



**COMO UTILIZAR EL
ALGORITMO DE INSTAGRAM**

www.cenakinaulaonline.com

¿QUÉ ES EL ALGORITMO DE INSTAGRAM Y CÓMO FUNCIONA?

En el año 2016 se crea el algoritmo de Instagram donde se prioriza el contenido de cada usuario basado en sus preferencias

Las redes sociales son reservadas respecto a sus algoritmos, estos se definen como una serie de pasos ordenados y codificados en un software, que generan interfaces como imágenes, textos, videos, entre otras. En el año 2016 se crea el algoritmo de Instagram donde se prioriza el contenido de cada usuario basado en sus preferencias. Este gran cambio transforma la visibilidad en el inicio de un usuario desde ver todas las publicaciones de sus seguidores a priorizar las que tienen más interacción con su cuenta.

Instagram utiliza A.A.

Instagram ahora funciona a través del aprendizaje automático, digiriendo y procesando tus hábitos de usuario, para crear un feed que es único para ti solo. En última instancia, tiene como objetivo mostrar a cada usuario lo que quiere ver, cuanto más frecuentemente le guste, comente, etiquete o D.M, más a menudo verá su contenido.

El algoritmo utiliza una combinación de factores basados en el tiempo y la relevancia para determinar lo que se visualiza. Como resultado, los feeds no son puramente cronológicos, sino que también son responsables de la probabilidad de que los usuarios estén interesados en ciertos contenidos.

Una de las preguntas más comunes es si el 7% de los seguidores activos de una cuenta ven las publicaciones. En el año 2019 Instagram genera un comunicado en su cuenta de Twitter en la cual menciona que no se ocultan publicaciones sino que se priorizan en posicionamiento con factores que dependen del engagement que tienes con otras cuentas, cuantas personas sigues, cuanto usas instagram, la puntualidad en las publicaciones, entre otras.

Esto quiere decir que el algoritmo disminuye la visibilidad a publicaciones que no son de tu interés, bajándolos de posición.

EL ALGORITMO DE INSTAGRAM EN EMPRESAS

Se necesita interacción de los usuarios para mantener un alto nivel de visibilidad

El algoritmo de las cuentas empresariales sigue manteniendo los mismos estándares que las cuentas no comerciales, se necesita interacción de los usuarios para mantener un alto nivel de visibilidad. Una de las características de las cuentas de empresa, es que es más difícil conseguir interacciones de clientes en comparación con los amigos reales. No hay una comprensión total del funcionamiento del algoritmo de instagram, sin embargo podemos aclarar 2 factores principales que influyen a la hora de mostrar tus publicaciones.

1.- Relevancia de tu cuenta

La relevancia es una característica que relaciona los perfiles de cuenta y las publicaciones con los que los usuarios interactúan más. Esta acción envía una activación al algoritmo y posiciona algunas cuentas u otras. Para aumentar la relevancia, las cuentas deben centrarse en compartir los tipos de contenido que son importantes para su público. Esto requiere una mirada honesta a lo que se ha compartido en el pasado, así como una mente abierta para probar cosas nuevas, nuevos enfoques.

2.- Engagement de la cuenta

Es una característica de las interacciones de los usuarios con las cuentas. Tenemos las visualizaciones de vídeos y stories, likes, DM's (mensaje internos), contenido compartido, comentarios, imágenes guardadas, entre otras.

Uno de los aspectos más incomprendido del algoritmo es cómo Instagram elige lo que la gente ve. Las marcas creen que Instagram está ocultando sus publicaciones sin ayuda, pero lo que realmente les cuesta llegar a un acuerdo es el hecho de que su contenido simplemente no es lo suficientemente atractivo.



ACTIVACIÓN DE LA CUENTA

Para tener la mayor visibilidad de nuestras publicaciones es importante conseguir el mayor engagement posible por parte de nuestros seguidores. La estrategia principal es entender el comportamiento de los usuarios cuando interactúan con las cuentas. Entre los factores claves de esta interacción se pueden mencionar los siguientes:

1.- TIMING

Existe un factor importante llamado "timing" e introducida como factor relevante desde marzo de 2018 para asegurar que los nuevos posts tengan más probabilidades de aparecer primero en el feed. Esto significa que es importante conocer los mejores momentos para publicar en los medios sociales. De esta forma tus contenidos estarán más tiempo y con mayor visibilidad en la parte superior de los timelines de tus seguidores, al publicar con un timing específico y estudiado para tu público.

Los 15 minutos

Una de las características importantes son los primeros 15 minutos luego de la publicación en donde nuestras interacciones, respuestas, entre otras acciones contará como engagement y podrá subir de posición en el inicio de mis seguidores. Muy importante que luego de la publicación no es recomendable editar luego de publicar, no significa que dejaremos de tener vinculación sino que penalizará nuestra publicación y bajaremos de ranking.

Las mejores horas de publicación varían según el negocio y tu comunidad de seguidores, siendo la mejor regla empírica publicar a varias horas programadas por día utilizando contenido de calidad que se adapte a su audiencia específica y utilizando perspectivas, una librería universitaria, por ejemplo, seguramente tendrá una audiencia con horas punta diferentes a un centro quiropráctico.

2.- Compartir contenido

Cuando los usuarios comparten su contenido, en el fondo le están diciendo al algoritmo de Instagram que están interesados en su marca. Y cuando el algoritmo sabe que alguien está interesado en su marca, le mostrará más de su contenido, lo que le da más oportunidades de compartir.



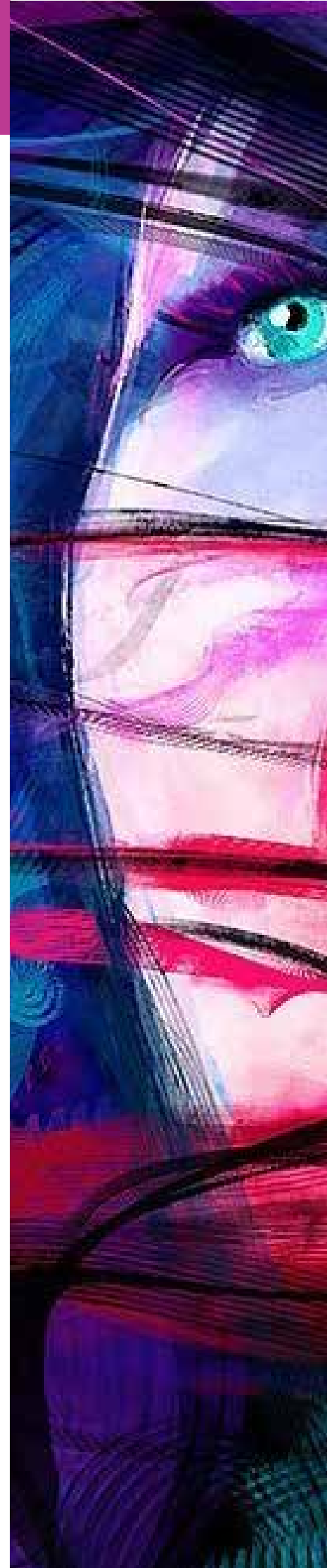
3.- Conseguir seguidores

Este factor es importante para obtener comentarios y likes, son señales que el algoritmo de Instagram percibe, antes de ponersu contenidoenfrente demásgente.

4.- Usar hashtags

El uso de este recurso ayudará a la gente a conectarte con tu contenido y dirige el contenido a seguidores que no están en tu perfil. El algoritmo de Instagram funciona de tal manera que tus imágenes tienen que ser de alta calidad, comprometidas y completamente relevantes para el hashtag que estás usando para que tengas la oportunidad de ser visto.

Esto es especialmente cierto para los hashtags con más de 50.000 mensajes en ellos. Lo mejor que puedes hacer, evitar el ' shadowban ' (bloqueo de publicación) es asegurarte de que solo uses los hashtags más relevantes a la imagen que estás publicando y que evites las masivamente sobresaturadas. Elige hashtags que tengan entre 10000 y 500.000 publicaciones para tener una mejor oportunidad de ser vistos.





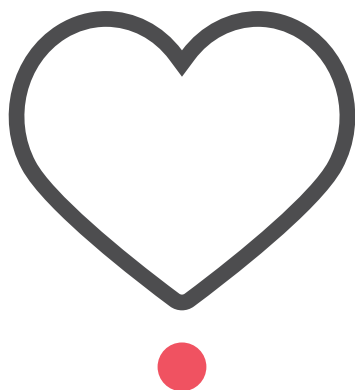
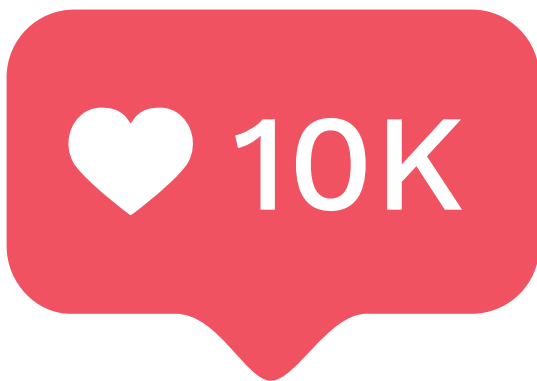
5.- Comentarios: Uno de los recursos importantes en la activación del algoritmo es el uso de comentarios. Las publicaciones que tienen más respuesta a sus contenidos mejora el puntaje y fortalece el algoritmo.

6.- Likes: Influyen en el posicionamiento de cuentas pero no es la principal factor de posicionamiento.

7.- Formato de video en tus publicaciones: Los vídeos tiene un comportamiento similar a las imágenes, sin embargo estos tienen la característica que captan la atención de los usuarios al hacer scroll, como una forma de retenerlos y que pasen más tiempo viendo tus publicaciones.

8.- IGTV y el live instagram: estos formatos generan más puntaje ya que se anima a las marcas a crear contenido audiovisual y competir con la televisión y streaming.

9.- El historial de conexión entre usuarios: Instagram va guardando una especie de listado donde tiene en cuenta las acciones y los tiempos de dedicación de cada usuario hacia otro. Generando así un orden de prioridad e interés que tiene un usuario hacia otro y mostrándole sus publicaciones por encima de las otras.



10.- Influencers: muchas marcas en Instagram no saben que su alcance desde su página está limitado. Dicho esto, la mejor manera de hacer crecer una cuenta de Instagram es colaborando con

Influencers. Al colaborar con personas influyentes que tienen un alto nivel de seguimiento, un negocio permite que su producto/servicio reciba más exposición que lo que recibiría de su propia página. Como resultado, la página de Instagram de la empresa crecerá, y recibirán más tráfico a su sitio Web.

CONTACTOS



+ 56 9 48567157



WWW.CENAKINAULAONLINE.COM



CENAKINEMPRESARIOS@GMAIL.COM

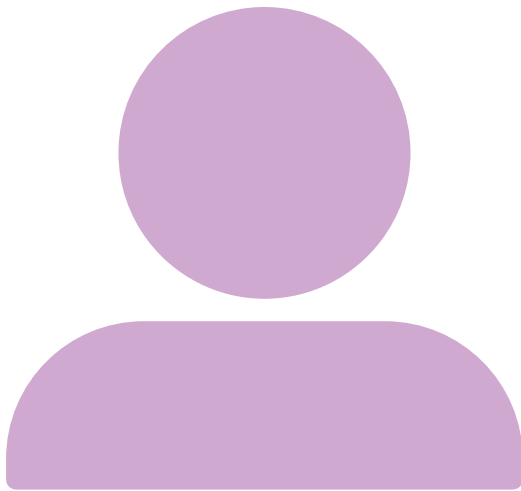


@CENAKINDIGITAL



@CENAKIN_DIGITAL

ACREDITACIÓN



11.- Stories de Instagram: Las stories fueron una de las grandes novedades de Instagram y tienen un gran poder a la hora de generar engagement, incluso afectan a la visibilidad de tu inicio o feed. En el caso del feed el algoritmo de Instagram determina qué historias se muestran

a unos usuarios y con qué prioridad. Si una cuenta ve las stories de un influencer todos los días, la cuenta tendrá como prioridad sus publicaciones. En este caso podemos inferir (suponer) que este algoritmo de las stories de Instagram podría tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Likes.
- Búsqueda de stories en cuentas.
- Duración de la visualización de cada Story.
- Número de visualizaciones de cada Story.
- Volumen de mensajes generados a raíz de la Story.

En este caso las Stories que menos gustan son las que menos segundos se visualizan y por ese motivo desciende su número de visualizaciones. Partiendo de esa base, podemos entender que las que más tiempo se visualizan es por que más gustan y eso hace que Instagram las priorice para que las vea más gente.

CONTACTOS



+ 56 9 48567157



WWW.CENAKINAULAONLINE.COM



CENAKINEMPREDIMIENTOS@GMAIL.COM



@CENAKINDIGITAL



@CENAKIN_DIGITAL

ACREDITACIÓN



cenakin