

MÀRQUETING DIGITAL ESTRATÈGIC

# ESTÈTICA I INSTAGRAM: IMPORTANT O PERDUA DE TEMPS?





# Instagram pot fer molt pel teu negoci... →

**Fes que la plataforma treballi  
per tu.**

Moltes vegades triguem tant en pensar què posar i com fer-ho que al final no posem res.

Planifica, prepara, publica i mesura resultats. En una paraula: **ESTRATÈGIA!**



# Hola hola!

Soc la Lara Andrés i estaré amb vosaltres aquests dies. Em vaig formar a la Blanquerna, Universitat Ramon Llull, en comunicació i màrqueting, i fa més de 10 anys que em dedico a la gestió de projectes i a acompanyar petites empreses en el seu camí pel màrqueting.

Soc una enamorada del món digital (però no pas una malalta). El món digital m'ha permès treballar des de Brussel·les, gestionar crisis des de NY, crear campanyes per clients de l'Uruguai i Miami.

El màrqueting digital m'apassiona, ja que considero que és el lloc perfecte per connectar amb els clients potencials. Això sí, cal saber quins són els clients potencials i estar obert a noves metodologies.



# UNA MICA D'ESTRATÈGIA



# B2C online



Instagram és un gran aparador pel teu negoci.

Cada usuari que veu una imatge teva i pren un moment per llegir el teu post, és com si fos un client que passa per la teva aparador i el mira.

Però si vols que aquest usuari es recordi de tu i vulgui saber més...

**Una solució,  
una utilitat,  
una proposta de valor.**

[https://business.instagram.com/getting-started?locale=es\\_ES](https://business.instagram.com/getting-started?locale=es_ES)

# Objectius SMART



Cal fixar-los en qualsevol estratègia per tal de poder traçar un camí i saber si les accions que estem portant a terme estan resultant o no.

**Specific (Específic)**

**Measurable (Mesurable)**

**Attainable (Assumible)**

**Relevant (Rellevant)**

**Timely (a Temps)**

## **EXEMPLE:**

Augmentar 10 seguidors cada setmana = 40 seguidors al mes --> acquisition

Comandes del menú diàri via MD, 3 de dill-dj, div 6. --> conversion

Mínim 4 guardats per post--> fidelització + engagement

# Públic objectiu o target



Quina és la teva audiència?

És aquesta l'audiència que vull?

Només quan tinguis definit el teu públic objectiu podràs començar a crear contingut específic que SI resultarà efectiu dins de la teva estratègia.

La deficinio del teu públic objectiu marcarà els missatges de la teva marca o empresa, el to, les imatges, el color, inclús el dia i l'hora de publicació del contingut.

## **COM EL DEFINIM?**

Cal que crear arqueotips independents i detallats.

# Posicionament



El posicionament és la idea que té el consumidor sobre el nostre producte, la nostra empresa o la nostra marca.

**Perfil de l'audiència:** em de conèixer al nostre client i les seves motivacions.

**Característiques de la marca:** trets que la representen.

**Beneficis racionals:** què obté el client?

**Beneficis emocionals:** com fa sentir al client?

# Posicionament



El definim tenint en compte tres paràmetres:

## **A qui va dirigit el producte/servei:**

- Quin és el perfil de l'audiència.
- Quina part de la població està motivada pel producte.
- Quina necessitat cobreix.
- Quin perfil tindrà intenció de compra.

## **Beneficis**

- En què es diferencia el producte/servei de la resta.
- En què és millor el producte/servei.
- Quins aspectes destaquen sobre la resta de característiques.
- Què s'emporta el client si ho adquireix.

## **Promesa**

- Perquè ens han de creure i confiar.
- Què justifica que ho complirem.

# Nevera de contingut



- Elaboració d'un llistat de contingut rellevant per a la nostra audiència i enfocat en la nostra empresa o marca.
  - Cal que identifiquem la temàtica o categoria i la subcategoria.
  - Intentem que aquestes no siguin molt genèriques, com per exemple "moda".
- 
- Procés de treball
  - Últims projectes / accions
  - Rutina de treball
  - Series o pel·lícules
  - Preguntes freqüents de clients
  - Frases que inspirin
  - La meva empresa
  - Equip de treball o col·laboradors
  - Eines del meu procés de creació o treball
  - Promoció d'un article del blog
  - Promoció de la newsletter
- Recursos gratuïts o Lead Maged
  - Esdeveniments públics
  - Tendències del sector
  - Dinàmiques/preguntes sobre el meu sector
  - Producte
  - Col·laboracions/Solidaritat

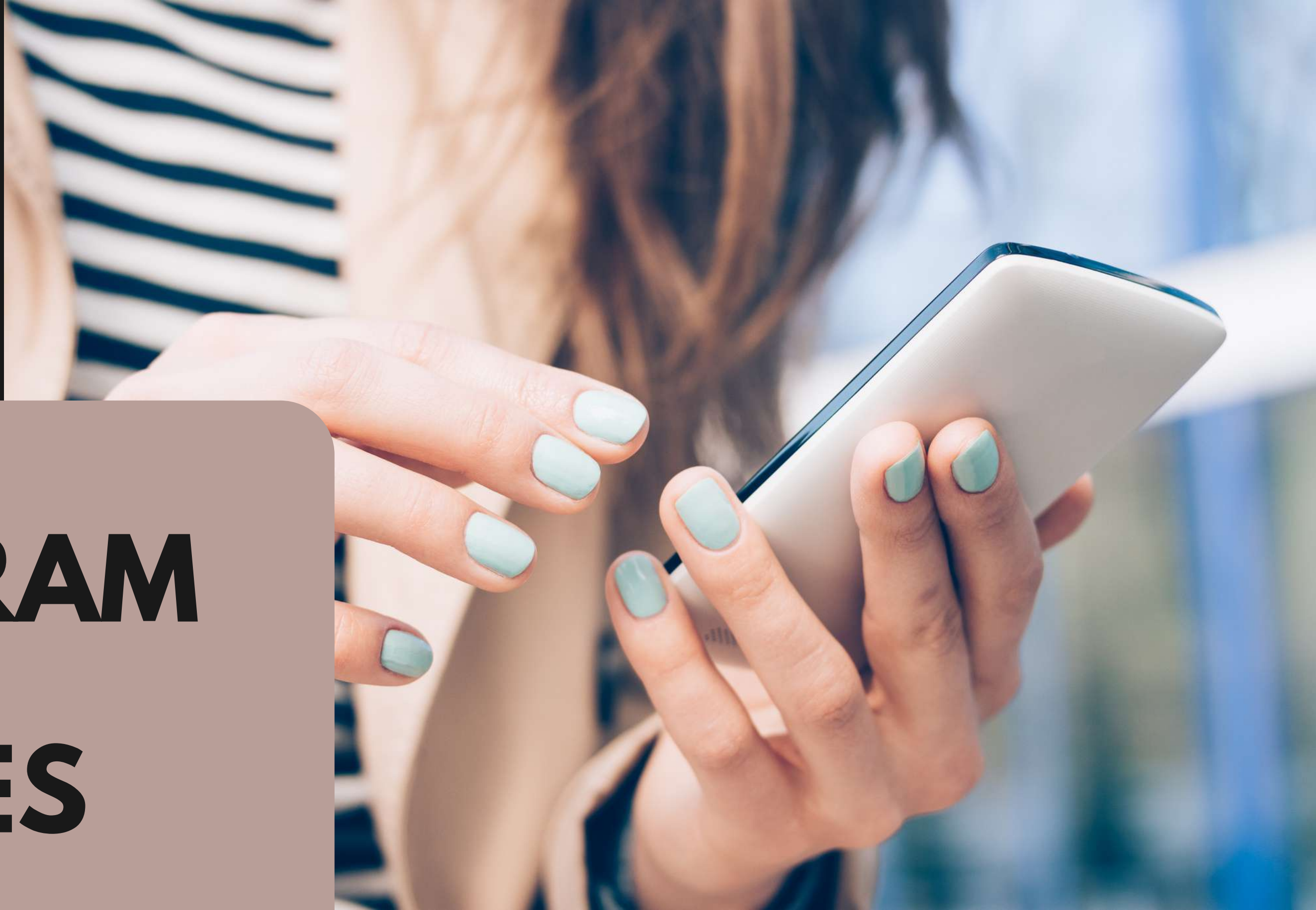
# Nevera de contingut



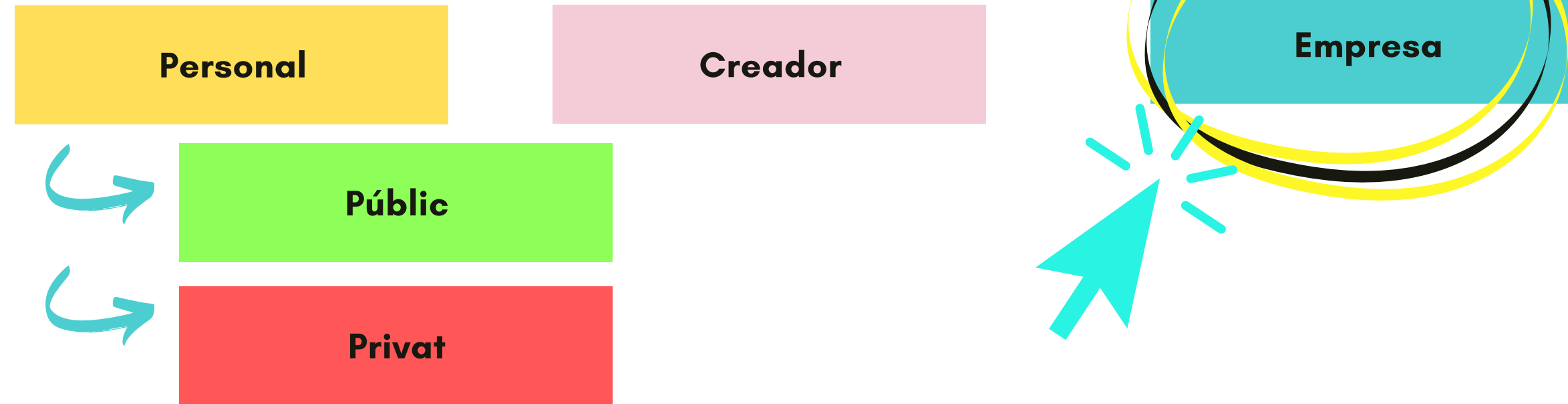
Un cop tenim les categories, hem de buscar entre 2 i 4 temes per cadascuna.

- Procés de treball: com elaborem una ruta turística, creació del menú de Nadal, preparació de la sala de ball per un esdeveniment
- Últims projectes / accions: casament de X+Z, transformació d'un espai per un esdeveniment, ruta pel Monestir de Ripoll.
- Rutina de treball: anem a fer la compra, preparació del llistat de necessitats per una acció, dia de bojos....
- Series o pel·lícules: memes sobre el teu sector, recomanacions on el teu sector sigui protagonista,...
- Preguntes freqüents de clients
- Frases que inspirin
- La meva empresa: història, valors, com neix, qui et va ajudar, marques amb les que col·labores, que la fa diferent, missió, objectius.
- Equip de treball o col·laboradors
- Eines del meu procés de creació o treball
- Promoció d'un article del blog
- Promoció de la newsletter: per la captació de leads
- Recursos gratuïts o Lead Magnets: propostes exclusives pels subscriptors
- Esdeveniments públics
- Tendències del sector
- Dinàmiques/preguntes sobre el meu sector
- Producte: llançaments, novetats, característiques, serveis específics, etc.
- Col·laboracions/Solidaritat

# **INSTAGRAM PER EMPRESSES**



# Tipus de compte



# Compte d'empresa

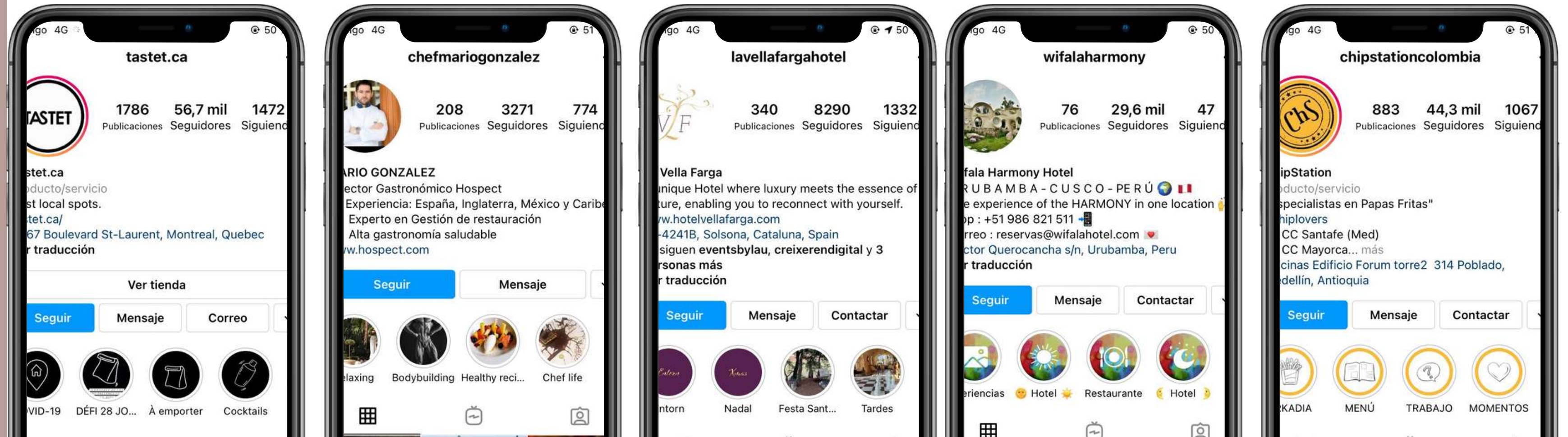


- Si tens un negoci, un projecte o una empresa, has de tenir un perfil d'empresa.
- El perfil d'empresa permet fer un seguiment estadístic de les visites i la interacció dels usuaris.
- D'aquesta manera sabràs què és el que et funciona i què no. Pensa que si has de posar-te objectius aquests han de tenir una forma de mesura.
- A més es poden fer promocions. Una opció interessant si volem fer llançaments d'un nou servei o producte, donar a conèixer una acció concreta de la nostra empresa, etc.
- Recorda que Instagram forma part de Facebook i caldrà tenir els comptes d'empresa connectats per poder dur a terme promocions o traspasar contingut d'un compte a un altre.

# Nom de perfil



- El teu nom d'usuari ha d'estar d'acord a la teva empresa o projecte.
- És important que sigui fàcil d'escriure i de llegir.
- Si conté números, guions o altres caràcters especials és possible que els teus usuaris es perdin i no aprenguin mai el teu nom. Quant més senzill millor.
- És possible que el nom idoni ja estigui ocupat, si és així, dóna-li un parell de voltes.
- Pots provar d'afegir el nom del teu municipi o una característica peculiar que et faci diferent, però fuig dels adjectius o noms generalistes.



# Imatges de perfil



- Els teus usuaris et recordaran per la imatge de perfil que tinguis, per tant aquesta ha de ser clara, i si parlem a nivell professional, ha de ser el logotip de la teva empresa o projecte.
- El logotip que utilitzis ha de ser clar, si conté lletres han de poder llegir bé. Sinó és així és recomanable utilitzar un isotip (icona que representa a una empresa).
- És possible que faci molt de temps que ho has revisat la teva imatge visual corporativa.
- D'altra banda, imatges molt genèriques fan que els usuaris no retinguin la informació. No es recomana posar ni plantes, ni platges, ni edificis, etc.
- Si tu ets la imatge de la teva empresa o projecte, recorda que els teus usuaris t'han d'identificar bé, utilitza una fotografia en què es vegi bé la teva cara però no que no sigui un "súper zoom", i que aquesta tingui bona qualitat.



# Descripció del perfil



- La primera descripció, la que està en negreta és la que Instagram indexa de manera orgànica, per tant no cal que repeteixis el teu nom d'usuari, especifica sobre la teva empresa o la teva especialitat.
- Descriu de què va el teu projecte i en què ajudes als teus possibles clients.
- Afegeix les formes de contacte.
- Utilitza links útils i que no estiguin trencats. Pots utilitzar un àrbre de links.



# TIPUS DE CONTINGUTS





# RESUM DE TIPUS DE CONTINGUT

- Feed
- IGTV
- Stories
- Reels
- Guías



# FEED



## Mesures

- Post quadrat: 1080 x 1080px
- Post vertical: 1080 x 1350px
- Post horitzontal: 1080 x 556 px

## Suports

- imatge sola
- Vídeo de 60 segons o menys
- Carrusel o col·lecció d'imatges / vídeos de 60 segons o menys
- Màxim 9 imatges o vídeos a un carrusel

## Descripcions

- La descripció ha de sumar.
- Aprofita per ampliar informació.
- Fes una estratègia de hashtags per posicionar contingut.
- Demana al teu audiència que interactuï - CALL TO ACTION

# FEED



## Mesures

- Post quadrat: 1080 x 1080px
- Post vertical: 1080 x 1350px
- Post horitzontal: 1080 x 556 px

## Suports

- imatge sola
- Vídeo de 60 segons o menys
- Carrusel o col·lecció d'imatges / vídeos de 60 segons o menys
- Màxim 9 imatges o vídeos a un carrusel

## Descripcions

- La descripció ha de sumar.
- Aprofita per ampliar informació.
- Fes una estratègia de hashtags per posicionar contingut.
- Demana al teu audiència que interactuï - CALL TO ACTION

# FEED



## **Que sigui irresistible**

- El feed és una forma més de transmetre certs aspectes de la teva marca o empresa.
- Pots atraure encara més l'atenció de nous seguidors.

**Tot i així, és obligatori tenir un feed bonic? NO**

**Un feed bonic i organitzat pot atraure nous clients? SI**

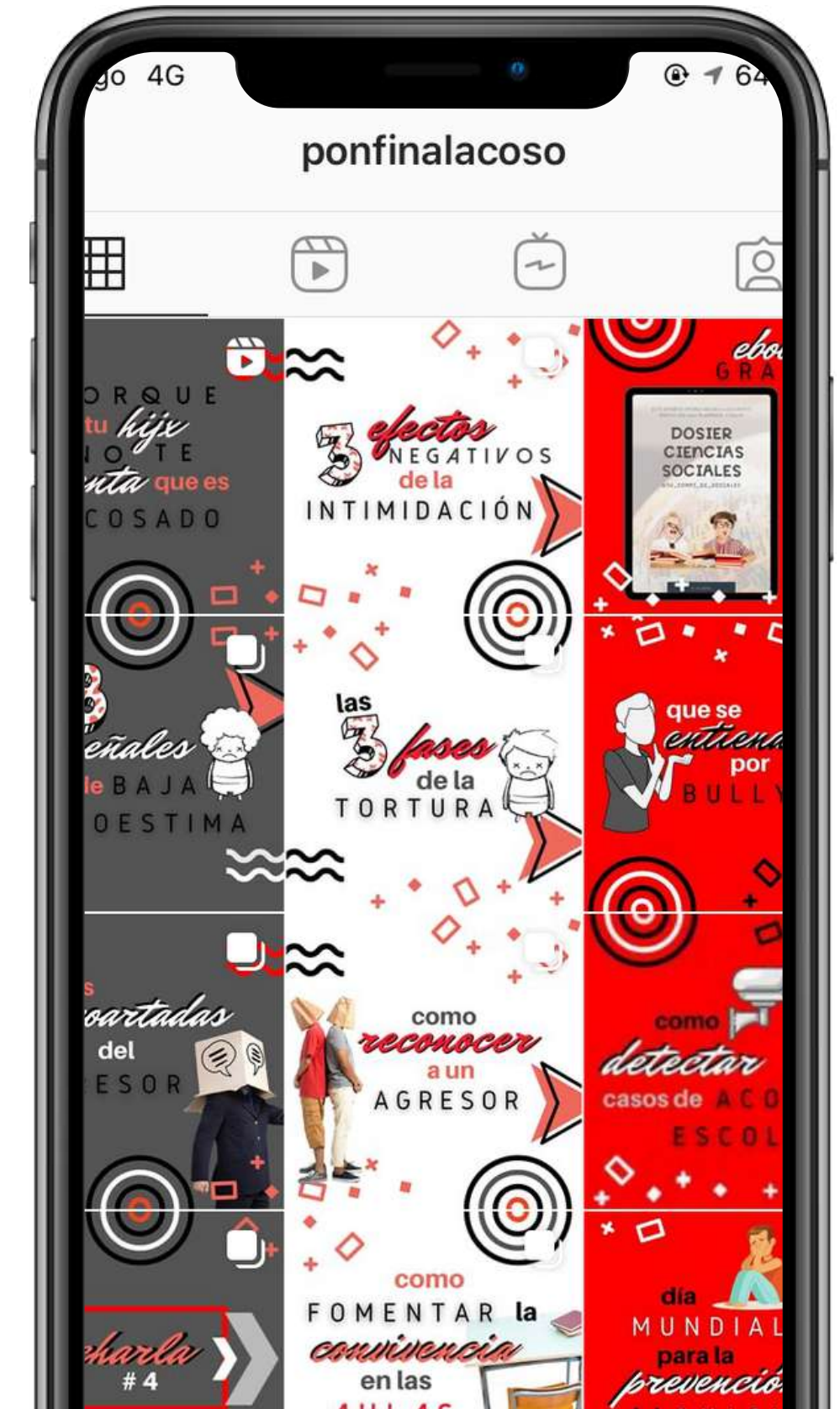
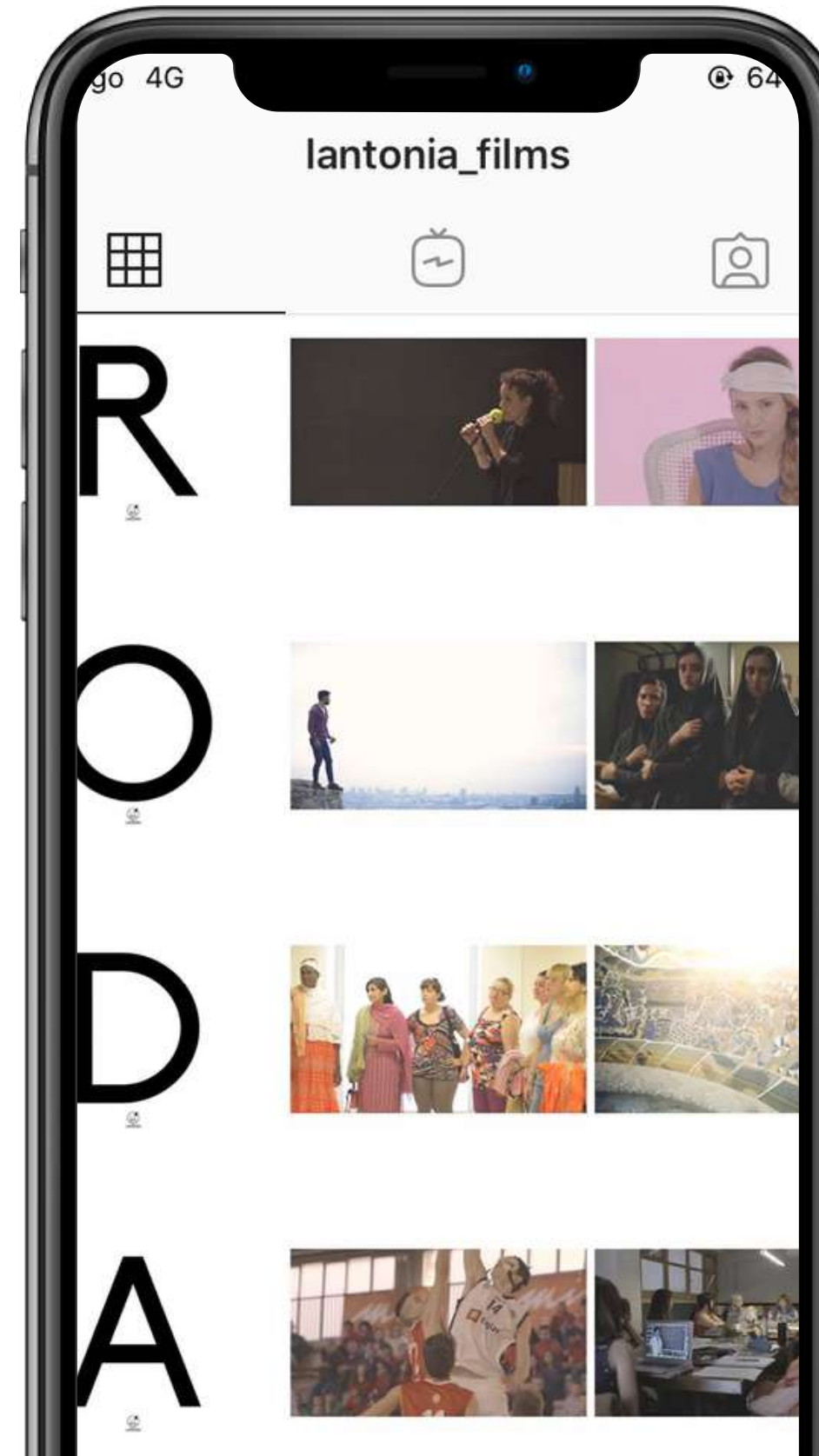
## **Planifica**

- Busca inspiració a Pinterest o altres comptes que et puguin agradar, encara que no siguin del teu sector.
- Fes que el feed s'adapti a la teva marca: És carregat? És minimalista? És psicodèlic?
- Fes que el feed treballi per a tu i no a l'inrevés.

# FEED. Línies verticals



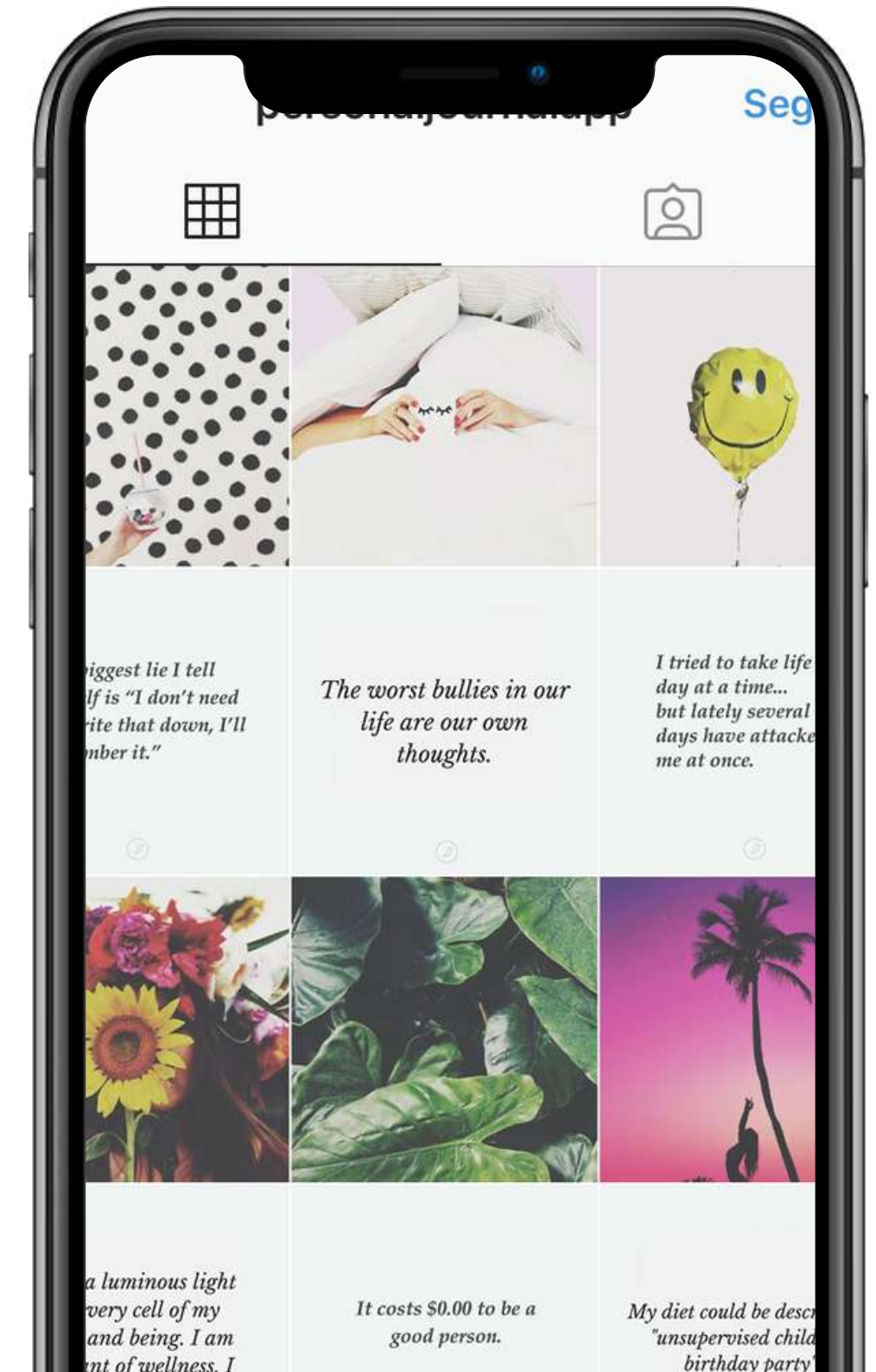
- Dificultat: Baixa
- El millor: tindràs ordre en poc temps
- El pitjor: pot acabar sent monòton



# FEED. Línies horitzontals



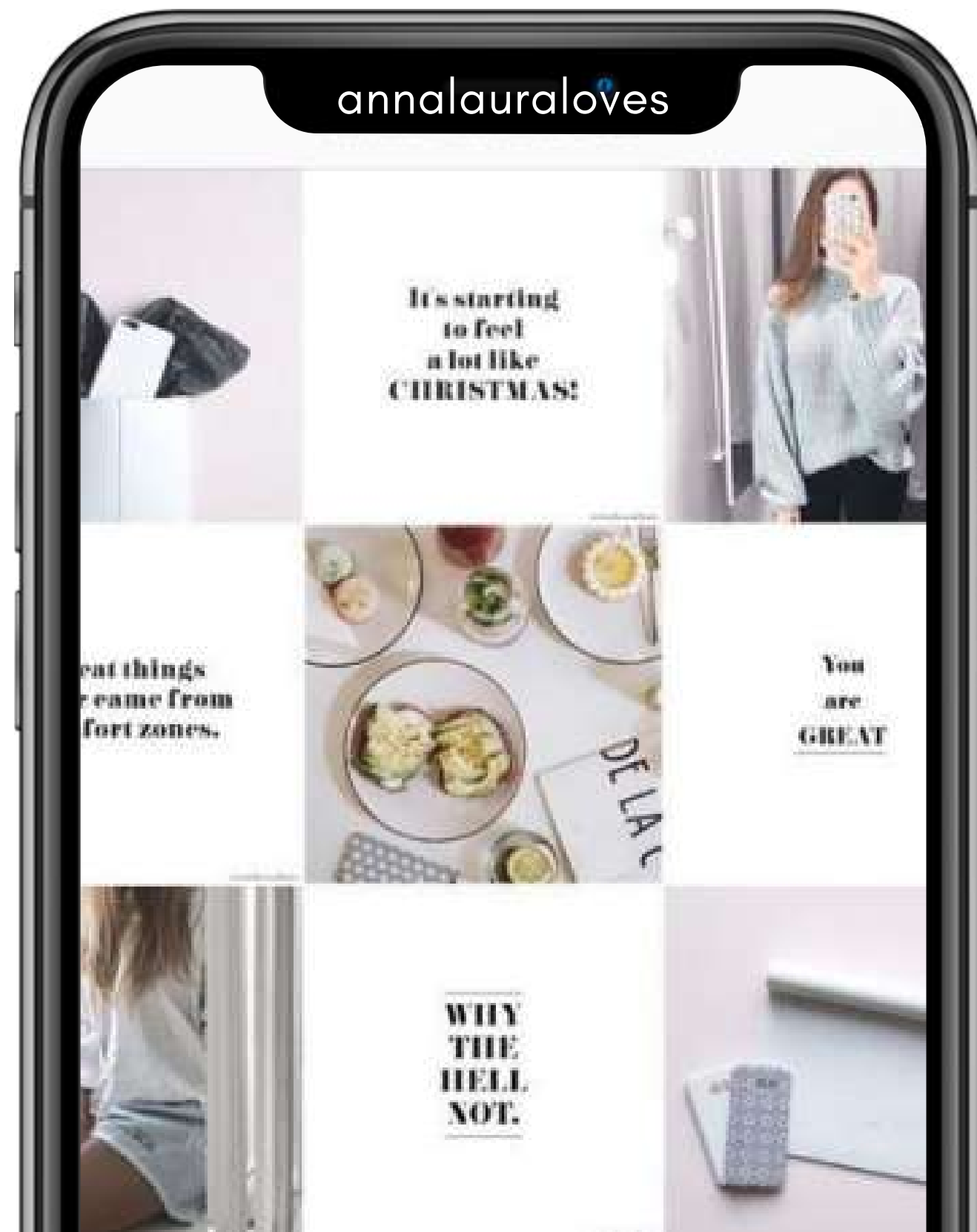
- Dificultat: Baixa
- El millor: tindràs ordre en poc temps
- El pitjor: perquè es vegi ordenat hauràs pujar 3 publicacions alhora



# FEED. Taulell de dames



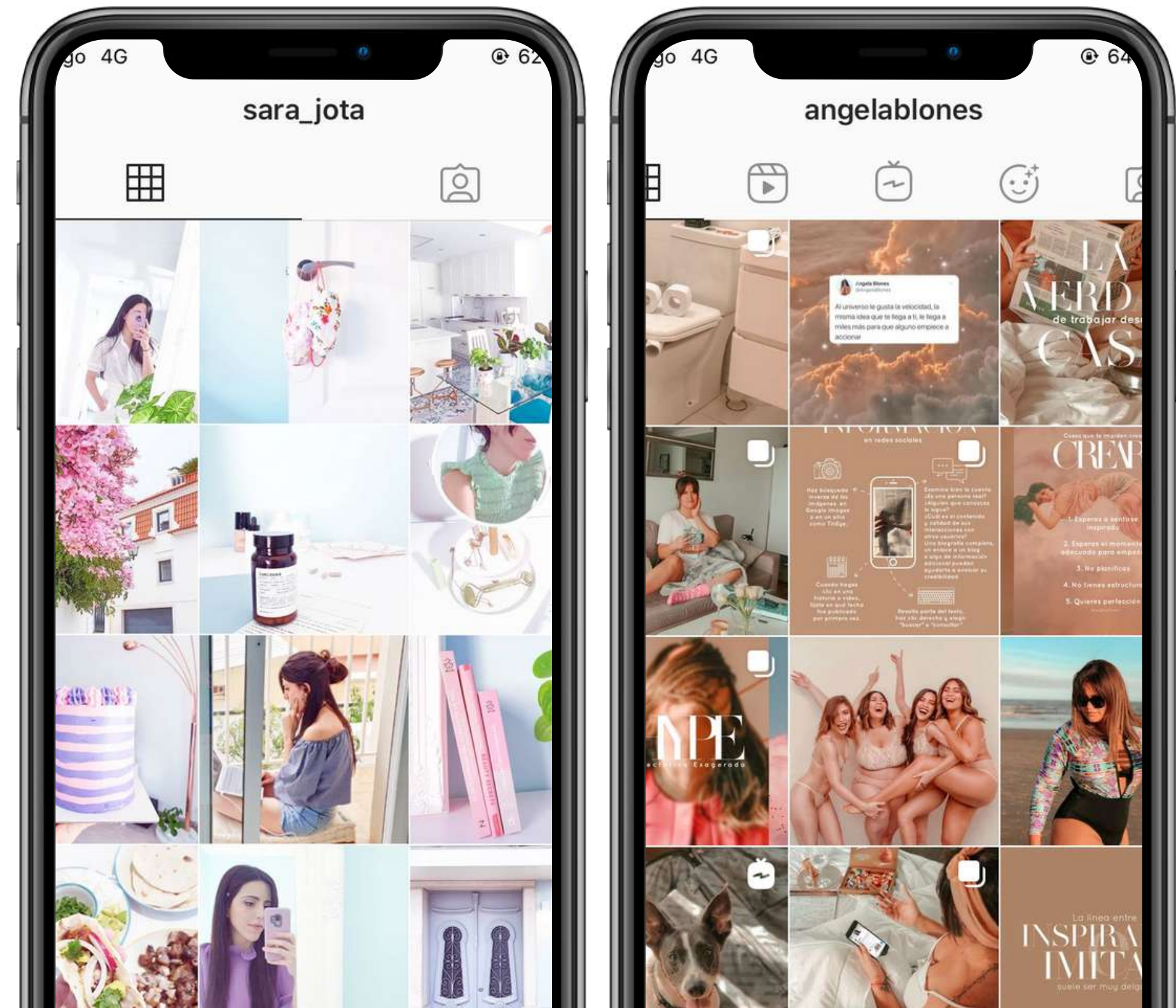
- Dificultat: Baixa
- El millor: serà ordenat ràpidament, sobretot si tens en compte els tons
- El pitjor: monòton i poc flexible, hauràs pensar en frases



# FEED. Tonalitats i colors



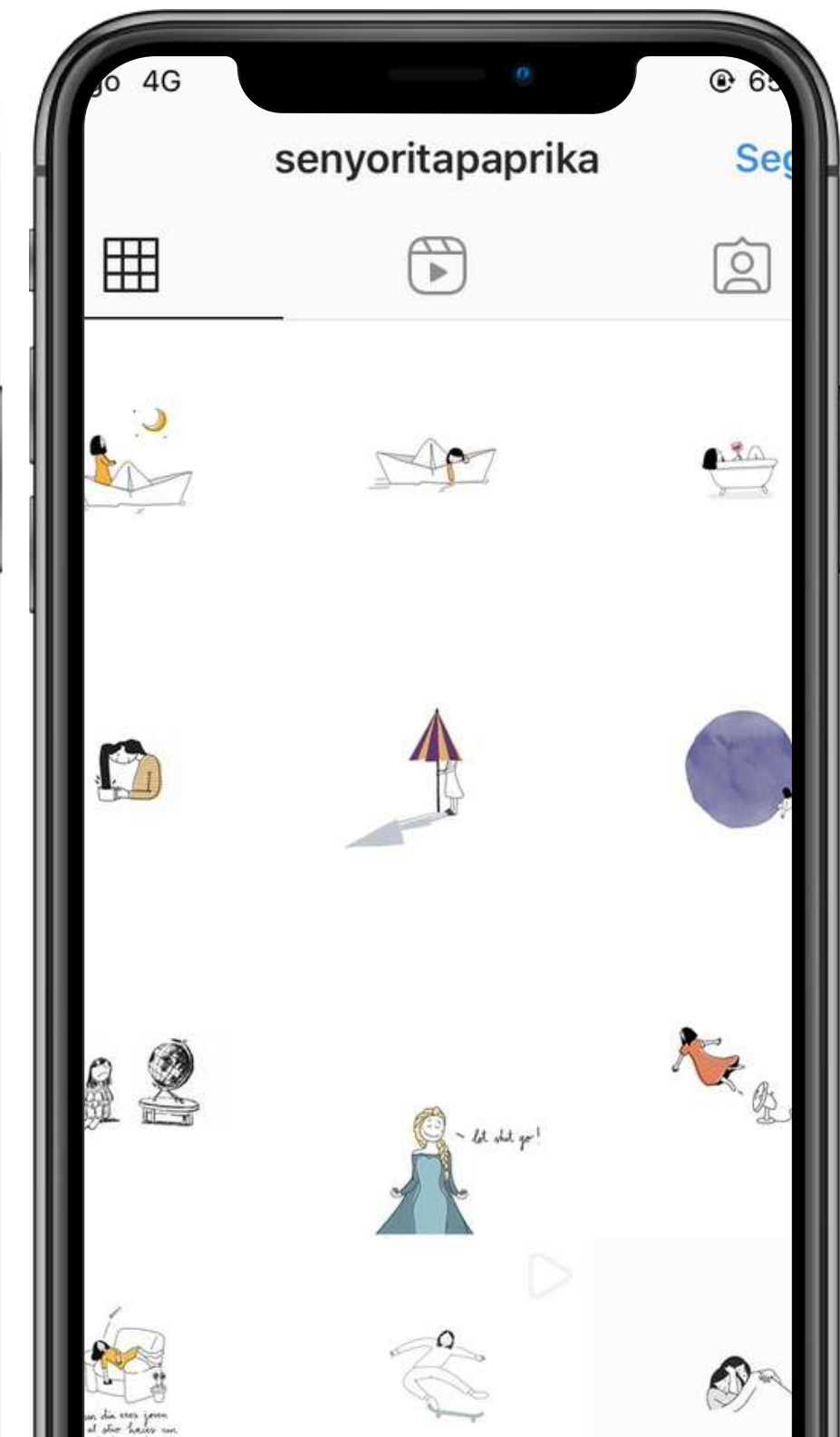
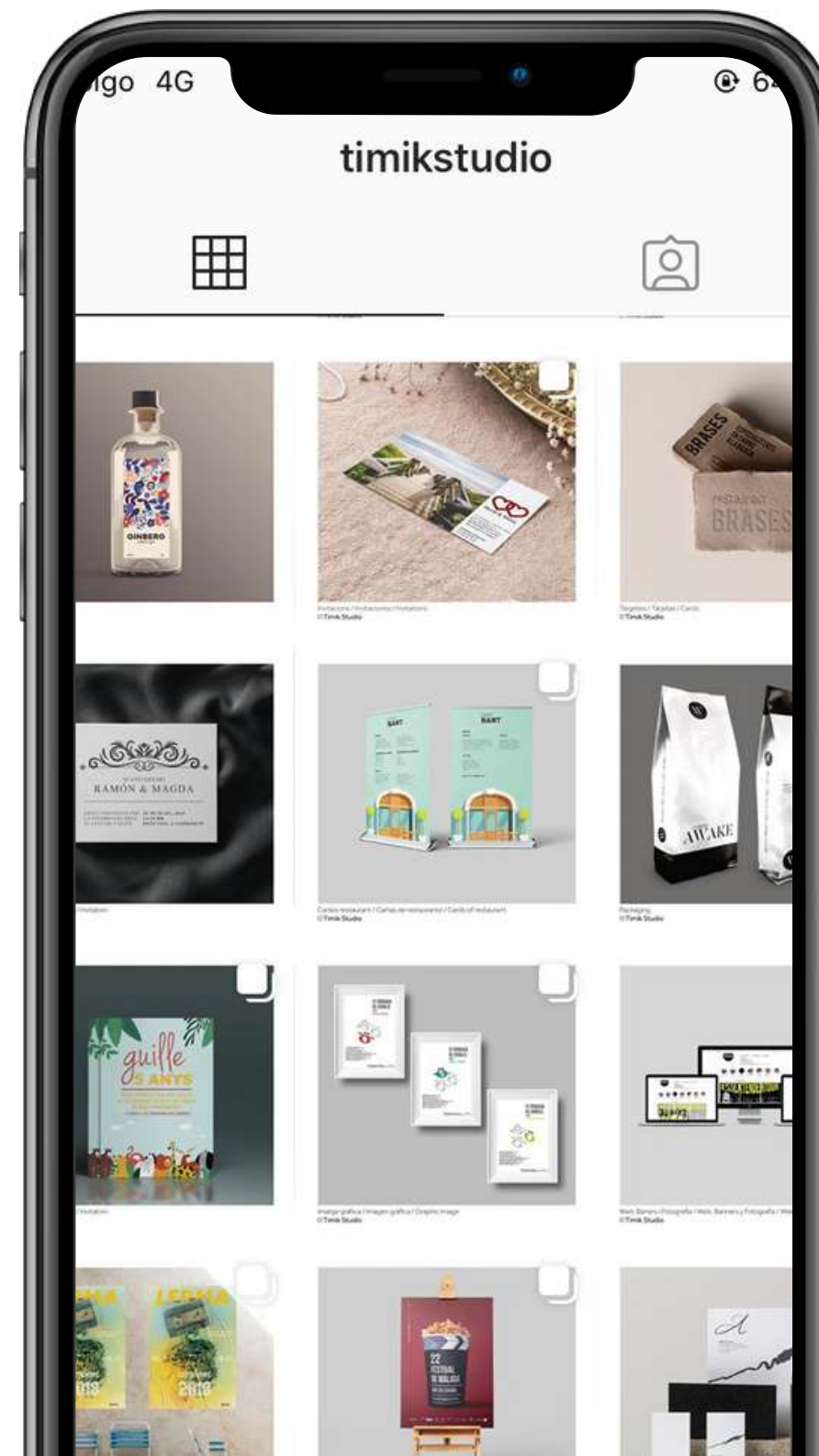
- Dificultat: Mitjà-alta
- El millor: com més vistosos millor
- El pitjor: hauràs de donar a mateixa tonalitat a totes les fotos



# FEED. Emmarcats.



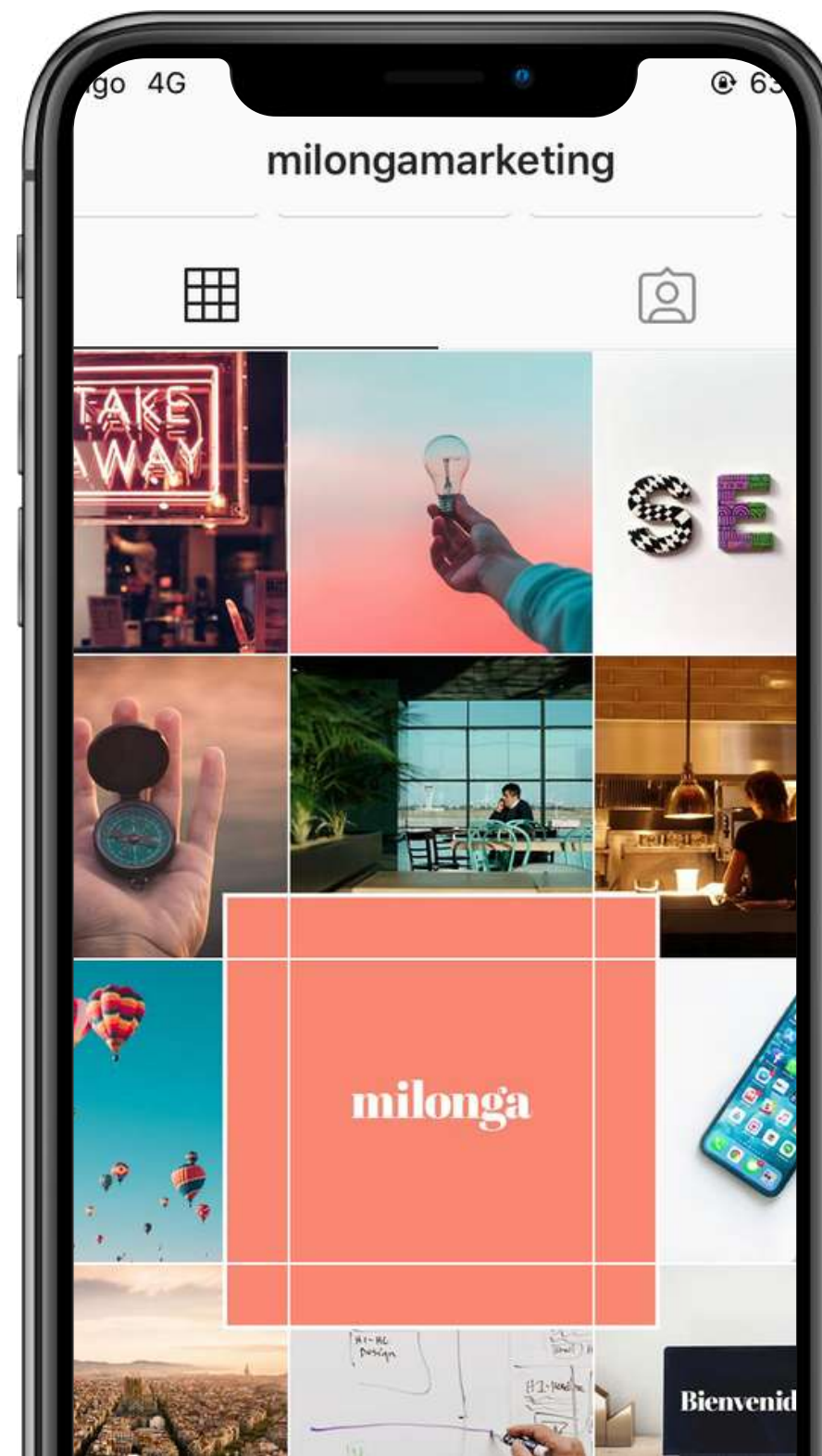
- Dificultat: mitjana
- El millor: molt ordenat tot i que les fotos tinguin diversos tonalitats
- El pitjor: dependràs d'un editor sempre per fer els marcs



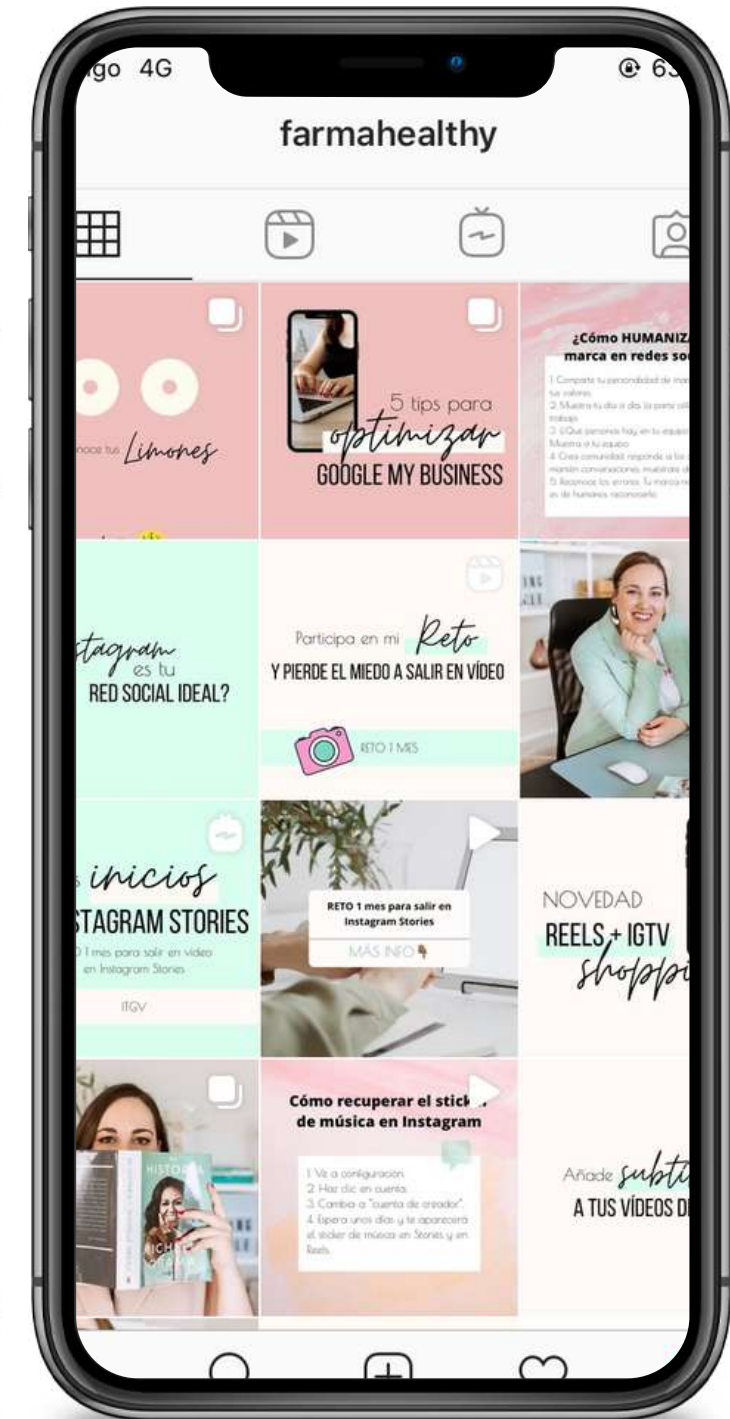
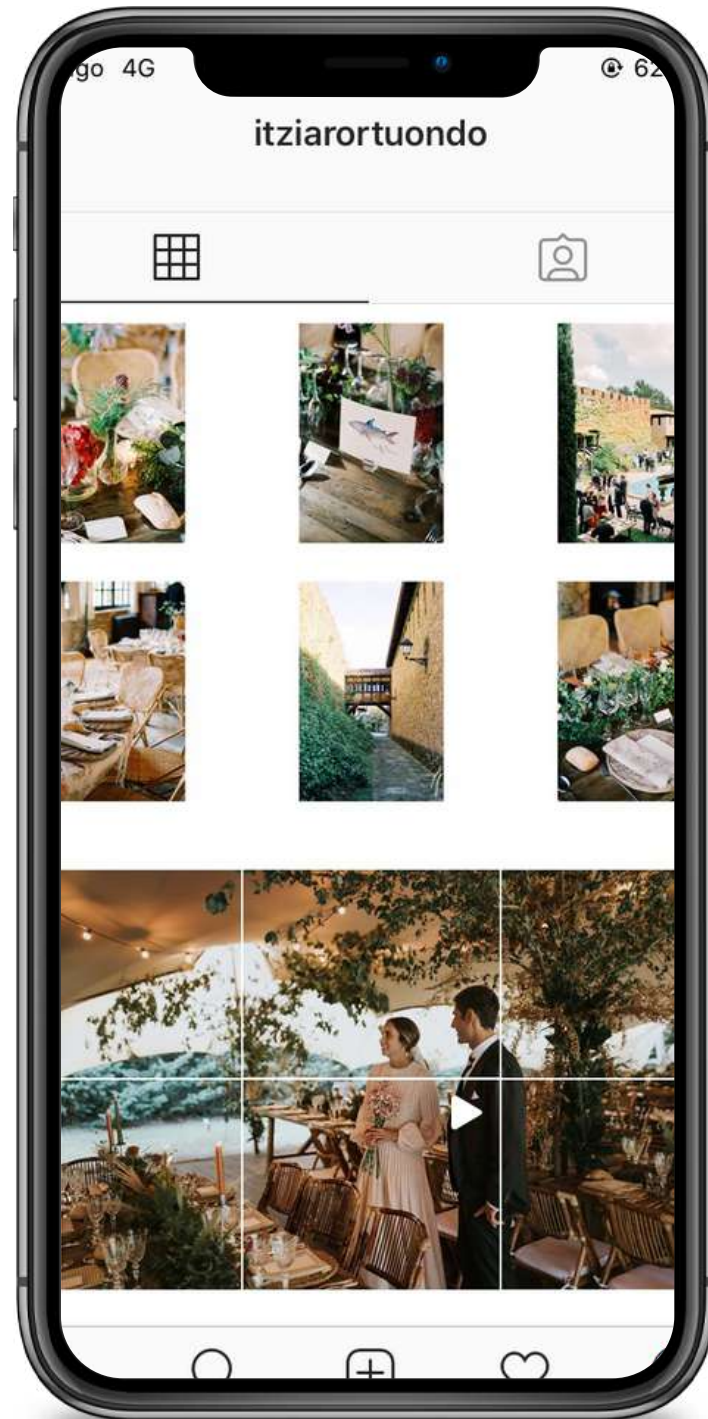
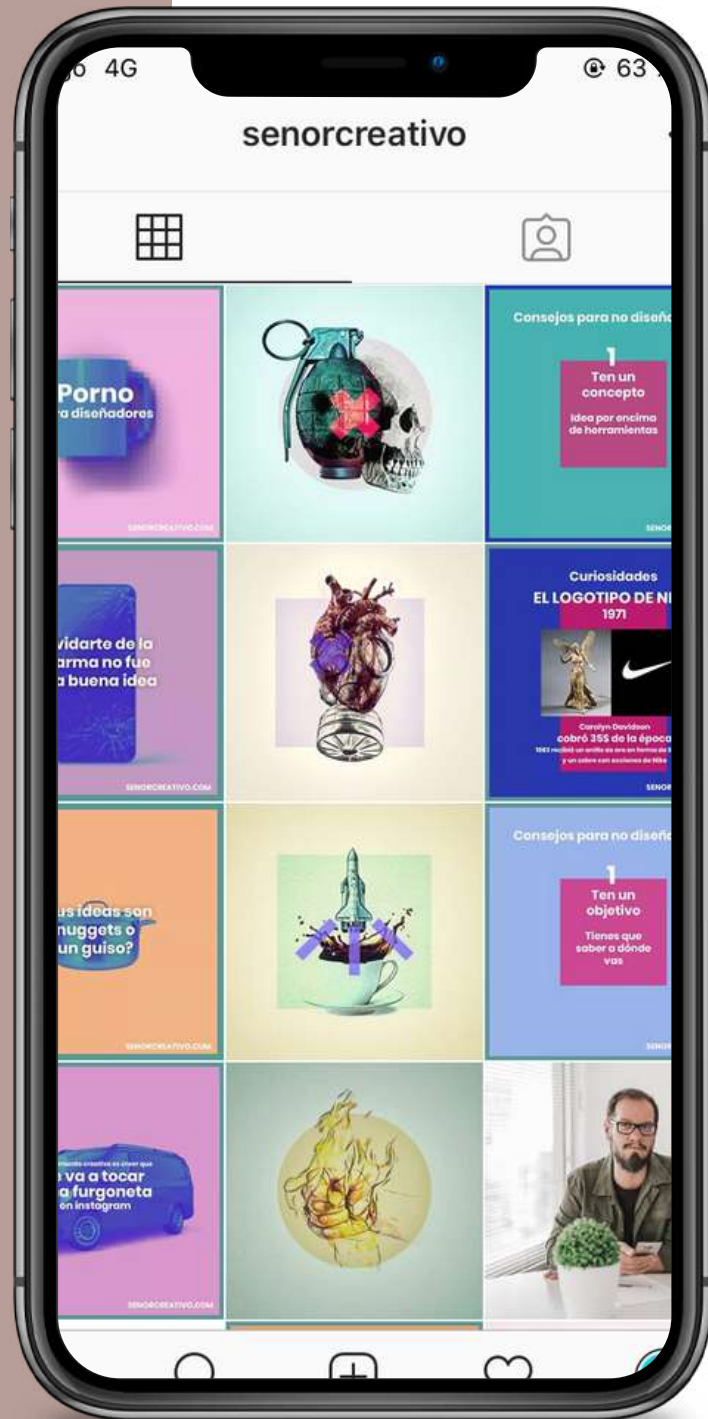
# FEED. Trecaclosques.



- Dificultat: Alta
- El millor: és molt atractiu
- El pitjor: cal estar súper planificat i una bona aplicació per seguir el fil conductor

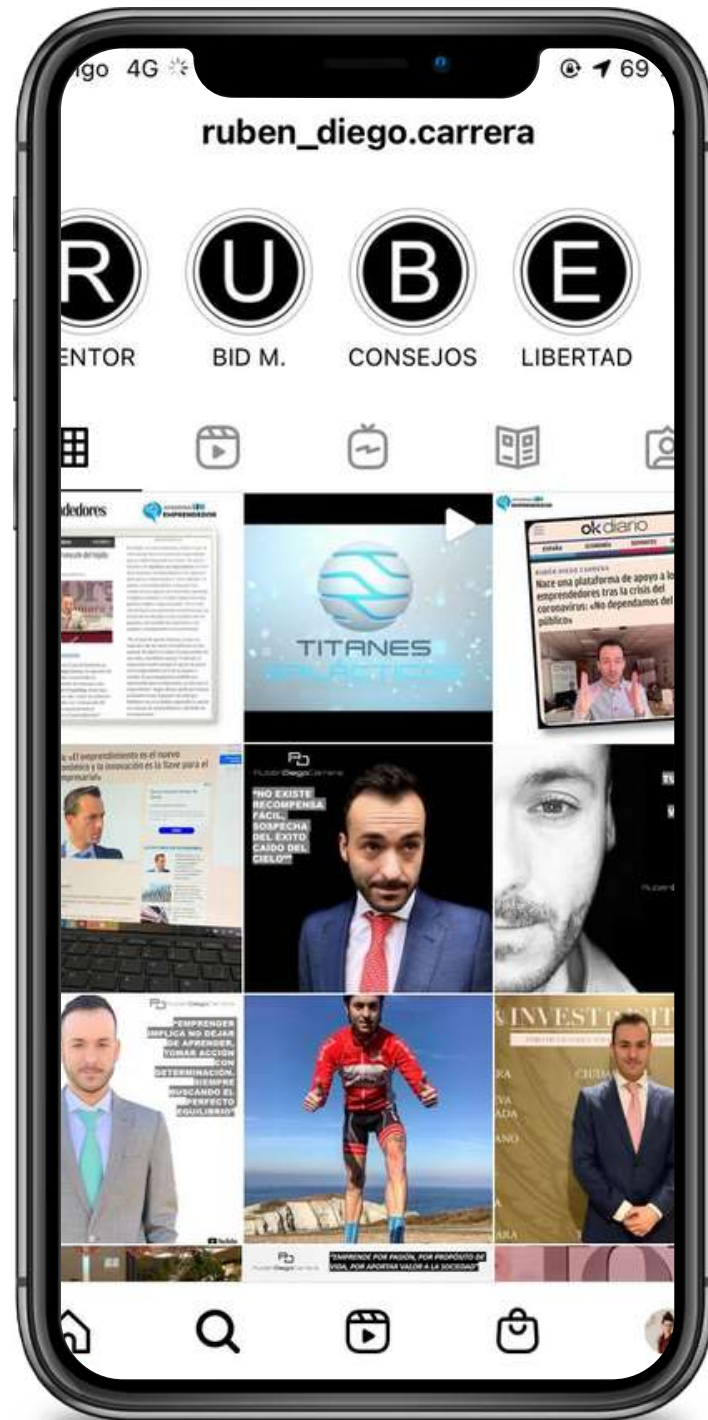
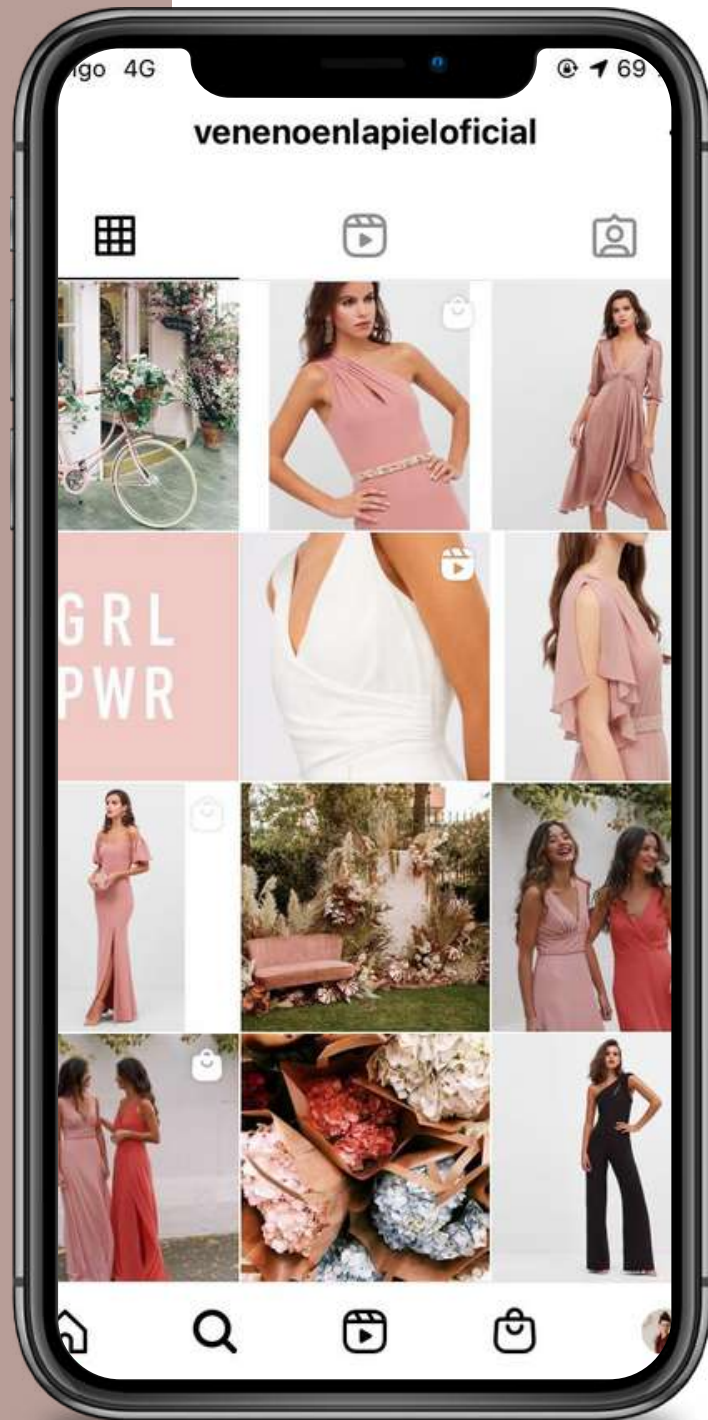


# FEED. Más inspiració.

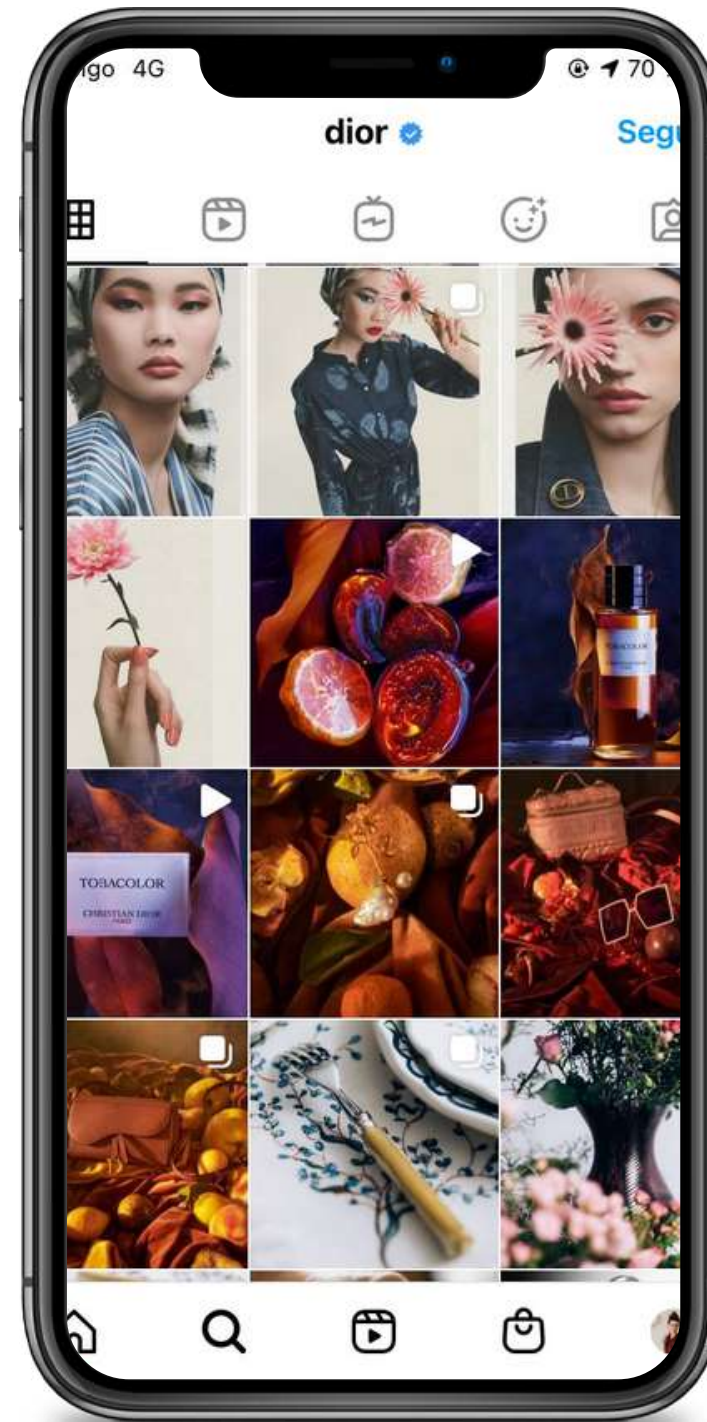




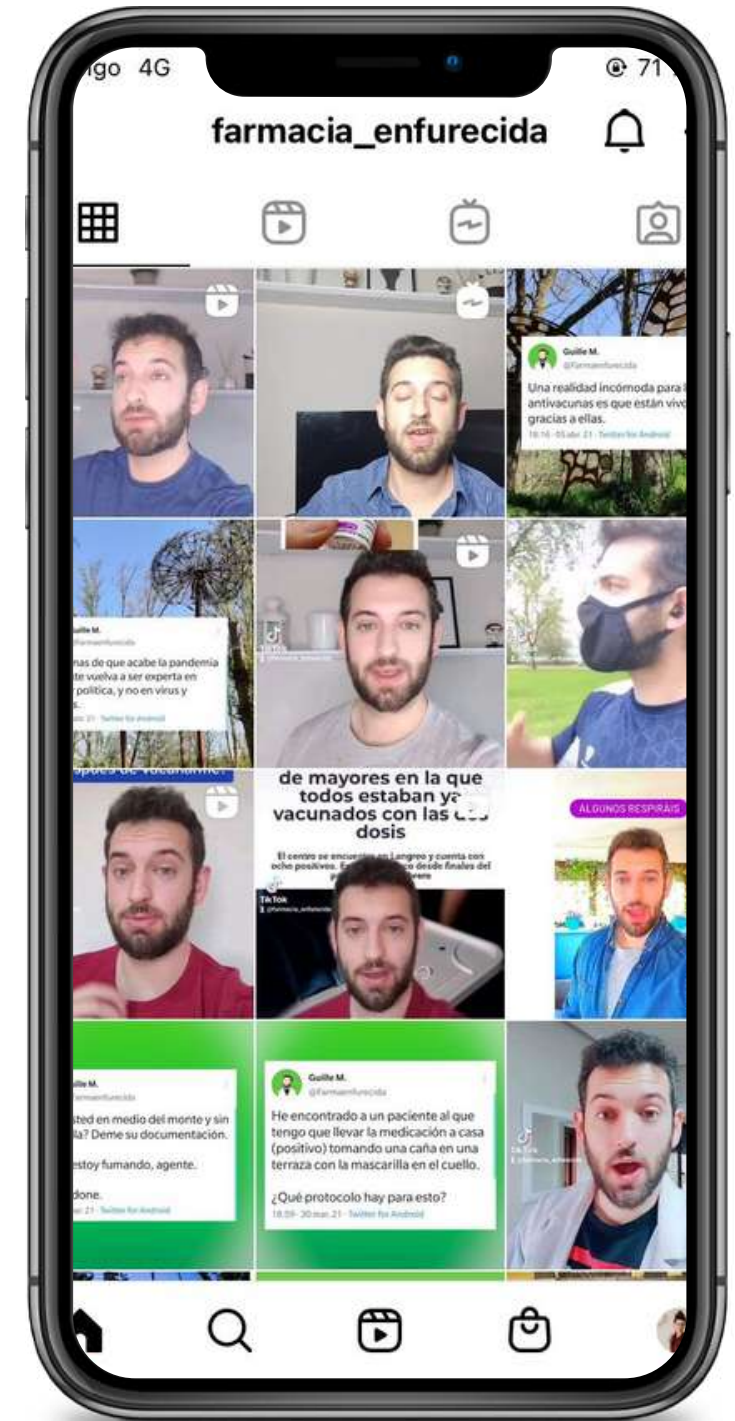
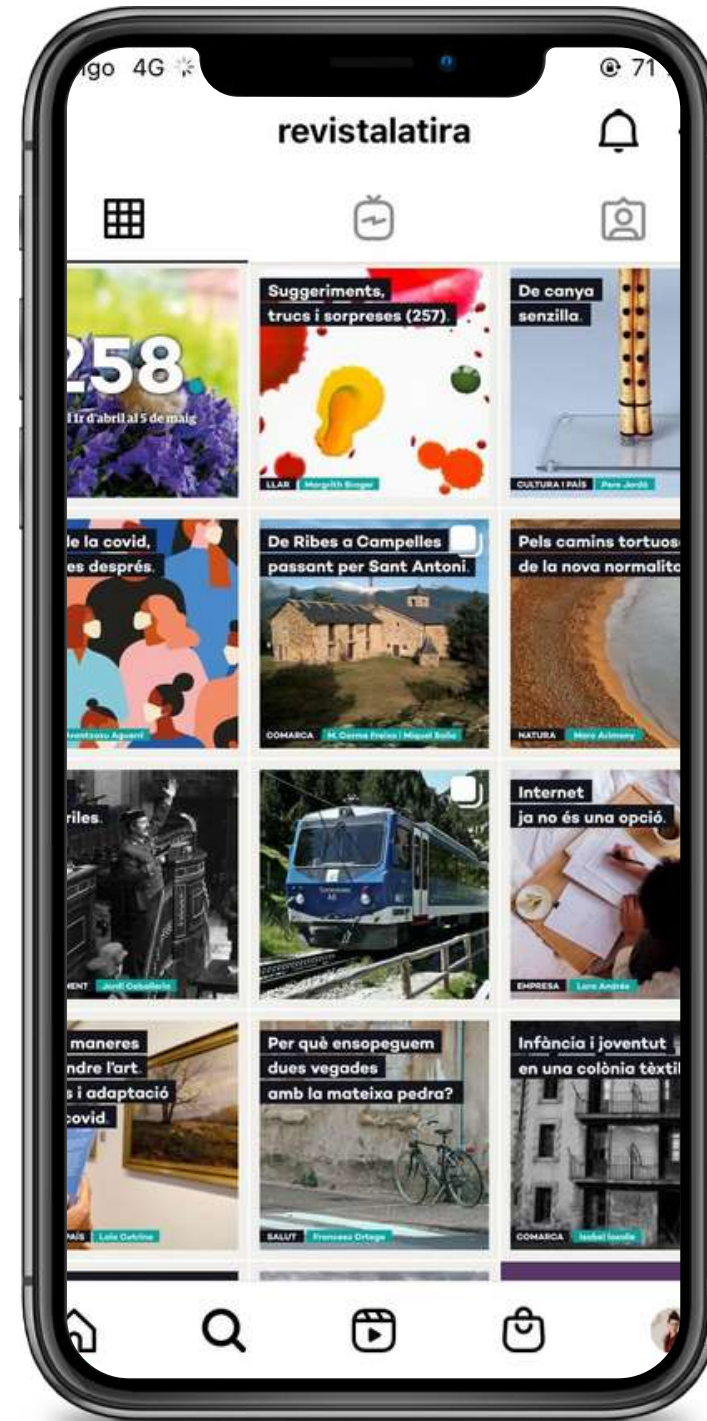
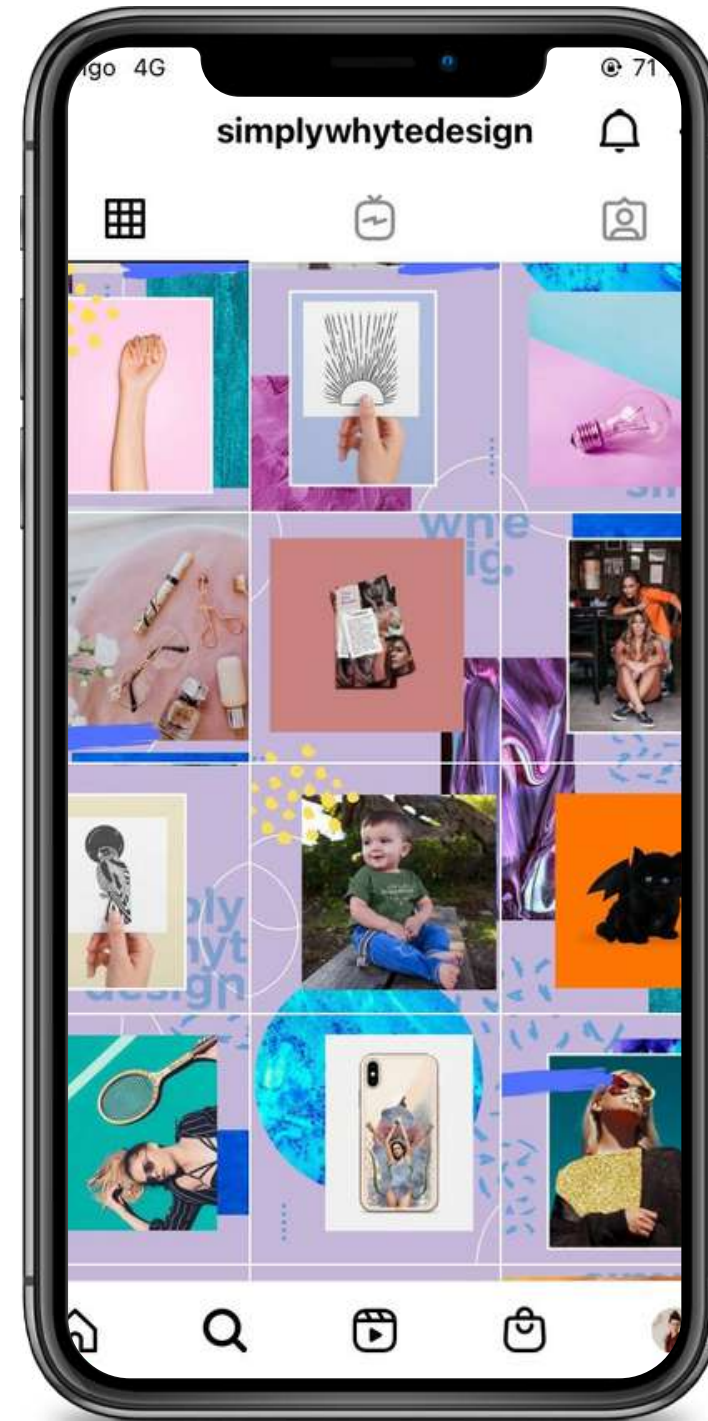
# FEED. Más inspiració.



# FEED. Más inspiració.



# FEED. Més inspiració.



# FEED. Aplicacions.



## PREVIEW APP

- Pots planificar l'estètica de l'feed i canviar les imatges de lloc per veure com queda.



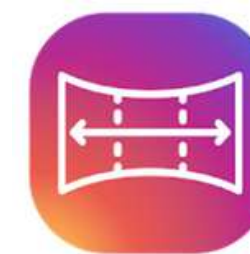
## GRID MAKER

- Per trossejar les imatges. Molt interessant per al trencaclosques contigu.



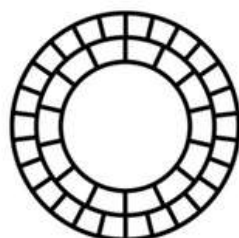
## PANORAMA

- Per tallar les fotografies panoràmiques o els carrusels.



## VSCO

- Per donar la mateixa tonalitat en les imatges.
- Pots guardar l'efecte i replicar-lo.

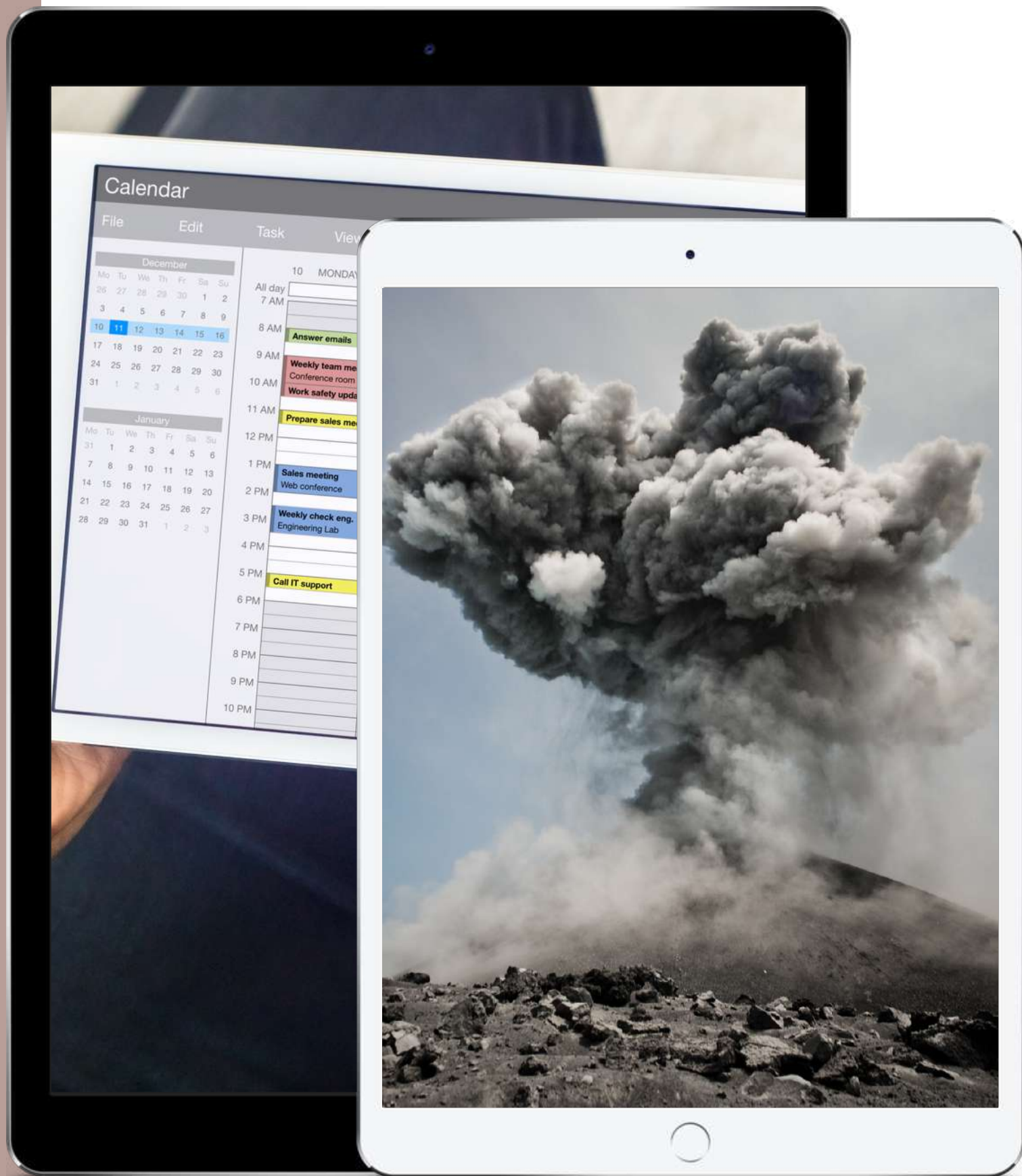


## CANVA

- Per crear les imatges, retocar-les.
- No es poden tallar però si redimensionar.



**EXERCICI 6. Feed + Inspiració**  
**EXERCICI 7: Contingut pel feed**



**Quantes  
publicacions he  
fer a la  
setmana?**



# IGTV



## **Mesures**

- Recomanat: 1080 x 1920px
- En cas de penjar un vídeo horitzontal, l'emmarca.
- No podràs pujar vídeos de més de 15 minuts des de l'aplicació. Cal que vagis al Creator Studio de Facebook.

## **Descripcions**

- Posa-hi un títol que cridi l'atenció.
- Explica breument de què va el vídeo.
- Si és un vídeo compartit, nomena a l'usuari.
- Fes una estratègia de Hashtags.

# IGTV



## Important i Interessant...

- És l'única publicació d'Instagram que et permet afegir links vàlids.
  - Fes una portada per a cada vídeo, amb un títol i una imatge.
  - Durada: a partir de 60 segons, menys seran vídeos per el feed.
  - Sèries: aprofita per organitzar els teus vídeos per categories pròpies.
- 
- Si fas directes via stories, pots pujar-los al moment. Si no tens l'opció marcada, el teu vídeo desapareixerà. Recorda també cal tenir una portada preparada.
  - Activa els subtítols automàtics per ajudar a l'accessibilitat del contingut.

# STORIES. LIVE



- Que siguin part de la teva estratègia de llançament.
- Poden ser compartits o no.
- Pots llegir les preguntes que et facin.
- Poden entrar en directe amb tu (màxim 2 persones)
- Pots preparar-te diapositives explicatives.
- Descarrega'l i deixar-lo guardat en el teu IGTV.
- No oblidis tenir una portada preparada i que s'adapti al quadrat de l'Feed. No perdis aquest contingut tan preuat!
- Afegeix el directe als teus sèries de IGTV.
- Utilitza l'espai de descripció per posar un link vàlid.
- De moment el màxim d'un live està en 60 minuts, però es preveu l'augment a 4 hores.

# STORIES



## **Mesures**

- Recomanat: 1080 x 1920px
- Vídeos de màxim 15 segons. Possibilitat de fer 4 seguits que no superin els 60 seg.

## **Genera interacció**

- Comunica amb frescor!
- Utilitza la modalitat de vídeo per generar més interacció.
- Encara que et faci vergonya, és un gran canal perquè els teus usuaris coneguin el teu projecte.
- Recolza't de text per als "traslladi"

**REELS**



**Érem pocs**

**i va aparèixer TikTok**

**Perdó ... REELS**

# REELS

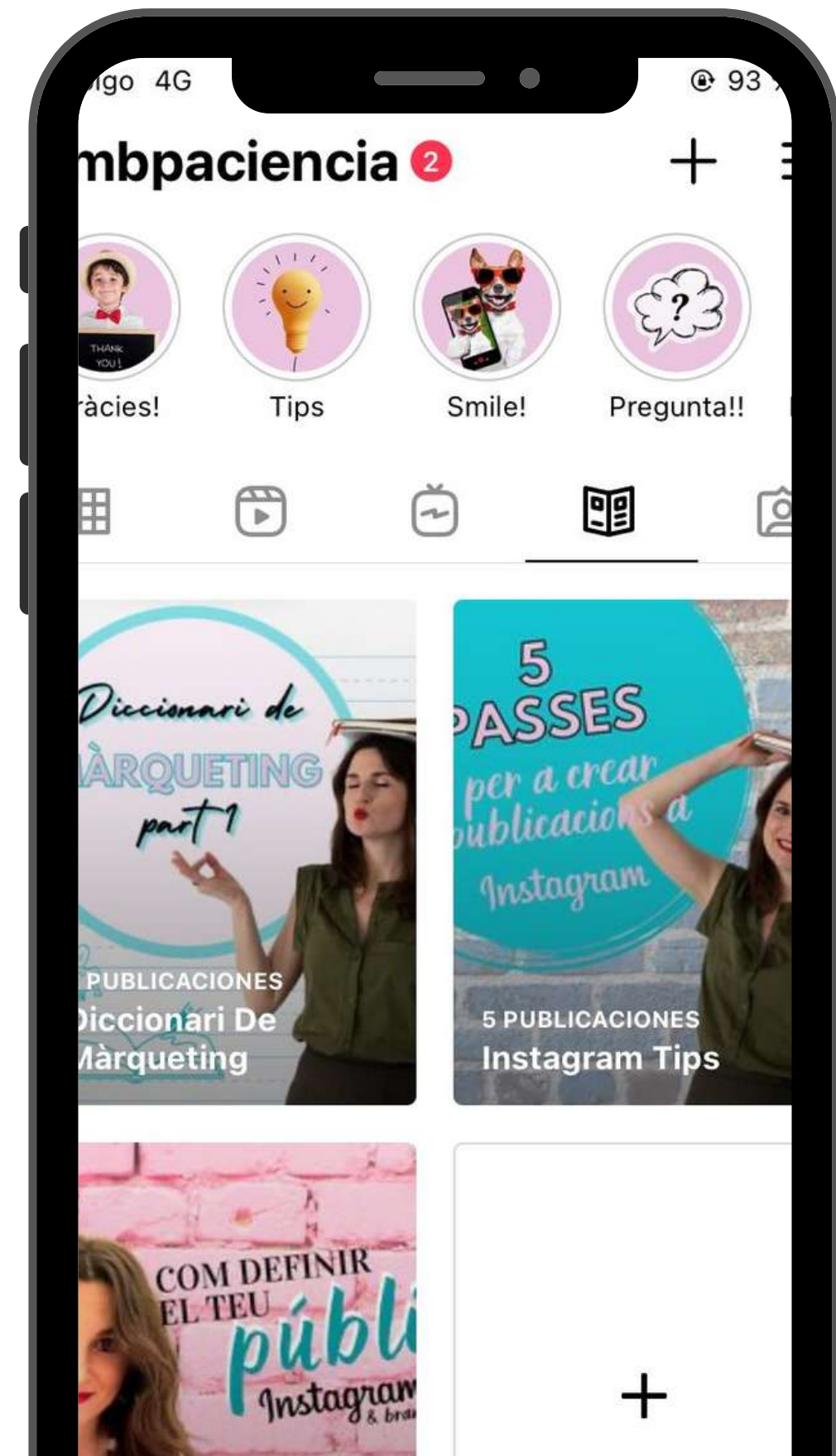


- És una forma més de fer vídeos curts a Instagram.
- Durada màxima de 30 segons.
- Compta amb la possibilitat de fer "play - pause - play"
- Pots afegir música i fins i tot a estil karaoke.
- No permet afegir fotografies.
- Pots agafar vídeos pregravats i retallar-los.
- Fes una portada per a cada reel.
- El pots tenir en la quadrícula del feed i després treure-ho.

# GUIES



- És una forma d'agrupar contingut ja publicat.
- El contingut pot estar en el feed o bé estar guardat. Pel que si vols compartir un vídeo de IGTV l'has de tenir en la quadrícula o a la teva pestanya de guardats.
- Pots compartir contingut d'altres comptes.
- Les guies són interessants per tenir material temàtic.



# CALENDARI EDITORIAL + ESTRATEGIA

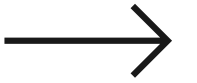


# Calendari editorial



- És el document on hi aboquem i organitzem les publicacions per cada una de les xarxes socials.
- Hi hem de tenir en compte la categoria i tema per a que no resulti repetitiu i establir un equilibri.
- El tipus de suport que utilitzarem: imatge, infografia, carrusel d'imatges, vídeo llarg, vídeo curt, article llarg, article curt, ebook, storie, reel, etc.
- El dia i l'hora que es publicarà i una petita resposta analítica sobre la publicació.
- Normalment es treballa amb plantilles excel.
- També reservarem un espai per fer seguiment.

# Estrategia



- Cal que adaptis la teva empresa o la teva marca en els diferents suports.
- Pensa quins suports són més còmodes per a la teva empresa.
- Recorda tota estratègia ha de tenir fixat uns objectius SMART i un calendari.
- Sense calendari no hi ha estratègia.
- Cal ser constant i detectar el que funciona i el que no funciona.
- Pots triar només un o dos dels suports i vincular tota l'estratègia.

**Feed d'imatges,  
vídeos (màx.  
59s)  
o carrusel**

**Stories  
(màxim 100 al  
dia)**

**IGTV - vídeos  
de  
més de  
60minutos**

**Reels: vídeos  
creatius  
de 3 a 30 s**

# Influència: contingut de valor →

- Com més valuós sigui el contingut, més es fidelitzarà la comunitat.
- Fes contingut que entretengui, ensenyi o inspire.
- Pensa l'objectiu, què vols aconseguir?
- Inclou crides a l'acció.

**Un cop creada la comunitat,  
podràs pensar en vendre  
i monetitzar el teu compte.**

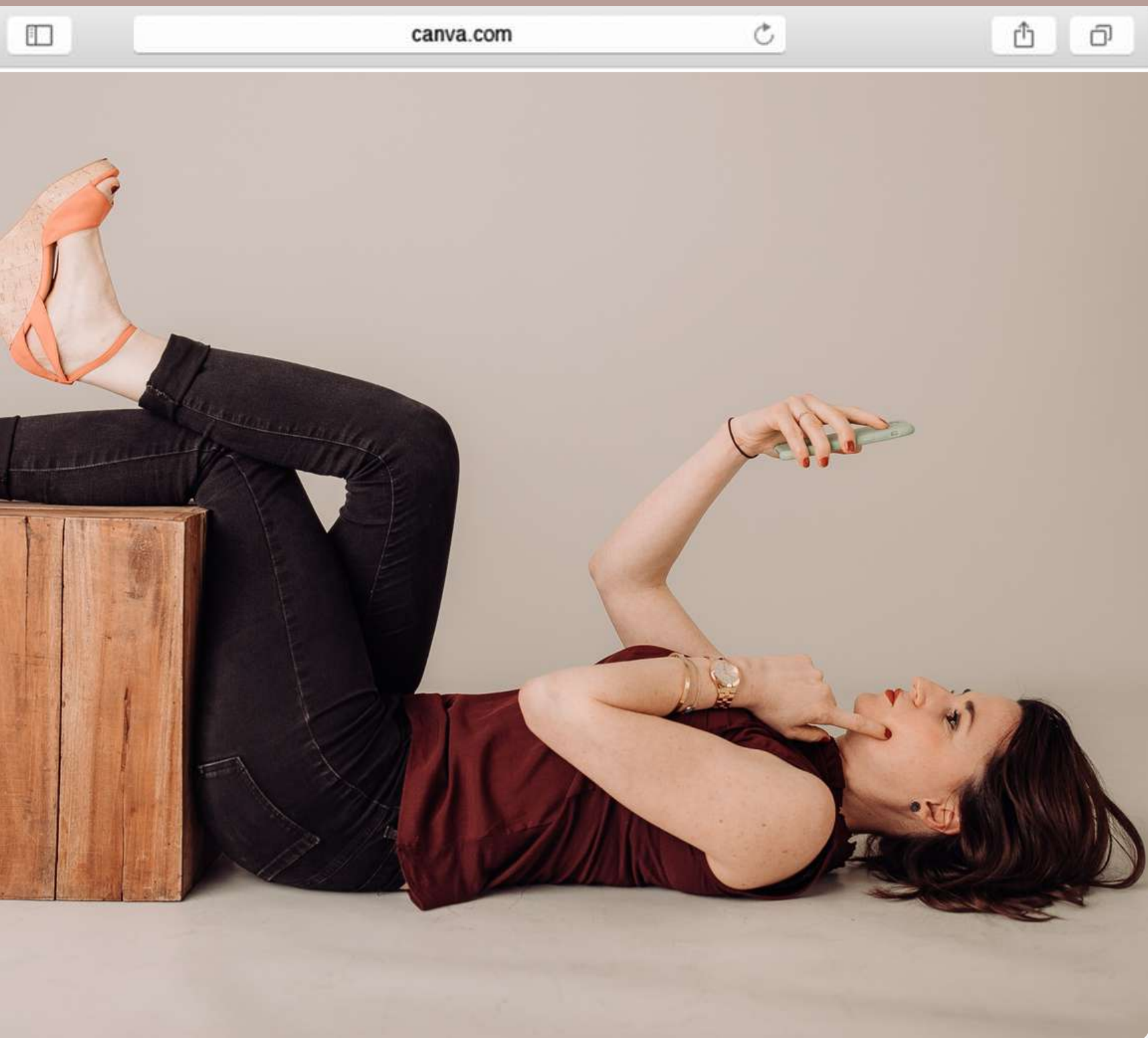
# Índex



- Presentació
- Una mica d'estratègia
- Instagram per empreses
- Tipus de contingut
- Calendari Editorial + Estratègia







# ESTÈTICA I INSTAGRAM: IMPORTANT O PERDUA DE TEMPS?

**Gràcies per arribar fins aquí!**

 [hola@ambpaciencia.com](mailto:hola@ambpaciencia.com)

 [@elaraambpaciencia](https://www.instagram.com/elaraambpaciencia)

 [ambpaciencia.com](http://ambpaciencia.com)

