

ENTIENDE LOS RESULTADOS DEL BOTÓN "PROMOCIONAR" DE INSTAGRAM



María Largo
www.marialargo.com

¿Recuerdas esa sensación de cuando eras peque, tus padres te decían que no hicieras algo y aun así lo hacías?

Pues algo parecido pasa con el botón "Promocionar" de Instagram. Todo el mundo sabe que no hay que usarlo, pero antes o después casi todos caemos en la tentación.

Así que voy a hacer un poco de *madre* y, después del típico "te lo dije", voy a explicarte lo que ha pasado con la publicación que has promocionado para que entiendas qué dicen todos esos números que te han salido.

¿Me acompañas?



¡HOLA!

Estoy muy contenta de que estés aquí y hayas decidido descargarte este Ebook. Lo he preparado con mucho cariño y espero que te sirva y te aporte un poquito de luz ☑

Como seguramente sepas, soy especialista en Facebook e Instagram Ads y sé de primera mano la complejidad de crear una campaña publicitaria que funcione y consiga resultados.

Por eso voy a centrarme en explicarte de una manera fácil y entendible lo que significan los resultados de la campaña que has hecho usando el botón "promocionar" de Instagram.

¡Vamos al lío!

Antes de nada, me gustaría ponerte en contexto y responder un par de preguntas sobre el botón "promocionar", que a partir de ahora llamaremos... *e l b o t ó n*

¿Qué es este botón y para qué sirve?

Facebook introdujo *e l b o t ó n* en sus Redes Sociales (Facebook e Instagram) para permitir que cualquier persona pudiera publicitarse en estas plataformas sin necesidad de saber nada de publicidad ni del administrador de anuncios (que es la herramienta con la que realmente se crean las campañas publicitarias en Facebook e Instagram).

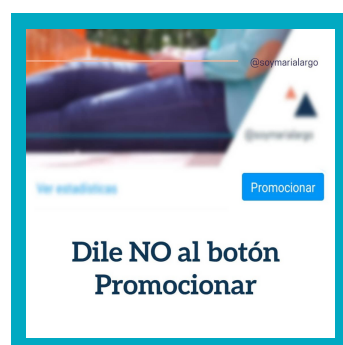
¿Por qué es tan popular?

Desde mi punto de vista, hay 3 motivos principales por los que hacemos clic:

1. Es lo que esta plataforma te ofrecen constantemente para aumentar la visibilidad de tu contenido (al igual que lo hace Facebook).
2. Es una manera muy sencilla de crear un anuncio, ya que solo con un par de pasos y ningún conocimiento técnico tienes la publicidad activa.
3. Se desconoce cómo hacer una campaña publicitaria de otra forma o se piensa que usar el Administrador de Anuncios es muy complicado.

Pero... ¿cuáles son sus inconvenientes?

Pues precisamente lo que se consideran sus "virtudes" son a la vez sus inconvenientes. En este post te doy más detalles, por si quieres pasarte luego.



Y una vez dicho esto, vamos a empezar por el principio 😊.

Como sabes, cuando creas tu campaña con *e / b o t ó n* tienes 3 objetivos para elegir:

- Más visitas al perfil
- Más visitas en el sitio web
- Más mensajes

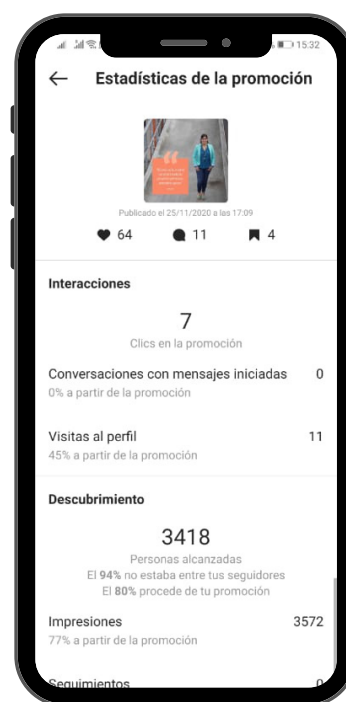
Las estadísticas de todas las publicaciones tienen el mismo formato, las mismas secciones de las que te hablaré a continuación. Pero dependiendo del objetivo que hayas elegido, Instagram te mostrará los datos de la sección **Interacciones** con alguna pequeña diferencia como ves en las fotos, aunque en realidad son los mismos datos (salvo las conversaciones con mensajes).



Más visitas al perfil



Más visitas en el
sitio web



Más mensajes

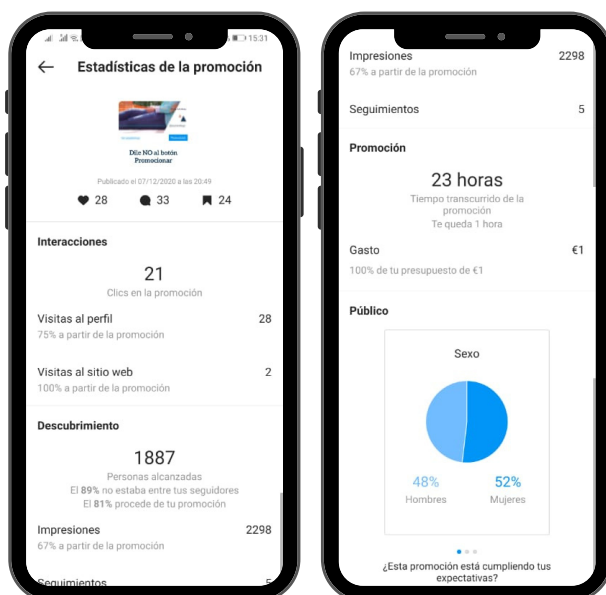
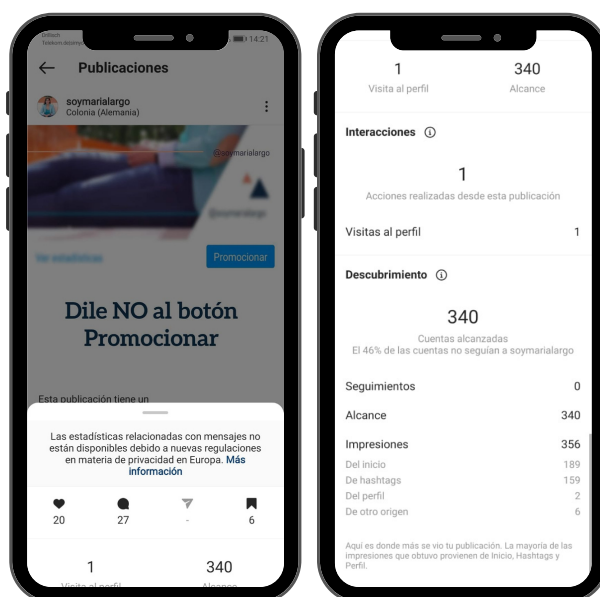


Antes de nada ten en cuenta que los datos que ves en las estadísticas de la promoción te muestran TODOS los datos de la publicación. Es decir, tanto lo que has obtenido de manera orgánica como lo que has obtenido gracias a la inversión que has hecho con *e l b o t ó n*.

Otra cosa importante es que una vez que inviertes y publicitas una publicación de tu feed, la forma de mostrar las estadísticas de esta publicación se modifica y dejas de poder ver, por ejemplo, las veces que alguien ha reenviado tu publicación o las impresiones que obtuviste gracias a los hashtags.

Por eso yo te aconsejo que hagas una captura de pantalla del estado inicial de la publicación si quieres seguir manteniendo estos datos.

Vista normal de las estadísticas de una publicación antes de promocionarla

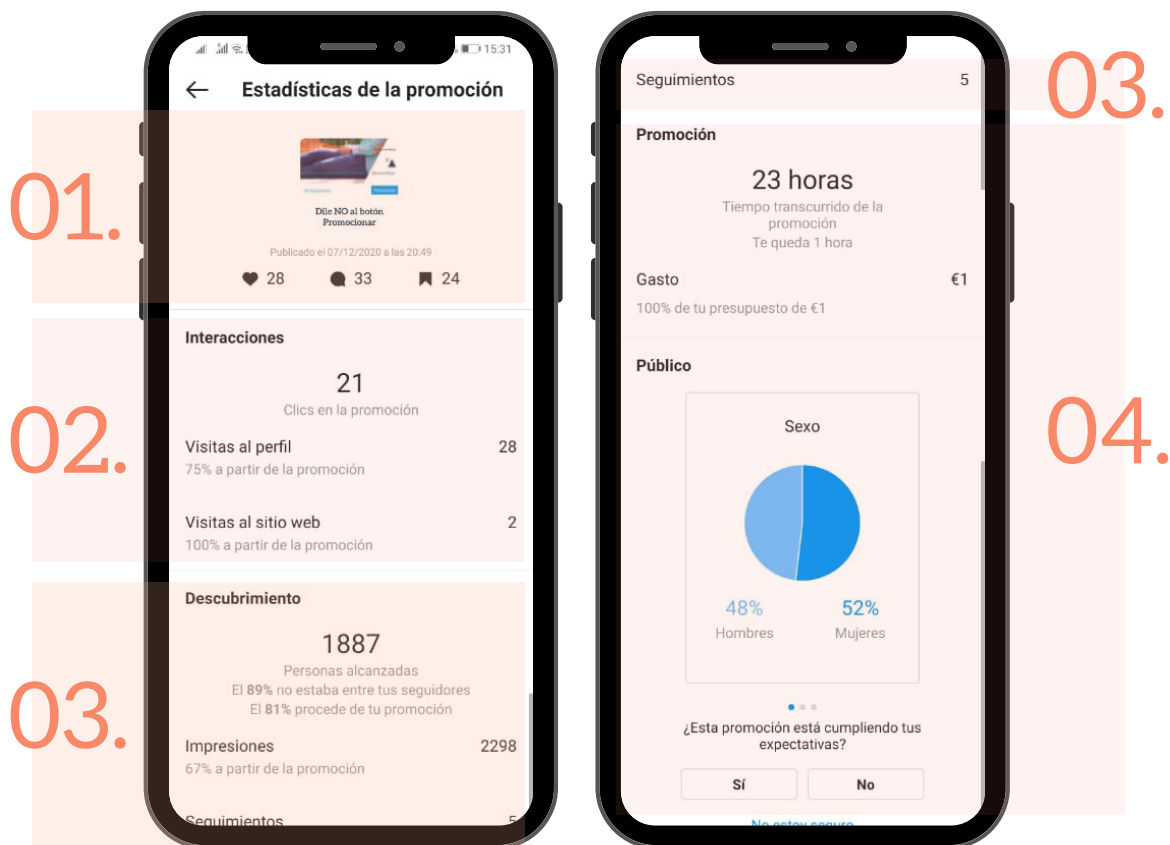


Vista de una publicación después de usar el botón promocionar.



Estas son las secciones que encontramos dentro de una publicación promocionada con el botón de Instagram:

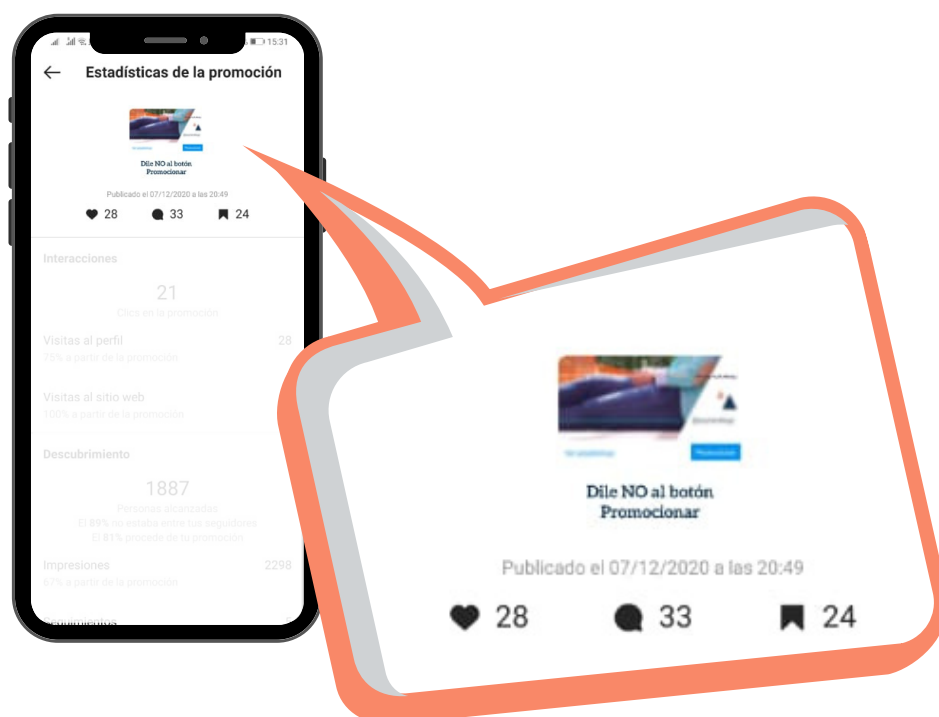
- 01. Resumen gráfico
- 02. Interacciones
- 03. Descubrimiento
- 04. Datos de la promoción



Así que... ¡vamos con ello!



01. Resumen gráfico



Esta primera sección te dice cuándo se publicó y cuáles han sido las reacciones de los usuarios a tu publicación hasta el momento.

- ♥ **Nº de likes:** personas a las que les ha gustado la publicación
- 💬 **Comentarios:** gente que ha comentado
- 🔖 **Veces que se ha guardado la publicación:** número de veces que alguien ha guardado la publicación.



02. Interacciones



Las **interacciones** son el número de veces que una persona ha interactuado con tu publicación.

Dependiendo del objetivo que hayas elegido al crear tu promoción, verás varios de estos datos:

- ▲ **Visitas al perfil:** veces totales (orgánicas + de pago) que una persona ha visto tu perfil y valor en porcentaje.

En el ejemplo de arriba, de 28 veces que se visitó nuestro perfil a partir de este post, 21 fueron gracias a la promoción (o lo que es lo mismo un 75% del total). Por lo tanto, 7 visitas fueron de manera orgánica.

- ▲ **Visitas al sitio web:** veces totales (orgánicas + de pago) que alguien fue a tu sitio web a partir de este post.

En el ejemplo de arriba, solo hubo 2 visitas a la web que fueron gracias a la promoción de la publicación, por eso el 100% de las visitas al sitio web son a partir de la promoción.

- ▲ **Conversaciones con mensajes iniciadas:** número de veces (en número y en porcentaje) que alguna persona te envió un mensaje después de ver tu anuncio.



03. Descubrimiento



En la sección de **descubrimiento** verás el número de personas a las que se les ha mostrado tu publicación (personas alcanzadas) y como en las métricas anteriores, Instagram también te proporciona ese valor en porcentaje comparando las personas alcanzadas de manera orgánica o gracias a la promoción.

En este caso puedes ver también otro porcentaje que te indica cuántas de esas personas no te conocían hasta ahora (no estaban entre tus seguidores).

▲ **Impresiones:** Es el número de veces que se ha mostrado el post gracias tanto al alcance orgánico como a la publicidad de pago. Este dato también se muestra en porcentaje.

¡Cuidado! El número de veces que se ha mostrado una publicación no tiene por qué coincidir con el número de personas a las que se les ha mostrado, ya que Instagram puede haber enseñado tu post varias veces a una misma persona.

▲ **Seguimientos:** Los seguimientos son el número de personas totales que han empezado a seguirte gracias a la publicación, es decir que en este caso las estadísticas no te muestran cuántos seguidores has ganado con la promoción.



04. Promoción



Por último, Instagram te muestra otros datos acerca de la **promoción** que has hecho o que está en curso.

Lo primero que ves es el tiempo que ha pasado desde que hiciste la promoción y, si todavía no ha terminado, el tiempo que falta para que termine*.

*Estos datos son orientativos y a veces no cuadran, por ejemplo en mi caso donde la promoción ya había terminado.

▲ **Gasto:** Aquí ves el dinero que has invertido en la promoción hasta ese momento. Si la promoción ya ha terminado verás tu inversión y el porcentaje estará al 100% y si todavía está en marcha pues verás lo invertido hasta la fecha y a cuánto equivale eso con respecto al total que le has dicho a Instagram que invierta en esa campaña.

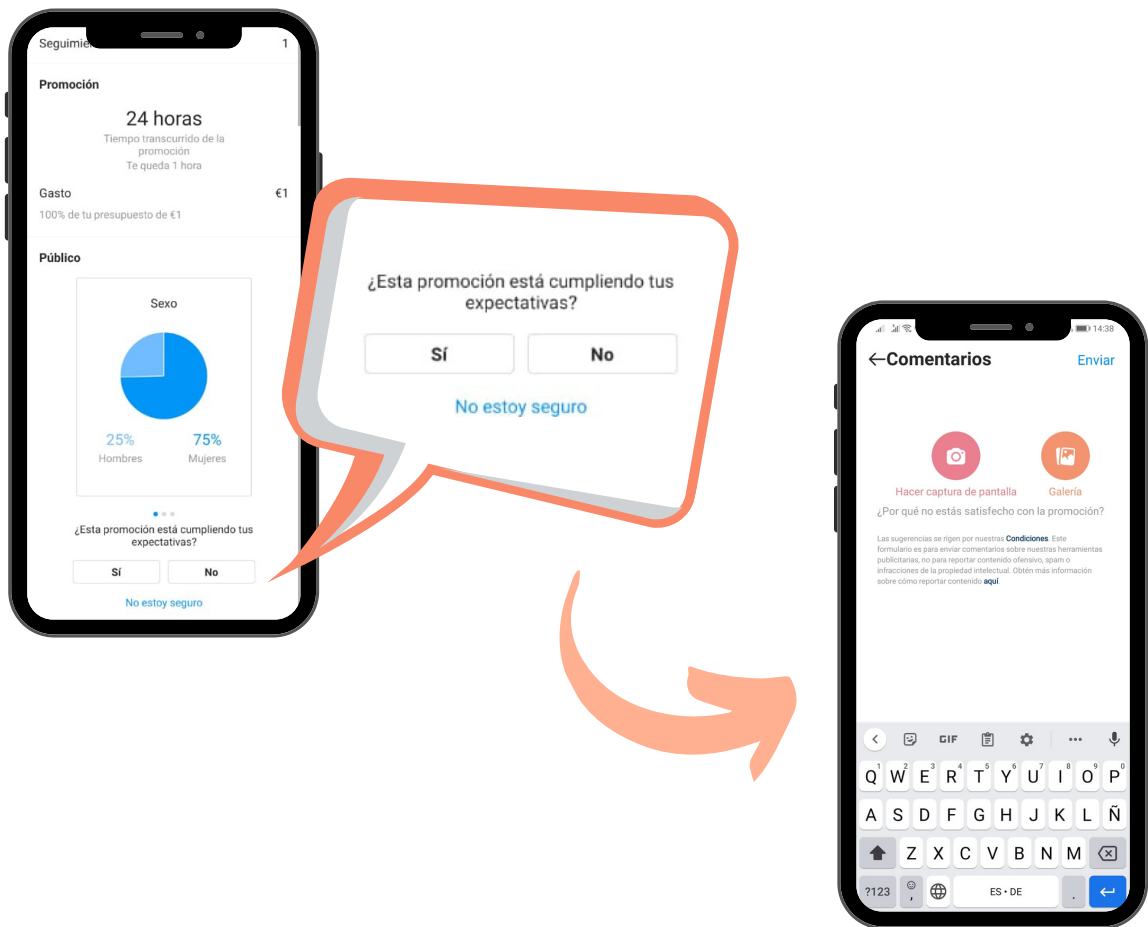
▲ **Público:** Aquí tienes 3 pestañas (3 puntitos) que te dan información acerca del **sexo** del público que ha visto tu publicación, **rango de edad** y **localización** de la mayoría del público.

Por último, verás que Instagram es muy amable y te pregunta si la promoción está cumpliendo (o ha cumplido) tus expectativas. En caso de que respondas "No" o "No estoy seguro" te deja mandar capturas de pantalla y escribir un comentario explicando tu por qué.



04. Promoción

Por último, verás que Instagram es muy amable y te pregunta si la promoción está cumpliendo (o ha cumplido) tus expectativas. En caso de que respondas "No" o "No estoy seguro" te deja mandar capturas de pantalla y escribir un comentario explicando tu por qué.



A partir de aquí no puedo decirte qué pasará con tu comentario, pero te darán las gracias por compartir tu opinión 😊.



Y hasta aquí la explicación de *e l b o t ó n*.

¿Qué te ha parecido? ¿Me lo cuentas?

Me encantará recibir tu feedback para seguir mejorando y ver que mi trabajo te ha ayudado.

Quiero darte mi opinión



¿Ya me sigues en Instagram?



@soymarialargo

www.marialargo.com