



Comienza a anunciarte en Instagram

Konfío Digital Hub

Contenido

01

**Crea tu página
en Instagram**

02

**Fortalece tu
cuenta**

03

**Comienza a
anunciarte**

Existen temporalidades en las que tu negocio puede crecer de manera exponencial si creas estrategias que te permitan llegar a más clientes. El 14 de Febrero, Buen Fin, Hot Sale, Día de la Madre, son solo algunas de ellas, por eso en Konfío hemos creado **una guía que te permitirá crear campañas digitales con el objetivo de incrementar las ventas de tu negocio aprovechando las redes sociales.**

Con esta guía podrás obtener los conocimientos que te permitirán dar tus primeros pasos para implementar campañas de marketing en Instagram y dar a conocer tu producto o servicio a nuevos clientes.

Aprenderás desde cómo crear tu cuenta de Instagram hasta una campaña de publicidad dependiendo de los objetivos que quieras alcanzar.



S.E.M. Specialist

Alejandro Escamilla

Ingeniero en Telecomunicaciones y Electrónica egresado del ITESM CCM especializado durante los últimos 6 años en Marketing Digital. Cuenta con certificaciones en Google Ads, Facebook Blueprint y Google Analytics. Experto en gestión y optimización de canales de adquisición pagados en México y Latinoamérica.



01

Crea tu cuenta en Instagram

Ventajas

de Instagram

Fuente: Facebook ads Manager, [Instagram, Inc.](#)



+1 B

de usuarios
activos



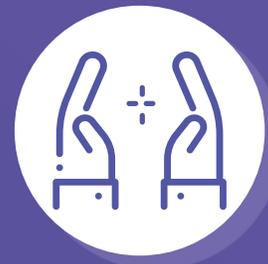
500 M

de historias
compartidas



30 %

busca productos
que ve en Instagram



80 %

interactúa con
empresas

Pasos para crear tu cuenta

01

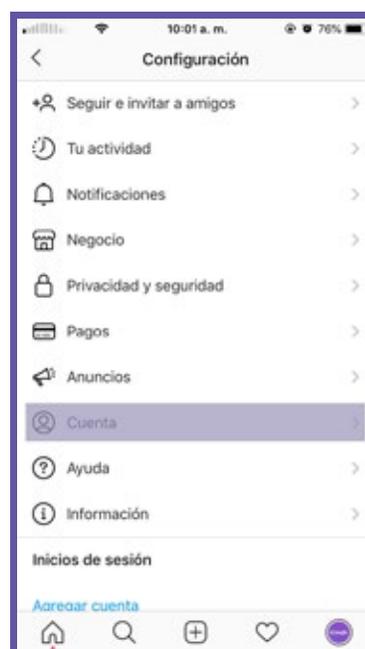
1

Dar click en **“Configuración”** en el menú superior de tu perfil.



2

Selecciona la opción **“Cuenta”**

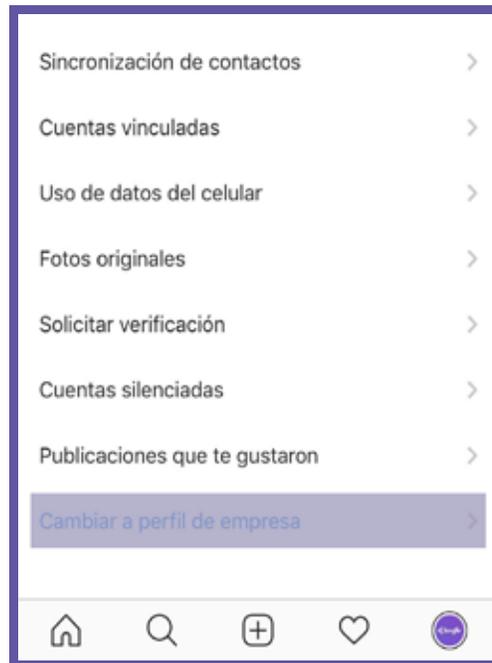


Pasos para crear tu página

01

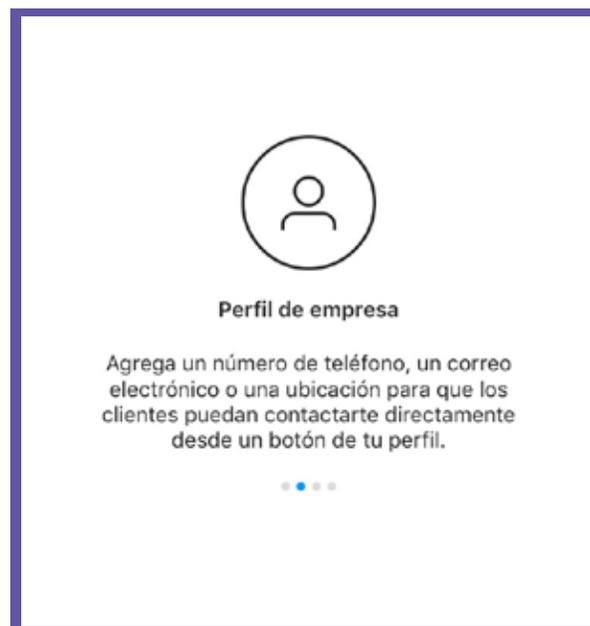
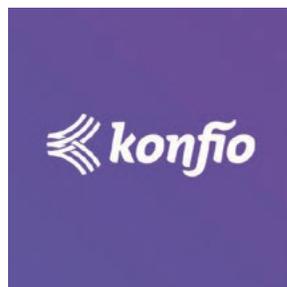
3

Elige Cambiar a perfil de empresa



4

Comparte tu información



5

Has terminado de crear tu cuenta de negocios en Instagram



02

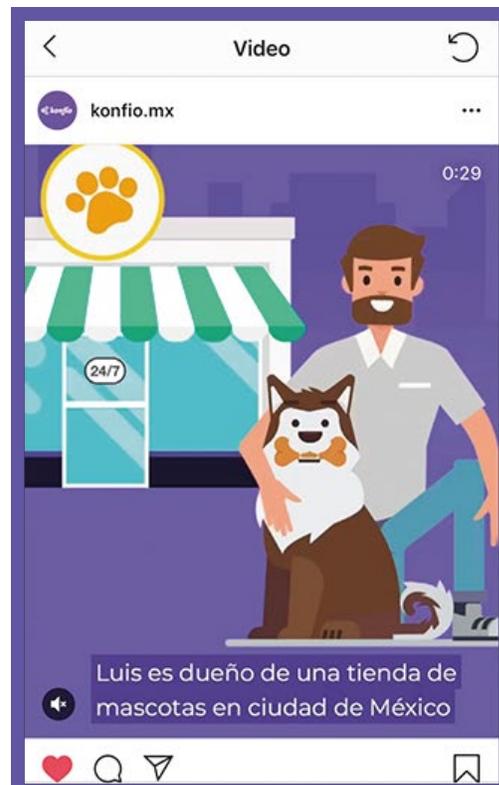
Fortalece tu cuenta

Crea contenido y compártelo

02

1

Define el tipo de "contenido" que vas a publicar

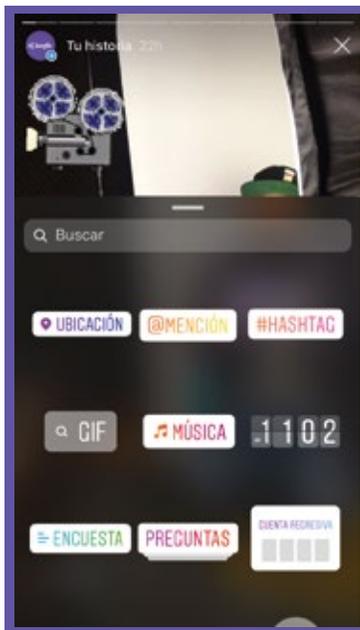


Crea contenido y **compártelo**

02

2

Utiliza las herramientas de la app
(Filtros, GIFS, emojis, y Más)



Adapta tu contenido a los formatos

02

1

Las "Stories" son fotos o vídeos verticales de 15 segundos que permanecen visibles 24 horas.



Si deseas que se queden en tu perfil puedes guardarlas como destacadas

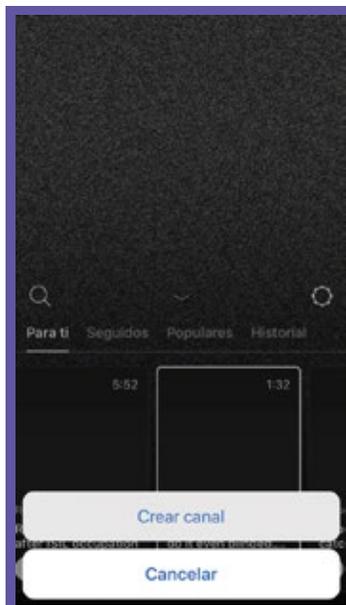


Adapta tu contenido a los formatos

02

2

IGTV es un formato de canal para compartir vídeos de mayor duración.



3

También puedes realizar **transmisiones en vivo** para compartir en tiempo real.



03

Anúnciate en Instagram

Beneficios de anunciarte



● **Medible**



● **Control de presupuesto**



● **Segmentado**



● **Accionable**

empezar?

1 • Define tu objetivo

Ejemplo: “incrementar mis ventas”, “aumentar las suscripciones a mi newsletter”, “dar a conocer mi marca/producto”

2 • Conoce a tu cliente

Ejemplo: ¿Qué rango de edad tiene? ¿Qué le interesa?, ¿Cuáles son sus pasatiempos?

3 • ¿Qué quiero comunicar?

Define el **tono y la formalidad** de la comunicación que quieres tener con tus clientes.

4 • Define tu presupuesto

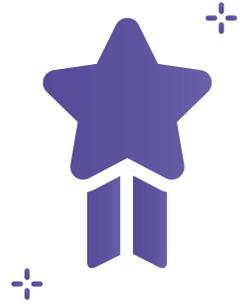
Planea con anticipación la inversión que quieres hacer para tu campaña. Puedes comenzar desde 10 MXN por día

5 • Mide tus resultados

Evalúa el desempeño de tu campaña y toma decisiones basándote en ellos (incrementa tu presupuesto, cambia tus creativos, pausa la campaña).

1. DEFINE TU OBJETIVO

Objetivos de marca



ALCANCE

La cantidad de personas que vieron tu anuncio.



INTERACCIONES

El número de usuarios que toma una acción (dar click, compartir, comentar) en tu anuncio.



REACCIONES

El número de personas que reaccionan (marcan un "me encanta") a tu anuncio.



COMENTARIOS

El número de personas que escribe un comentario en tu anuncio.

Objetivos de ventas



RESULTADOS

El número de personas que concretaron el objetivo de tu campaña (ventas, registros, solicitudes)

03



COSTO POR RESULTADOS

Cuánto te está costando que una persona concrete el objetivo de tu campaña. Se calcula como: $(\text{costo total} / \text{número de resultados})$



TASA DE CONVERSIÓN

La proporción de los usuarios que concretan el objetivo de tu campaña en relación a los usuarios que llegan al sitio provenientes del anuncio. Se calcula como: $(\text{número de resultados} / \text{usuarios que visitan el sitio provenientes de la campaña})$



TASA DE CLICS

La proporción de usuarios que le da clic al anuncio en relación a los usuarios que ven el anuncio. Se calcula como: $(\text{clics totales} / \text{alcance})$

2. CONOCE A TU CLIENTE

Segmentación

Sociodemográficos



Edad, género, ubicación, grado de estudios, fecha de cumpleaños, situación sentimental.

Intereses



Catálogo de categorías determinadas por Instagram para segmentar a los usuarios.

Conexiones



Encuentra más personas basándote en cómo se conectan con tu negocio. Usuarios de tu página, de tu app o interesados en uno de tus eventos creados. Es posible segmentar también a amigos de estas personas.

Ubicación del anuncio



Es posible elegir dónde saldrá tu anuncio por dispositivo móvil (android o iOS), computadora, o plataformas adicionales (facebook, instagram, facebook messenger).

3. ¿QUÉ QUIERO COMUNICAR?

Formatos

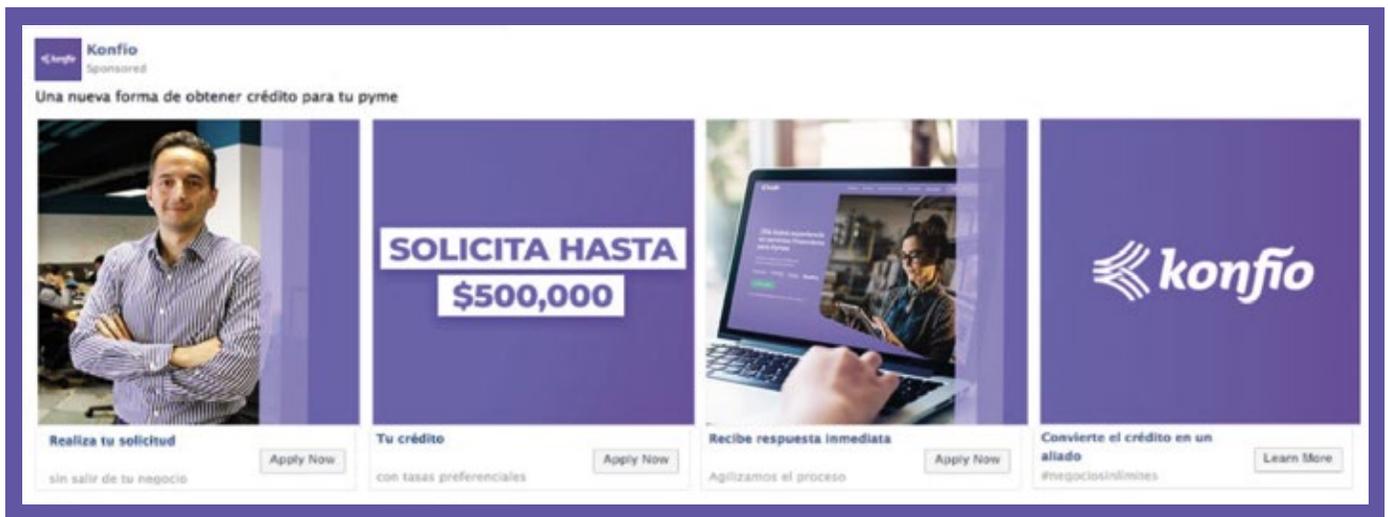
Imagen



3. ¿QUÉ QUIERO COMUNICAR?

Formatos

Carrusel



Video



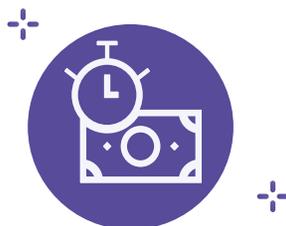
4. DEFINE TU PRESUPUESTO

Costos



Presupuesto

Se fija un presupuesto por cada campaña y puede ser diario o por el tiempo que dure la campaña activa.



Oferta automática

La plataforma hace una oferta automática con base en el presupuesto configurado para que tus anuncios se muestren una vez que se active la campaña.



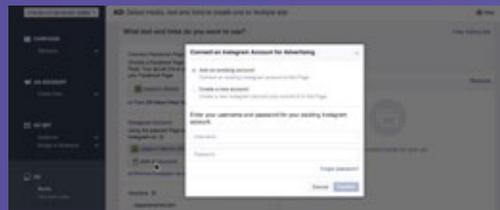
CPM

La plataforma tiene como unidad de cobro el CPM (costo por millar de impresiones). Es decir, te cobrará cada vez que tu anuncio se muestre 1,000 veces.

5. MIDE TUS RESULTADOS

Creación y medición

Para poder hacer una campaña en Instagram debes contar con una pagina de negocios en Facebook y conectar ambas.



En la plataforma de anuncios de facebook (Facebook Ads Manager) es posible gestionar y medir el desempeño de tus campañas. Es importante configurar el reporte para que muestre las métricas relevantes para cada tipo de campaña y red social.

Información general de la ...									
Campañas 1 seleccio...									
Conjuntos de anuncios par...									
Anuncios para 1 Campaña									
Columnas: Personalizado Desglose Exportar									
✓	Nombre de la campaña	Alcance	Reacciones a la publicación	Comentarios de la publicación	Me gusta de la página	Interacción con una publicación	Participación en la página	Mejora estimada de recuerdo del anuncio (personas)	Índice de mejora estimada de recuerdo del anuncio
✓	Marca	---	---	---	---	---	---	---	---
	⚠ Resultados de una campaña Cargando...		---	---	---	---	---	---	---

Para una campaña de ventas, el reporte muestra resultados, costo por resultado, tasa de conversión y tasa de clics.

Información general de la ...									
Campañas 1 seleccio...									
Conjuntos de anuncios par...									
Anuncios para 1 Campaña									
Columnas: Personalizado Desglose Exportar									
✓	Nombre de la campaña	Alcance	Resultados	Costo por resultado	Proporción de resultados	Clics salientes únicos	Costo por clic saliente único	CTR saliente único (porcentaje de clics)	
✓	Ventas	---	---	---	---	---	---	---	---
	⚠ Resultados de una campaña Cargando...		---	---	---	---	---	---	---

En Konfío creamos nuevas soluciones que apoyan a los empresarios a mejorar sus finanzas y exponenciar su crecimiento. Además de ofrecer crédito en línea para pymes, creamos herramientas que ayuden a fortalecer los negocios en México.

Para conocer más herramientas de crecimiento ingresa a konfio.mx/tips