



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

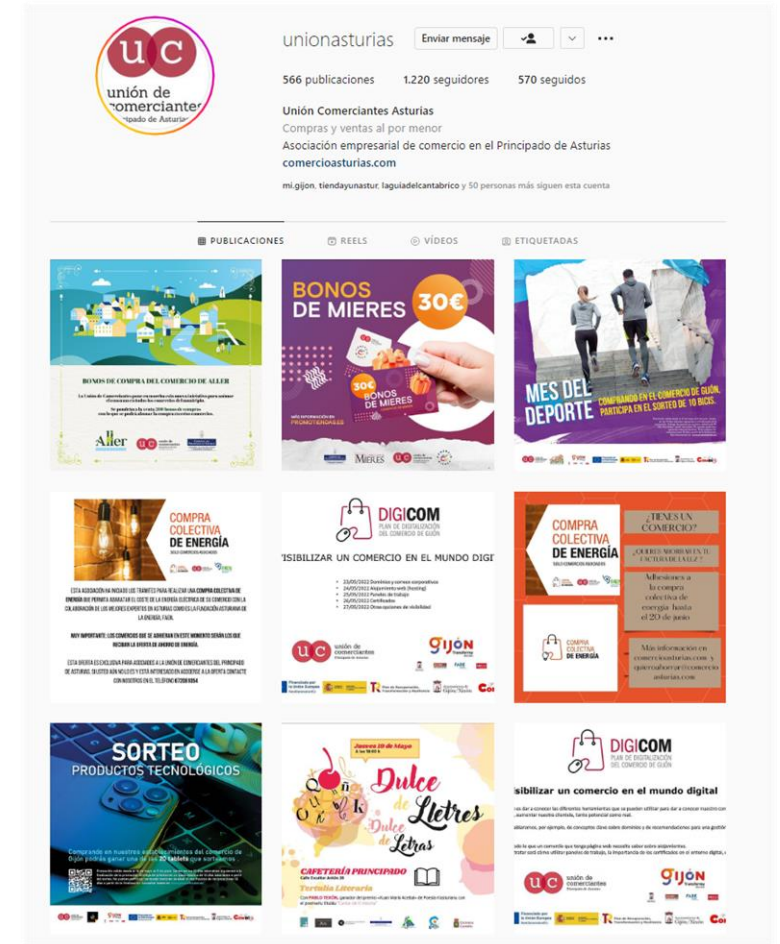
Reels de Instagram



¿Qué es Instagram?

Instagram es una aplicación que ha pasado por muchas adaptaciones y que trató de contrarrestar el crecimiento de TikTok con los reels, que además permiten publicar fotos, no solo vídeo.

La apuesta de Instagram es que las personas pasen mucho tiempo navegando entre perfiles.



¿Cómo vender en Instagram?



- Los nuevos modelos de consumo han traído un **aumento de las ventas online**.
- En España los últimos estudios del sector definen que las ventas por canales digitales representan ya el 41% de las ventas totales.
- Ofrecen la comodidad de **poder comprar en cualquier momento**, sin esperas ni colas y accediendo a miles de tiendas.

(Encuesta realizada por Forrester Research, una empresa estadounidense de investigación de mercado)

- Para los comercios, la posibilidad de tener un e-commerce o de vender a través de redes sociales, les permite **llegar a una mayor cantidad de personas**, que pueden convertirse en su clientela.
- Instagram permite crear una **comunidad fiel** a las marcas.
- Las **búsquedas** se hacen cada vez más a través de Instagram.
- El 70% de los hashtags en Instagram han sido creados por marcas.

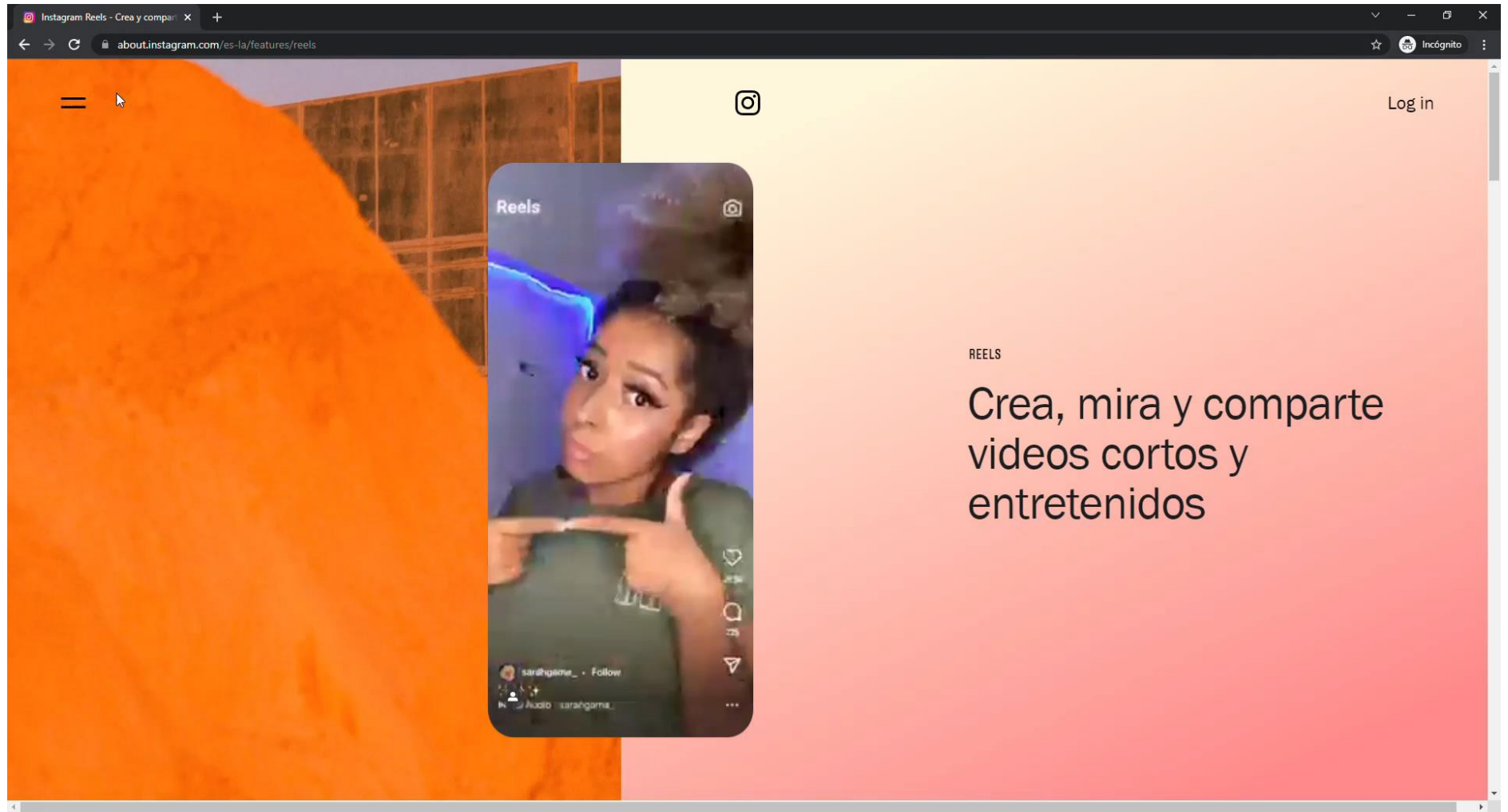
(Encuesta realizada por Forrester Research, una empresa estadounidense de investigación de mercado)





- Los **hashtags específicos** que se usan en redes sociales son una forma de utilizar palabras clave long tail, que son unas frases clave que utilizamos para describir nuestro producto y que tratan de captar búsquedas específicas, siendo más fáciles de posicionar que las keywords genéricas y, por tanto, que mejoran nuestro posicionamiento SEO.
- En general, son frases **formadas por tres o más palabras**.
- Cuando vendes en Instagram, es muy importante que utilices hashtags relacionados con tus productos, para lo que debes realizar una **búsqueda previa**.

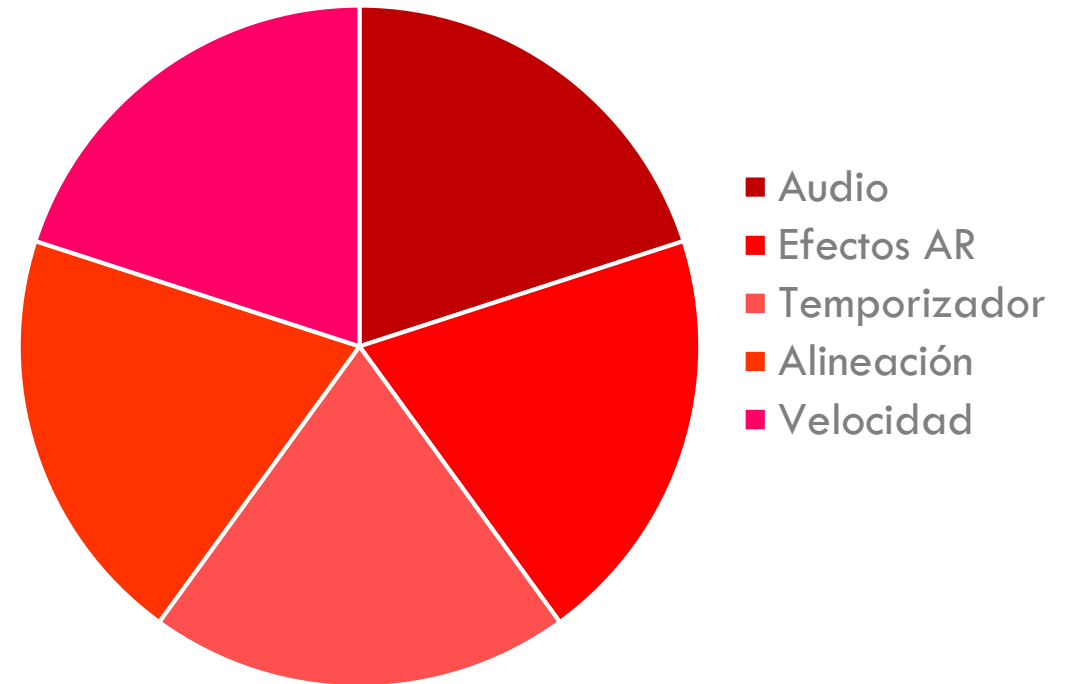
Consejos para que empieces a crear Reels



- Selecciona "Reels" en la parte inferior de la cámara de Instagram
- Verás distintas herramientas de edición creativas en el lado izquierdo de la pantalla, que te permitirán crear tu reel.



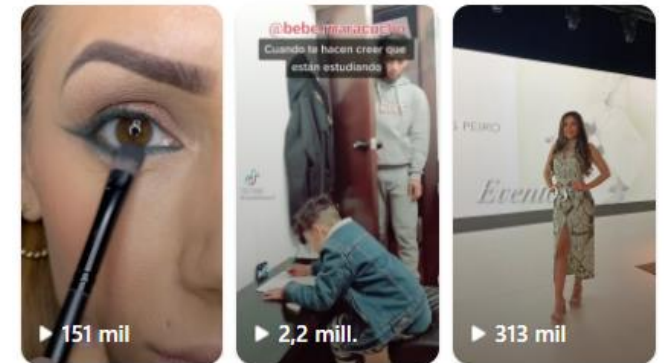
- **Audio**: Busca una canción en la biblioteca de música de Instagram. También puedes grabar un reel con tu propio audio original.
- **Efectos de AR**: Para grabar varios clips con diferentes efectos
- **Temporizador y cuenta regresiva**
- **Alineación** para crear transiciones más fluidas
- **Velocidad**: Puedes acelerar o ralentizar parte del video o del audio que selecciones para que puedas seguir el ritmo o crear videos en cámara lenta.



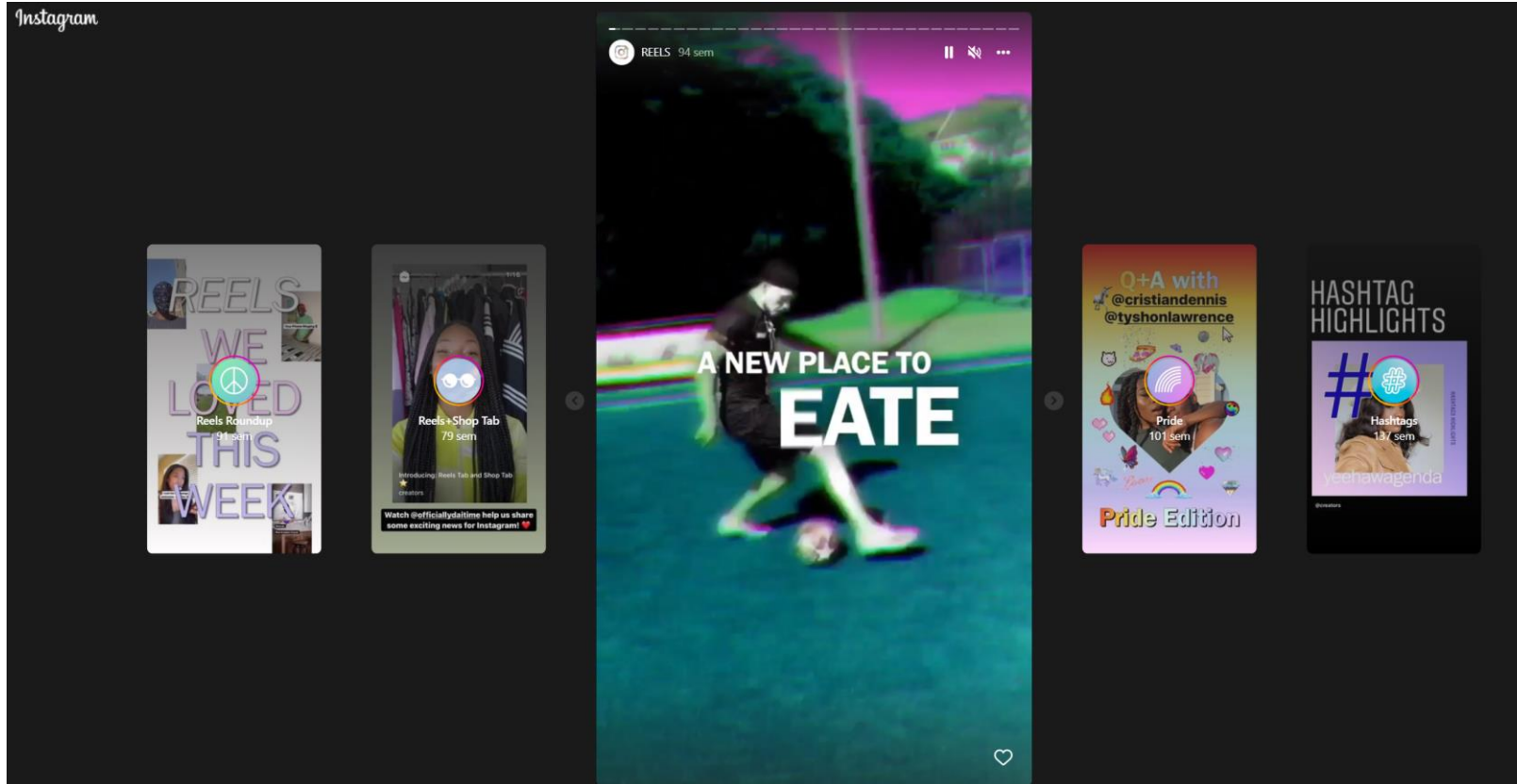
Pasos para compartir tus Reels

Puedes compartir reels con tus seguidores y conseguir que te descubra la inmensa y diversa comunidad de Instagram en la sección "Explorar".

- Si tienes una **cuenta pública**: Puedes compartir tu reel en un espacio especial de la sección "Explorar" para que lo descubra la inmensa comunidad de Instagram. También puedes publicarlo en tu feed para compartirlo con tus seguidores.
- Si tienes una **cuenta privada**: Reels respeta tu configuración de privacidad en Instagram. Si compartes tu reel en el feed, solo tus seguidores podrán verlo. Las personas no podrán usar el audio original de tus reels ni podrán compartir tus reels con otras personas que no te sigan.



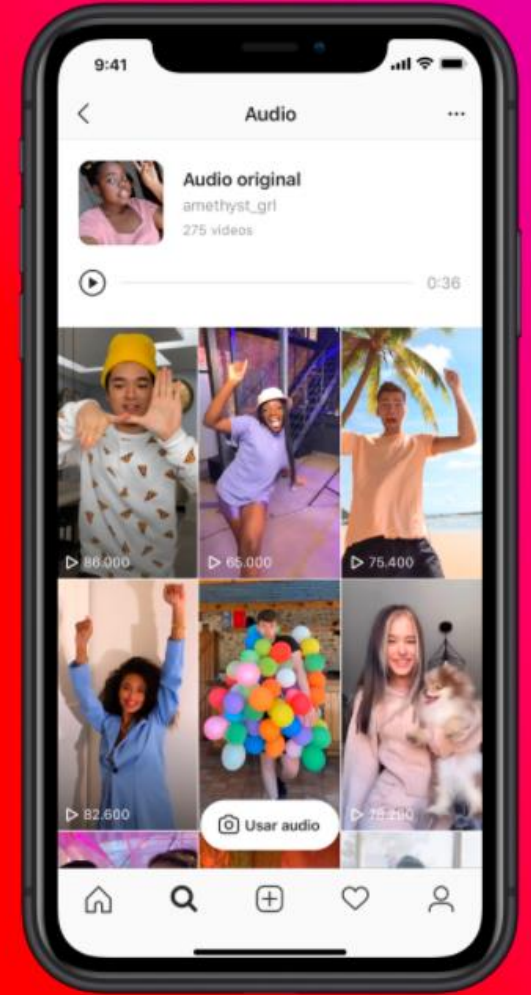
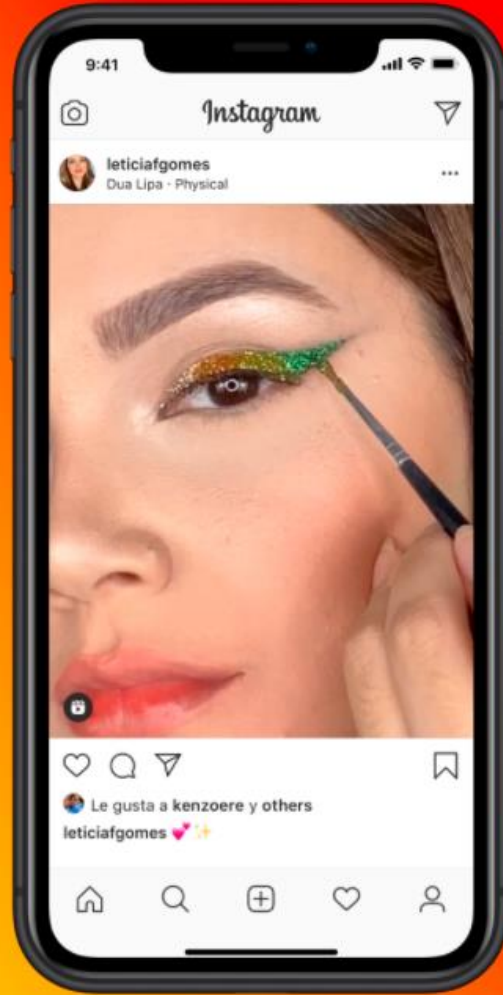
Pasos para compartir tus Reels



Cuando tu reel esté listo, ve a la pantalla para compartir, donde podrás guardar un borrador, cambiar la imagen de portada, agregar texto, hashtags y etiquetar a tus amigos.

Explora para coger ideas

Es importante que estudies qué se está haciendo en Instagram, qué formatos son tendencia, las músicas populares, cómo comunican las empresas de tu sector o tu competencia.



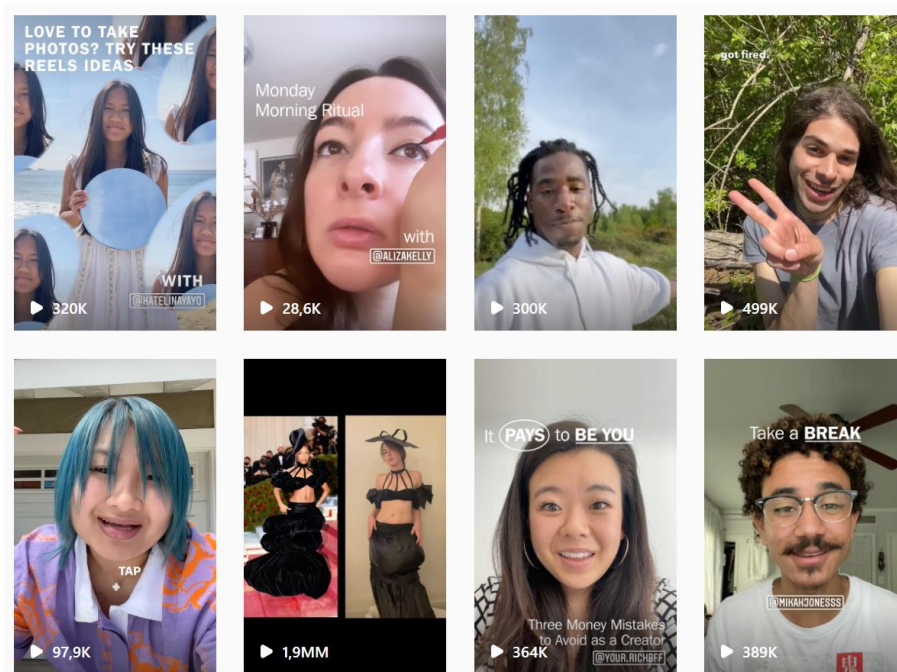
¿Cómo vender tus productos con Reels?



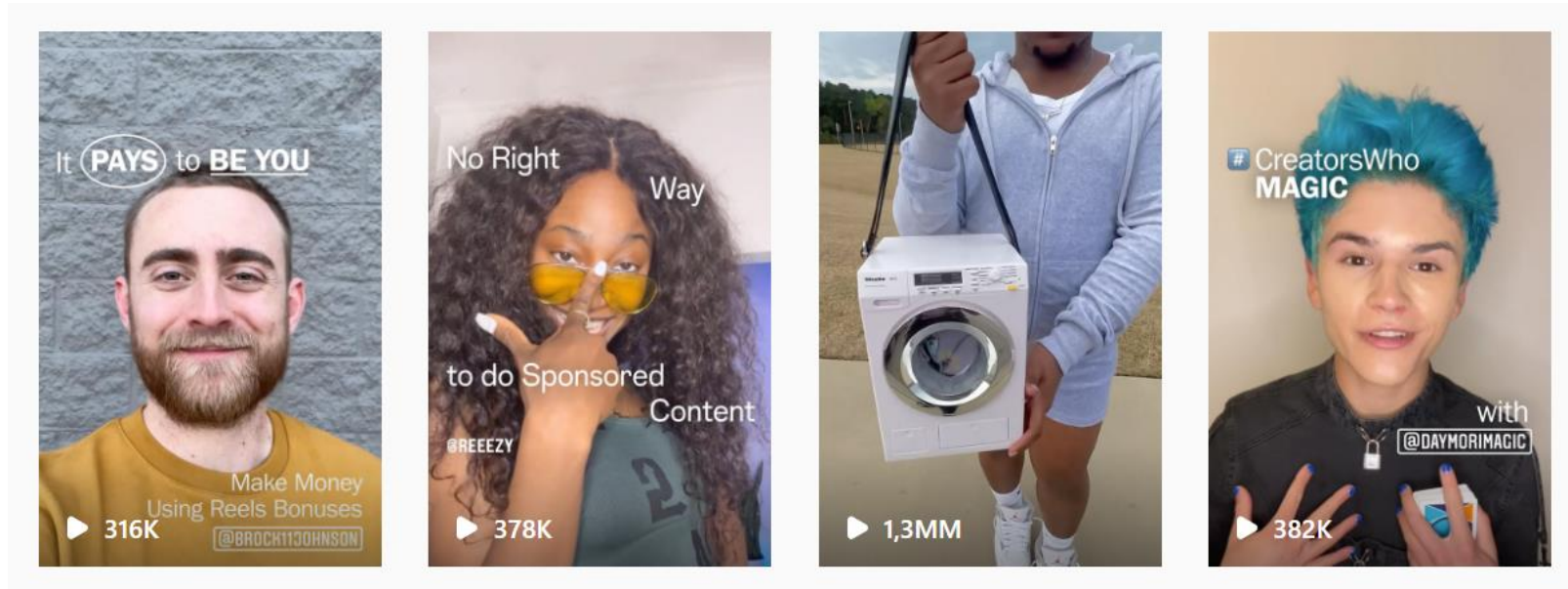
- Publicar contenidos en Reels **permite llegar a muchas más personas** que si publicamos en nuestra sección de noticias, sobre todo si lo hacemos de manera muy regular.
- Importancia de crear una **estrategia** para vender a través de Instagram Reels

¿Cómo diseñar tu estrategia para vender a través de Instagram Reels?

- **Selecciona el producto o servicio que vas a vender:** te recomendamos probar con uno, crear una estrategia específica para este y luego ir viendo qué Reels funcionan y cuáles no.
- Haz una lista con los **beneficios** que tiene: no vendas características, vende soluciones. Enseña a tu público lo que tu producto puede hacer por ellos.
- **Define tu buyer persona:** saber a quiénes irán dirigidos tus vídeos hará que tu estrategia esté mejor segmentada y por ende los Reels desarrollados para ese segmento específico.
- Crea una **lluvia de ideas con los Reels que puedas crear:** ten en cuenta tu audiencia, la música que escucha, el contenido que siguen, los trends que llaman su atención...



¿Cuáles son los Reels que venden más?



- Te recomendamos que **no todos los reels** que publiques estén claramente enfocados a ventas
- Dedicar a ese propósito aproximadamente el 20 % de tus contenidos en vídeo
- **No vendes a máquinas, vendes a humanos**

Muestra cómo se utilizan tus productos

Una estrategia que funciona para vender a través de reels es publicar vídeos que expliquen cómo se utilizan los productos. Un paso a paso hará que la clientela potencial se anime a probarlo o vea lo bien que funciona.



Aprovecha lo que está en tendencia



Usa las tendencias para vender, tanto los temas como la música, las transiciones, etc.



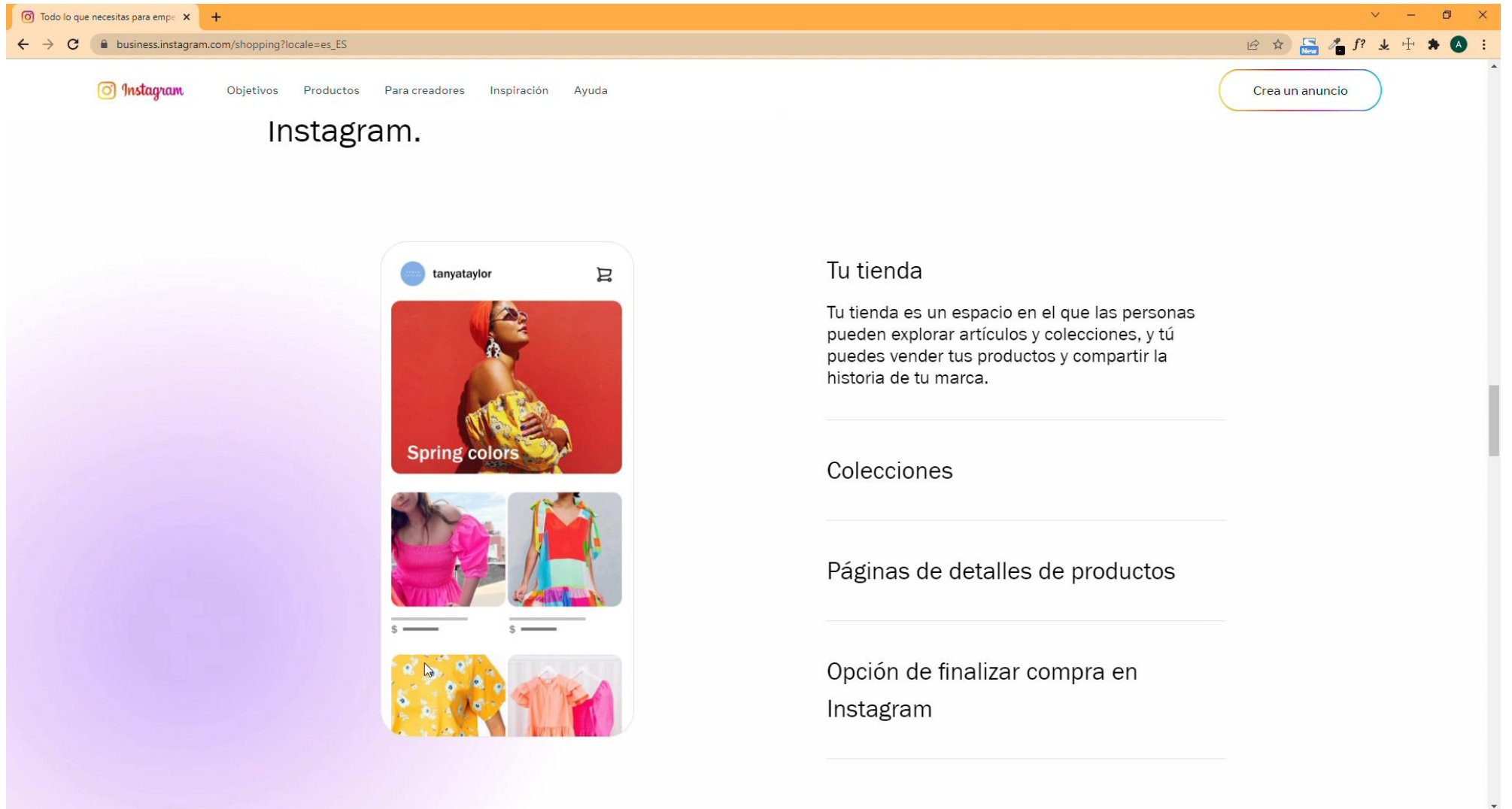
Consejos para vender en Instagram



- Publica tus productos de manera regular
- Cuenta qué es lo que te hace especial
- Si es una red visual, presta atención a la imagen
- Utiliza Instagram shopping

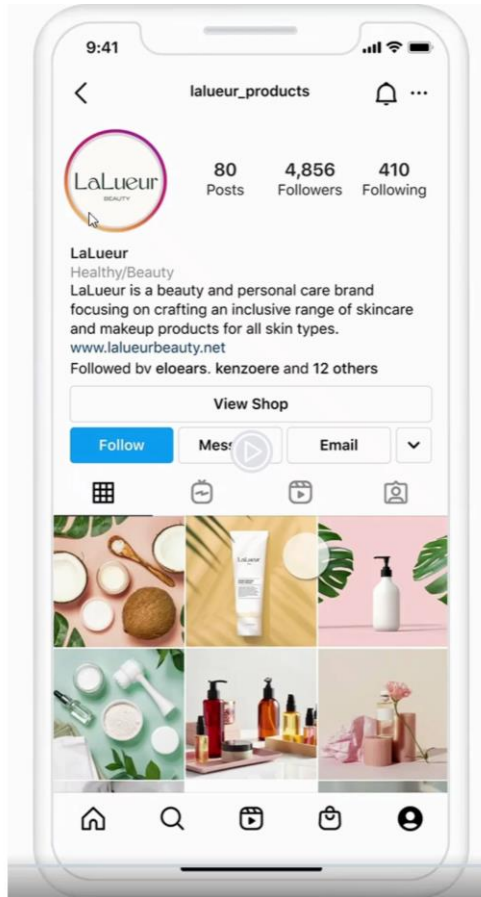
¿Cómo configurar Instagram shopping?





The screenshot shows a web browser window with the URL `business.instagram.com/shopping?locale=es_ES`. The page header includes the Instagram logo, navigation links for 'Objetivos', 'Productos', 'Para creadores', 'Inspiración', and 'Ayuda', and a 'Crea un anuncio' button. The main content area features a user profile for 'tanyataylor' with a grid of clothing items. The first item is a red background with a woman in a yellow floral dress, labeled 'Spring colors'. Below it are two rows of two items each, including a pink dress, a colorful dress, a yellow floral dress, and an orange dress. The right side of the page lists features: 'Tu tienda', 'Colecciones', 'Páginas de detalles de productos', and 'Opción de finalizar compra en Instagram'.

Beneficios de utilizar Instagram Shopping



- Ayuda a generar tráfico desde Instagram a nuestro e-commerce
- Potencia que más personas realicen pedidos
- Ayuda al SEO

Consejos para optimizar Instagram shopping

- Geolocaliza tu producto o negocio
- Vende, pero sin que se note que vendes
- No le tengas miedo a los anuncios
- Mide los resultados y replantea estrategias





DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

