

Instagram para la farmacia

Inma Riu

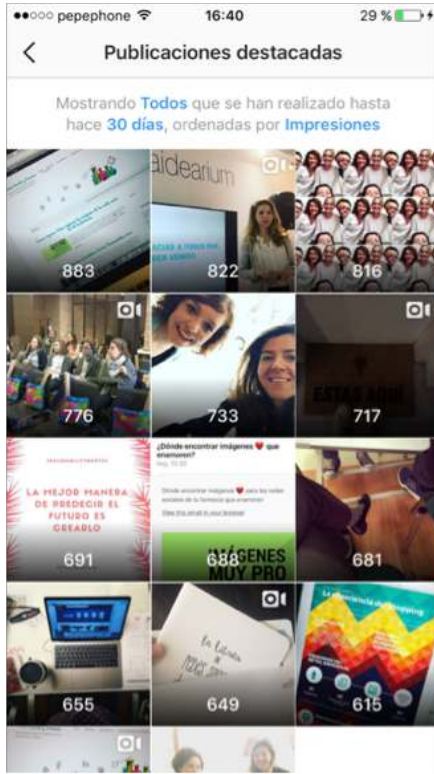
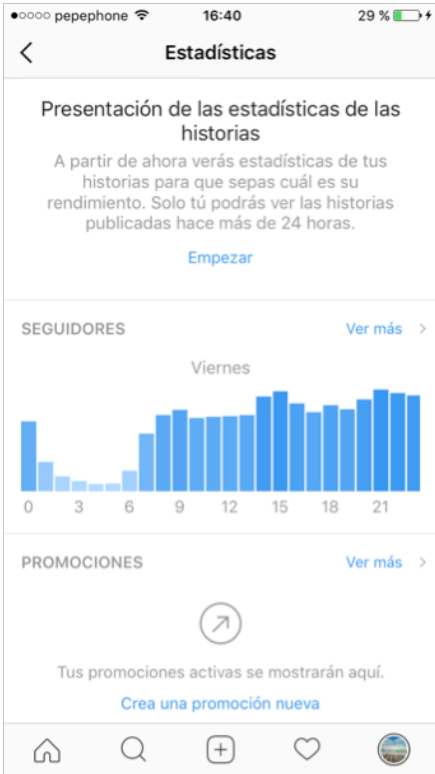
Monitorizar los datos de mi cuenta Instagram Empresa

De manera semanal, entra en tu perfil y analiza todas los datos que te ofrece. Para ello, pulsa sobre la imagen de estadísticas en la parte superior de tu Home, al lado del círculo redondo. Una vez dentro, podrás acceder a las siguientes estadísticas:



Instagram:

- Las impresiones que ha tenido
- Las personas alcanzadas
- Las visitas al perfil
- Clics al sitio web enlazado en tu perfil
- Publicaciones destacadas: muestra todas las publicaciones que se han realizado hasta de 30 días ordenadas por impresiones, aunque puedes filtrar estos datos en:
 - Impresiones
 - Alcance
 - Interacción
 - Me gusta
 - Comentarios
 - Veces guardada en un periodo de 7 días hasta 2 años



Para medir tus avances en Instagram puedes:

- Utilizar la herramienta propia de Instagram y elaborarte un Excel a medida

Saludability

Analiza tu Instagram

PARAMETROS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
-Las impresiones que ha tenido												
-Las personas alcanzadas												
-Las visitas al perfil												
-Clicks al sitio web enlazado en tu perfil												

Saludability

Analiza tu Instagram

PARAMETROS	ENERO
-Las impresiones que ha tenido	
-Las personas alcanzadas	
-Las visitas al perfil	
-Clicks al sitio web enlazado en tu perfil	

- O bien puedes usar herramientas como: Metricool, www.socialinsight.io, www.crowdfireapp.com o Audiense que tienen versiones tanto de gratis como de pago para analizar la evolución de tus redes.



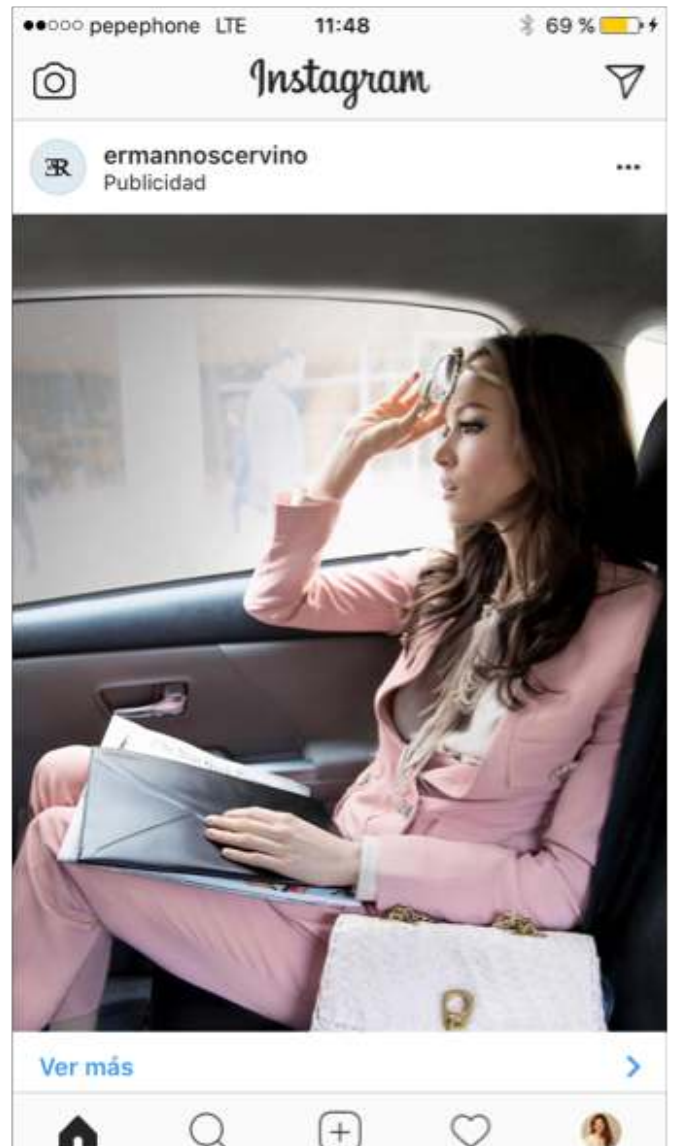
Publicidad en Instagram

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.

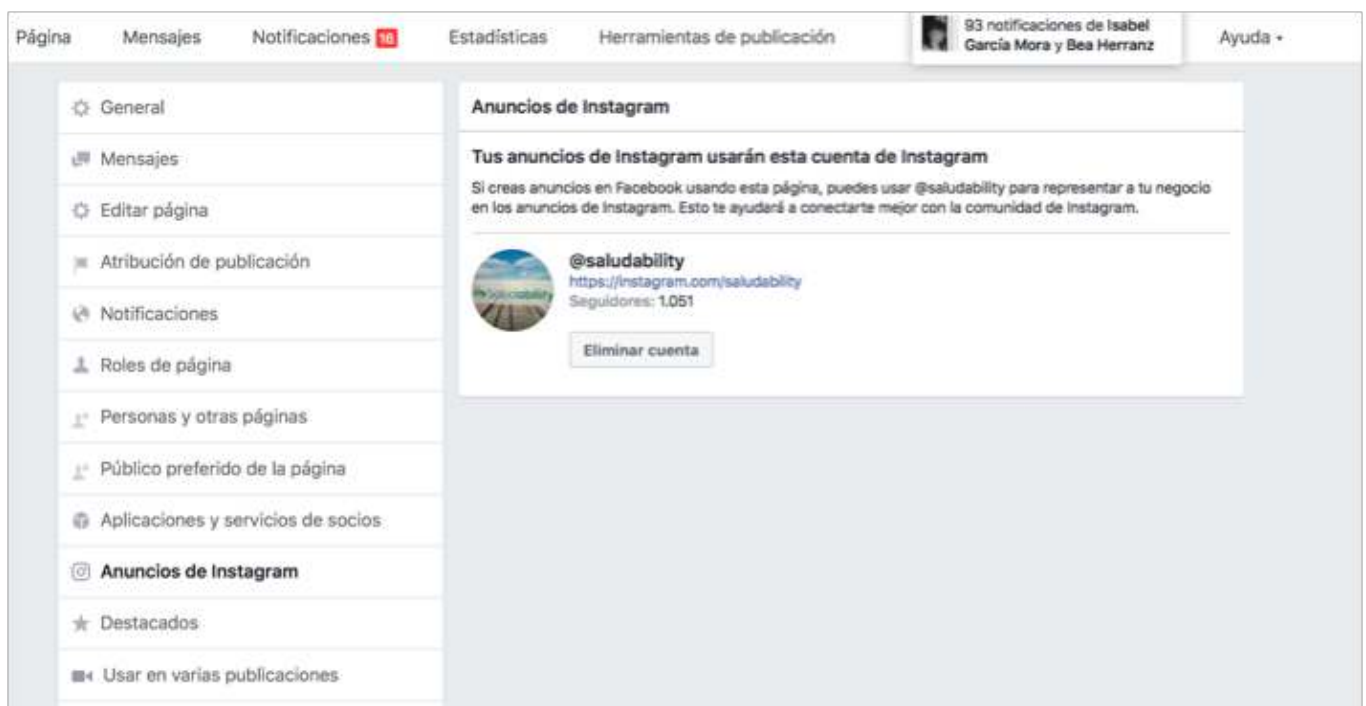
Es importante que el video sea creativo, que tenga un botón de llamada a la acción, o que tenga un buen texto de pie de foto. Recuerda que en los anuncios hay un límite de 300 caracteres y como en cualquier texto de imagen de Instagram no puedes enlazar ninguno web o URL en la imagen, aunque sí al botón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



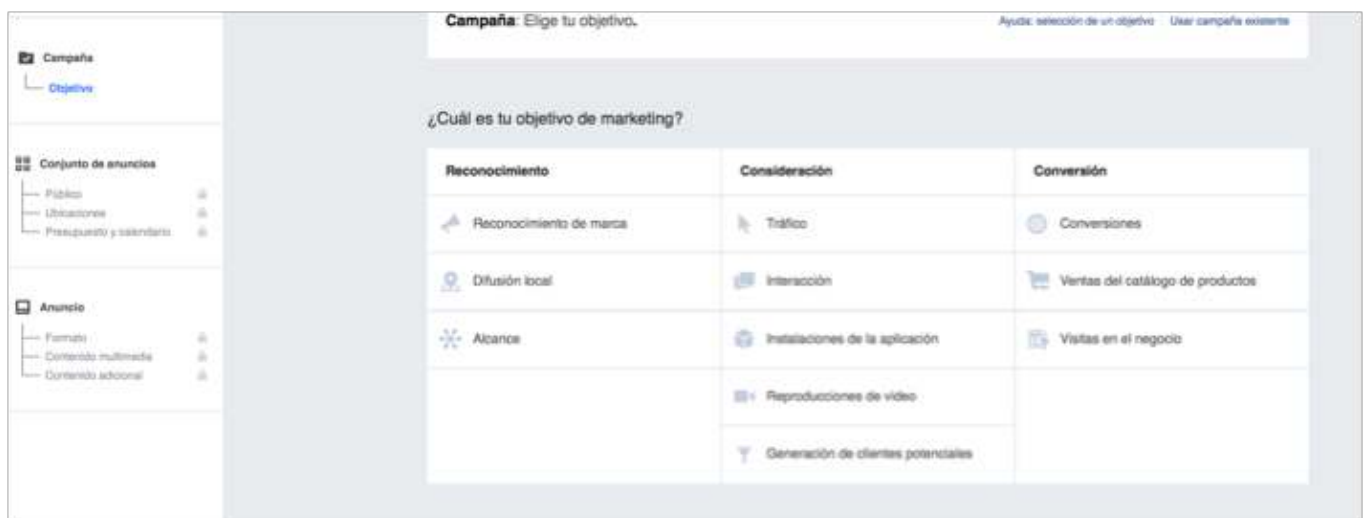
¿Cómo empezar tu primera campaña de publicidad en Instagram?

En el curso de publicidad en Facebook e Instagram lo detallamos paso a paso. Aquí te contamos también cómo hacer una buena campaña de publicidad en Instagram.

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.



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. Si no, debes crearlo para tu campaña.



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

Segmentación detallada

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

[Sugerencias](#) [Explorar](#)

[Excluir personas](#)

Conexiones

[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 €10,00
€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

Anuncio por secuencia
Crea un anuncio con dos o más videos

Un solo video
Crea un anuncio con un video

Presentación
Crea un anuncio con video con un máximo de 10 imágenes

Canvas
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.

Especificaciones de video recomendadas

- Formato: archivos .MOV, MP4 o .GIF
- Resolución: 720 píxeles 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 [las](#)

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.



9. Finalmente, realiza el pedido:





¿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
- Puedes practicar campañas de re-targeting en Instagram (para aprender a hacerlas, apúntate al curso de Publicidad en Facebook e Instagram).
- 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.



1. Intenta realizar alguna campaña específica para Instagram para familiarizarte con todo lo que acabamos de contar. Si no quieres, no realices la compra, pero ves paso a paso hasta el final.
2. Descarga la App de Facebook para gestionar tus anuncios para poder realizar Anuncios en tu cuenta de manera más inmediata.

¡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.

Vídeos

Aquí puedes ver el vídeo *Cómo transformar tu página de cuenta personal a empresa* y **aquí** el vídeo *Hacer publicidad en Instagram desde el móvil*