

Estructura de un Post Perfecto para Instagram



¿Por qué tener contenido estructurado y persuasivo?

Sabemos que hoy por hoy estamos impactados con millones de contenidos y publicidad todos los días, y diferenciarse es cada día más complicado pero no imposible.

Ya has visto, en anteriores lecciones que debemos saber perfectamente quien es nuestro cliente ideal, a quien nos dirigimos y qué le podemos ofrecer para cubrir sus deseos, necesidades y anhelos.

Por lo que además de crear un contenido apropiado para ellos, debemos saber cómo enfocarlo y que técnicas podemos usar para conseguir atrapar su atención.

Utilizar Copywriting en tus textos para redes sociales y en este caso para instagram te va ayudar mucho a conseguirlo. ¡¡Vamos allá!!

La importancia de el copywriting en tus contenidos

¿Qué es el copywriting?

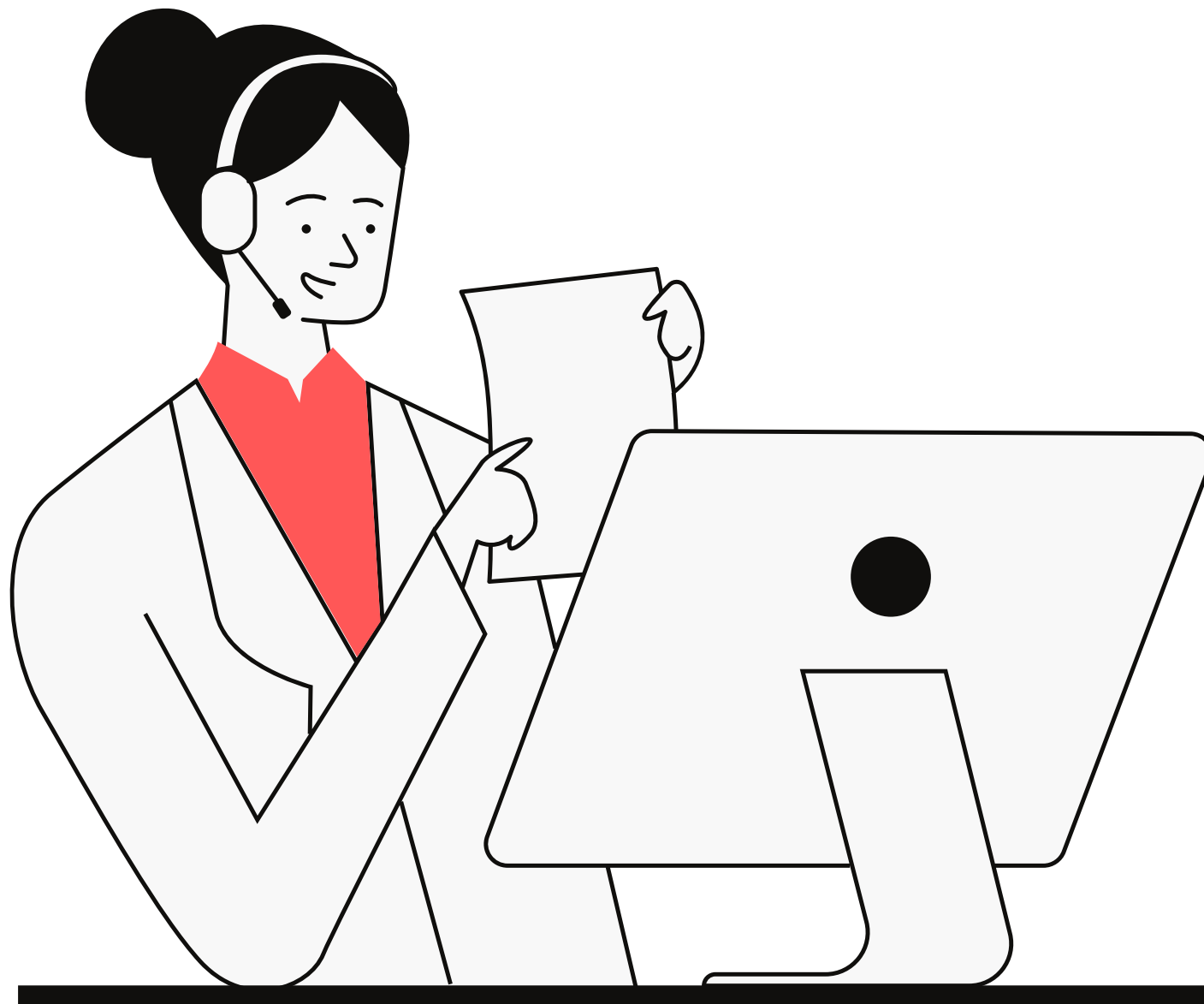
Tus contenidos deben impactar y no solo a través de una fotografía o video, también con tus textos en cada post.

Por eso es recomendable utilizar tecnicas de copywriting para nuestros contenidos en redes sociales.

El texto es una herramienta fundamental para comunicarte con tu audiencia

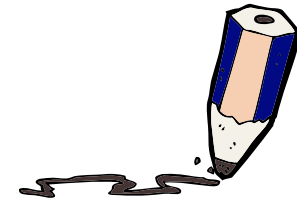
¿Qué es el Copywriting

El Copywriting es el arte de escribir de manera persuasiva para conseguir que tu cliente ideal se sienta identificado y realice una acción ¿Interesante verdad?



Antes de pasar a ver que estructura podemos utilizar y que tipo de publicaciones, debemos saber como aplicamos copywriting a nuestros textos.

Consejos para aplicar en tus textos y que sean efectivos

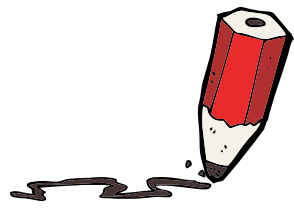


Escribe lo más sencillo posible

Olvida el lenguaje elaborado y las frases largas, ya que de lo contrario puede causar efecto contrario, el lector no entienda lo que escribes o se aburra.

A la hora de comunicar se lo mas claro, conciso y creíble posible.

Esto no significa que el texto deba ser breve, se puede realizar un copy largo, eficaz y bien estructurado. Intenta crear un texto comunicando con el tono de voz, que se comunica tu cliente, por ello es importante conocer al detalle quien es nuestro cliente ideal, que ya hemos visto en anteriores lecciones



- Descubrir
- Conseguir
- Aumentar
- Obtener
- Superar
- Lograr
- Construir
- Asegurar
- Aprender
- Encontrar

- Crear
- Alcanzar
- Resolver
- Demostrar
- Controlar
- Consultar
- Decidir
- Facilitar
- Expresar
- Organizar
- Utilizar

Palabras verbos de acción y palabras poderosas.

Utiliza palabras con fuerza, que inspiren y que consigas que tu lector siga leyendo.

Los términos que te voy a compartir, suman dinamismo al texto, motivan al usuario y ayudan a obtener una respuesta emocional por su parte.

Aquí te dejo algunos ejemplos.

Convierte tu texto en beneficios

Para conseguir impactar emocionalmente con tu lector, debes de crear

textos que resuelvan un problema o consigan un objetivo.

Céntrate en el beneficio de lo que estas hablando, y no en la característica en si.

Para conseguir sacar el beneficio pregúntate al final de cada característica "Para Qué"

Por ejemplo:

Chaqueta de doble forro (para que) para que tu invierno sea lo más cálido posible, y reconfortante, paseos por la montaña sin querer dar vuelta atrás por frio.

Llamadas a la Acción (CTA)



Una vez desarrollado todo el contenido de tu post, es hora de que tu audiencia tome acción. Pero si tu no le dices lo que tiene que hacer o contestar, poco habra servido todo lo anterior.

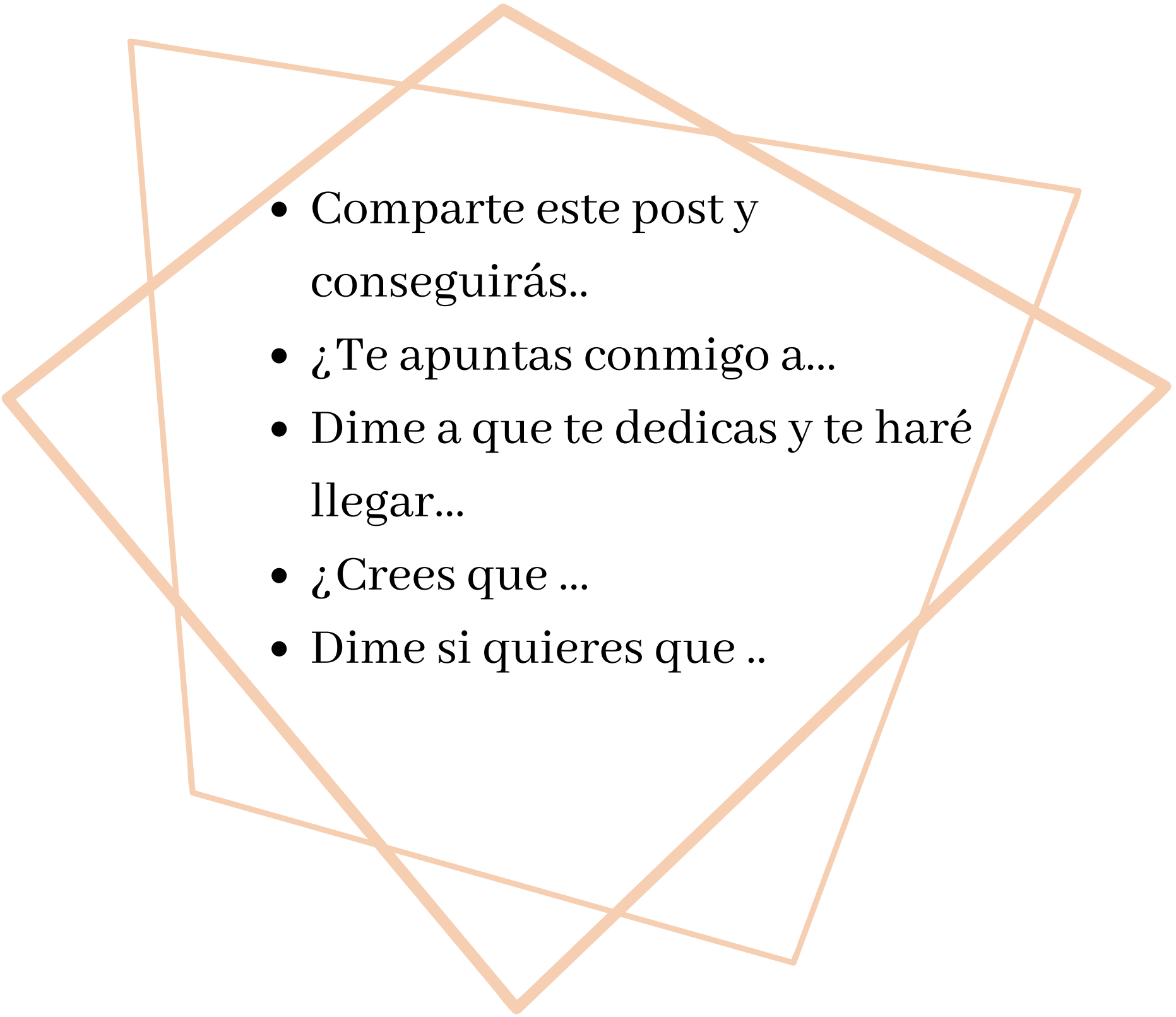
¿Cómo vas a conseguir que tu audiencia tome la acción que tú deseas si no se lo dices directamente?

CTA corresponde a Call to Action, una expresión en inglés que indica una “llamada a la acción”. Su función es invitar al usuario que consume tu contenido a que dé el próximo paso. Este puede ser, desde una simple interacción, hasta realizar una compra.

Vamos a ver que tipos de llamadas a la acción puedes poner en practica en tus post de instagram, es importante que esta llamada a la accion tenga coherencia con todo lo demás.

Llamadas a la Acción (CTA)

- 
- Toca dos veces si...
 - Cuéntame como tu ..
 - Mira nuestras historias para
 - ¿Qué prefieres....
 - ¿Qué haces tú cuando....
 - Si necesitas un consejo di....
 - Haz clic en el enlace para ...
 - Dime si tu también..
 - Dime si eres igual que yo en...
 - ¿Quieres saber más sobre...
 - Dirígete a mi blog para encontrar
- 

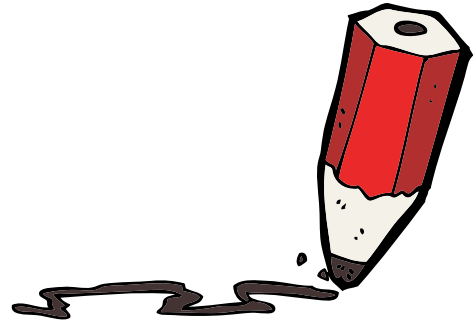
- 
- Comparte este post y conseguirás..
 - ¿Te apuntas conmigo a...
 - Dime a que te dedicas y te haré llegar...
 - ¿Crees que ...
 - Dime si quieres que ..

Ejemplo: ¿Quieres saber más sobre este tema?

Si tu respuesta es SI, te haré llegar más información por mensaje directo

Un poquito más...

Trucos antes de pasar a estructurar tu post.



- Estructura el texto en párrafos cortos para facilitar la lectura y sea más fácil de digerir.
- Utiliza corchetes y emojis para captar la atención, estructurar y hacer enumeraciones
- Escribe como si estuvieses hablando directamente con tu cliente ideal
- La primera línea de tu post es la más potente, utiliza una frase clave, llamativa para que pinchan a ver más.
- Dirígete a tu audiencia siempre en segunda persona del singular, "tu" es la mejor forma de conectar con tu audiencia, y que sienta que le estas hablando directamente a ella.
- Usa mayusculas par destacar las palabras más importantes o persuasivas, pero sin abusar.
- Utiliza alguna metáfora, ayuda a entender mejor el contexto de tu copy.

Mis tres (tipo) publicaciones preferidas que generan Retención

Como ya hemos visto, el algoritmo de instagram, lo que más le gusta es que los usuarios permanezcan el mayor tiempo posible en su plataforma, si tu consigues esto, te ayudara a obtener mayor alcance, ya que detecta que tus contenidos estan siendo de mucho valor y obteniendo relevancia. ¿Con que formatos conseguirlo?



01 Carrusel

Las publicaciones de carrusel te permiten contar una historia con varias imágenes o vídeos: esto da mucho juego para mostrar un proceso, por ejemplo, una receta de cocina paso a paso, mostrar los últimos artículos rebajados de tu marca o utilizar este formato para crear píldoras educativas, que generen interés en tu audiencia. Tienen una gran retención y un porcentaje alto de interacción guardado



02 Video de 60 segundos

Los videos que publicamos en el feed, pueden durar hasta 60 segundos.

Tiempo suficiente para captar la atención de tu audiencia. Intenta captar la atención en los 3 primeros segundos.

El contenido educativo, e inspirador suele tener mejor rendimiento.

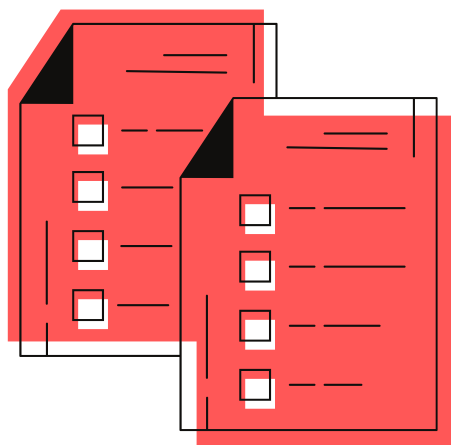
Esta es otra manera de retener al usuario en tu perfil un mayor tiempo, acompañado de un buen copy.

03 Fotografía con frase potente.

Escribe textos largos y de valor acorde con la frase de la imagen, es otra manera que el usuario se mantenga leyendo un buen rato, de ahí importante una buena estructura de tu copy.

Estructura de un Copy EFECTIVO para instagram

En los siguientes pasos te explicare la estructura que utilizo yo y es muy sencilla de poner en práctica



Desarrollo del contenido

ahora es momento de desarrollar lo importante de este contenido, enfocada siempre a las necesidades, curiosidades de tu cliente potencial ideal, que va a conseguir con...

PRIMERA FRASE ENGANCHE

La primera frase es la parte más importante del copy. tiene que captar toda la atención de tu publico ideal.

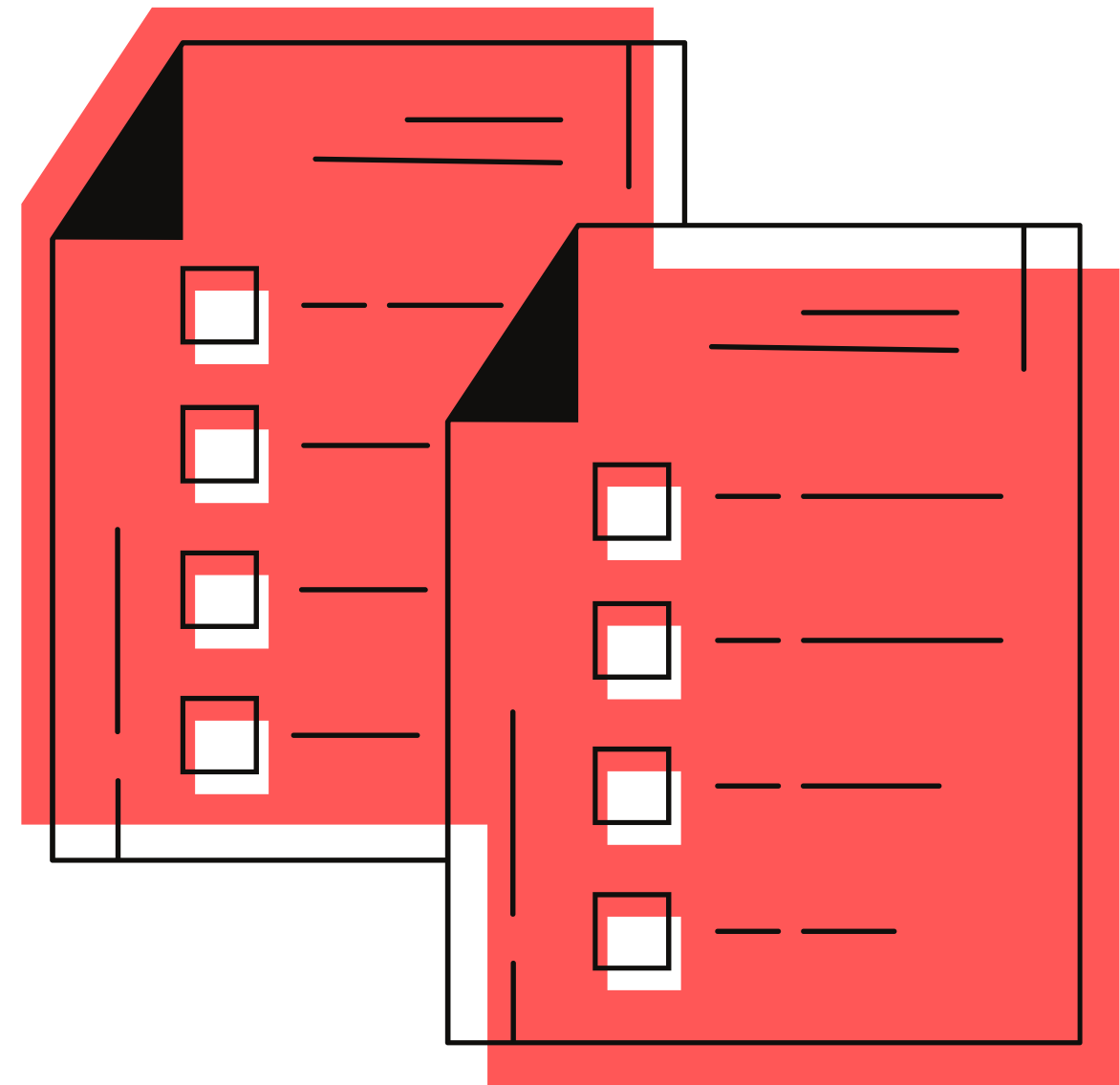
Date cuenta que el resto de texto sale escondido, por lo que hay que lograr que pinche para leer más. Por ejemplo puedes empezar con una pregunta o una contradicción, intriga, interés, para leer más. Siempre acorde a lo que trate tu post.

Empatiza

Una vez captada la atención, es hora de empatizar o explicar que tu estabas en la misma situación o que cuando aprendiste a utilizar x cosa te cambio la forma de ver las cosas.....

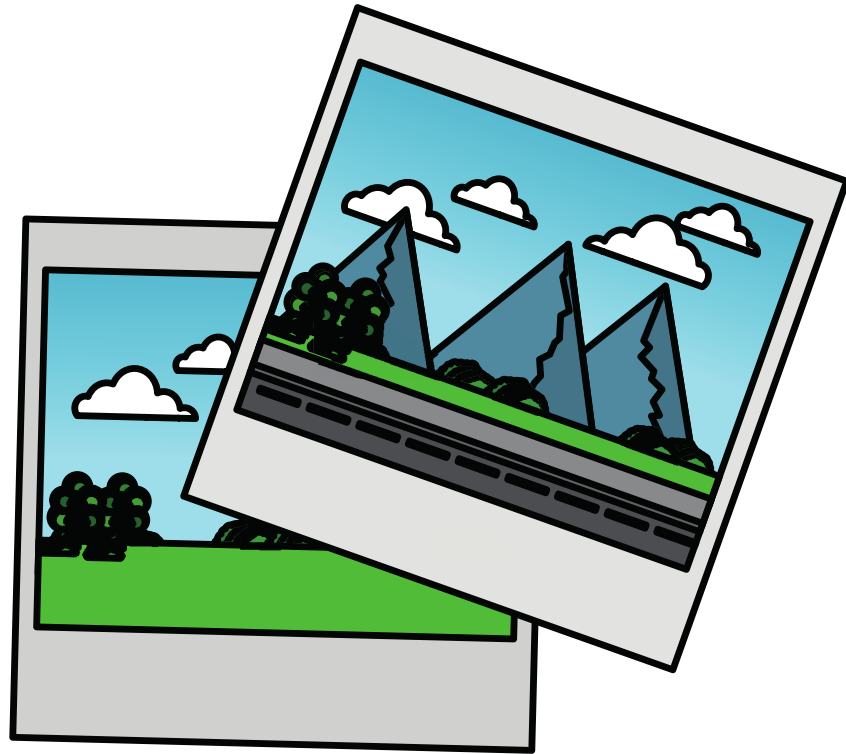
Llamada a la acción

Momento en lanzar una pregunta o una acción que quieres que realice tu seguidor, para generar interacción. Ya hemos visto muchas clases de llamadas a la acción, es momento de aplicarlo en tu texto.



Ejemplo de estructura de un post





¿Te vuelves loco/a, buscando tus hashtags perfectos para tus publicaciones en instagram?

Al final colocas los más populares o los que tu crees que son los mejores, y ¿adivina qué? no tienes resultados y visualizaciones nuevas en tus contenidos. ¿Te sientes identificado/a verdad?

Video, Fotografías o Diseño, sea cual sea tu contenido cuida la imagen y su diseño.


Primera frase de enganche, curiosidad y que despierte interés.

Empatiza con tu cliente ideal, ya lo conoces por lo que te será más fácil.

Primer impacto.


Segundo impacto

Tercer impacto




Para utilizar los Hashtags correctamente, hay que realizar un estudio previo de tu nicho de mercado y sobre los contenidos que vas a postear en Instagram.

Hoy te voy a contar, que ventajas tiene utilizar hashtags adecuados para tus publicaciones de Instagram, y como hacer un estudio para encontrar tus hashtags perfectos.




?¿Te interesa el tema? Si tu respuesta es SI, accede ya mismo al Link de mi bio y encontraras un articulo detallado paso a paso para conseguir utilizar tus hashtags correctos.
Dime ¿sabes si funcionan tus hashtags?
Te leo en comentarios.

Desarrollo del contenido

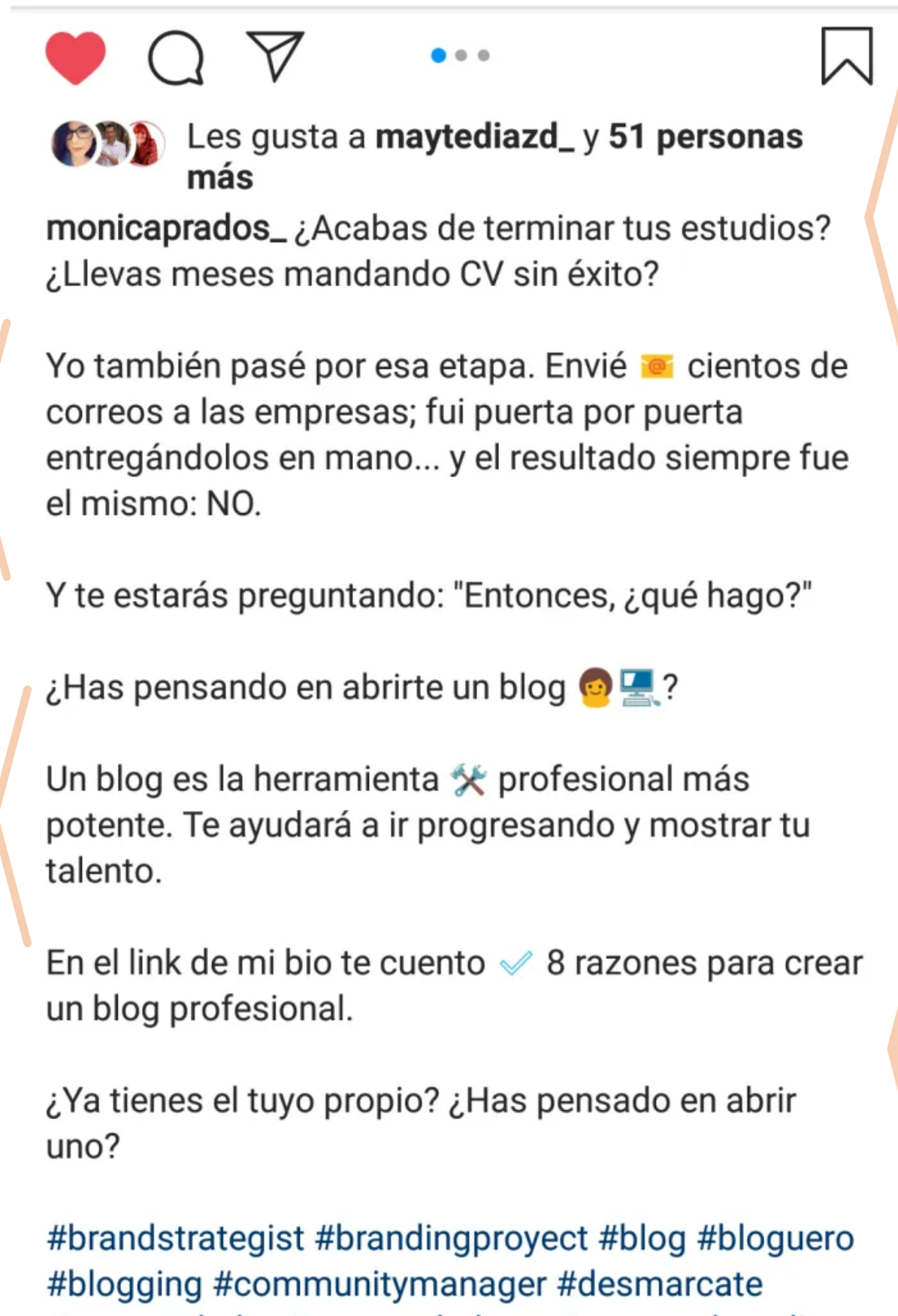


Recuerda colocar párrafos cortos, emojis con sentido e incluye preguntas para dar más dinamismo al texto.

Llamada a la Acción



En este caso me interesa crear más trafico a mi blog, por lo le digo a mi audiencia que vayan a leer el articulo completo, aún así aprovecho para generar interacción

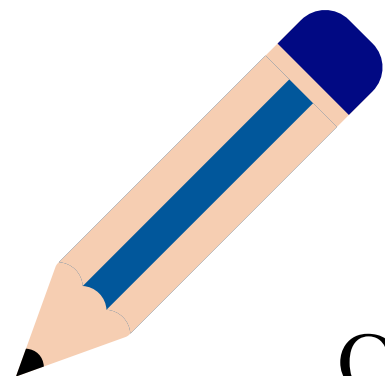


Empatiza con tu cliente ideal

Desarrollo del contenido

Primera frase de enganche, curiosidad y que despierte interés.

Llamada a la Acción



ÚLTIMO consejo pero no menos importante.

Cuando tengas todo el texto escrito, y antes de publicar, leelo en voz alta.

¿Te suena coherente? ¿Te resulta interesante? Ponte en la piel de tu seguidor
¿Crees que le va a llamar la atención? ¿Interactuarías con tu llamada a la acción?

¡¡Ahora te toca a tí!!

Empieza a poner en practica todo lo aprendido.
Descárgate las plantillas y a trabajar, crea tu Copy perfecto.

