

7 tips para ayudar a posicionarte en TikTok y reels de Instagram



Aunque puedan parecer lo mismo, **un reel de Instagram y un video de TikTok tienen diferencias** entre sí y es importante entender cada una de estas redes sociales si buscas posicionarte.

Es por ello que el **EXATEC Gerardo Alvarado**, fundador de la plataforma “[Cómo Comi](#)”, que cuenta con cerca de 500 k seguidores en TikTok e Instagram, compartió algunos consejos para llegar a más personas y **dar más exposición a las marcas**.

Durante la charla “Principios estratégicos para reels y TikTok en INCmty 2022, Alvarado habló sobre **7 elementos** abordados en el libro “Contagious”, de Jonah Berg:

1. Entiende el origen

Un reel de Instagram no es igual que un TikTok, ya que el propósito de esta última es **entretener**, mientras que el primero es para **inspirar**, explicó Gerardo Alvarado.

*“Se debe de pensar desde el origen de las plataformas: el reel es lo bonito, como foto, y TikTok es para ver historias. **Un TikTok puede ser un reel, pero un reel no puede ser un TikTok**”, mencionó.*



/> width="900" loading="lazy">

2. Genera percepción

Generar **impresión** ante las demás personas mediante reels de Instagram y videos de TikTok es un recurso que puede potencializar tu marca o contenido, dijo el emprendedor.

*“Para entender por qué algo se comparte **hay que entender rasgos biológicos o psicológicos del consumidor: como seres humanos compartimos lo que nos genere una percepción en los demás.***

“Más cultos, más inteligentes, más viajados. No está mal. Es algo común y biológicamente natural”, señaló.

3. Usa contexto externo

Los **triggers**, explicó el emprendedor, es el recurso que **mantendrá la atención del usuario** en el contenido y sobre lo que se basarán el resto de los elementos.

*“**Trigger es generar identificación.** Haz uso del contexto externo en común. Por ejemplo, el frío. También puedes hacer uso del comportamiento o producto en tendencia. Por ejemplo, la música”, mencionó.*

EL ORIGEN DE LOS REELS

2010

NACE INSTAGRAM
para iOS.

2012

LANZAN VINE.



2014

CREAN MUSIC.LY y llega
Instagram a Android.



2016

INSTAGRAM lanza stories.



2019

MUSIC.LY se convierte en TikTok.



2020

INSTAGRAM crea reels.



2022

TIKTOK se convierte en la plataforma
con más usuarios en el mundo.



CONECTA

Las noticias del Tec

/> width="900" loading="lazy">

4. Crea emociones

Entre otros de los consejos el EXATEC de la carrera de Mercadotecnia recomendó **crear emociones** entre las y los consumidores e inspirarlos mediante conocimiento, poder o belleza, entre otros.

“Si quieres que algo se comparta genera emoción extrema, que de verdad produzca un sentimiento. Por ejemplo, todo lo que es verdadera comedia se comparte porque da risa”, dijo.

5. La psicología de la imitación

Las personas imitan porque **los consejos de otros brindan información**, es por ello que los **testimonios, unboxing**, entre otros contenidos similares, **generan viralidad**, señaló Alvarado.

“Se habla de la psicología de la imitación porque somos seres humanos que por naturaleza imitamos y hacemos lo que los demás hacen”, indicó.

6. Diseña más narrativas

Mientras más historias contemos en Instagram y TikTok, dijo el fundador de “Cómo Comí”, **más aceptada será una marca o un contenido**.

“Un TikTok puede ser un reel, pero un reel no puede ser un TikTok”.- Gerardo Alvarado

“Las narrativas personales, vivencias y evidencias enganchan a la gente. Las novelas, por ejemplo, son piezas de historias que captan vistas”, mencionó.

7. La creatividad pesa más

Para el emprendedor, **la creatividad tiene mucho más importancia que la producción**, pues resulta más relevante entender las necesidades y comportamientos de la vida del usuario final.

*“Si quieres crear desde cero fíjate en todos los tiktokers y sus videos no se ven muy producidos, se ven orgánicos. **Hay que priorizar la creatividad.**”*

*“Para crear una idea consume contenido, **entiende el origen de tu producto**, coyunturas relacionadas a tu producto o servicio, lo que interesa y apasiona”,* señaló.

Además de crear “Cómo Comí”, plataforma de contenido gastronómico, Gerardo Alvarado da servicios a **50 marcas relacionadas a gastronomía**. Colaboró con **Facebook y Google** para estrategias de retail.

"Hay que priorizar la creatividad".- Gerardo Alvarado

Celebra INCmtty 10 años

INCmtty del [Tecnológico de Monterrey](#) es el festival de emprendimiento más grande de América Latina y este año celebró su décimo aniversario.

“Estamos muy emocionados de tener la oportunidad de ser punto de unión entre emprendedores e inversionistas para que puedan intercambiar experiencias, conocimientos y posibles asociaciones”, comentó Josué Delgado, director de INCmtty.

Este año el festival regresó a la presencialidad y **se llevó a cabo los días 15, 16 y 17 de noviembre** en Cintermex, en Monterrey.

Esta edición **contó con más de 100 speakers** como [Jay Shetty](#), James Clear, Alina Morse, Penny Locaso, entre otros ponentes de nivel nacional e internacional, además de 200 momentos de networking y oportunidades de inversión.

LEE TAMBIÉN: