



INSTAGRAM INFO 2025

LO QUE TIENES QUE SABER



Hoy te vamos a hablar de Instagram y de lo que no estás aprovechando de esta red social. Te vamos a presentar las claves que necesitas saber para no andar perdiendo el tiempo. El postureo en un negocio no vale para nada, así que quédate con estos datos y consejos de nuestro gurú Álex.

Las **historias** de Instagram son el tipo de publicaciones más numerosas en Instagram, pero la gente aún pierde el tiempo en crear contenido que no tiene efecto sobre sus negocios.

Realmente las historias valen para fidelizar a los seguidores y para crear tensión de compra. Y si se hace bien esto, pues para redirigir a los seguidores a la tienda online, web o Landing. Punto. Son las que menos alcance tienen y no vas a ganar ni un solo seguidor con ellas.

Sí, te acabas de dar cuenta de que llevas mucho tiempo haciéndolo mal, pero para eso hemos venido. Pues acabamos de empezar, así que imagina.

Ya sabes que el algoritmo capta el alcance de tus publicaciones. En todos los formatos. Ahora, **los reels** rondan el 38% de alcance. No aspiremos a más sin pagar publicidad. Por cierto, los reels que se dejan en el feed, tienen menos alcance, así como truco. Son la punta de lanza de cualquier cuenta que quiera crecer sin pagar por publicidad.

"SI A MÁS GENTE QUIERES
LLEGAR, REELS HAS DE
PUBLICAR, JOVEN PADAWAN".



A más seguidores tengas, menos alcance tendrás, sobre todo las cuentas con miles de seguidores, sobre todo a partir de 10.000. Hemos hecho nuestros cálculos y esta gente ha recortado a la mitad el alcance del 2023 al 24. Todo por la pasta.

Las imágenes sueltas son el segundo formato más usado en Instagram. Tienen muchos usos y todos relacionados con el embudo de ventas.



Si lo que se pretende es retener a la gente en tu cuenta más tiempo y que reaccione, entonces hay que usar **los carruseles**, a ser posible combinando imagen y vídeo en el mismo carrusel, y metiendo un poco de misterio al asunto, creando curiosidad, para que la gente pase el dedo de una imagen a otra.

Seguramente, como todo el mundo, crees que publicando mucho, el algoritmo te premia y tendrás más seguidores. Pues no. Esfuerzo tirado a la basura. De hecho, nunca lo hemos hecho para nuestros clientes ni lo haremos. Tampoco vamos a contar aquí cuánto hay que publicar, porque cada caso es distinto, pero toma nota de lo que te acabamos de decir.

Cantidad no equivale a más seguidores. Mejor analizar lo que quiere la audiencia antes de publicar y que sea de su interés.

Lo que sí es cierto es que el algoritmo te toma en serio en cuanto pasas de 500 seguidores y parece que intenta echar un cable a las cuentas pequeñas desde su último cambio (hasta 2000 seguidores). A más grande la cuenta, más sabe que te tiene que sacar dinero.

Instagram no es como otras redes sociales. La gente la mira sobre todo a partir de ciertas horas, como tú. Lo mismo pasa con los **días de publicación**, aunque es algo que estudiamos para cada caso en particular, tenemos nuestro propio sistema para decidirlo. Venga, una pista. Los jueves son mal día.



Así como **consejos a tener en cuenta**, pese a que a muchos clientes no les gusta, a los reels hay que ponerles una portada y, a ser posible, publicarlo en el feed de reels y en el principal. Tienen que estar ahí cuando la gente llegue a tu cuenta. Claro, todo dentro de un orden. ¿Tienes ordenados tus contenidos? ¿Planificados quizá? Vaya, tampoco.

Al amigo **algoritmo** le gustan los vídeos cortos y lo que se cuenta en ellos, más que las buenas ediciones. Y le encanta que se compartan, sobre todo por mensaje directo. Es lo que más le pone.



Respecto a las historias, puedes usar imágenes con texto, **sí**, quizá hasta con una foto tuya. Lo importante es que cada una tenga un ángulo distinto del producto de la persona y cuenten algo. Es mejor poner varias sobre lo mismo, que contarlos todo en una. Siempre que se haga como te he dicho. Así parece que estas viendo cosas distintas inconscientemente. Hay que tomarse un poquito más de tiempo, pero funciona.

Una frase para que pienses sobre los carruseles. Más bien una pregunta: **¿te has dado cuenta de que Insta te muestra la segunda imagen de los mismos si pasas de la primera?** Pues eso es para que espabiles y lo aproveches cuando pienses en su contenido, y no te olvides de que la última imagen tiene que servir para pedirle algo a la gente.

En conclusión. Nadie llega a todas las personas que lo siguen cuando publica en Instagram. Ahora bien, hay que ser claros: en tu cuenta la gente tiene que encontrar el contenido que les gusta de ti. Pero si la gente no ve lo que publicas, hay varias razones por las que eso puede suceder:

1. Puede que la mitad de tus seguidores ni siquiera abrieran Instagram ese día.
2. Los que lo abrieron, puede que no vieran tu publicación porque Instagram no se la mostró.
3. De los que sí lo abrieron, puede que algunos no pasaran mucho tiempo en Instagram y no hayan llegado hasta tu publicación en el feed o en las historias.
4. Puede que sí bichearan por tu cuenta y que estén interesados en tu contenido, pero no lo tienes ordenado.
5. Puede que tu contenido haya sido retirado por alguna medida de seguridad de Instagram, así que puedes verificarlo yendo a tu perfil, configuraciones, estado de la cuenta y buscando cualquier advertencia.
6. Tal vez ya no están tan interesados en tu contenido como lo estaban antes.
7. Esto no significa que tu contenido sea malo, estoy seguro de que no lo es, pero los intereses de las personas cambian con el tiempo y la manera de presentar el contenido también.

Entonces, ¿qué puedes hacer? Bueno, lo número uno es experimentar y **buscar patrones**.

¿Qué tipo de contenido que publicas tiende a funcionar mejor? Duplicar esos patrones puede ayudarte a mejorar.

Ya sabes dónde tienes al mejor equipo de socia media del país. Es lo que hay.

