

Bienvenida a:

Famosa en Instagram

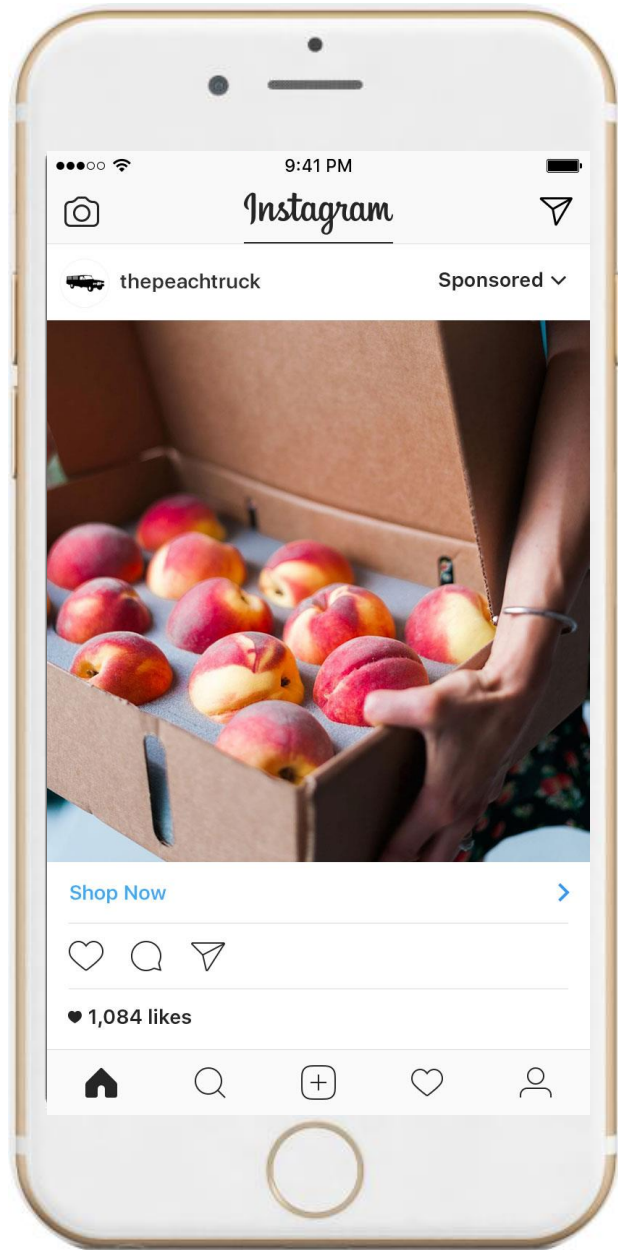
TALLER INTENSIVO

M
M A R I E L Y S
Á V I L A





INSTAGRAM PARA EMPRESAS



Que Aprenderás hoy en el Taller



Wishpond

Publicidad · 🌐

👍 Me gusta esta página

¿Quieres aumentar tu base de contactos para generar más ventas?

wishpond

CREA Y DISEÑA LANDING PAGES
PARA AUMENTAR TUS VENTAS



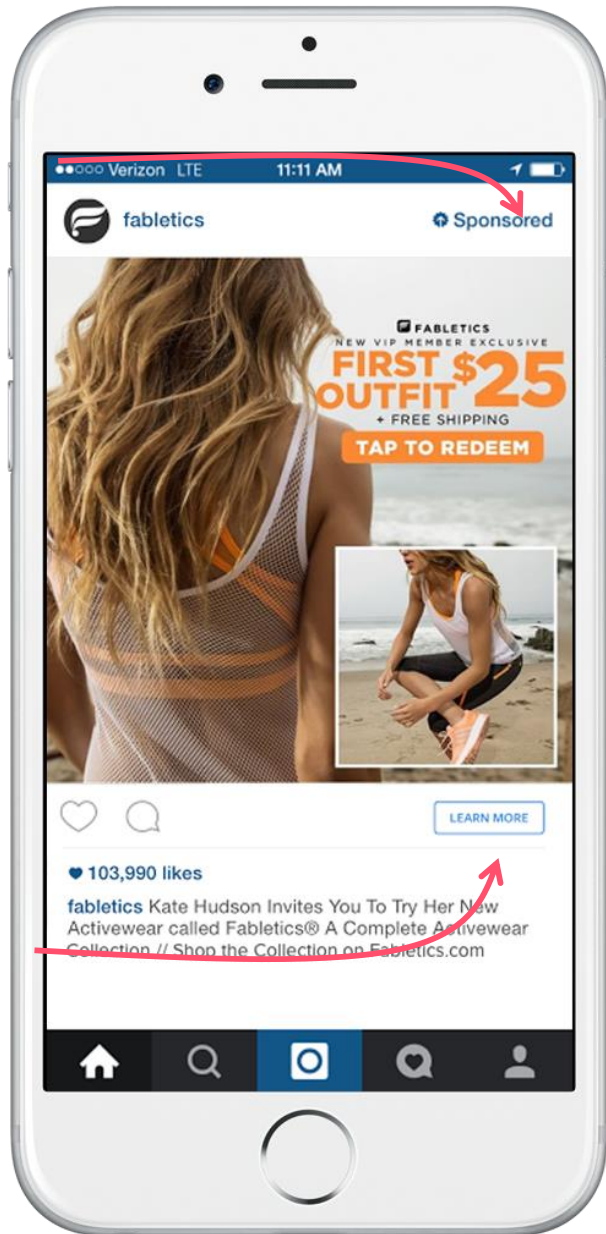
Captura clientes potenciales con Wishpond

Diseña, publica y optimiza tu landing page utilizando más de 100 plantillas compatibles con móviles.

WISHPOND.COM

Más información

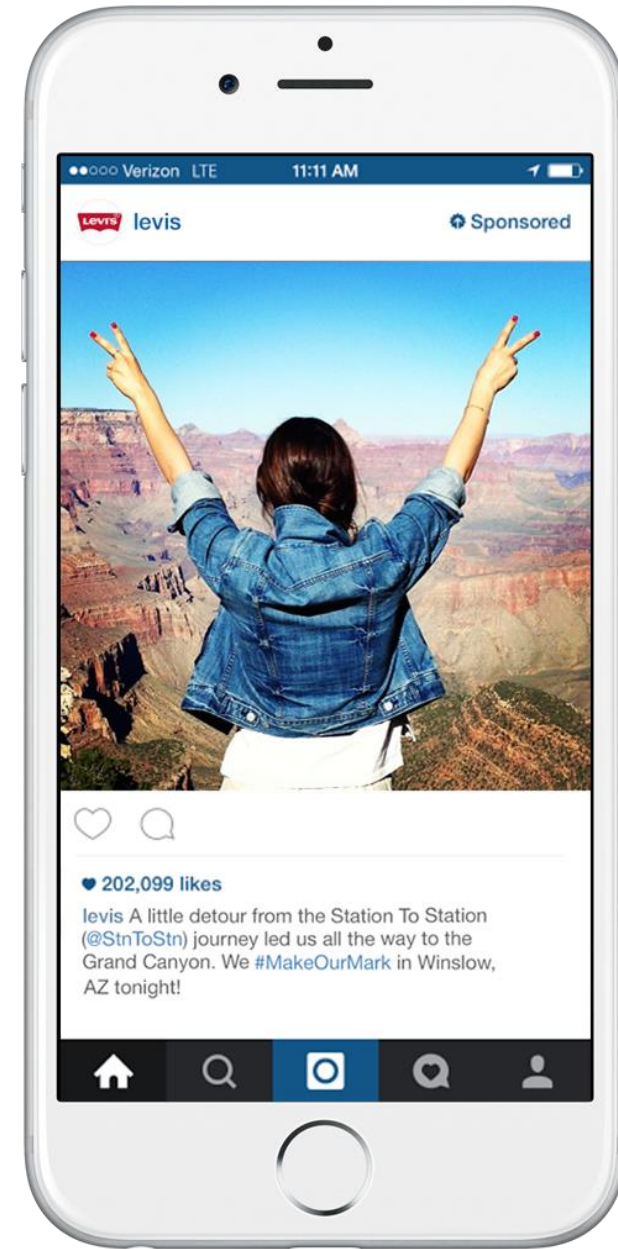
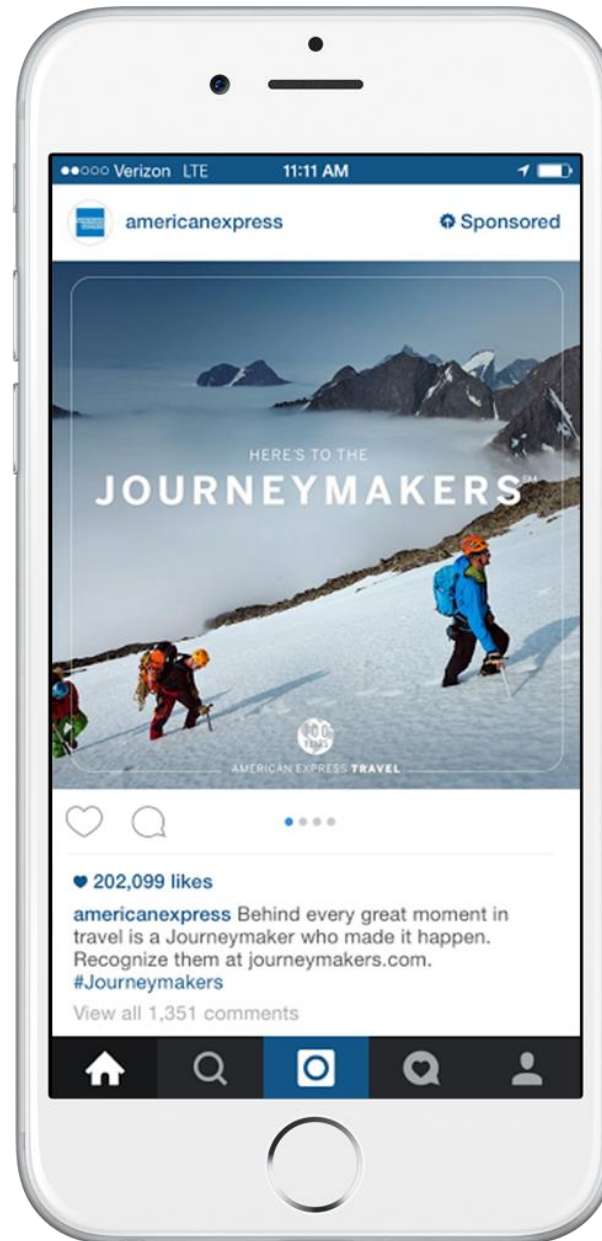
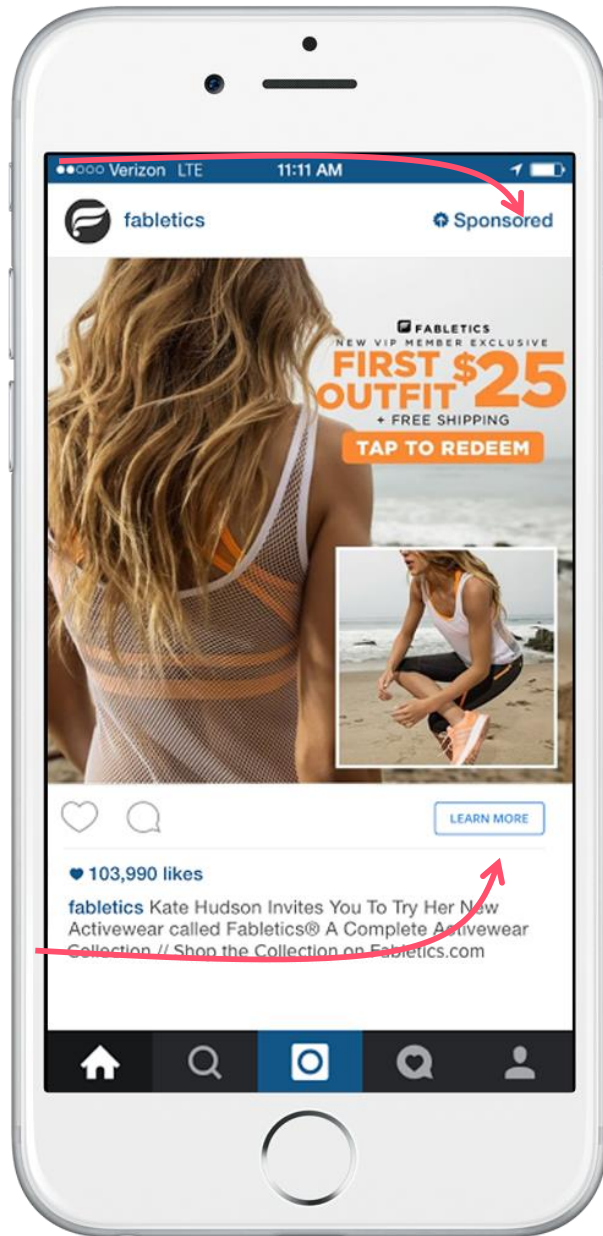
Llamados a la ACCIÓN

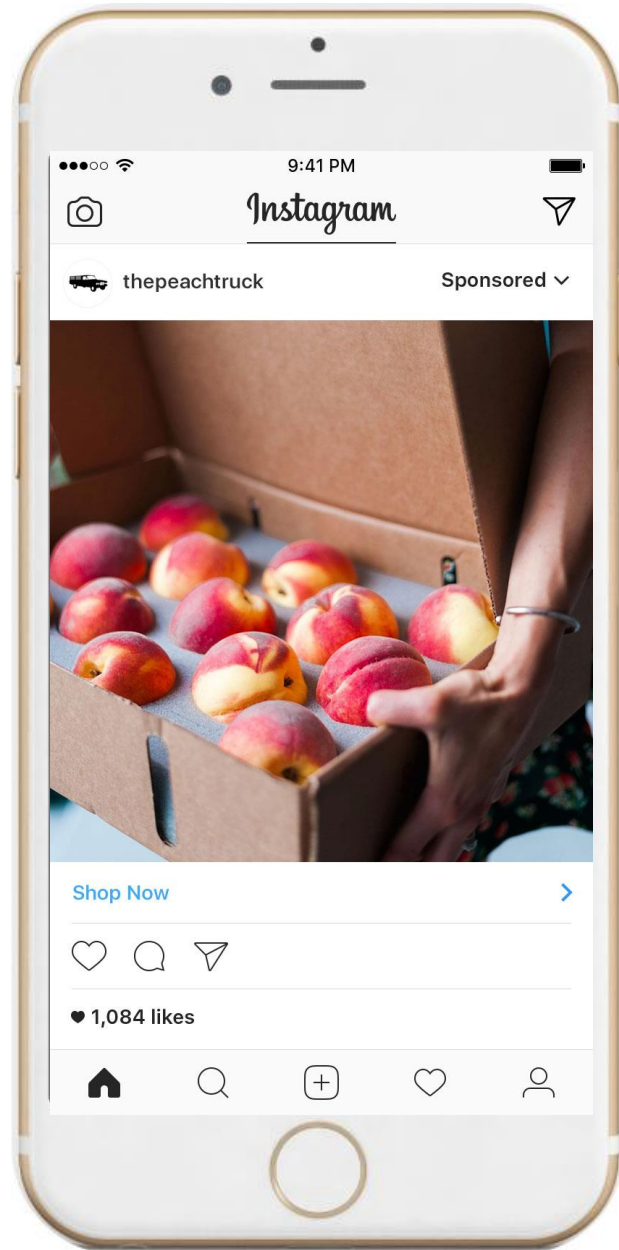


Llamados

- Pon Like si te interesa este tema.
- Comenta.
- Visita mi Bio.
- Haz click arriba en el enlace.
- Etiqueta a una amiga que le pueda interesar/gustar.
- Para más información escribe un email o un mensaje privado.

Llamados de Acción





Como hacer crecer tu lista de Email Marketing con Instagram.

Linktr.ee

Es una herramienta que debes usar para optimizar el trafico que irá a tu link en la Bio.



**Funciona como
Una landing
Donde diriges el
trafico
A tomar acciones
Especificas.**



jasminestar [Seguir](#) ⌵ ⋮

2.413 publicaciones 230k seguidores 236 seguidos

Jasmine Star Business Strategist ☐☐ Photographer ☐ Helping entrepreneurs grow social platforms ☐ info@jasminestar.com ☐ FREE live IG makeover online class ☐☐

www.jasminestar.com/makeover

Le sigue vivaidea ↗



Jasmine Star Link Makeover



JASMINE STAR

In a single click, you can make the bold, irrevocable decision that: your Instagram account will never be held hostage by the algorithm, an unfocused strategy, or those awful *what-do-I-post?!* moments ever again.

[Bring out those air guns + bust a move!]

Instagram is the fastest (and least expensive) ways of seriously growing your profits—without needing any more time + money—but, let's face it: your account needs a makeover.

Save a spot for this LIVE online class where I'll show you how to write engaging captions, share the my secrets of scroll-stopping photos, attract your dream customer, and change your Instagram grid from *UGH!* to *AHHH!*

Put yourself first in line to learn the highest impact Instagram strategies with me in class:

**Your Instagram Makeover: Get More Followers,
Customers + Engagement**

Heck Yes! Save My Seat!

Jasmine Star Link Makeover

Te dirige a una landing especifica
En donde ella quiere tomes acción



jasminestar • Seguir
The Spaw

jasminestar He got a bath, so he walked around like a Zoolander model. Later that day he dragged a blanket off the couch and COVERED HIMSELF. Polo is also known to request fresh water by nudging his bowl with his nose.

□

I'm not making this up. Hand to heaven.

□□

You guyzzzz, my dog only drinks fresh bottled water.

□

When I complain of Polo's diva tendencies, my husband suggests that, perhaps, I'm just upset because our dog is trying to take my title of "Highest Maintenance of the House".

□

But let's be real: this diva has stolen my heart...and my Fiji water.

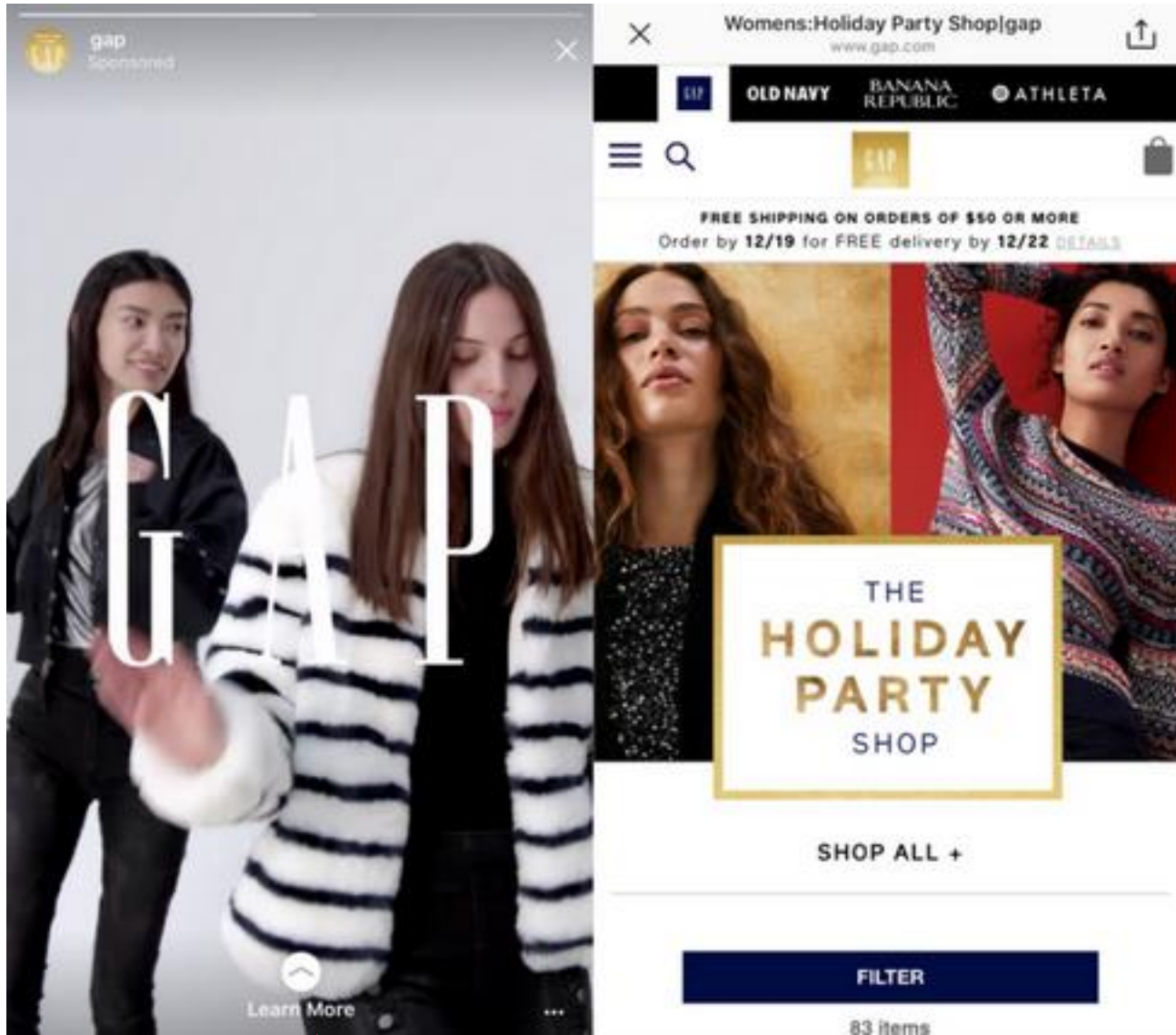
□



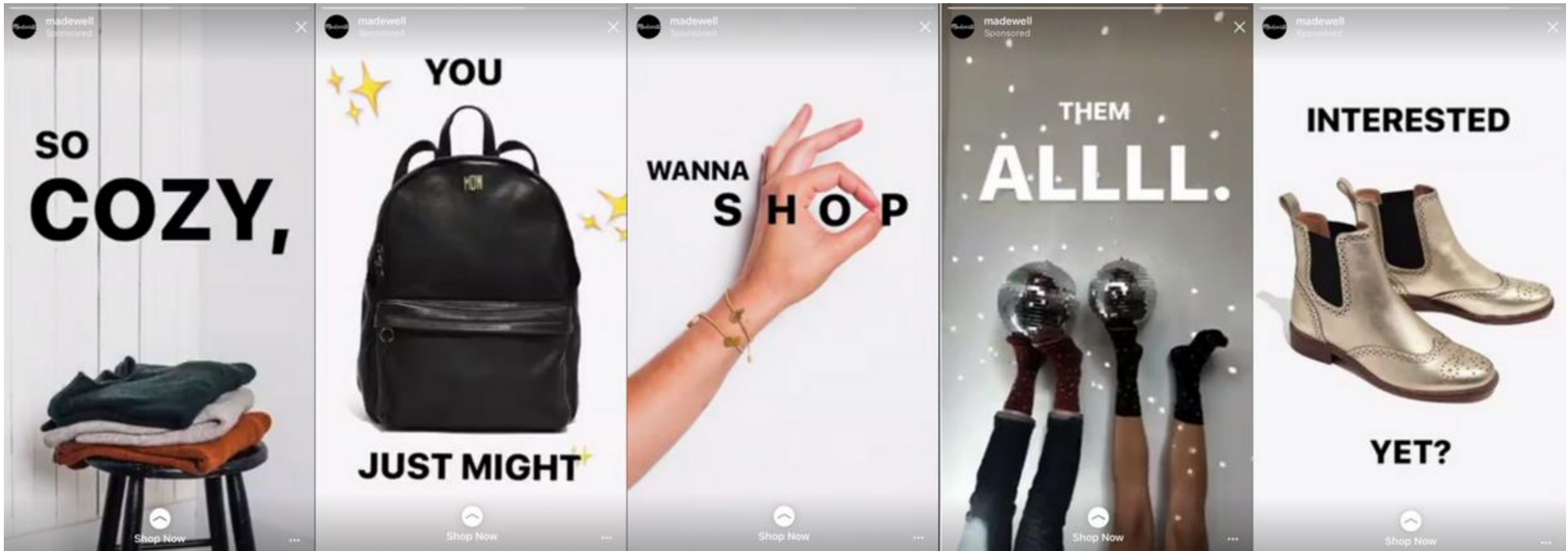
4.874 Me gusta

6 DE MARZO

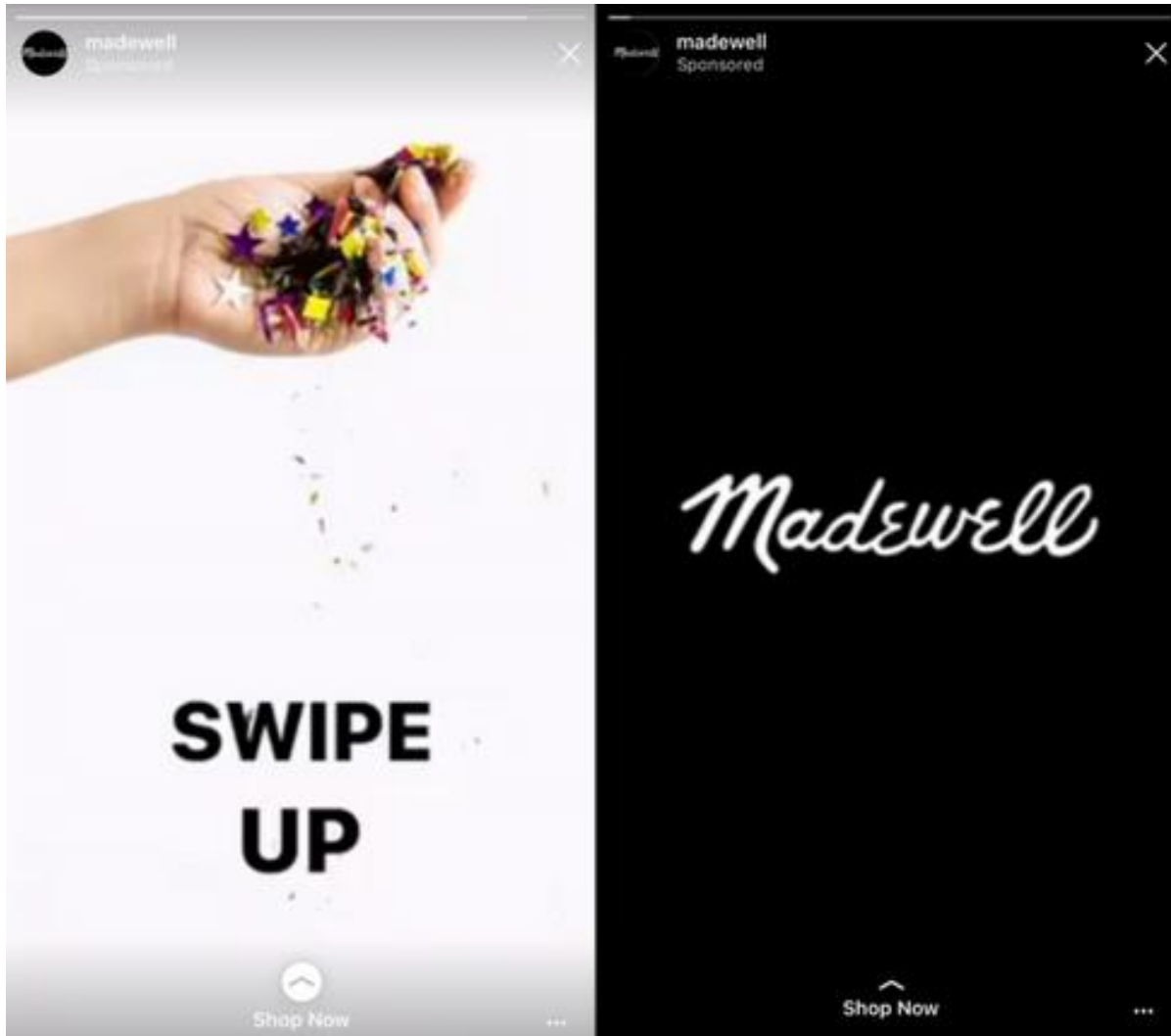
Jasmine Star Nos lleva a su Vida privada



**Haz crecer tu lista
con tu Stories**



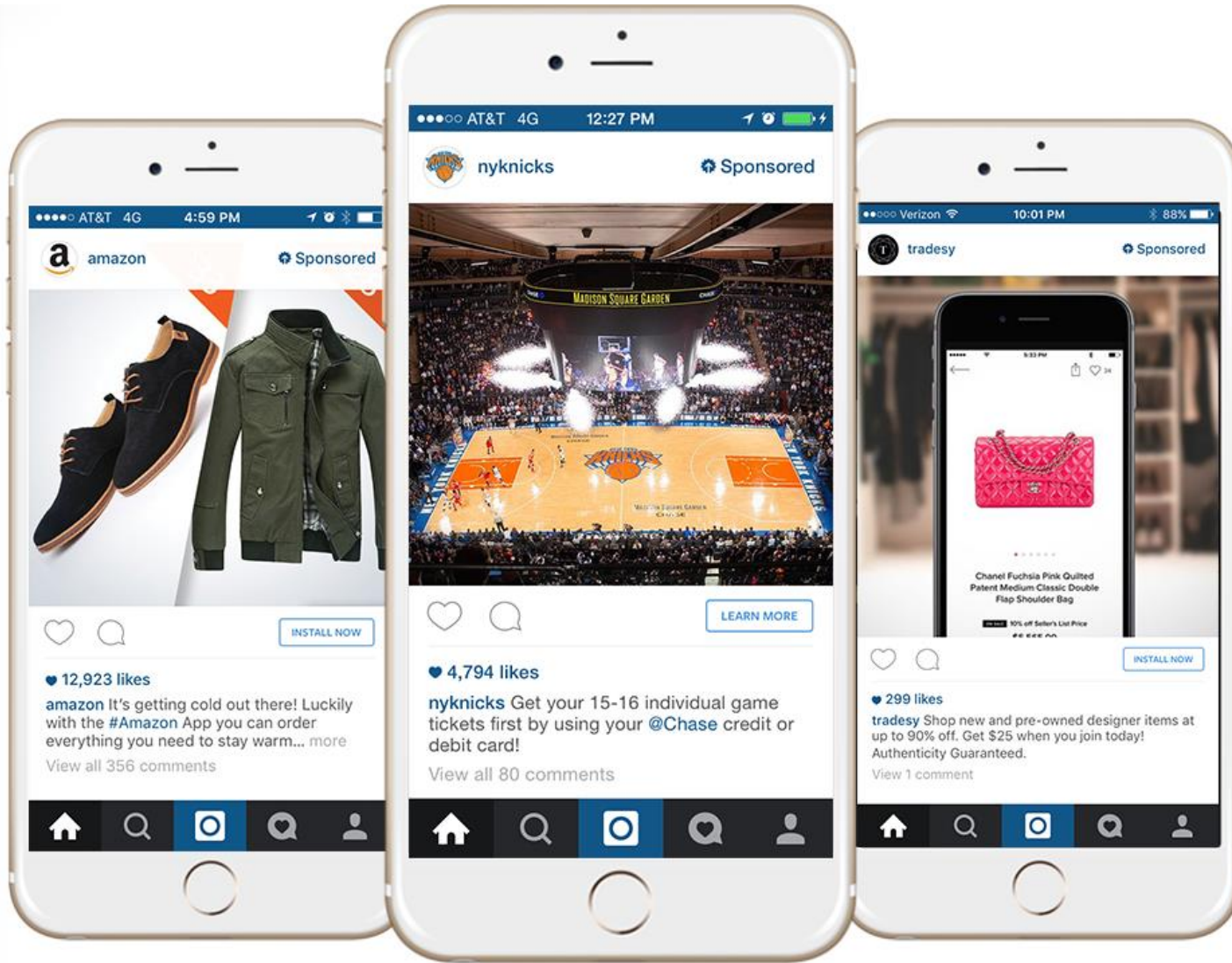
Haz crecer tu lista con tu Stories



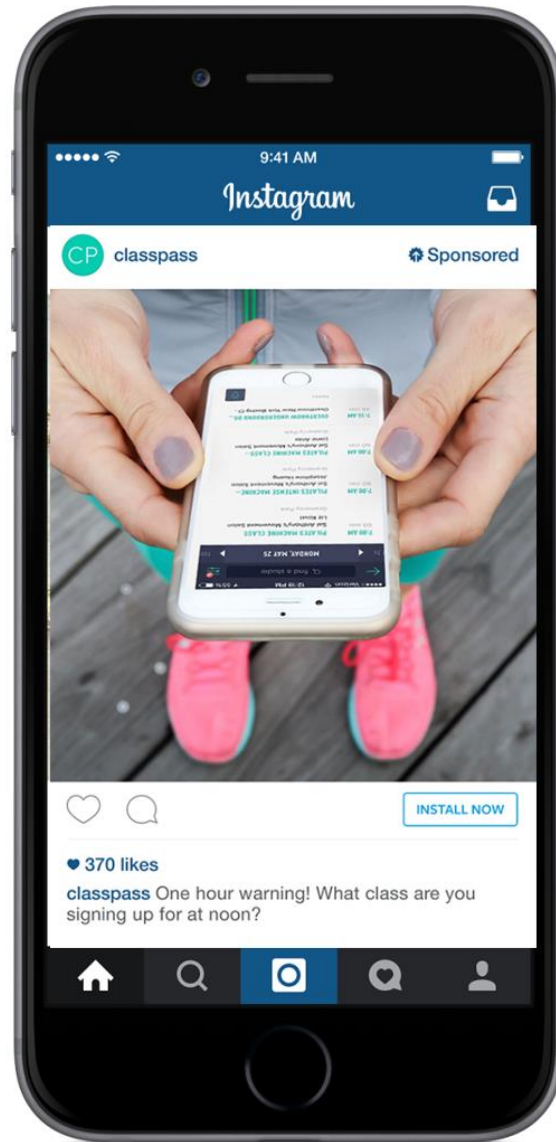
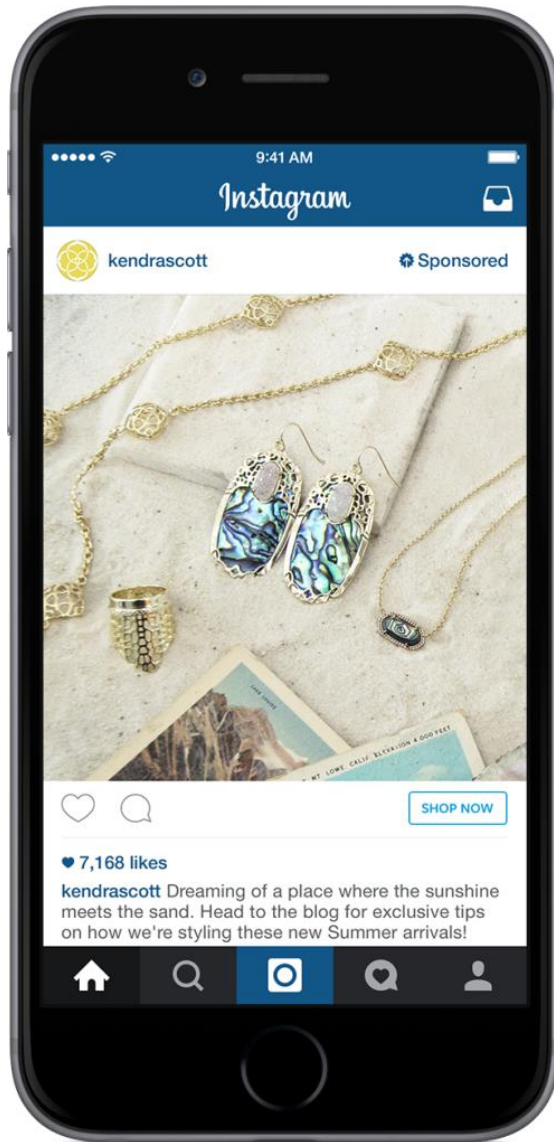
Cambias las imágenes pero sigue una línea

Ejemplos para que te conectes con tu audiencia

- Tómale una foto a tu café.
- Haz un video cuando estas hacienda ejercicios.
- Haz foto de tu comida.
- Haz una foto de la pantalla de tu PC
- Haz un video para que te vean.
- Conéctate con tu audiencia.
- No olvides el llamado a la acción a tu leadmagnet.



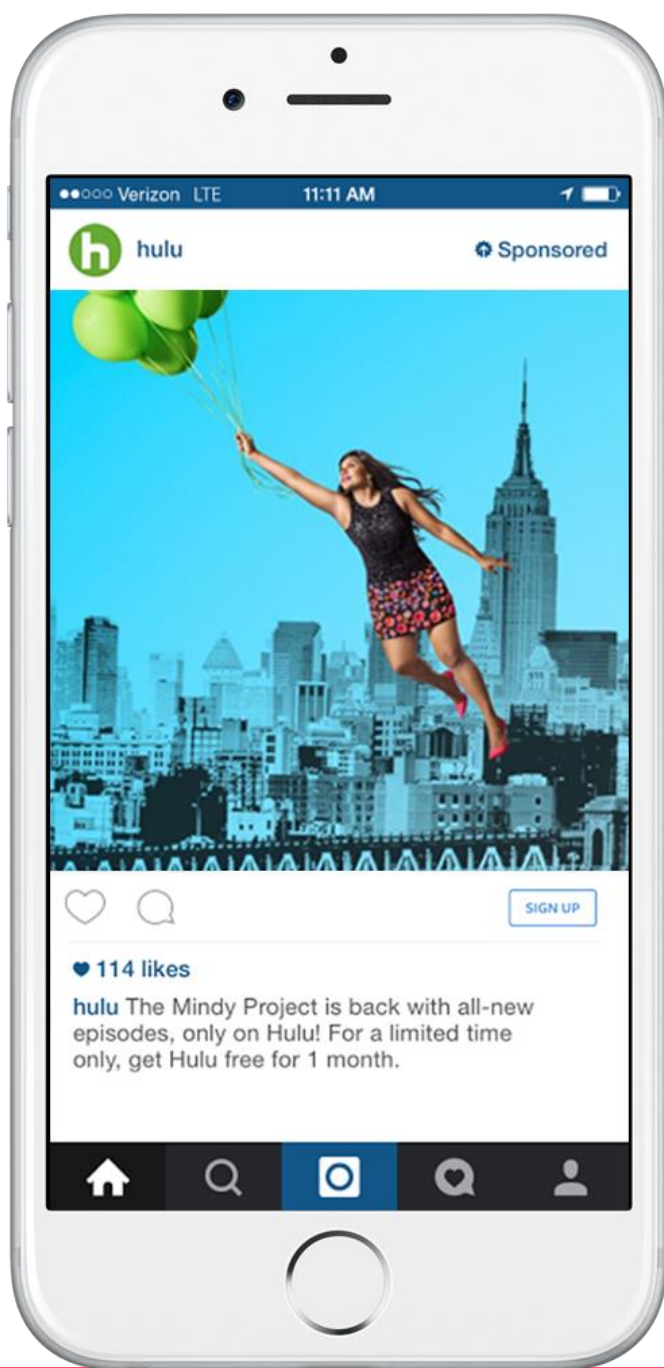
¿Que son las Ads?



La publicidad en Instagram es una forma de anunciar empresas, marcas y negocios a través de este social media basado en imágenes y contenidos visuales, te pueden servir de gran ayuda no importa si eres una empresa muy pequeña.



**Para empezar con la
publicidad de pago
sin tirar tu dinero debes
aprender a hacerlo
bien**



**Aquí te explicare
paso a paso que
debes hacer para no
perder tu dinero**

Conectar con Facebook

Los perfiles de empresa de Instagram están vinculados a páginas de Facebook y están sujetos a sus [Condiciones](#).



Iniciar sesión con Facebook



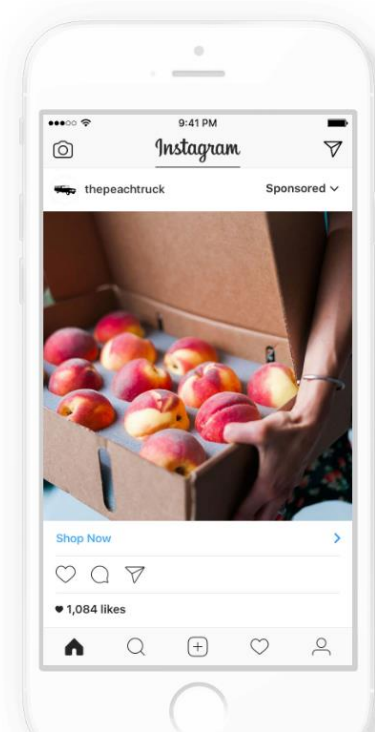
**Para Anunciar en
Instagram recuerda
que tendrás que
vincular tu cuenta a
Facebook
(Fan Page)**

Ingresamos a <https://business.instagram.com/advertising/>



Una experiencia perfecta.

Los anuncios de Instagram se muestran en el centro de la inspiración visual con un formato lineal y llamativo.



Anuncios con foto

Cuenta tu historia a través de un espacio nítido, sencillo y elegante. El formato de las fotos puede ser cuadrado u horizontal.

[Crear el tuyo](#)

Hacemos Click en Crear tu Anuncio

Campaña
↳ [Objetivo](#)

Conjunto de anuncios
↳ Público 🔒
↳ Ubicaciones 🔒
↳ Presupuesto y calendario 🔒

Anuncio
↳ Formato 🔒
↳ Contenido multimedia 🔒
↳ Contenido adicional 🔒

[Crear campaña nueva](#) ? [Usar campaña existente](#) ?

Campaña: Elige tu objetivo.

¿Cuál es tu objetivo de marketing? [Ayuda: selección de un objetivo](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
Reconocimiento de marca	Tráfico	Conversiones
Alcance	Interacción	Ventas del catálogo
	Instalaciones de la aplicación	Visitas en el negocio
	Reproducciones de video	
	Generación de clientes potenciales	
	Mensajes	

Elegí como estrategia de marketing **atraer tráfico** y me presenta lo siguiente:

The screenshot shows the Facebook Ads campaign creation interface. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and various utility icons. Below this, the main header includes a dropdown menu for 'Crear campaña nueva', the current step 'Campaña: Elige tu objetivo.', and a button for 'Cambiar a creación rápida'. The left sidebar contains a navigation menu with sections for 'Campaña', 'Objetivo', 'Conjunto de anuncios', and 'Anuncio'. The main content area displays the 'Tráfico' objective, which is highlighted with a blue circle and mouse cursor icon. Below the objective name, there is a descriptive paragraph and an unchecked checkbox for 'Crear prueba A/B'. A text input field for 'Nombre de la campaña' contains the word 'Tráfico', with a red arrow pointing to it from a callout box. Below the input field is a blue 'Continuar' button. At the bottom of the main area, there is a section for 'Límite de gasto de la campaña' with a 'Definir un límite (opcional)' link. A 'Cerrar' button is located at the bottom left of the interface.

Administrador de anuncios

Buscar

Sil

Ayuda

Crear campaña nueva

Campaña: Elige tu objetivo.

Cambiar a creación rápida

Mensajes

Tráfico

Dirige a más personas a un destino dentro o fuera de Facebook, como un sitio web, una aplicación o una conversación de Messenger.

Crear prueba A/B: Realiza pruebas A/B de tus estrategias de contenido, ubicación, público y optimización de entrega **NUEVO**

Nombre de la campaña

Tráfico

Continuar

Límite de gasto de la campaña **i** Definir un límite (opcional)

Cerrar

Colocar Nombre a la Campaña que éstas por crear y dar a "CONTINUAR"

Elegí como estrategia de marketing atraer tráfico, ahora debo elegir tráfico a donde:

Administrador de anuncios

Buscar

Sil

Ayuda ?

Crear nuevo conjunto de anuncios ⁱ Crear varios conjuntos de anuncios nuevos ⁱ

Nombre del conjunto de anuncios ⁱ 18+ Opciones avanzadas Cambiar a creación rápida

Tráfico
Elige a dónde quieres dirigir el tráfico. Más adelante ingresarás los detalles sobre el destino.

- Sitio web
- Aplicación ⁱ
- Messenger ⁱ

¡Nuevo! Creación de anuncios más sencilla
Ahora es más fácil crear anuncios que abren conversaciones de Messenger.

Oferta DESACTIVADO
Crea una oferta que las personas puedan guardar y recordar para aumentar las conversiones. Más información.

Público
Define quién quieres que vea tus anuncios. Más información.

Crear nuevo Usar un público guardado ▼

Cerrar

Tamaño del público
Tu público está definido.

Estimated Audience Size: 4.600.000 people ⁱ

Resultados diarios estimados

Alcance
5.800 - 19.000 ⁱ

Clics en el enlace
66 - 300 ⁱ

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

Elegí como estrategia de marketing atraer tráfico, ya elegí a donde irá mi tráfico **y debo más abajo definir el público que verá mis Anuncios:**

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, the navigation bar includes the Facebook logo, the text "Administrador de anuncios", a search bar, and utility icons for settings, notifications, and help. Below the navigation bar, the main workspace is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options for "Campaña" (with a sub-option "Objetivo"), "Conjunto de anuncios" (with sub-options "Tráfico", "Oferta", "Público", "Ubicaciones", and "Presupuesto y calendario"), and "Anuncio" (with sub-options "Identidad", "Formato", and "Enlaces"). A "Cerrar" button is located at the bottom of this sidebar.
- Top Section:** Shows the "Nombre del conjunto de anuncios" as "18+" and a button for "Opciones avanzadas". A "Cambiar a creación rápida" button is on the right.
- Central Section:** Titled "Público", it provides instructions on defining the audience. It includes a "Crear nuevo" button and a dropdown for "Usar un público guardado". A blue informational box titled "Dirige tus anuncios a las personas que conocen tu negocio" offers tips on creating a custom audience. Below this, the "Lugares" section is set to "Todas las personas en este lugar", with a dropdown menu showing "España" and "Madrid, Comunidad de Madrid + 40km". A map below shows the selected location with a red pin and a 40km radius.
- Right Panel:** Displays "Resultados diarios estimados" for "Alcance" (5.800 - 19.000) and "Clics en el enlace" (66 - 300). A red arrow points to the "Estimated Audience Size: 4.600.000 people" metric at the top of this panel.

Elegí como estrategia de marketing atraer tráfico, ya elegí a donde irá mi tráfico y debo más abajo definir el público que verá mis Anuncios **y sigo hasta abajo defino Edad, Sexo, etc y Guardas:**

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface for creating an ad set. The top navigation bar includes the Facebook logo, the text "Administrador de anuncios", a search bar, and utility icons for notifications, settings, and help. The main content area is titled "Nombre del conjunto de anuncios" with a value of "18+" and an "Opciones avanzadas" button. A "Cambiar a creación rápida" button is also present.

On the left sidebar, the "Campaña" (Campaign) section is expanded to "Objetivo" (Objective). Below it, the "Conjunto de anuncios" (Ad set) section is selected, with "Público" (Audience) highlighted. The "Anuncio" (Ad) section is also visible with options for "Identidad", "Formato", and "Enlaces".

The central area shows the audience targeting options:

- Edad:** 18 - 65+ (indicated by a red arrow)
- Sexo:** Todos (All), Hombres (Men), Mujeres (Women) (indicated by a red arrow)
- Idiomas:** Ingresar un idioma...
- Segmentación detallada:** INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones (indicated by a red arrow). Below this is a text input field for adding demographic data and buttons for "Sugerencias" and "Explorar".
- Excluir personas:** A section for excluding people, with an unchecked checkbox for "Ampliar intereses si es posible conseguir un incremento de clics en el enlace a un precio inferior por clic en el enlace."
- Conexiones:** Agregar un tipo de conexión

At the bottom, a red box highlights the "Guardar este público" button.

On the right sidebar, the "Específico" (Specific) targeting mode is selected. It shows an "Estimated Audience Size" of 4,600,000 people. Below this, "Resultados diarios estimados" (Estimated daily results) are shown for "Alcance" (Reach) as 5,800 - 19,000 and "Clics en el enlace" (Link clicks) as 66 - 300. A disclaimer at the bottom of the sidebar states: "La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido 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?"

Ya definido mi público, sigo bajando y voy a **Ubicaciones**, que es donde se mostrara mi Anuncio:

Administrador de anuncios | Buscar | Sil | Ayuda

Nombre del conjunto de anuncios: 23-55 | Opciones avanzadas | Cambiar a creación rápida

Ubicaciones
Muestra tus anuncios a las personas adecuadas en los lugares correctos.

- Ubicaciones automáticas (recomendado)**
Tus anuncios se mostrarán automáticamente a tu público en los lugares con más probabilidades de obtener un mejor rendimiento. Con este objetivo, las ubicaciones pueden incluir Facebook, Instagram, Audience Network y Messenger. [Más información.](#)
- Editar ubicaciones**
Al eliminar las ubicaciones es posible que reduzcas el número de personas a las que llegan tus anuncios y, por lo tanto, será menos probable que alcances tus objetivos. [Más información.](#)

Tipos de dispositivo

- Todos los dispositivos (recomendado) ▼
- Todos los dispositivos (recomendado)**
- Solo celular
- Solo computadora

Facebook

- Noticias
- Artículos instantáneos
- Videos instream
- Columna derecha

Estadísticas:
Tu público está definido. (Gráfico: Específico vs Amplio)
Estimated Audience Size: 3.500.000 people
Resultados diarios estimados:
Alcance: 6.400 - 20.000
Clics en el enlace: 54 - 230

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido 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.

Anuncio Preview: Jasper's Market Sponsored

Ya definido mi público, sigo bajando y voy a **Ubicaciones**, que es donde se mostrara mi Anuncio, sigo bajando y elijo **INSTAGRAM** .

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and various utility icons. Below this, the main header includes the ad set name "23-55" and a "Cambiar a creación rápida" button. The left sidebar contains a navigation menu with sections for "Campaña", "Conjunto de anuncios", and "Anuncio". The "Ubicaciones" option is highlighted in blue. The main content area is a list of placement options, with the "Instagram" section highlighted by a red box. Within this section, "Noticias" is selected with a checkmark. To the right of the list is a preview of an Instagram story ad for "jaspersmarket". Below the preview, the text "Instagram Noticias" and "Ver requisitos de contenido multimedia" are visible, with a red arrow pointing to the latter. On the far right, a summary panel shows audience size and estimated results.

Administrador de anuncios

Nombre del conjunto de anuncios 23-55

Cambiar a creación rápida

Campaña

- Objetivo

Conjunto de anuncios

- Tráfico
- Oferta
- Público
- Ubicaciones**
- Presupuesto y calendario

Anuncio

- Identidad
- Formato
- Enlaces

Facebook

- Noticias
- Artículos instantáneos
- Videos instream
- Columna derecha
- Videos sugeridos
- Marketplace

Instagram

- Noticias**
- Historias

Audience Network

- Nativo, banner e intersticial
- Videos instream
- Videos con premio

Messenger

- Inicio
- Mensajes publicitarios

Instagram

Instagram Noticias

Ver requisitos de contenido multimedia

Tu público está definido.

Espeífico Amplio

Estimated Audience Size: 3.500.000 people

Resultados diarios estimados

Alcance
6.400 - 20.000

Clics en el enlace
54 - 230

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido 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.

Cerrar

Ya definido mi público, sigo bajando y voy a **Ubicaciones**, que es donde se mostrara mi Anuncio, sigo bajando y elijo **INSTAGRAM**, luego asigno presupuesto.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and user information. Below this, the main area is divided into sections. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Campaña', 'Objetivo', 'Conjunto de anuncios' (with sub-options: Tráfico, Oferta, Público, Ubicaciones, and 'Presupuesto y calendario' highlighted), and 'Anuncio' (with sub-options: Identidad, Formato, and Enlaces). The main content area is titled 'Nombre del conjunto de anuncios' with the value '23-55' and an 'Opciones avanzadas' button. Below this, there's a section for 'Excluir contenido y editores' with options for 'Aplicar listas de bloqueo' and 'Excluir categorías'. The 'Presupuesto y calendario' section is highlighted with a red box and contains the following information: 'Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios.' Under 'Presupuesto', there's a dropdown set to 'Presupuesto diario' and a text input field containing '\$20,00' with a note '\$20,00 USD'. Below this, it says 'El importe real gastado por día puede variar.' Under 'Calendario', there are two radio button options: 'Poner mi conjunto de anuncios en circulación continuamente a partir de hoy' (which is selected) and 'Definir una fecha de inicio y de finalización'. At the bottom of this section, it states 'No gastarás más de \$140,00 a la semana.' and a 'Mostrar opciones avanzadas' dropdown. At the bottom of the main content area, there are three buttons: 'Cerrar', 'Volver', and 'Continuar'. A red arrow points to the 'Continuar' button. On the right side, there's a summary panel with 'Espeficico' and 'Amplio' tabs, 'Estimated Audience Size: 3.300.000 people', 'Resultados diarios estimados' for 'Alcance' (4.700 - 19.000) and 'Clics en el enlace' (38 - 110), and a note about the precision of the estimates.

Ahora defines que Pagina de Facebook y que Instagram asociado y el tipo de formato del anuncio:

The screenshot displays the Facebook Ads creation interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and user settings. Below this, the main area is divided into a left sidebar and a central content area. The sidebar contains a tree view with categories: 'Campaña', 'Conjunto de anuncios', and 'Anuncio'. The 'Anuncio' category is expanded, showing sub-options: 'Identidad', 'Formato', 'Contenido multimedia', and 'Enlaces'. The central content area is titled 'Nombre del anuncio' and shows 'Default name - Tráfico'. Below this, the 'Identidad' section is active, featuring a dropdown menu for the Facebook page (indicated by a red arrow) and an 'Anúnciate en Instagram' section with an 'Agregar ubicación de Instagram' button (also indicated by a red arrow). The 'Formato' section is highlighted with a red border and contains five options: 'Anuncio por secuencia', 'Una sola imagen' (selected with a blue checkmark), 'Un solo video', 'Presentación', and 'Colección' (marked 'NUEVO'). Each format option includes a representative image and a brief description. A 'Cerrar' button is located at the bottom left of the interface.

Administrador de anuncios

Buscar

Sil

Ayuda

Nombre del anuncio **Default name - Tráfico** Opciones avanzadas **Cambiar a creación rápida**

Identidad

Página de Facebook
Tu negocio está representado en los anuncios por su página de Facebook.

+

Anúnciate en Instagram
Publica este anuncio en Facebook e Instagram al mismo tiempo para llegar a más personas que te importan. [Más información.](#)

Agregar ubicación de Instagram

Formato
Elige cómo quieres que se vea tu anuncio.

Anuncio por secuencia
Crea un anuncio con dos o más videos o imágenes

Una sola imagen
Crea hasta 6 anuncios con una imagen cada uno sin ningún costo adicional

Un solo video
Crea un anuncio con un video

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

NUEVO Colección
Muestra una colección de artículos en una experiencia para celulares en pantalla completa. [Más información.](#)

Cerrar

En ésta sección subes la imagen de tu anuncio:

The screenshot displays the Google Ads interface. On the left, a sidebar menu titled 'Conjunto de anuncios' includes options for 'Tráfico', 'Oferta', 'Público', 'Ubicaciones', and 'Presupuesto y calendario', each with a checkmark. The main content area is titled 'Imágenes' and contains the text: 'Puedes crear hasta 6 anuncios a la vez si subes varias imágenes. [Más información.](#)' Below this text are three buttons: 'Explorar fototeca', 'Imágenes estándar gratuitas', and 'Subir imágenes' (which features a plus sign icon). A red arrow points from the 'Subir imágenes' button to the right. On the right side of the interface, a panel titled 'Especificaciones de imagen recomendadas' lists the following requirements:

- Tamaño de imagen recomendado: **1.200 x 628 píxeles**
- Relación de aspecto de la imagen: **1,91:1**
- Para maximizar la entrega del anuncio, usa una imagen que contenga **poco o ningún texto superpuesto**. [Más información.](#)

Y te muestra una previa del Anuncio

Campaña

- Objetivo

Conjunto de anuncios

- Tráfico
- Oferta
- Público
- Ubicaciones
- Presupuesto y calendario

Anuncio

- Identidad
- Formato
- Contenido multimedia**
- Enlaces

Enlaces
Escribe el texto del anuncio. [Más información.](#)

Selecciona el tipo de enlace para tu anuncio

- Sitio web
- Evento de Facebook

¿Quieres aumentar el tráfico en Messenger?
Usa el destino de Messenger. Se guardará tu configuración de público y presupuesto. [Cambiar destino](#)

Texto

Convierte tu Talento en AbundanciaApúntate a mi Reto Gratuito "Crea tu curso online en

URL del sitio web [Vista previa de la URL](#)

marielysavila.com

Título

Home - Marielys Avila

Llamada a la acción

Vista previa del anuncio 1 de 1 anuncio

Sección de noticias del celular 1 de 12

Publicidad

Convierte tu Talento en AbundanciaApúntate a mi Reto Gratuito "Crea tu curso online en

marielysavila.com

Home - Marielys Avila MÁS INFORMACIÓN

Convierte tu Talento en Abu...

Me gusta Comentar Compartir

[Actualizar vista previa](#) • [Reportar un problema con esta vista previa](#)

Y al darle **CONFIRMAR** haz creado tu anuncio.

Campaña

- Objetivo ✓

Conjunto de anuncios

- Tráfico ✓
- Oferta ✓
- Público ✓
- Ubicaciones ✓
- Presupuesto y calendario ✓

Anuncio

- Identidad ✓
- Formato ✓
- Contenido multimedia** ✓
- Enlaces ✓

Presupuesto y calendario ✓

Anuncio

- Identidad ✓
- Formato ✓
- Contenido multimedia** ✓
- Enlaces ✓

Cerrar

Enlaces

Escribe el texto del anuncio. [Más información.](#)

Selecciona el tipo de enlace para tu anuncio

Sitio web

Evento de Facebook

¿Quieres aumentar el tráfico en Messenger?
Usa el destino de Messenger. Se guardará tu configuración de público y presupuesto. [Cambiar destino](#)

Texto

Convierte tu Talento en AbundanciaApúntate a mi Reto Gratuito "Crea tu curso online en

URL del sitio web ⓘ [Vista previa de la URL](#)

marielysavila.com ✕

Título ⓘ

Home - Marielys Avila

Varios idiomas (opcional) ⓘ

+ Crear en otro idioma ✕

Ahora puedes crear anuncios en distintos idiomas para que sean más relevantes para la persona que los vea. ✕

[Mostrar opciones avanzadas](#) ▾

[Volver](#)

[Revisar](#) [Confirmar](#)

Al hacer clic en "Confirmar", aceptas la [Declaración de derechos y responsabilidades de Facebook](#), incluida tu obligación de cumplir las [Condiciones de los anuncios de autoservicio](#) y las [Normas de publicidad de Facebook](#). No usamos los datos personales ni confidenciales para la segmentación de la publicidad. Los temas que elijas para segmentar tu anuncio no reflejan las creencias, las características ni los valores personales de los usuarios. El incumplimiento de las Condiciones, las Condiciones de los anuncios de autoservicio y las Normas de publicidad puede conllevar diversas consecuencias, como la cancelación de tus anuncios y la eliminación de la cuenta. Si resides o tienes tu sede principal en EE. UU. o Canadá, el contrato se establece únicamente con Facebook, Inc. De lo contrario, el contrato se establece solamente con Facebook Ireland, Ltd., excepto los anunciantes de algunos países que pueden, en determinadas circunstancias, establecer el contrato directamente con empresas afiliadas únicamente para fines de solicitud de anuncios. Si es tu caso, puedes encontrar disposiciones específicas aplicables a tus pedidos de estas [empresas afiliadas aquí](#).

Vista previa del anuncio

1 de 1 anuncio < >

Sección de noticias del celular ▾ 1 de 12 < >

marielysavila.com

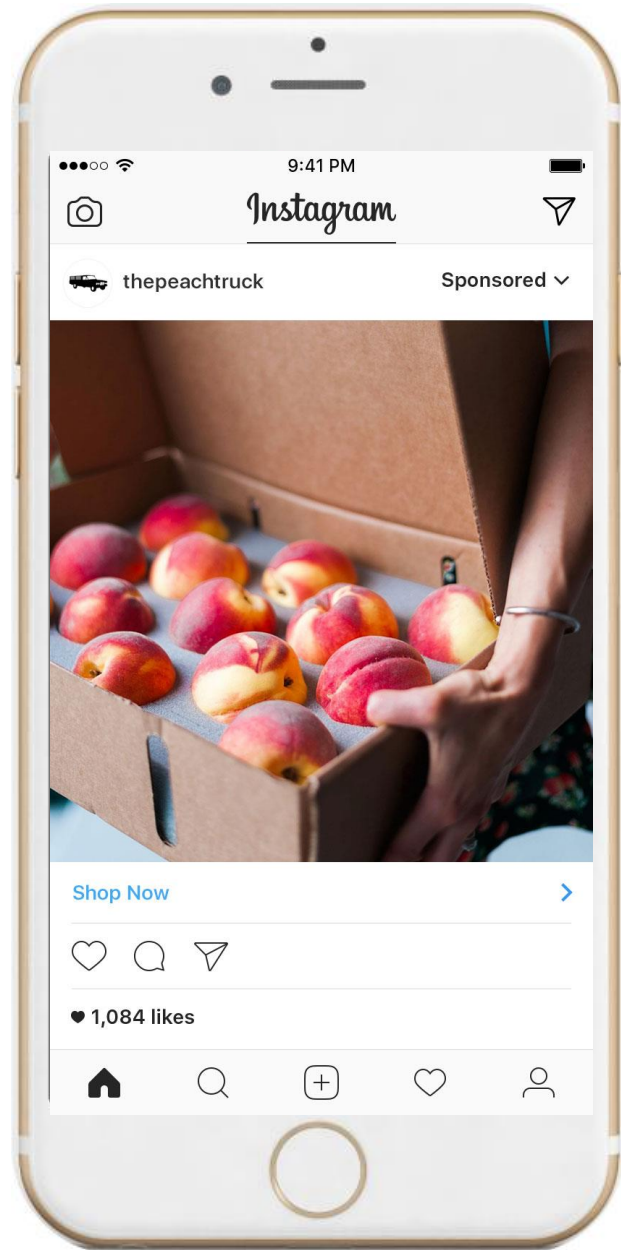
Home - Marielys Avila [MÁS INFORMACIÓN](#)

Convierte tu Talento en Abu...

[Me gusta](#) [Comentar](#) [Compartir](#)



Otra Opción de Anunciar es directo desde tu Instagram y darle al Botón Promocionar siguiendo los pasos pero no es recomendable porque no segmentas bien.

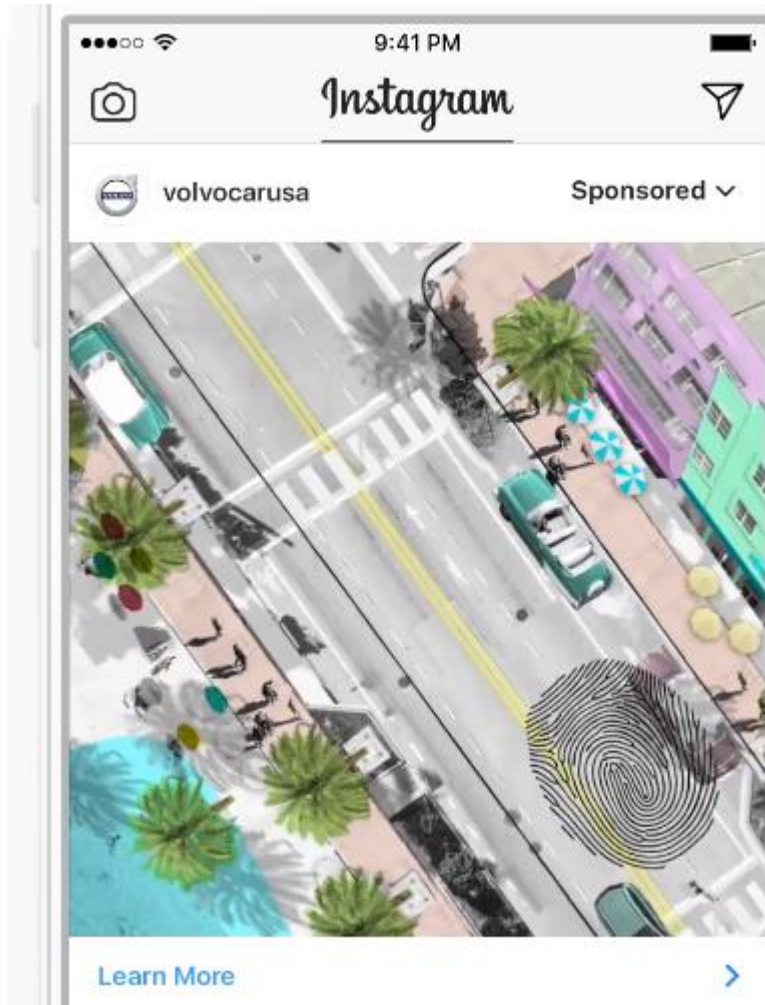


TIPOS DE ANUNCIOS



Anuncios con Foto

Cuenta tu historia a través de un espacio nítido, sencillo y elegante. El formato de las fotos puede ser cuadrado u horizontal.



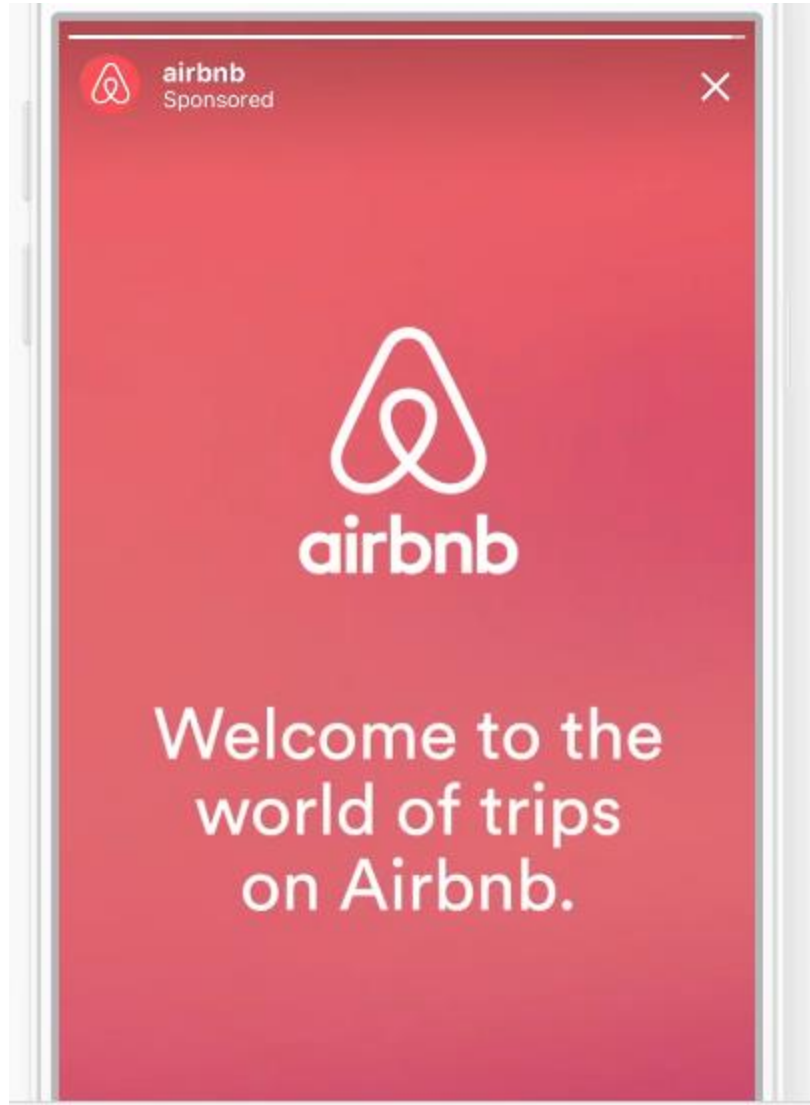
Anuncios con Video

Los anuncios con vídeo ofrecen la misma experiencia visual envolvente que los anuncios con foto de Instagram, **con el poder añadido de las imágenes, el sonido y el movimiento.** Además, ahora puedes compartir vídeos de hasta 60 segundos de duración en formato horizontal o cuadrado.



Anuncios por secuencia

Consigue que tus campañas sean más completas con anuncios por los que las personas **pueden desplazarse con el dedo para ver varias fotos o vídeos.**



Anuncios con Stories

Complementa el contenido de tu sección de noticias con anuncios en Instagram Stories. Conecta con los más de 300 millones de cuentas que usan las historias todos los días



Decide cual de los 4 diferentes tipos de Anuncios es la mejor opción para ti



**Usa tu creatividad al
100%**





Cómo Atraer SEGUIDORES



1 Responder a Todos

2 Pide te Etiqueten

3 Hashtag

5 Frecuencia de Publicaciones

4 Hashtag Tendencias

6 Contenido de Valor

7 Llamados a la Acción

8 Compartir contenido con la Audiencia

9 Crea contenido Tendencia

10 Concursos





Trabajar Con Influencer



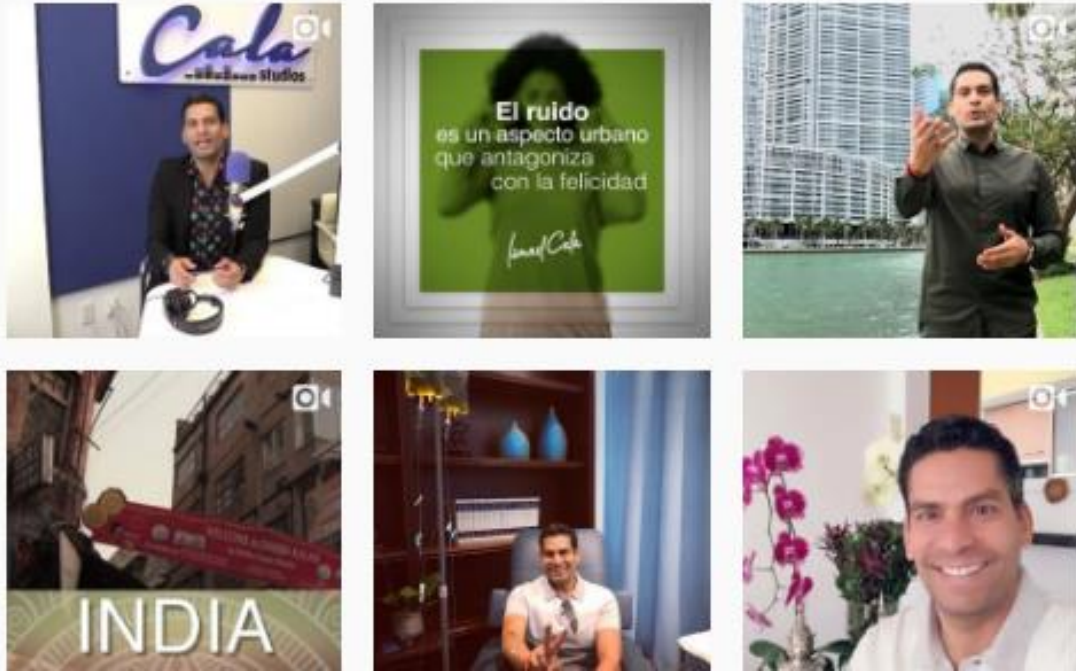


ismaelcala

8,529 publicaciones · 1.5m seguidores · 1,064 seguidos

Ismael CALA Estratega de vida y emprendimiento. Creador del Método CALA (Mindfulness, Liderazgo, Experiencialidad) Regístrate Academia de Oratoria de Ismael CALA academy.ismaelcala.com

kanpazana, suprofito, elmagnum, y 13 más siguen a este usuario



- ✓ Define los Influencer en tu nicho de mercado.
- ✓ Define tu objetivo (aumentar seguidores/ promocionar Nuevo servicio o producto/ aumentar tu engagement, etc.
- ✓ Con seguidores activos dedica tiempo a buscar con calma cuentas con mucha interacción, no te fijas solo en el número de seguidores.
- ✓ Decide con quien vas a colaborar.
- ✓ Cuantas veces.
- ✓ Contacta a varios y ten un plan claro al momento de contactarlos.



Organiza Concursos y Sorteos



Concursos y Sorteos

¡YA SOMOS 2000!

¡GRACIAS!

BAM!

¡GANA ESTE FANTÁSTICO PREMIO VALORADO EN 66€!



WWW.BISSUBAGS.COM

bissu_official Le sigues

Hace 2 semanas

¡Estamos de celebración! Y para agradeceros que hemos superado los 2000 seguidores ¡sorteamos este fantástico lote de 2 bolsos + fular! ¿Cómo ganarlo? 1- Sube una foto de un look que creas que mejor vaya con estos complementos, junto al hashtag #concursobissu2000. 2- Sigüemos en Instagram ¡Así de fácil! Tienes una semana para

A **normcoregirl**, **anxana**, **birjinia_sg** y 42 personas más les gusta esto.

junianaisa
👍👍👍

mapetitebyana
Felicidades y a por más !!

lorenasanchezblog
Muchas felicidades y a seguir creciendo!!!♥

normcoregirl
Bravo team 🙌

candies_closet
Muchas felicidades!

15colgadas
👍👍 @bissu_official

Deja un comentario...

✓ Diferencia entre concurso y sorteo.

✓ Concurso se elige a la gente por habilidades

✓ Sorteo se elige a la gente de forma aleatoria o sea por suerte



Le gusta a **cbonfill, _suc_ y 82 personas más**
easypromosapp ¡Participa ahora! GANA un #ramo de flores valorado en 55€ de Interflora. Instrucciones:

✓ COMENTA esta publicación explicando qué tipo



easypromosapp ¡Participa ahora! GANA un #ramo de flores valorado en 55€ de Interflora. Instrucciones:

✓ COMENTA esta publicación explicando qué tipo



Le gusta a **cbonfill, _suc_ y 82 personas más**
easypromosapp ¡Participa ahora! GANA un #ramo de flores valorado en 55€ de Interflora. Instrucciones:

- ✓ COMENTA esta publicación explicando qué tipo de flor regalarías a tu madre.
- ✓ SIGUE nuestro perfil @easypromosapp y el perfil @interfloraes.
- ✓ ETIQUETA un amig@ para que también pueda participar.

quién ha sido el ganador
Bases legales en el link de la BIO. ¡Mucha suerte!
#Sorteo #Díadelamadre #sorteoeninstagram

Ver los 84 comentarios

cbonfill Invito a @marionalmes @mbonfill @aponscat @laiaverdiell

cbonfill Aquest sí que heu de participar @martacerezo77 @f5_morris 👍😊

HACE 1 SEMANA · VER TRADUCCIÓN



Sorteos



gioseppo_official

Siguiendo

gioseppo_official ¡Ya somos 40.000! 🎉 Y lo estamos celebrando con un súper #SORTEO. ¿Quieres conseguir tus #Gioseppo favoritas? Es muy fácil: 💎 Sigue a @Gioseppo_official en Instagram. 💎 Dinos cuál es tu modelo favorito y etiqueta a tres personas. ¡Mucha suerte! Válido hasta el 28/03. Bases legales ▶ gioseppo.me/sorteo40K GRACIAS... ¡y a por los #50K!

cargar más comentarios

paloma_roca Mis favoritas son SNEAKERS DE MUJER EN COBRE SPEARS @angi_91 @marga_mbn @lorena_sanz88

lorena_sanz88 Mis preferidas también son las sneakers de mujer en cobre spears jijiji @almudena2525 @paloma_roca @elisabeth_rohez

ainhoagg08 Calpeanas! @victoriasnchz20



794 Me gusta

14 DE MARZO

CONCURSO
#ProvocaElEfecto

Instagram

- 1 Haz tus fotos de la exposición "Provoca el efecto mariposa" o de los mupis de Caritas que hay por la ciudad.
- 2 Sube tus fotos a Instagram, puedes participar con el número de fotografías que quieras.
- 3 Añade la etiqueta #ProvocaElEfecto y menciona a @caritasburgos.
- 4 Si tu foto resulta premiada, ganarás una obra de la exposición.

Del 5 al 30 de octubre de 2015

nuve comunicación

Exposición en Salón Caja Circular -
Plaza de España 3
18 o 21h
Ver las bases del concurso en: www.caritasburgos.es

Caritas
Diocesis de Burgos

Los Concursos son muy populares en Instagram y pueden ayudarte a aumentar aun mas tu comunidad.



¿Que tienes que hacer?

Define tu objetivo al igual que con los influencer, aumentar seguidores, promocionar un servicio nuevo, aumentar engagement en tu perfil.

- ✓ Has un plan para el concurso, escoge la temática, duración (menos de 10 días), reglas.
- ✓ Escoge el hashtag del concurso.
- ✓ Prepara las imagines.
- ✓ Define premio.
- ✓ Prepara la imagen del premio.



- ✓ Redacta un buen texto muy cercano que los motive a participar y los emocione.
- ✓ Pedirle al público que para participar debe darte un me gusta usando un hashtag específico.
- ✓ Que hagan respost de tus fotos.
- ✓ Que inviten a sus amigosy así aumentar el alcance.
- ✓ Promociónalo por IG Ads desde el [BUSINESS.Instagram.com](https://www.business.instagram.com).

Para organizar concursos puedes utilizar la herramienta [Cool-tabs.com](https://cool-tabs.com)



LEARN MORE

209 likes

Want to get your first 1,000 email subscribers in less than 90 days?

Join my FREE masterclass this Thursday where I will... more

Masterclass Gratuitas por Instagram Live

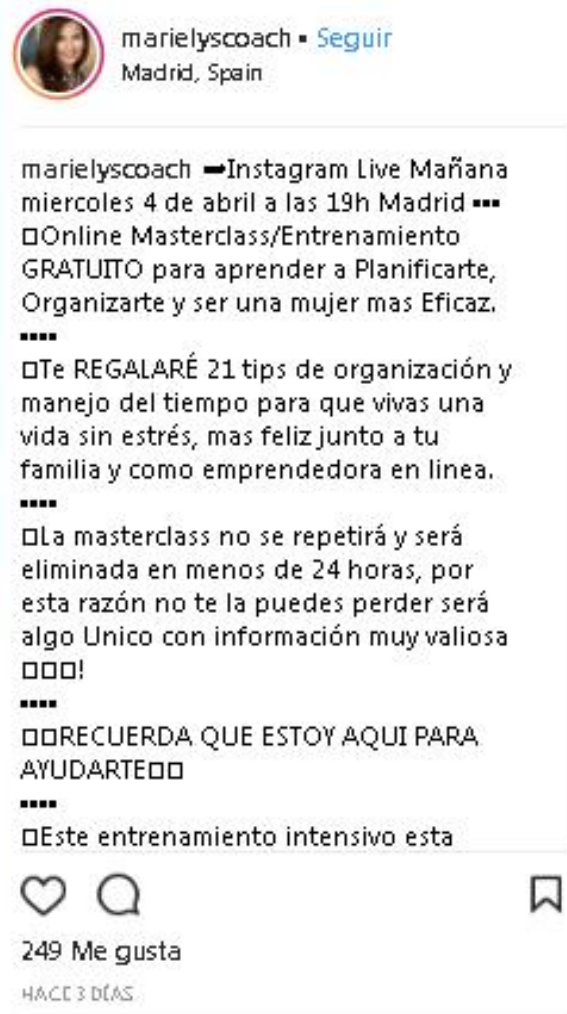
[LEARN MORE](#)

209 likes

Want to get your first 1,000 email subscribers in less than 90 days?

Join my FREE masterclass this Thursday where I will... more

- ✓ Calienta a tus seguidores emocionálos.
- ✓ Días antes invítalos a tu clase gratuita, promociónalo en tu feed y en tu Stories con videos y con imágenes.
- ✓ Motívalos para que asistan.
- ✓ Ofrecemos descuentos, recompensa a las personas que compartan tu evento online



Convierte a tus seguidores en embajadores de tu marca pero recuerda de motivarlos dándole valor en tu publicación.

Pídeles que etiquete a sus amigos que les interesa esa publicación.

✓ Que respuestee si les gusta el tema o pueden ayudar a alguien.

✓ Pide que te etiqueten.

✓ Un emojis.

✓ No abuses.



pinklimevc • Follow
Pink Lime Salon & Spa

pinklimevc Win a \$500 Hairstyle Makeover With #Pinklimelooks

Every summer has a story and Pink Lime Hair Salon & Spa Vancouver wants to know yours!

Need to invest in your hair? Here's what you have to do... 📸 Post a photo of your current hairstyle enjoying the sun on your Instagram and tag #Pinklimelooks (your account cannot be private to show)

BONUS Points: 📸 Follow @pinklimevc on Instagram 📸 Tell us what your Dream Hair Look and Makeup would be if you win a Pink Lime Makeover in the Caption 📸 Tag 2 friends who would love Pink Lime

Click the link below for details or post your photo on Instagram!

3 lucky Winners will receive a \$500



44 likes

AUGUST 10, 2017

Add a comment...



Ejemplos

- ✓ Etiqueta a tu amiga emprendedora que le servirá este mensaje.
- ✓ Etiqueta a la persona que te gustaría.
- ✓ Etiqueta 3 amigos q les pueda interesar este tema/contenido.
- ✓ Etiqueta amigos que aun no siguen mi cuenta.
- ✓ Etiqueta tu mejor amiga.

**DOUBLE-TAP
+ TAG A FRIEND**

#FINALLYFRIDAY



65 likes

drinkwel It's #FinallyFriday and we're giving away 20 To-Go packets of drinkwel. Just double-tap this photo and tag a friend. Winner announced Monday.

Retos

**Puedes hacer retos
Estratégicos por
Instagram**

DOUBLE-TAP + TAG A FRIEND

#FINALLYFRIDAY



♥ 65 likes

🗨 **drinkwel** It's #FinallyFriday and we're giving away 20 To-Go packets of drinkwel. Just double-tap this photo and tag a friend. Winner announced Monday.

La estrategia es parecida a la de los concursos.



SHOP NOW

496 likes

shredz The most important project you'll ever work on is you.

Get started with the Shredz #30daychallenge and get 71% off!

Don't wait, sale ends today!

Ventas en Instagram

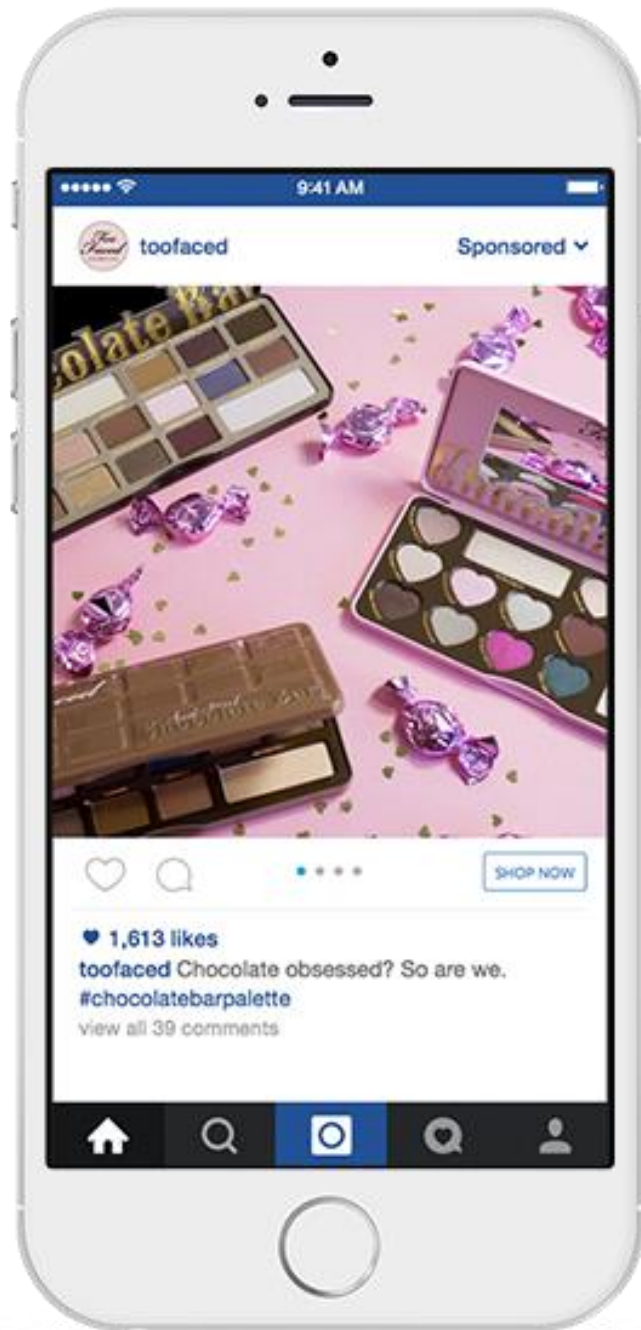
¿Que necesitas?

- ✓ Infografías una estupenda imagen visual, Instagram es VISUAL.
- ✓ Creatividad EXCELENTE contenido.
- ✓ Beneficios para el cliente.
- ✓ Constancia.
- ✓ Atención RAPIDA al dinero le gusta la rapidez.
- ✓ Fotos reales/ bonitas.



Si se puede vender directamente desde Instagram con Paypal

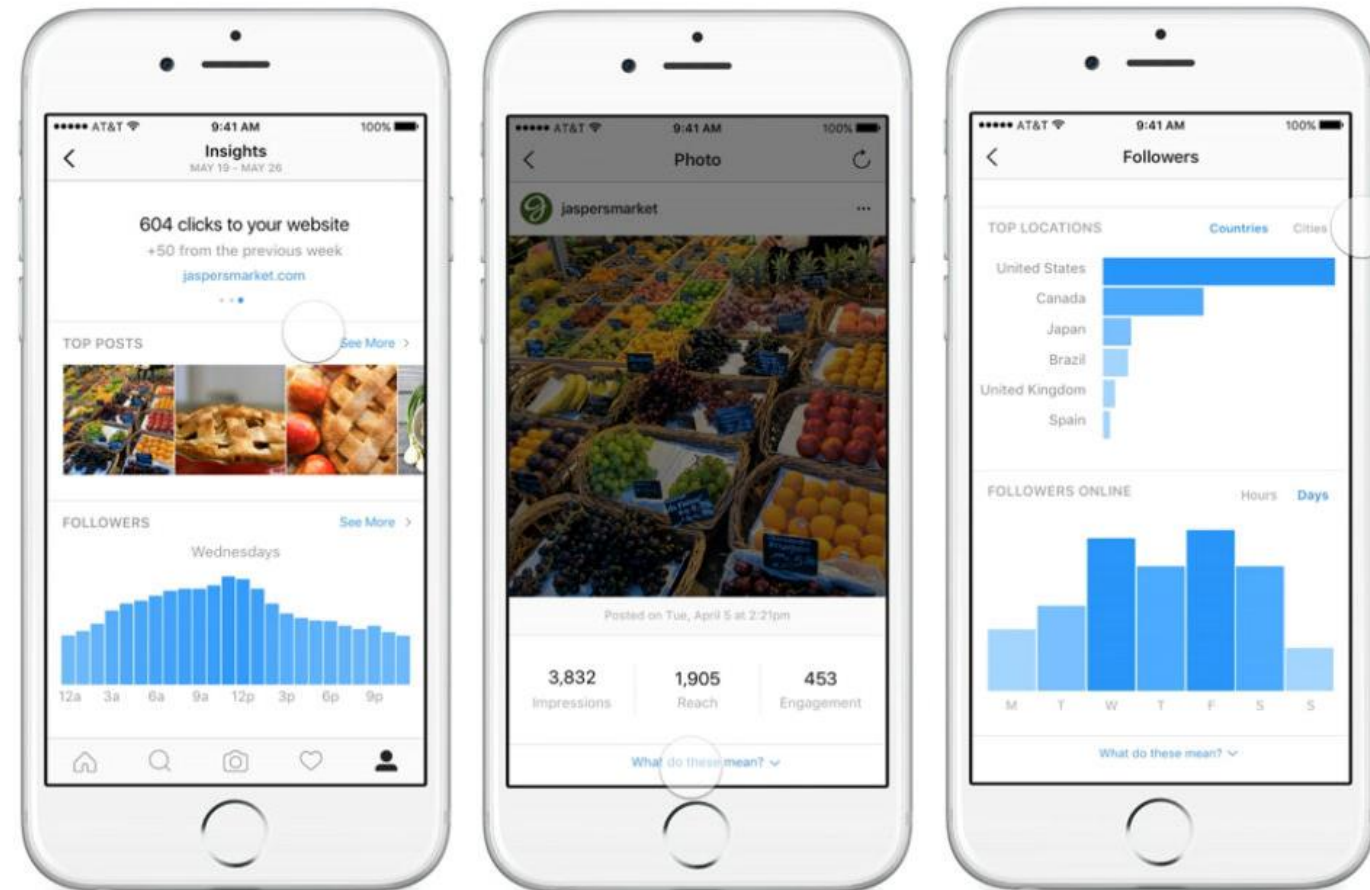
1. Agrega tu link de pago de lo que deseas vender a tu BIO.
2. Deja tu correo en las comentarios y te enviamos el link de paypal.
3. También por privado.
4. Los shopping Tag.



No olvides

Utilizar diferentes imagines para la promo para q le llegue a las diferentes tipos de personas

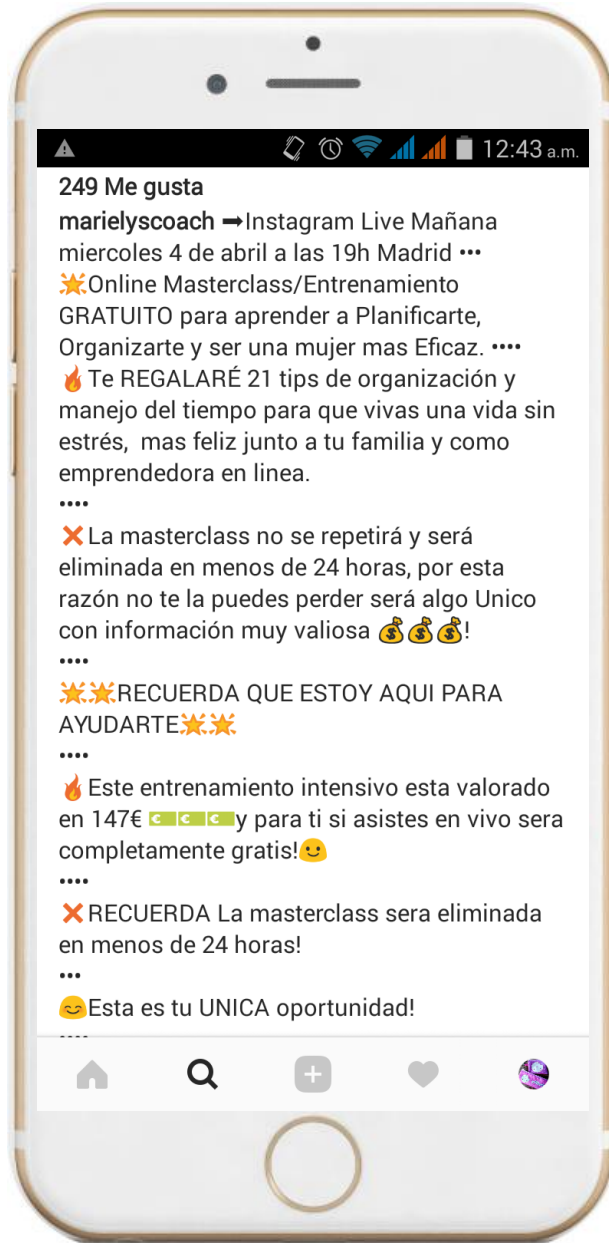
- 1. Utiliza palabras claves.**
- 2. Emojis.**
- 3. Llamada a la acción.**
- 4. Destaca los beneficios.**
- 5. Utiliza los Stories.**
- 6. Alterna los contenidos.**
- 7. Publica a diario.**
- 8. Lanza tu propio hashtag de ese producto o servicio.**



Extras

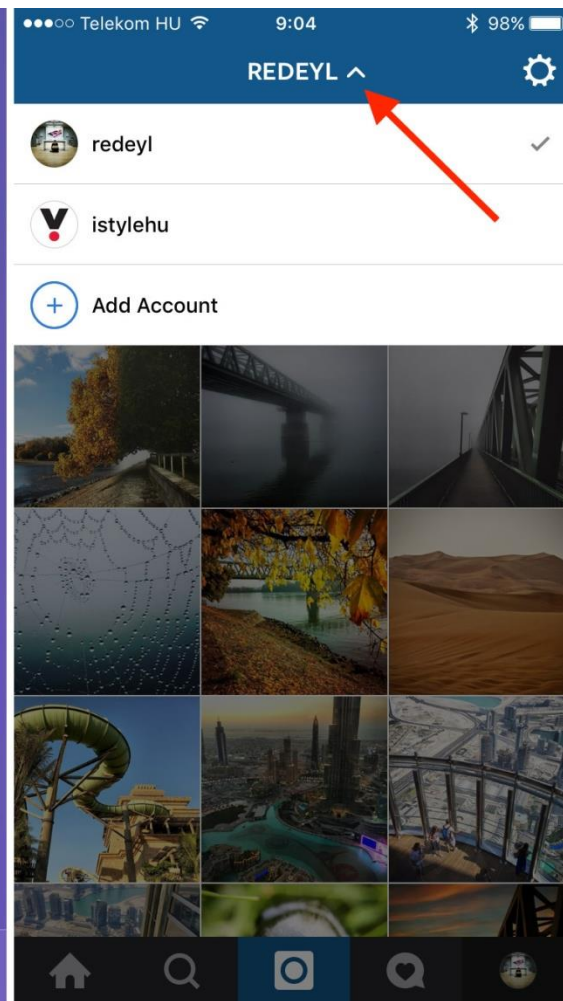
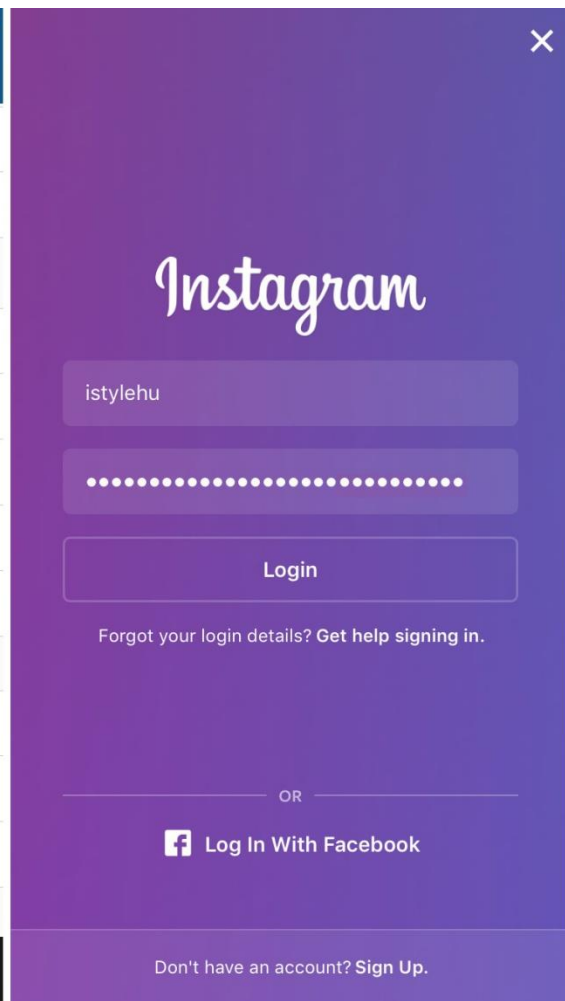
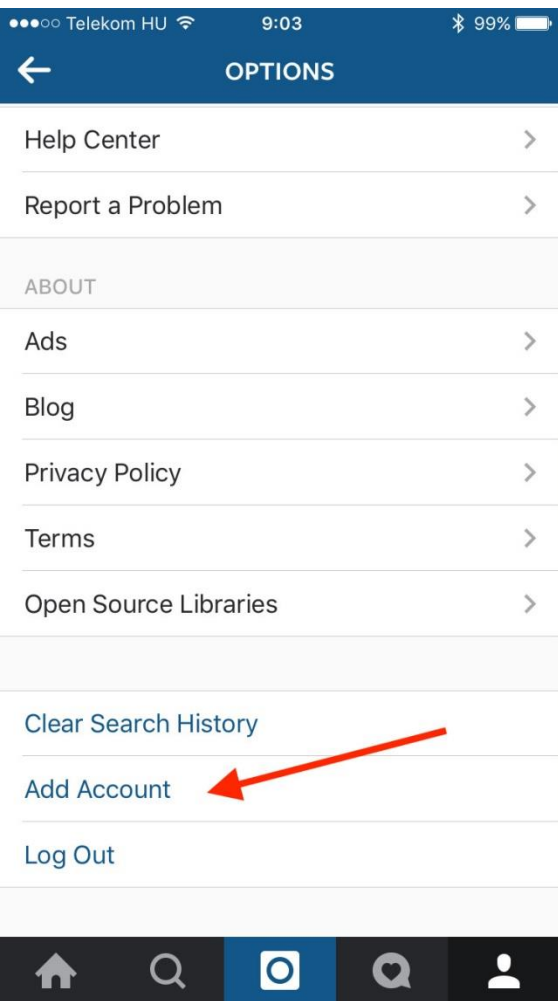
No olvides nunca las métricas

Enlaces personalizados a través de Instagram para ver cuánto se ha clicado



Como agregar espacios:

- ✓ Usa símbolos.
- ✓ Punto.
- ✓ Desde Facebook.
- ✓ Aplicación de notas.
- ✓ Poner doble espacio y cada espacio cuenta como un carácter.



Vincular diferentes cuentas de Instagram a tu cuenta

Errores que la gente comente en Instagram

- ✓ **Perfil cerrado foto donde se vea como cambiarlo y como pueden solo seguir a la gente que tiene su Instagram abierto.**
- ✓ **No te pueden seguir.**
- ✓ **No pueden ver tus publicaciones.**
- ✓ **No usar hashtag no usar los apropiados.**
- ✓ **No responder a los comentarios de la audiencia en 24 horas.**

Errores que la gente comente en Instagram

- ✓ Solo estar pendiente de vender vender, vender, vender, en vez de ayudar.
- ✓ No publicar ningún textos.
- ✓ No utilizar la BIO ni enviarlos a tu web.
- ✓ No postear videos, por que los videos enganchan más que las fotos.
- ✓ No ser clara con lo que haces y a que te dedicas.
- ✓ Publicar demasiado texto sin separaciones.

