



easypromos

Guía para hacer un Sorteo en Instagram profesional



Contenidos

Introducción

1. Planifica tu estrategia

- ¿Engagement o UGC?
- Trabajando con los comentarios
- Cómo impactar al cliente ideal

2. Diseña tu publicación

- Cómo crear el contenido
- Sorteos seguros para la marca
- Utilización de posts promocionados
- 10 formas de utilizar Stories

3. Ofrece valor añadido

- Sorteo y control de calidad
- Cómo personalizar los premios
- Viraliza el resultado del sorteo

4. Seguimiento y respuesta

- Cómo medir el ROI de tu sorteo

Conclusiones

Sobre la autora

INTRODUCCIÓN

Cada vez más empresas y marcas se están introduciendo en Instagram, aunque Facebook continúa liderando el interés de los negocios. El uso de Instagram como canal de difusión de las marcas se está produciendo de forma muy rápida.

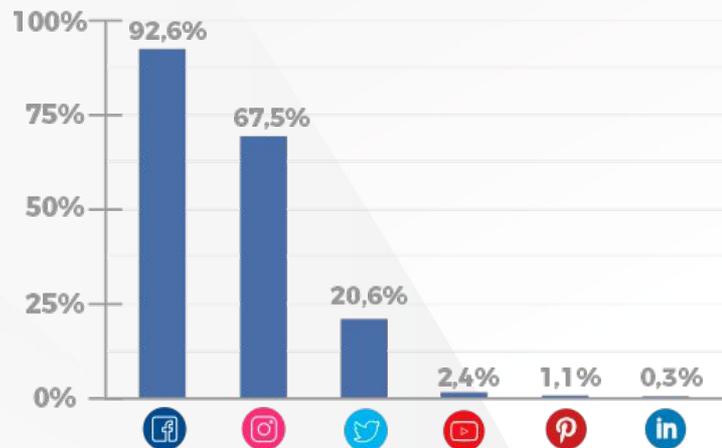
- 80% de los 800 millones de usuarios de Instagram visita perfiles de marca cada día¹.
- 70% de los marketers consideran Instagram una plataforma esencial².
- Los sorteos en Instagram hacen crecer las audiencias de las marcas en esta red un 70% más rápido que otros métodos³.

A continuación analizaremos de forma detallada los beneficios de los sorteos en Instagram.

%

PORCENTAJE DE MARCAS QUE UTILIZAN ESA RED SOCIAL PARA SUS SORTEOS

easypromos



Fuente: Encuesta realizada por Easypromos en noviembre 2018

Planifica tu estrategia

01

ENGAGEMENT O CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO

El primer paso, antes incluso de planificar tu campaña en Instagram, es saber qué objetivo pretendes conseguir.

La mayoría de las marcas organiza sorteos en Instagram por una de las siguientes razones:

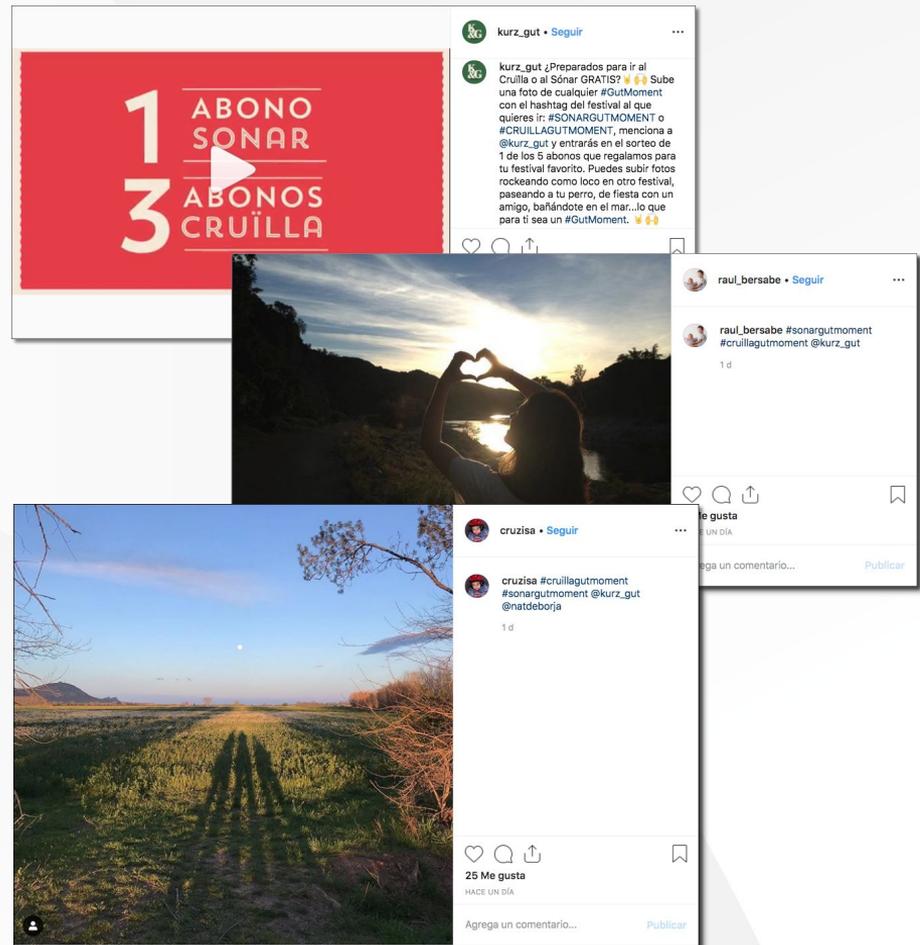
1. Obtener más engagement.
2. Conseguir contenido generado por el usuario (UGC).

Engagement es cuando la gente habla e interactúa con tu marca en tu perfil social. Es una **forma de empezar una conversación** y trabajar una relación con tu público objetivo. Puedes utilizar el engagement para conseguir feedback de tu público, seguir a tus leads y fidelizar a tus clientes durante todo el buyer's journey.

El contenido generado por el usuario es cuando la gente, activamente, empieza a **compartir sus propias fotos y vídeos relacionados con tu marca**. Es como si te hicieran publicidad gratuita, o sea, se transforman en embajadores de la marca y difunden con fotos y vídeos tu producto de forma espontánea.

Como puedes imaginar, el contenido generado por el usuario (UGC) es una vía fantástica para obtener más difusión de marca. El punto en contra es que hasta que no tienes una comunidad activa y enganchada a tu perfil, es muy difícil que se genere este contenido y puedas recogerlo.

Así pues, primero debes trabajar en crear tu comunidad de la marca en Instagram promoviendo las interacciones y el diálogo con tus seguidores. Debes crear una relación con ellos. Y para empezar a crear este engagement te recomiendo los sorteos en Instagram basados en comentarios.



TRABAJANDO CON LOS COMENTARIOS



Los sorteos cuya acción principal de participación es comentar un post son muy populares entre los marketers por 3 razones:

1. Son fáciles de **organizar**.
2. No tienen un **coste** elevado.
3. Son muy **efectivos**.

Y además, si los planificamos, podemos sacar muchos más beneficios de este tipo de sorteos.

Primero, **automatiza** el proceso.

¿Por qué? Porque podrás **maximizar el engagement** a la vez que **minimizas los costes** de tiempo y esfuerzo en la organización del sorteo.

Seleccionar el ganador a mano o de forma rudimentaria significa perder mucho tiempo efectivo de trabajo, además de ser aburrido y poder llevar a errores humanos como olvidar una parte de los participantes. Si utilizas una app para automatizar la importación de todos los participantes conseguirás ahorrar mucho tiempo. Además, el ganador habrá sido seleccionado de forma neutral, con una herramienta aleatoria y con herramientas que permitirán demostrar la transparencia del proceso a tu comunidad.

En segundo lugar, **construye tu comunidad** utilizando el engagement que te brinda el sorteo.

Considera los comentarios del sorteo como el inicio de una relación con posibles clientes, y trabaja tus reacciones para que el usuario se sienta respondido y cuidado. Este diálogo puede derivar en procesos de compra y en **feedback de tus clientes**. La pregunta ideal es la que genera el inicio de una conversación con tus seguidores y, al mismo tiempo, te da información sobre qué piensa y dice tu audiencia. A continuación te damos 3 ideas de preguntas para un sorteo que permiten este inicio de diálogo.



_el_almendro • Seguir

_el_almendro **SORTEO BLUE MONDAY**

Se acerca el día más triste del año, pero queremos convertirlo en el MÁS FELIZ 😊😊

Participa y consigue 1 pack de Cubits de El Almendro con los 3 sabores.

1. Sigue a @ELAlmendro
2. Comenta qué te hace feliz.
3. Etiqueta a esos 2 amigos más happyys que conozcas. ¡Mucha suerte todos!

#Sorteo #Concurso #ELAlmendro #Cubits #Felicidad

880 reproducciones
18 DE ENERO

Agrega un comentario... **Publicar**



la_bella_easo • Seguir

la_bella_easo ¿Quieres ganar un lote de productos La Bella Easo®? Cuéntanos cómo tomas el pan de leche, etiqueta a un amigo y... ¡mucha suerte! **Bases legales en bio**

#LaBellaEaso
#DesayunosLaBellaEaso
#SinConservantesSinColorantes
#concurso #PandeLeche

29 sem

odaklesam57 Con aguacate cortado muy fino y queso fresco @queraltqueralt

2R sem Reconocer

166 Me gusta
17 DE OCTUBRE DE 2018

Agrega un comentario... **Publicar**

- **Pregunta cómo utilizan tu producto.** Anima a la gente a que comparta historias, ideas y opiniones. Es mucho más interesante que pedirles sólo una mención o un “sí” o “no”.
- **Pregúntales por su historia y sus sentimientos.** Pregúntales cómo se sienten o qué les gusta más. Muestra la intención de conocer a tu audiencia.
- **Ofrece un juego o distracción.** Propón el inicio de un cuento o frase y que ellos tengan que finalizarlo; hazlos descubrir la respuesta en tu web o en el vídeo del post, etc.

Cada sorteo empieza pidiendo participar con un comentario, pero muchas marcas escogen la opción de combinarlo con otros requisitos complementarios. La siguiente tabla resume qué tipo de acciones se pueden y no se pueden pedir para participar en un sorteo en Instagram. Lo explicamos a través de cuatro aspectos: si cumple la legalidad, si se puede medir, si se puede automatizar el proceso y nuestra recomendación particular.



	Comentario + Me Gusta	Comentario + Seguir	Comentario + Regram	Comentario + Story	Comentario + Mención
Legal	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Medible	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Automatizado	No	Sí*	No	No	Sí
Recomendado	No	Sí	No	No	Sí

Examinemos estas combinaciones con más detalle.

Si pides hacer “me gusta” a la publicación, compartir en Stories o hacer regram, luego no tienes una forma automatizada de recuperar todos los participantes. Es una opción que te puede generar mucha carga de trabajo y no puedes garantizar un sorteo aleatorio totalmente justo.

Pero aún más importante, cuando pides hacer **regram o una captura de post** estás yendo contra los términos de servicio de Instagram que promueven contenido original. Con este tipo de promoción estás incentivando justo lo contrario, que el usuario publique contenido reciclado que puede ser considerado *spam*.

Es por eso que recomendamos los sorteos basados en **comentar y seguir** o **comentar y mención**. ¿Por qué? Porque podemos medir automáticamente estas acciones.

Los **comentarios son la base** de una **acción medible** y que genera engagement. Seguir, mencionar y los hashtags nos proveen de **valor añadido medible**.

PRO TIP

¿Te estás preguntando si puedes hacer un sorteo basado en las Stories?

De momento no. Las Stories ayudan mucho en la difusión del sorteo, pero no podemos obtener información sobre los que mencionan a tu marca en ellas.

Cuando sea posible, ¡te avisaremos!

También tienes que ir con cuidado al pedir demasiados requisitos y pasos para participar.

Puedes pedir un comentario, que te siga y que mencione a sus amigos. Pero si participar en tu sorteo es demasiado largo, los usuarios se aburrirán y los perderás por el camino.

Por ejemplo, los **sorteos circulares** en los que se pide seguir y visitar el perfil de muchas marcas para participar, e ir comentando en cada perfil de marca hasta llegar otra vez al primer perfil.



A muchos usuarios este tipo de sorteo les genera mala experiencia, y muchos de los participantes perderán el interés en cuanto se sepa el resultado del sorteo y la comunidad disminuirá rápidamente después de la promoción.

CÓMO IMPACTAR AL CLIENTE IDEAL

¿Cuál es el principal factor de éxito en tu sorteo?

El **premio**.

En una encuesta a los consumidores que han participado alguna vez en sorteos, éstos indicaron que los premios son el principal motivo para participar, más que cualquier otro factor.

El premio perfecto es un regalo alcanzable. Algo que los consumidores quieren pero que no pueden justificar comprarse. El sorteo les da la oportunidad de adquirirlo gratis.



Cuando sorteas un regalo como éste haces feliz al ganador y, de rebote, puede ser que animes a parte de los clientes a comprarse el premio como regalo.

Ten cuidado de ofrecer un premio demasiado generalista. No puedes obtener un buen perfil de posibles clientes si a todo el mundo le gustaría obtener ese premio.

Lo mejor es definir un público específico: **tu cliente ideal**.

SORTEO
Ganá un
PASE MENSUAL
para nuestro gimnasio
MANANTIAL FITNESS CENTER

gimnasiomanantial • Follow

gimnasiomanantial Amig@s
atencion !!! 😊
Sorteamos 3 pases mensuales para
usar en cualquiera de nuestros
gimnasios! 💙💙💙
✅ Etiqueta a 2 amig@s

Sorteamos el próximo domingo ✨
Mucha suerte a todos!
#Gimnasiomanantial
1w

mmicacarante @carrferreyra
@bian_serra

407 likes
JUNE 2

Add a comment... Post

Piensa sobre qué **valora**, **disfruta** y **aspira** esa persona, tu cliente ideal.

Éstos son algunos de los premios más habituales para sorteos:

- Muestras gratuitas de un nuevo producto.
- Últimas unidades de la temporada anterior.
- Cesta de productos variados.
- Premio compartido con otra marca colaboradora.
- Entrada gratis a un evento en directo.
- Descuentos y ofertas.

PRO
TIP

Regalar eventos de la marca es una acción bastante popular actualmente, pero ten en cuenta que es más difícil incentivar con un premio abstracto como son las entradas y los cupones. Consíguelo con posts muy bien segmentados y copy atractivo.

Las redes sociales tienden a perfiles más definidos donde se personalizan mucho los mensajes. Tú también puedes hacerlo con los sorteos, y pedir a los seguidores que **escojan sus propios premios**.

Pide a tus seguidores que indiquen su predilección en los comentarios del post, o realiza una encuesta en Stories para que la gente pueda decidir el premio que más les gusta.



Otra forma de llegar a tu cliente ideal es **colaborando con otras marcas o influencers**.

Imagina a tu audiencia en Instagram como un círculo, y cómo se expandiría de forma natural.

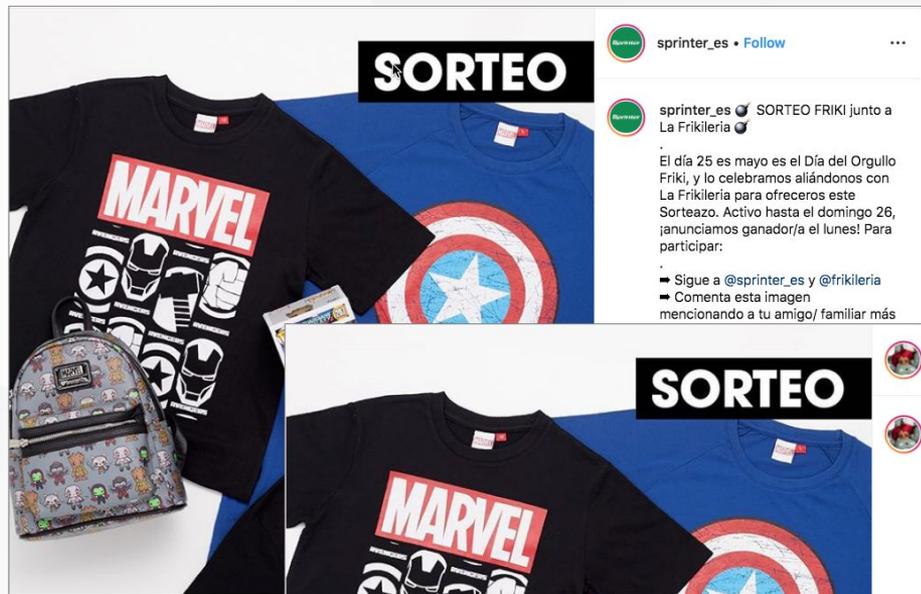
Encuentra una marca colaboradora con quien puedas crear un diagrama de Venn: la **audiencia común entre su círculo y tu círculo** es vuestro nicho de audiencia común. No estáis trabajando exactamente la misma audiencia, pero una parte de ella tiene perfiles que encajan con tu cliente ideal. Aprovechad para trabajar ese nicho.



PRO TIP

Si realizas un sorteo con un colaborador te darás cuenta de una dificultad: ¿Cómo recuperar y juntar los comentarios de ambas cuentas en un único listado?

Herramientas avanzadas como el enlace de invitados te hará mucho más fácil este paso, sin pedir contraseñas ni tener que crear cuentas de más. [Descubre aquí cómo.](#)



Diseña tu publicación

02

CÓMO CREAR EL CONTENIDO

Pregúntate a ti mism@: ¿qué es lo que te cautiva tanto como para parar y prestar atención a un post concreto?

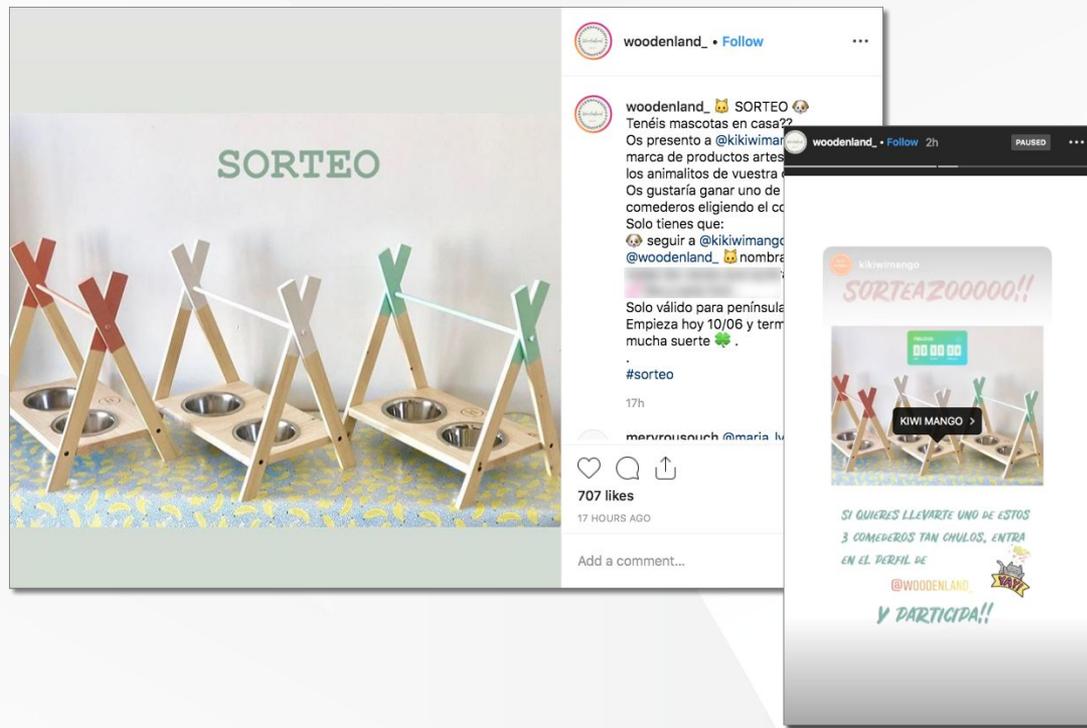
¿Un vídeo? ¿Una imagen atractiva? ¿Quizá la palabra “Sorteo” resaltada en colores o en gif?

Deberás confeccionar el post de tu sorteo pensando en estas preguntas y, también, dependiendo de tu estilo personal, tu público objetivo y la estética de tu marca.

Aún así, podemos darte algunas recomendaciones generales.



- **Sé coherente.** Los seguidores enseguida generan expectativas sobre tu contenidos según el estilo que les muestres. El post del sorteo debe seguir la estética general de tu cuenta.
- **Coordina posts e Stories.** Utiliza un look parecido entre la foto del post y la imagen de la story, así creas un vínculo entre ambos contenidos y dirigirás mejor la audiencia que provenga de Stories.
- **Publica el post en Stories.** Muestra una captura del post en Stories y dirige al público al perfil para que busque la imagen y participe en ese post.



- **¿Cuánto texto?** Si quieres promocionar el post, ten en cuenta que Facebook Ads limita el alcance del post si hay mucho texto dentro de la imagen.
- **Texto del comentario que venda.** En el pie de foto, asegúrate de describir el precio, explicar los pasos para participar y dónde encontrar las bases legales. [¡Lee estos consejos para redactar el post del sorteo!](#)
- **Añade movimiento.** Los gifs y vídeos son un modo perfecto para mostrar el premio en acción. En teoría, el algoritmo de Instagram valora de la misma forma fotos y vídeos, pero siempre se muestra de forma predominante el tipo de contenido al que más responde cada usuario. Piensa en el contenido que tus seguidores prefieren ver.

PRO TIP

¿No sabes por dónde empezar?

Aprovecha las plantillas de sorteos en Instagram. Más de 35 temáticas para diferentes eventos y festividades, disponibles de forma gratuita.

[Accede al panel de EasyPromos](#) y ten acceso completo a las plantillas de sorteo con imágenes de posts y Stories.

SORTEOS SEGUROS PARA LA MARCA

Las normas y requisitos son uno de los puntos más complicados de los sorteos en Instagram. Muchas marcas e influencers **cumplen escrupulosamente con el ámbito legal de los sorteos**, pero muchos otros juegan con poco tiempo y terminan por lanzar sorteos sin conocer las normas que se deben aplicar.

Al mismo tiempo, la comunidad de Instagram es cada vez más consciente de la normativa que deben cumplir los sorteos en esta red social y no tienen miedo a denunciar malas prácticas.

Ocuparte del ámbito legal de tus sorteos te permitirá no sólo evitar sanciones de Instagram, sino también el riesgo de perjudicar la reputación de tu marca.

Repasamos a continuación las **obligaciones legales** en los sorteos.

PRO TIP

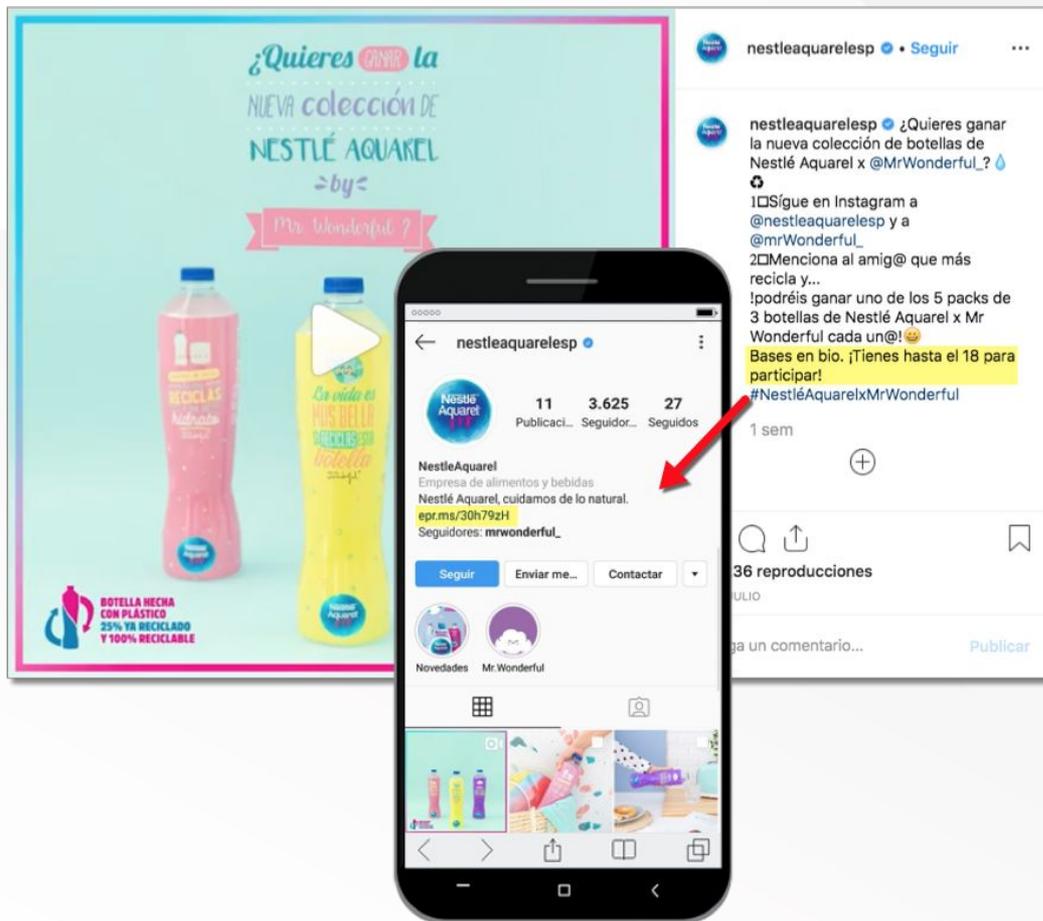
Asegúrate de comprobar la ley en tu país. Por ejemplo, en España se aplica la Ley del Juego, y en Italia se tiene que hacer una comunicación previa.

If you run international promotions, make sure that your Instagram giveaway is compliant in all your locations.

Debes:

- Incluir un enlace a los términos y condiciones.
- Hacer explícito que el sorteo no está soportado, esponsorizado u organizado por Instagram.
- Seguir las leyes locales.
- Cumplir los términos de uso de Instagram y los de Facebook cuando aplique.





PRO TIP

Compartir los términos legales del sorteo es más fácil de lo que parece. Publica tus bases legales en un microsite y luego utiliza la url acortada para compartir en la descripción de la foto, el enlace de la Bio o en las Stories. Conoce cómo obtener plantilla gratis de los términos y condiciones para sorteos.

UTILIZACIÓN DE POSTS PROMOCIONADOS

Los sorteos son una herramienta potente para generar engagement con tu comunidad actual, pero también para obtener nuevos seguidores y aumentar tu público.

El reto está en conseguir **seguidores realmente interesados** en tu marca, que realmente formen parte de tu target. Desde esta óptica, no solo se trata de aumentar en números tu comunidad, sino de encontrar tus **clientes ideales**.

¿Cómo hacer que tu sorteo impacte a la audiencia que te interese? Con los **posts promocionados**. Utiliza las herramientas de Facebook Ads para acotar quién verá tu post del sorteo y así **segmentar tu audiencia**. Además, podrás sumar varios posts de **Instagram en un único sorteo** y así comprobar cuál convierte mejor.

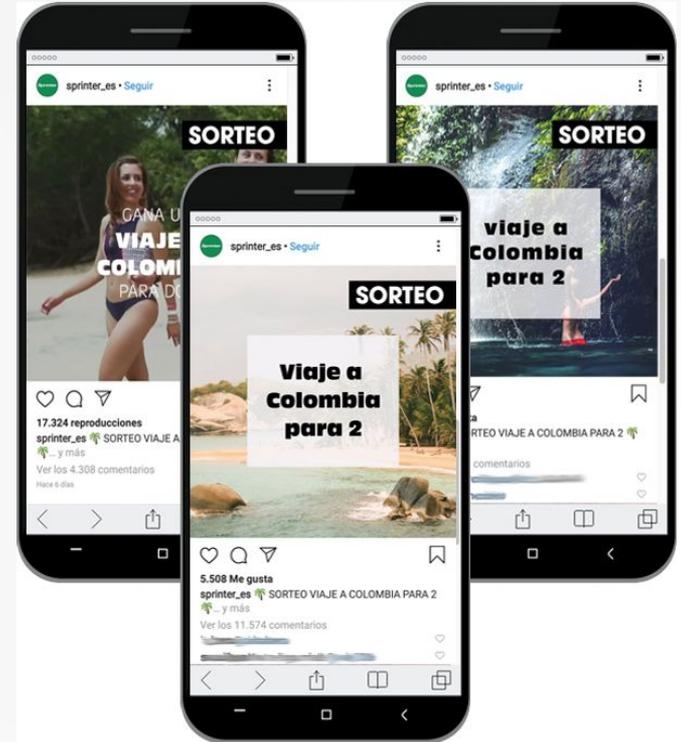
PRO
TIP

Para obtener aún más información sobre los sorteos en posts promocionados, segmentación de audiencias y sumar varios posts a un sorteo, [consulta este artículo](#).

Por ejemplo, puedes crear tres posts de sorteo con un público diferente para cada uno. O utilizar el post publicado para tu comunidad existente pero crear posts promocionados para captar nuevos seguidores.

También puedes incluir varios posts de tu perfil en un único sorteo, con o sin utilizar los posts promocionados. Prueba a:

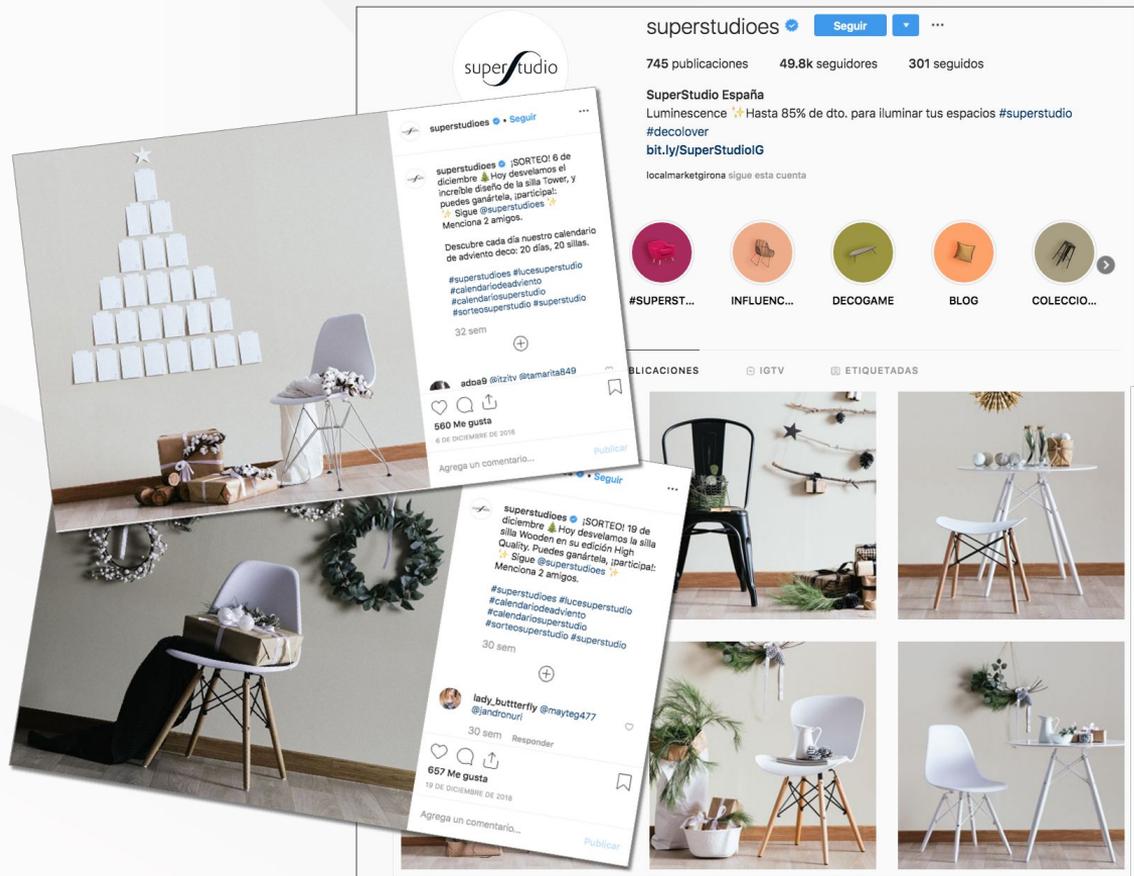
- Publicar cada día un recordatorio del sorteo o información adicional.
- Más posts sobre el sorteo para hacerlo más popular.
- Ir revelando una parte del premio cada día.
- Presentar individualmente cada producto de la canasta que se sortea.
- Organizar una serie de sorteos, tipo los 24 días del Calendario de Adviento.



PRO TIP

Una serie de sorteos puede generar mucho volumen de trabajo a tu equipo de diseño.

Utiliza nuestras plantillas de sorteos en Instagram para ahorrarte tiempo.



The collage features several Instagram posts from the account 'superstudios'. The posts are arranged in a way that shows a progression of prizes and giveaway details. The main image in the background shows a white chair and a table, which are the prizes being given away. The posts include the following text:

superstudios • Seguir

745 publicaciones 49.8k seguidores 301 seguidos

SuperStudio España
Luminescence ✨ Hasta 85% de dto. para iluminar tus espacios #superstudio
#decolover
bit.ly/SuperStudioIG
localmarketgirona sigue esta cuenta

#SORTEO! 6 de diciembre 🎁 Hoy desvelamos el increíble diseño de la silla Tower, y puedes ganártela, ¡participa! Sigue @superstudios Menciona 2 amigos.

Descubre cada día nuestro calendario de adviento deco: 20 días, 20 sillas.

#superstudios #lucesuperstudio #calendariodeadviento #calendariosuperstudio #sorteosuperstudio #superstudio

32 sem

adoa9 @titztv @tamarla849

660 Me gusta

6 DE DICIEMBRE DE 2018

Agrega un comentario...

#SORTEO! 19 de diciembre 🎁 Hoy desvelamos la silla Wooden en su edición High Quality. Puedes ganártela, ¡participa! Sigue @superstudios Menciona 2 amigos.

#superstudios #lucesuperstudio #calendariodeadviento #calendariosuperstudio #sorteosuperstudio #superstudio

30 sem

lady_butterfly @mayteg477 @andronuri

30 sem Responder

657 Me gusta

19 DE DICIEMBRE DE 2018

Agrega un comentario...

Navigation icons: #SUPERST..., INFLUENC..., DECOGAME, BLOG, COLECCIO...

Publicaciones, IGTV, Etiquetadas

10 FORMAS DE UTILIZAR STORIES

Las **Stories de Instagram** son de las herramientas que han tenido más éxito en los últimos años. A la gente le gusta su inmediatez y contenido auténtico - y el límite de 24 horas de duración les añade un punto de urgencia que atrae la expectación de los usuarios.

Como ya hemos comentado, **no se puede crear un sorteo basado en las Stories** de Instagram si quieres hacerlo transparente, automatizado y fiable. Pero puedes y debes utilizar las historias para dar a conocer tus sorteos, aumentar su difusión y generar más engagement.

Aprovecha la temporalidad de las Stories para publicar cada día nuevas historias relacionadas con el sorteo que tienes vigente. Como son efímeras, puedes publicar más frecuentemente que en los posts de tu perfil.

Las Stories te permiten añadir una serie de funcionalidades que generan una mayor atención de los seguidores. Vamos a ver una lista de posibilidades.

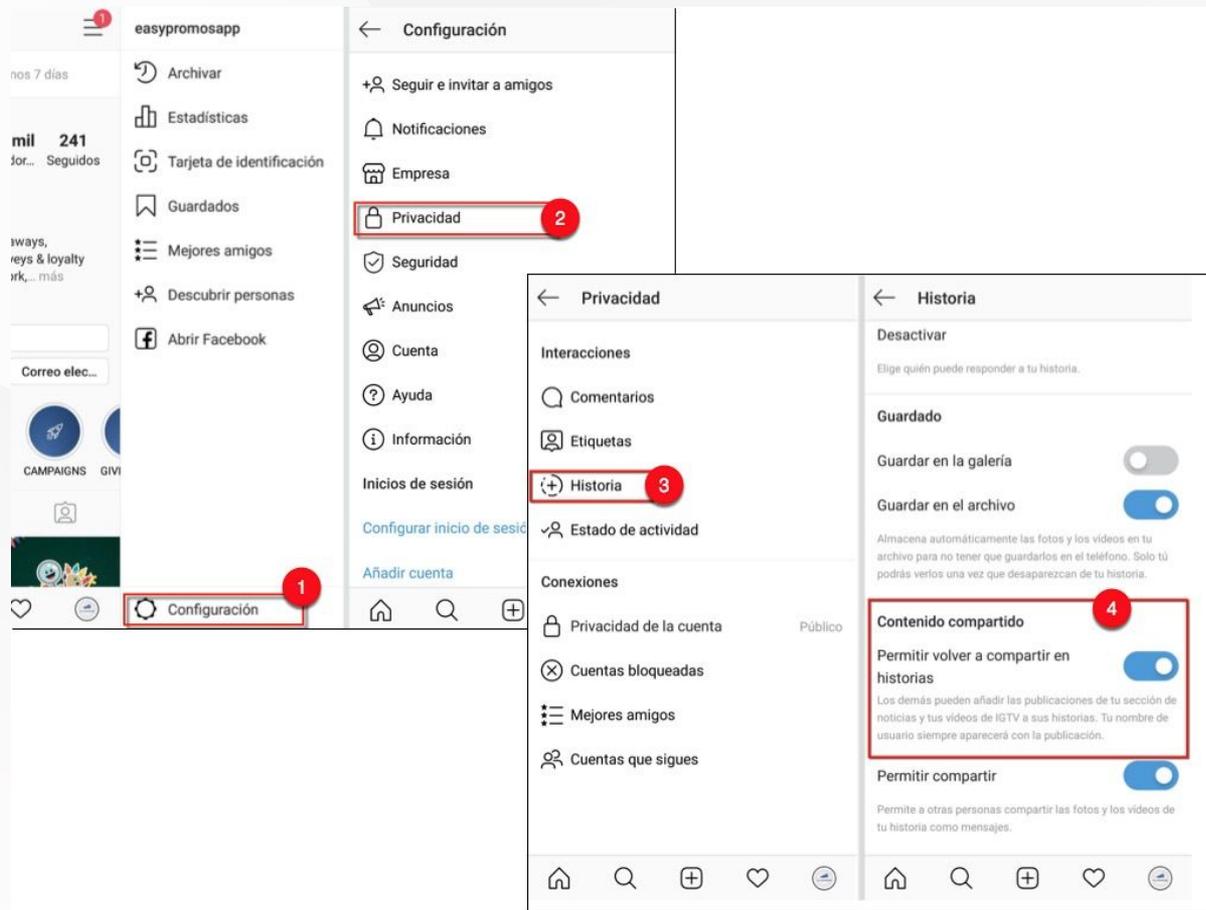
- **Hashtags.** Utiliza el nombre de tu marca o un hashtag específico para generar difusión. Puedes establecer un hashtag sobre el sorteo y utilizarlo regularmente para que vaya creciendo en notoriedad.
- **Menciones.** Si tienes colaboradores, etiquétalos en las Stories. También podrás crear Stories para mencionar y difundir los ganadores del sorteo.
- **Cuenta atrás.** Utiliza esta herramienta de Stories para los últimos días u horas de sorteo, y así informas a tus seguidores de cuánto falta para terminar el periodo de participación. Es una forma divertida de generar urgencia y nervios durante las últimas horas de sorteo.
- **GIFs.** Si tienes gifs de marca, ¡utilízalos! Por ejemplo, si buscas “Easypromos” encontrarás gifs para indicar que seleccionarás el ganador con esta aplicación.
- **Pantallas de texto.** No son el formato más atrayente de las Stories, pero te pueden ser útiles para difundir con más amplitud los detalles del sorteo o explicar los requisitos.
- **Directo.** Comparte un vídeo mostrando el premio, o graba y emite la elección en directo de los ganadores. Esta opción instantánea y en directo es lo más genuino de Instagram.

- **Encuesta.** Pregunta a tus seguidores si quieren un sorteo o qué premio les gusta más. Y cuando esté, ¡pregúntales si quieren más!
- **Preguntas.** Utiliza este tipo de etiqueta para obtener un feedback más detallado de tus seguidores y demostrar que la marca escucha a su audiencia. Pregunta si tienen dudas sobre el sorteo y contestales públicamente tan pronto como te sea posible.
- **Emoji slider.** Otra forma de obtener feedback de tus seguidores. Utilízalo para conocer el grado de satisfacción que generan tus sorteos.
- **Música.** Utiliza esta etiqueta para añadir música a tu comunicación que la haga más completa.
- **Producto.** Como las shopping tags en los posts promocionados, puedes añadir etiquetas que enlacen directamente con el producto. En los sorteos es una oportunidad de mostrar el premio si es un producto de tu catálogo, y así facilitar la compra a posibles clientes.
- **Enlace inferior.** Utilízalo para añadir más información, como las bases legales o los detalles del premio.

PRO TIP

Para conseguir el mayor alcance posible, haz que tus Stories se puedan compartir. ¿Sabes que muchas marcas aún no utilizan esta opción y pierden oportunidades de difusión?

Actívala desde la configuración de tu cuenta, así los usuarios podrán compartir tus Stories con sus amigos.



Ofrece valor añadido

03

SORTEO Y CONTROL DE CALIDAD

Ahora que ya hemos hablado de cómo difundir un sorteo para conseguir llegar a la audiencia que nos interesa, hablemos del siguiente paso. Se trata de conseguir que este sorteo nos reporte **contenido de valor y engagement** por parte de este público.

Las herramientas anti-fraude se han convertido en una parte esencial para los profesionales del marketing. Aunque los sorteos sean una herramienta potente para **generar engagement orgánico y genuino**, también pueden llegar a bots y cuentas que difunden sorteos en forma de *spam*.

Ahí es donde son útiles los filtros y controles de calidad.

Empecemos por la buena práctica de **limitar las participaciones al sorteo**. Informa a tus usuarios que solo aceptas **una participación por usuario** y no incentives a comentar cuantas más veces mejor. Luego, utiliza herramientas para confirmar que la selección se hace siguiendo esta pauta. Así consigues respetar las normas de comunidad de Instagram y ser invulnerable a las cuentas spaminosas que generan contenido de poco valor.

PRO TIP

“Etiqueta tantos amigos como quieras” o “Menciona un amigo por comentario”

Estos métodos incentivan malas prácticas en Instagram y además son inefectivos. Pide al participante un número máximo y coherente de menciones para entrar como finalista en el sorteo.

Seguidamente, cuando recuperes los comentarios para seleccionar el ganador, tienes tres opciones básicas:

- **Filtrar por hashtag.** Utiliza un hashtag concreto de marca, de sorteo regular o de evento. Limita el premio a los usuarios que incluyan este hashtag en los comentarios.
- **Filtrar por mención.** Anima a los usuarios a compartir el sorteo con los amigos para que también participen. Te recomendamos pedir entre **1 y 5 menciones**, nunca más de esta cantidad para evitar spam y conductas penalizadas por Instagram.
- **Filtrar por número de posts.** Si has incluido varios posts en tu sorteo, puedes filtrar para que entren como finalistas solo aquellos participantes que hayan comentado un número mínimo de posts.

A parte de estos aspectos básicos, hay más posibilidades. Tu objetivo es obtener un público de calidad y un proceso de participación muy transparente y legal. Para conseguirlo, puedes:

- Excluir a usuarios que comentan con más de un hashtag.
- Excluir usuarios que comentan después de la fecha establecida como fin de promoción.
- Excluir comentarios que son demasiado cortos.
- Excluir ganadores de sorteos anteriores.

Además, si un participante se comporta de una forma poco aceptable, puedes **excluirlo del sorteo individual** o añadirlo a la **lista negra** para una exclusión permanente.

PRO TIP

La herramienta de exclusión es también útil para excluir los miembros de la empresa que participan para testear.

Comprueba que los comentarios aparezcan y luego exclúyelos para que el sorteo sea justo.

CÓMO PERSONALIZAR LOS PREMIOS

En las redes sociales, los usuarios cada vez piden **experiencias más personalizadas y más transparentes**.

Hacer un test de sorteo, seleccionar suplentes, obtener un certificado de validez son aspectos habituales al hacer un sorteo. Pero si tu acción es un poco más pro, con **varios ganadores y premios**, puedes ofrecer opciones extra de personalización.

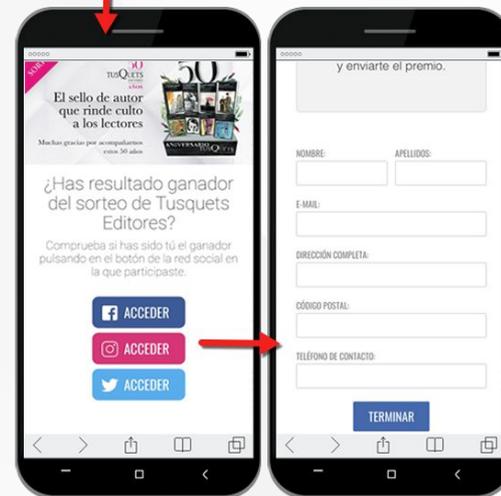
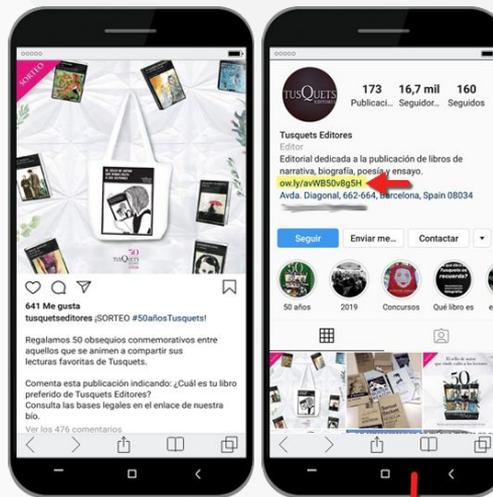
Por ejemplo, puedes invitar a los ganadores a seleccionar el premio de una lista al confirmar su identidad; asignar **premios diferentes** a cada ganador de forma aleatoria; o asignar premios específicos **basados en los hashtags** que cada participante haya usado en los comentarios.



Distribuir los premios del sorteo es uno de los puntos más costosos de la acción promocional a nivel de tiempo y esfuerzo.

¿Cómo puedes **conseguir los datos de contacto** de los ganadores de forma rápida y efectiva para simplificar este proceso? ¿Cómo almacenas esta información conforme el RGPD?

Utiliza un **formulario de registro personalizado** para que el ganador verifique su identidad y rellene los campos con sus datos de contacto. Además, podrás pedir que acepte los términos y condiciones y la política de privacidad.

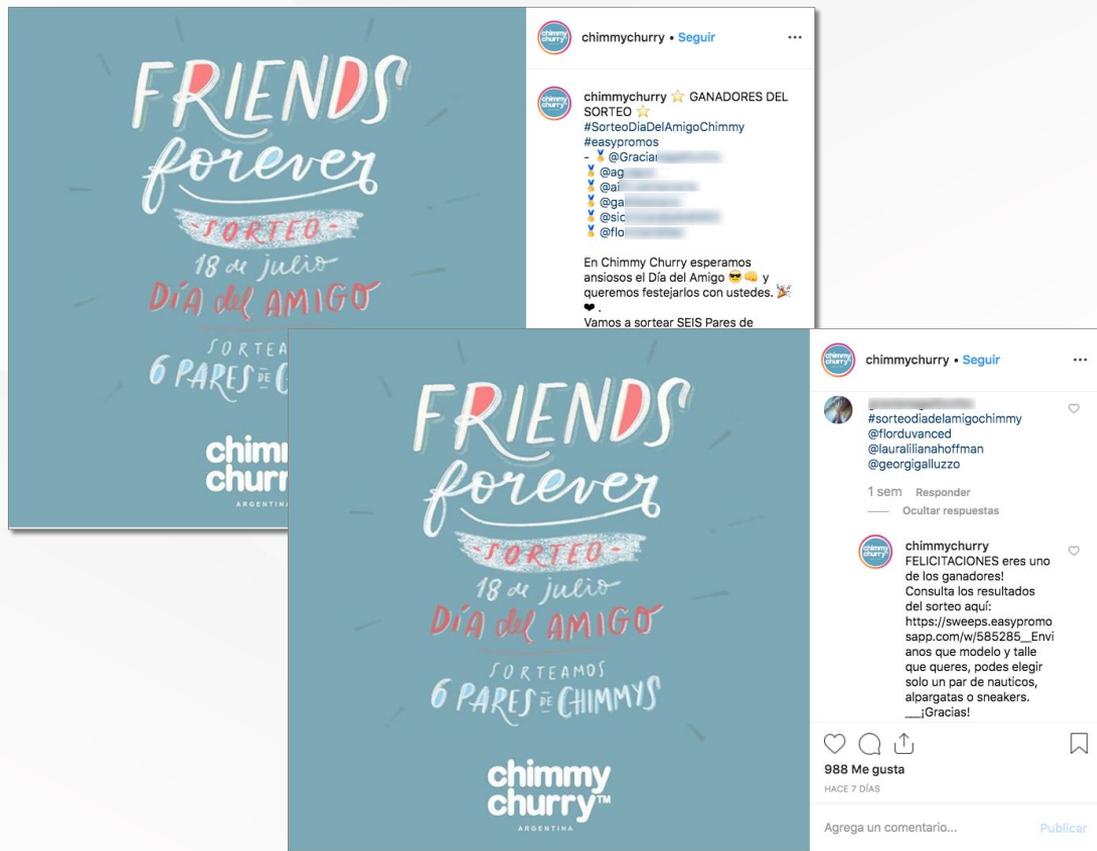


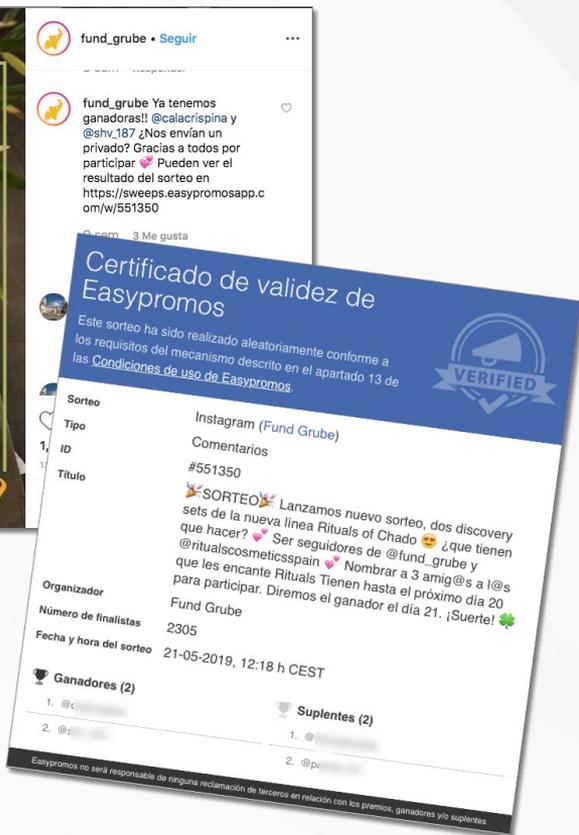
VIRALIZA EL RESULTADO DEL SORTEO

Publicar los ganadores del sorteo es un **paso importante**, aunque muchas veces los organizadores no ponen mucho esmero en esta fase de la acción.

Pero si aprovechas bien este momento, **extenderás los beneficios** de realizar una campaña como ésta más allá del periodo de participación.

Empieza anunciando los ganadores en los comentarios del post original del sorteo. **Menciona el ganador** en tu comentario. Luego publícalo en **Stories** y envíale un mensaje por **DM**.





Pero si realmente quieres incrementar el **alcance y el impacto** de tu sorteo, no lo difundas solo en Instagram.

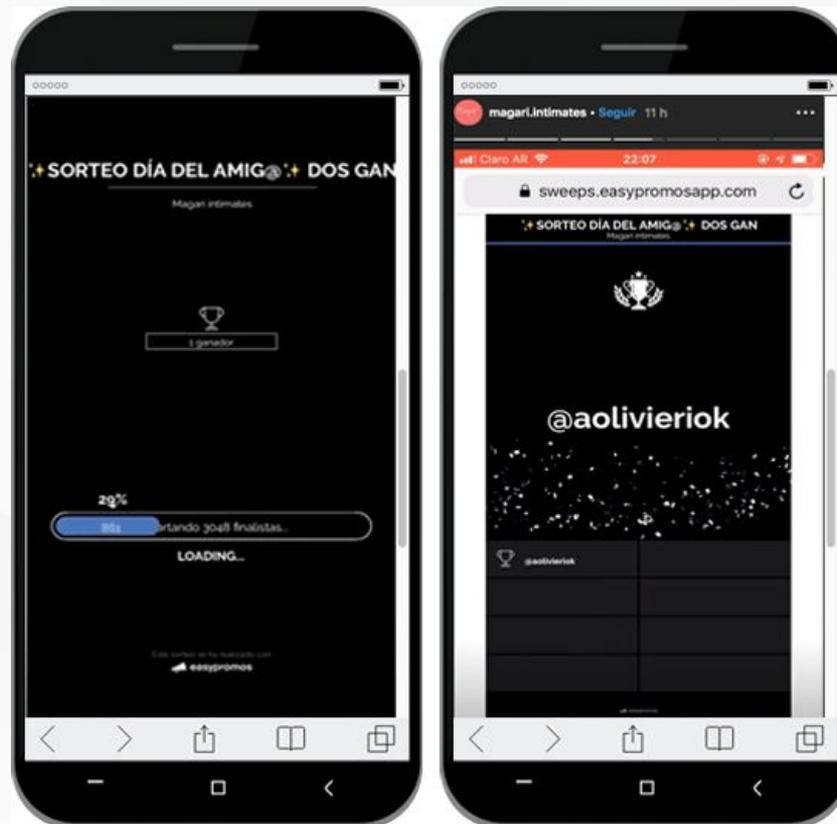
Anuncia los ganadores también en otras redes sociales, en tu web o newsletter. Y comparte enlaces relacionados con el resultado del sorteo, como la página de ganadores o el **Certificado de Validez**.

¿Por qué? Porque así tus clientes potenciales, de cualquier red o canal, podrán ver que **generas promociones y acciones** de su interés.

Otra acción para atraer la atención online en el momento de desvelar los ganadores es compartir un vídeo. Los sorteos son una buena oportunidad para crear **contenido audiovisual instantáneo y viral**.

En vez de una página estática con el nombre de los ganadores puedes **transmitir en directo** el momento en que se han seleccionado los ganadores. Muestra a tus seguidores la cuenta atrás antes de anunciar el ganador de cada premio.

Acuérdate de adaptar el vídeo en varios formatos según el canal por donde lo difundirás, e incluye el **formato vertical** para las Stories de Instagram y Facebook.



Seguimiento y respuesta

04

CÓMO MEDIR EL ROI DE TU SORTEO

Los sorteos en redes sociales no son únicamente una forma de anunciar nuevos productos o aumentar la notoriedad de tu perfil. Además son una acción efectiva para aprender sobre tus seguidores. Utiliza las estadísticas que te ofrece el sorteo para **mejorar el ROI y mejorar el planteamiento de tu próxima campaña.**

En primer lugar, los comentarios del sorteo te dirán mucho sobre las actitudes de tus seguidores e intereses. Los descubrirás leyendo los comentarios, tarea que debe ser una práctica habitual dentro del *social listening* de tu marca.

Pero puedes ir más allá. Utiliza la actividad que el sorteo genera en tu perfil para descubrir las **horas más efectivas para publicar**, analizar qué tipos de **comentarios son habituales** sobre la marca, localizar tus **fans más destacados** y **comparar el engagement** que hayas conseguido con el que obtienes en otras redes sociales.



A parte del número único de participantes, las siguientes métricas también te pueden ayudar al analizar los resultados del sorteo en Instagram y cómo mejorar su ROI:

- **Pico de participación por fecha.** Encuentra qué día del sorteo recibió más interés. ¿Por qué cerrar el sorteo si aún genera interés? Planifica bien el número de días que tendrás el sorteo activo analizando este aspecto.
- **Pico de participación por hora.** Identifica las horas en las que los seguidores y participantes están más activos. Utilízalo para optimizar la hora de publicación del próximo sorteo, así como ver en qué zona horaria están la mayoría de tus seguidores. Focaliza tu objetivo a conseguir más engagement entre tu comunidad y en tus publicaciones.

PRO TIP

Sabemos que uno de los principales retos de los profesionales de las redes sociales y el marketing digital es demostrar el retorno de la inversión.

Utiliza las estadísticas que te brinda el sorteo para reportar a la marca lo que se ha conseguido con el sorteo.

PRO TIP

Si organizas sorteos en varias redes sociales, recopila el número total de usuarios únicos que participan en cada red social. Así podrás evaluar dónde son más activos tus fans.

Visita este enlace para conocer más sobre las estadísticas avanzadas de los sorteos realizados con Easypromos.

- **Los seguidores más activos.** Localiza los seguidores más activos y así tendrás un mapa de aquellos que son fans destacados por su alto engagement con la marca. Además también identificarás las cuentas que están participando de forma irresponsable y pueden generar spam en tu perfil. Categorízalos y trátalos conforme a esa evaluación para que tu perfil siempre se vea reforzado y no perjudicado.
- **Participaciones únicas.** Define el nivel de engagement real de tu comunidad comparando el número de interacciones del concurso con el número de usuarios únicos. Para conocer el ROI real necesitas ir más allá del número total de comentarios; necesitas saber el número total de personas que interactúa con tus posts.

CONCLUSIONES

Hemos llegado al final del ebook y espero que te haya podido dar más herramientas para crear sorteos legales, transparentes y exitosos en Instagram.

Seguramente te haya ayudado a clarificar tus objetivos de marketing al organizar un sorteo en Instagram y conocer qué puedes conseguir con esta acción. Espero también que hayas podido obtener unas cuantas ideas nuevas y frescas para tus sorteos en redes sociales, siempre alineadas a las buenas prácticas.

Pero, por encima de todo, el objetivo era enseñar todas las posibilidades que permite un **sorteo de comentarios de Instagram**. Aunque los sorteos son una acción popular dentro de la estrategia de marketing, aún existe bastante desconocimiento sobre su potencial real y cómo utilizarlo. Te pueden ayudar a dar voz a tus clientes, llegar a audiencias más específicas y construir una imagen de marca responsable y de confianza.

Si estás interesado/a en consejos técnicos y avanzados, te recomendamos nuestro [próximo ebook](#). O si tienes claro que quieres empezar a crear tu primer sorteo en Instagram, [haz click en este enlace para crearte una cuenta gratis con Easypromos](#).

¡Un saludo y hasta la próxima!

SOBRE LA AUTORA



@SMartiFerrer



silvia@easypromosapp.com

Me llamo **Silvia Martí** y soy responsable de marketing y comunicación en Easypromos. Estudié Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, y me sentí atraída, sobretodo, por la comunicación corporativa. Por eso terminé centrándome en el marketing y las redes sociales.

Fermo parte de Easypromos desde 2014 y, junto a todo el equipo de esta plataforma, analizamos constantemente la evolución de los concursos, sorteos y promociones en el ámbito online. Un mundo apasionante para nosotros, porque crece y cambia cada día, constantemente.

Siempre buscando ejemplos de interés y casos de éxito, puedes ponerte en contacto con el equipo de marketing para cualquier duda o propuesta en marketing@easypromosapp.com