

# CÓMO DESARROLLAR UNA ESTRAGÍA DE MARKETING EN PINTEREST





## **CONTENIDO**INBOUND MARKETING

Introduccion

01.

Descubre por qué pinterest es una buena opción para estrategias de marketing

02.

¿Cómo funciona el marketing en Pinterest?

03.04

¿Para quién es correcto el marketing de Pinterest?

05.08

¿Cómo desarrollar una estrategia de marketing en Pinterest?

09.

Conclusión





## INTRODUCCION INBOUND MARKETING

Escrito por Jose Luis Gutiérrez (Ingeniero Industrial con Magister en Marketing, Posgrado en Inbound Marketing).

Si hay algo que no se puede negar es el hecho de cómo la tecnología, y en concreto el uso de las redes sociales, nos ha facilitado enormemente la manera en cómo nos comunicamos; y si hablamos del mundo de los negocios, este no es la excepción.

Actualmente hay empresas que se dedican exclusivamente a hacer vida comercial a través de las redes sociales, sin necesidad de un espacio físico en el cual la clientela tenga que ir para realizar la compra de un producto o servicio.

Esta realidad ha hecho que muchos dueños de PyME quieran invertir su presupuesto publicitarios en grandes plataformas, sin embargo el desconocimiento de este tipo de herramientas puede llevar a un incumplimiento de las expectativas, o de plano a una pérdida de inversión.

Por estos motivos, Pinterest ha sido señalada en más de una ocasión por personas como un servicio que está cayendo en picada y que es un error para cualquiera invertir en él..., nada más alejado de la realidad.

Y es por este motivo que en este Ebook vas a encontrar información actualizada que te ayudarán a sacar el mejor provecho a esta plataforma, así que continúa leyendo y entérate de cómo gracias a esta puedes publicitar tu marca de manera efectiva, y conectando directamente con tu compradores ideales.



## Descubre por qué pinterest es una buena opción para estrategias de marketing

Pinterest es esa plataforma divertida donde la gente planea bodas poco realistas, ¿verdad? Pueden hacer eso, pero también pueden hacer más. Buscan recetas, planifican sus hogares y muchas otras cosas. Después de todo, hay más de 75 mil millones de ideas por ahí.

¿Qué pasaría si tu empresa pudiera mostrar a los clientes potenciales cómo tus productos o servicios podrían ayudarlos a lograr sus ideas?. El uso de Pinterest le permite a tu negocio hacer precisamente eso.

Cuando los clientes están buscando inspiración o soluciones, tu organización puede estar allí para ayudarles a lograr lo que desean. Sin embargo, necesitas ser estratégico con tus Pins. Es fácil saltar a la plataforma y comenzar a guardar Pins en todas partes.

El marketing, está utilizando a Pinterest como una herramienta para aumentar el conocimiento de un negocio. La comercialización de Pinterest no es solo para bloggers, sino también para cualquier empresa que busque aumentar su audiencia utilizando una plataforma visual. Pinterest dirige el tráfico orgánico a un sitio web y ayuda a aumentar el conocimiento general de una marca o negocio.

A medida que comienzas a utilizar el marketing de Pinterest como parte de la estrategia de mercadotecnia de tu empresa, es posible que necesites ayuda para crear gráficos asombrosos configurando tu cuenta de esta plataforma o incluso creando el contenido correcto. Considera utilizar una plataforma para contratar a un diseñador experto o un comercializador de Pinterest que te ayude a maximizar los esfuerzos de marketing.







# ¿Cómo funciona el marketing en Pinterest?

Pinterest es una plataforma de redes sociales que permite a los usuarios compartir contenido visual, similar a Instagram, pero difiere en que cada Pin puede vincularse de nuevo a tu sitio web u otro contenido. Actualmente, Instagram solo permite enlaces en anuncios o en la sección de biografía, por lo que no es útil si estás buscando tráfico para tu página web, páginas de productos o blog.

Compartir o publicar contenido en Pinterest se denomina "fijar". Los usuarios "fijan" una parte del

Asesoría

contenido nuevo en un "tablero". Una pizarra es una colección de pines que generalmente comparten un tema común. Puedes crear nuevos tableros en torno a cualquier tema, desde autos clásicos hasta consejos para padres.

Los usuarios de Pinterest suelen utilizar la plataforma para guardar ideas y productos que quieren recordar o volver a visitar más adelante. También se utiliza para marcar artículos o publicaciones de blog que les provoca leer más adelante.

Pinterest es diferente de otras redes de "redes sociales" porque se enfoca más en la investigación y la inspiración. Mientras que Facebook e Instagram se enfocan más en compartir información o publicar sobre tu vida, Pinterest es para inspirarte, investigar y comprar.

Si bien Pinterest es más pequeño que algunos de los otros sitios de redes sociales, a partir de mayo de 2018, es responsable del 65% de todas las ventas de las redes sociales. El tráfico de referencia significa que las personas comienzan en un sitio, pero desde ese sitio se les da un enlace o contenido que los remite a una página diferente.





# ¿Para quién es correcto el marketing de Pinterest?

El marketing de Pinterest es para aquellos que desean aumentar su marca o conocimiento de la empresa, obtener más tráfico al sitio web de una empresa o aumentar los ingresos generales.

Si alguno de estos es un objetivo, debes considerar el uso de esta plataforma como parte de tu marketing. Hay industrias sorprendentes que están funcionando increíblemente bien en Pinterest como asesores financieros, bancos, abogados y asesores fiscales.

## Negocios y profesiones que aprovechan Pinterest incluyen:

- Servicios de asesoramiento: los asesores pueden publicar sugerencias, consejos, contenido del blog y pins a otros recursos útiles.

- Asesores financieros: los asesores pueden publicar contenido del blog, testimonios, infografías o enlaces a los imanes principales que fomentan el compromiso.
- Agentes de bienes raíces: los agentes pueden enviar testimonios, consejos de consulta y contenido de blog que son excelentes para la exposición de agentes.
- **Abogados:** consejos sobre cómo contratar a un abogado, humor, contenido de blog e imanes de plomo son excelentes opciones para los abogados que utilizan Pinterest

Si tu empresa ha visto una pérdida de tráfico orgánico debido a los cambios que Facebook ha realizado con sus páginas de negocios y con el botón de silencio de Twitter, Pinterest puede aumentar tu tráfico en las redes sociales una vez más.

Pinterest ha visto un aumento constante en





# ¿Para quién es correcto el marketing de Pinterest?

el tráfico de referidos del 27.5% tras año, mientras que la cuota de tráfico de referidos de Facebook ha bajado un 25.8%. Si tu negocio está enfocado en producir contenido asombroso, y te gustaría obtener más visibilidad de la que puede proporcionar una publicación de Facebook o algunos tweets, estás ante una plataforma maravillosa para resolverlo.

Debido al motor de búsqueda de la red social, puedes ver una publicación de un blog o un artículo resurgido como un Pin popular que está trayendo tráfico a tu sitio web, mucho después de que lo fijaras por primera vez.

Gran cantidad de usuarios han visto el tráfico de una publicación de blog durante varios años después de su primera publicación.

Ahora que hemos explorado para quién es mejor Pinterest, que es cualquier negocio que desee información adicional, tráfico del sitio web, clientes potenciales y ventas, hablaremos sobre cómo comenzar a configurar tu cuenta de negocios en ella.







### 1. Configura tu cuenta de negocios de Pinterest:

La creación de una cuenta de negocios en Pinterest otorga acceso a funciones de publicidad críticas, como análisis, informes, vitrinas y elementos de perfil agregados, así como la capacidad de crear un botón "Fijar" para tu página web. Los pines promocionados y comprables también están disponibles solo para aquellos con una cuenta comercial.

#### 2. Establece tu marca de Pinterest

Inicia sesión en tu cuenta de Pinterest Business y agrega algunos detalles que establecerán tu marca para tu perfil. Haz clic en el botón que tiene los tres puntos en la esquina superior derecha y luego haz clic en configuración.

Esto te llevará a Business Account Basics. Si te desplazas hacia abajo en esa página, verás una sección titulada Perfil, aquí, debes completar cada sección, incluida la carga de tu logotipo donde dice Imagen. También debes tomarte unos minutos para escribir una descripción que sea interesante y que tenga algunas palabras clave que las personas puedan usar cuando estén buscando lo que tu empresa hace o el tipo de productos que ofrece.

#### 3. Reclama tu sitio web

Si continúas desplazándote hacia abajo en tu página de configuración, verás un punto que dice "Reclamar", allí debes ingresar tu página web en el cuadro y presionar el botón "Reclamar". Esto te permitirá rastrear cualquier pin que esté fijado desde tu sitio web, y tu foto de perfil (en este caso, tu logotipo) aparecerá junto a cualquier pin que venga de tu perfil, así como crear anuncios y pins que se puedan comprar.

Una vez que presionas el botón Reclamar, se dan instrucciones sobre cómo verificar y reclamar tu sitio web. Estas instrucciones incluyen la colocación de una etiqueta o código en tu página para la verificación. Puedes hacer que alguien de tu equipo coloque un código específico en tu sitio web.





#### 4. Determina tu audiencia de Pinterest

Dado que Pinterest es un sitio que satisface los intereses y sueños de sus usuarios, quieres decidir cuáles son para tu público objetivo. La determinación de la audiencia ahora también te permite crear y fijar contenido que les habla directamente y establecer un calendario de fijación que obtendrá la mayor visibilidad con tu audiencia ideal.

Crea un perfil de cliente:

- -Intereses: ¿Qué le interesa a tu audiencia ideal?, ¿Cuáles son sus pasatiempos?, ¿Qué leen o miran?. ¿Qué información está buscando tu audiencia ideal?.
- -Hábitos: ¿Tienen hábitos específicos, como planificar sus finanzas una vez al año o comprar

comestibles todos los viernes?, ¿Normalmente buscan consejo en un día determinado?.

-¿Cuál es la edad, el género y el ingreso promedio de tu cliente ideal?.

Combina todo esto en un perfil de cliente para que puedas referirte a él para crear el contenido más atractivo para tu audiencia. Así podrás obtener más información sobre cómo crear tu perfil de cliente ideal.

## 5. Crea tus primeros 10 tableros de Pinterest

Ahora quieres crear tus primeras tablas. Las mejores prácticas sugieren que comiences con 10 tablas. Los tableros son básicamente grupos de contenido, y estos primeros tableros deben alinearse con tu perfil de cliente.

Divide tus tableros entre negocios e intereses

Como regla general, quieres que tus tableros sean del 50% sobre tu negocio y del 50% de los intereses de tu audiencia que se vinculan con tu empresa. Al señalar el interés de la audiencia y tu propio contenido, los atraerás para que se involucren más contigo. Cuando esto pase, Pinterest les mostrará a los usuarios tu contenido con mayor frecuencia en sus fuentes.





#### Nombra tus tableros

Los nombres que crees para tus tableros deben basarse en las palabras clave, términos o frases que las personas usarán cuando busquen el tema de tu tablero. Si las personas no pueden encontrarlo, no verán el contenido de éste. Por lo tanto, elige un nombre de tablero que tu audiencia usará para buscar el contenido. Las tablas se pueden buscar, así que no pierdas la oportunidad de encontrarte.

#### Escribe las descripciones de tus tableros

Escribir descripciones específicas y convincentes de tus tableros también hará que sean más fáciles de encontrar para tu audiencia. Una descripción del tablero de Pinterest puede tener hasta 500 caracteres, pero la mayoría de las descripciones deben ser una o dos oraciones con 25 palabras que tengan la longitud ideal.

#### Considera la publicidad de Pinterest

Los anuncios de Pinterest son una estructura de pago por ubicación, lo que significa que pagas para que tus anuncios se coloquen en el feed de Pinterest o en la búsqueda de Pinterest de manera que se oriente a tu público ideal.

Los anuncios de Pinterest contienen una imagen, descripción o título y enlace y se muestran en los feeds de los usuarios o en los resultados de búsqueda. Estos se combinan con otros pines y, con frecuencia, los usuarios han reportado que disfrutan viendo un anuncio porque les expone nuevos productos o marcas que de lo contrario se habrían perdido.

Dado que muchos usuarios de esta plataforma, la utilizan para guardar ideas creativas, contenido informativo y productos únicos para volver a comprarlos más tarde, Pinterest es una herramienta ideal para negocios que venden servicios, productos o promocionan su contenido. De hecho, el 93% de los usuarios planea las compras con esta red, y el 87% en realidad realiza una compra debido a algo que vieron en la plataforma.

**Contactos** 



Estadísticas sobre el marketing en Pinterest

- -Pinterest alcanza el 83% de todas las mujeres de 25 a 54 años de edad, lo que es más que Instagram, Snapchat y Twitter.
- -Los pins de Pinterest duran 1,600 veces más que una publicación de Facebook
- -El 78% de los usuarios de Pinterest dice que el contenido de una empresa les ha ayudado a tomar mejores decisiones de compra.
- -El 60% de los usuarios de Pinterest dicen que han descubierto una nueva marca o producto de allí.
- -Los usuarios de esta red gastan un 29% más en compras que los usuarios de otros sitios de redes sociales
- -10% de los usuarios de Pinterest ganan \$125,000 al año o más.
- -El 87% de los usuarios de Pinterest dicen que compraron un producto o servicio que no con-

ocían previamente después de verlo allí.

Una estrategia de marketing en una red social como Pinterest es una forma única de llegar a una nueva audiencia y aumentar el conocimiento y los ingresos generales de tu empresa. Al utilizar Pinterest de forma efectiva, puedes aumentar el tráfico de tu sitio web, aumentar los clientes potenciales, las suscripciones de correo electrónico y las ventas.

Mientras te esfuerzas por alcanzar la meta de aumentar la visibilidad y llegar a tu audiencia, considera usar a los asesores de GPS para contratar a un diseñador gráfico o experto en Pinterest para ayudarte a garantizar que tus esfuerzos de marketing en la plataforma sean efectivos y exitosos.





## **OTROS CONTENIDOS**















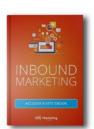


















### Conclusión

Pinterest hoy en día es una de las mejores plataformas existente en lo que a publicidad digital se refiere, ya que te permite conectar con tus potenciales compradores, sin importar en qué parte del mundo se encuentren ni el momento del día, adaptándose a la conducta tecnológica que caracteriza a los consumidores modernos.

De igual modo, si quieres expandir esta información o de plano comenzar tu estrategia de publicidad de marketing a través de Pinterest, te invito a que te pongas en contacto con nuestro personal experto aquí en la agencia GPS, ya que estamos listo para brindarte él asesoramiento que te mereces.





# CÓMO DESARROLLAR UNA ESTRAGIA DE MARKETING EN PINTEREST

