

GUÍA

Pinterest

PARA

PRINCIPIANTES

OLEOSHOP

Guía Pinterest para principiantes

Iníciate en Pinterest y sácale partido

Para muchos, las redes sociales enfocadas a imágenes empiezan y acaban en Instagram. Pero Pinterest tiene funcionalidades únicas, y si la optimizas puedes disponer de un canal único y sorprendente tanto en la comunicación como en la captación, el tráfico y la conversión.

Con este eBook aprenderás:

- Qué es Pinterest
- Los elementos que componen la red
- Qué se puede hacer en Pinterest a nivel de empresa
- Cómo optimizar tableros y pines
- Cómo integrar Pinterest con otros canales
- Cómo medir tus acciones en Pinterest

Si has llegado hasta aquí es porque sabes **que Pinterest existe y quieres utilizar esta red en tu negocio**. A lo mejor, aún no te has planteado usarla, pero al menos te genera interés. Y con este eBook verás que **estás bien encaminado**.

Seguramente ya tengas tu perfil de Facebook de empresa actualizado, tus cuentas de Twitter e Instagram y puede que hasta una página corporativa en LinkedIn. ¿Merece la pena **gestionar más perfiles** de diferentes redes?

La respuesta es: **depende**.

Las redes sociales sólo tienen sentido cuando **cumplen un objetivo estratégico**. Tenerlas por coleccionar iconos en tu web no te aporta absolutamente nada.

Antes de empezar con Pinterest, te animamos a que hagas un rápido balance y te respondas a esta pregunta: **¿me aportan algo cada una de las redes sociales en las que estoy?**

Actualizarlas, nutrir las de contenidos, monitorizarlas... es sinónimo de tiempo y recursos que tienes que estar convencido de que generan algo, ya sea visibilidad, tráfico, branding...

Si alguna red social no lo hace, no debería temblarte el pulso en eliminarla de tu mix o sustituirla por otra red más útil. Si todas suman algo, enhorabuena. Pero **no es una excusa para pasar de largo de Pinterest**.

Vamos a darte unas **claves para que exprimas** la red de la P roja.

Desde luego que esto no es tan sencillo como empezar a subir cualquier foto que tengas por ahí y mirar como sube el tráfico.

Necesitas una serie de pautas, que van desde la calidad de las imágenes a la organización de las colecciones o tableros, pasando por ciertas instrucciones de **etiquetado y enlazado**.

Dicho así parece complicado, pero te aseguro que **es una de las redes más intuitivas** que existen.

¡Sigue leyendo y domina Pinterest!

¿Qué es Pinterest?

Como ya hemos dicho, Pinterest es una red social **basada en imágenes**, que también puede considerarse un especie de "catálogo digital" con un **carácter en gran medida inspirador**.

En Pinterest, el contenido es más el rey de lo que lo ha sido nunca. Mientras que otras redes buscan la interacción entre usuarios, **Pinterest se basa en compartir fotos, vídeos y enlaces**, clasificados en boards o tableros.

Algo así como esos **corchos que colgamos en una pared** con las fotos que nos gustan, pero organizando el contenido por temas en diversos **boards** en un corcho **que no tiene fin**.

EJEMPLO: imaginemos que tenemos **varios intereses distintos**. Así que creamos un board para destinos de vacaciones, otro para decoración del hogar y un tercero para moda. De este modo iremos incorporando las imágenes en colecciones **con un sentido y una coherencia entre sí**.

Pinterest cuenta con una interfaz clara y sencilla. La gestión implica una **curva de aprendizaje menor que otras redes**, sin renunciar a una considerable potencia y versatilidad. Por todo ello, proporciona al usuario una **forma práctica de guardar y organizar imágenes** en una sola página y ayuda a compartir contenido.

En cuanto a su volumen de usuarios, te interesará saber que Pinterest cuenta con más de **150 millones de usuarios activos al mes** (mayoritariamente mujeres).

Lo más interesante es que estos usuarios tienen **un 10% de predisposición más** a realizar compras online y **gastan un 10% más** que los usuarios de otras redes sociales.

Interesante, ¿verdad?

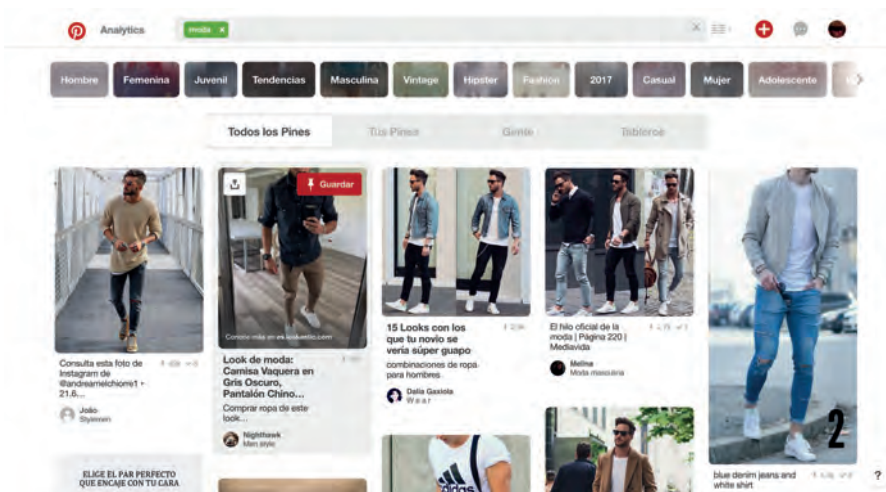
¿Qué podemos hacer con Pinterest?

Ahora que tenemos claro qué es, vamos a ver para qué sirve. Estaría bien **diferenciar entre el uso personal y el corporativo**.

- **Expresar una personalidad** mediante sus intereses y gustos.
- **Buscar ideas** para realizar compras o regalos.
- **Como fuente de inspiración** (abundan temáticas como la decoración, belleza, moda, cocina y, especialmente, todo lo DIY).
- **Tableros colaborativos** entre varios usuarios para recopilar ideas.

El usuario corporativo, por su parte, usará Pinterest para:

- **Mostrar catálogos** o colecciones de productos.
- **Transmitir "estilo de vida"** y añadir contexto a la marca.
- **Utilizar los hashtags** para introducir productos en áreas de interés.
- **Generar tráfico web** al eCommerce
- **Buscar inspiración e inspirar** a sus seguidores



¿Cómo se usa Pinterest?

Para darnos de alta, entramos en [Pinterest](#). Una vez allí, podemos registrarnos a través de una cuenta de correo electrónico y contraseña, o bien mediante nuestra cuenta de Facebook o Google.

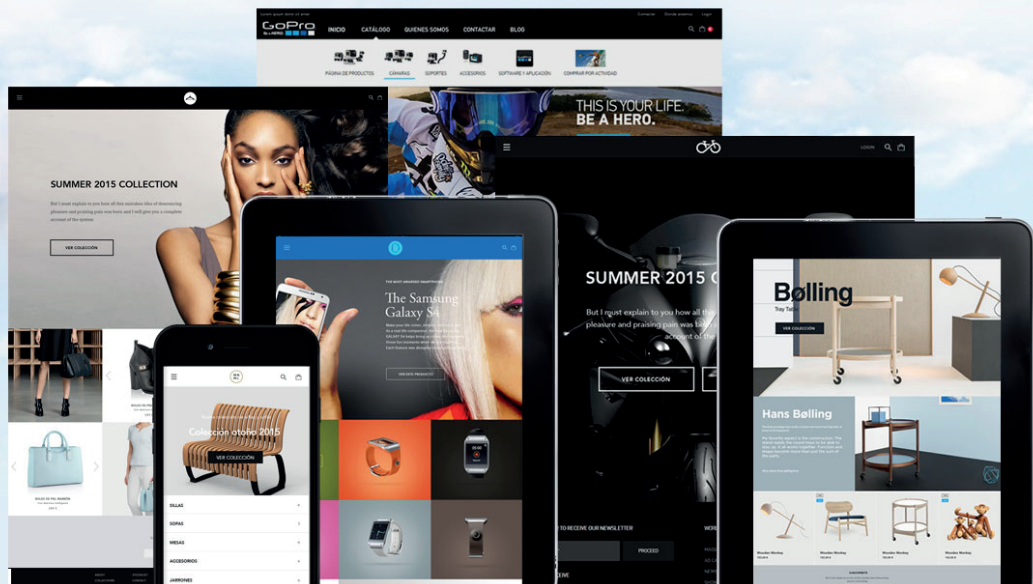
Si optas por el login social, introduce el usuario y la contraseña de Facebook o Google.

Si no estás seguro de usar estas dos redes alternativas con Pinterest, no pasa nada. Puedes darte de alta con **otra dirección de correo electrónico** y decidir más tarde si conectas Facebook a Pinterest.

Crea tu tienda online ahora

Todo lo que necesitas para vender en internet

COMENZAR LA PRUEBA GRATIS



"La plataforma es muy fácil de usar, incluso para alguien que no domine el tema."

Belén de www.aixo.es

"Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad y la facilidad de gestión y el resultado ha sido superior a las expectativas"

Toni Aragón de www.aragaza.com

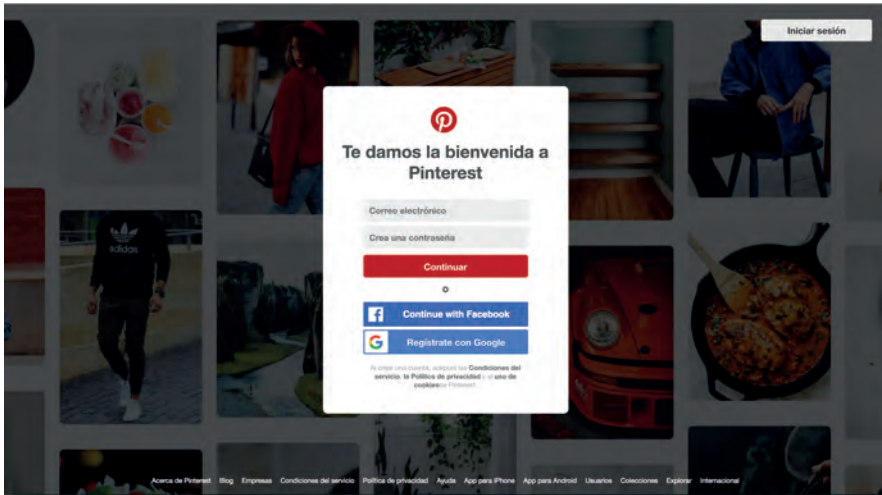
 Microsoft Partner

 PayPal Partner

 Microsoft .NET

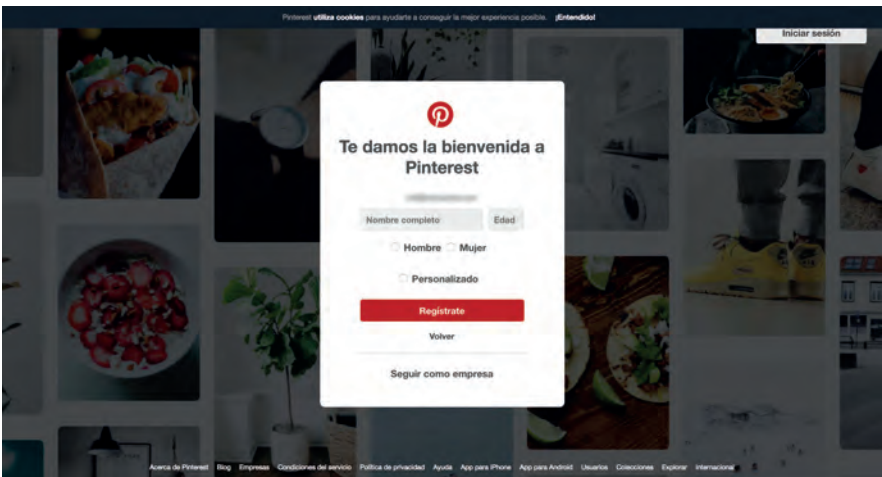
 oleoshop

tu plataforma ecommerce

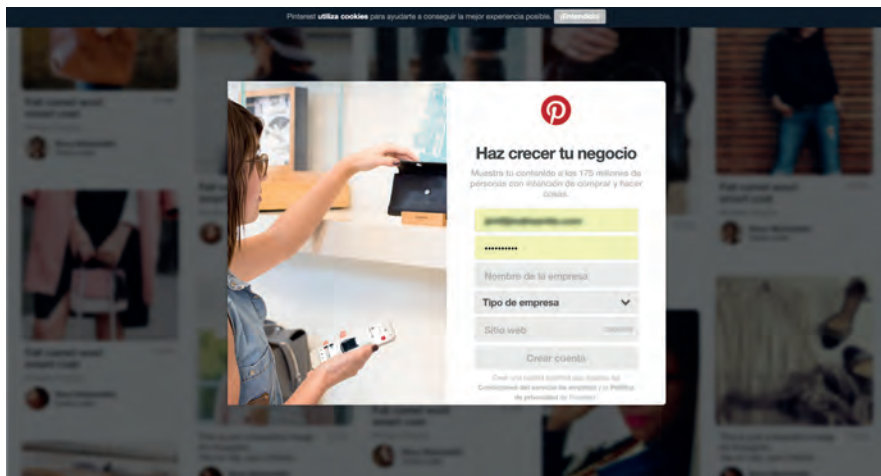


Creas un perfil personal o de empresa

Es muy fácil, tan **sólo te llevará unos segundos**. En el momento en que introduzcas tu correo y contraseña te redirigirá automáticamente a una pantalla en la que elegirás tu **nombre completo, edad y sexo**.



Si lo que quieres es crear un perfil de empresa en Pinterest ve a la opción de abajo del todo: "seguir como empresa" Aquí te pedirá los datos corporativos (nombre, página web..)



También puedes [convertir tu cuenta personal a una cuenta de empresa](#) sin cargarte el trabajo ya hecho. La ventaja de usar una cuenta de empresa es que tendrás acceso al Analytics de Pinterest y podrás monitorizar tus resultados.

Desde el momento en que tu página de empresa esté activa, comenzarás a generar un **histórico de impresiones y usuarios diarios y mensuales**. Ten en cuenta que Pinterest acumula datos a partir del momento en que Analytics comienza a funcionar, es decir, **no lo hace de manera retroactiva**.

Una vez transcurrido el tiempo necesario, empezará a ver estadísticas en tu página de Analytics, a la que puedes acceder directamente una vez logado en este [subdominio](#) o bien clickando en los 3 puntos que aparecen sobre el nombre de tu perfil de Pinterest. Las analíticas ofrecen información sobre 3 parámetros: **tu perfil de Pinterest, tu público y tu web**.

Si vinculas tu sitio web a la página de Pinterest, podrás saber también datos referentes al **rendimiento del contenido de tu site en Pinterest** (por ejemplo qué imágenes de tu página guardan y pinclean los visitantes).

El botón Pin It

Los usuarios de Pinterest pueden [descargar un botón](#) llamado "Pin It" mediante una extensión de navegador.

De esta forma, cuando estén navegando por cualquier sitio web y vean una imagen que quieran compartir en Pinterest, sólo tendrán que hacer clic en el **botón Pin It que se instala en la barra de marcadores del navegador**.

Cuando se hace clic en este botón, se muestran aquellas imágenes que pueden ser subidas a Pinterest directamente y el usuario **escoge en qué tablero** quiere clasificar el contenido.



Botón de Pinterest para el navegador para Chrome

Guarda ideas de la Web con un solo clic.

Consigue nuestro botón para el navegador

Los elementos clave de Pinterest

Hay una serie de **términos que debes conocer** para desenvolverte con agilidad por Pinterest:

- **Pin:** cualquier foto o vídeo subido a Pinterest. Reciben este nombre por seguir el juego de los tableros de corcho. Cada pin es una foto o video "clavado" con una chincheta ("pin" en inglés) en ese tablero. Cada vez que guardemos un pin, lo asociaremos a uno de nuestros tableros.
- **Tableros:** son las colecciones categorizadas en las que incluimos cada pin subido o compartido por un tercero o por nosotros mismos.
- **Hashtag:** al igual que ocurre en otras redes, las etiquetas sirven para añadir una categorización extra a las publicaciones. Además, permiten hacer clic sobre ellas y agrupar temáticamente pins parecidos en grupos, aunque pertenezcan a distintos tableros o usuarios.

Configuración

Al hacer clic sobre tu nombre de usuario o foto de perfil en la barra de herramientas (en el header, arriba a la derecha), **se abrirá un menú** y Pinterest te dirigirá a tu página de perfil.

Aquí podemos editar los datos registrados:

- Dirección de correo electrónico asociada
- Contraseña
- Idioma
- País
- Tipo de empresa. Puedes elegir entre:
 - Profesional
 - Persona pública
 - Medios
 - Marca
 - Tienda minorista
 - Tienda online
 - Negocio local
 - ONG
- Nombre de contacto

The screenshot shows the Pinterest account settings interface. At the top, there is a navigation bar with the Pinterest logo, 'Analytics', a search bar, and utility icons. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Aspectos básicos de la cuenta de empresa', contains a vertical menu with options: Perfil, Notificaciones, Fondo de inicio, Redes sociales, Seguridad, and App. The right column, titled 'Aspectos básicos de la cuenta de empresa', contains the following settings:

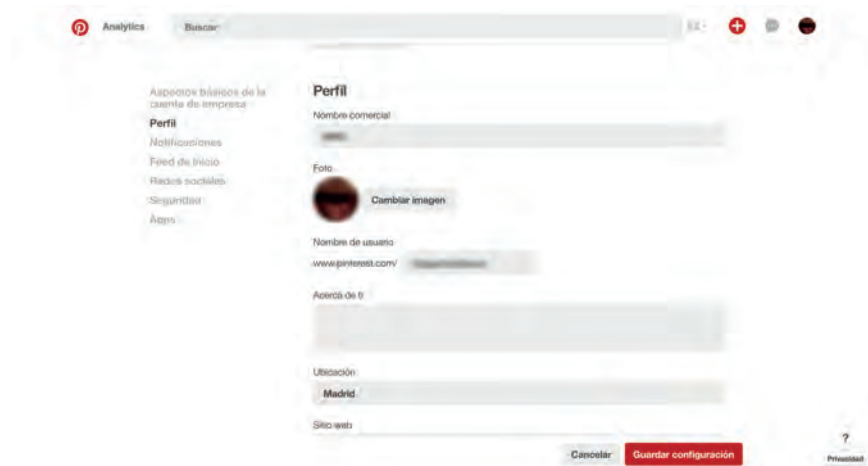
- Dirección de correo electrónico: [Redacted]
- Contraseña: [Redacted] with a 'Cambiar tu contraseña...' link.
- Idioma: 'Español (Américas)' (dropdown arrow)
- País: 'España' (dropdown arrow)
- Tipo de empresa: 'Profesional' (dropdown arrow)
- Nombre de contacto: [Redacted]
- Privacidad de búsqueda: [Redacted]

At the bottom right, there are 'Cancelar' and 'Guardar configuración' buttons. A 'Mi perfil' link is visible in the top right corner, and a 'Configuración' link is visible in the middle right. A 'Ayuda' link is also present. The footer includes the URL 'https://es.pinterest.com/settings', a 'Privacidad' link, and a question mark icon.

En el lateral derecho de la captura puedes ver **otras opciones** de configuración.

Si haces clic en "perfil", accederás a la sección correspondiente. Aquí puedes editar **factores importantes para corporativizar** tu página:

- El nombre comercial de la empresa
- La foto o logo de la empresa
- La URL, que podrás y deberás modificar para que sea algo así como: pinterest.com/mi-empresa.
- Acerca de ti, donde incorporar una pequeña descripción
- Ubicación geográfica
- Web



Sobre las notificaciones no nos extenderemos demasiado. Simplemente decirte que **aquí puedes activar o desactivar los mensajes** que vas a recibir por parte de Pinterest.

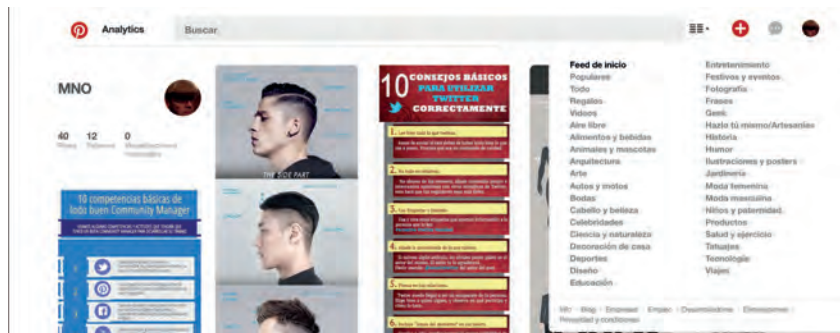
Puedes recibir un email cada vez que alguien guarde uno de tus pines, cuando te siguen o te invitan a un tablero grupal.

Ten en cuenta que si hay un volumen excesivo de notificaciones será difícil de manejar.

Puedes elegir **sobre el feed de inicio** (los pines que se muestran por defecto al acceder a Pinterest), **las redes sociales** que quieres vincular a tu perfil para poder compartir pines y tableros, un listado de dispositivos desde los que te has conectado **para que vigiles la seguridad** y las apps en las que has hecho login usando tu cuenta de Pinterest.

El header

En la parte superior está localizado el menú, **que permanecerá presente siempre** aunque hagas scroll.

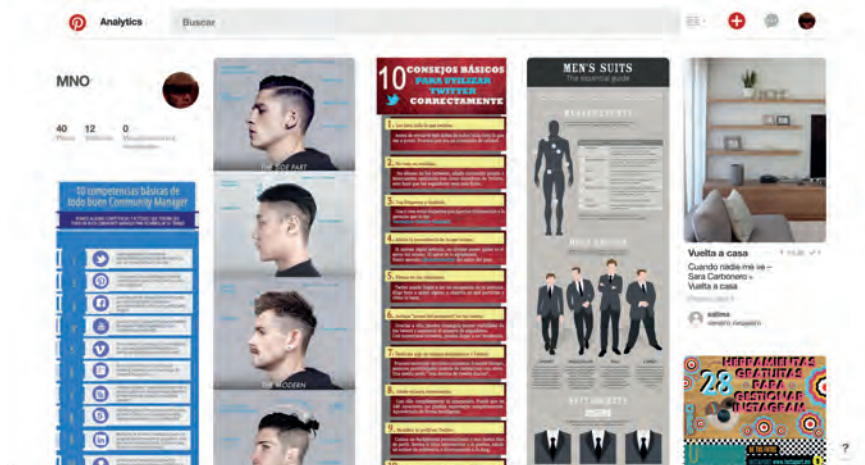


De izquierda a derecha puedes elegir varias opciones:

- El logo y enlace a la home
- El acceso a **la analítica**, que veremos en profundidad más adelante
- **El buscador**, que es importantísimo en Pinterest y en el que también nos extenderemos
- El acceso a los **feeds recomendados por intereses** (y en el footer del desplegable encontrarás el menú más clásico, con el acceso al blog, info y demás)
- El botón "añadir", que te permite subir pines **directamente desde tu disco duro o introduciendo la URL** en la que el recurso está alojado. También te permite escoger un dominio o URL y lista todas las imágenes que podrías convertir en pines.
- Las **notificaciones y actividad reciente**. Aquí verás los avisos de actividad relacionados con tu cuenta (pines, contactos...), además de la bandeja de entrada en la que verás los mensajes directos.
- El acceso al perfil que ya habíamos comentado anteriormente en el punto 7.

La página principal de Pinterest

La página principal de Pinterest **muestra los pines recientes de los pinners o boards que seguimos**. En Pinterest no es necesario solicitar amistad. Podemos seguir a un pinner, o bien sólo alguno de los tableros de ese usuario, si el resto no nos interesan.

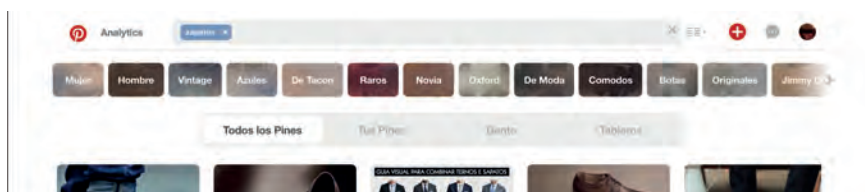


Justo debajo del header, a la izquierda, se encuentra un pequeño **resumen de la cantidad de pines, tableros y visualizaciones** mensuales recibidas.

El buscador

El buscador de Pinterest siempre aparece, en lugar destacado, arriba y bastante centrado. Esto es porque es básico para el funcionamiento de la red.

Aunque es muy sencillo, los resultados que **da son muy amplios**. De una búsqueda que hagas, te propone otras **etiquetas y categorías relacionadas** que pueden interesarte. ¡Aquí es donde los usuarios nos pasamos más horas buscando inspiración!



EJEMPLO: En la captura ves que hemos buscado "zapatos". Las etiquetas que nos sugiere completan la keyword añadiéndole atributos ("zapatos mujer", "zapatos hombre", "zapatos vintage"...).

Se pueden **segmentar estos resultados** en:

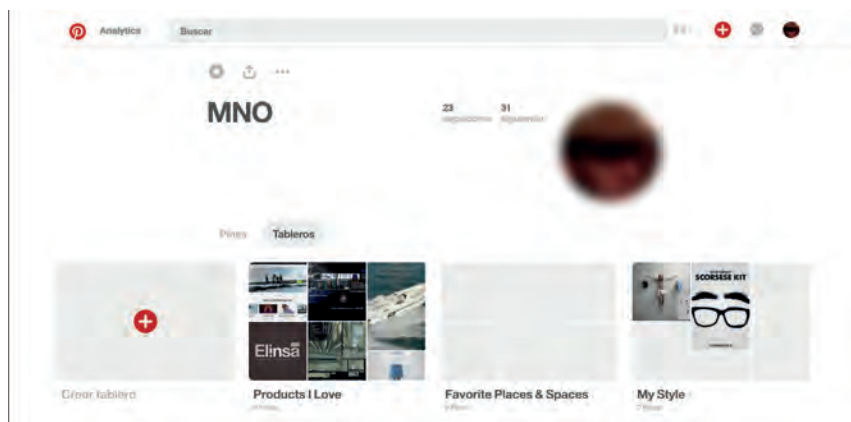
- Resultados de una búsqueda dentro de los pines.
- Resultados de una búsqueda dentro de los nombres de boards o tableros.
- Resultados de una búsqueda dentro de los nombre de los pinner o usuarios

Tableros en Pinterest

Los tableros **son la forma en que organizas el contenido** que subes a Pinterest (pines).

Las personas que lleguen a tu perfil, lo encontrarán **ordenado en tableros**, así que es importante que la distribución de los mismos y la elección de los nombres estén bien realizados.

Puedes **crear boards o tableros de dos formas distintas**. La primera es yendo al menú superior derecho, a tu perfil, y añadiéndolo desde la opción crear tablero (símbolo +).



Esto te permite planificar antes qué contenido quieres subir, y cómo va a estar organizado para que tenga una coherencia.

Otra opción para crearlo es directamente **cuando subimos contenido** en forma de pines, pero siempre con el objetivo de **dirigir tráfico** y generar visualizaciones. Precisamente esta capacidad de dirigir tráfico a un eCommerce o cualquier otro tipo de site desde los boards es **uno de los puntos más fuertes de Pinterest**.

Los tipos de tableros que mejor funcionan como generadores de visitas, pueden categorizarse en 5 grandes tipos:

- **De producto:** si lo que buscas es vender tendrás que **utilizar Pinterest como escaparate** y es importante que coloques allí tu mejor género, los más vendidos, las novedades... además asegúrate de que los enlaces de las fotos **dirigen siempre a donde quieres que dirijan**, sea a un post del blog, sea a una ficha de producto (no a una página/categoría del blog/tienda y mucho menos a la home).
- **Inspiracionales:** estamos ante una red eminentemente inspiracional así que no tengas miedo a crear tableros de Pinterest que **a primera vista no tienen mucho que ver con lo que vendes**, o cuya conexión con tus productos es puramente tangencial o contextual: este tipo de tableros son la puerta de entrada a tu perfil de los usuarios que no te conocen, así que mímalos y cuidalos para que resulten lo más atractivos posible y la gente se anime a entrar y a conocerte.
- **Tendencias y estilo de vida:** es imprescindible que cada temporada crees un tablero que gire alrededor de las tendencias más destacadas aplicadas a tu sector.
- **Boards con contenido de tu blog corporativo:** los tableros centrados única y exclusivamente en los contenidos del blog de marca pueden parecer extraños, pero en realidad tienen todo el sentido del mundo. Si creamos tableros con nuestros productos con la idea de que dirijan tráfico a la tienda online, ¿por qué no hacer lo mismo con nuestro blog de marca?
- **Tableros de guest pinners:** es una manera de llevar un paso más allá la interacción y conexión con los usuarios de Pinterest en forma de intercambios en la creación de tableros en los respectivos perfiles de Pinterest o en forma de invitaciones a crear un tablero para el perfil de la marca.

Al crear un board, nos pide un nombre para el mismo. Intentemos ser originales, pero también **tener mentalidad "buscador"**. Por ejemplo, si lo titulamos "Cosas interesantes" no estarás ofreciendo información que animen a entrar a verlo, ni estarás poniendo ninguna palabra clave.

En cambio, si ponemos "cosas interesantes de fotografía" ya estamos añadiendo muchísima más información, y además **posicionaremos el tablero con la keyword "Fotografía"**.

Podemos añadir el board a una de **las categorías preestablecidas por Pinterest**, para que aparezca si alguien filtra por esas categorías.

Podemos añadir además **una breve descripción** del contenido de ese board (algo muy recomendable) y decidir si es secreto o no. Si lo hacemos secreto, sólo será visible para nosotros y para quien decidamos.

Cabe recordar que, si un tablón lo hacemos público, después no lo podemos convertir en privado.

Oleoshop Radio,

el nuevo canal de podcast **#ecommerce**

Descubre Oleoshop RADIO, un nuevo canal dedicado al ecommerce y al marketing online con artículos, casos de éxito, entrevistas, consejos y trucos para que puedas aprender y aplicarlos en tu tienda online.

Estaremos contigo cada semana en Itunes, Soundcloud y Ivox.

Y si quieres mucho más, tienes cientos de artículos, guías y ebooks totalmente GRATIS en nuestra página web: www.oleoshop.com

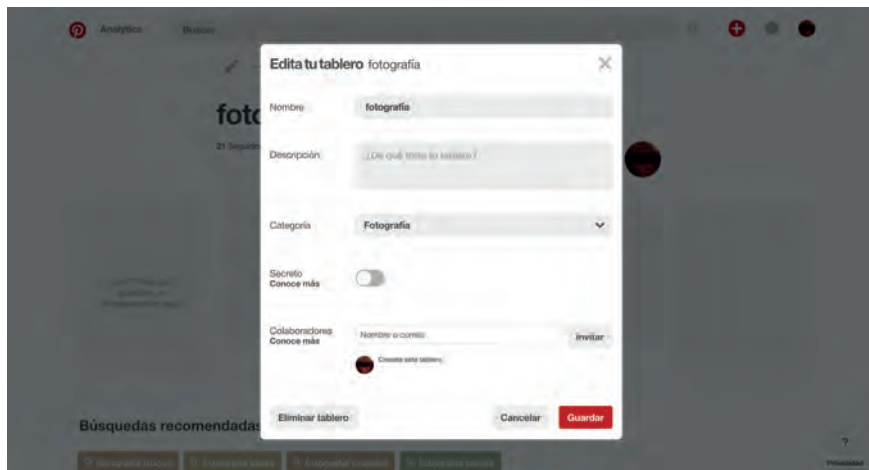


OLEOSHOP
RADIO



tu plataforma ecommerce

Si, una vez creado, quieres **editar el board o tablero**, puedes hacerlo yendo al mismo desde tu perfil y haciendo clic en "edit". Allí podrás editar el título, la descripción y la categoría.



Creando un pin

Ya hemos visto que, desde cualquier sitio en internet, podemos subir una foto a Pinterest con el botón Pin It para tu navegador.

Otras **opciones para subir pins** desde la página de Pinterest:

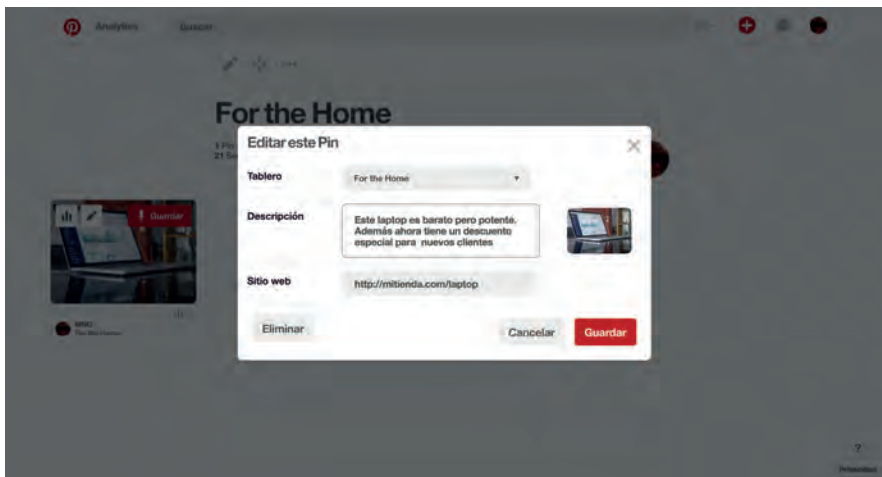
- Si dispones de un archivo en JPG, PNG o GIF desde tu ordenador, **puedes subirlo**.
- Añadir una imagen proporcionando a Pinterest **la URL de la página** donde está situada. Esto sirve, por ejemplo, cuando no estás navegando desde un ordenador donde esté instalado el botón Pin It en el navegador, o está instalado, pero no redirige a tu cuenta de Pinterest.
- Si introduces la URL de un site, automáticamente te mostrará **todas las imágenes disponibles** que puedes convertir en pines.

En ambos casos, Pinterest, una vez subida la imagen, te permite añadir información adicional de esta imagen.

Alguna será obligatoria, como el título, la descripción y el board donde quieres guardarlo.

Es importante que el título, igual que pasaba con el de los boards, contenga alguna palabra clave, es decir palabras por las que la gente buscaría esa imagen. La descripción debería incluir las palabras clave o keywords con un hashtag antes de cada una de ellas.

Tampoco olvides añadir **un enlace a tu página**, a ser posible a la ficha de ese mismo producto o al post de tu blog de donde la has sacado. Si a alguien le despierta el suficiente interés, **ponle todas las facilidades** para comprarlo o llegar al contenido.



Existe un tipo de pines "especiales" para empresas con su cuenta verificada. Son los llamados **pinos enriquecidos**, con información específica:

- **De lugar:** uno de los clásicos de Pinterest es el **pineo de lugares paradisíacos y paisajes maravillosos**. Ahora, gracias a los pines detallados de lugares, puedes saber al instante exactamente dónde está ese sitio mágico y cómo llegar.
- **De producto:** pines con imágenes de productos en los que se incluye información relevante sobre el mismo, principalmente **su precio, su disponibilidad y dónde se puede comprar**.
- **De recetas:** permiten **incluir datos relacionados con la receta en el mismo pin**, como los ingredientes, los tiempos de cocción, para cuántas personas es la receta o un botón de "Hazlo" enlazado a la receta original.
- **De películas:** incluyen información sobre las películas, como por ejemplo **su reparto, su clasificación y sus críticas**. Geniales para los cinéfilos
- **De artículos:** estos pines incluyen el **título del artículo, el autor y un breve extracto del contenido**, para que a los usuarios les resulte más sencillo seleccionar pines de su interés y agruparlos en tableros.
- **De Apps:** incluyen un botón para que los usuarios **puedan descargarse la app asociada** (por el momento este tipo de pines enriquecidos sólo funcionan en el sistema operativo iOS de Apple).

Son pines que **incluyen datos dinámicos** que se actualizan en Pinterest si lo hacen en la web, aportan confianza al venir de una fuente verificada, mejoran la visibilidad y el CTR.

Contenido de otros usuarios o pinner

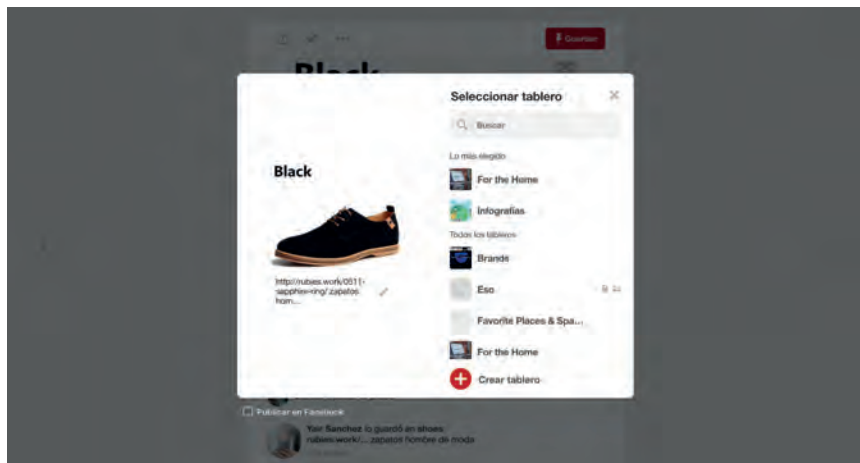
Además de publicar contenido propio, es interesante que cuando estás navegando en Pinterest interactúes con el **contenido publicado por otros pinner**. De hecho, si eres una marca o empresa, lo ideal es mezclar contenido propio con contenido compartido desde otro usuario.

Al fin y al cabo, estamos en una red social y tenemos que compartir y dejar que compartan.



Cuando estamos ante un pin que nos gusta de forma directa, podemos hacer lo siguiente:

- **Compartir:** el primer icono de la izquierda sobre la foto nos permite enviar el pin a través de Twitter, Facebook, Facebook Messenger y a través de un enlace. Además, podemos enviarlo como mensaje privado a otros usuarios de Pinterest.
- **Probado:** como decimos es una red inspiracional. Si nos ha servido para intentar emular lo que vemos en la foto (una receta, manualidad, maquillaje...), podemos decir que lo hemos probado y añadir una foto con un comentario.
- **Otras opciones:** los puntos suspensivos esconden dos opciones. Por un lado puedes denunciar un pin que incumpla las normas de la red social. La otra opción es muy interesante, ya que nos facilita un código que podemos embeber en nuestra página o blog.
- **Guardar:** botón rojo y muy destacado. Esta es la funcionalidad básica de Pinterest. Si hacemos clic en guardar, se abrirá una nueva ventana para elegir el tablero más adecuado.



Otras dos **opciones "extra"** pero muy importantes que son:

- **Comentar:** expresas algo más acerca de lo que esa imagen te evoca o representa para ti.
- **Ir al sitio web:** nos redirige a la web donde se encuentra la imagen. Para ello se utiliza un botón con su correspondiente llamada a la acción.
- **Seguir todo el tablero** en el que se encuentra la imagen.

Enlaces directos

Si en algo destaca Pinterest, es en **la cantidad de tráfico que generamos** desde esta red social hasta nuestras webs, eCommerce, blogs, etc.

Y ello es debido a que, en cada uno de los pins que subimos a Pinterest, podemos **añadir un enlace** de manera que cuando alguien hace clic sobre la imagen y le da a "Sitio web", es **redirigido al sitio web** original de donde procede esa foto. Además, son enlaces con un cierto valor SEO, lo que los hace aún más interesantes.

¿Cómo lo hacemos?

Una vez subido el pin, nos vamos a **editar** el mismo.

Veremos que entonces aparece **el campo "link o fuente"** donde poner la dirección a la que queramos que redirija. Hay que tener en cuenta que, si en lugar de subirlo nosotros, estamos repineando contenido de otros, este link es posible que **ya esté puesto por el autor original**. En este caso, es mejor dejarlo tal y como está, por cortesía.

Integración con otros canales

Es interesante, para cualquier marca, decir a los visitantes en su web que también está en Pinterest. Desde pinterest.com/about/goodies podemos encontrar el botón de "Pin It" para insertar en nuestra web o blog.

Analítica

Como decimos a menudo, es tan importante ser activo en redes sociales como analizar los resultados de nuestras acciones. Accede a la [herramienta de analítica](#) si tienes una **página profesional en Pinterest** y ya tienes la web verificada, puedes tener estadísticas de tu cuenta de Pinterest y sacarle un mejor provecho. [Aprende cómo hacerlo aquí](#).

Entre otras cosas, muestra el **número de personas que han pinado contenidos** de una página, la cifra de previsualizaciones que tiene cada pin o los visitantes que ha tenido y que han sido redirigidos a una web que procedían de Pinterest.

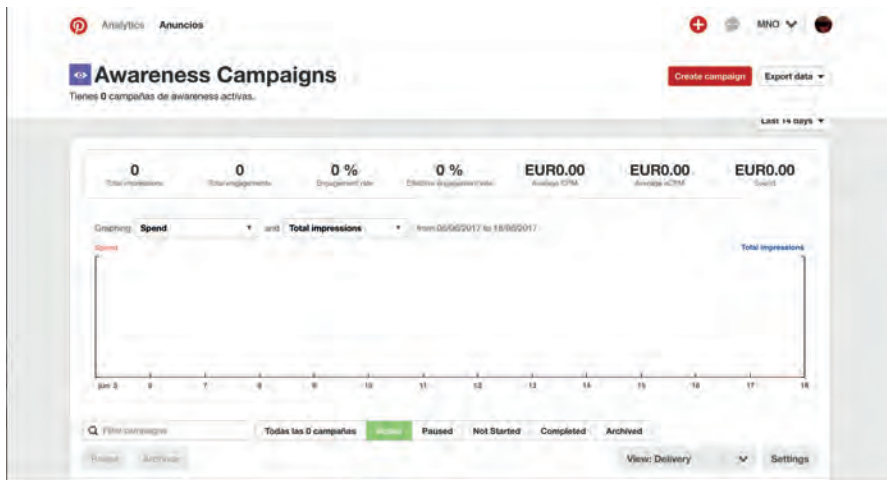
Además te recomendamos que **utilices UTM para etiquetar los enlaces**, de esta forma podrás tener un control aún más exhaustivo.

Publicidad

Sí, en Pinterest también hay publicidad. La mala noticia es que **aún no está disponible en España**.

En Estados Unidos, Canadá, Australia o incluso Irlanda ya pueden utilizar **los pines promocionados** para conseguir distintos objetivos:

- **Branding:** un pin promocionado en los lugares más destacados de la red.
- **Promoción de pines:** para conseguir engagement (zoom, clicks, repines, compartir...)
- **Tráfico web:** derivar tráfico de la red social a nuestro sitio web pagando por clic.
- Incrementar el número de instalaciones de una App.



Conclusiones

Si quieres que tu tienda online también tenga presencia en Pinterest, recuerda que:

- **Mejorará tu tráfico web muchísimo**, siempre y cuando las fotos (tableros) que cuelgues sean de calidad e inspiren a los usuarios.
- Si los usuarios responden bien a tu actividad en Pinterest, esto podrá generarte un **aumento de las ventas** de tu tienda online.
- Descarga e **instala el botón "Pin It"** en tu navegador habitual para una mayor comodidad a la hora de compartir pines.
- Es importante añadir **título, descripción, hashtags y enlace directo** a la tienda online o blog en cada pin que cuelgues.
- No te limites a colgar pines, **interactúa con tu comunidad**, sigue tableros y personas de tu sector, comparte y sé activo para tener una mayor visibilidad.
- **Analiza tus acciones** para evaluar la tendencia de crecimiento de tu marca en esta red social de fotografía.

Ahora que ya conoces los básicos de Pinterest, es momento de ponerse manos a la obra. Abre tu cuenta y empieza pinear, ienseguida verás resultados!