

INSTAGRAM PARA EMPRESAS

60 Horas

Objetivos:

- Aprender a usar instagram desde cero, hasta conseguir sacarle todo el partido para ayudarte a impulsar el negocio que tengas o en el que estés trabajando y conseguir llegar a más personas.
- Profundizar en el aspecto de nuestras cuentas: qué impresiones causan, qué comunican al espectador, qué le hacen sentir, pensar y hacer.

Contenidos:

1. TRABAJANDO CON LA CUENTA

- ¿Qué es instagram?
- ¿Cómo plantearse objetivos?
- ¿Cómo medir el éxito?
- Qué nombre elegir.
- Tu imagen de perfil ¿logo o fotografía?
- Tu Biografía
- Protege tu cuenta.
- Tipos de cuentas

2. EL ESTILO DE LA CUENTA

- Colores / Texturas
- Tipo de imágenes. Fotos pensadas para Instagram.

- Piensa como un editor de revista
- Crea un tablón de ideas
- Texto en imágenes. Citas
- Texto escrito. Pies de foto.

3. ORGANÍZATE DE FORMA PRODUCTIVA

- Calendario de contenido.
- Cómo crear contenido en lote.

4. CÓMO SACAR FOTOS/VÍDEOS PARA INSTAGRAM

- Cómo sacar fotos con el teléfono móvil
- ¿Tienes una cámara de fotos? Cómo sacarle todo el partido.
- Cómo hacer vídeos con tu móvil para Instagram.
- Fotografía de producto.
- Fotografía lifestyle.
- Aplicaciones útiles para instagram
- Nociones básicas de edición

5. CRECER EN INSTAGRAM

- ¿Cómo funciona el algoritmo en Instagram?
- Marketing para instagram. Hashtags
- Otras maneras de posicionarte.
- El marketing no tiene por qué ser difícil.
- Ejercicios para darse a conocer.
- ¿A qué hora publicar?
- ¿Qué hacer con tus seguidores?
- Aprende a leer las estadísticas.
- Publicaciones de pago.
- Cómo ofrecer sorteos.
- Se constante.
- Pérdida de seguidores.
- Tácticas populares que hay que evitar.

6. INSTAGRAM STORIES

- ¿Por qué usar los Stories?
- Los Stories, los stickers y los lives.
- Ideas para usar las historias.

7. REELS

- IGTV. ¿Por qué ya no existe y en qué enfocarse en su lugar?
- ¿Qué es un reel?
- ¿Dónde aparecen?
- ¿Para qué sirven?
- Reto 15 reels en 30 días.

8. LAS GUÍAS DE INSTAGRAM

- ¿Qué son?
- ¿Para qué y cómo usarlas?