
EN MINUTOS
ESTAREMOS
COMENZANDO



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Tips para **mejorar** tus redes sociales

W E B I N A R



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

ORADORES



PABLO DI MEGLIO

Director de Estrategia de la
agencia DIGIX.



SEBASTIÁN
ISRAELIT

Especialista en Food & Drinks
Photography



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



**3ra RED SOCIAL
MÁS POPULAR EN
LATINOAMÉRICA**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

EL 70% DE LOS USUARIOS
SE CONECTAN A INSTAGRAM,
AL MENOS, UNA VEZ AL DÍA.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿CÓMO PODEMOS HACER
MEJOR MARKETING
EN INSTAGRAM
Y HACER CRECER NUESTRO
RESTAURANTE O NEGOCIO?



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

#1

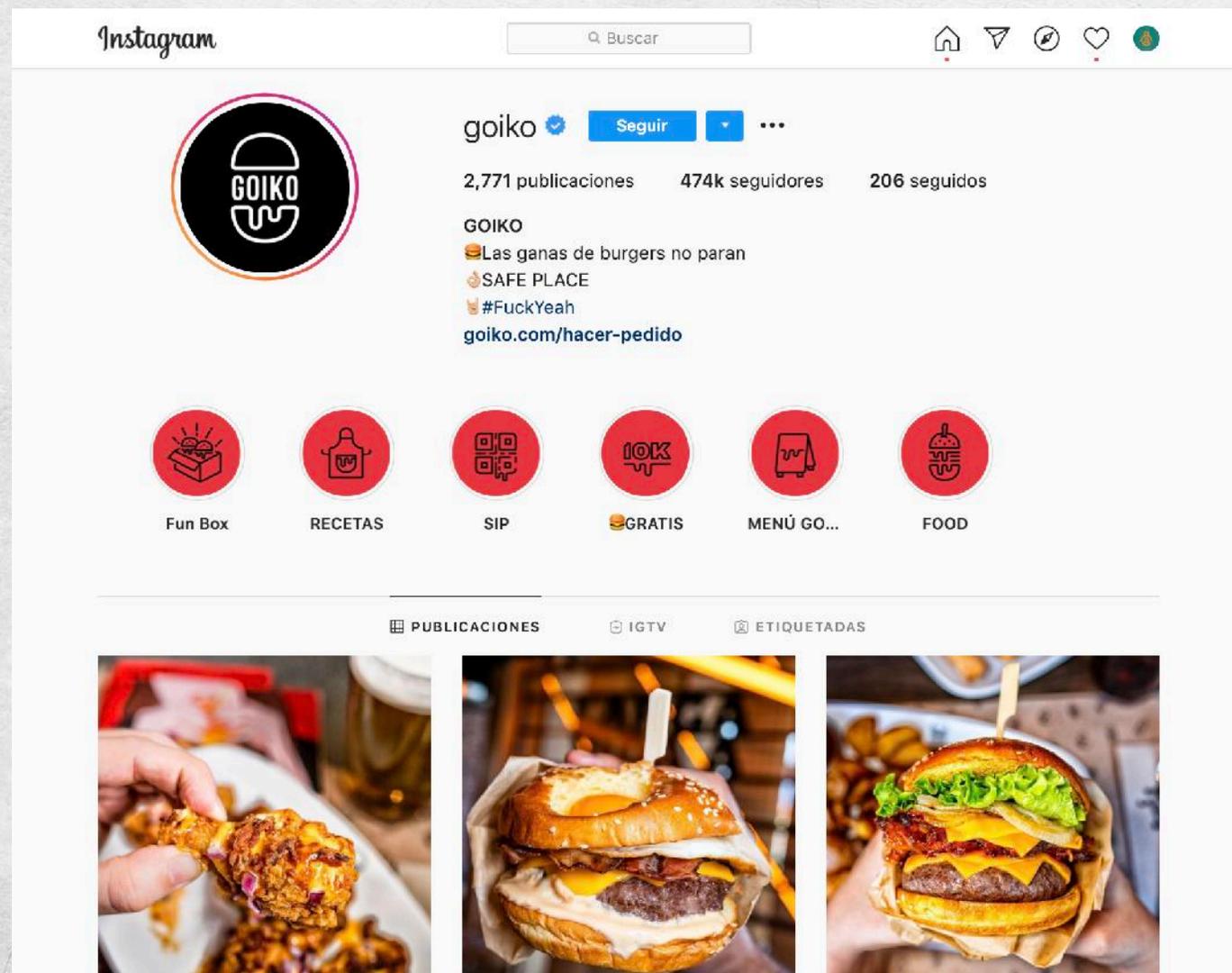
**CONSTRUYE UN
PERFIL INCREÍBLE.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

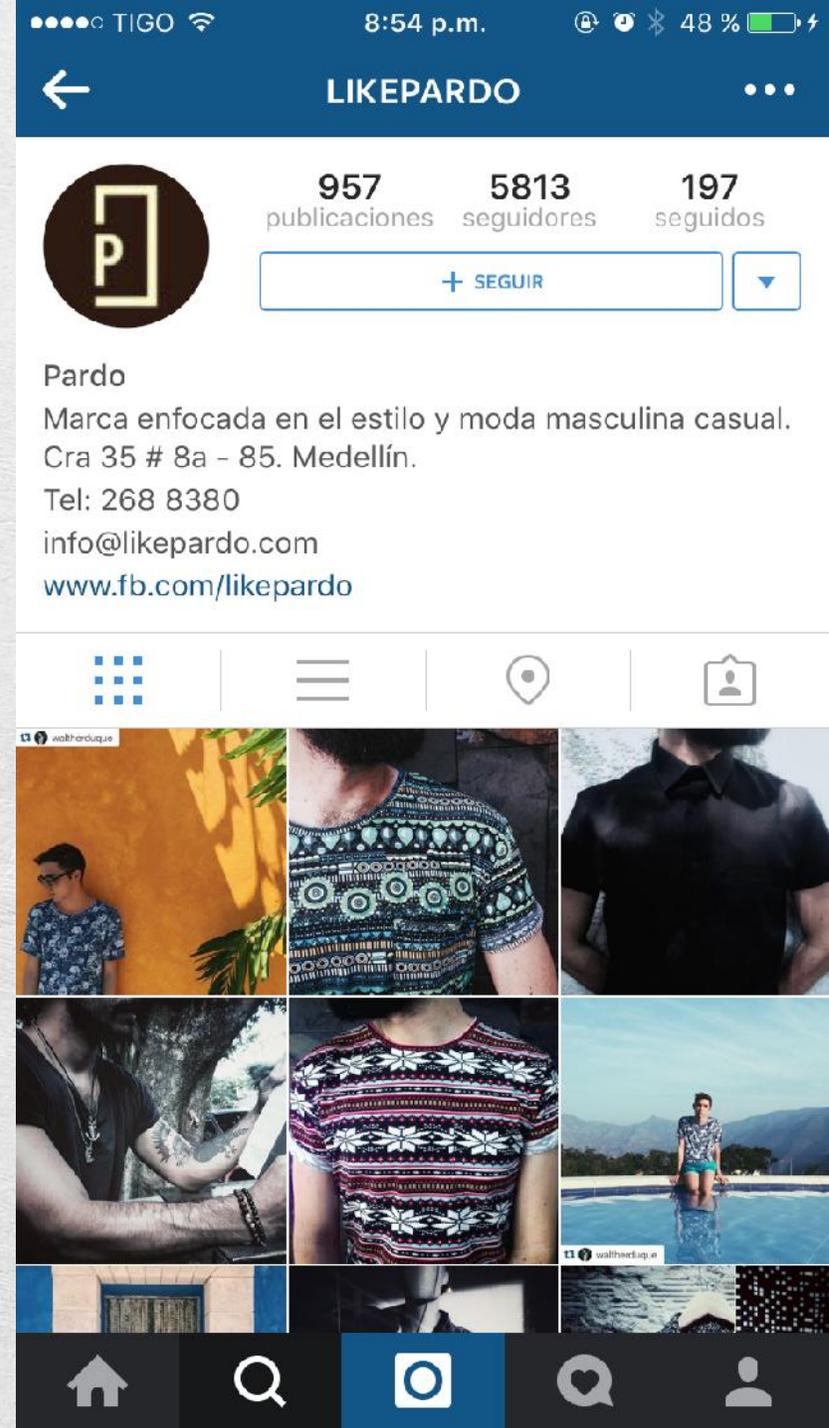
HABLEMOS DEL PERFIL **IDEAL.**



EL PERFIL **IDEAL.**

PUBLICÁ
INFORMACIÓN DE
CONTACTO

USÁ
EMOTICONS.



**HACELO
PÚBLICO.**

¡TODO COMUNICA!



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

facebook

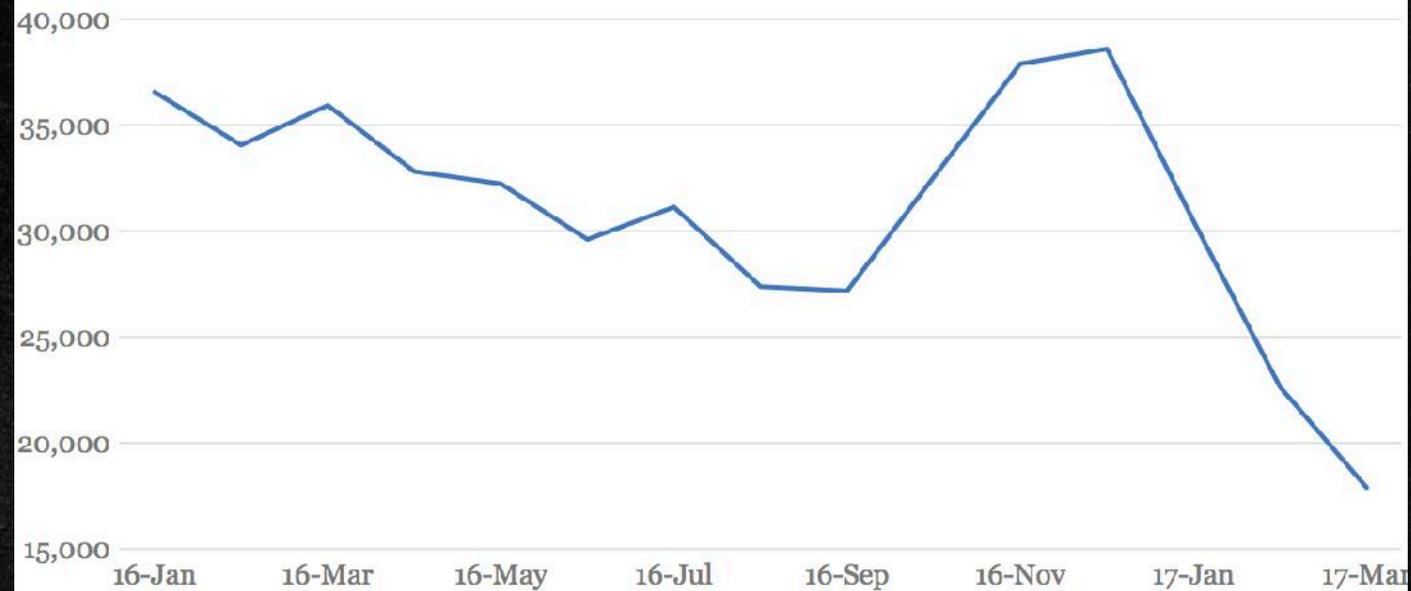




¿Qué es el alcance orgánico?

Median Facebook organic post reach

Expressed by month, January 2016 to March 2017.



SOURCE: FACEBOOK INSIGHTS

Chicago Tribune



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



VS





#2 ESTRUCTURÁ UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDO



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

**¿QUÉ ES LO MAS
IMPORTANTE QUE
NOS BRINDAN LAS
REDES SOCIALES?**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



PERSONAS

**SI NO ESTÁS PENSANDO EN
LAS PERSONAS, NO ESTÁS
HACIENDO NADA
EN REDES SOCIALES.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

LAS PERSONAS TIENEN INTERESES.

¿VOS COMPARTÍS ESOS INTERESES?

LAS PERSONAS TIENEN INQUIETUDES.

¿VOS PODÉS RESOLVER ESAS INQUIETUDES?

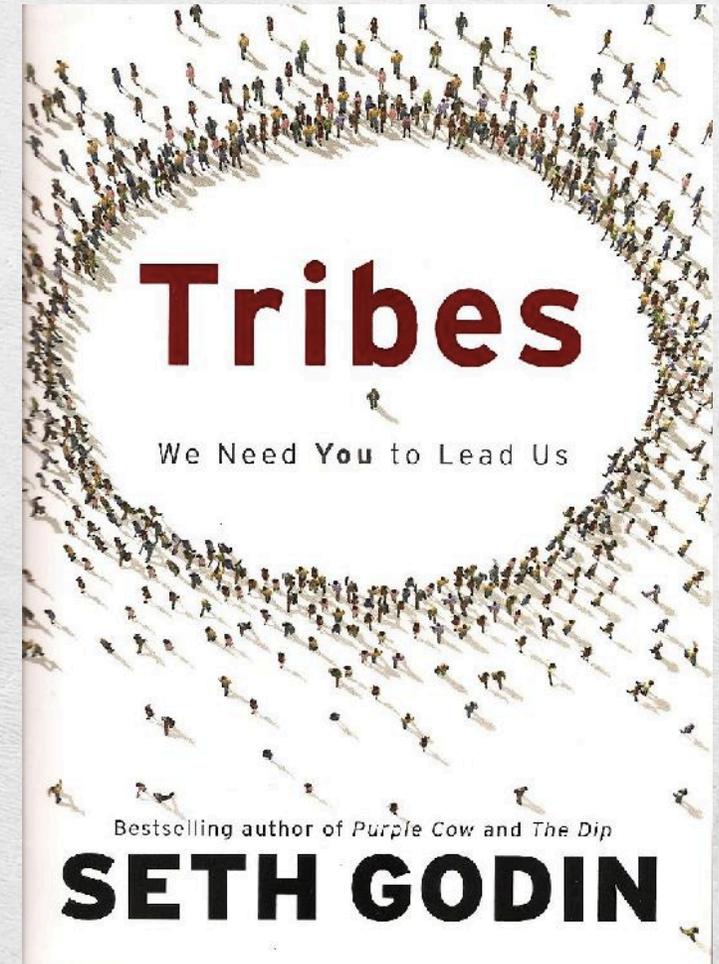


Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

ES MOMENTO DE LIDERAR NUESTRA **TRIBU DIGITAL:**

- ¿Nos gusta lo que le gusta a ellos?
- ¿Nos interesa lo que a ellos les interesa?
- ¿Compartimos sus preocupaciones?
- ¿Compartimos sus creencias?
- ¿Hablamos el mismo lenguaje?
- ¿Los estamos escuchando?



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

**¿CÓMO PUEDES MEJORAR
LA VIDA DE TUS CLIENTES?**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

**CUANDO QUEREMOS VENDER NO
NOS PRESTAN ATENCIÓN
CUANDO DECIMOS COSAS
INTERESANTES, PARAN LAS OREJAS.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

CONTENIDO DE VALOR

Útil para nuestra audiencia.
Algo interesante. Relevante.



**MUESTRA
CÓMO LO
HACES.**



martinberasategui ✓
307.7 mil seguidores

[Ver perfil](#)



**APOSTÁ
AL VIDEO.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

TIPOS DE PUBLICACIONES

DALE IMPORTANCIA
AL CONTENIDO
DE TUS CLIENTES.



yuenglingbeer

6w

"Water is warm, sand is soft, beer is cold... Life is good."

@JEPeters78 via Twitter



♥ 342 likes

yuenglingbeer #Cheers to the #goodlife. #beachlife
#yuengling #lagerlove #FanQuote #mylager
#beachbeer

CONTENIDO INTERACTIVO.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

**CALIDAD
SOBRE
CANTIDAD.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

#3

**INTERACTUÁ
CON TU
COMUNIDAD.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

**CULTIVA TU
AUDIENCIA.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

PLANIFICÁ Y
PROGRAMÁ.



#ETIQUETAS

NOS HACEN
MÁS **VISIBLES**
SI TENEMOS UNA
CUENTA PÚBLICA.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

#ETIQUETAS

USA POCAS,
PERO ELÍGELAS BIEN.



COPY QUE GENERA ENGAGEMENT:

- **Legibilidad:** Espacio entre caracteres – espacio entre párrafos – uso de viñetas – uso de emojis.
- **Ubicación de hashtags:** En el copy – en comentarios.
- Llamadas a la acción para generar engagement.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

IG STORIES:

- Mucha espontaneidad.
- “Storytelling”
- El que no hace historias no está arriba.
- Genera engagement a posts regulares.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

IG STORIES:

- 20% de stories generar un DM.
- ¡No está saturado! (todavía).
- Tengo todo el espacio en la pantalla.
- Mensajes cortos y contundentes.
- Le da ritmo y dinámica a la cuenta.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

IG LIVE:

- No solo arriba, ¡Sino primeros!.
- La app manda notificaciones (generamos branding).
- **Usuarios:** Natural curiosidad por lo que está pasando (fenómeno big brother).



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

#4

**AMPLIFICÁ TU
VISIBILIDAD
(PUBLICIDAD).**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

INSTAGRAM ADS:

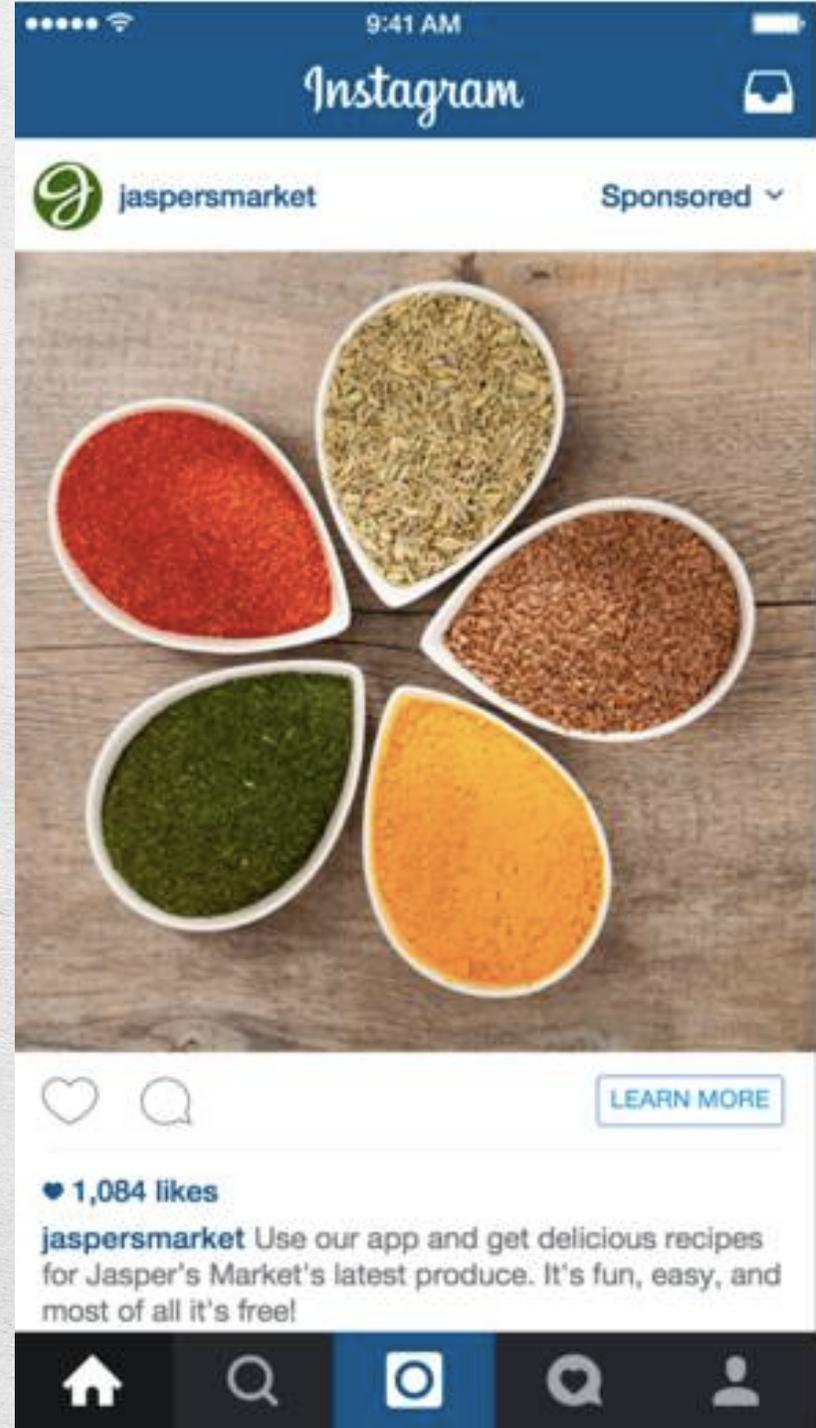
- Plataforma de publicidad de Instagram.
- Se puede hacer desde Facebook, también.
- Desde Instagram es un poquito más básica la segmentación.



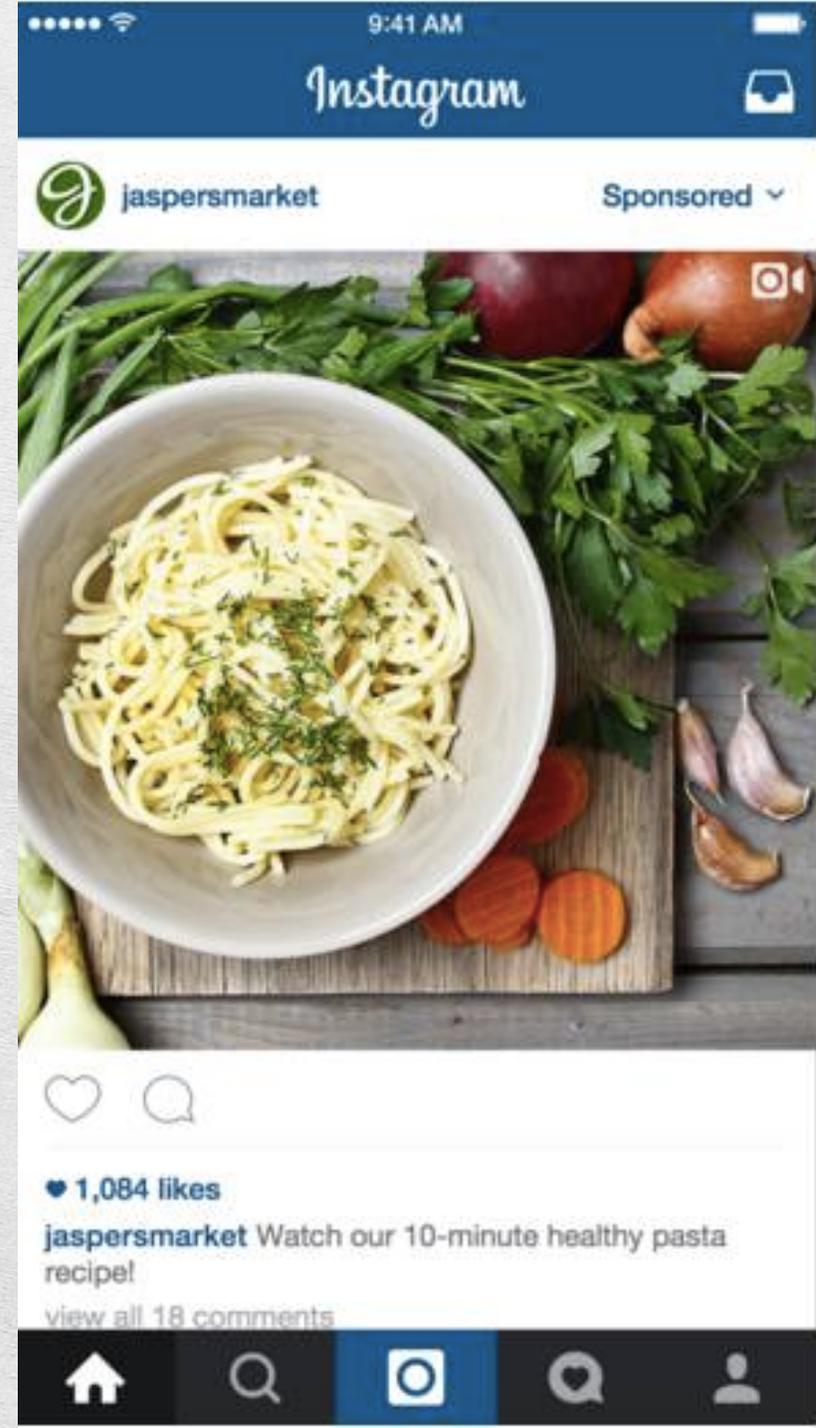
Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

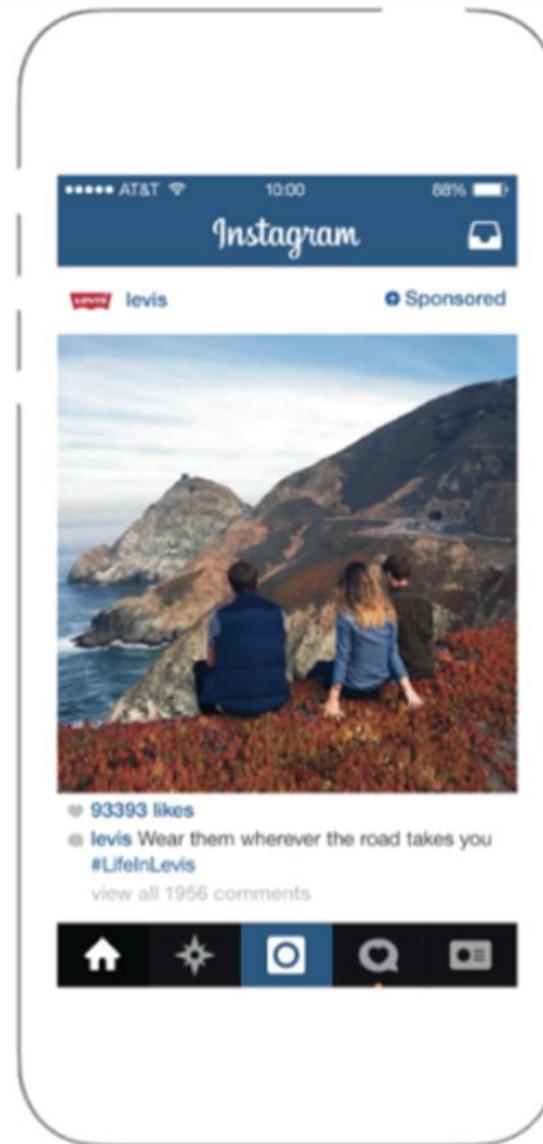
CLICK AL
SITIO WEB.



REPRODUCCIÓN VIDEO.



INTERACCIONES FOTOS.



#5

**HACÉ MUCHO FOCO
EN LA PARTE VISUAL.**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

LA ESTÉTICA DE TUS
PUBLICACIONES PUEDE HACER
UNA GRAN DIFERENCIA.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

HACÉ FOCO EN LO VISUAL.
EL PRIMER IMPACTO CUENTA.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿QUÉ TAN **SEXY** ES TU MARCA?



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿CÓMO HAGO
MEJORES FOTOS?!



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿CÓMO HAGO MEJORES FOTOS CON EL CELULAR?!



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Soy Sebastian Israelit, llevo 25 años como fotógrafo de gastronomía, trabajo para marcas como Knorr, Johnnie Walker, Avon, Macallan, Coca Cola, Arcor, Paladini, Aceite Natura, Freddo, Pedidos, Diageo, Salentein.

Les comparto mi instagram @sebastian_israelit















ASPECTOS A TENER EN CUENTA A LA HORA DE FOTOGRAFIAR



Contexto de la toma.



Variedad de fondos, así el consumidor no se aburre.



Tener producción (distintos platos, platos que no opaquen la comida, etc) sirve para reforzar la idea.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

CUANDO HABLAMOS DE LUZ.



No mezclar tipo de luces.



Al usar teléfono, evitar que el rayo de sol pegue en la escena.



Usar telgopor para equilibrar la toma de luz.



Evitar sombras invasivas



Tratar de hacer tomas cenitales para evitar el fondo.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



MUCHAS GRACIAS A TODOS ,
SEBASTIAN ISRAELIT
[@SEBASTIAN_ISRAELIT](https://www.instagram.com/SEBASTIAN_ISRAELIT) en instagram



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Como no pudimos responder todas
tus **preguntas...**

Aquí te compartimos las
respuestas...

W E B I N A R



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

W E B I N A R

1. ¿Qué tan importante creés que son los influencers foodies en Instagram?, dónde promocionan y hacen reseñas de los restaurantes.

Instagram es una red social de interacción, así que otras personas que tienen relevancia dentro del mundo de la gastronomía puedan dar una reseña positiva del restaurante ayuda a ganar más relevancia. Es como una recomendación de boca a boca, estas siempre son efectivas.

2. Abajo en mi perfil dice Restaurante, ¿eso sirve?. Si la marca tiene eslogan, conviene ponerlo en la descripción?

Si así lo deseas podés colocarlo, es una frase que te identifica y que puede quedar en el inconsciente colectivo de tu público objetivo.

3. ¿Se puede poner un link directo al whatsapp?

Sí, en tu descripción del perfil podés colocar el link directo a WhatsApp.

4. ¿Sirve seguir a posibles usuarios para que lo sigan a uno? o ¿lo mejor es usar sólo anuncios?

Esa era una de las primeras prácticas recomendadas para cuentas de Instagram hace unos 2 o 3 años, sin embargo no es tan efectiva. Seguir a alguien no te garantiza que te vaya a seguir a vos, ni siquiera te garantiza que vea alguna de tus publicaciones. Es preferible hacer el esfuerzo hacia los anuncios que sí generan un alcance comprobado con estadísticas.

W E B I N A R

5. En Instagram, ¿es mejor publicitar en historias o post?

Lo bueno es poder lograr una combinación entre ambas, depende siempre lo que deseas publicar. Las historias dan dinamismo a la cuenta. El feed va a definir el perfil que querés mostrarle a tu consumidor.

6. ¿Qué opinan del perfil de usuario en Facebook e Instagram? A mi parecer son diferentes, Facebook tiende a visibilizar más críticas e Instagram es una red social que genera mejor recepción en general. Quizás es por cómo están configuradas las interacciones. Me gustaría conocer sus opiniones. Esa ha sido la piedra de tope para entrar en Facebook.

Una parte importante de tener presencia en redes sociales es entender qué canal va a ser más efectivo de acuerdo al tipo de negocio que tengas. Por eso es importante que conozcas a tu público, en qué redes sociales se mueve y cuáles son sus intereses, para que así, tu puedas determinar la red social que sea más efectiva para ti y tu negocio.

7. ¿Sirve usar los mismos hashtags en todas las publicaciones?

No, los hashtags siempre hacelos de acuerdo al contenido de tu publicación, tratá de variarlos en la medida de tus posibilidades porque esto ayudará a que tengas más alcance.

8. ¿Los hashtags funcionan solo para optimizar nuestra manera de aparecer en Instagram? ¿O también aplica para Facebook?

Son efectivos en Instagram. Por el tipo de feed y de algoritmos de Facebook los hashtags no tienen tanta relevancia.

W E B I N A R

13. Si quiero destacar un restaurante que tiene muchos atributos, ¿qué puede ser lo más destacable para conseguir clientes?

Dentro de un restaurante, la comida y el servicio va a ser lo más relevante a mostrar.

14. ¿Qué tan útil puede ser contratar un influencer a modo de publicidad para el local gastronómico?

Depende del influencer, de la marca, etc. Lo bueno que te permite digital es que podés hacer mucho ensayo y error y ver qué puede funcionarle mejor a tu negocio. Elige un influencer que represente los valores de tu negocio y que sea relevante para tu público objetivo.

15. ¿Dirías que la información que subimos a las historias también sirve para el feed y viceversa? o hay información que es mejor para historia y otra para el feed?

Es bueno dividir, hay información que es mejor para historia que para el feed. Lo más relevante de las historias es que te permiten interactuar de distintas maneras con tu posible cliente, no solo a través de comentarios o reacciones.

16. ¿Cuántas historias se recomiendan por día? ¿Y si tengo turno mediodía y turno noche? ¿Algún horario? ¿Qué se recomienda?

No hay un número fijo, depende de las pruebas que vayas haciendo, igual que el horario. Por eso es muy importante hacer seguimiento a las estadísticas que se vayan generando. Recomendamos que pruebes comunicando al menos una hora antes de la apertura del turno para llegar a aquellos que están buscando qué pedir

W E B I N A R

17. ¿Tengo que crearme un usuario nuevo en Facebook para crear la fan page de mi restaurante? ¿No puede ser en mi mismo Facebook?

El fan page lo podés crear desde el perfil que desees que administre la página, no es necesario que sea una cuenta particular del negocio.

18. En mi caso somos una empresa de software gastronómico, es más difícil interactuar con los clientes. ¿Qué nos recomendarías?

El cliente siempre va a buscar que le resuelvan las dudas y problemas. Debes entender en dónde se mueven tus clientes e utilizar esos canales para comunicar. Ejemplo: si tu cliente suele buscar información en LinkedIn, crea un perfil de empresa y comunica por ahí.

19. ¿El perfil de IG me conviene tenerlo como cuenta profesional o privada?

Siempre profesional y nunca privado. Si lo tienes privado ¿cómo la gente que no es tu seguidora va a saber lo que hacés?

20. ¿Todos estos consejos también sirven para cuentas de contenido (recetas)?

Sí, claro aplican también para este tipo de cuentas.

21. Si la persona que inició el FB lo hizo con mi nombre personal y lo quiero pasar a el nombre de la empresa, ¿cómo puedo hacer?

Facebook te permite cambiar el nombre de tu cuenta como de una Fan Page dentro de sus opciones. Para cambio de nombre de cuenta, accede a “Configuración y Privacidad”. Tené en consideración que si cambias tu nombre en Facebook, no podrás volver a cambiarlo durante 60 días.



W E B I N A R

22. Tengo 2 páginas de Facebook , una personal y una de venta de comida , ¿cómo hago para que Instagram me relacione la página de comida y no la privada?. Tengo que cambiar la página de Facebook ?

Sí, tenés que cambiarla dentro de las opciones de Facebook y elegir que te relacione la de comida. En la pagina de tu perfil, vas a la seccion "paginas" y ahi vinculás la cuenta a la de comida. Lo puedes hacer incluso más fácil desde Instagram. Entrá a tu configuración en Instagram, y ahí hay una opción que se llama cuentas vinculadas, cuando le des clic a Facebook te va a dar la opción para selccionar si querés que se publique en su perfil personal o en alguna página que tengas vinculada a tu cuenta

23. ¿Siempre conviene tenerlo como cuenta de empresa?

Sí, en Instagram es recomendable para poder acceder a todas las estadísticas.

24. ¿Cómo hago para que me valide mi restaurante?, porque lo mandé para que me ponga el tilde azul pero ya pasaron 2 meses y no me lo autorizan.

Estos procesos siempre son largos, si ves que se demora mucho más contactá directo con Facebook.

25. ¿El Instagram empresa también es gratuito?

Sí, es totalmente gratuito

26. La publicidad paga, ¿siempre es en Facebook?

Podés hacer publicidad también directamente desde Instagram.



W E B I N A R

27. En caso de usar cámara mirrorless, ¿qué tipo de lente recomendarías?

Siempre recomiendo el lente 100 Macro.

28. ¿Cómo elijo un teléfono celular con una cámara razonable sin ir a los más costosos?

Compra el que puedas , si tiene modo retrato mejor.

29. ¿Dónde se pone el telgopor?

Del lado contrario de donde entra la luz.

30. ¿Tiene que tener cierto ángulo el telgopor?

Tiene que rebotar la luz, tenés que darle inclinación para que eso pase.

31. Yo uso espejo en lugar de Telgopor, ¿mejor o peor la elección?

Usa un telgopor mejor, te va a generar menos problemas de reflejos.



W E B I N A R

32. Si nos pega el rayo del sol directo en la escena, ¿es recomendable poner una tela fina que haga de filtro, para evitar que pase el rayo directo pero si la luminosidad?

Si, totalmente!

33. Respecto a los fondos de platos o superficies, ¿conviene que sean negros? ¿con el alimento eso es conveniente?

El Negro también puede quedar muy lindo. Además que el negro da un aspecto muy premium.

34. Tengo una pasterlería y hago muchas tortas personalizadas (con mucho detalle), ¿qué angulo recomendarías utilizar?

Muchos usan el recurso de flat lay, son un tipo de fotos tomadas con altura y que muestran una suma de objetos que dan cuenta de un contexto, puede ser un look, algunos complementos de tu torta que den idea de una situación por ejemplo.

35. ¿El fondo debe ser mate?

Es ideal un fondo que refleje la luz de forma pareja, por eso es mejor utilizar un fondo mate.

36. ¿Qué toma recomendarías para fotografiar vinos?

Es muy importante entender de reflejos antes para hacer tomas de vinos.

W E B I N A R

37. Cómo evitamos que aparezca la sombra de la mano o del aparato en la foto cenital?

Buscá ponerte de alguna manera que no refleje la sombra de la mano, fijate siempre de donde viene la luz y posícionalo del lado opuesto. Una técnica que te puede servir es usar el tergopor y ponerlo del lado opuesto de donde viene la luz.

38. En mi caso, pastelería decorada, con muchas alturas y formas, la fotografía cenital no resulta efectiva. ¿Qué tip (más allá del fondo) se puede tener presente?

Buscá contrastar bien los fondos así vas a tener más destacadas las tortas. Si tenés una torta Naranja, un fondo azul le queda buenísimo, buscá probar colores complementarios. Prueba utilizando la misma materia prima de tu torta para decorar la escena para así darle diferentes texturas, altura y tonalidades a tu fotografía.

39. Sebastian, ¿qué recomendaciones hay al momento de sacar fotos para carros de compra en el canal de venta online?

Recomendamos utilizar fondos blancos para que se vea bien lo que estás vendiendo. Tratar de reflejar solamente lo que incluye el producto ya que si pones más elementos se puede generar una confusión en lo que incluye ese ítem.

40. ¿Algo de composición de cómo posicionar el plato en la toma?

Lo ideal es siempre dejar un costado del plato entero con demasía para que se vea el fondo y crear un clima.

41. ¿Cómo manejas las tomas de comidas heladas?

Para tomas de helados siempre debe ser lo último que se coloca en la toma para que este impecable en la foto. Tené el set listo, así como las luces, focos y layout de todo. Prueba sacando las fotos sin el elemento para lograr tu mejor toma y luego lo incorporas al final.

W E B I N A R

42. Consejos para comidas crudas como Sushi y salmón.

El sushi con fondo negro funciona increíble. Utiliza fondos que generen contraste con la comida que quieres fotografiar, así destaca más el plato. Si tu plato tiene muchos rellenos y colores diferentes, prueba usando fondos lisos para que el plato sea el protagonista.

43. ¿Das cursos de fotografía? ¿Dónde recomendás hacer cursos de fotografía para principiantes?

Cada 2 o 3 meses hago algún curso, buscame en Instagram [@sebastian_isrealit](#) para más información.

44. Consejos para fotos de cuchillos

Comprá un telgopor grande y rebotá el cuchillo hacia el telgopor te vas a sorprender.

45. ¿Algún tip para fotografiar conservas y mermeladas?

Es muy importante el reflejo de los vidrios en los frascos hay que saber manejar esos reflejos y resaltarlos.

46. Si la foto la vas a poner sobre un menú negro, ¿hacés más fuerte la luz para generar contraste?

Cuando saques la foto, utilizá fondos con un fuerte contraste de color para que después lo puedas eliminar digitalmente. Para la foto, preocupate de que resalten bien los colores del plato. Una foto oscura no te servirá ya que no generará contraste con el fondo negro del menú.

¡GRACIAS!

www.unileverfoodsolutions.com



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.