

EJEMPLO DE CÓMO UTILIZAR UNA PALETA DE COLORES DEFINIDA EN LAS REDES SOCIALES

El siguiente ejemplo es de L'estudi, una academia privada que ofrece grupos para repasar lo hecho en clase, así como estimulación a edades tempranas y otros métodos para hacer matemáticas. Su estrategia a través de Instagram es bastante sencilla, pero efectiva.



La mayoría de sus posts son sencillos, un fondo claro y una sola frase encima que resume el mensaje. Es importante comprobar que la mayor parte de sus posts son bobinas, que son más dinámicas y fáciles de seguir. Los mensajes son directos y claros, mostrando los hechos y apelando al interés del cliente, que tiene poca información.



En el correo hay algunas informaciones, como los precios y la dirección de la academia. Algo importante que se añade en todas las publicaciones es el logotipo de la academia. Esto apela al subconsciente, ya que el cliente puede recordar el logotipo y relacionarlo con la academia.

1

2

3

4

5



1 Reel: bright, clear, all the video with the same background, only changing the information.

2 Opciones del carrete: Posibilidad de denunciar el carrete, de verlo solo, de compartirlo, de incrustarlo, de incrustarlo o de anularlo todo. También existe la posibilidad de seguir la cuenta.

3 Centro del rollo: Comienza con un mensaje directo sobre las actividades que se pueden hacer en la academia, incluyendo su logotipo como parte de la pregunta. A lo largo de la bobina, se puede ver esta idea de unidad de los sujetos, todo se hace en el mismo lugar y al mismo tiempo están sucediendo cosas diferentes.

4 Texto: frases sencillas y concretas, con el objetivo de dar la máxima información sin una gran extensión y complejidad. Contiene algunos emojis, para restarle seriedad y destacar algunas frases y palabras que la academia quiere que el cliente recuerde.

5 Opciones de Instagram: la persona que ve la publicación puede gustar, comentar, enviar o guardar la publicación, como cualquier otra publicación que pueda aparecer de una cuenta que esa persona sigue. Si hay más ahorros o likes, el algoritmo entiende que la persona está interesada en eso y mostrará más posts.

Más ejemplos de este tipo de post en las redes sociales

