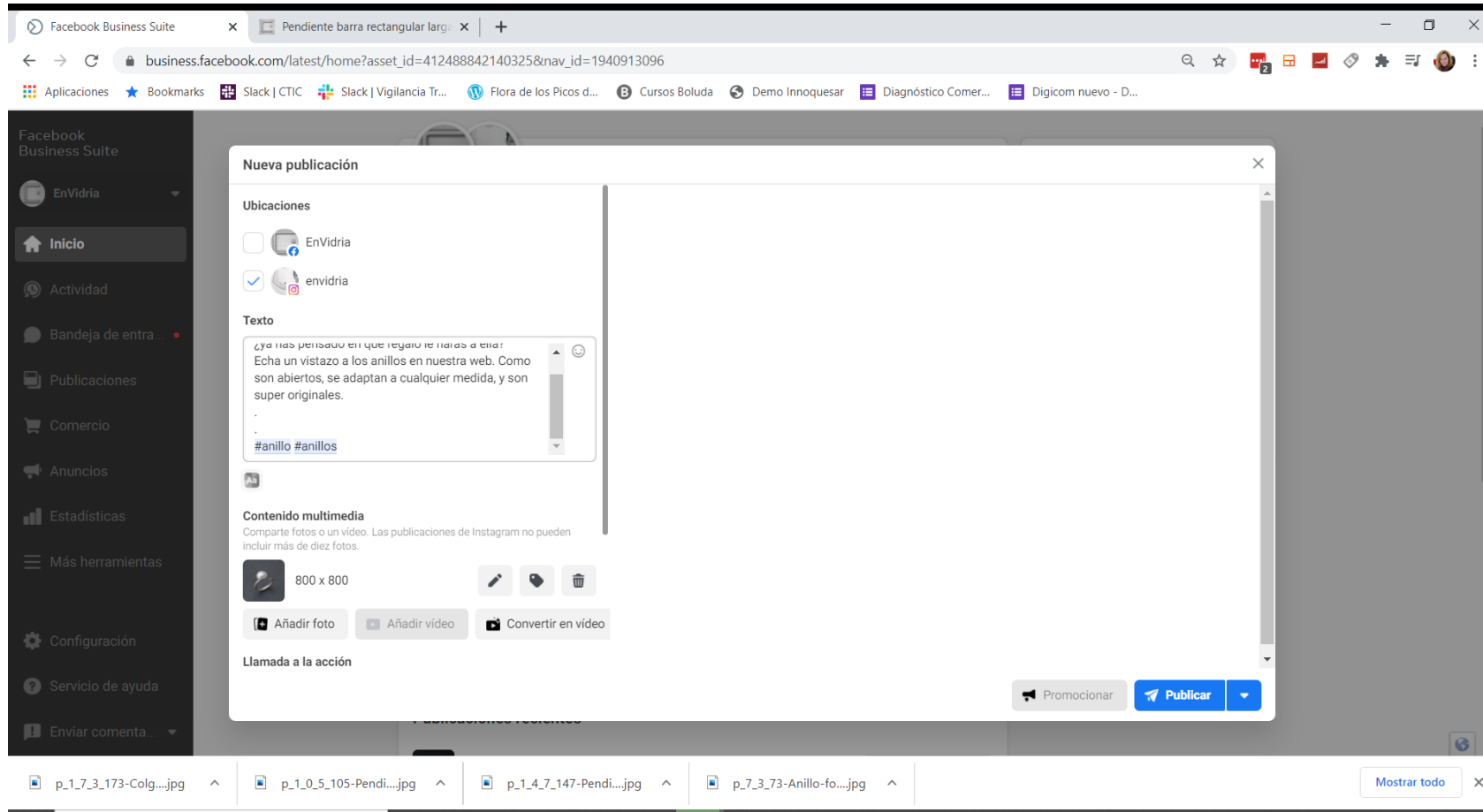
Audiencia
Total

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

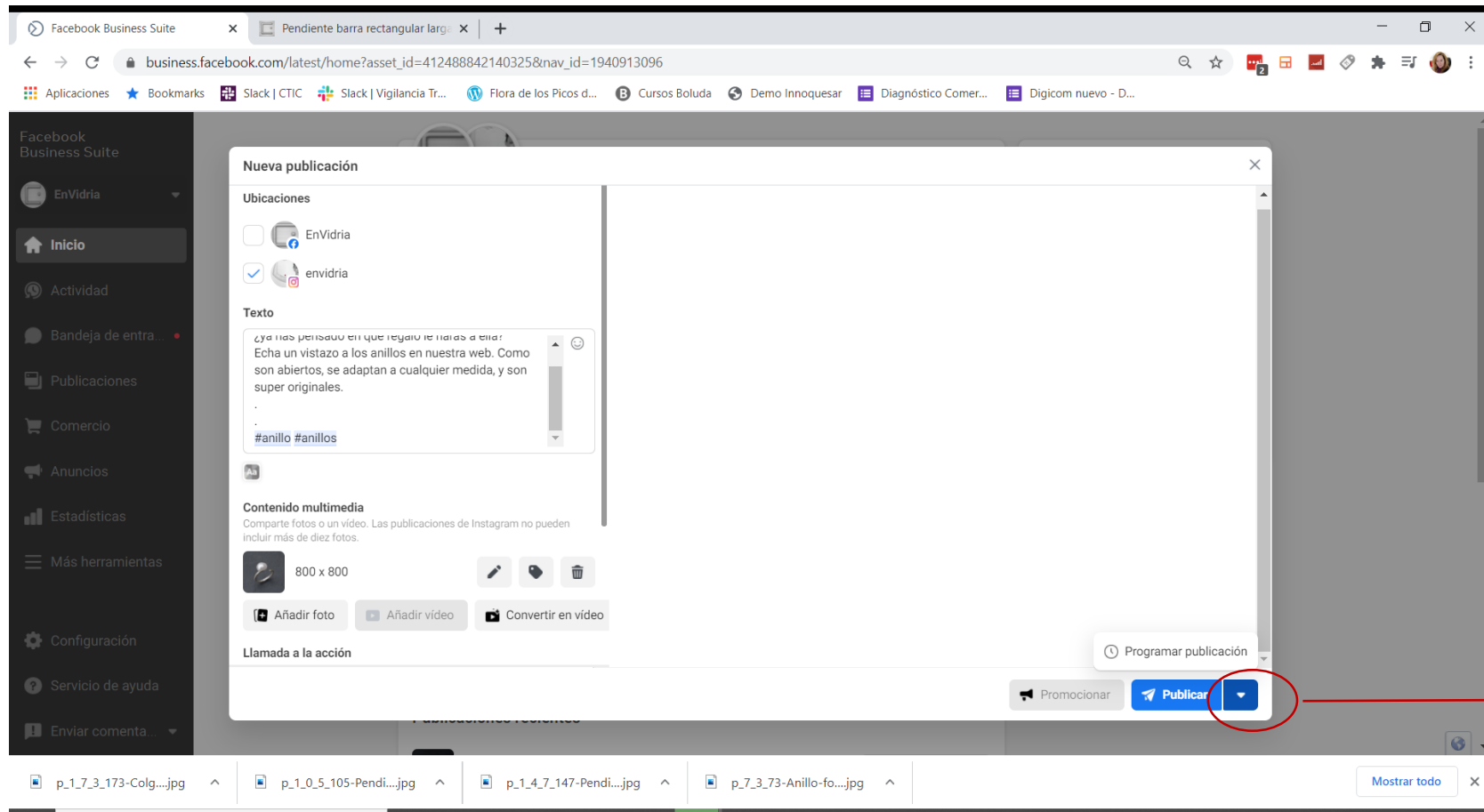
Ver todas las estadísticas



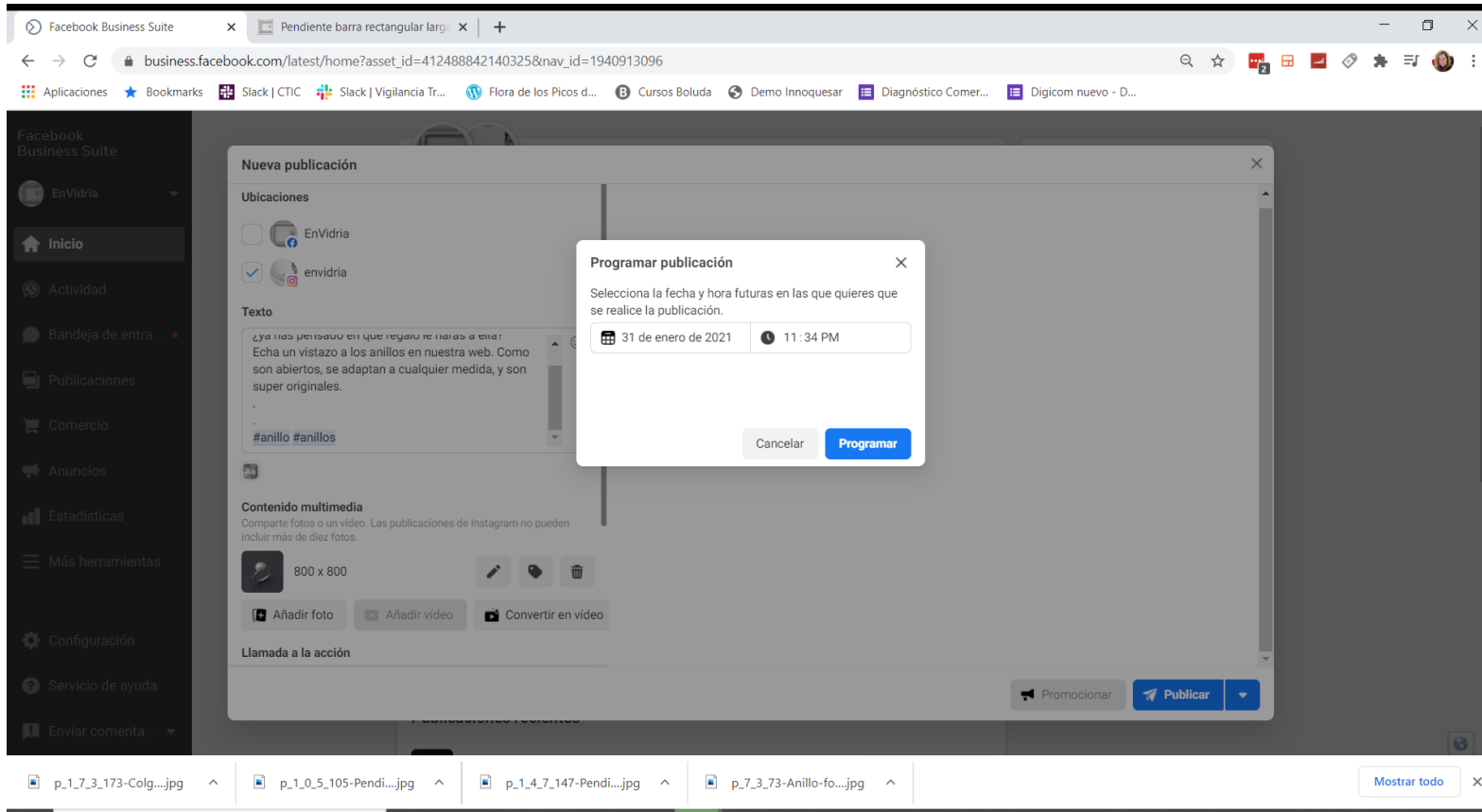
Podemos programar la misma publicación para ambas redes a la vez, aunque es más recomendable personalizar el contenido y publicación a una red concreta.



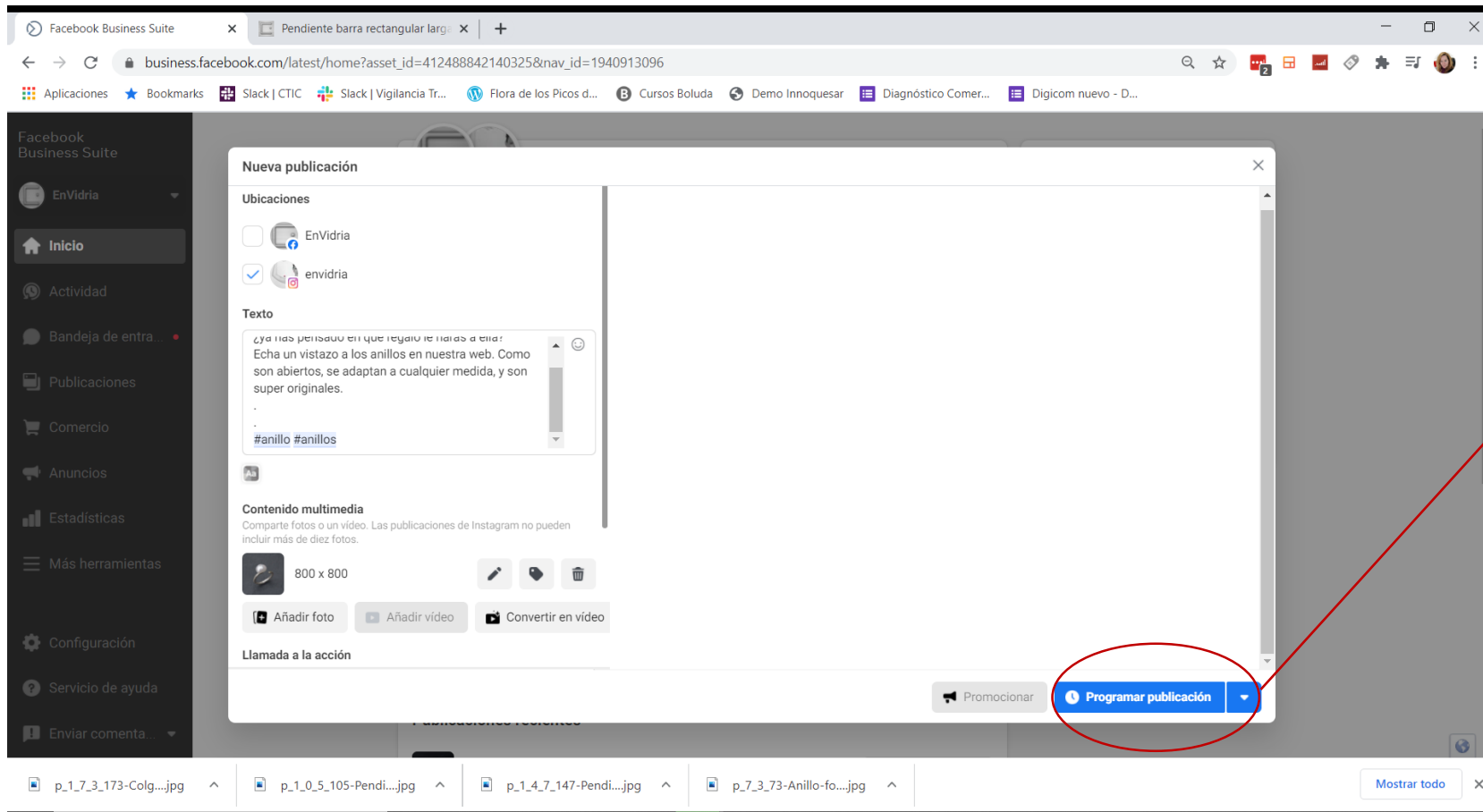
Creamos la publicación, con texto, la imagen o imágenes que queramos, los hashtags, etc.



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



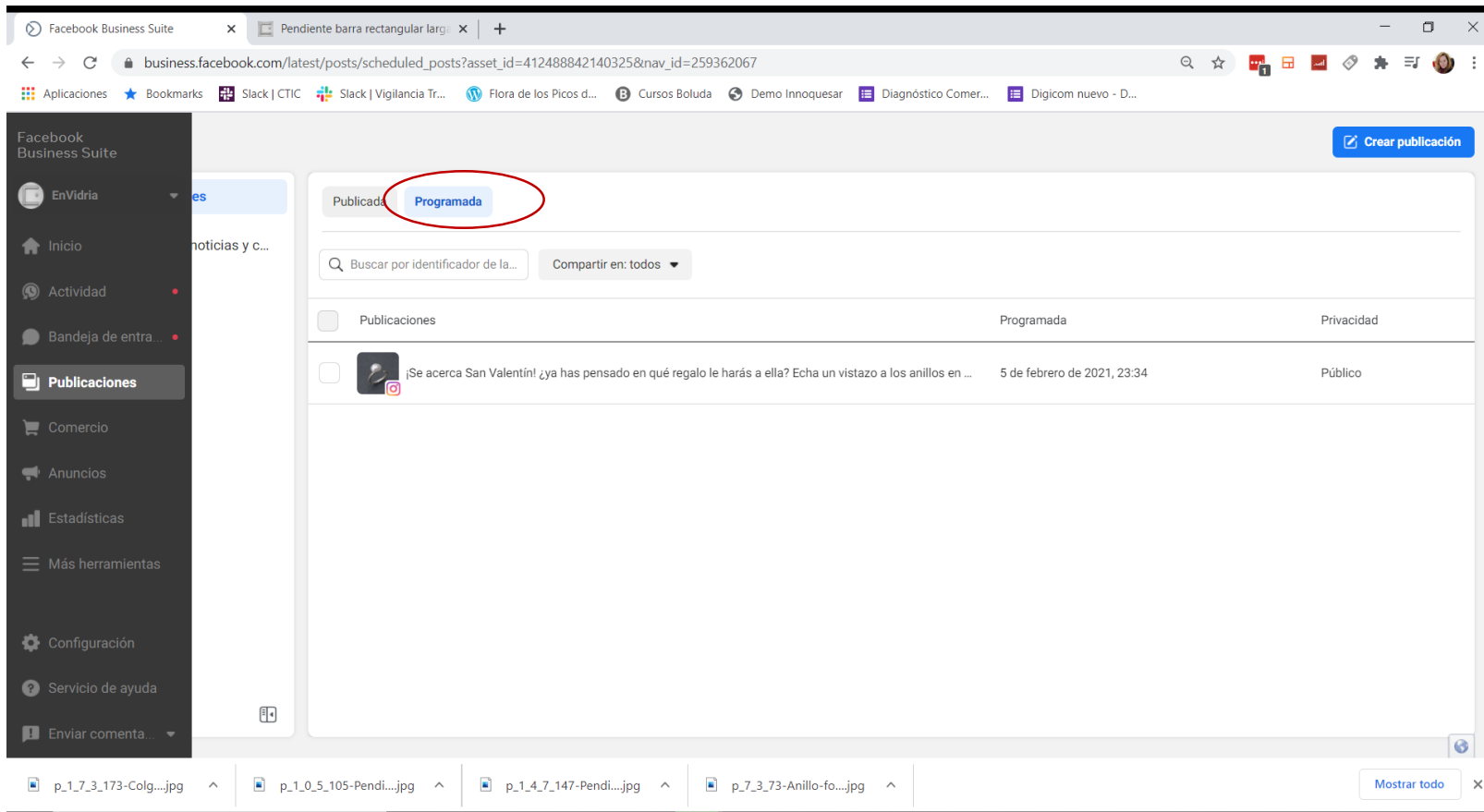
Selecciona día y hora



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface for creating a new post. The browser address bar shows the URL: `business.facebook.com/latest/home?asset_id=412488842140325&nav_id=1940913096`. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Actividad, Bandeja de entrada, Publicaciones, Comercio, Anuncios, Estadísticas, Más herramientas, Configuración, Servicio de ayuda, and Enviar comentario. The main content area is titled 'Nueva publicación' and includes sections for 'Ubicaciones' (with 'envidria' selected), 'Texto' (containing the text '¿ya has pensado en que regalo te harás a ti?: Echa un vistazo a los anillos en nuestra web. Como son abiertos, se adaptan a cualquier medida, y son super originales.' and the hashtag '#anillo #anillos'), and 'Contenido multimedia' (with a photo of 800 x 800 pixels). At the bottom, there are buttons for 'Promocionar', 'Programar publicación', and a dropdown arrow. The 'Programar publicación' button is circled in red.

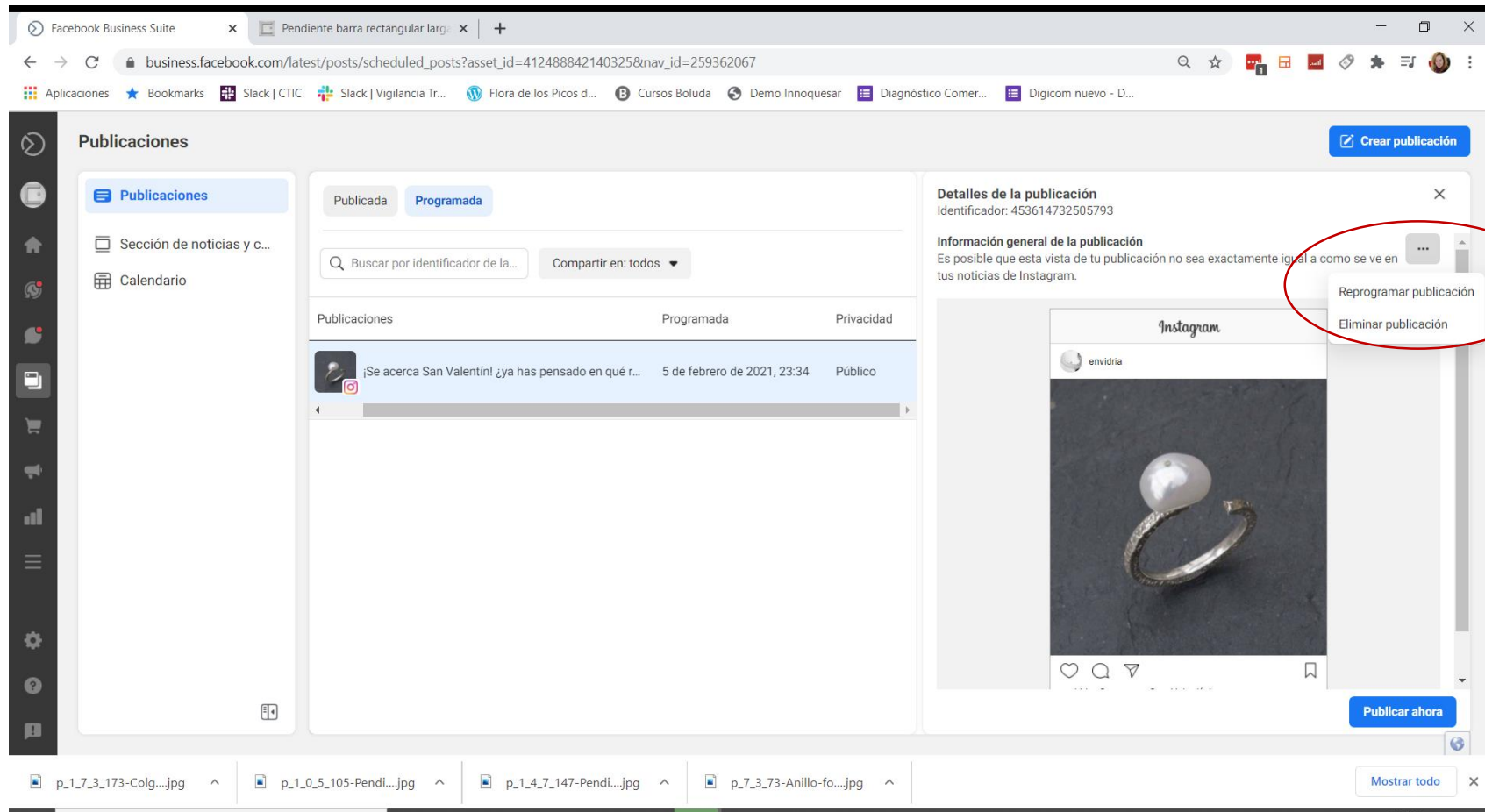
Revisa la publicación y cuando esté todo OK, pulsa sobre el botón azul

Gestionar publicaciones programadas



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

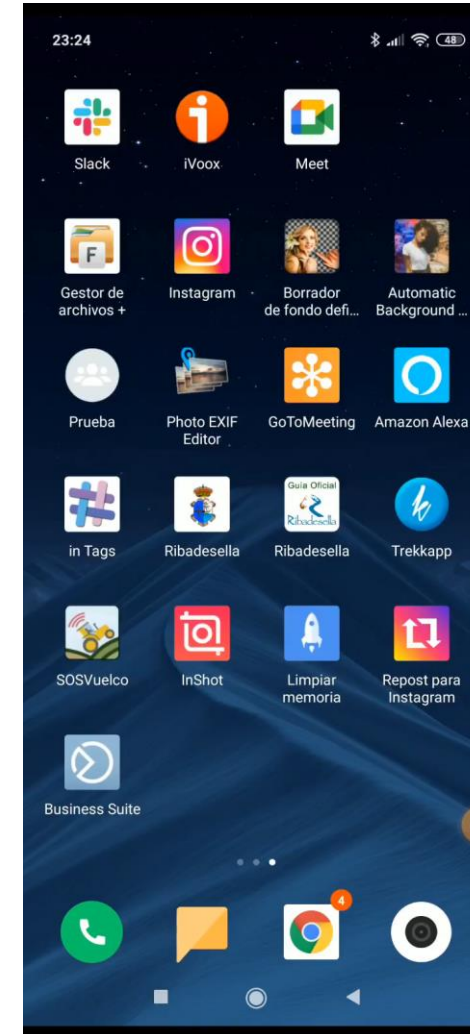
Gestionar publicaciones programadas



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 titled 'Publicaciones' and features tabs for 'Publicada' and 'Programada'. A search bar and a 'Compartir en: todos' dropdown are visible. Below, a table lists scheduled posts with columns for 'Publicaciones', 'Programada', and 'Privacidad'. One post is highlighted, showing a preview of an Instagram post with a pearl ring. The right-hand panel, 'Detalles de la publicación', provides information about the selected post, including its ID and a general information section. A red circle highlights the three-dot menu icon in the top right corner of the post preview, which has opened a dropdown menu with two options: 'Reprogramar publicación' and 'Eliminar publicación'. At the bottom of the interface, there are file 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

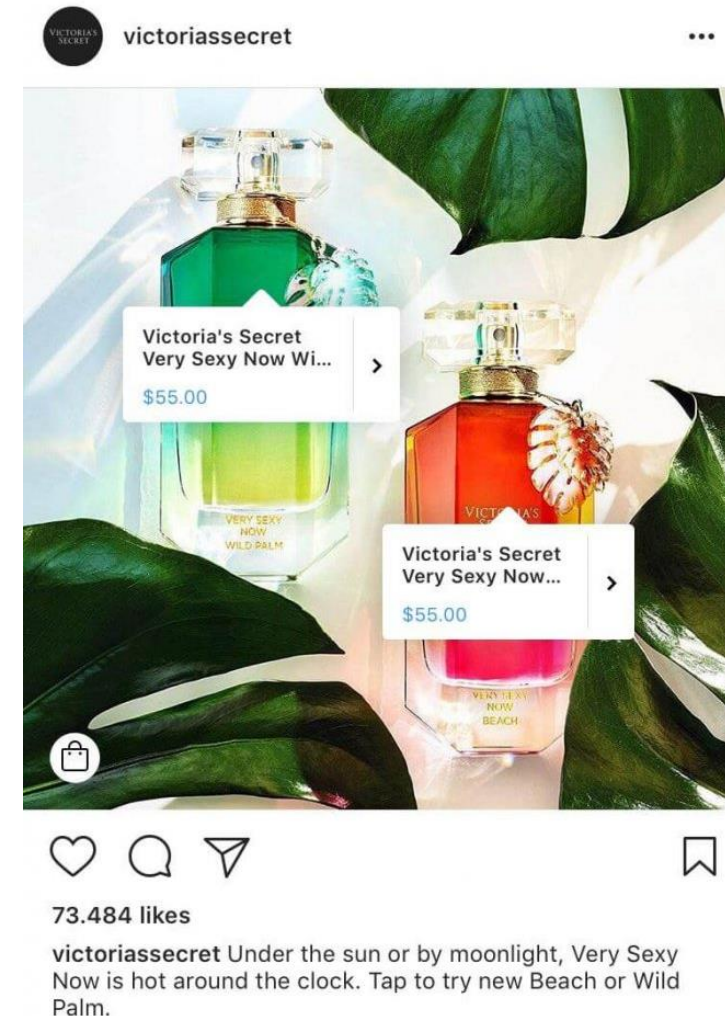


Instagram shopping

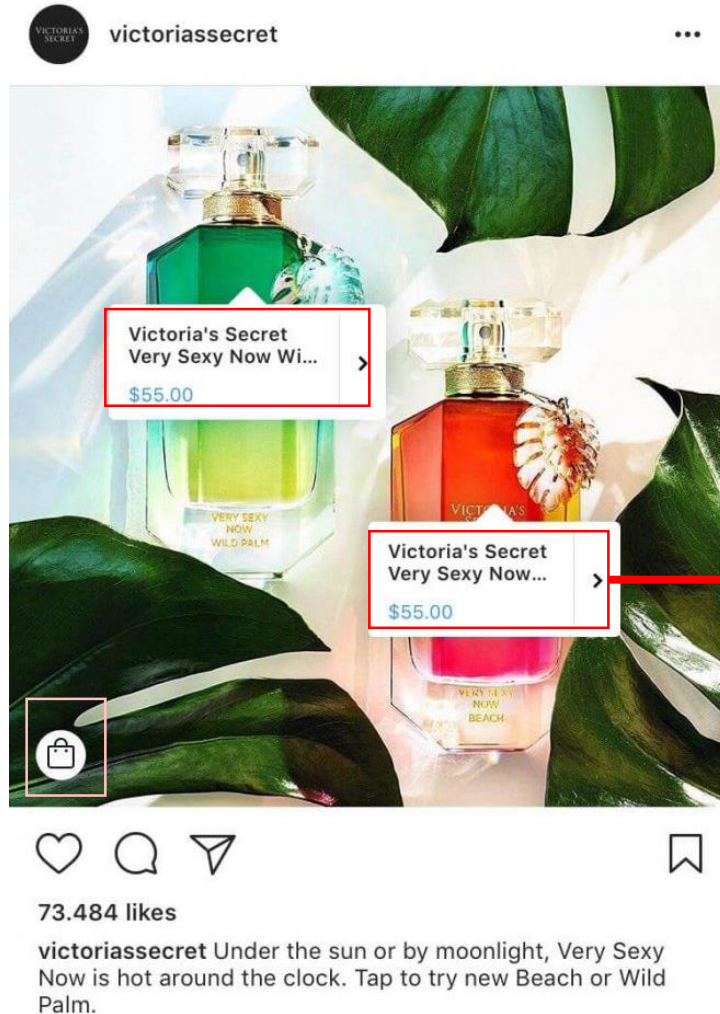
Instagram Shopping es una nueva funcionalidad de Instagram para su versión empresarial. Esta nueva opción permite que los negocios con comercio electrónico **pueden etiquetar productos en las fotografías** para mostrar al usuario precio/detalles del producto y dándole acceso a comprar en la plataforma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



¿Qué es Instagram Shopping?



¿Qué es Instagram Shopping?



What's sexy now? very sexy now beach. it's the scent of a sultry day spent at a secluded private beach: warm... more

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:

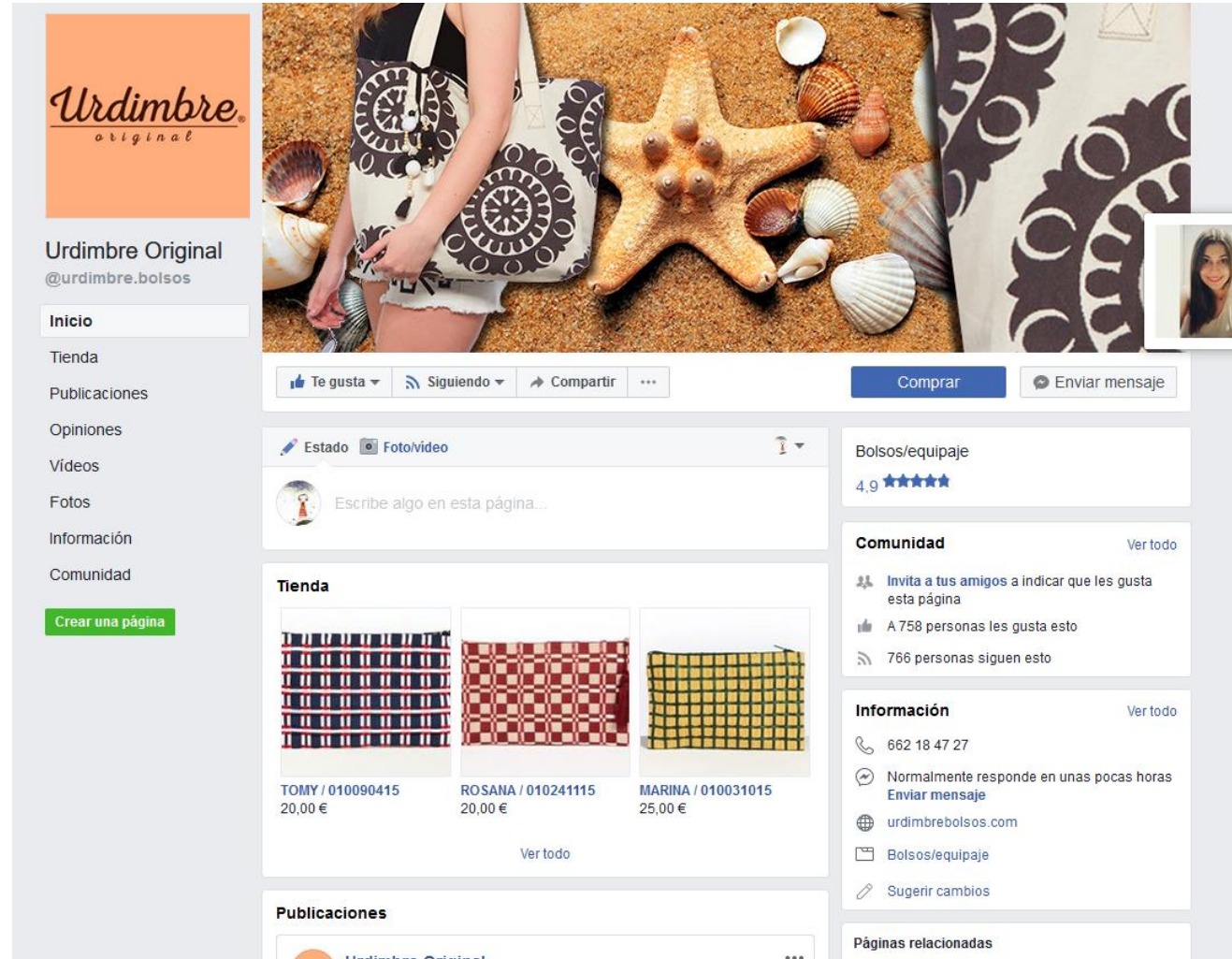
- Tu empresa debe **vender productos físicos** que cumplan con el Acuerdo para comerciantes y las Políticas de comercio de Facebook.
- Tu cuenta de Instagram debe ser un **perfil de empresa**.
- El perfil de empresa debe estar **conectado a un “catálogo de Facebook”**, que se puede crear y administrar 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

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

Urdimbre Original

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

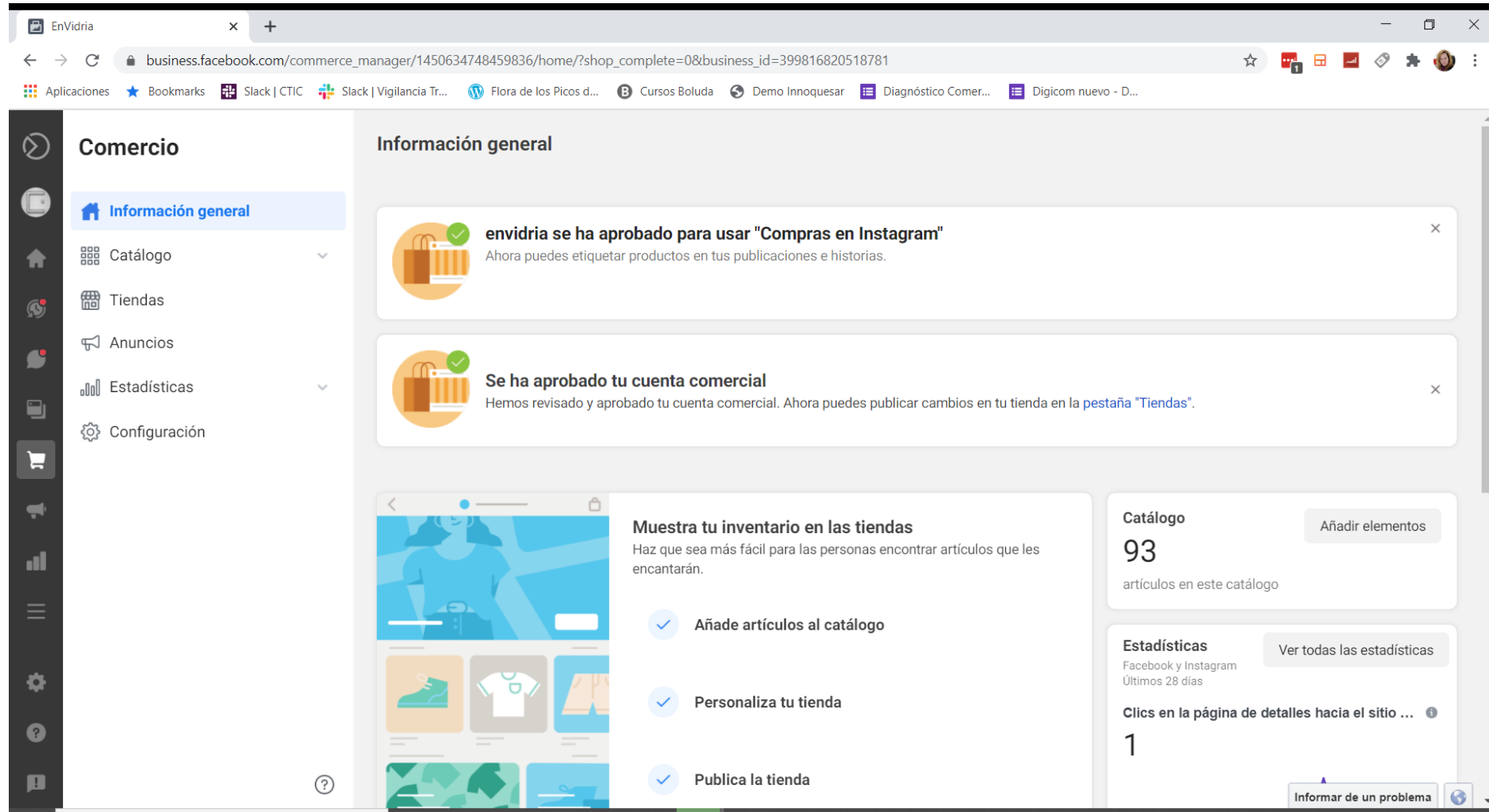
- Debes haber activado la tienda en Facebook
- Debes tener un perfil profesional en Instagram
- Debes haber vinculado las cuentas de Facebook e Instagram

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



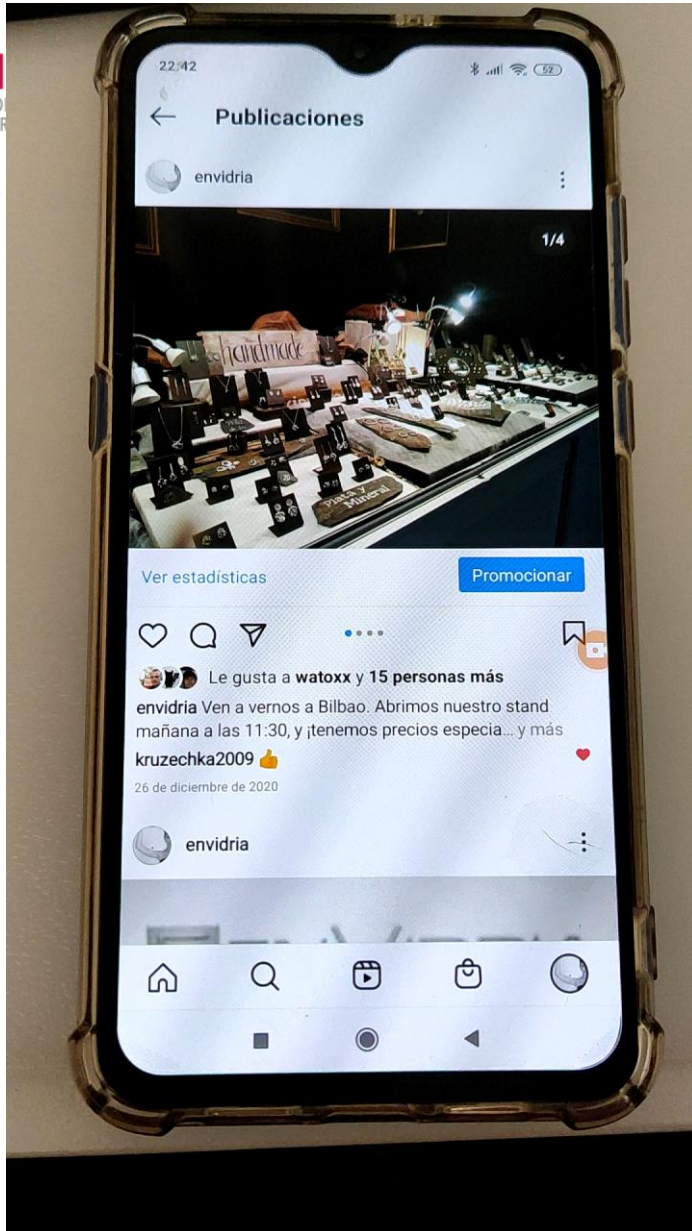
Cómo activar INSTAGRAM SHOPPING | Crea tu TIENDA en INSTAGRAM [TUTORIAL SHOPIFY, PRESTASHOP, etc]

<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

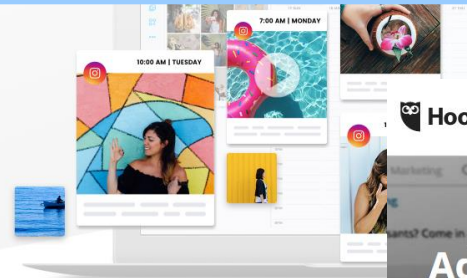


**#1 Marketing Platform
for Instagram**

Visually Plan & Schedule Instagram Posts

[CREATE ACCOUNT WITH INSTAGRAM >](#)

<https://later.com>



<https://hootsuite.com>



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](#)

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

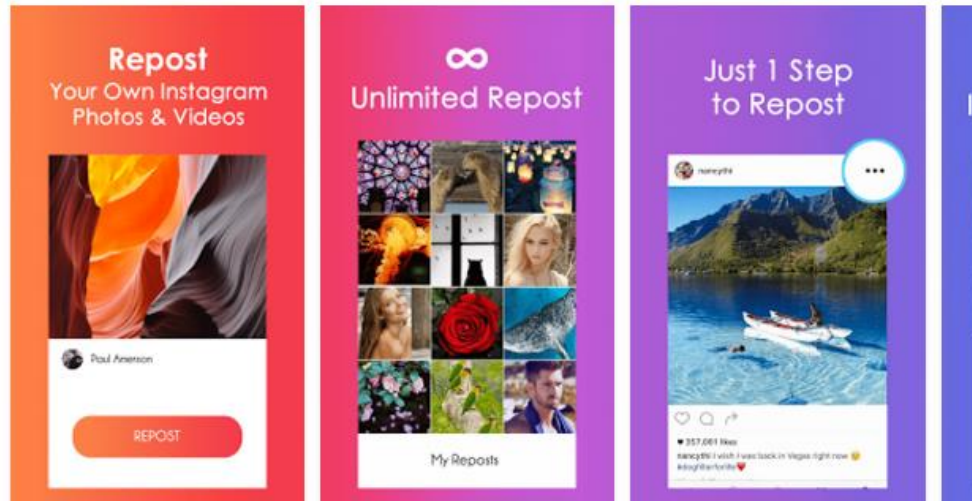
★★★★★ 1.456

PEGI 3

Ofrece compras en la aplicación

Añadir a la lista de deseos

Instalar

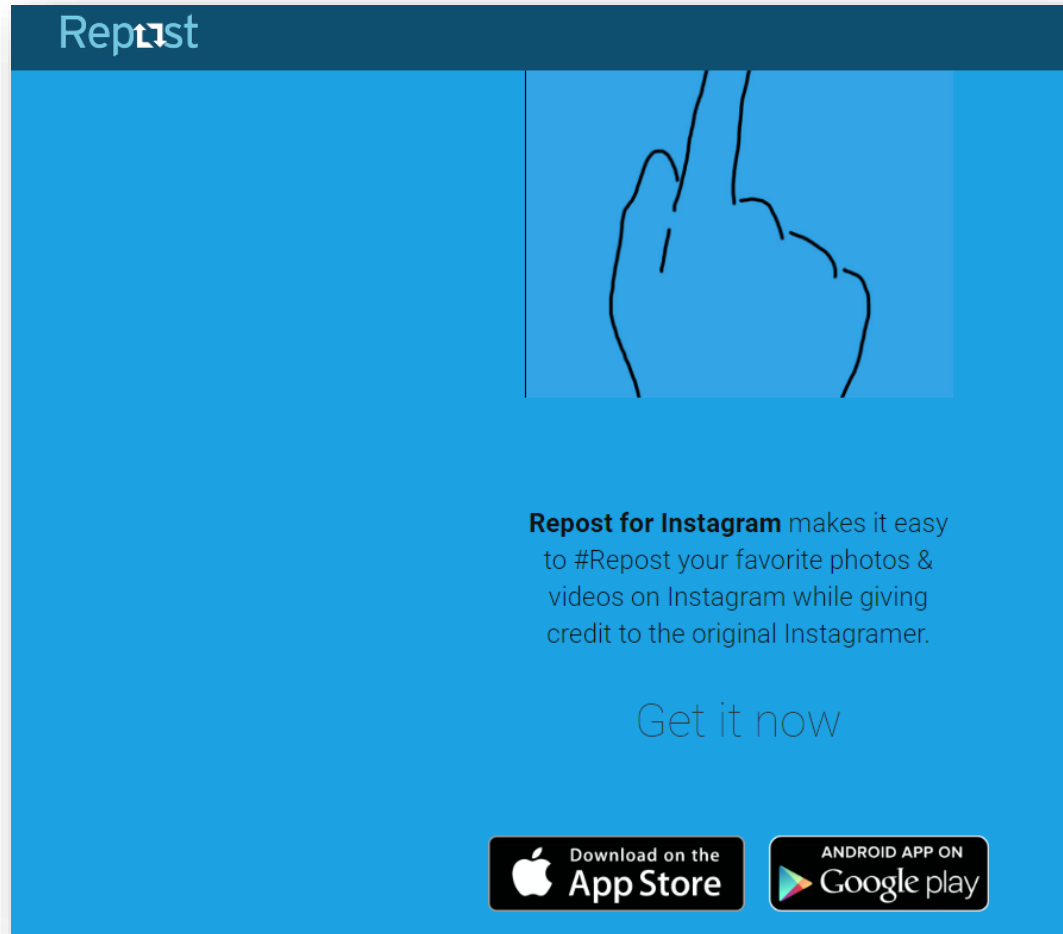


“Retuitea” contenidos de Instagram (Android)

Herramientas para Instagram

Herramientas para Instagram

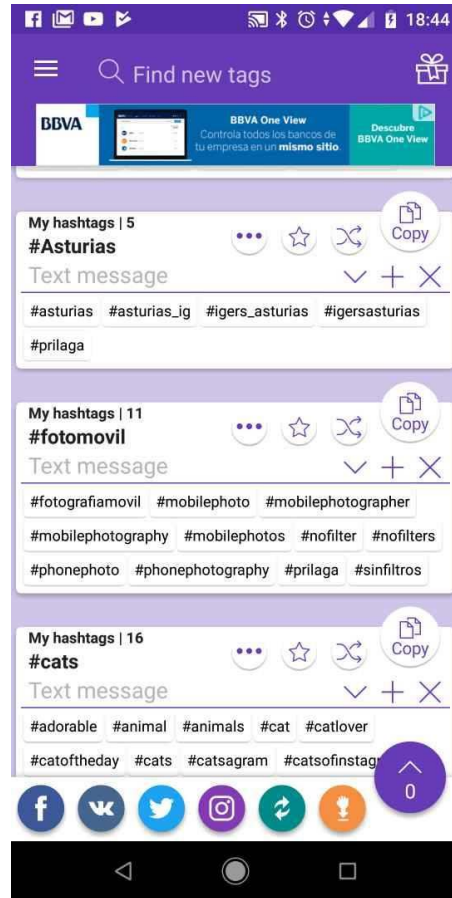
Desarrolladas por terceros: repost



“Retuitea” contenidos de Instagram (Android)

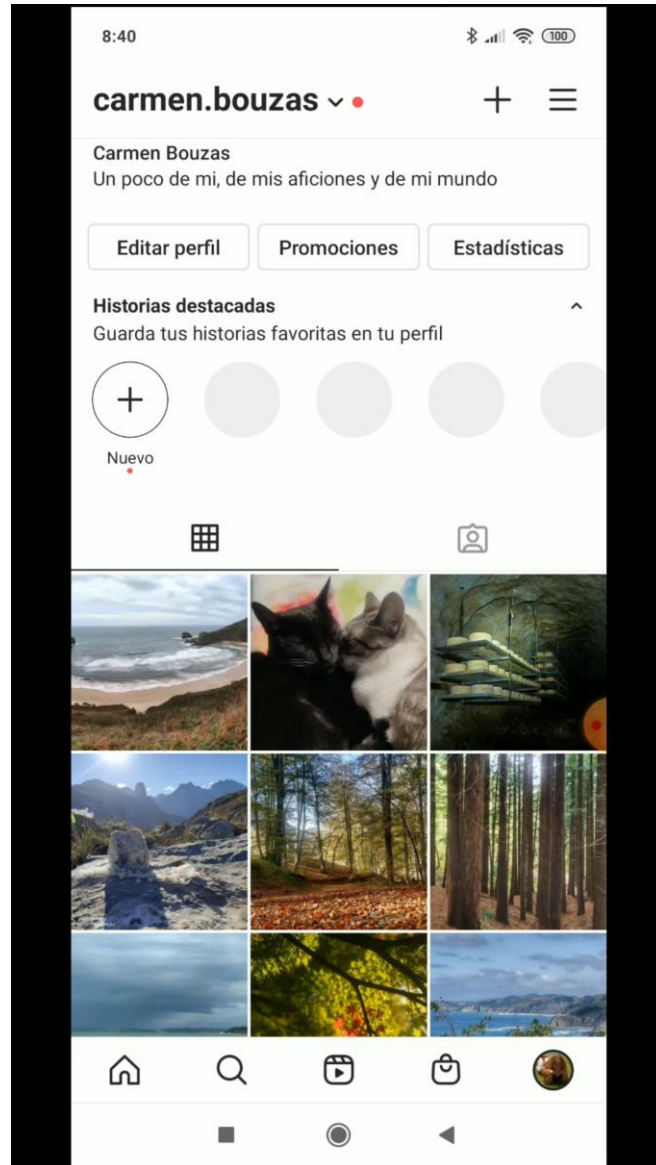
Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: hashtags



Best HashTags for
Instagram
Prilaga.com

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

