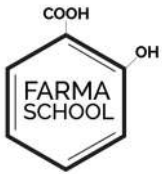


Instagram para la farmacia

Inma Riu



BIENVENIDA

¿A quién va dirigido?

Farmacéuticos, técnicos y demás profesionales que trabajen en una oficina de farmacia (o no) y quieran mejorar la gestión de esta red social.

¿En cuánto tiempo?

Un mes. 3 módulos en total y un webinar de 1 hora final.

¿Modalidad de la clase?

100% online

Estructura del curso:

El curso es de acceso inmediato y en él podrás aprender todo lo que tu Instagram necesita para destacar.



Hola, bienvenido a este curso de Instagram impartido por **Inma Riu** para Farmaschool. En este curso vamos a aprender cómo sacarle el máximo provecho a esta red social basada en la imagen. Conocer ideas y tendencias para que puedas sacarle el máximo provecho y diferenciarte en la tuya.

¿Qué es Instagram y qué debes saber de él?

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. Twitter cae al tercer puesto con un 39% de internautas. 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?

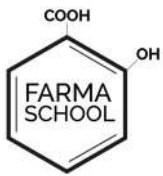
Recordamos 20% de lo que leemos. Retenemos el 80% de lo que vemos. Por tanto, el contenido visual es 40% más persuasivo y 40 veces más susceptible de ser compartido en redes sociales.

¿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 estos 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 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 hasta 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



¿Por qué debo estar en Instagram?

Antes de empezar, debéis empezar a reflexionar:

- 1- Para qué queréis estar en Instagram (vais a estar como Instagram personal, os interesa más el cariz profesional, fomentar el consejo, comunicar lo que hacéis en la farmacia, interactuar con bloggers....)
- 2- Quién es vuestro público objetivo/qué le gusta/ cómo puedo llegar a él a través de la imagen
- 3- Qué tipo de imágenes/contenido voy a subir: ¿Lifestyle, bodegones, entorno, producto?
- 4- ¿Cómo me voy a diferenciar de las farmacias que ya hay en Instagram? Es importante analizar qué hacen las otras farmacias/cuentas de Instagram que son mi “referencia”

Una vez tengamos esto claro, es cuestión de crear una línea editorial adaptada a las necesidades de mi farmacia, de empezar a subir contenido y de ir adaptándolo en base al mayor o menor éxito de la cuenta.

¿Qué tiene Instagram de bueno para mi farmacia?

- Canal de comunicación atractivo
- Red social donde se encuentra el usuario
- Puedes llegar al usuario por la vista
- Puedes recurrir a contenido ya elaborado por los laboratorios
- Muy interesante en categorías como: dermofarmacia, deporte, infantil
- Red Social en la que se cierran muchas ventas por Mensaje Directo
- Permite hacer publicidad conjuntamente en Facebook y Instagram
- Es muy fácil hacer publicidad en Facebook

En el curso de Facebook Avanzado, contábamos cómo de importante era la publicidad en Facebook y veíamos en un ejemplo real cómo el anuncio de Instagram dirigía mucho mayor tráfico al objetivo del anuncio que Facebook.

Tipos de cuenta 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.

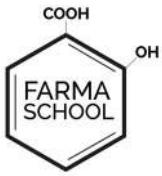


Empresa

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 módulo 3 aprenderemos a analizar los datos para Instagram empresas que ofrece la propia herramienta de Instagram y a conocer otras herramientas que pueden ser de nuestro interés para monitorizar nuestro Instagram



Publicar en el momento vs programar en el tiempo

Una de las particularidades de Instagram es que desde la aplicación no puedes programar en el tiempo. Está pensado “para el aquí te pillo aquí te mato”. Sin embargo existen herramientas como por ejemplo **Hootsuite** que te permiten programar tus imágenes en un futuro o cuando tú sabes que tú usuario está en Instagram.

Puedes ver un documento sobre cómo hacerlo **aquí** o ver un video **aquí**.

¿Cómo empezar a subir tus fotos en tu Instagram?

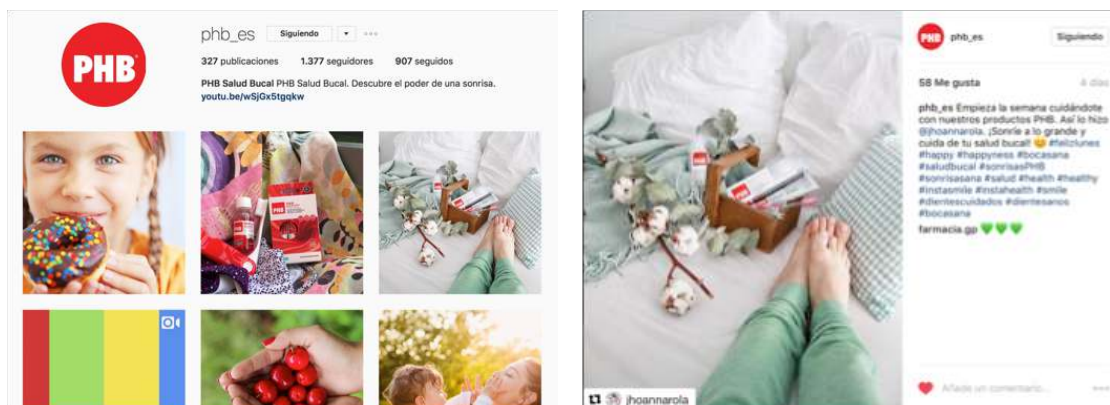
Aprende cómo hacerlo en este **vídeo**. Este video está hecho con la App anterior pero la esencia para aprender a subir fotos y vídeos es la misma. Si eres muy novato, míralo y aprende. Si eres un usuario habitual de Instagram, puedes saltarte esta visualización.



ACTIVIDADES

1. Abre tu cuenta en Instagram
2. Si ya la tienes abierta, empieza a seguir a diferentes cuentas de farmacia y de otros sectores: alimentación, marcas, bloggers, influencers para ver cómo ellos usan las redes sociales. ¿Cómo los reconocerás? Muchas marcas tienen fotos de influencers que están hechas con ellos o en las que los mencionan y las marcas comparten.

Esto lo hace bastante @phb_es por ejemplo, os dejamos con algunas de sus fotos hechas por “influencers” que han Reposteado. Es decir han usado desde un perfil que las ha posteado. Os explicamos cómo hacerlo en el próximo módulo.



3. Sube un par de fotos a tu perfil, menciona a @farmaschool y usa la etiqueta #INSTAfarmaschool para que yo las pueda ver.

¡Recuerda! Las actividades son de autocontrol y sirven para poner en práctica lo que hemos visto en este módulo. No hay que entregarlas a Farmaschool pero, si tienes alguna duda, ponte en contacto con nosotros.