

INTRODUCCIÓN

El alcance orgánico de Instagram está disminuyendo. El año pasado en marzo obtuve 30000 seguidores nuevos, el mismo mes de este año obtuve 2500 seguidores.

El compromiso ha disminuido. Algunos de los influencers más importantes que seguía, su participación se redujo en un 70%.

Sin embargo, todavía no es tan malo como Facebook. Todavía tienes una oportunidad. Pero no esperes más. Empieza a construir tu tribu ahora.

Si estás buscando crecer y obtener tráfico gratuito de Instagram, debes hacerlo de manera sistemática y metódica.

De lo contrario, terminarás con resultados mediocres en el mejor de los casos. En el peor de los casos, no obtendrás ninguna clase de resultados.

8 pasos para ir de 0 a 10k seguidores en Instagram

Desafortunadamente, la mayoría de las personas fracasan en Instagram porque no tienen una forma sistemática y metódica de hacerlo. En otras palabras, no siguen los 8 sencillos pasos que te voy a enseñar.

Si deseas tener éxito en Instagram, debes seguir estos pasos.

La buena noticia es que no es necesario ser una especie de genio de la informática o científico espacial para seguir estos pasos.

Solo necesitas saber cómo seguir las instrucciones y ponerse manos a la obra.

Vamos ...

PASO 1

Encuentra lo que ya funciona en Instagram

La mayoría de las personas piensan que tienen un producto increíble, así que lo que hacen es intentar crear un mercado para él en Instagram.

Debería ser bastante obvio por qué esto no es una forma de comenzar. Instagram solo atrae a personas con ciertos intereses. Tómallo o déjalo.

O el nicho existe o no. En lugar de intentar tocar el tambor y crear demanda donde no existe, concéntrate en lo que existe actualmente en Instagram y dale a la gente lo que están buscando.

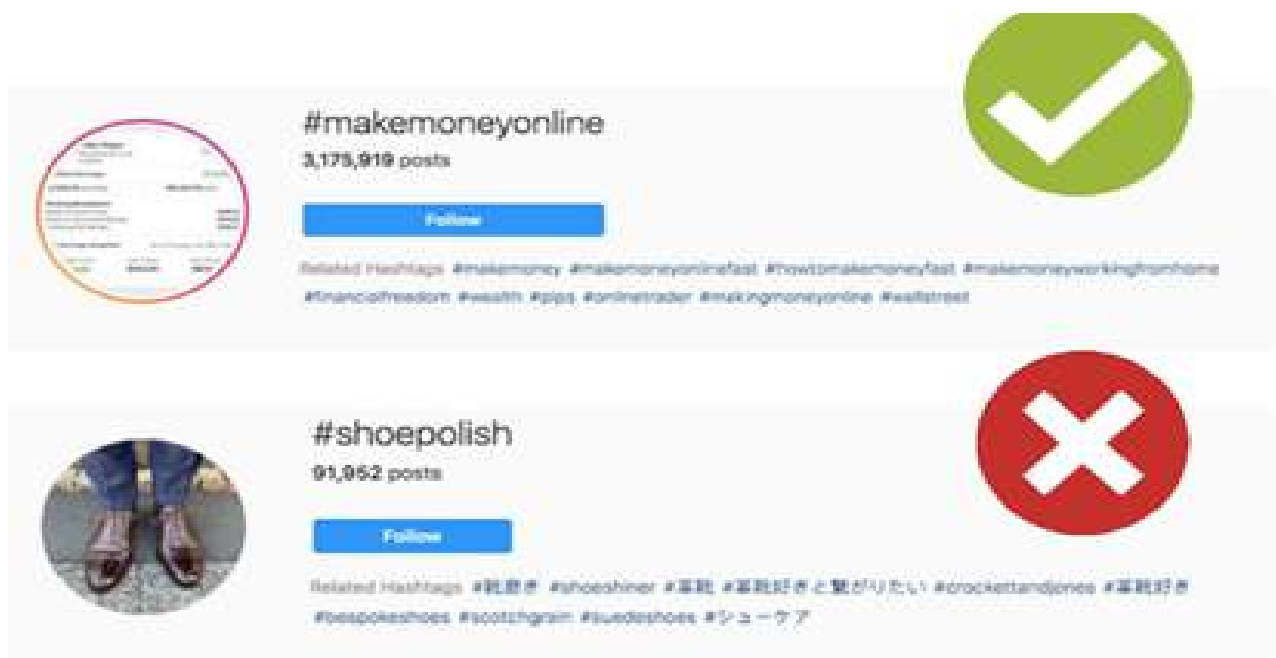
Entonces, ¿cómo se hace para encontrar nichos existentes? Primero, haz una búsqueda # de cualquier cosa y todo lo relacionado con el nicho que te gustaría promocionar. ¿Ves muchas etiquetas relacionadas con tu nicho?

Carga esos hashtags y ve la cantidad de personas a las que les gusta el contenido que usaron esas etiquetas.

Esto debería poder darte una idea aproximada de cuántas celebridades y usuarios de Instagram están interesados en el subconjunto de etiquetas que componen tu nicho.

Cualquier buen nicho tendrá volumen de # en el rango de 500k a 30mn.

Si no encuentras un volumen de al menos 300k para ninguno de los hashtags, mantente alejado de ese nicho.



PASO 2

Selecciona tu nicho

Una vez que tengas claro si un nicho en particular tiene suficientes etiquetas, no detengas el análisis allí.

Es fácil concluir que una vez que hay suficientes personas etiquetando fotos o videos que involucran una categoría de tema en particular, hay suficiente demanda.

Es demasiado pronto para hacer esa determinación. Tienes que seguir pasos adicionales. Asegurarte de que tenga suficiente participación.

Presta atención a cuántas personas les gustan las fotos que usan una determinada etiqueta. ¿La gente comenta mucho? ¿Hay bastante entusiasmo o actividad con respecto a esas etiquetas?

Esto resalta si existe suficiente pasión o interés del consumidor en un nicho en particular.

Ahora, solo porque un nicho en particular tiene presencia en Instagram, esto, en sí mismo, no significa que debas comercializar ese nicho porque la gente podría no ser lo suficientemente apasionada como para seguirlo.

Es posible que a la gente no le importe lo suficiente como para que haya seguidores leales en ese nicho. Los niveles de participación te dan una idea bastante clara de si hay suficiente calor allí.

Finalmente, asegúrate de que haya valor comercial en tu nicho.

Ni siquiera puedo empezar a decirles cuántas veces me he encontrado con personas que simplemente se concentran en un nicho que tiene mucha actividad. Creen que han encontrado oro.

Bueno, resulta que esas personas pueden ser apasionadas por una gama particular de temas, pero no pagarían dinero por productos o servicios relacionados con ese nicho.

No te dejes atrapar en una situación triste en la que invertiste una gran cantidad de tiempo, esfuerzo y dinero solo para no monetizar el nicho al que te dirigiste.

Para solucionar este problema, obtén palabras clave relacionadas con el nicho al que te diriges y cargalas en el planificador de palabras clave de Google.

Una cuenta de Adwords te da acceso al planificador de palabras clave de Google, conecta esas palabras clave y verás la tasa de CPC para esas palabras clave.

Esto debería decirte, en términos inequívocos, cuánto pagarían las personas por clic por esas palabras clave.

Esto te da una idea bastante aproximada de cuán comercial es tu nicho.

Ahora, tu sabes que existe una enorme cantidad de interés de los anunciantes cuando las personas están dispuestas a pagar \$5 o más por clic.

Probablemente estés buscando un nicho bastante inútil si los anunciantes, en el mejor de los casos, pagan solo 25 centavos por clic.

PASO 3

Encuentra influencers de Instagram en tu nicho

Los influencers en Instagram son personas que son como mini celebridades. Estas son personas que tienen muchos seguidores. Personas que obtienen una gran participación por su contenido.

Ahora que tienes una idea clara sobre el nicho al que debes dirigirte, debes compilar una lista de los 20 influencers principales en tu nicho.

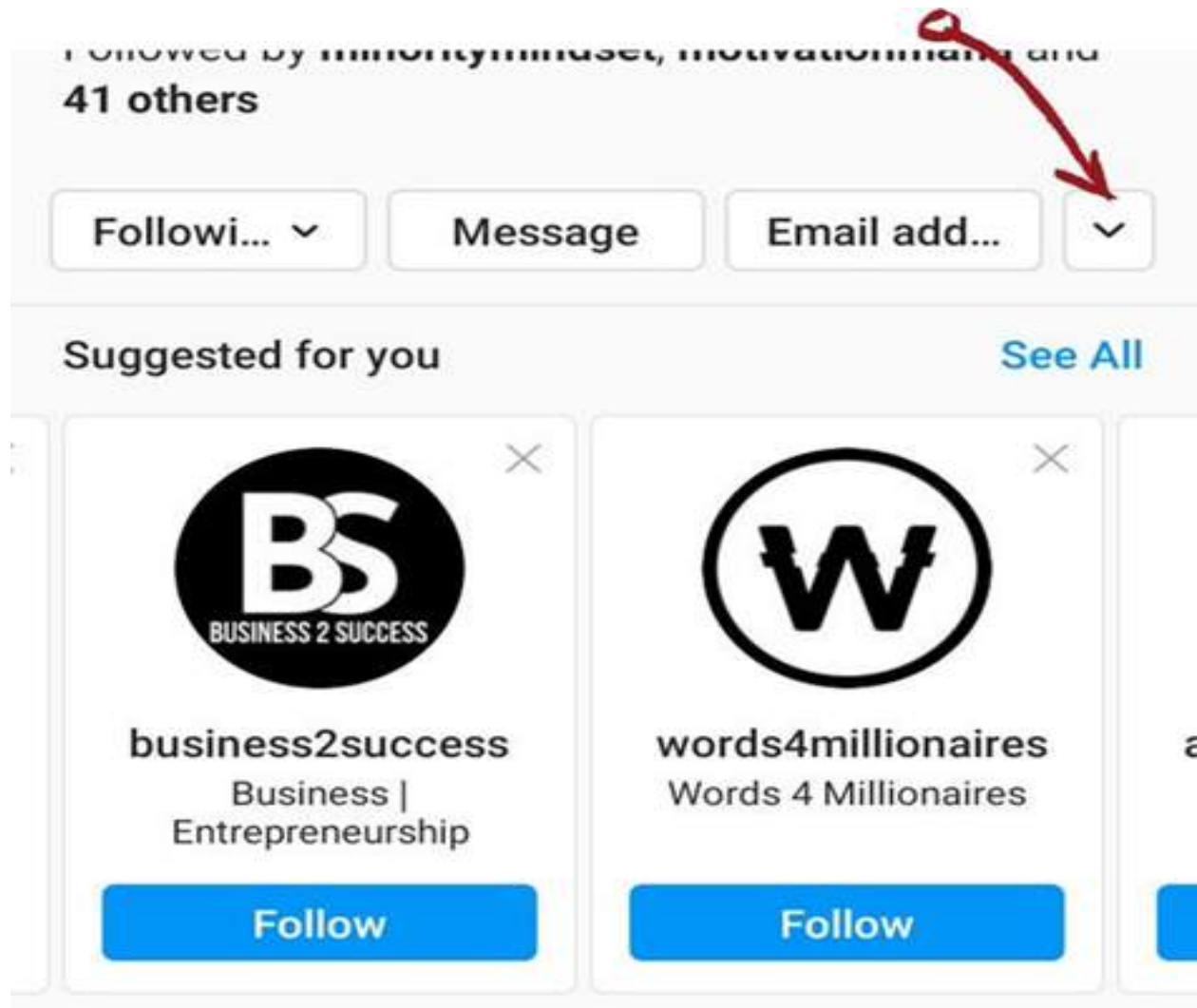
Clasifícalos en términos de la cantidad de seguidores que tienen y la cantidad de participación que obtienen.

Para encontrar influencers de Instagram en tu nicho, simplemente busca tu mayor hashtag.

8 pasos para ir de 0 a 10k seguidores en Instagram

Ve a cuentas y revisa la lista. Encuentra una cuenta con más de 500k seguidores y síguela.

Después de seguir la cuenta, toca el botón de flecha hacia abajo para obtener recomendaciones sobre otras cuentas relacionadas con la cuenta que acabas de seguir.



**ANTES DE QUE
AVANCES, VE
A BUSCAR 10
CUENTAS EN
TU NICHO**

PASO 4

Contenido de influencers de ingeniería inversa

Aquí es donde entra la ciencia espacial.

Verás, muchas personas en Internet crearían contenido y automáticamente asumirían que las personas quedarían tan cautivadas por su brillantez y genio que su contenido se convertiría instantáneamente en viral.

Esto, por supuesto, rara vez ocurre.

Verás, cuando la gente está en cualquier tipo de plataforma de redes sociales, ya sea que estemos hablando de Twitter, Facebook o Instagram, la gente ya tiene ciertas necesidades.

La gente ya tiene ciertos patrones.

Entonces, en lugar de intentar reinventar la rueda y crear algo completamente nuevo, concéntrate en construir algo que ya existe.

No te equivoques al respecto, el contenido ya es viral en Instagram en tu nicho.

Te ahorraría una enorme cantidad de tiempo, esfuerzo y energía simplemente creando tu propia versión del contenido que ya es popular.

Debes mirar a los influencers de Instagram que estás rastreando y hacerte las siguientes preguntas:

¿Qué tipo de fotos publican normalmente? ¿Publican videos o no? Si publican videos, ¿qué tipo de videos publican? ¿Qué tipo de estándares de calidad de producción tienen?

Una vez que tengas tus respuestas a estas preguntas, aplica ingeniería inversa a tus parámetros de calidad de contenido.

En otras palabras, intentarás crear tus propias versiones. Además, presta atención a las etiquetas que utilizan.

Esto es muy importante. También aplicarás ingeniería inversa a esta información. Vas a copiar sus hashtags.

Ahora bien, copiar no significa copiar y pegar. Eso sería plagio.

Probablemente te encontrarás con todo tipo de problemas legales de propiedad intelectual si haces eso. En cambio, déjate inspirar por tus competidores de nicho.

Copia el concepto, no el contenido.

PASO 5

Ingeniería inversa en la marca de tu influencer favorito

Así como puedes aplicar ingeniería inversa al contenido de alguien, también puedes aplicar ingeniería inversa a su marca.

De las cuentas de influencers seleccionadas, elige algunas que más te gusten. Desde el contenido hasta la identidad de su marca y el estilo de redacción.

Luego modela lo que les está funcionando. Ve qué colores de marca usan, cuántas publicaciones publican en un día, el tipo de contenido. ¿Añaden su logo en sus publicaciones? ¿Escriben leyendas cortas o leyendas largas?

Profundiza mucho en esto. Elige las cosas que te impresionen y crea tu propia identidad de marca única modelando estas cuentas.

Modela cómo escriben su biografía, modela cómo se ve su foto de perfil y modela eso.

No estoy diciendo que debas ser un clon completo de estas personas, pero tiene que haber ese elemento sorpresa.

Tiene que haber algún giro o peculiaridad poco convencional que atraiga a la gente a seguirte en lugar de a otra persona.

Además, presta atención a cómo llaman a las personas a la acción con sus fotos.

Porque debes entender que en Instagram, solo obtendrás tráfico si las personas hacen clic en tu perfil principal y hacen clic en el enlace de tu página de inicio en tu perfil principal.

En otras palabras, tienen que pasar por muchos obstáculos para atraer tráfico hacia ti.

PASO 6

Publica solo contenido de mejor calidad

Ahora, aquí es donde el caucho se encuentra con la carretera. En serio. Aquí es donde tu marketing de Instagram tendrá éxito o fracasará.

Verás, si publicas las mismas cosas que publican tus competidores y realmente no hay nada cualitativamente diferente de tus materiales y los de ellos.

Básicamente, le estás diciendo a las personas que siguen tu # que sería mejor que siguieran a las personas a las que ya están siguiendo.

En otras palabras, realmente no hay ningún incentivo para que te sigan a ti en lugar de a alguien más que cubra el mismo nicho. Eres bastante genérico.

Ustedes están cantando prácticamente la misma melodía. ¿Ves cómo trabaja esto?

Así que tienes que pensar en algo que sea cualitativamente mejor, y debe ser obvio.

La gente no tiene que adivinar, la gente no tiene que pasar por muchos obstáculos. Tiene que haber el menor misterio posible.

Si bien usas el mismo # y usas el mismo estilo de descripción, la calidad del contenido persuadirá a la gente a seguirte y comprarte.

Con solo mirar tus cosas, pueden darse cuenta de que estas cosas son mucho mejores que las cosas a las que están acostumbrados.

Mientras esto hace que la puerta se abra y pone tu pie en la puerta, debes hacer esto constantemente.

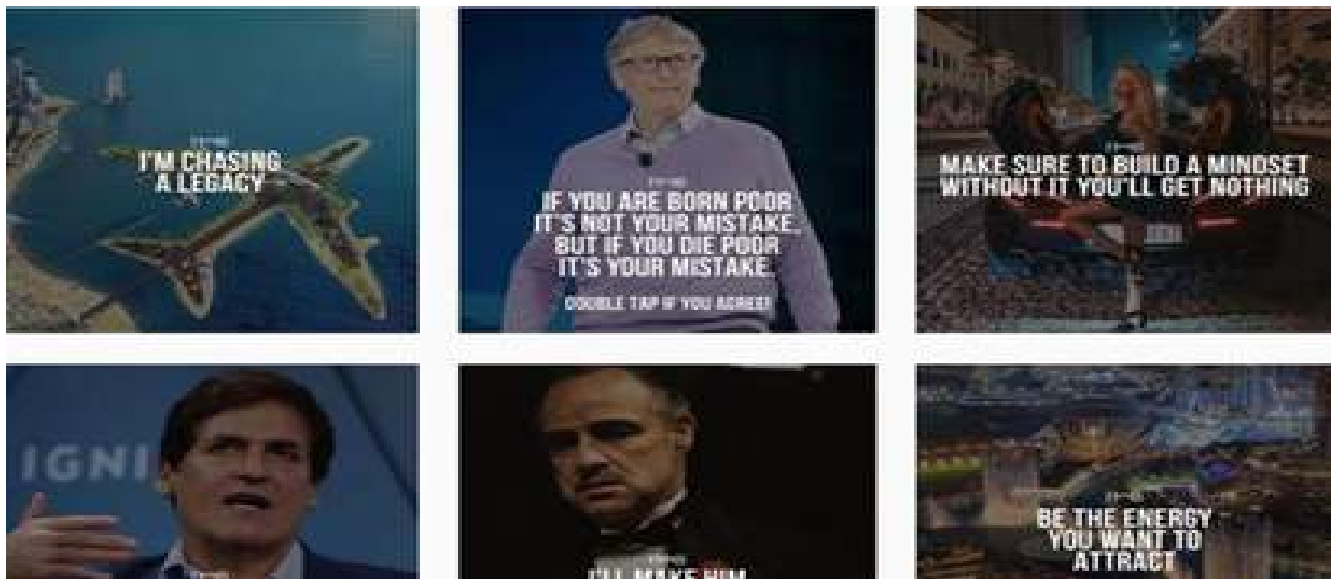
8 pasos para ir de 0 a 10k seguidores en Instagram

Digamos que estás en el nicho de negocios / motivación.

A continuación se muestra el ejemplo de dos cuentas.Cuál se destaca.

Necesitas hacer que tu contenido sea varias veces mejor que el de tu competencia.

El contenido genérico ya no funciona en Instagram.



Las publicaciones de carrusel están funcionando muy bien en este momento.



PASO 7

El proceso KLT

Déjame preguntarte, ¿cuándo fue la última vez que le compraste algo a un completo extraño? Así es, esta persona que solo se te acercó en la calle y trató de venderte cosas.

Estoy dispuesto a adivinar que esto sucede una vez en una luna azul. Si eres como la mayoría de las personas, probablemente esto nunca haya sucedido.

Bueno, eres absolutamente normal si esa es tu forma de pensar. ¿Por qué? La mayoría de la gente compra a personas que creen conocer y en las que confían. Esa es la conclusión. Esa es la base de cualquier tipo de venta.

No me importa si se hace en línea o sin conexión. No importa si lo está haciendo una pequeña empresa o una gran empresa. Se trata de confianza.

Cuando utilizas una estrategia de embudo de ventas basada en contenido para Instagram, generas confianza. Requiere varios pasos.

Ojalá pudiera decirte que solo necesitas un embudo de dos pasos para lograrlo. Me gustaría poder decirte que solo necesitas que las personas accedan a una guía gratuita y luego hagan clic en la página de ventas y compren cosas. Eso es una ilusión.

Ahora, no me malinterpretes, esto sucede de vez en cuando. Pero no puedes confiar en eso.

A continuación, se explica cómo utilizar KLT correctamente. Les ofreces un obsequio para que se unan a tu lista de correo. Una vez que se unen a tu lista de correo, es cuando comienza la verdadera venta. Ya los tienes en la palma de tu mano.

Después, los alimentas de contenido por goteo para abrir sus mentes a sus necesidades y entusiasmarlos con soluciones premium.

La mejor parte de tener una lista de correo es que este activo aumenta de valor con el tiempo.

Cuando envías una actualización, es posible que no puedas convertirlos en ese mismo momento, pero tienes otra oportunidad de convertirlos cuando envías otra actualización.

Adelanta esto a muchos meses o incluso años, y podrás ver por qué cada persona en tu lista puede potencialmente convertirse en dólares más adelante.

Nada de esto es posible sin el proceso KLT. Tienes que llevar al visitante hasta el punto en que confíe en ti.

PASO 8

El horario y los hashtags

Así que, ¿deberías publicar muchas veces en un día? si recién estás comenzando publica 3 veces al día. Mantén un lapso de 3 a 4 horas entre publicaciones.

Una de las mejores estrategias para encontrar el mejor momento para publicar tu contenido es activar las notificaciones para algunas páginas de influencers en tu cuenta.

De esa manera, recibirás una notificación de inmediato cuando publiquen. Anota la hora y comienza a publicar en ese momento.

Haz esto para algunas páginas, ve a qué hora obtienes la mayor participación y publica a esa hora exacta todos los días.

También debes publicar de 2 a 3 historias de Instagram.

Y también puedes hacer una serie de historias.

8 pasos para ir de 0 a 10k seguidores en Instagram

Si quieres aprender a vender a través de historias sigue a

[https://www.instagram.com/realcraigballantyne /](https://www.instagram.com/realcraigballantyne/)

Según yo, es el mejor en eso.

Fórmula de hashtags que uso

Aquí está la fórmula de hashtag que utilizo.

No uses 30 hashtags. Usa de 17 a 20 hashtags. No sé por qué, pero esto funciona mejor para mí.

5 a 7 hashtags en el rango de 20k a 100k

5 a 7 hashtags en el rango de 200k a 500k

3 a 5 hashtags en el rango de 500k a 1mn

2 a 3 hashtags con volumen máximo de publicaciones, rango de 10 a 20 millones.

Aquí no hay reglas estrictas. Pero si recién estás comenzando. Utiliza hashtags más pequeños un poco más que otros.

Cómo recopilar correos electrónicos con historias de Instagram

No he visto a mucha gente hacer esto. Puedes conseguir una buena cantidad de suscriptores con esta estrategia.

Ve a historias de Instagram

Ofrece algo gratis y pideles que envíen su correo electrónico para obtenerlo o puede usar "Sticker de pregunta" también y pedirles que ingresen su correo electrónico allí.

Esta estrategia funciona incluso si tienes muy pocos seguidores.

Resumen

- 1.Encuentra un nicho rentable
- 2.Encuentra algunos influencers en tu nicho
- 3.Aplica Ingeniería inversa a su contenido
- 4.Aplica Ingeniería inversa a su identidad de marca.
- 5.Publica contenido de mejor calidad
- 6.Utiliza el proceso KLT
- 7.Publica 3 veces al día
- 8.Usa hashtags de menor volumen
- 9.No uses más de 20 hashtags
- 10.Ten una biografía sólida, usa la fórmula AIDA
11. Pon un enlace a tu página de destino en tu biografía.

GRACIAS