

# Cómo hacer publicidad (efectiva) en Facebook e Instagram

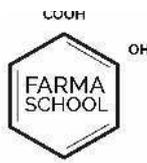
Autora: Inma Riu Torrens

# Tabla de Contenido

n

04	Cómo plantear un anuncio: Casos
07	Cómo hacer publicidad en Instagram
18	Actividades





# Módulo 4: Introducción

---

Instagram es la segunda red social más utilizada por los españoles en el 2016 (Datos: [The Cocktail Analysis](#)) superando en usuarios activos al mes (los dobla) en Twitter. Según The Cocktail, **el 88% de los internautas españoles cuenta con perfil activo en Facebook**, mientras que el 41% lo hace ya en Instagram.

Instagram fue adquirido por Facebook en el año 2012 y forma junto a Facebook, Whatsapp y Facebook Messenger, el ecosistema de marketing del gigante mundial.

Esta red social está pensada para usarse desde el móvil y si bien es cierto que puedes acceder desde el ordenador a tu cuenta y comentar, ver, leer comentarios y darle a me gusta de otras cuentas, como mejor funciona Instagram, es desde el teléfono.

## ¿Por qué Instagram se está convirtiendo en la red social preferida de todos?

Recordamos 20% de lo que leemos. Retenemos el 80% de lo que vemos. Por tanto, el contenido visual es 40% más persuasivo y 40 veces más susceptible de ser compartido en redes sociales.

## ¿Por qué le interesa la imagen a Facebook?

Youtube e Instagram son las redes donde el usuario pasa más tiempo conectado.

La publicidad funciona muy bien en Instagram por su poder de atracción de las imágenes, tiene un coste barato (de momento) queda muy bien integrada en el timeline, no es invasiva

Importante, recordar estas cifras:

- IMAGEN en Instagram debe tener un tamaño de 1080X1080 idealmente, si incorporais textos a la imagen que éstos sean solo el 20% de la imagen (pasa igual en Facebook y son las mismas cifras, aunque es cierto que Facebook se está volviendo más laxo y está aceptando más texto en las imágenes, aunque te avisa que igual no tienen el alcance esperado), \*Para saber más sobre tamaños de imagen, mira este [enlace](#) de Metricool.
- Tu nombre de perfil no puede tener más de 29 caracteres y tu Biografía no más de 150.
- Puedes poner un único enlace clicable en Instagram y está en tu Perfil
- Los textos que acompañan la imagen y en tus comentarios tienen un límite de 2200 caracteres (¡tienes espacio para escribir!)
- Puedes incluir un máximo de 30 hashtags o etiquetas por imagen, aunque el número ideal es 6.
- Puedes etiquetar un máximo de 20 cuentas en tus fotos
- Intenta publicar de una a tres fotos o videos cada día

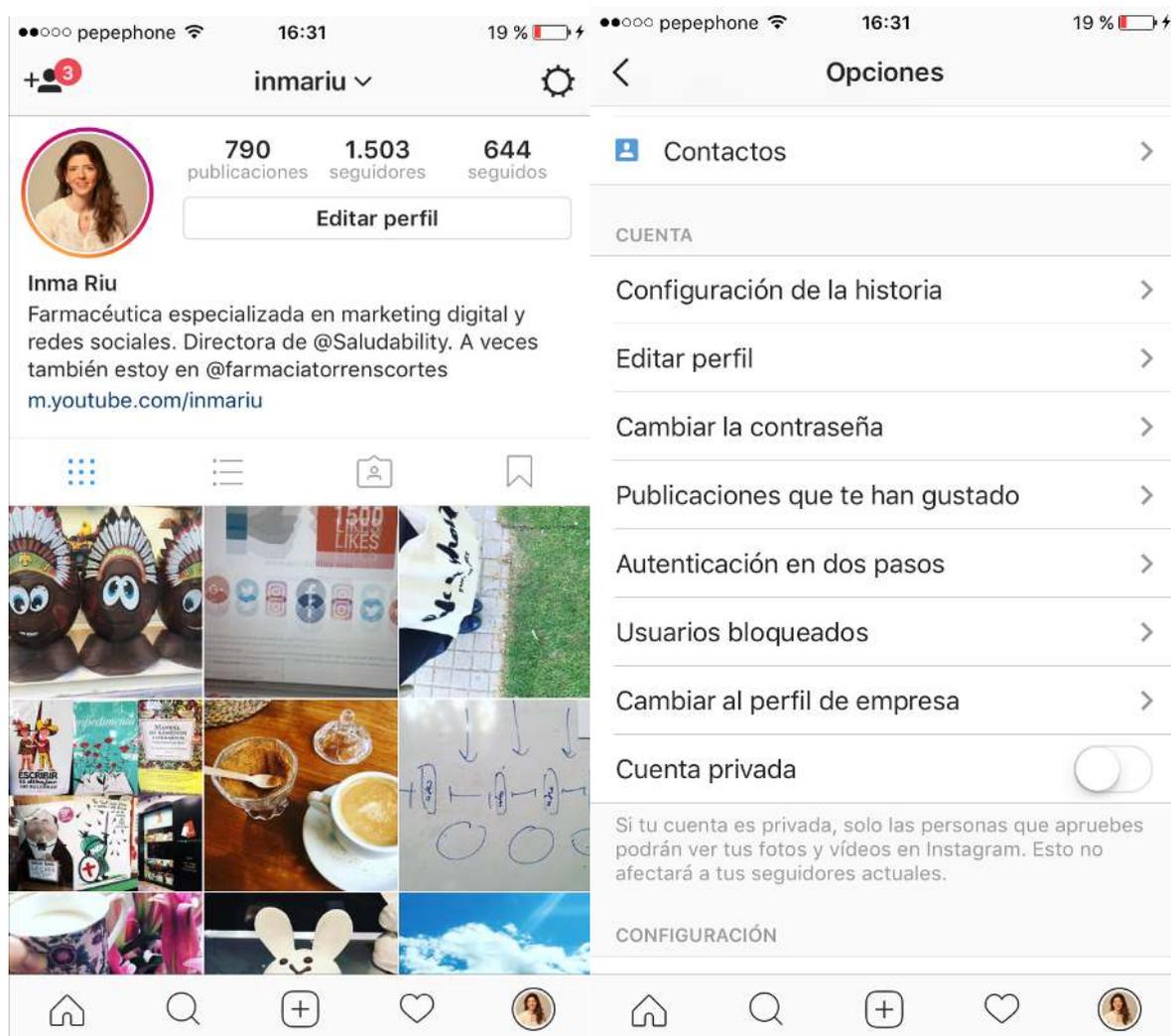
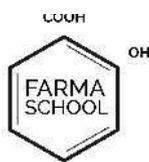
## Perfiles de cuentas en Instagram:

**Instagram tiene dos tipos de cuentas:** de empresa y no empresa. Aquí las he llamado cuenta personal y de empresa.

### -Personal

Como dice el nombre, está pensada para que la uses para compartir tu lado personal en Instagram. Si eres una farmacia, te recomiendo que tengas dos, la de tu farmacia y la tuya propia, que compartas o no algunas de las fotos que cuelgues y que... si quieres mantener la privacidad en Instagram, tengas la cuenta privada y que solo los usuarios a los que tu des acceso, puedan ver tus imágenes.

Si quieres que tu cuenta sea privada, en el momento de crear la cuenta indica que quieres que así sea. Si ya la has creado y estás en abierto pero quieres volver a estar privada, accede a la configuración de tu cuenta, en la Home de tu Instagram, pulsa en la rueda que hay en la parte superior izquierda y cambia el tipo de cuenta, activa el botón de cuenta privada (ver imágenes a continuación: cuenta personal y configurar para convertir la cuenta en privada).



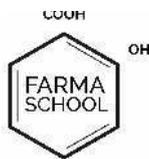
### -Empresa:

Un perfil de empresa es muy interesante para llevar un control y mejorar las estadísticas de tu página.

Puedes activar tu perfil a empresa siguiendo los pasos anteriores y elegir la opción de cambiar al perfil de empresa.

Puedes aprender más sobre cómo hacerlo en esta entrada del [blog Redes Sociales Farmacia](#).

En el [curso Instagram para tu farmacia de Farmaschool](#), puedes aprender todo sobre la red social Instagram. Si esta red te fascina, este es el curso que necesitas.



## Cómo hacer publicidad en Instagram:

Es importante que conozcas los diferentes anuncios que te ofrece hacer Instagram.

Puedes hacer un anuncio de:

- una foto
- de un video o
- por secuencia (imágenes relacionadas)

La mayoría de los anunciantes utilizan las fotos estáticas pero los videos también te pueden funcionar bien, por ejemplo si se trata de un video de cómo utilizar un producto o sobre consejo.

Es importante que el video sea creativo, que tenga un botón de llamada a la acción, o que tenga un buen texto de pie de foto. Recuerda que en los anuncios hay un límite de 300 caracteres y como en cualquier texto de imagen de Instagram no puedes enlazar ninguno web o URL en la imagen, aunque sí al botón de abajo, como podéis ver en los ejemplos de continuación.



## ¿Cómo empezar tu primera campaña de publicidad en Instagram?

Hay dos maneras de hacer campañas de publicidad en Instagram:

- 1- vía Facebook
- 2- vía Instagram

Aquí te cuento cómo hacer una buena campaña de publicidad en Instagram paso a paso vía Facebook.

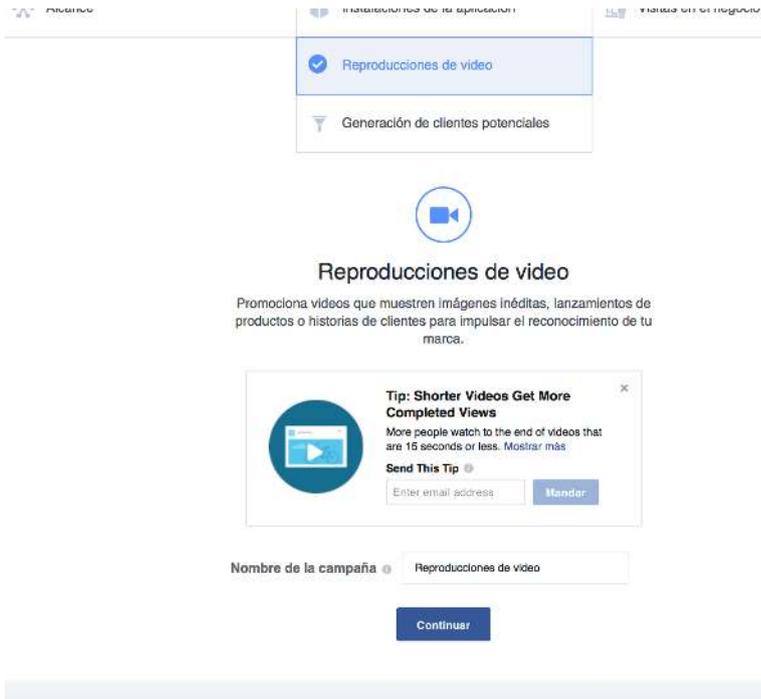
1. Conecta tu cuenta de Facebook e Instagram, para ello, entra en tu página de empresa de Facebook y vete a la pestaña de configuración, luego en la columna izquierda busca: Anuncios de Instagram y sincroniza tu cuenta de Instagram empresa con la de Facebook empresa como en la foto (lo hemos explicado en uno de los videos del módulo 2).



2. Entra en <https://www.facebook.com/ads/create> y de esta manera entrarás en la herramienta que tiene Facebook para crear tu campaña. Marca tu objetivo, normalmente será comprar, visitar sitio web o visitas video:



3-Si tu objetivo es Reproducciones de vídeo, selecciónalo y sigue hacia delante (continuar)



4-Ahora es momento de definir tu público. Si tienes un público ya creado (porque has hecho publicidad antes en Facebook) se trata de seleccionarlo. Sino, debes crearlo para tu campaña (tal como hemos explicado en el módulo 2 del curso).



5- Vamos a definir claramente el público con los parámetros que nos ofrece Facebook

**Público**  
Define quién quieres que vea tus anuncios. [Más información.](#)

**Crear nuevo** Usar un público guardado ▾

**Públicos personalizados**

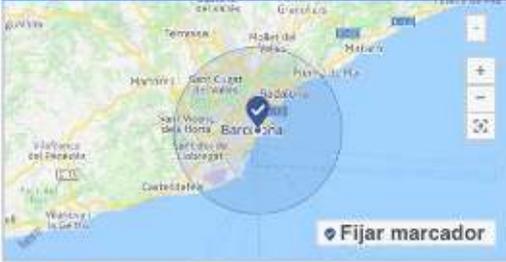
**Dirige tus anuncios a las personas que conocen tu negocio**  
Puedes crear un público personalizado para mostrar los anuncios a tus contactos, visitantes del sitio web o usuarios de la aplicación. [Crear un público personalizado.](#)

**Lugares** ▾ **Todas las personas...** ▾

España  
📍 **Barcelona, Cataluña** + 17km ▾

📍 Incluir ▾ | [Agrega lugares](#)

**El lugar de tu público cambió de España a Barcelona. [Deshacer cambio](#)**



[Fijar marcador](#)

[Agregar varios lugares...](#)

**Edad** ▾ 16 ▾ - 20 ▾

**Sexo** ▾ Todos Hombres Mujeres

**Idiomas** ▾ Ingresa un idioma...

---

**Segmentación detallada**

**INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones** ▾

[Agrega datos demográficos...](#) [Sugerencias](#) [Explorar](#)

[Excluir personas](#)

---

**Conexiones** ▾ Agregar un tipo de ... ▾

[Guardar este público](#)

**Tamaño del público**



Tu público está definido.

---

Alcance potencial: 110.000 personas

---

**Resultados diarios estimados**

**Alcance**  
8.600 - 24.000 (de 77.000) ▾

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto ingresado y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te resultaron útiles estas estimaciones?

6- Asigna un presupuesto para la acción.

**Presupuesto y calendario**  
Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios.  
[Más información.](#)

Presupuesto  Presupuesto diario   
€10,00 EUR

El importe real gastado por día puede variar.

Calendario  Poner mi conjunto de anuncios en circulación continuamente a partir de hoy  
 Definir una fecha de inicio y de finalización

Inicio    
Fin    
(Hora de Madrid)

Tus anuncios se pondrán en circulación durante **30 días** y no gastarás más de **€300,00**.

---

Optimización para la entrega de anuncios

Importe de puja  Automático - Permite que Facebook establezca una puja que te ayude a obtener la mayor cantidad de reproducciones de video al mejor precio.  
 Manual - Define una puja según el valor que tiene para ti cada reproducción de video.

Cuándo se te factura: Impresión  
 Más opciones

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto ingresado y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.  
[¿Te resultaron útiles estas estimaciones?](#)

7-Una vez tengas el público definido y el dinero que vas a gastarte en la acción toca seleccionar qué vídeo quieres que vean. Elige la modalidad que te ofrece Facebook:

- un solo vídeo
- una secuencia de varios: *Crea un anuncio con dos o más videos*
- una presentación: *Crea un anuncio con video con un máximo de 10 imágenes*
- un Canvas: *Combina imágenes y videos para contar una historia más atractiva*

Nombre del anuncio

**Crear nuevo anuncio** Usar publicación existente

**Formato**  
Elige cómo quieres que se vea tu anuncio.

**Usa Canvas para que tu video llame más la atención**  
Canvas es una experiencia para celulares en pantalla completa que puedes agregar a tu video sin  
Ahora puedes crear anuncios por secuencia únicamente con videos. [Más información](#)

 <b>Anuncio por secuencia</b> Crea un anuncio con dos o más videos	 <b>Un solo video</b> Crea un anuncio con un video	 <b>Presentación</b> Crea un anuncio con video con un máximo de 10 imágenes	 <b>Canvas</b> Combina imágenes y videos para contar una historia más atractiva
---	---	--	--

**Video**  
Elige el video que quieres usar en tus anuncios.

 Sube un video o usa uno de tu videoteca.



Subir video
Explorar videoteca

**Especificaciones de video recomendadas:**

- Formato: archivos .MOV, .MP4 o .GIF
- Resolución: 720 pixeles como mínimo
- Tamaño del archivo: 2,3 GB máx.
- Relación de aspecto recomendada: pantalla ancha (16:9)
- Facebook: 60 minutos como máximo
- Instream: 5 - 15 segundos
- Noticias de Instagram: 60 segundos como máximo

**Pega el enlace a un archivo de video**

Puedes subir un video más rápido pegando el enlace de un archivo de video alojado.

[Más información](#)

Si tienes preguntas o quieres obtener más información, consulta [fas](#)

8- A continuación es necesario indicar el texto que quieres agregar al anuncio. Recuerda el límite son 300 caracteres, pero si lo haces muy largo la gente no lo leerá, quédate en 150.

**Página y texto**  
Escribe el texto del anuncio. Más información.

Conectar una página de Facebook  
Tu empresa está representada en los anuncios por su página de Facebook.

Saludability

Cuenta de Instagram  
Si no quieres usar una página de Facebook para representar a tu empresa, se usará esta cuenta de Instagram. Elimina todas las cuentas en la configuración de la página.

saludability

Texto

No pueden ser más bonitos los neceseres de Darphin y los #descuentos y promociones que

Add a website URL

Mostrar opciones avanzadas

Vista previa del anuncio  
Comparte tu anuncio y obtén una vista previa en tu dispositivo.

Sección de noticias de la computadora 1 de 10

Selecciona el contenido multimedia de tu anuncio

## 9- Finalmente, realiza el pedido:

Título

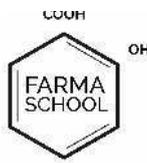
Texto

No pueden ser más bonitos los neceseres de Darphin y los #descuentos y promociones que

Agregaste un Canvas a un anuncio con el objetivo de reproducciones de video. Cuando alguien toque el anuncio con video, este se seguirá reproduciendo en la parte superior del Canvas.

Mostrar opciones avanzadas

Volver Revisar pedido Realizar pedido



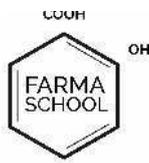
Aquí te cuento en un [vídeo cómo hacer una campaña publicitaria vía Instagram](#) a través de la App de Iq.

Puedes hacerlo directamente promocionando la imagen que quieras promocionar, esto agiliza y simplifica la publicidad. Hace unos años era mucho más complicado hacer una campaña en Instagram.

### Recuerda:

#### ¿Qué es aconsejable a la hora de hacer un anuncio en tu Instagram?

- No dejes la selección de imágenes o vídeos al azar. Trabájala bien antes para que “impacten al usuario” y le llamen la atención (y a la acción)
- Evita el abuso de fondos blancos
- **Incita** a que el usuario pase a la acción con alguna flecha que vaya hacia la acción que queremos que haga
- Si los usuarios preguntan en tu anuncio, responde. Es muy importante interactuar con ellos.
- Los vídeos, si breve dos veces buenos. Intenta que los anuncios no superen los 30 segundos.

**Actividades:**

- Sube alguna foto de algún servicio farmacéutico o producto que quieras dar a conocer.
- Analiza qué es lo que funciona mejor y peor de tu cuenta, los días que más visitas tienes, que más interacciones tienes en tu cuenta.
- Intenta diseñar una campaña de publicidad en Facebook (puedes no acabar de terminar el proceso, solo para ver cómo se hace).
- Si llevas a cabo una campaña de publicidad, analiza los resultados.