

# GUÍA

*Pinterest*

PARA USUARIOS

**AVANZADOS**

OLEOSHOP

# Guía Pinterest para Usuarios Avanzados

## Cómo estar en Pinterest de manera profesional

No cometas el error de pensar que Pinterest es simple y que sólo consiste en colgar cosas bonitas. Puedes estar en esta red social con estrategias realmente complejas que le **traerán muchos beneficios a tu marketing online.**

### Con este eBook aprenderás:

- Cómo optimizar tu perfil de empresa en Pinterest
- Qué publicaciones funcionan mejor
- Cómo mejorar tu alcance orgánico
- De qué manera puedes enviar tráfico a tu página
- Ejemplos de buenas prácticas que te inspirarán a hacerlo bien

Después de nuestro Guía Pinterest para Principiantes, el paso obligatorio es esta **Guía Pinterest para Usuarios Avanzados**.

En ella, no te explicaremos cómo se publica en Pinterest o cómo se crea un tablero. Queremos ir más allá y darte algunas soluciones e ideas para **potenciar al máximo las posibilidades que Pinterest te puede llegar a ofrecer**, ya sea tu empresa pequeña o grande.

Puede que Pinterest **no tenga el carácter masivo de Facebook o Instagram**, e incluso que su crecimiento se haya ralentizado.

No obstante, estamos hablando de una red que despierta el interés de **158 millones de usuarios que están activos cada mes**, compartiendo, publicando, planificando... y **comprando**.

Y es que algunos estudios, como el de **Millward Brown**, sostienen que el 87% de los usuarios activos encuestados reconoció que **Pinterest influyó en las compras** que realizaron en los últimos 6 meses.

Pinterest cuenta con una segmentación muy interesante si nos dirigimos **a un público mayoritariamente femenino** interesado en áreas como la alimentación, hogar y decoración, y moda y viajes.

Con esta guía podrás **augmentar el alcance orgánico** de tus publicaciones en la propia red social y también **el tráfico dirigido hacia tu web** a través de pines y tableros.

Así que sigue leyendo y potencia al máximo tu cuenta de empresa

## Por qué hacer tus acciones desde un Pinterest de empresa

Si aún no has dado el salto a una cuenta de empresa, este es el primer paso que tienes que dar. La principal razón, además de una cuestión de branding, es que gracias a esto podrás tener **acceso a las estadísticas**, y sin ellas no podrías ser eficientes al 100% en Pinterest.

## #1 – Cómo pasar a una cuenta de empresa

Si ya estás operando con un perfil personal, no hace falta que te crees uno profesional desde cero.

Simplemente ve a tu perfil actual y, pulsando sobre los puntos suspensivos que figuran junto al engranaje y el icono de compartir, selecciona la opción: "**Cambiar a una cuenta empresa**".

Es un **paso básico pero imprescindible** para sacarle partido a este eBook y a Pinterest de manera corporativa.



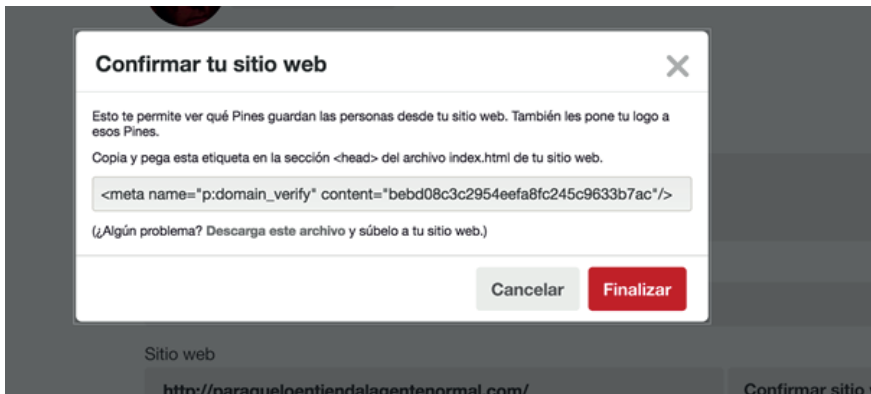
## #2 – Verifica tu perfil

Es una recomendación que es casi una obligación. Sólo te llevará un momento y tu marca resultará mucho más sólida. Pero es que, además, **se añadirá tu foto de perfil a todos los pines que se generen desde tu sitio web.**

Para ello sólo tienes que acceder a tu perfil, ir a la Configuración pinchando en la rueda dentada, **introducir tu sitio web** y pulsar sobre Confirmar.

Llegados a este punto tienes 2 opciones:

- Introducir una **meta-etiqueta** en el código del head de tu página (puedes copiarla desde aquí).
- Descargar un **archivo HTML** y subirlo directamente al directorio raíz de tu web.



# 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](http://www.oleoshop.com)



OLEOSHOP  
RADIO



*tu plataforma ecommerce*

## #3 – Usuario y descripción

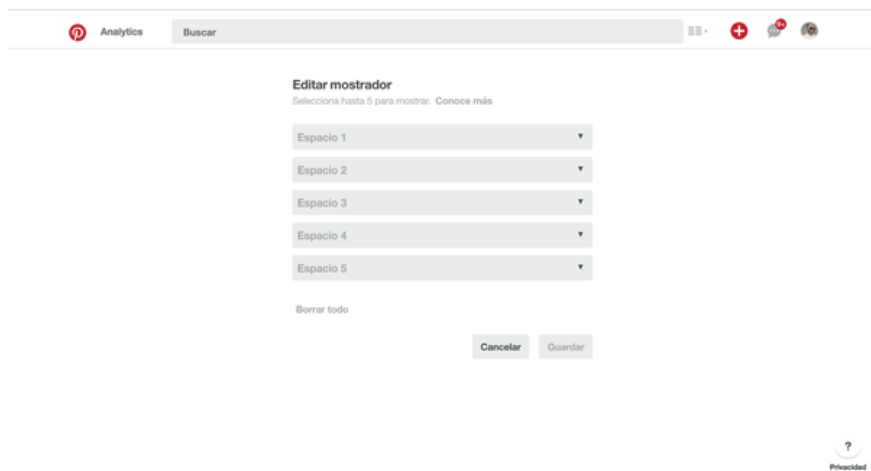
Es imprescindible que los usuarios puedan encontrarte y reconocerte. Utiliza tu logo como imagen de perfil y tu nombre de marca. De ser posible, **mantén un mismo nombre en todas las redes sociales** y sus URLs para resultar consistente.

Ojo con las keywords: recuerda que, además de para el SEO, sirven para que el usuario sea **capaz de identificar la función de tu empresa**. Sólo tienes 160 caracteres para la descripción, así que aprovéchalos para condensar tu propuesta de valor.

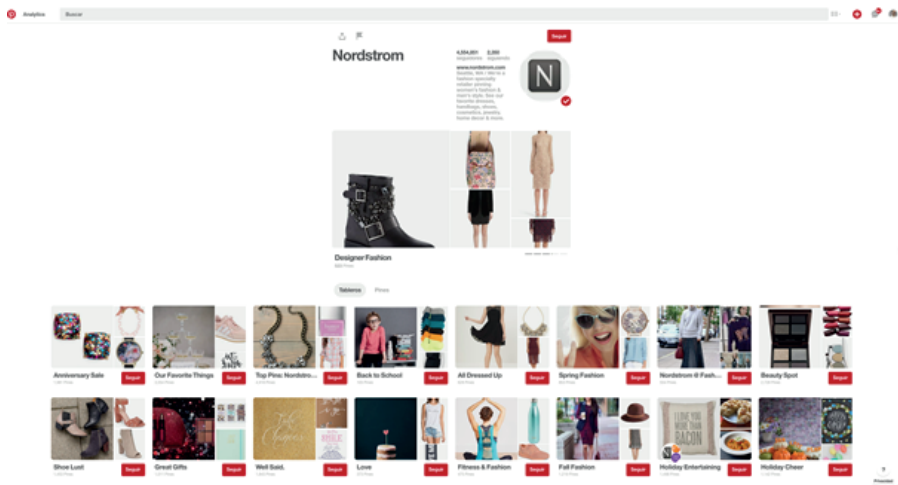
## #4 – Utiliza un slider Showcase

Cuando alguien accede a tu perfil profesional, lo primero que ve es tu nombre, foto de perfil y descripción. Bajo estos campos, se disponen los tableros en una retícula. Pero... **¿sabías que puedes utilizar un slideshow con diferentes tableros?**

Es lo que Pinterest llama **Showcase** ("mostrador" en castellano).



Sólo tienes que acceder a [pinterest.com/showcase/settings](https://pinterest.com/showcase/settings) y seleccionar los 5 tableros que quieras destacar especialmente. Inmediatamente **tu perfil contará con este slider** que se verá sobre los tableros.



## Creando y optimizando tableros

Como ya sabes, los tableros son colecciones de pines, pero también son mucho más.

Podemos verlos como **unidades estratégicas**, ya que cada uno tiene que estar optimizado, no tanto para un producto como para una intención de búsqueda.

Deben ser consistentes, con un eje argumental claro y un **cierto aire inspirador/evocador** que resuma el beneficio para el cliente.

Además, puedes utilizar **tableros específicos** para novedades/más vendidos, inspiradores, tendencias, contenido 100% branded o, directamente, contenido del blog.

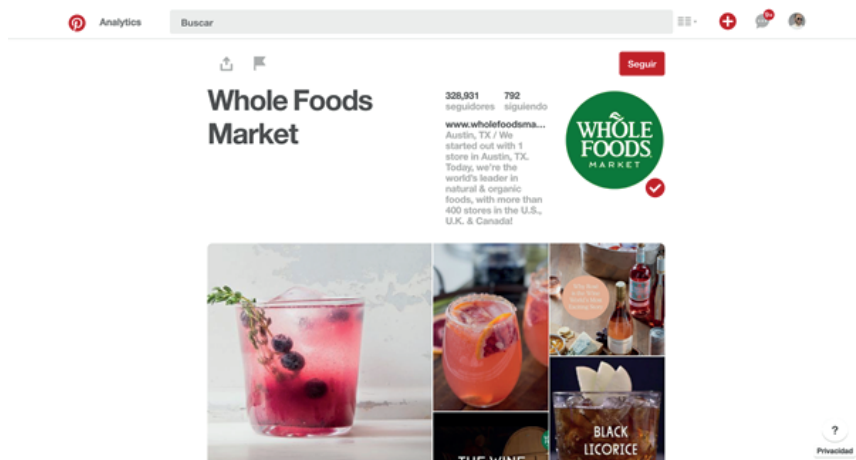
Aprende más sobre [tableros que dirigen tráfico y ventas](#), y asegúrate de que en tu perfil tienes al menos uno de cada.

**EJEMPLO:** [Whole Foods](#) es una cadena de supermercados saludables (recientemente adquirida por Amazon, para que te hagas una idea de cómo funcionan). Son un supermercado, sí, pero en su perfil **no encontrarás tableros con nombres como: "lácteos" o "pescados"**.

Han dado una vuelta inteligente y **venden los productos desde tableros de recetas** con nombres como: "Recetas para el día de la madre", "Recetas para la dieta Paleo" o "Belleza natural y cabello".

Si te fijas han ido **directos a la línea de flotación de gran parte de su target**, pero entendiendo a la perfección el canal que utilizan.

Llegan con sus productos a los principales **topics por tráfico en interés** (foodies, belleza, DIY..) pero, además, han creado otros tableros para llegar a los temas que se les pueden escapar aunque estén relacionados sólo de manera relativa, como el tablero de Cocinas Inspiradoras o de Bodas DIY.



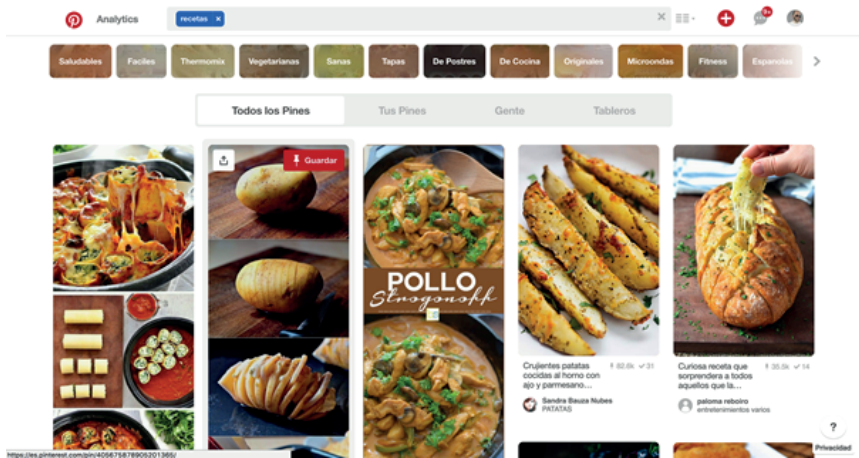
Un trabajo genial que puedes copiar y orientar a tu modelo de negocio. Parece que a los **más de 300.000 seguidores** de Whole Foods les gusta, y no sabemos que cantidad de tráfico les puede estar generando, pero **seguro que no es una cifra nada desdeñable**.

## Optimizando los tableros para SEO

Es recomendable que **hagas una investigación de palabras clave** antes de fijar los nombres de los tableros. Así te asegurarás de estar utilizando las keywords más oportunas.

Para esto es **genial el buscador de Pinterest**. Imagina en el caso de Whole Foods: buscando recetas ya tienes algunas sugerencias sin llegar a pulsar Enter. Pero **si lo haces aún obtendrás más ideas**. Fíjate en esas cajitas que aparecen debajo de la barra de búsqueda.





Y recuerda:

- Descripciones **lo más detalladas** posible.
- Incluir unos **25-30 pines** por tablero.
- Siempre que puedas, **comparte pines de terceros** (es bueno darle importancia a los usuarios).

## Usando tableros colaborativos

Son una forma genial de **generar tráfico, seguidores y engagement**. Estar presente en este tipo de tableros te ayudará a aumentar el tráfico referido a tu página web aumentando el alcance potencial de las publicaciones.

TIP PRO: Puedes utilizar una herramienta muy útil llamada **Pingroupie**, que te permite localizar los **diferentes tableros grupales** para determinados temas.

Title	Category	Pins	Collaborators	Followers	Last Crawl
HEALTHY RECIPES (Closed Group Board)	food_drink	12225	248	5175	1 hour ago
Trading Healthy Recipes	food_drink	8797	196	11692	3 months ago
Healthy Recipes	food_drink	2817	194	4684	3 months ago
-Healthy Recipes-	food_drink	2642	175	6417	3 months ago
Healthy Recipes	food_drink	8005	133	18777	3 months ago
Best Healthy Recipes & Nutrition Articles	food_drink	7870	123	10606	1 month ago
Bloggers' Best Healthy Recipes	food_drink	92401	122	100454	3 months ago
BRG's Best Healthy Recipes	food_drink	39227	117	998673	3 months ago
Healthy Recipes	food_drink	337	104	578	3 months ago
Healthy Recipes	food_drink	3620	101	3198	3 months ago
Nourishing Healthy Recipes	food_drink	9812	79	19335	2 months ago
Healthy Recipes Group Board	food_drink	5119	71	3140	1 month ago
Best Of Healthy Recipes	food_drink	407	63	5650	2 months ago
Your Favorite Healthy Recipes	food_drink	19789	59	134723	1 month ago
Healthy Recipes to Refuel your Body!	food_drink	338	51	3547	1 month ago

Luego vendrá lo "complicado", que es **conseguir que nos acepten como colaboradores**. Para ello tienes que **pedirlo a través de un comentario** en uno de sus pines. Recuerda citar usando el arroba para que se le notifique tu comentario.

Como consejo, te diríamos que sigas al propietario del tablero y a alguno de los seguidores de ese mismo tablero. Si el contenido que publicas es de calidad, seguro **que vas a conseguir que te acepten** en muchos de ellos.

## Creando y optimizando pines

Ahora que tenemos optimizados nuestros tableros, llega el momento de poner el foco en el **otro aspecto básico**: los pines.

Cuando publicamos un nuevo contenido en Pinterest y lo hacemos **desde una perspectiva de negocio**, buscamos:

- Potenciar el **engagement** o hacer crecer la comunidad y el alcance de nuestras publicaciones a través de la interacción.
- Aumentar el **brand awareness** construyendo una marca sólida, que sea reconocible y tenga un buen posicionamiento.
- Generar **tráfico y conversiones**: en realidad, este es el fin último de casi todas las estrategias de marketing online.

Para conseguir estos objetivos, es muy interesante conocer bien a nuestro target y, de este modo, **asociarnos a un determinado lifestyle**.

Pinterest es una red social **eminentemente inspiradora**, los usuarios recurren a ella buscando una experiencia gratificante. Y si nuestra **marca se asocia a ese modelo aspiracional** como un elemento más, estaremos entrando en la mente del usuario como un **elemento propio de esa experiencia que busca**.

Otro de los vehículos para lograr nuestras metas es **contar historias**. Todo lo que nos permita utilizar elementos como las fotografías o el vídeo **es una herramienta de storytelling**.

Los usuarios persiguen exactamente eso: **historias evocadoras o emocionantes**. Tenemos que **llevarles a la venta desde la narración** porque, en ese momento, no están exactamente en "modo compra".

Técnicamente, tus pines deben ser:

- **Verticales en la medida de lo posible**. Piensa que los dispositivos móviles tienen una altísima cuota de mercado y, precisamente en ellos, el formato apaisado no funciona.
- Utiliza imágenes que **aporten contexto y estilo de vida**, haz que el usuario se proyecte a sí mismo en la fotografía que observan.
- **Lo más descriptivos** de lo que seamos capaces. Esto implica desde los títulos a las descripciones. No olvides probar un texto sobre la imagen, a veces una llamada a la acción incrustada funciona de maravilla.
- Céntrate en un solo producto y **enlaza a la landing más similar**: de este modo harás que la atención del usuario no se disperse y no pierda el rastro del artículo.
- Nunca te olvides del **branding** e intenta que tu imagen esté siempre presente.

## Rich pins o pines detallados

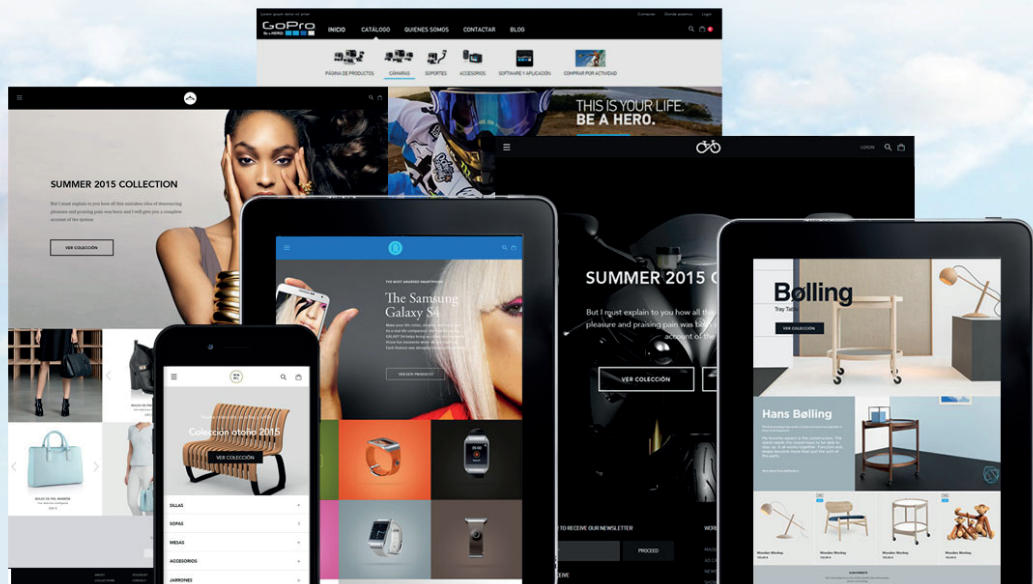
Si no conoces los pines detallados, puede que te estés perdiendo una de las características perfectas que **Pinterest tiene para tu negocio**.

Se trata de pines con una información adicional que se agrega **a través de meta-etiquetas**. Estos datos se dividen en:

# 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](http://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](http://www.aragaza.com)

 Microsoft Partner

 PayPal Partner

 Microsoft .NET

  
oleoshop

tu plataforma ecommerce

- **Rich pins de producto:** incluyen precio, disponibilidad de stock y un enlace para comprar directamente el producto en tu tienda.
- **Rich pins de app:** gracias a estos pines, se puede descargar una aplicación directamente sin abandonar la red social.
- **Rich pins de lugar:** añade detalles de localización a fotos de paisajes o entornos.
- **Rich pins de recetas:** todo el listado de ingredientes perfectamente organizado, tiempos de cocción, ingredientes necesarios y enlace a la receta original.
- **Rich pins de artículos:** geniales para blogs y medios, ya que gracias a ellos se pueden añadir datos sobre el autor, la fecha de publicación, tema del artículo...
- **Rich pins de películas:** similares a los de artículos, pero especialmente preparados para el cine, con sinopsis, reparto, productora, fecha de estreno...

La implementación es bastante sencilla, pero si necesitas más información puedes consultar este detallado post sobre [pines enriquecidos](#) que publicamos en nuestro blog. Por cierto, cuando los crees [puedes validarlos aquí](#) para asegurarte de que funcionan debidamente.

## Integrando Pinterest en nuestro eCommerce

Si vas a hacer una apuesta decidida por Pinterest, necesitas **potenciar su integración al máximo con la experiencia de compra** y, en definitiva, con tu site.

**TIP PRO:** Puedes **generar tus propios botones** para seguir tus tableros y guardar tus pines a través del [portal para desarrolladores de Pinterest](#).

Aquí también puedes personalizar y obtener los códigos **para embeber pines, tableros y perfiles** en cualquier lugar de tu web. Esto es genial para incluirlos en un footer o el sidebar de un blog.

Además de esto, que es bastante sencillo, nuestro equipo de desarrollo **tiene acceso a la API** para poder hacer aplicaciones a medida con desarrollos e integraciones avanzadas como la creación automática de pines, el seguimiento de otros usuarios automáticamente... Así que si necesitas algo más a medida y utilizas Oleoshop, sólo tienes que llamarnos.

## Ejemplos inspiradores

Decimos inspiradores porque "copiables" suena un poco más feo, pero no hay nada de malo **en replicar lo que funciona**.

## #1 – L.L. Bean: el estilo de vida

Si hablamos de inspiración, nos parece muy remarcable el estupendo trabajo que hace [L.L. Bean](#) en Pinterest. Se trata de una **tienda de ropa y equipamiento de exterior**, deportes de aventura y demás.

Cierran su descripción con un prometedor "Discover something fun with us", no un "Compra en nuestra tienda online". Tú diviértete con nosotros y luego ya compra si lo consideras.

Algunos de sus tablonos tienen títulos como: "Camping", "Llévame a pescar", "Bienvenido a casa"... y son **fotografías de cualquiera que podría ser un cliente** desarrollando una actividad asociada a sus productos.

## #2 – Whole Foods: usando el vídeo y apostando por la comunidad

Ya hemos hablado largo y tendido de Whole Foods cuando comentábamos su **estrategia de creación de tableros**, pero no te pierdas tampoco su contenido.

Especialmente interesante nos parece el uso que hacen del vídeo, **creando recetas visualmente muy atractivas** y que están convenientemente enlazadas a las que publican en su blog (o en páginas de terceros, ya que no tienen ningún problema en difundir contenido de otros pineadores).



Guardar

## Try the Trend: Wellness Tonics



Artículo de  
Whole Foods Market

Leerlo

When all your favorite friends are more likely to be seen at an edgy Friday night Spin class than at the nightclub, it's only natural that the coolest drinks are health-supportive, not... **Más**

Publicado 13 de enero de 2017  
Escrito por Meirav Devash



Whole Foods Market lo guardó en **Healthy Recipes & Tips**  
Ginger Baobab Tonic // Refreshing and soothing, cold and bubbly. Particularly great if you're ... well ... not feeling so great.

Comentarios

Si quieres aprender más sobre el uso del **video marketing** en tu tienda online, [no te pierdas esta serie](#).

## #3 – About.com: generando tráfico con rich pins

Cuando te decíamos que los pines enriquecidos funcionan no era porque sí. Mira este caso que comparte el propio Pinterest en su blog.

Según ellos dicen, llegaron a **incrementar un 40% el tráfico** referido desde Pinterest a su eCommerce en la primera semana, **llegando a un 70% con el paso del tiempo**.

Basaron su estrategia en 3 tipos de contenido:

- **Evergreen:** contenido que no está sujeto a una caducidad ni a una estacionalidad ya que es de consulta consistente en el tiempo. [Tienes una definición completa aquí](#).
- **Estacional:** esa información que es relevante durante 30-60 días al año (verano, Navidad...).
- **Tendencia:** contenido asociado a la actualidad.

Para que te hagas una idea: un artículo sobre cómo arreglar una cremallera obtuvo **700.000 repines**, que se dice pronto.

Ofrece **información de valor y promuévela**, los resultados se notan en un medio-corto plazo.

## Conclusión

No te ciegues con otras redes, o a menos, no lo hagas hasta que le hayas dado una oportunidad a Pinterest, porque es **absolutamente genial para eCommerce**.

Además de un portal muy bien diseñado y con una gran usabilidad, esta red cuenta con **una aplicación móvil sobresaliente**. Con lo que es una manera muy inteligente de captar tráfico desde esos dispositivos que cada vez tienen más y más peso.

Ahora ya dominas Pinterest a nivel avanzado, ¿estás preparado para dejarte impresionar por los resultados de esta red social? ¡Ponte a ello!