



CONTACTO
SINGULAR



**La guía de Instagram que
necesitas para hacer crecer
tu negocio**



IGTV

¿Qué es IGTV?

Muchas veces habrás visto que muchos influencers y artistas utilizan IGTV para crear contenido. Bien, antes de nada debes saber que, IGTV es una aplicación separada de Instagram y que no es lo mismo que InstaStories sino que, más bien es como Youtube, ya que cada persona puede crearse su propio canal y subir vídeos largos eso si, tienen que ser en formato vertical.

Lo increíble de esta herramienta es que puedes subir todo tu contenido en una sola red social, tanto tu contenido en fotografía como vídeos por lo que, no hace falta que tengas cuentas en mil sitios sino que todo se puede focalizar en Instagram y por lo tanto, tus seguidores tampoco estarán tan dispersados entre plataformas.



¿Cómo utilizar IGTV?

Si todavía no tienes canal de IGTV, sigue estos pasos para crearte uno:

1. Lo primero que debes hacer es descargarte la aplicación de IGTV, ya que tal como hemos dicho antes, es una aplicación separada a Instagram.
2. Lo segundo que deberás hacer es iniciar sesión y esto, lo puedes hacer a partir de tu cuenta de Instagram o de Facebook.
3. Una vez dentro, solo debes clicar a tu foto de perfil y seguir las indicaciones que te indiquen.
4. En la home, podrás encontrar los siguientes apartados:
 - **Para ti:** aquí encontrarás contenido que te puede gustar, básicamente contenido personalizado para ti.
 - **Siguiendo:** este apartado es para ver el contenido de IGTV de las personas que sigues.
 - **Popular:** contenido popular en ese momento en IGTV de gente que puedes no estar siguiendo.
 - **Seguir viendo:** aquí encontrarás todos los vídeos de IGTV que has dejado de ver y que puedes retomar cuando quieras.

Además, al igual que en Instagram, puedes dar like, comentar y compartir.

Cosas a tener en cuenta:

Solo vídeos

En IGTV solo puedes subir vídeos, no fotos.

Sube vídeos des de la app o des de tu ordenador

Hay dos maneras de subir vídeos: des de la aplicación de IGTV o des de Instagram Web.

Vídeos verticales

Los vídeos solo pueden ser verticales, no horizontales.

Tamaño de vídeo y resolución

El tamaño de ratio mínimo para los vídeos es de 4:5 y el máximo de 9:16. Ejemplo: 1242 x 2208 píxeles o 1080 x 1920 píxeles.

Peso de los vídeos

El peso máximo de vídeos de 10 minutos o menos es de 650MB mientras que, el peso máximo para vídeos de 60 minutos o más es de 5.4GB.



C O N T A C T O

SINGULAR

Duración de los vídeos

Los vídeos pueden durar entre 15 segundos y 10 minutos. Sin embargo, las personas que tienen muchos seguidores o la cuenta verificada pueden subir vídeos de hasta 1 hora de duración.

Links en la descripción del vídeo

Puedes añadir links en las descripciones de tus vídeos pudiendo hacer que tus seguidores cliquen y les dirija a tu página web, tienda o blog.

Hashtags y tags

Al igual que en una publicación de Instagram, puedes usar hashtags y etiquetar a personas en las descripciones de tus vídeos.

Ideas de vídeo

👉 **Convierte tus InstaStory en vídeos para IGTV**

Si ahora mismo tienes stories destacados, debes saber que puedes utilizar ese contenido para IGTV guardando tus stories como vídeos.

👉 **Vídeo introductorio sobre ti o marca**

Haz un vídeo dando la bienvenida a IGTV y aprovecha para hablar de ti, de tu marca, tu historia o de tu equipo.

👉 **Crea tu propio show o serie**

Aquí te traemos algunos ejemplos: showcooking, una charla sobre negocios, música o motivación empresarial.

👉 **Haz un vídeo sobre tu blog**

¿Tienes un blog? Entonces, también sería buena idea introducir tu blog en un vídeo y después poner el link de tu blog en la descripción.

C O N T A C T O S I N G U L A R

Vlogs

También puedes hacer vlogs donde grabes tu día a día o eventos especiales.

Timelapse vídeos

Los timelapse vídeos son vídeos en cámara rápida. Esta es una gran idea si quieres mostrar el procedimiento o progreso de algo. Por ejemplo, si tu negocio se dedica a la fabricación de muebles de madera, podrías mostrar todo el proceso de ello.

Vídeos sobre tus productos

Otra opción sería enseñar tus productos en un vídeo. Esta sería una buena oportunidad para dar a tus seguidores una explicación más extendida y elaborada de tus productos pudiendo verlos en un formato diferente a las fotografías.

Introducción a tu equipo

Una bonita y creativa manera de presentar a tu equipo sería con un vídeo de IGTV. De esta manera, sería todo más dinámico y cercano a tus seguidores.

C O N T A C T O S I N G U L A R

Colaboraciones

También, puedes realizar colaboraciones con otras cuentas de Instagram y crear juntos contenido relacionado con tu marca.

Tutoriales / Tips

En IGTV hay infinidad de tutoriales acerca de maquillaje, moda, mecánica, hogar...¡La lista es infinita!

Noticias y tendencias

Comparte todo aquello que es nuevo o está en tendencia en tu sector y haz de tu IGTV un canal de noticias donde compartir este tipo de contenido.

Preguntas y respuestas

Si ves que tus seguidores tienen muchas preguntas que hacerte puedes utilizar IGTV y crear todo un vídeo para responderlas. Aquí, también puedes hacer uso de la herramienta de “Preguntas” de InstaStory para animar a que tus seguidores te hagan todas las preguntas que quieran.

Unboxing vídeos

Los unboxing vídeos son vídeos donde se enseñan productos acabados de sacar de la caja de envío. Por ejemplo, digamos que has recibido una nueva caja con producto. Estos vídeos consistirían entonces en enseñar en primicia lo que hay dentro y dar tu opinión. Estos vídeos son muy populares en YouTube por lo que, en IGTV también suelen tener muy buena acogida.

C O N T A C T O S I N G U L A R

Videojuegos

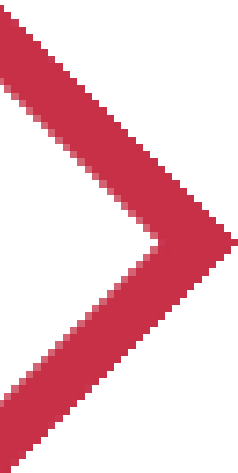
Los vídeos sobre videojuegos están creciendo en popularidad en todo Internet por lo que, no es de extrañar que mucha gente también siga este tipo de contenido en IGTV. Si tu cuenta trata sobre tecnología, esta puede ser una gran idea.

“Lo mejor” y “Favoritos”

Estos vídeos también suelen ser muy recurrentes en IGTV. Se trata de hacer un vídeo explicando los favoritos del mes o de la semana en cuanto a producto.

Challenges

Los nombrados “challenges” siempre acaban siendo algo popular en cualquier red social. Se trata de hacer un “challenge” que anime a tus seguidores a seguirlo. Por ejemplo, si tu negocio es una peluquería puedes hacer un challenge que consista en hacer un peinado en 2 minutos.





@contactosingular
contactosingular.com