



Cómo vender más en Instagram

Índice

1	Resumen	3
2	Aumenta las ventas con confianza	4
2.1	¿Cuál es tu historia?	4
2.2	Sé la solución	5
2.3	Interactúa con tu público	6
2.4	Encuentra el equilibrio	6
3	Impulsa las ventas con herramientas	7
3.1	Crea una cuenta de empresa	7
3.2	Publica anuncios en Instagram	8
3.3	Utiliza los hashtags estratégicamente	9
4	Conclusión	10

1 Resumen

¿Es Instagram algo más que una plataforma de fotos visualmente atractivas?

El 70 % de los compradores buscan en Instagram su próxima compra. Con el 90 % de los mil millones de usuarios de Instagram seguidores de al menos un negocio, ahora es el momento de mostrar tu marca y tus productos.

Con el objetivo de aumentar las ventas, Instagram te ofrece las herramientas para posicionar tu marca y aprovechar a los compradores comprometidos. Consulta las estadísticas acerca de los usuarios de Instagram:

El 80 % de los usuarios descubre marcas nuevas a través de Instagram

El 65 % de los usuarios visitaron la página web de una marca después de ver un producto o servicios en Instagram

¿Cómo se puede aprovechar esta cifra para aumentar las ventas? Hablaremos de cómo desarrollar una base de confianza con los seguidores y, a continuación, de las tácticas sociales clave necesarias para convertir a los seguidores en ventas.



2 Aumenta las ventas con confianza

2.1 ¿Cuál es tu historia?

- La narrativa es una parte muy importante del marketing eficaz en Instagram. Es realmente importante tener una historia clara que trates de contar a través de tus imágenes y subtítulos. En lugar de mostrar simplemente mercancía, piensa en cómo puedes vender un estilo de vida con tu marca.
- Conciencia a los clientes sobre cómo tus productos mejoran su vida o su bienestar. Estas son las historias que tu marca debe contar, en lugar de limitarse a compartir las características y beneficios de los productos que intentas vender.
- Cuando un seguidor te conozca como persona, empezará a ver tu marca y tus productos de forma diferente. Y como el impulso para apoyar a las empresas locales está aumentando, tendrás otra razón para compartir la historia de tu pequeña empresa en Instagram.

Prueba esto: hazte estas tres preguntas para empezar a desarrollar tu historia. Luego compártelas con un post o crea historias en IG.

- ¿Por qué creaste tu empresa?
- ¿Qué valores de la empresa son más importantes para ti?
- ¿Qué apoyo prestan a tu negocio y a tus objetivos?

No solo vendes un producto, sino una historia... un estilo de vida.

2.2 Sé la solución

- Para conseguir ventas tienes que convencer a los compradores de que tu producto es la solución a su problema. Una buena manera de conseguirlo es utilizar Instagram para decir a los usuarios lo que pueden esperar después de comprar tu producto.
- **Por ejemplo**, cualquiera puede comprar un par de zapatos, así que no publiques una foto de ellos sobre un fondo blanco. Eso no dice nada más que „Esos son unos zapatos muy bonitos“. En su lugar, utiliza otras imágenes que sugieran a tu público que está comprando el lugar al que pueden ir los zapatos, en lugar de solo los zapatos en sí.
- Cuando crees tu historia, no te limites a decir a los consumidores que tú eres la solución. Muéstrales cómo es la solución

Intenta esto: averigua cómo se posicionan tus competidores en Instagram. Fíjate en cómo hablan de su negocio y su producto.

Averigua en qué te diferencias de ellos y preséntalo como la solución.

„Instagram juega un papel fundamental en cada paso del proceso de compra. La gente utiliza la plataforma para descubrir lo que es tendencia, investigar los productos antes de comprarlos... y cada uno de estos momentos ofrece puntos de contacto en Instagram en los que los profesionales del marketing pueden impulsar la acción.“

Fuente: <https://www.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales>

2.3 Interactúa con tu público

- Céntrate menos en vender y más en aportar valor para crear confianza primero; solo entonces la venta fluirá más fácilmente. El uso de mensajes directos para atraer y conectar con tus clientes antes de realizar la venta tiene un valor real. Por lo tanto, no es necesario apresurar a los clientes utilizando enlaces externos.
- La prueba social y el compromiso son increíblemente importantes para persuadir a los primeros compradores de que tienes una marca en la que pueden confiar. Asegúrate de incluir testimonios y comentarios genuinos de Instagram, e integra tu página de Instagram en tu página web.
- Intenta crear una relación con tu audiencia antes de empezar a venderles. Lo más probable es que te hagan más caso si ya has establecido una conexión con ellos.

Cuando se trata de crear relaciones con tus clientes, busca un compromiso de calidad por encima de la cantidad.

2.4 Encuentra el equilibrio

- Los usuarios de Instagram quieren ser inspirados, entretenidos o educados. No navegan por la plataforma para que se les venda. Pero eso no significa que no puedas hacerlo.
- Utiliza la regla del 80/20: el 80 % del tiempo (o 4 de cada 5 publicaciones) comparte valor con tus seguidores: inspíralos, entreténlos o edúcalos.
- El 20 % de las veces, es decir, 1 de cada 5 publicaciones, comparte algo promocional: un producto, una venta o una oferta especial.

Intenta esto: utiliza herramientas de programación de redes sociales para preparar y planificar tus contenidos. Un poco de reflexión y coordinación te ayudará a largo plazo. Utiliza la regla del 80/20 como esquema.

„Los instagramers quieren saber de las marcas, así que entrégales contenido en cada etapa del viaje del consumidor. Publica contenidos que promuevan el descubrimiento (como los anuncios dirigidos o los hashtags), que ayuden a la investigación (como los testimonios, las reseñas o los detalles del producto) o que ayuden en el momento de la decisión (como la oferta de rebajas u ofertas por tiempo limitado).“

Fuente: <https://www.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales>



3 Impulsa las ventas con herramientas

Ahora que has establecido tu proyecto como una marca de confianza, estás en una posición excelente para aumentar las ventas. Te mostramos cómo.

3.1 Crea una cuenta de empresa

- Convierte tu cuenta de IG en una cuenta de empresa para obtener información sobre tus historias, publicaciones y seguidores. Con esto podrás:
 - Observar métricas en tiempo real sobre el rendimiento de tus historias y publicaciones promocionadas
 - Obtener información sobre tus seguidores y cómo interactúan con tus publicaciones e historias
 - Añadir información de la empresa, como el horario, la ubicación y el número de teléfono.

- Con un perfil de empresa, puedes aumentar las ventas y ampliar tu alcance con las publicaciones de compra de Instagram. Éstas permiten a los seguidores y a los clientes obtener fácilmente más información sobre el producto. Los compradores pueden completar su viaje de compra — desde el descubrimiento hasta la compra— sin salir de la aplicación de Instagram. Tus «shoppable post» aparecen directamente en tu feed de Instagram. [Ver directrices de comercio](#)
- ¿Quieres otra forma de aumentar las ventas? Impulsa tus publicaciones directamente desde la aplicación con solo hacer clic en el botón Promover debajo de cada publicación. Las publicaciones promocionadas tienen botones de llamada a la acción generados por Instagram con enlaces en los que se puede hacer clic. También son una forma sencilla de aumentar las ventas al poner tus productos frente a compradores que podrías haber pasado por alto.

3.2 Publica anuncios en Instagram

- Antes de empezar, asegúrate de decidir cuál es el objetivo de estos anuncios. Dentro del objetivo general de impulsar las ventas, cada tipo de anuncio puede tener diferentes objetivos.
 - Notoriedad de la marca: llegar a las personas más propensas a prestar atención a tus anuncios para dar a conocer tu marca
 - Alcance: mostrar su anuncio al máximo número de personas
 - Tráfico: conseguir clics hacia tu página web o hacia la tienda de aplicaciones para tu aplicación
 - Compromiso: consigue que más personas vean y se comprometan con tu post o página de Instagram con comentarios, compartidos, likes, respuestas a eventos y reclamos de ofertas
 - Visualizaciones de vídeos: promueve vídeos que muestren imágenes entre bastidores, lanzamientos de productos o historias de clientes para dar a conocer tu marca
 - Conversiones: consigue que los visitantes realicen acciones en tu página web o aplicación, como añadir información de pago o realizar una compra

- El siguiente tipo de promociones pagadas te permiten alcanzar tus objetivos más rápidamente que el crecimiento orgánico. Hay algunos tipos diferentes de anuncios de compra en Instagram:
 - Anuncios de historias
 - Anuncios de fotos
 - Anuncios de vídeo
 - Anuncios de carrusel
 - Anuncios de colección
 - Explore ads
- La clave para publicar anuncios es saber lo que tu público quiere, mantener un mensaje corto e introducir la llamada a la acción (CTA) rápidamente.

Intenta esto: los anuncios de clientes potenciales te permiten recopilar información valiosa, como el nombre de un cliente potencial, su correo electrónico y otros datos. Premia a los clientes por facilitar su información ofreciéndoles un producto gratuito. Utiliza este tipo de anuncios para crear una lista de clientes potenciales y convertirlos en ventas ofreciendo tus servicios o productos.

[Más información sobre los anuncios publicitarios](#)

3.3 Utiliza los hashtags estratégicamente

- Los hashtags son una palabra o un grupo de palabras que siguen al signo #. Por ejemplo, #ConsejosDeJardinería o #HomeDecorInspo. Actúan como palabras y frases clave que se pueden buscar y que agrupan el contenido por temas. Los hashtags son una gran (y gratuita) herramienta de descubrimiento para ayudarte a llegar a nuevas y relevantes audiencias.
- Esta herramienta se utiliza para que los usuarios de Instagram se fijen en tu negocio al principio del viaje de ventas. Y si has configurado tu flujo correctamente, se convertirán en seguidores y se comprometerán con tu negocio.
 - Sigue esta serie de consejos para aprovechar los hashtags:
 - Apunta entre 15 y 20
 - Empieza seleccionando 3-5 temas populares y 3-5 temas relacionados
 - Encuentra 3-5 hashtags que funcionen para tu negocio por tema
 - Incluye siempre 2-3 hashtags de tu propia marca
- Al optimizar el uso de los hashtags, abrirás tu negocio a un nuevo público de compradores que no te habrían descubierto de otra manera.

Intenta esto: sé creativo e inventa un hashtag pegadizo que refleje tu negocio. Anima a los clientes a utilizar tu hashtag de marca y a compartir sus historias reales de uso de tus productos en Instagram. Esto puede ayudarte a aumentar tu visibilidad y a seguir el contenido generado por los usuarios.

[Más información sobre el uso de hashtags](#)

4 Conclusión

Repasemos:

- Presenta tu historia como parte de tu estrategia de venta
- Presenta tu producto como la solución
- Desarrolla una relación con tu audiencia antes de vender
- Crea contenidos que sean informativos, útiles y entretenidos
- Prepara tu negocio para el éxito con una cuenta de empresa
- Publica anuncios orientados para que tu producto llegue al público adecuado
- Utiliza los hashtags de forma estratégica para que los nuevos compradores puedan descubrir fácilmente tu negocio

¿Buscas una manera más fácil? Conozca el botón de compra social de IONOS.

Con [botón de compra redes sociales](#) de IONOS, vender en las redes sociales es tan fácil como subir productos y hacer cambios desde una cuenta. Un panel intuitivo sincroniza todo en Facebook e Instagram, para que no tengas que hacer cambios dos veces.

¿A qué esperas? Ofrece a tus clientes una gran experiencia de compra y empieza a vender en las redes sociales hoy mismo.



Sobre IONOS

IONOS es el principal proveedor europeo de infraestructuras, servicios cloudy hosting, con más de ocho millones y medio de contratos de clientes. Nuestra cartera de productos satisface las necesidades de las empresas que quieren triunfar en el cloud: dominios, páginas web, servicios de diseño, herramientas de marketing online, servidores dedicados y soluciones IaaS. La oferta de nuestros servicios está dirigida a pymes, profesionales independientes y particulares, así como a empresas con necesidades informáticas complejas. En IONOS, la relación con el cliente es nuestra principal preocupación. Es por ello que contamos con un servicio de asesoramiento personalizado para responder a las necesidades específicas de cada uno.

Datos de la empresa

IONOS Inc.
2 Logan Square
100 N 18th St., Suite 400
Philadelphia, PA 19103
01-800-123-8394
info@ionos.mx

Tax identification number IONOS Inc.:
74-3093319

Los contenidos publicados en las siguientes URLs y subdominios son responsabilidad de IONOS Inc. y IONOS Cloud Inc.:
ionos.mx/pro/cloud-empresarial, ionos.mx/pro/object-storage, ionos.com/pro/devops, dcd.ionos.com.

Copyright

IONOS es titular o, en su caso, está autorizado para su uso por el legítimo titular, de todos los derechos de autor, marcas, derechos de propiedad intelectual, know-how y cuantos otros derechos guarden relación con los servicios contratados por el CLIENTE, así como de los programas de ordenador necesarios para su implementación y la información que éste obtenga sobre el mismo.

© IONOS Inc., 2022