converzzo

¿Cómo funcionan **los algoritmos?**

converzzo

ALGORITMOS:

Esto es lo que analiza cada uno

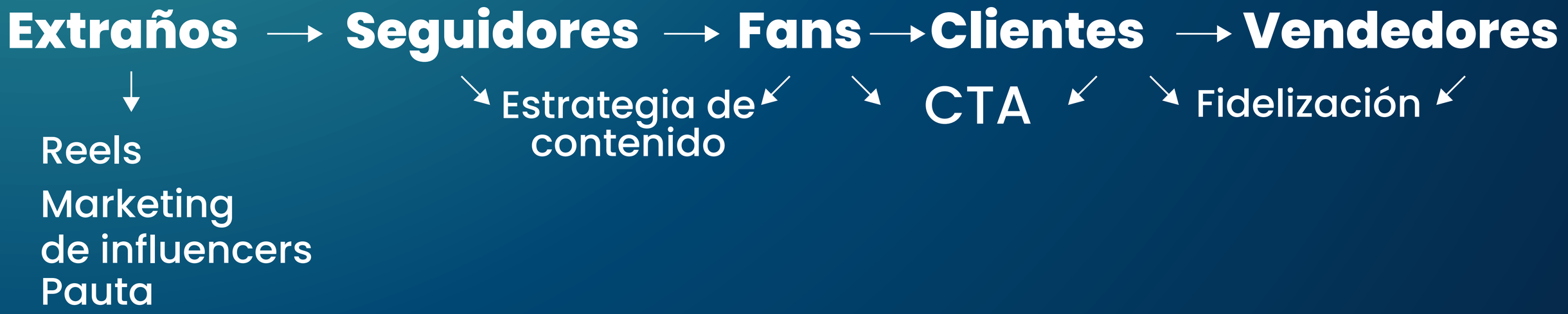
Post: 4. 3. 2. 1.  → Lo más importante son los guardados, los compartidos, los comentarios y por último los likes, en cuanto a interacciones principales y uno de los puntos más valiosos es la retención, es decir el tiempo que pasan las personas viendo tu contenido.

Reels: 4. 3. 2. 1.  → En cuanto a interacciones es igual que el primero, pero el tiempo y que las personas lo repitan es fundamental. Los audios por su parte aporta siempre y cuando las personas desde tu video, den click en el audio, lo guarden y lo utilicen.

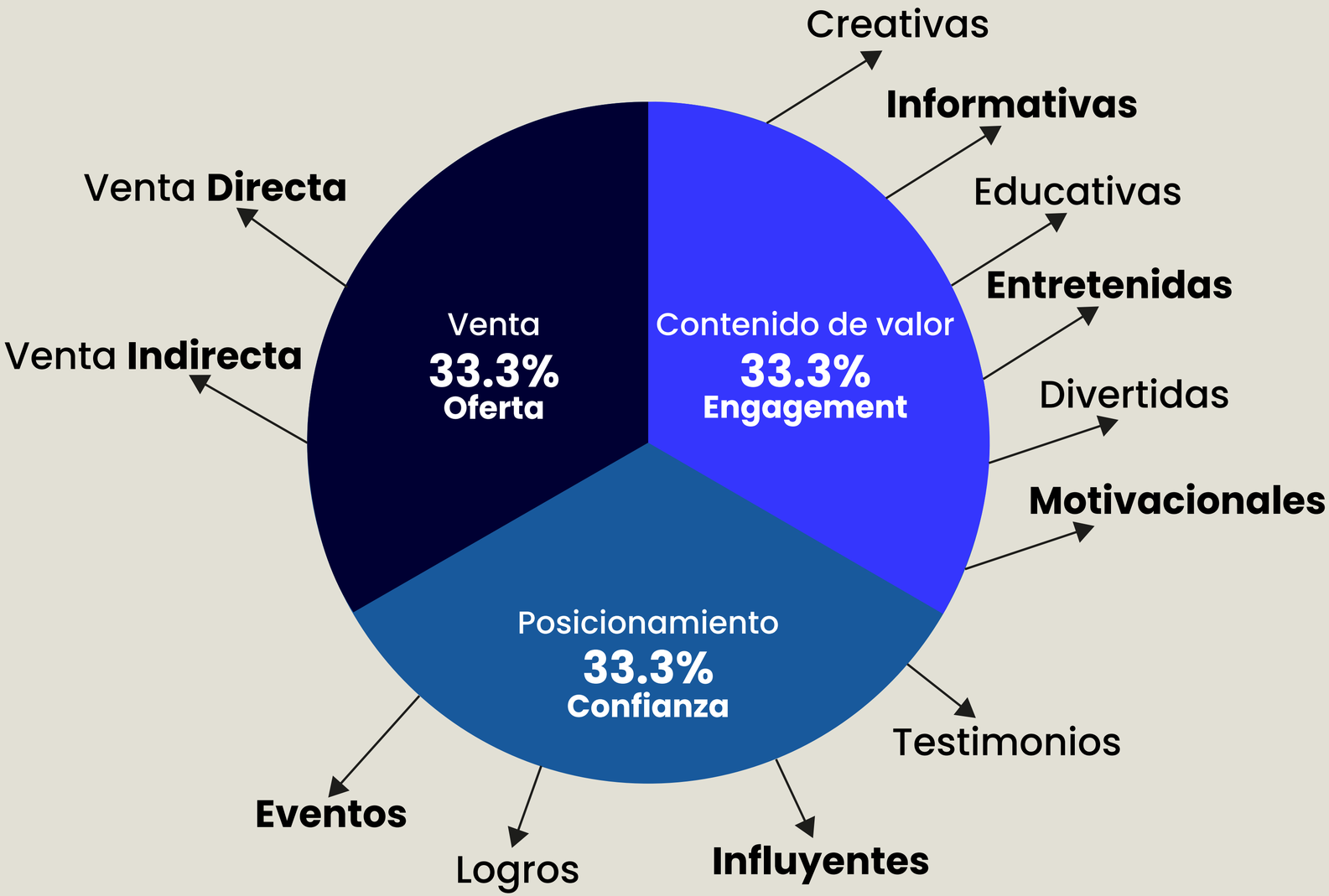
Historias:  → Likes, reacciones, compartidos y tiempo viendo la historia.

Búsqueda:  → Este es el algoritmo menos funcional, pero dicen que los hashtag, las palabras claves en el copy y la ubicación ayudan a destacar el contenido en esta sección.

Ruta del cliente



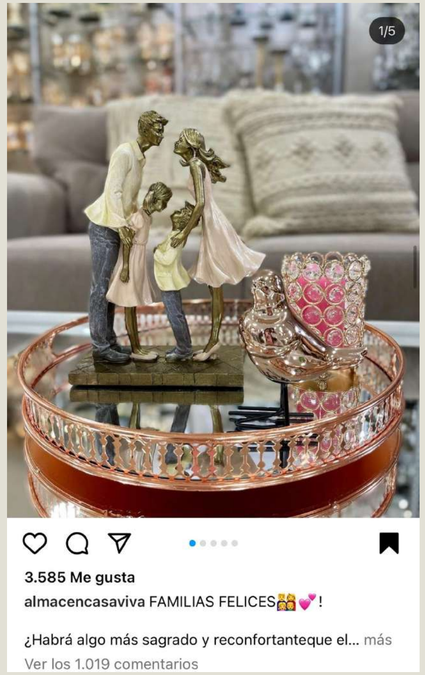
Estrategia de contenido



Frecuencias

Reels y Carruseles





Cuando se hace un reel enfocado en algún producto especifico, **la idea sería que el post que le continúa sea un carrusel de ese mismo producto, eso hará que la interacción y la conversión sean mayores.**

Tomas de apoyo

Supremamente importante, para captar la atención.

0 a 3 segundos

Titulo

0 a 3 seg.



0 a 3 seg.

Texto

0 a 3 seg.



0 a 3 seg.

Texto

0 a 3 seg.



0 a 3 seg.

Llamado a la acción

-Síguenos

-Interactúa

-Escríbenos

cortes

cortes

cortes

cortes

cortes

cortes

Esencia de marca

¿Qué soy?	¿Qué no soy?	¿Qué puedo ser de vez en cuando?

Storytelling



Crea de la mejor manera tus guiones

Guion literario
Guion técnico
Guion literario
Guion técnico

Historias

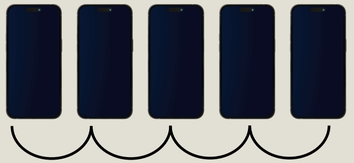
Historias ⟶ 2%

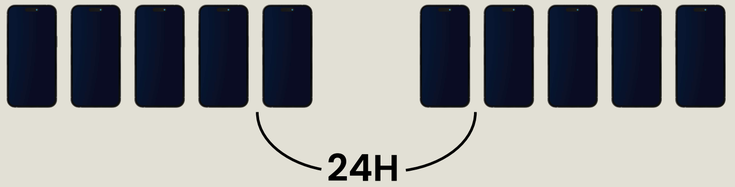


C.V.D

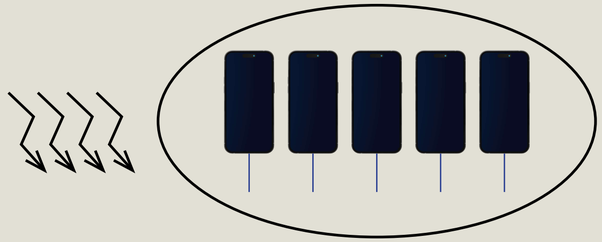
TV:-Entretenimiento
-Información
-Conexión







Repost





2%



1



24h x ✓

8:00 A.M.

2



8 10 12 12 4 6

- Eventos
- Viajes
- Experiencias

3

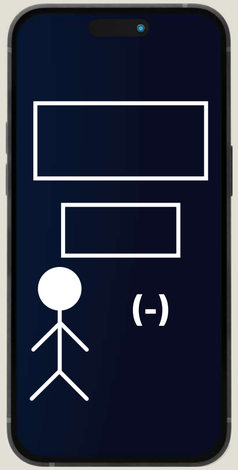
Video 1



Video 30



Foto



Pro → $$

Contra → Alcance

4





-12-24- Cambio

Marketing de influencers

Vs.

Creadores UGC

converzzo

Métricas por lograr

contenido

1.Alcance de las publicaciones al cumplir 48 horas de haberse publicado:

5% Acorde al número de seguidores de la cuenta

2.Visualizaciones de Reels 48 horas de haberse publicado

10% Acorde al número de seguidores de la cuenta

3.Visualizaciones de historias:

2% Acorde al número de seguidores de la cuenta

Métricas por lograr:
de la cuenta

4. Alcance general de la cuenta en los últimos siete días

50% Acorde al número de seguidores de la cuenta (orgánico)

5. Impresiones o visualizaciones de la cuenta en los últimos siete días

Dos veces el número de seguidores de la cuenta (orgánico)

6. Visitas al perfil de los últimos siete días

5% Acorde al número de seguidores de la cuenta

7. Interacciones con el contenido en los últimos siete días

7% Acorde al número de seguidores de la cuenta (orgánico)