

Introducción al Manejo de Redes: Instagram



Rivadavia 415, PB -
(1002)
Ciudad Autónoma
Buenos Aires
República Argentina

federacion.scouts@gmail.com
Tel: +54 9 223 699-0300

Introducción

La federación de Scouts Católicos de Argentina tiene su razón de ser como una alianza de ideales, asume la vida como viene, por eso hay lugar para todos los niños, adolescentes y jóvenes, y tiene por consigna fundacional integrar en el juego a aquellos que poseen capacidades diferentes.

Esta guía busca brindarle los recursos necesarios para producir materiales de comunicación gráfica o digital para quien lo necesite. Siguiendo los lineamientos aquí pautados, buscamos que nuestra “marca” siga una línea estética consistente y original.

Sin nada más que agregar ¡Empecemos!

¿Qué es la Web 2.0?

El término “Web 2.0” se utilizó por primera vez en el año 2004, cuando una editorial estadounidense utilizó el término en una conferencia en la que expusieron sobre el *renacimiento y la evolución de la web*.

Un sitio Web 2.0 permite a sus usuarios interactuar con otros usuarios o cambiar contenidos del sitio Web, a diferencia de los sitios Web no interactivos en los que el usuario se limita a la *visualización pasiva*. Anteriormente internet era **unidireccional**, es decir, la información era más bien de corte informativo y no permitía la interacción directa con y entre los usuarios. Con la 2.0, se ha convertido en **bidireccional** y permite la interacción de todo tipo de contenido, sean estos videos, imágenes, o textos.

¿Por qué debemos saber todo esto? Para conocer mejor al usuario con el que vamos a interactuar en las redes.

El consumidor 2.0

En la web 2.0 los consumidores de información se han convertido en prosumidores, es decir, en **productores de la información que ellos mismos consumen**. La web 2.0 pone a disposición de millones de personas herramientas y plataformas de fácil uso para la publicación de información en la red. He aquí un par de características de los prosumidores:

- **El consumidor digital utiliza otro lenguaje.** Utilizan emoticonos, recortan palabras, utilizan "nicknames" y abreviaturas.
- **El consumidor digital está conectado.** El cliente 2.0 está permanentemente conectado, siempre buscando contenido interesante para compartirlo en tiempo real con sus contactos.

El Community Manager

A pesar de lo que muchos puedan pensar, el community manager, CM o responsable de Comunidad de Internet, es una profesión muy compleja y que aglutina múltiples competencias y habilidades. Para llegar a ser un buen CM no solo necesitarás las habilidades y competencias claves de este perfil, sino que además necesitarás adquirir experiencia en esta profesión y uno de tus mejores activos será trabajar tu marca personal. ¿Qué debe saber todo CM?

- **Conocer su empresa/organización.** Para empezar, debemos conocer a quienes representamos; esto es clave para saber que valores tenemos que transmitir al momento de diseñar el plan comunicativo.
- **Curación de contenidos.** Para crear buen contenido hay que hacer seguimiento de tendencias, se trata de captar contenido y generar ideas.
- **Conocer la red social en la que trabajas.** Esto podrá parecer muy simple, pero es más complicado de lo que se cree. Conocer cómo reacciona la plataforma cuando hay alguna acción en tu perfil es clave, y te permitirá sacarle más provecho aún a la red social.

¿Qué es Instagram?

Instagram es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo. Está permite a sus usuarios subir imágenes y videos, y es actualmente una de las que mayor crecimiento tienen en el mundo. Su principal diferencia con el resto de redes sociales hasta ahora, es su carácter visual, que te permite transmitir, entre otras cosas, emociones, algo que con un texto puede resultar más difícil.

Por ello, una de las tareas más importantes que debemos asumir para que nuestro Instagram triunfe es publicar imágenes bonitas visualmente, que llamen la atención del usuario que las ve, y conseguir que se interese en nosotros.

Empecemos por el principio

Lo primero que ve un usuario al aterrizar en nuestro Instagram es nuestra biografía. Es por esto que debemos optimizar el perfil para así poder conseguir más seguidores y tráfico. Para optimizar el perfil debemos:

- ***Resumir lo que somos en su esencia.***
- ***Añadir un URL o Link.***
- ***Organizar historias destacadas.***

Formato de publicaciones

Hay tres opciones para subir imágenes: cuadradas, horizontal o vertical. La que mejor funciona, especialmente al ver nuestra cuenta con las imágenes en miniatura, es el formato cuadrado, la homogeneidad es mucho mayor y, por lo tanto, visualmente queda más bonito. En la siguiente pagina te mostramos cuales son.

Formato de publicaciones

Red Social: Instagram

<p>Post con Imagen Cuadrada 1080 x 1080 px (en la sección Noticias se ve 293 x 293 px)</p>	<p>Post con Imagen Vertical 1080 x 1350 px (en la sección Noticias se ve 293 x 293 px)</p>	<p>Post con Imagen Horizontal 1080 x 566 px (en la sección Noticias se ve 293 x 293 px)</p>
<p>Historias de Instagram 750 x 1334 px</p>	<p>Videos de Instagram 640 x 640 px</p>	<p>Anuncios de Instagram 1080 x 1080 px</p>

Comunidades, Hashtags y Menciones

Para lograr el éxito en Instagram debemos saber a quién nos dirigimos. Esto nos guiará a saber qué tipo de contenido debemos crear; además, te ayuda a definir tu comunidad, es aquí donde entran los hashtags y las menciones. Estos hacen que tus publicaciones e historias puedan ser descubiertas por las personas que busquen contenido relacionado con tu marca, industria o productos. Aquí unos consejos para manejar de manera correcta los hashtags:

- **Sí: encontrar y utilizar los hashtags más populares.** Utiliza la función de búsqueda dentro de Instagram para encontrar hashtags populares relacionados con tu marca.
- **Sí: crear tu propio hashtag.** Inventa tu propio hashtag que motive a tu audiencia a compartir fotos relacionadas a tu marca.
- **No: Exagerar.** Usar demasiados hashtags puede distraer tu audiencia y diluir tu mensaje.

Contenido de Calidad

Crear contenido para Instagram es uno de los grandes dolores de cabeza de muchas marcas; porque no se trata de postear cualquier cosa solo por llenar un espacio. En Instagram debes seguir los siguientes pasos:

- **Compartir experiencias.** *Los usuarios pasan millones de horas desplazándose por Instagram, no están buscando fotos de productos, están buscando experiencias que los motiven.*
- **Conoce a tu audiencia.** *En lugar de buscar conectar con todos, céntrate en cautivar a tu audiencia, esa que está realmente vinculada contigo.*
- **Mantente relevante.** *Tus seguidores buscan contenido relevante que puedan compartir con amigos y familiares. Mantente al día usando cualquier app de noticias que te avise de lo que se esta hablando, por ejemplo Google Trends.*
- **Fomenta la interacción.** *Realiza encuestas, responde comentarios y mensajes, publica al menos una vez por semana, devuelve los me gusta, realiza concursos, etc.*

¡Gracias!

Con un compromiso a largo plazo para avanzar en el desarrollo sostenible, el movimiento Scout tiene el poder de involucrar a los jóvenes en un esfuerzo sin precedentes para hacer frente a algunos de los retos sociales, ambientales y económicos más apremiantes que enfrenta nuestro planeta. A través del Programa de Jóvenes y sus oportunidades transformadoras de educación no formal, el Movimiento Scout contribuye directamente al crecimiento y desarrollo de los jóvenes, capacitándolos para ser ciudadanos globales activos y crear un cambio positivo en las comunidades de todo el mundo.

Esto tan solo es un paso mas para lograr eso que tanto anhelamos, construir un mundo mejor.





Rivadavia 415, PB -
(1002)
Ciudad Autónoma
Buenos Aires
República Argentina

federacion.scouts@gmail.com
Tel: +54 9 223 699-0300