

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

Instagram Shopping



Introducción

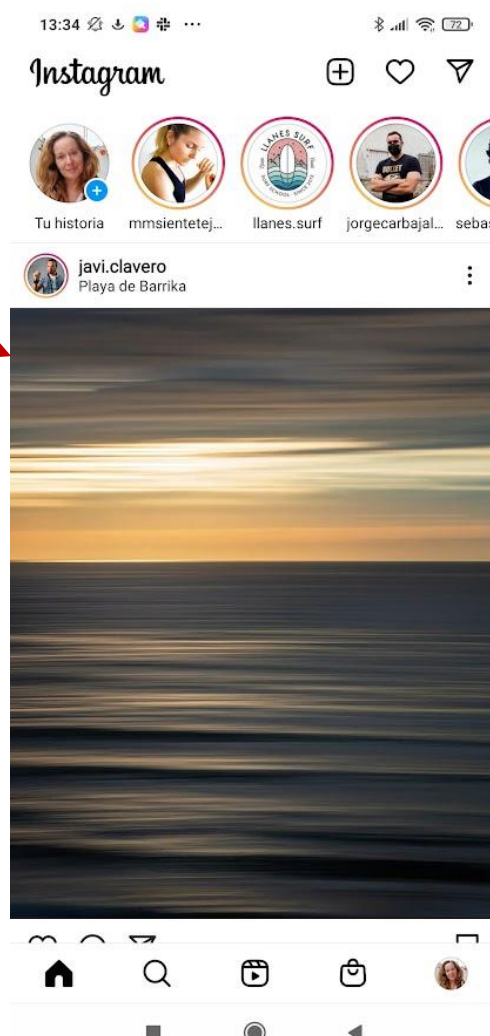
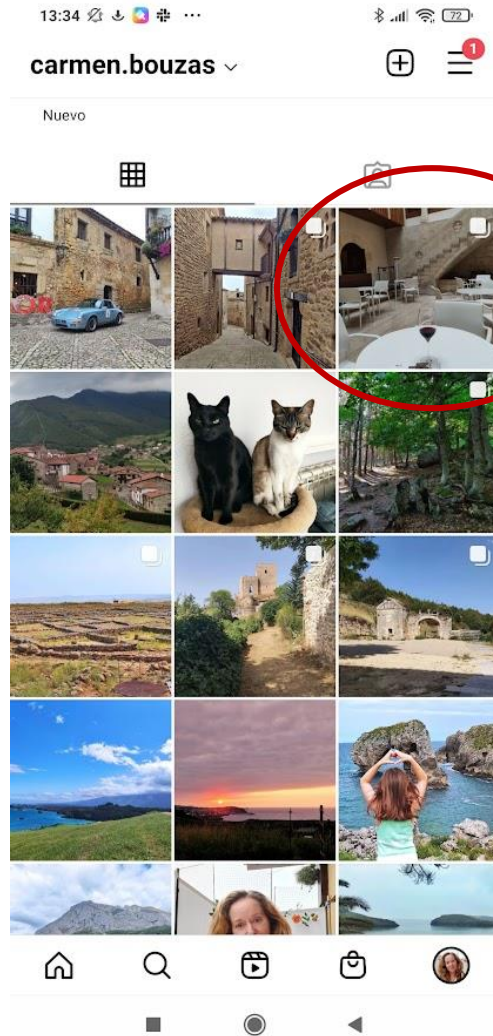
- Instagram nace en 2010, en San Francisco. Inicialmente era una app sólo para iPhone.
- Permitía aprovechar la cámara del teléfono para hacer y publicar fotos de manera rápida, sin necesidad de saber mucho de fotografía o retoque.
- En 2011 crearon los hashtags, para ordenar los contenidos que se iban generando.
- En 2012 lanzan la aplicación en Google Play (para Android). A las 24 horas de estar en Google Play, consigue 1 millón de descargas.
- 5 días después del lanzamiento de la app para Android, Facebook anuncia su compra.

- Es la segunda red social con más usuarios activos (sólo detrás de Facebook).
- Excepto en el intervalo de edad de 18-24 años, es una red que tiene mayoría de usuarias mujeres.
- A pesar de tener menos volumen de usuarios, consigue mucho más engagement que cualquier otras redes.
- El número de interacciones / número de posts (eficiencia), duplica a la conseguida en Facebook y es 10 veces mayor que la obtenida en Youtube.
- Es una red social pensada y nacida para ser utilizada desde el Smartphone. Su utilización desde un PC es residual.

- **Feed:** sección de noticias (muro) de cada perfil
- **Stories:** duran 24 horas (salvo que decidas destacarlas), pero tienen más visibilidad.
- **Instagram TV:** intento de competir con Youtube. Pensada para vídeos en formato vertical.
- **Reels:** competencia con TikTok. Vídeos de un máximo de 15 segundos.
- **Guías:** recomendaciones de productos, lugares o publicaciones, propias o de terceros.

Publicar en Instagram

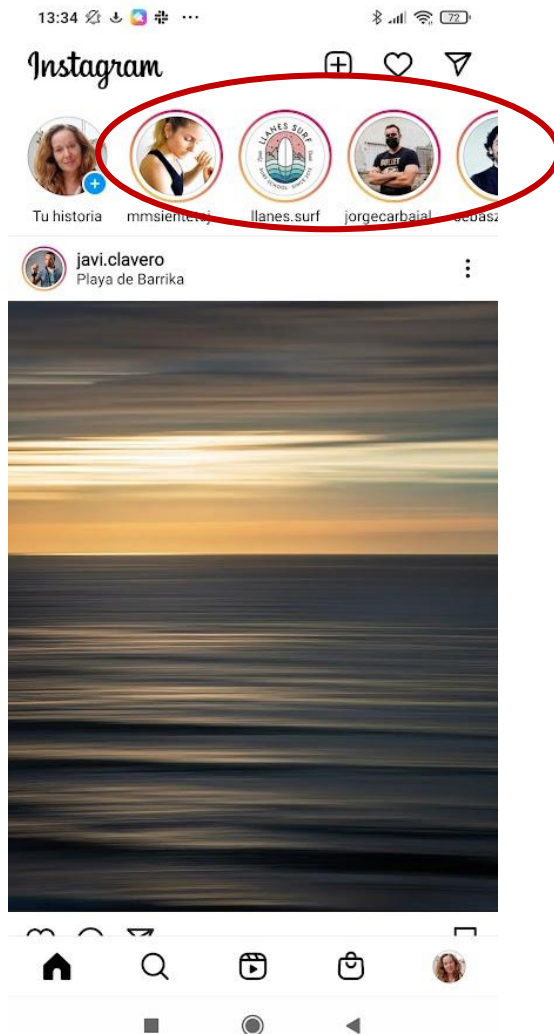
El Feed



- No nos vale con publicar una foto y llenarla de hashtags.
- Debemos aportar información con texto.
 - **La imagen atrae la atención**
 - **El texto mantiene el interés y genera conversiones.**
 - Los hashtags incrementan las posibilidades de que el contenido sea visto por personas que no siguen tu perfil

Publicar en Instagram

Las Stories



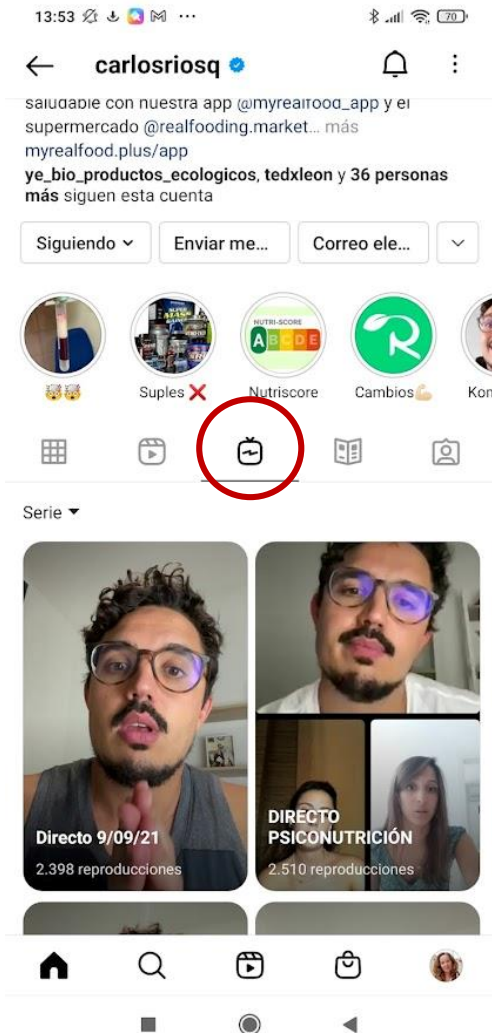
- Duran 24 horas y luego desaparecen.
- Podemos destacarlas en el perfil para conservarlas.
- Duración máxima de 15 segundos.

Recomendaciones

- Trata de generar conversación e interacción para aumentar su efectividad.
- En las historias destacadas, personaliza la portada, para dar una imagen estética coherente y “currada”.

Publicar en Instagram

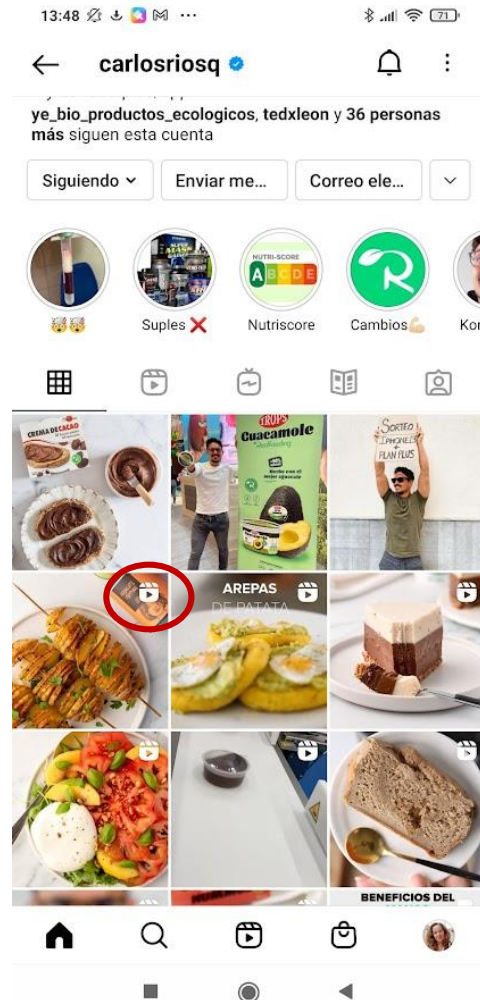
Instagram TV



- Los vídeos de IGTV se pueden ver en el Feed (o no, puedes elegir).
- En tu perfil, habrá un icono que permitirá a quien quiera, ver los vídeos de IGTV que hayas publicado.
- En las versiones a partir de 2020 ha eliminado el botón de acceso a IGTV, “por falta de uso”.
- Ahora existe una app separada, específica, de IGTV.

Publicar en Instagram

Reels



- Los Reels tienen una duración máxima de 15 segundos.
- Pueden también aparecer en tu feed, o no. Tú eliges.
- Hay un botón destacado en la app, para facilitar a los usuarios visualizar Reels.

El perfil

Convertir a cuenta profesional / empresa

- Instagram ofrece tres tipos de perfiles:
 - **Personales**
 - Para uso personal.
 - Pueden configurarse como públicos o como privados.
 - Se puede vincular a varias páginas de Facebook o a ninguna.
 - Si se configura como público se puede solicitar verificación.
 - No permiten obtener información ni estadísticas sobre el alcance de las publicaciones
 - No permiten datos de contacto
 - No permiten usar la herramienta publicitaria.
 - De creador
 - Empresariales

Convertir a cuenta profesional / empresa

- Instagram ofrece tres tipos de perfiles:
 - Personales
 - **De creador:** perfiles pensados para personas influyentes, creadores, artistas, actores, músicos, etc.
 - Tiene las mismas características que las cuentas personales.
 - Permite perfiles con más información: podemos elegir si queremos mostrarlo como un perfil personal, o con información adicional (detalles de contacto, categoría, etc.)
 - Permite utilizar la herramienta de publicidad.
 - Permite configurar respuestas rápidas y filtros de mensajes para gestionar mejor los mensajes directos.
 - Acceso a herramientas de contenidos de marca.
 - No se puede configurar como privado.
 - Empresariales

Convertir a cuenta profesional / empresa

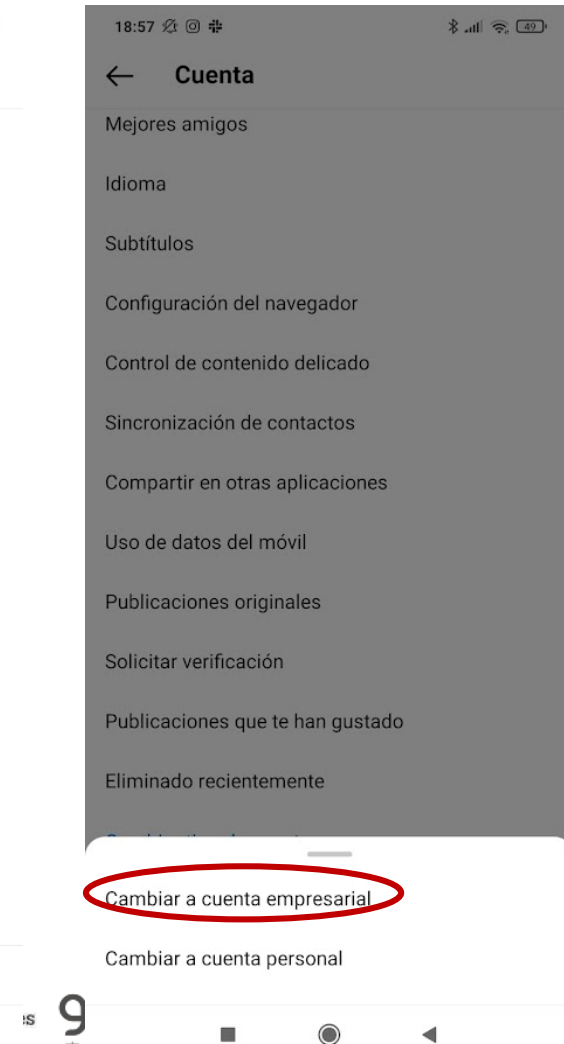
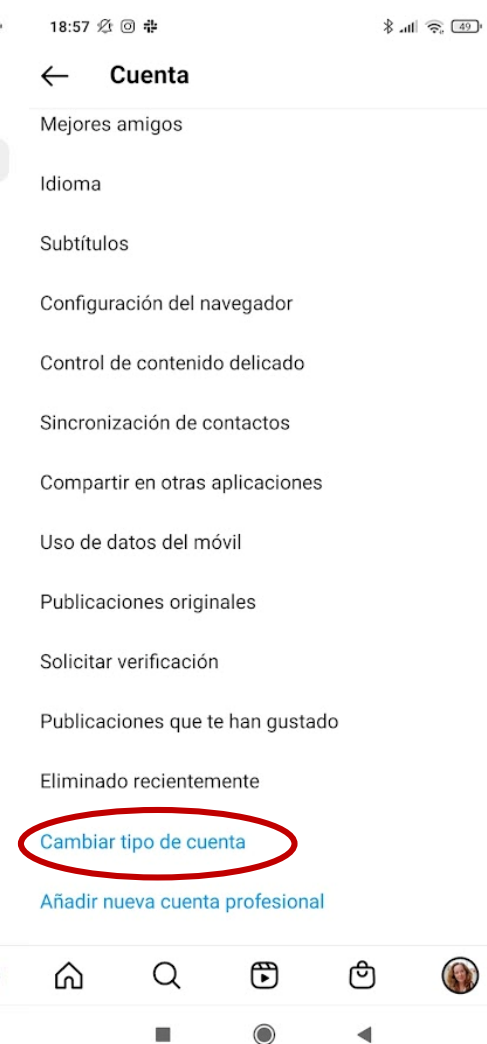
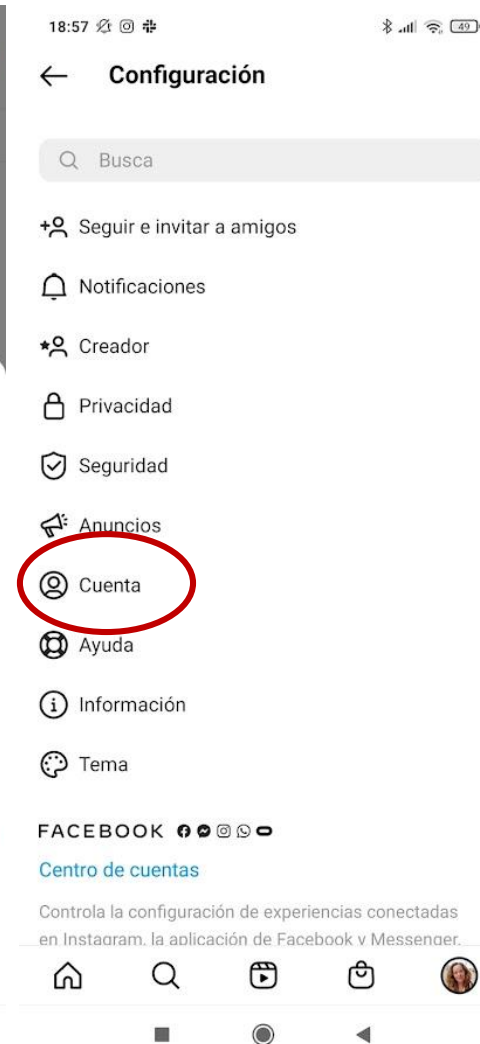
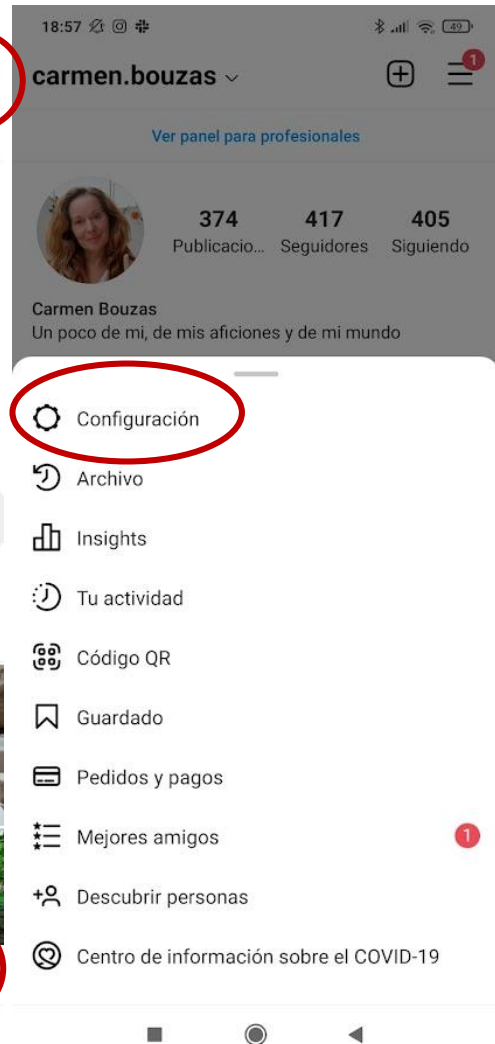
- Instagram ofrece tres tipos de perfiles:
 - Personales
 - De creador: perfiles pensados para personas influyentes, creadores, artistas, actores, músicos, etc.
 - **Empresariales**
 - Mismas funciones que el resto de cuentas en cuanto a publicaciones, etc.
 - Perfil de empresa completo
 - Acceso a estadísticas
 - Capacidad de crear anuncios
 - Posibilidad de configurar respuestas rápidas y filtros de mensajes directos.
 - Puede solicitar verificación.
 - Sólo se puede vincular a una página de Facebook
 - No se puede configurar como privado
 - Posibilidad de etiquetar productos, habilitar Instagram Shopping

- Al crear un perfil, de manera predeterminada se creará un perfil personal. Será necesario cambiarlo a uno profesional posteriormente.
- Una empresa en Instagram debe disponer de una cuenta profesional para
 - Poder acceder a estadísticas estadísticas
 - Incluir información de contacto e información completa sobre la empresa en el perfil.
 - Activar Instagram Shopping

Completa y personaliza tu perfil

- Es muy importante tener un perfil cuidado y completo.
- En función de si has elegido un perfil empresarial o profesional tendrás opciones ligeramente diferentes, entre ellas, la categoría.
- Puedes utilizar emojis y aplicar el copywriting a tu descripción de negocio.

Cambiar el tipo de cuenta



Completa y personaliza tu perfil

19:55

boticariagarcia



2.749 Publicaciones 437 mil Seguidores 738 Siguiendo

Boticaria García
Medicina y salud
Dra Farmacia. Nutricionista
Divulgadora amplio espectro
@zapeando L6N @rtve @rne R. Marca @elmundo_es
#eljamóndeyorknoexiste #elmocoradiactivo
mascarillasymas.angeliglesias.es/categoria-producto/...
chefbosquet, elgrillufilms y 26 personas más siguen esta cuenta


Siguiendo Enviar me... Correo ele...

I ❤️ CR CANGRI FILOMENA ROSCÓN 5 ROS



19:57

celicidad_singlu




7.354 Publicaciones 26,4 mil Seguidores 2.055 Siguiendo

Celicidad
Lore
Todo sobre #celiaquia y dieta #singluten
Periodista, Téc. Seguridad Alimentaria, celiaca.
Divulgo: Web, podcast, Escuela y app linktr.ee/celicidad
mateosierra93, abarequesidraytapes y 5 personas más siguen esta cuenta

Siguiendo Enviar mensaje

Podcast Agenda Escu... Tienda Celicid... Restaurantes Dieta S



19:58

casatrabanco



1.123 Publicaciones 8.937 Seguidores 667 Siguiendo

Casa Trabanco®
Sidrería y restaurante de cocina tradicional asturiana.
Reservas solo por teléfono.
Espichas, bodas y eventos: @eventostrabanco
Bodega: @sidratrabanco casatrabanco.com/
Camino de Lavandera, nº 3255, Gijón, Asturias 33350
sidratrabanco, ama_turanzas y 17 personas más siguen esta cuenta

Siguiendo Enviar me... Contactar

Nuestra carta Pa' llevar Desescalada Dónde estamos... Cómc



20:04

calzadosdelrio



1.660 Publicaciones 11,1 mil Seguidores 990 Siguiendo

CDR - CALZADOS DEL RÍO
Desde 1997 | Cangas de Onís
Envíos GRATIS a partir de 30€
Comparte tus looks: #calzadosdelrio
Shop Online
www.calzadosdelrio.com/
Avenida Covadonga, 8, Cangas de Onís, Asturias 33550
guentastu, comerciocangasdeonis y 2 personas más siguen esta cuenta

Ver tienda

Seguir Enviar me... Contactar

#familiaCDR Remate Final Shootings



Ten en cuenta al Algoritmo

- El algoritmo de Instagram decidirá a quienes muestra y a quienes no muestra tus publicaciones.
- Cuando un usuario accede a Instagram, el algoritmo revisa todo el contenido y decide:
 - Qué mostrarle al inicio del Feed y en qué orden
 - Qué publicaciones le pone en la sección “Explora”
 - En qué orden aparecen las Stories, los vídeos, los Reels, los vídeos de IGTV, etc tanto en el feed como en las respectivas pestañas.

Se basa en el comportamiento anterior del usuario para tomar estas decisiones.

Ten en cuenta al Algoritmo

- **Engagement:** interacciones en general de los usuarios con tu marca. Quienes más interactúen, más de tus publicaciones verán, y más rápido las verán. Usuarios de Instagram que no te siguen, podrían descubrirte si interactúan con contenidos similares a los tuyos a través de la sección “explora”.
- **Contenido reciente:** Dará prioridad a los contenidos recientes. Es importante conocer en qué días y horarios está más activa la audiencia a la que quieres llegar, para programar tus publicaciones en esos horarios. **Crea un calendario editorial para tus redes sociales.**
- **Los primeros 15 minutos** desde que compartes la publicación son claves: en función de las interacciones que consiga en esos 15 minutos, tendrás mayor o menor alcance.
- **Mensajes directos:** Las personas con las que intercambias mensajes directos, aparecerán antes en tu Feed de Stories. Por eso, animar a tus seguidores a escribirte planteándote preguntas o comentarios, ayudará a tu alcance.

Ten en cuenta al Algoritmo

- **Relación:** no sólo importa cómo interactúan con tus publicaciones, también la relación que exista entre vosotoros.
 - ¿Os seguís mutuamente?
 - ¿Te buscaron por tu nombre de usuario=
 - ¿Os “habláis” de un modo u otro (mensajes directos, comentarios ...)?
 - ¿Os etiquetáis mutuamente en las publicaciones?
 - ¿Guardan tus publicaciones?
- **Frecuencia de acceso a Instagram:** A mayor frecuencia de acceso, mayor probabilidad de que vean tus publicacoines.
- **Número de perfiles que siguen:** a más personas sigan, menos probable es que vean tus publicaciones.
- **Duración de sus sesiones:** a más tiempo permanezcan en Instagram, más probable es que vean tus publicaciones.

Recomendaciones para incrementar tu alcance:

- **Publica con regularidad y de manera consistente:** si puedes publica a diario. Si no, con la mayor frecuencia con la que te resulte posible. **Planifica y crea un calendario de contenidos.**
- **No hagas trampas:** comprar seguidores, automatizar, comprar “likes” y no “estar” realmente tras el perfil, no funcionan.
- **Prueba las nuevas funciones:** cada vez que Instagram crea un tipo nuevo de publicación, le da más relevancia. Actualmente son los Reels, pero estate pendiente de las nuevas actualizaciones y experimenta.

Recomendaciones para incrementar tu alcance:

- **Optimiza los hashtags que empleas:** selecciona bien los hashtags que incluirás en tus publicaciones. Estos sirven para decirle al algoritmo y a los usuarios de qué trata tu publicación, y le ayudan a saber a quién puede interesar o no. Busca tu nicho, investiga, revisa, y selecciona los hashtags adecuados.
- **Selecciona los horarios para publicar:** los usuarios pasan una media de 30 minutos al día conectados. Analiza y descubre cual es tu mejor hora para publicar. Emplea las herramientas de programación.

Recomendaciones para incrementar tu alcance:

- **Crea vínculos con tu audiencia:** comenta, dialoga, invítales a escribirte ...
- **Revisa las estadísticas:**
 - Horarios de conexión de tu audiencia
 - Los hashtags que mejor han funcionado
 - Las publicaciones (tipo de publicación) que está teniendo más interacciones.

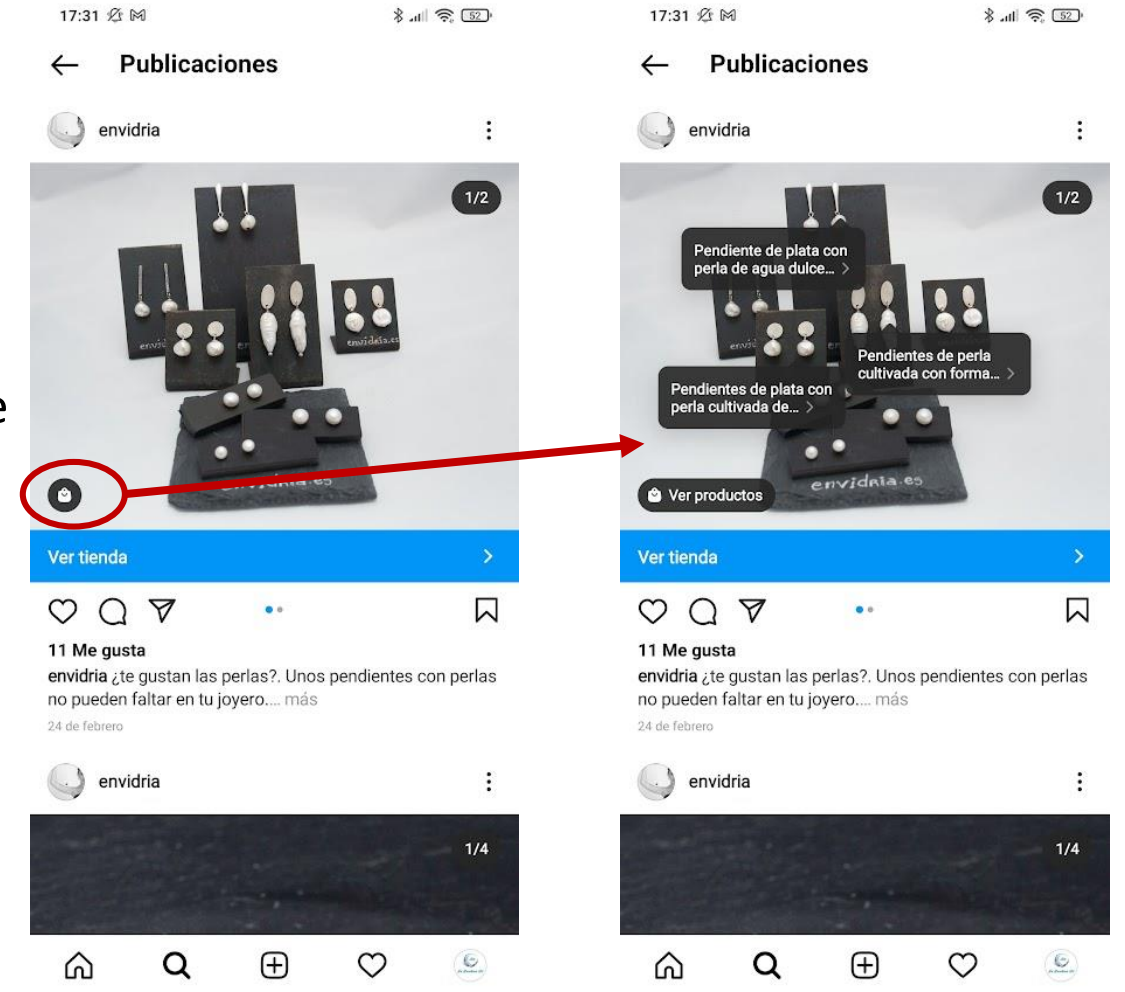
Instagram Shopping

Instagram Shopping una funcionalidad de Instagram para su versión empresarial.

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 o a través de la tienda de Facebook.



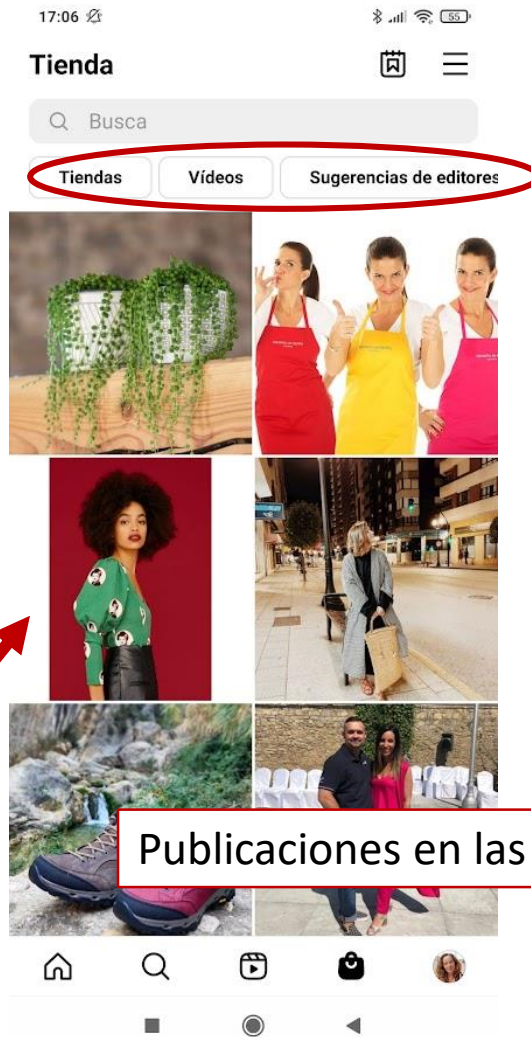
¿Qué es Instagram Shopping?



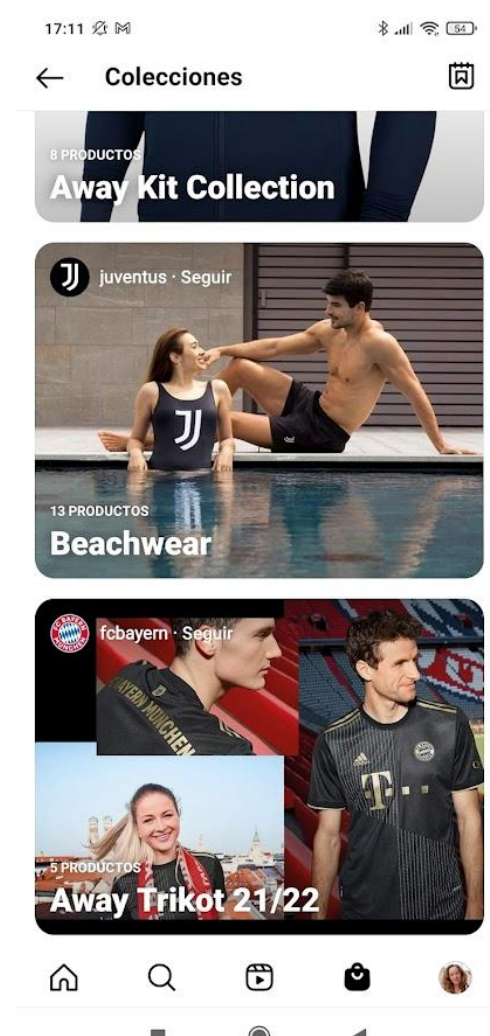
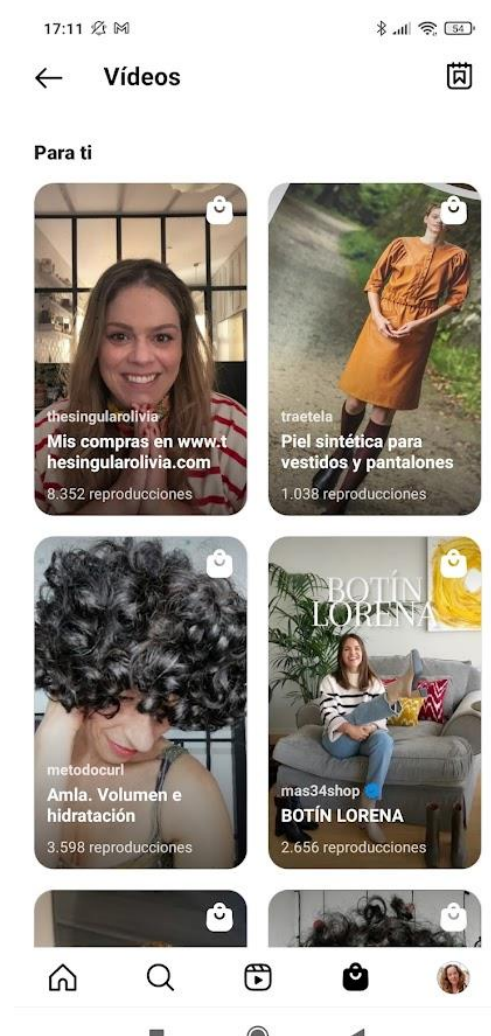
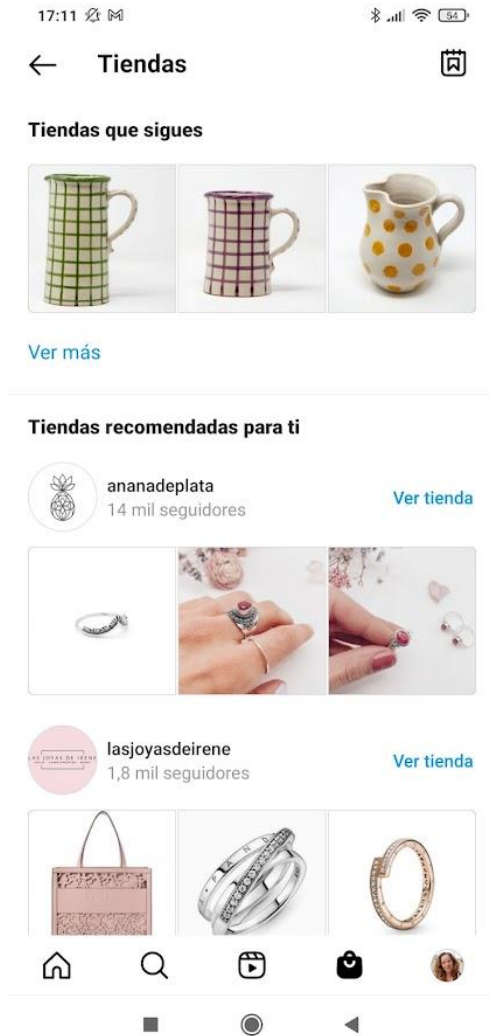
¿Qué es Instagram Shopping?

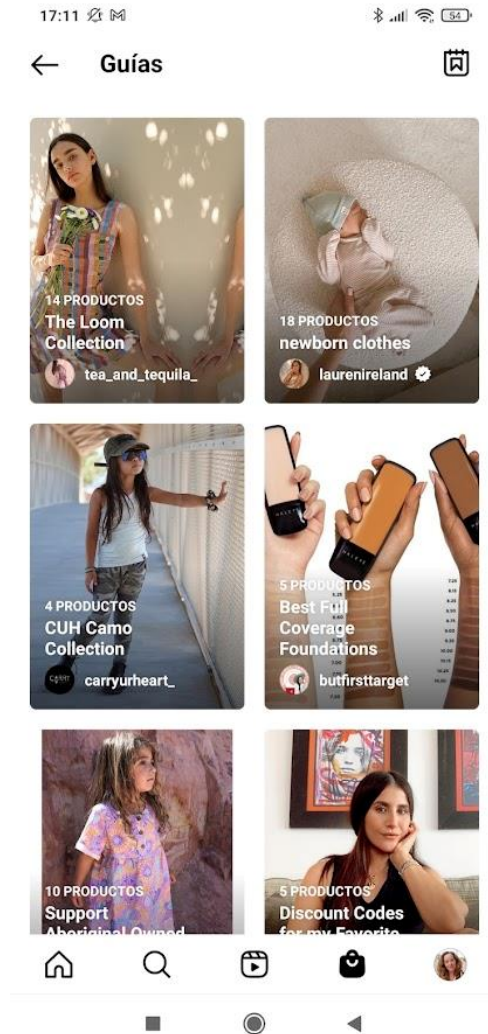


Las tiendas y los productos en Instagram



- Instagram está dando más visibilidad e importancia a las tiendas.
- Ha incluido un icono principal que da acceso a los productos / tiendas / colecciones etc
- También incluye una “lista de deseos” en la que los usuarios pueden guardar aquellos productos que les gustan.





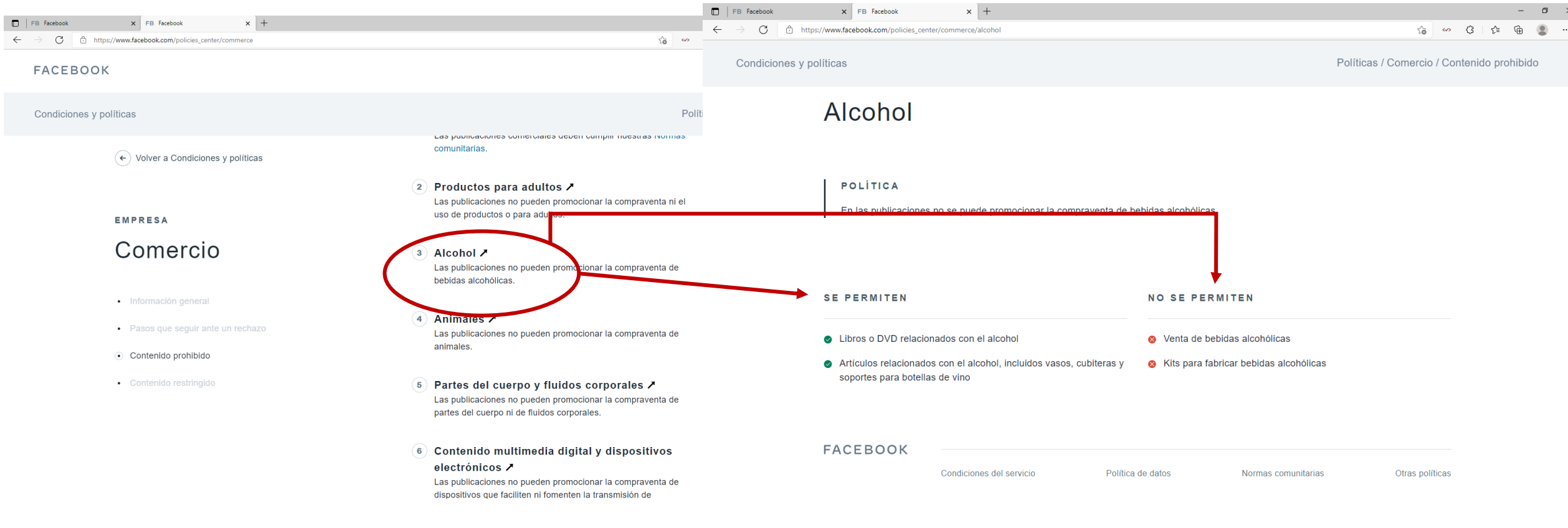
Requisitos para poder usar Instagram Shopping

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

Políticas de ecommerce en Facebook



The image shows a screenshot of the Facebook Commerce Policies page, specifically the 'Alcohol' section. The page is titled 'Alcohol' and contains a list of policies. The 'Alcohol' policy is highlighted with a red circle and a red arrow pointing to the 'NO SE PERMITEN' section. The 'NO SE PERMITEN' section lists 'Venta de bebidas alcohólicas' and 'Kits para fabricar bebidas alcohólicas' as prohibited items. The 'SE PERMITEN' section lists 'Libros o DVD relacionados con el alcohol' and 'Artículos relacionados con el alcohol, incluidos vasos, cubiteras y soportes para botellas de vino' as permitted items.

Facebook Commerce Policies - Alcohol

Las publicaciones comerciales deben cumplir nuestras normas comunitarias.

2 **Productos para adultos** ↗
Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa ni el uso de productos o para adultos.

3 **Alcohol** ↗
Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de bebidas alcohólicas.

4 **Animales** ↗
Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de animales.

5 **Partes del cuerpo y fluidos corporales** ↗
Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de partes del cuerpo ni de fluidos corporales.

6 **Contenido multimedia digital y dispositivos electrónicos** ↗
Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de dispositivos que faciliten ni fomenten la transmisión de

POLÍTICA
En las publicaciones no se puede promocionar la compraventa de bebidas alcohólicas.

SE PERMITEN

- Libros o DVD relacionados con el alcohol
- Artículos relacionados con el alcohol, incluidos vasos, cubiteras y soportes para botellas de vino

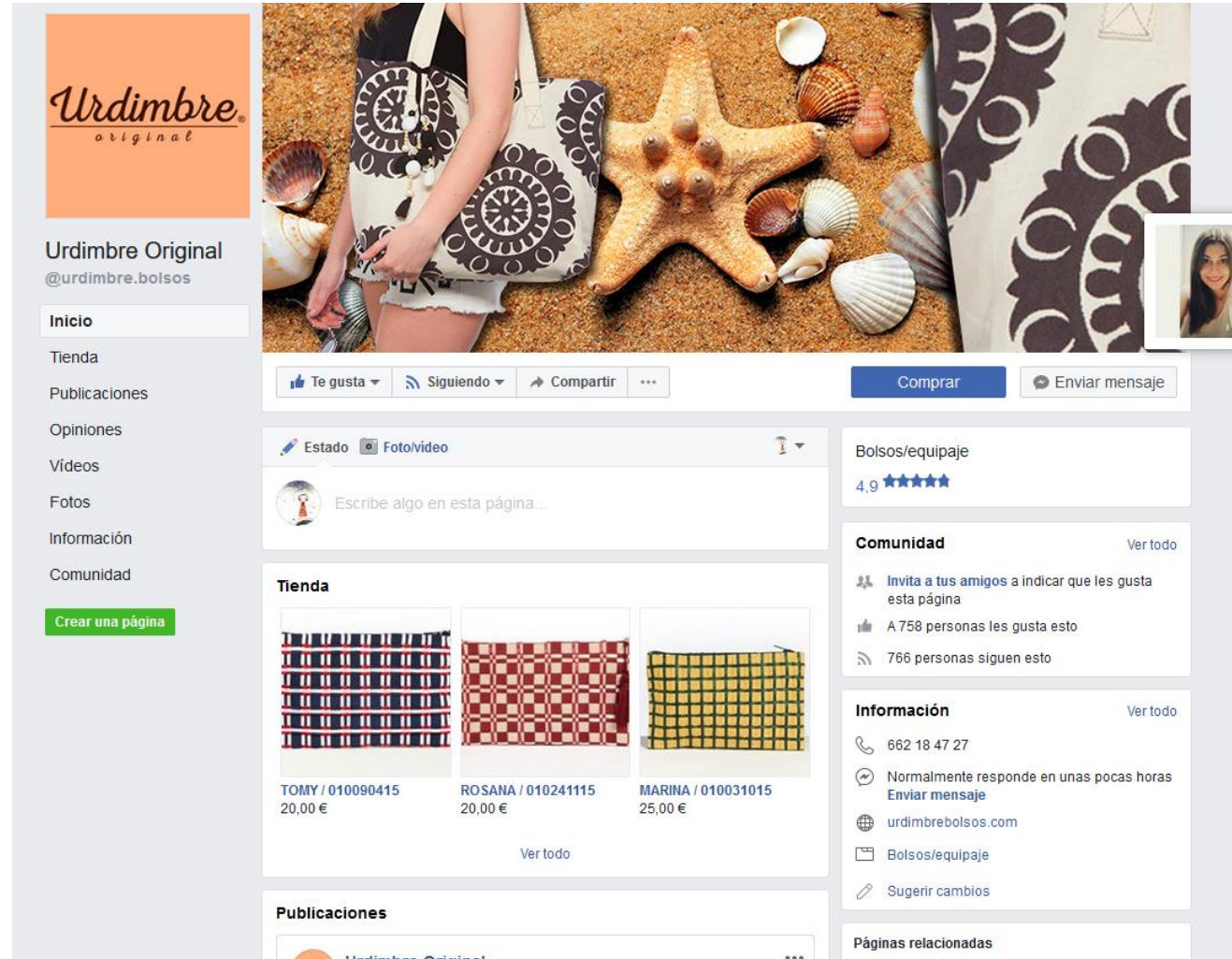
NO SE PERMITEN

- Venta de bebidas alcohólicas
- Kits para fabricar bebidas alcohólicas

FACEBOOK

Condiciones del servicio Política de datos Normas comunitarias Otras políticas

<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

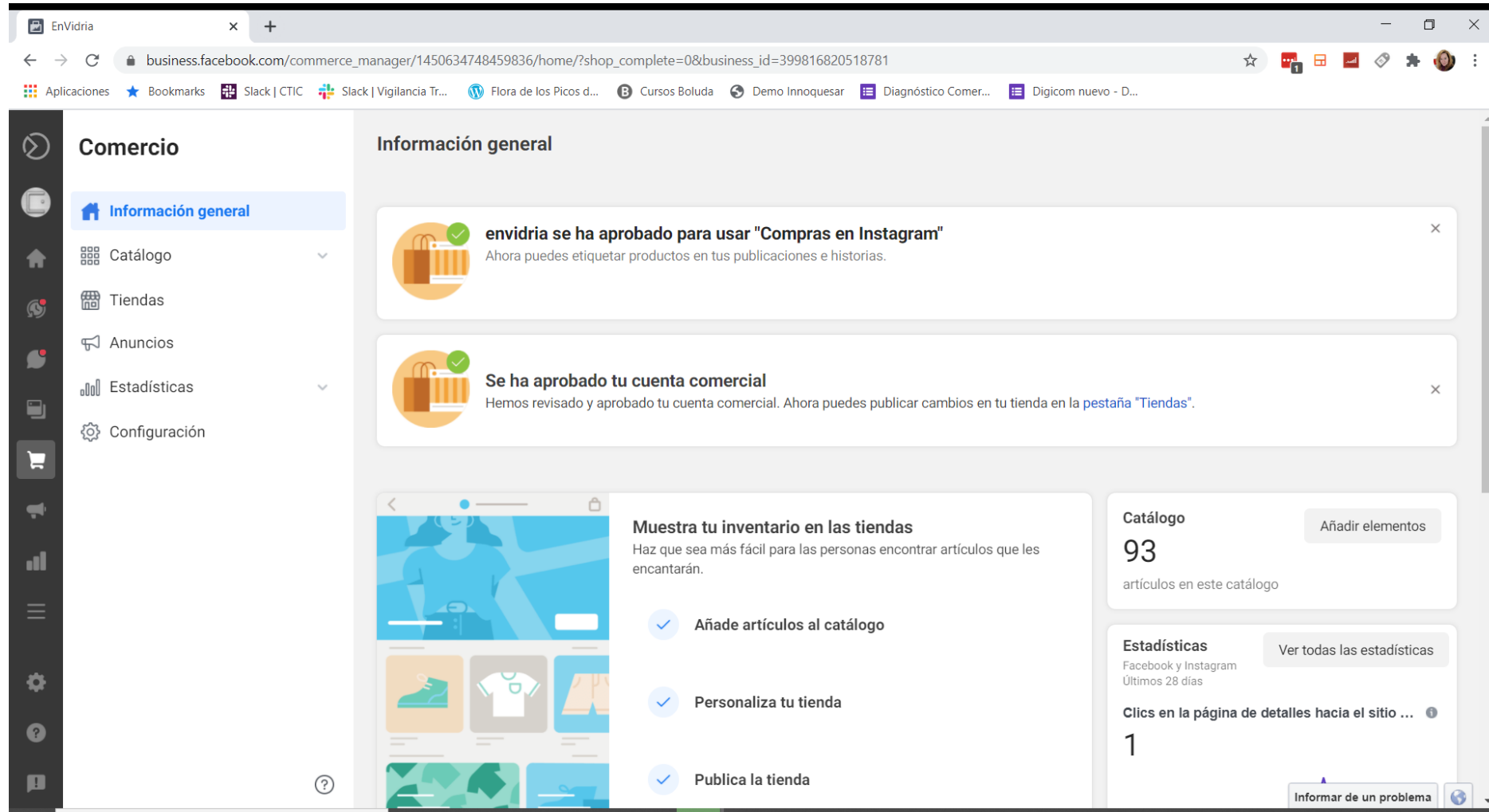
- Debes haber activado la tienda en Facebook
- Debes tener un perfil profesional en Instagram
- Debes haber vinculado las cuentas de Facebook e Instagram

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 left sidebar is titled 'Comercio' and includes options for 'Información general', 'Catálogo', 'Tiendas', 'Anuncios', 'Estadísticas', and 'Configuración'. The main content area is titled 'Información general' and features two notification cards: 'envidria se ha aprobado para usar "Compras en Instagram"' and 'Se ha aprobado tu cuenta comercial'. Below these are three task cards: 'Muestra tu inventario en las tiendas', 'Catálogo' (showing 93 items), and 'Estadísticas' (showing 1 click).

Comercio

- Información general
- Catálogo
- Tiendas
- Anuncios
- Estadísticas
- Configuración

Información general

envidria se ha aprobado para usar "Compras en Instagram"
Ahora puedes etiquetar productos en tus publicaciones e historias.

Se ha aprobado tu cuenta comercial
Hemos revisado y aprobado tu cuenta comercial. Ahora puedes publicar cambios en tu tienda en la [pestaña "Tiendas"](#).

Muestra tu inventario en las tiendas
Haz que sea más fácil para las personas encontrar artículos que les encantarán.

- Añade artículos al catálogo
- Personaliza tu tienda
- Publica la tienda

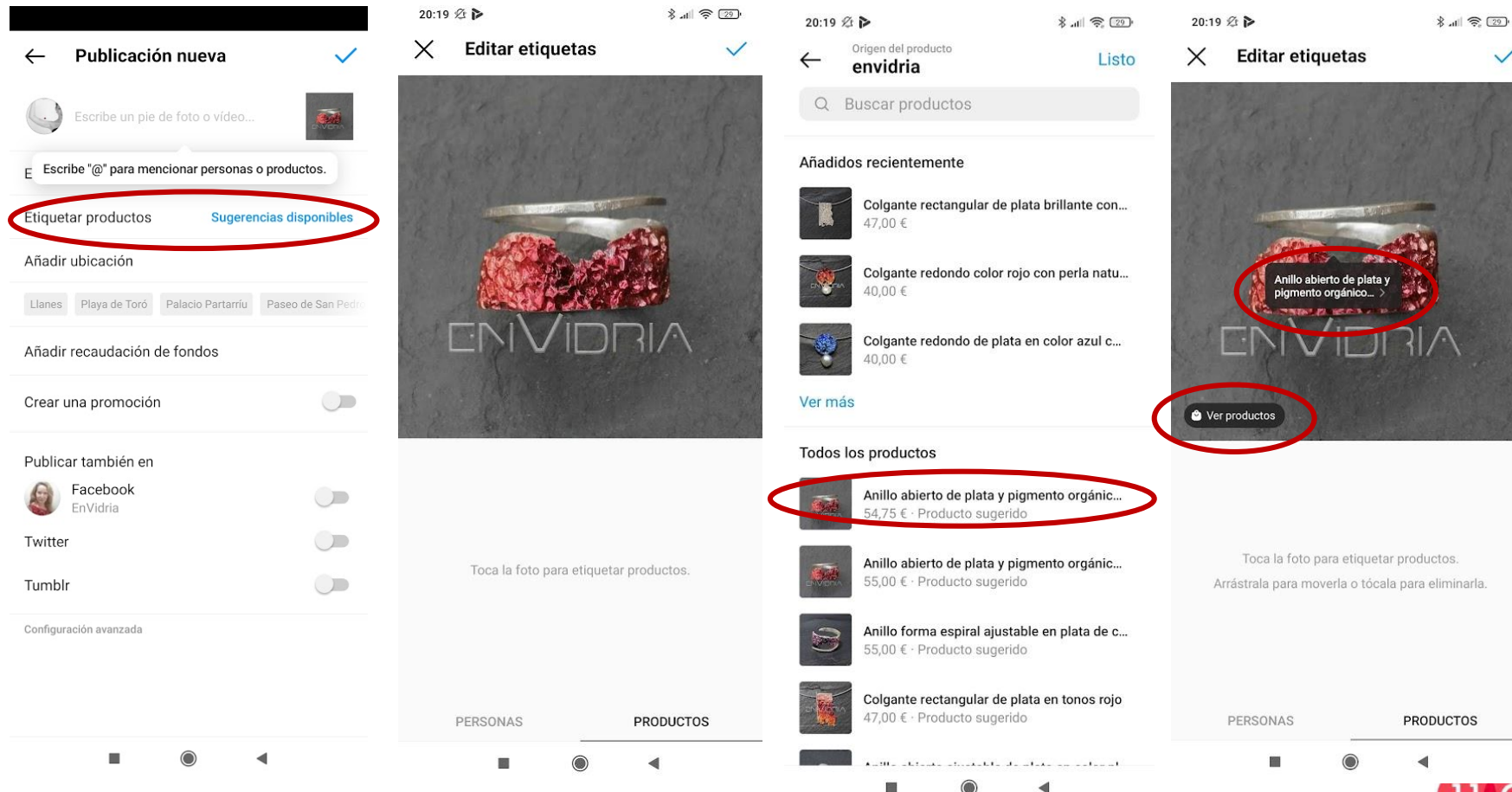
Catálogo
93 artículos en este catálogo

Estadísticas
Facebook y Instagram
Últimos 28 días

Clics en la página de detalles hacia el sitio ...
1

Etiquetar productos en Instagram

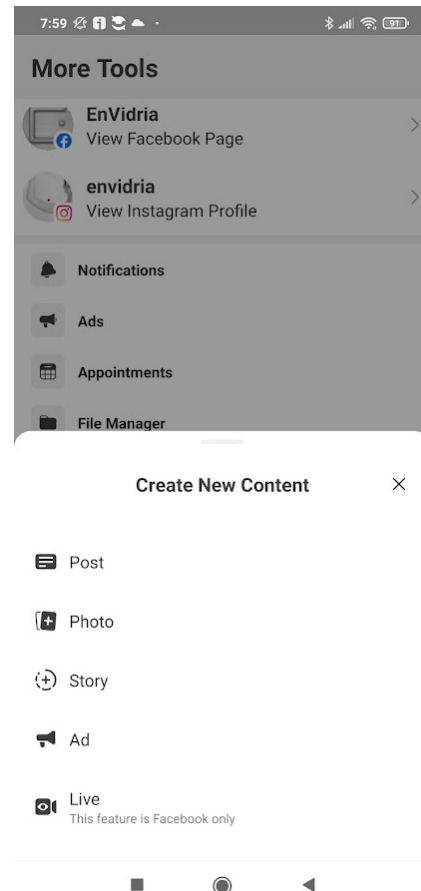
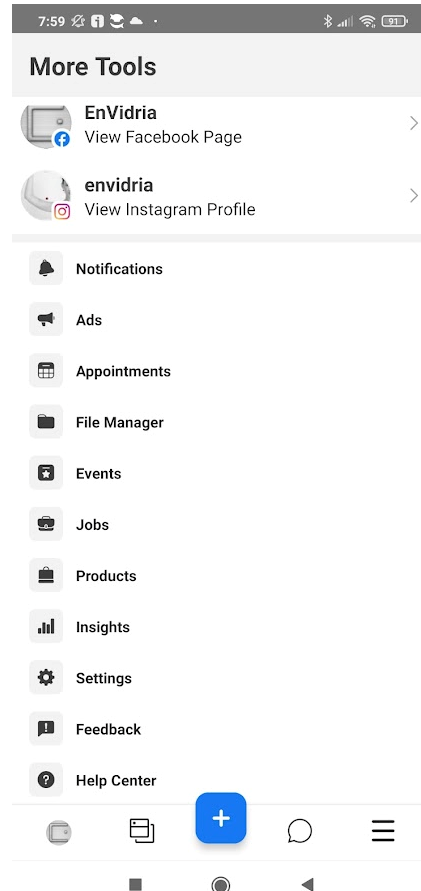
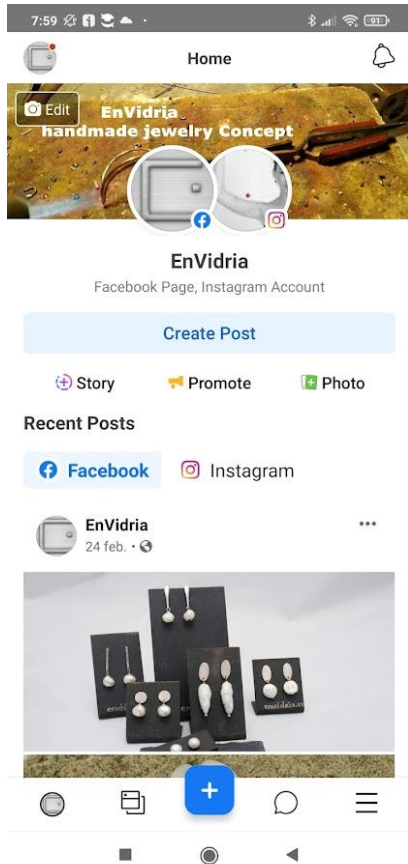
Cuando tenemos activo el catálogo en Instagram, al hacer una publicación nos dará la opción de “etiquetar productos”.



Herramientas para ayudarte con Instagram

Herramientas para ayudarte con Instagram

Desarrolladas por el propio equipo de Facebook / Instagram



- Herramienta disponible tanto para escritorio (web) como en modo app móvil.
- Recomendable **instalarla en el Smartphone** para poder acceder a toda la configuración de las cuentas, facilitar la gestión y **programar las publicaciones**.

Herramientas para Instagram

Desarrolladas por el propio equipo de Instagram



Layout: crea mosaicos con fotos



Boomerang: vídeos que se repiten hacia adelante y atrás



IGTV: han creado una app independiente para Instagram TV

Herramientas para Instagram

Layout

- Permite hacer “collages” de varias fotos en una única imagen.
- Puede ser útil para mostrar un producto y algún detalle.
- No metas demasiadas imágenes en un collage ya que:
 - Se verán más pequeñas y cada una destacará o permitirá apreciar menos los detalles del conjunto
 - Al mostrarse en Instagram, podría verse cada una demasiado pequeña, dificultando al usuario la visibilidad

Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: repost



Repost+ for Instagram

Global Leap Mobile Fotografía

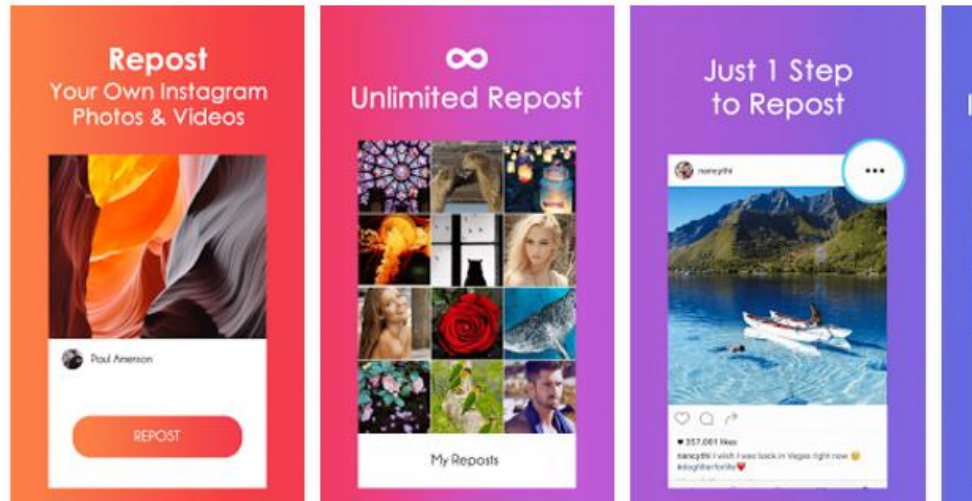
★★★★★ 1.456

PEGI 3

Ofrece compras en la aplicación

Añadir a la lista de deseos

Instalar

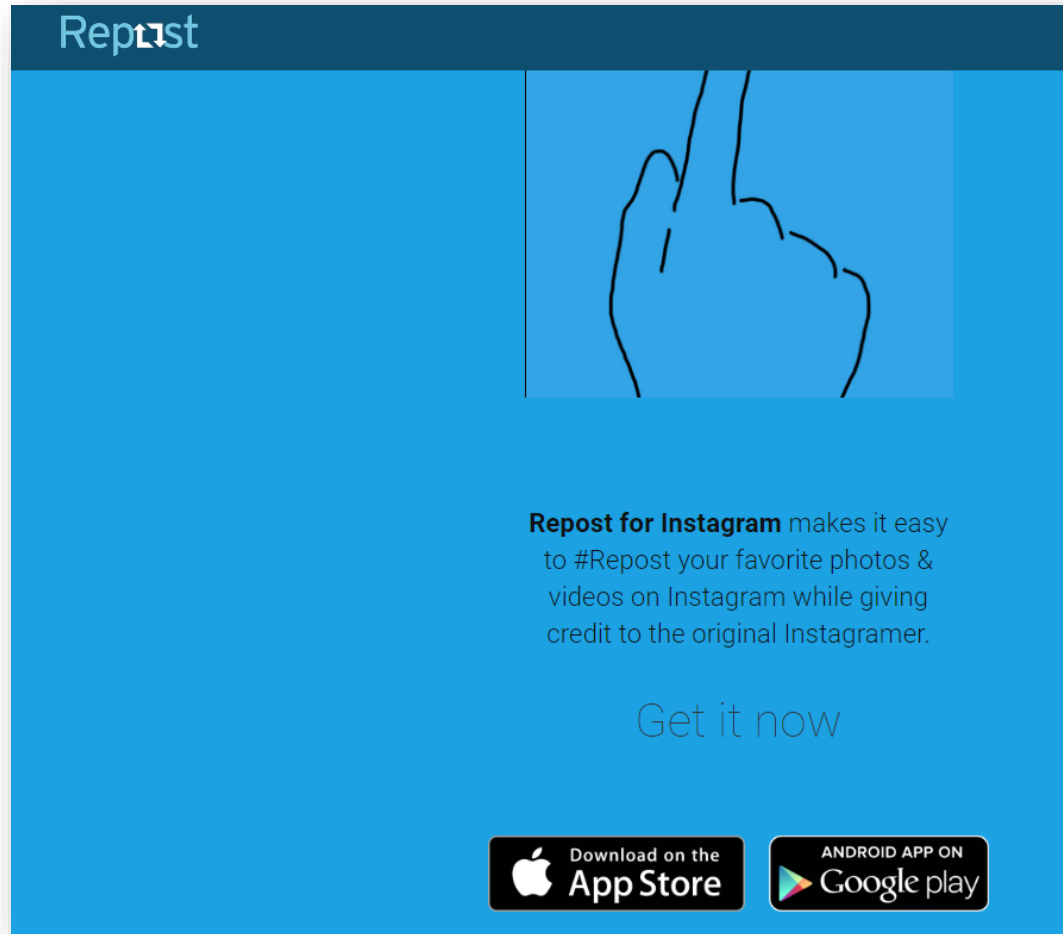


“Retuitea” contenidos de Instagram
(Android)

Herramientas para Instagram

Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: repost



“Retuitea” contenidos de Instagram (Android)

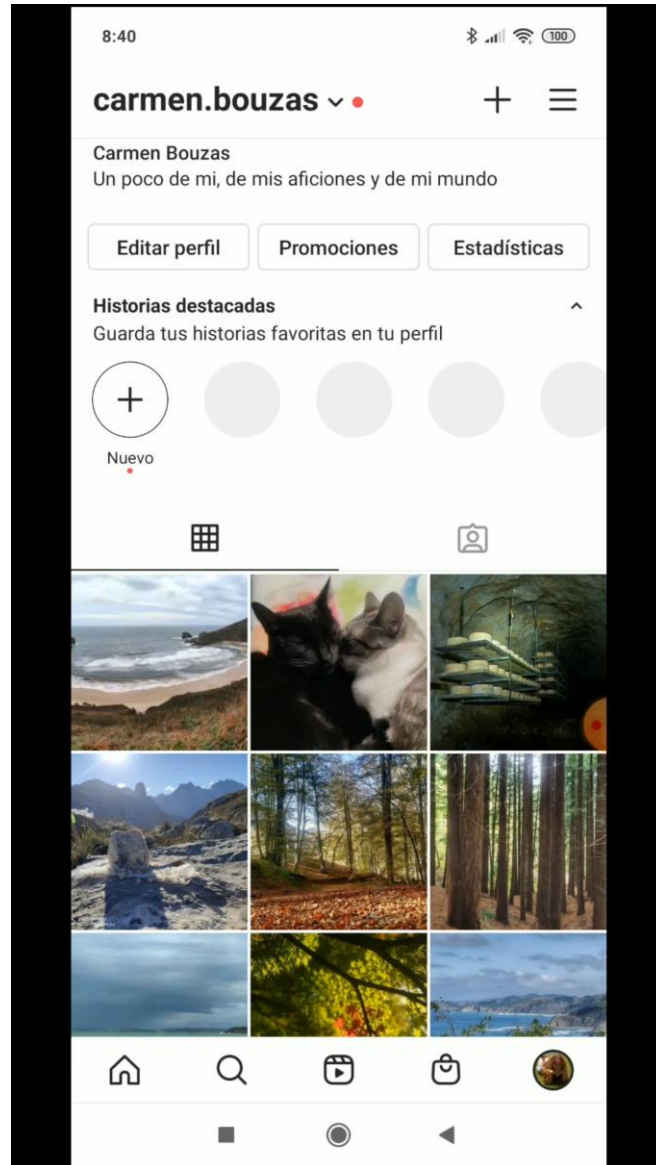
Herramientas para Instagram

Desarrolladas por terceros: hashtags



- Los hashtags son clave para incrementar la audiencia.
- Puedes apoyarte en herramientas para agrupar los que más utilices y seleccionarlos de manera rápida

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

