

20 consejos para ganar seguidores en Instagram que lean tus contenidos

Instagram se ha convertido en una fuente tanto de utilidades reales como de ilusiones no satisfechas, todo depende del estilo de negocio que tengas y por supuesto de lo ajustada que esté tu grupo de seguidores al producto o servicio que vendes.

1. Conecta tu Instagram a otras redes sociales

Para divulgar tu perfil y aumentar el número de seguidores, la primera cosa que debes hacer es conectar tu cuenta a tus otras redes sociales.

Para eso, ingresa al área de opciones de la aplicación, escoge “cuentas enlazadas” en Configuraciones y luego selecciona las alternativas de tu preferencia.

Así podrás compartir tus imágenes en otras plataformas como Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr, Swarm, VKontakte, Ameba y Ok.ru. Aumentando el alcance de tus publicaciones y la oportunidad de ser visto y descubierto por otros usuarios.

2. Aprende a usar los Hashtags

Un Hashtag surge del símbolo numeral (#) con alguna palabra que quieras presentar como descripción de aquella publicación.

Ya debes haber visto por ahí algunas súper populares como *#lookdeldia* o *#instafood* en publicaciones de Instagram, Twitter y hasta el mismo Facebook.

El uso adecuado de este recurso permite a los usuarios encontrar tu negocio con mayor facilidad. Además de permitir la organización de tu contenido por categorías dentro de la red.

Intenta siempre utilizar hashtags que tengan relación directa con tu imagen y evita las inundaciones.

Por más que eso aumente el alcance de tu negocio, confunde la experiencia del usuario que ya acompaña tus publicaciones.

En caso de que igual que quieras usarlos, puedes hacerlo en el área de los comentarios de tus publicaciones sin contaminar la línea de tiempo de otra persona.

3. Busca fotos que de verdad sean interesantes

Otro factor que hace toda la diferencia en el *engagement* de los usuarios de Instagram es la calidad de las fotos que publicas.

No tengas miedo de usar ángulos, ni en experimentar una buena iluminación u optar por la buena calidad a la hora de tomar tus fotos. Ese diferencia puede garantizar un gran número de “me gustas” y llamar la atención de quien esté paseándose por la línea de tiempo.

También es fundamental la definición de una identidad visual específica para tu negocio, así tendrás más posibilidades de

tener una foto reconocida como tuya en cualquier lugar de la red social..

¿Quieres un ejemplo? Mira la cuenta de @RockContent y mira cómo las fotos, videos e imágenes tienen un patrón bien definido. Eso ayuda a establecer un vínculo mucho más fuerte con el usuario.

Recuerda también que es fundamental entender qué es lo que tiene éxito con tu buyer persona. Experimentar es la clave para el alineamiento de tu marca con los intereses del público, y ese es un paso importante a la hora de garantizar el *engagement*.

4. Estar presente en la red

Tu presencia en las redes sociales es muy importante a la hora de mantener el público interesado en tu contenido. De nada sirve que sigas todos los consejos, publiques fotos increíbles y hagas los mejores comentarios **solo una vez por semana**.

Para aumentar la tasa de *engagement*, necesitas ser un *heavy user* de la red social. No economices en los “me gusta” en las fotos de otros usuarios, comenta cuando tengas algo relevante que decir (sin publicidad disfrazada de comentario) y mantén un buen ritmo de publicación.

También vale compartir imágenes de otras cuentas en tu área de actuación. Quién sabe, así puedes ganarte luego la mención con un enlace hacia tu perfil.

5. Alimenta el *engagement* en tu cuenta

Tus publicaciones no recibirán interacciones si no tomas la iniciativa. Por tanto, da un primer paso y estimula esos nuevos contactos. Dale “me gusta”, comenta y marca las fotos más geniales que encuentres, siempre optando por publicaciones que tengan relación con tu negocio o de personas influyentes en el área.

Una buena alternativa **es comenzar conversaciones con los usuarios en tus propias publicaciones**, o también saber responder a quien dedica tiempo para comentar en tus fotos. Así muestras que estás activo y te importan los visitantes.

6. Aprovecha la alternativa de las publicaciones patrocinadas

Así como en los anuncios para Facebook, el uso de publicaciones patrocinadas por Instagram, permite la segmentación del público de interés, lo que optimiza, y mucho, los resultados de tus campañas.

Aprovecha las posibilidades abiertas de inserción de mensajes patrocinados para dar a conocer eventos, ofrecer ventajas y llamar la atención del público que todavía no sigue tu negocio, garantizando así, que más usuarios tengan acceso a tus novedades.

No obstante, no te olvides de que esa alternativa requiere de una inversión proporcional al éxito de tu campaña, y necesita ser muy bien planeada para generar los resultados deseados.

7. Varía de contenido

Experimenta variar el formato de tus publicaciones, valiéndote de las alternativas de video e imagen que pueden ser subidas a Instagram.

Cuando están bien elaborados, los videos tienen una tasa de *engagement* tres veces mayor que en las fotos, por lo tanto, haz buen uso de la herramienta y esmérate en la edición para que los usuarios interactúen con la marca.

Se vale todo: demostraciones de productos, *making of*, entrevistas, vista previa de los lanzamientos y todo lo demás que tu marca puede producir. Lo importante es ser consciente con tu propuesta de marketing.

8. Aprende de la competencia

¿Conoces alguna acción súper genial que tu competidor hizo y generó gran resultado? Pues, tu puedes y debes aprender de esto y aplicar lo que puedes absorber en tu propio negocio.

Pero, ¿y si las acciones fallan? Ellas también necesitan ser analizadas y, créelo o no, puede terminar enseñando mucho más que el éxito de la competencia.

Eso porque este tipo de análisis será fundamental para que **entiendas mejor el público con el cual tu competencia lidia** y que, en algún momento, puede acabar volviéndose el tuyo.

Por eso, sigue a la competencia y mantente atento a todo y cualquier interacción en la red. Comentarios, “me gusta”, publicaciones y acciones diferenciadas necesitan ser monitoreadas todo el tiempo para que no quedes atrás.

9. Aprende a administrar tus cuentas

Existen varias aplicaciones que ayudan en la gestión de tus cuentas en Instagram. Con múltiples cuentas activas, queda mucho más fácil mantener la frecuencia de publicaciones; además del acompañamiento que se hace del comportamiento de cada una.

Apps como Latergram, Instamizer, TakeOff, Machinegram y Schedugram, por ejemplo, ayudan en ese proceso de monitoreo y pueden, inclusive, garantizar algunas funciones extras como el agendamiento de las publicaciones.

Existe una enorme diversidad de aplicativos que pueden ser útiles, como InstaCommentor, que monitorea y administra los comentarios. InstaFollow, que revela quien ha dejado de seguir la marca.

Queda como tarea del responsable de la página descubrir cuáles

son las mejores herramientas disponibles para tu negocio.

10. Elabora un calendario editorial

La organización es la clave para el éxito de cualquier estrategia de marketing digital, **y un calendario editorial puede economizar tiempo y garantizar una buena distribución de contenido a lo largo del año** y, principalmente, en fechas especiales como Navidad, Pascuas o el cumpleaños de la empresa.

Es claro que existen publicaciones de momento, pero es extremadamente importante definir el contenido a ser exhibido previamente.

Al final, una buena estrategia exige tiempo para ser planeada y, con un buen calendario desarrollado, puedes alterar el guion en cualquier situación fuera de lo común.

11. Encuentra el tono de tu marca

No insistas en intentar repetir la misma fórmula: cada negocio tiene un tono específico para tratar a su público, y eso depende tanto de la manera como te posicionas delante de tu persona como de la manera en cómo ella consume e interpreta tu marca.

Por eso, es necesario adaptar la manera en cómo te comunicas con base a la edad, al nicho y en el tipo de producto ofrecido para garantizar que ella pueda crear un sentido de identificación en el perceptor.

La informalidad y el uso de jergas pueden no ser lo ideal para todos los segmentos. De ahí es válido experimentar y ver lo que realmente funciona con tu negocio.

12. Apoya causas sociales

No tengas miedo de adherirte a algún movimiento interesante

para las redes sociales. Es importante evaluar la posición ideológica de tu empresa y así entonces mostrarte empático en las luchas por las mejoras sociales.

¿Tu empresa actúa en la rama de las tiendas de mascotas? Considera promover campañas de adopción de animales y producir contenido de concientización. ¿Tu negocio está envuelto con la producción de eventos? Planea acciones beneficiaras para identidades reconocidas.

El posicionamiento inteligente ayuda en el *engagement* y comunicación con tu público, además de promover **acciones por un mundo mucho mejor.**

13. Interactúa con otras marcas

Los seguidores no son el único público de una empresa B2C. La interacción con otros *stakeholders*, como los socios de negocios, proveedores y hasta la misma competencia, puede ser una excelente estrategia para expandir las posibilidades comerciales y ayudar en la promoción de tu marca.

Existen diversos ejemplos de casos de interacción entre marcas en las redes sociales envolviendo grandes empresas. Comentarios, citas y hashtags son siempre bienvenidos en estos casos e incluso pueden traer algunas asociaciones y guestposts interesantes en Instagram.

14. Entiende cómo funciona la red

Saber los datos y principales estadísticas de Instagram ayudan a la hora de planear tu guion para la red.

Claro que esa familiaridad solo cambia con el hábito constante de publicaciones e interacciones, pero puedes tomar un atajo y aprovechar algunas informaciones valiosas para quien está llegando ahora a Instagram:

- *“El 50% de los textos de Instagram son acompañados por*

algún Emoji.” Vía SproutSocial

- *“Fotos que muestran algún rostro tienen un 38% más de likes que otros tipos de fotos” Vía Gatech*
- *“Imágenes con espacio negativo grande generan un 29% más de likes que aquellos con poco espacio libre” Vía SproutSocial*
- *“Las publicaciones que usen tanto Hashtags como la ubicación definida en el mapa, generan mucho mas engagement que las otras” Vía Simplymeasured*
- *“Un estudio de 55 marcas activas en Instagram registraron que el promedio de publicaciones es de uno y medio por día” Vía UnionMetrics*
- *“Los usuarios pierden, en promedio, 70% de lo que es publicado diariamente por las cuentas que siguen.” Vía Instagram*

Claro que eso es apenas una introducción básica. Con el tiempo entenderás mejor cómo se comporta tu público y tendrás mucho más material para planear tus estrategias de marketing en la red social.

15. Promueve sorteos exclusivos

Una de las maneras simples de conseguir nuevos seguidores es por medio de la realización de sorteos que soliciten compartir el contenido. Por Facebook y Twitter esa acción es simple, pero por Instagram puede no serlo tanto.

No obstante, puedes sugerir, por ejemplo, que los interesados en la promoción sigan tu cuenta y compartan una foto específica por medio de Regrann, una aplicación específica para ello.

Sin embargo, en caso de que prefieras, es posible aprovechar la inmersión de las redes y solicitar en la promoción, que las personas compartan tu foto en Instagram a través de Facebook utilizando algún hashtag propio para el evento.

Lo ideal aquí es saber **cómo se comporta tu persona** con el fin de conseguir los mejores resultados. En caso de que un formato de sorteo no haya generado el *engagement* esperado, experimenta alternar el premio, las redes integradas, el plazo para el sorteo, las condiciones de participación, etc.

16. Monitorea y analiza los resultados constantemente

El análisis de los resultado es una estrategia extremadamente eficiente en cualquier tipo de medio (digital). Y es claro que eso no sería diferente por Instagram. Existen varias herramientas que auxilian en la colección de datos de la plataforma, como Iconosquare, SimpleMeasured, InstaFollow, Union Metrics y Crowdfire.

Definir metas y métricas es uno de los principales pasos en la formulación de tu estrategia online, y estas son esenciales para el acompañamiento de los resultados y visualización de la necesidad del cambio de posicionamiento.

Por eso, enfócate en construir metas realistas a corto y largo plazo, de modo que sea posible observar la evolución de tu negocio sin dejar de garantizar espacio para reformulaciones de emergencia.

17. No tengas miedo a las pruebas

Con el soporte ofrecido por la colección de datos, métricas y otras informaciones, la realización de pruebas para la readecuación de la estrategia online queda mucho más fácil.

Haz publicaciones semejantes en horarios o días diferentes y observa cuál tiene el mejor desempeño. Analiza el tamaño del texto, lenguaje, calidad de las imágenes, mix de contenido, uso de hashtags, etc, y descubre cuáles poseen mejores índices de *engagement*.

Anota tu resultado y descubre cómo tu persona se comporta con respecto a tu marca y no tengas miedo de arriesgarte. Si los resultados no están variando, vale la pena también considerar hacer una investigación con tu público para saber, directamente, cuáles son los puntos fuertes y flacos de tu estrategia en Instagram.

18. Personaliza tu perfil

El espacio destinado para la biografía en Instagram puede ser utilizado por tu empresa de manera inteligente y estratégica. Aprovecha esta área para enlistar los principales links de tu negocio, priorizando el sitio web, blogs y por último, redes sociales como Facebook, por ejemplo.

19. Encuentra el tiempo perfecto para tus publicaciones

El tiempo es otro factor que debe ser considerado a la hora de publicar cualquier contenido. Como la red está organizada de manera cronológica, es importante **aprovechar las horas pico** y distribuir bien tus publicaciones de modo que maximice las oportunidades de visualización.

El tiempo también vale para las fechas conmemorativas, campañas de concientización y fechas comerciales como: Black Friday y Cyber Lunes, por ejemplo. Por lo tanto, mantente atento y no desperdicies la oportunidad de publicar algo bien alineado.

20. Descubre las aplicaciones satélites de Instagram

Instagram posee dos aplicativos satélites: Layout, utilizado para reorganizar más de una foto dentro de un mismo cuadro, y Boomerang, utilizado para crear pequeñas animaciones en loops con tus videos.

Ambos permiten que exportes el contenido para Instagram y los pone a disposición de tu línea de tiempo, creando publicaciones diferenciadas que pueden ayudar en la tasa de *engagement*.

21. Aprovecha las funciones de geotagging de la red

La información geográfica puede ser extremadamente interesante para un negocio, pero principalmente para los productos y servicios que poseen puntos específicos de venta o promoción de eventos.

Por lo tanto, siempre que publiques una foto, muestra a tus seguidores dónde esta fue tomada. No tengas miedo de marcarlo en tu mapa. Muchos usuarios hacen búsquedas por locales próximos, y esa puede ser una óptima oportunidad de conseguir más visualizaciones.

Además de eso, también podrás usar esa alternativa para filtrar a los usuarios y saber quién está en las proximidades de tu negocio.

22. Utiliza más de un canal para promover tu perfil en Instagram

Si tu empresa tiene otras redes sociales puedes aprovecharte de su alcance para divulgar el perfil de Instagram. Siempre que compartas una foto, por ejemplo, intenta poner el link del Instagram, distribuye algunos Hashtags o indica un atajo en los perfiles de las redes.

Si posees un mailing, invita a tus contacto a seguir también Instagram. Es igualmente válido para el blog, sitio oficial y material gráfico como banners, outdoors y flyers. Mezclar las estrategias online y offline de tu negocio, puede ser la clave para el éxito en las conquistas de más seguidores en Instagram.

23. Explora el potencial de Instagram Stories

Instagram Stories fue la última actualización de peso en la red, **más si necesitas estar presente y enganchar con tu marca.**

Esa alternativa permite que, así como en Snapchat, grabes videos pequeños o tomes fotos con la diferencia del tiempo de expiración de 24 horas. Es decir, todo contenido que subas a la línea Stories de Instagram expirará dentro de un día, quedando inaccesible para otros usuarios de la red.

Con Stories puedes invertir en cupones con fecha de validación, contenido exclusivo detrás de cámaras y adoptar un tono más bien informal para tus publicaciones.

24. Haz Guest Posts

Eso mismo que acabas de leer. Por Instagram también se vale la regla del Guest Post, y esa puede ser una óptima alternativa para crear nuevas relaciones de trabajo y garantizar más seguidores en tu perfil.

Experimenta fotografiar el producto de la empresa asociada junto al tuyo y realiza una leyenda creativa. Puedes incluso sugerir alguna broma entre las dos marcas, integrando las publicaciones y adoptando un tono más informal.

La ventaja del Guest Post es que es una **forma gratuita de divulgación** que traerá beneficios para todos los participantes.

25. Escribe leyendas interesantes

Muchas empresas obvian las leyendas de la foto, olvidándose de que el contenido abarca todo lo que tu empresa pone en la red, sea texto, imagen e incluso emojis.

Experimenta haciendo textos interesantes o que inspiren a tu

público. Vale la pena también considerar preguntas para aumentar el *engagement* o el mismo CTA que invita al público a comentar alguna historia interesante.

Lo importante aquí es **no dejar la leyenda para el final**. Ella necesita tener coherencia con tu imagen y es todavía una poderosa herramienta de enganche.

26. Aprende a utilizar CTAs en tus publicaciones

CTAs o Call to actions, son aquellos pequeños llamados a la acción que colocamos al final de un contenido, invitando al lector a realizar alguna acción.

En Instagram puedes aprovecharte del área de la leyenda para insertar CTAs que intriguen a tu persona y la lleve a descubrir más sobre tu negocio. Considera la posibilidad de un CTA con un enlace a las otras redes sociales. También, CTAs que llamen al usuario a comentar en tu publicación o a compartir alguna experiencia. Vale sugerir:

- La descarga de materiales ricos
- Dar “me gusta” en las fotos
- Volverse en un seguidor
- Conocer alguna campaña
- Visitar el blog, inscribirse en las newsletter,
- etc.

Recuerda adecuar el CTA al tono de comunicación con la persona y la imagen publicada. La coherencia lo es todo en Instagram.

27. #S4S y #FollowFriday

Los Hastags #S4S (Share for Share, o comparte a cambio de ser compartido) y #FollowFriday (algo como, sigue el viernes), son dos alternativas interesantes para quien quiere un atajo a la hora de conseguir nuevos seguidores y aumentar el alcance

de la red.

Esas etiquetas garantizan que los que usuarios que están interesados en seguir nuevas cuentas a cambio de ser recíprocamente seguidos, lleguen hasta tu marca y se sumen a los números.

Claro que **esa es una estrategia flaca y que tiene poco retorno para tu marca**. Pues, la oportunidad de alcanzar a alguien que esté ciertamente interesado en tu negocio y no en los números, es bien baja.

Pero vale la pena entrar en el juego y aprovechar las interacciones generadas por cada hashtag específico de la red.

28. Gifs en Instagram Stories

Primero llegaron las encuestas, que permitieron más interacción con el público, resultaron bastante útiles para comprobar hipótesis sobre los seguidores y ahora los GIF, que dejaron todavía más divertidas y activas las publicaciones de Instagram.

Las fotografías dejaron de ser planas y ganaron movimiento. Ten cuidado y no abuses de esta nueva actualización, **pero aprovechala si crees que puedes llegar a conquistar a tus seguidores**.