

## Dale "swipe up" a tu estrategia en Instagram: *another* te muestra los cambios para evolucionar tu marketing digital

- Instagram es la sexta red social más visitada del mundo, y entender su evolución podrá ayudar a posicionar tu marca rápidamente.

**Bogotá D.C. 8 de noviembre de 2022.-** La sexta red social más utilizada del mundo puede ser domada para facilitar el engagement entre las marcas y los usuarios, así lo confirmaron expertos de *another* durante el webinar titulado "[5 grandes cambios de Instagram que modificarán tu estrategia](#)".

*another*, el grupo independiente de comunicación estratégica con la oferta más grande en servicios en el mercado latinoamericano y con presencia en 21 países, presentó un webinar para explicar los cinco grandes cambios que ha presentado la red social **Instagram (IG)**, profundizando en cómo aprovecharlos y aplicarlos en tu estrategia de marketing digital.

"Hoy Instagram involucra muchas cosas, y se está convirtiendo en parte de la vida de los usuarios y para las marcas", dijo **Pilar Burgos, Social Media Creative Director** de *another* durante el webinar, tras explicar que dicha app no solo es una red social, también es una plataforma de venta en e-commerce que se fusiona con su base de entretenimiento para los usuarios que diariamente acuden a ella.

### Los inicios y cambios de Instagram

Instagram, la aplicación y red social de origen estadounidense – que fue comprada por Meta con alrededor de [mil millones de dólares en abril del 2012](#) – dejó de ser una plataforma que compartía solo fotografías para transformarse en un **aliado de marcas** locales e internacionales. Sin embargo, en los últimos años ha pasado por cambios significativos que expertos de *another* compartieron al público con el objetivo de entender su evolución.

Creada el 6 de octubre del 2010 por **Kevin Systrom** y **Mike Grieger**, la interfaz apenas se limitaba a compartir una sola fotografía donde los usuarios podían seleccionar algunos filtros, presumir su estilo de vida y obtener algunos likes, pero fue en 2012 que Facebook, la compañía fundada por **Mark Zuckerberg**, adquirió Instagram por una jugosa suma de dinero e iniciaron sus mejoras, entre ellas, **publicar videos, la venta de publicaciones a través de Promoted Ads hasta llegar a priorizar el popular formato de reels** que tanto nos mantienen pegados a la pantalla del celular.

Según [datos oficiales](#), la red social rosada cuenta con más de 1.386 millones de usuarios a nivel mundial, es el sexto sitio web más visitado del mundo y recopila más de 250 millones de usuarios activos que utilizan diariamente *Instagram Stories*.

"Hoy en día las fotos e imágenes no tendrán el mismo impacto o alcance que un video, reel o story", aseveró Pilar Burgos, Social Media Creative Director de *another*, al señalar que la aplicación dejó en el pasado su algoritmo a favor de las fotografías y ahora su modelo de negocio se encuentra enfocado en los videos.

### 5 cambios de IG que modificarán la estrategia

Durante el webinar, *another* presentó cinco grandes cambios en Instagram que se deben tener en cuenta si se quiere domar el algoritmo a su favor, y así aprovechar los beneficios para una marca:

- **Mobile First:** la manera de interactuar con Instagram favorece a los celulares. Por lo tanto, los formatos de video son de suma importancia. Procura grabar en vertical, crear contenidos inmersivos y stories de entre 15 hasta un máximo de 60 segundos.
- **Seguridad y fidelidad:** las marcas que tengan e-commerce se pueden acercar con mayor seguridad debido a que la red social cuenta con un nuevo método de “suscripciones” para facilitar las alianzas entre creadores y seguidores, además que se encuentra trabajando en el desarrollo de más candados en la mensajería por cifrado de extremo a extremo, como ocurre en WhatsApp.
- **E-comm friendly:** ahora todos los comercios tienen acceso al botón de “*swipe up*”, cuando en el pasado solo las cuentas con más de 10 mil seguidores podían hacerlo. Otras de las mejoras son las compras desde los chats de instagram sin necesidad de salir hacia otra página. Los usuarios ahora pueden preguntar directamente los precios a los pequeños negocios, hacer preguntas y hasta dar seguimiento de sus pedidos.
- **Contenido recomendado:** la app intentará que el usuario se quede lo máximo posible. El *feed* se convirtió en el corazón de la plataforma. Así que, cuando se termina de ver las nuevas publicaciones de las cuentas que se siguen, comenzará una recopilación de contenido que podría ser interesante. Esta fórmula busca que el usuario se quede más tiempo frente al móvil.
- **Monetización = priorización:** ahora IG va a premiar a los creadores durante sus transmisiones en vivo con “insignias”, las cuales van a competir con Super Chats de YouTube o los Bits de Twitch. Estos ingresos serán enviados directamente al creador y a nadie más. Así los creadores de contenido y sus seguidores podrán estar más conectados, y ambos recibirán beneficios. El valor de [monetización](#) de estas puede variar de entre 0.99 hasta 4.99 dólares.

## 5 consejos para darle *share* a una estrategia

Burgos compartió los cinco consejos infalibles que necesita una estrategia de marketing para llevar la cuenta al siguiente nivel:

1. **Crear contenidos relevantes y atractivos** pensados en los intereses de tu audiencia.
2. Aprovechar la sección de “tienda” de la app para **venta directa** y aumentar el tráfico del sitio de e-commerce.
3. **Priorizar el formato de video** para aumentar tanto de seguidores como el engagement con la audiencia.
4. Impulsar la **creación de comunidades** fieles a la marca.
5. Negociar con **influencers** o con algunos **Key Opinion Leader** (líderes de opinión) debido a que los usuarios confían en sus recomendaciones. Esto enfocado a un anuncio o publicidad de la marca será un buen impulso para la estrategia de marketing digital.

Finalmente, Pilar Burgos subrayó el interés de los usuarios en consumir videos que sean atractivos, y que Instagram ha tenido una alza de interacción en los últimos seis meses, lo cual podría ser de gran ayuda para las marcas y negocios que buscan mejorar su proyección en redes sociales.

Contacto para prensa

Iván Mora Rincón

ivan.mora@another.co

+57 [316-3362173](tel:316-3362173)