



CONSTRUYE
TU MARCA

CONSTRUYE TU MARCA:

Instagram para potenciar nuestra marca personal





CONSTRUYE
TU MARCA

Instagram para potenciar nuestra *marca personal*

1. ÍNDICE

- Introducción
- ¿Cómo es el perfil de los usuarios de Instagram?
- 4 estrategias para potenciar nuestra marca personal en Instagram
- Consejos para nuestras publicaciones en Instagram
- Conclusiones
- Material complementario.

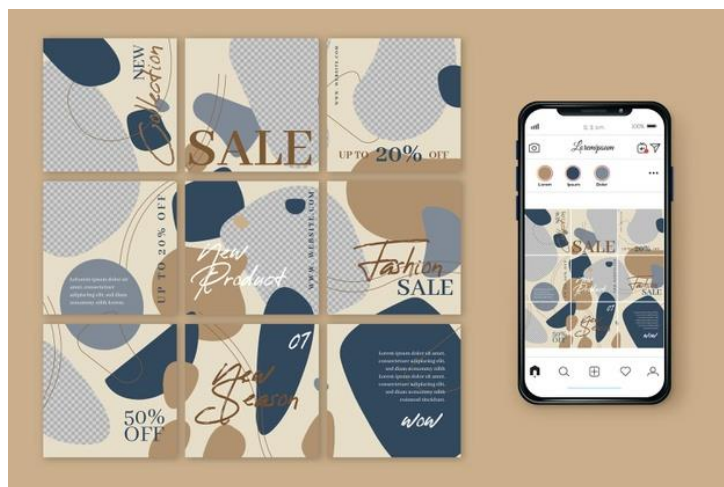
2. INTRODUCCIÓN

Instagram es una de las redes sociales que ha experimentado un mayor crecimiento en el volumen de usuarios durante los últimos años.

Empezó siendo una alternativa comunicacional a Facebook para la generación de los Millennials, aunque poco a poco se ha ido abriendo hueco en perfiles de personas de casi todo tipo y grupos de edad, convirtiéndose en la red social más influyente de nuestro tiempo.

Si tuviéramos que decir algunos adjetivos de ella serían: **calidad** de imagen, **positiva**, **fresca** y **mobile**. No en vano nació como aplicación móvil y la mayoría de características que presenta son de acceso exclusivo a través de dispositivos móviles.

Los contenidos que encontramos en ella son, fundamentalmente, imágenes y vídeos de alta calidad con un enfoque alegre de la vida. No hablamos del dinamismo de Twitter, del divertimento de TikTok o de los negocios de LinkedIn. En Instagram, los usuarios muestran lo mejor de sí mismos, casi siempre con una sonrisa y una buena dosis de optimismo.





CONSTRUYE
TU MARCA

Instagram para potenciar nuestra *marca personal*

El **estilo** es otro de los puntos que caracterizan esta red. La creatividad que se desarrolla en ella puede llegar a crear mosaicos realmente atractivos, que siempre ayudan a potenciar el branding de la marca, sea esta personal o de empresa.

3. ¿CÓMO ES EL PERFIL DE LOS USUARIOS DE INSTAGRAM?

Si nos estamos planteando empezar a construir nuestra marca personal en Instagram pero todavía no nos hemos lanzado a ello, probablemente sea porque tengamos dudas sobre quién hay en esta red y qué contenido podemos publicar.

Antes de nada, quizá deberíamos realizarnos otra pregunta primero:

¿Por qué tenemos que tener presencia en Instagram para potenciar nuestra marca personal?

En realidad, por tener, no “tenemos que” hacer nada. Ninguna red social es imprescindible y todas lo son. De lo que se trata es de tener una presencia activa en aquellas en las que se encuentre nuestro público objetivo, en el caso de que tengamos la capacidad para generar contenido atractivo para ellos. Por eso, si ellos están en Instagram y creemos que puede ser un canal interesante para impactarles, nosotros también deberíamos estar.

Y aquí entra en juego la pregunta que titula este apartado 3. Para decidir si abrir o no un perfil en Instagram, necesitamos conocer cómo son los usuarios y el uso que realizan de esta red.

3.1. Perfil millennial y centennial

Estas dos generaciones son las que dominan Instagram, aunque con el paso del tiempo van aterrizando progresivamente otros perfiles de mayor edad que han llevado a Instagram a ser una red social muy transversal, aunque aún con un perfil de público de menor edad que el de Facebook.

Los millenials llegaron como una alternativa a Facebook y por el desgaste de esta última. No obstante, Facebook es propietaria de Instagram y ambas plataformas comparten características comunes, especialmente en lo referente al ámbito publicitario y de análisis.

Los centennials han elegido Instagram por su enorme usabilidad mobile. En esta franja de edad, Instagram compite con otras plataformas como Tik Tok o Snapchat.



CONSTRUYE
TU MARCA

Instagram para potenciar nuestra *marca personal*



3.2. Digitalización

La usabilidad que ofrece Instagram en PC es francamente mala y con un diseño poco cuidado. Hay que tener en cuenta que nació como aplicación móvil y que sigue teniendo el alma de una aplicación planteada para teléfonos.

No está pensada para usar desde un escritorio, sino que busca la espontaneidad y ajustarse a la movilidad de los usuarios y que estos puedan subir sus imágenes en cualquier momento y donde quiera que estén. Las generaciones ya mencionadas son especialmente digitales y por eso encajan bien aquí.

3.3. Ocio

Esta movilidad de la que acabamos de hablar es la que provoca que los contenidos más habituales en la red tengan que ver con el ocio de los usuarios. Generalmente, los usuarios hablan de su día a día, especialmente de las cosas buenas que les pasan, y esta es la razón por la que las Stories son las acciones de mayor éxito de la red. (De ello hablaremos en el siguiente apartado).

4. ESTRATEGIAS PARA POTENCIAR TU MARCA POTENCIAL EN INSTAGRAM

Instagram es una de las redes sociales que más dedicación requiere, ya que se trata de una plataforma en la que la imagen es el elemento fundamental, y se requiere una calidad elevada, tanto en contenido como en presencia.

Por eso, para conseguir que nuestra marca personal resulte interesante en esta red, se hace necesario que trabajemos en 4 direcciones:

1. Feed



CONSTRUYE
TU MARCA

Instagram para potenciar nuestra *marca personal*

2. Stories
3. IGTV
4. Reels

Vamos a proceder a analizarlas una a una:

4.1 Feed

Es importante que las publicaciones que se vayan a quedar fijas en nuestro perfil sean **evergreen**. Es decir, que no tengan un contenido caduco y que puedan ser consumidas en cualquier momento del año. Por ejemplo, frases motivacionales o que hagan referencia a elementos permanentes.

Hemos mencionado ya la importancia de la **calidad de la imagen**, lo que implica una necesidad de cuidar al máximo este aspecto. Hemos de encontrar un estilo propio, que nos diferencie, que refleje nuestra esencia personal, que sea reconocible por los seguidores a los que nos queramos dirigir y con el que ellos también se identifiquen.

En cuanto a los **hashtags**, recomendamos que se realice un estudio previo y que combinemos los que más y menos publicaciones tienen. Además, no deberíamos llenar nuestras publicaciones de hashtags para que no se diluya su fuerza. Con utilizar diez es más que suficiente.

4.2. Stories

Las Stories están reservadas para mostrar los contenidos más **espontáneos** y aquellos que, por sus características, no puedan tener un componente de permanencia, como por ejemplo un evento.

Debemos aprovechar todas las posibilidades que tiene y continuar guardando un estilo, aunque no tiene necesariamente que coincidir con el del feed.

Los **directos** cobran especial relevancia en este formato, pero es tan importante su preparación como darles difusión con suficiente antelación si no queremos encontrarnos solos ante el smartphone y sin ninguna audiencia que escuche nuestros mensajes.



CONSTRUYE
TU MARCA

Instagram para potenciar nuestra *marca personal*



4.3. IGTV

Si nos atrae el formato audiovisual y contamos con temas relevantes para los usuarios y capacidad técnica y habilidad (tampoco hay que ser un Steven Spielberg) para la realización de vídeos, una buena opción sería animarnos a utilizar IGTV para diferenciarnos de la competencia. La gran mayoría de marcas corporativas y personales no cuentan con una estrategia para este canal. Por ello, aquí encontramos una buena oportunidad: busquemos temas y desarrollémoslos.

4.4. Reels

Instagram ha reservado reels para que podamos mostrar nuestro lado más simpático. En los reels los usuarios suelen realizar vídeos breves donde muestran ese lado más distendido que no se suele enseñar en otros canales.

5. CONSEJOS PARA NUESTRAS PUBLICACIONES DE INSTAGRAM

- Siempre es mejor mostrarse accesible y humano.
- No es bueno mezclar, por regla general, contenidos personales y profesionales.
- Es mejor tener un perfil de empresa para poder medir los resultados de nuestras acciones.
- Debemos contar con un calendario de publicaciones y ser constantes en cada una de las cuatro estrategias propuestas.
- Deberíamos tratar de alcanzar los 10.000 seguidores (sin comprarlos) y compartir la url en tus Stories.
- Nunca hay que descuidar el análisis. Por ello, deberíamos medir e interpretar nuestros resultados en Instagram, al menos, una vez al mes.



CONSTRUYE
TU MARCA

Instagram para potenciar nuestra *marca personal*

6. CONCLUSIONES

Recordemos que, para potenciar nuestra marca personal en Instagram, debemos:

1. Tener presencia en esta red solamente si nuestro público objetivo ya está en ella.
2. Usar el tono adecuado y humanizar nuestra marca.
3. Definir la estrategia que vamos a seguir.
4. Mantener un calendario de publicaciones.
5. Medir los resultados.

7. MATERIAL COMPLEMENTARIO

- ¿Cómo crear una marca personal en Instagram? By Metricool:
<https://metricool.com/es/marca-personal-instagram/>
- ¿Cómo ver las estadísticas de Instagram e interpretarlas en tu estrategia? By Sonia Duro Limia
<https://soniadurolimia.com/estadisticas-instagram/>
- Canal de Fátima Martínez en IGTV
<https://www.instagram.com/fatimamartinez/channel/>
- Canal de Fátima Martínez en IGTV
<https://www.instagram.com/fatimamartinez/channel/>
- Libro: "Marca Personal" de Andrés Pérez Ortega
<https://www.andresperezortega.com/libros/marca-personal>