



- eBook -



# Historias que venden

*Nati  
Guida*

# Ojo al piojo con el *Copyright*

Este eBook es como un tesoro bien guardado. *No está permitido copiar, pegar, ni usarlo sin mi consentimiento explícito.*

Salvo que quieras compartir un pedacito en tus historias de **Instagram** (*¡lo cual me encantaría!*). Eso sí, acordate de mencionar los créditos de la autora.

Te agradezco un montón por valorar **mi trabajo y respetarlo.**

¡De verdad significa mucho para mí!

# Índice

---

Qué son las historias	pag. 4
Conociendo Snack Story	pag. 5
Estrategia #1	pag. 7
Ejemplo #1	pag. 9
Estrategia #2	pag. 11
Ejemplo #2	pag. 12
Estrategia #3	pag. 14
Ejemplo #3	pag. 15
¿Cuántas vistas tienen que tener las historias?	pag. 18

---



# ¿Qué son las historias de Instagram?

Te cuento un **dato que pocas veces se dice**: una de las primeras cosas que ve un usuario estándar, apenas abre Instagram son **las historias**. Sí, antes que nada, las historias nos reciben en esta app.

Las historias son **uno de los espacios ideales para vender**, pero ojo, eso no quiere decir que tengas que usarlas solamente para vender. De hecho, es todo lo contrario.

Funcionan tan bien para generar ventas porque **las personas que las miran hasta el final suelen tener una conexión fuerte con tu marca**. Y cuanto más fuerte es la confianza, **más fácil es que te compren**.

Por eso, **en este espacio hay que ser muy estratégicas**. Así como podés ganar confianza, también podés perderla en un abrir y cerrar de ojos si no filtrás bien tu contenido.

Una vez escuché a una colega decir que "ver historias es como asomarse a la vida de otra persona". Si partimos de esa idea, crear historias se vuelve mucho más simple.

Pero **atención**: no somos las únicas que permitimos que nos miren un poquito nuestra vida. El usuario puede mirar la nuestra, la de al lado, la de enfrente, y la de cientos más en un solo día. **Por eso, la clave está en el dinamismo**.

Las historias son videos cortos, de hasta 60 segundos cada una. Y cuanto más breves, mejor. **El dinamismo en historias funciona igual que en los reels**. No se trata de que duren tres segundos, pero mantenerlas entre 5, 10 o 15 segundos ayuda a que la transición entre una y otra sea más fluida y evitemos que las pasen de largo. Esto, claro, aplica para los videos, porque las fotos ya tienen un tiempo fijo de 15 segundos. Y duran publicados 24 horas.



Y hay un **detalle** que no quiero que se te escape: **las historias solo las ven tus seguidoras**. No son para **atraer gente nueva**, son para **conectar con quienes ya te siguen**.

Por eso es tan importante que tengan un hilo conductor.

Imaginate las historias como cápsulas. Lo ideal no es subir una historia a la mañana, otra dos horas después y otras dos a la noche. **Eso no sirve para un negocio como el tuyo, porque no sos influencer**. A tu audiencia **no** le interesa verte durante todo el día, sino en **momentos puntuales**.

Entonces, **las historias las vamos a publicar en grupos**, para que quien las vea las consuma de corrido, todas juntas, como cuando se come un Snack.

De ahí nace el nombre de mi propia metodología: **Snack Story**. ¿Por qué? Porque son pequeños bocados que le vas dando al usuario para que los disfrute uno tras otro.

Entonces, **¿qué es un Snack Story?** Es un conjunto de historias que tienen **contexto, desarrollo y cierre**. Muy parecido a un reel.

*Por ejemplo: A la mañana, podés compartir tres historias mostrando tu rutina de inicio del día. Eso es una Snack Story.*

*A la tarde, podés subir otras cuatro historias anticipando un nuevo producto. Otra Snack Story.*

Cada **Snack Story funciona por sí sola**. No existe un mínimo ni un máximo de historias para armarla. Lo que sí o sí tenés que respetar es la estructura de esta estrategia: **contexto, desarrollo y cierre**.

Y algo fundamental: siempre publicala completa, **toda en el mismo momento**. Nada de dejarla a medias o subirla por partes durante el día. **La idea es que quien la vea la consuma de principio a fin, sin cortes, como si fuera un pequeño relato visual que engancha y acompaña de corrido**.



Seguro te estás preguntando: **¿cuántas Snack Storys podemos subir por día?** Lo ideal es subir **una sola por día**. **No publiques la próxima hasta que la anterior se elimine por completo**, recordá que cada historia dura 24 horas.

**¿Por qué hacemos esto?** Por dos razones muy importantes.

Primero, porque así **reseteamos el algoritmo**. Le damos la oportunidad a Instagram de que **nos vuelva a mostrar al día siguiente**. *Cuanto más historias publiques por día y por semana, menos vistas vas a tener.* En cambio, cuanto más espaciadas sean, **más vistas vas a lograr**.

Y esto nos lleva al *segundo* punto, que es igual de clave: **no somos influencers, somos una marca, un negocio**. Y el usuario no quiere vernos todo el tiempo. Aparecer de manera más dosificada mantiene su interés sin saturarlo.

Si ves que tus visualizaciones **caen de golpe**, lo mejor que podés hacer es **dejar de publicar historias por al menos 48 horas**. Sí, un pequeño respiro. Esto le da aire a tu audiencia y también a Instagram, **porque las redes se saturan rápido**.



Cuando vuelvas después de ese descanso, vas a notar **cómo las visualizaciones suben** solas, de manera natural.

**Ya tenés bien claro qué funciona y qué no en las historias. Ahora vamos a lo que más me gusta: ver ejemplos reales, con resultados concretos, para que los puedas replicar en tu cuenta.**





# Snack Story

Objetivo: Posicionamiento

# Estructura

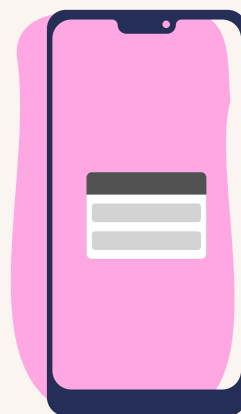


Analicemos juntas este caso

## Promesa

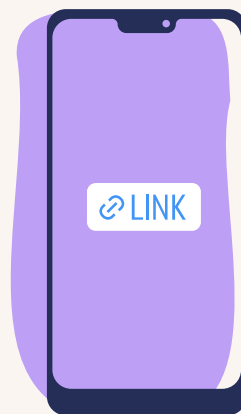
En este Snack Story, el objetivo es **posicionarte** como referente en tu sector. ¿Cómo lo vamos a lograr? **Regalándole** a tu audiencia algo que sabés que **necesita**. Algo que la haga sentirse **identificada** al instante.

Pero ojo, no lo vamos a hacer de cualquier manera, sino a través de una historia que invite a la **interacción**.



## Recompensa

Una vez que ya captaste la **atención**, es momento de cumplir la promesa. Y para eso, vamos con una **acción** bien concreta, simple para la usuaria. Algo tan sencillo como hacer **clic** o **responder** a la historia. La clave está en que la acción no le demande esfuerzo, pero que al mismo tiempo la acerque un paso más a vos.





Ahora, veamos este caso en un ejemplo real

La **promesa** fue clara: ofrecerle un **regalo** relacionado con un **problema** que sé que tiene. En este caso, *su relación complicada con Meta Ads*. Entonces, le propongo una clase gratuita donde finalmente va a poder entender cómo funciona la herramienta. **Así, desde el primer momento siente que esta historia es para ella.**

Como sabemos, a cada fin de mes, ~~regalo~~ algo. Pero febrero se me pasó rapidísimo, así que lo pasé a inicios de marzo.

El regalo está vuelta, está relacionado con anuncios, meta Ads, publicidades...

Así que te pregunto...

¿TE FUNCIONAN LOS ANUNCIOS QUE HACES?

Si, me re funcionan

No, y no vendo casi nada

8,016

Con esta fiaca post finde largo, el regalo del mes es:

**Una asesoría**

Sobre Meta ads desde cero, donde vas a aprender todo lo que tenés que saber sobre ads.

Es parte de Entrenamiento Nube, la asesoría mensual de Tiendanube

Responde a esta historia con la palabra

**NUBE**

y te doy el acceso a la clase

6,717

Acá viene la **recompensa**. Para que pueda acceder al regalo, le pido una **acción** concreta y súper fácil: que **responda** a la historia con la palabra clave "NUBE". Así, automáticamente y gracias a *Many Chat*, recibe el acceso a la clase.

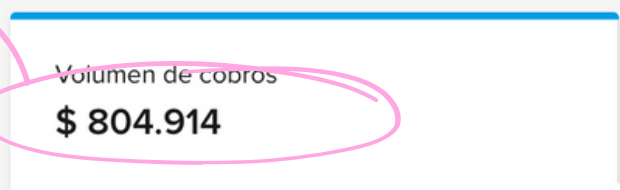
# Resultado

+6.500 vistas en solo la última historia



+600 respuestas en una sola historia.

Casi \$1.000.000 de ingresos ese mismo día



Aunque esta historia **no fue de venta directa**, la **interacción** fue tan pero tan alta que mis seguidoras empezaron a **ver muchísimo más mi contenido ese mismo día**. Y ojo con esto, porque **ese aumento de interacción tiene un impacto directo en las ventas al final del día**.

Sí, leíste bien. A veces, lo que parece una simple acción para conectar, termina potenciando tus resultados de venta sin que tengas que vender de forma agresiva.

Ahora vamos con otro ejemplo, uno todavía más grande.



# Snack Story

Objetivo: Valor

# Estructura



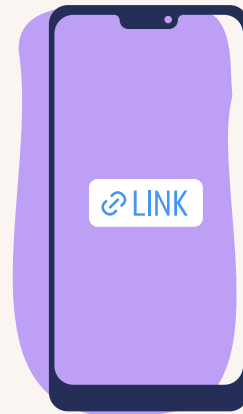
Analicemos juntas este caso

## Regalo

Acá te traigo la estructura de un Snack Story que se arma con **una sola historia**.

Como te conté antes, no hay mínimos ni máximos en esta estrategia (*aunque entre nos, para mí, las de tres historias son las que mejor funcionan*). Pero igual, mirá cómo esta opción, de una sola historia, funciona de maravilla.

Se trata de un Snack Story de regalo. Con una única acción, le ofrecés al usuario un regalo 100 % real y completamente gratuito.



Ahora, veamos este caso en un ejemplo real



En mi caso, el regalo fue una prueba gratuita de uno de mis productos. Y la acción, bien simple, estaba dentro de esa única historia: **le pedí a la usuaria que me respondiera directamente para darle acceso al regalo**.

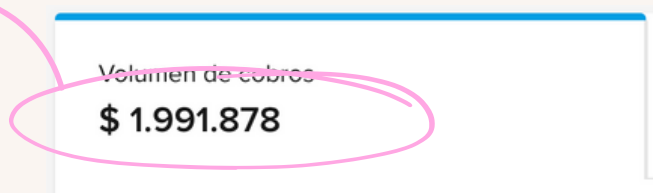
Una sola historia, una acción concreta, y ya estamos generando interacción y conexión real con nuestra comunidad.

# Resultado



+790 respuestas en solo una historia

Casi \$2.000.000 de ingresos ese mismo día



Acá podés ver, una vez más, cómo aunque no haya sido un Snack Story de ventas, las ventas igual se dispararon, y en apenas un solo día, ¡con una sola historia!

¿Sabés por qué pasó esto? Porque la usuaria vio que ese regalo —que en mi caso fue un pack de ideas gratis— realmente le **resolvía un problema** que venía arrastrando: no tener ideas.

Entonces, ¿qué hizo? Se fue directo a comprar el producto completo.

Ahora sí, vamos con un último ejemplo, esta vez de venta directa.



# Snack Story

Objetivo: Venta

# Estructura

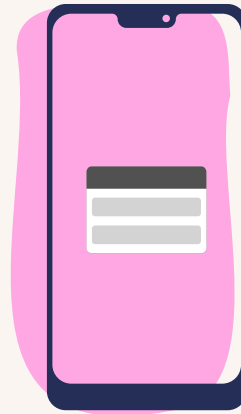


Analicemos juntas este caso

## Interacción

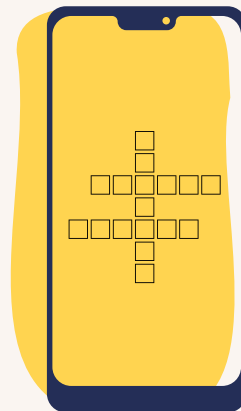
En la primera historia de este Snack Story, le propongo un **juego** a la usuaria.

La idea es que se enganche desde el arranque, **así que lo hago usando una interacción de Instagram**, como puede ser un sticker de preguntas o encuestas. Algo simple, pero que ya la meta en la dinámica.



## Juego

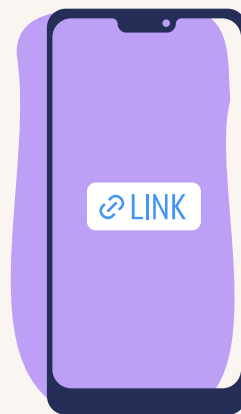
En la segunda historia le **presento** el juego que le **prometí** antes. Acá le explico cómo participar y, muy importante, **qué puede ganar**. En este caso, el premio es un producto **100 % gratis**. Esto no solo la motiva, sino que además refuerza la sensación de estar participando por algo que de verdad vale la pena. Y más importante, **retengo** por mucho tiempo al usuario viendo esta historia, lo que me da **más alcance**.



## Oferta

Por último, como sé que este Snack Story va a tener muchísimo alcance gracias a la retención, **cierro mostrando un descuento** que tengo activo en toda la tienda online.

¿La clave? Que como muchas usuarias van a tener ese “miedo” de no ganar el juego, aprovechan directamente la oferta para no quedarse con las manos vacías.





Ahora, veamos este caso en un ejemplo real

Esta fue mi primera historia.

Arranqué proponiendo el **juego** con una pregunta directa para ver si se animaban a jugar. ¿Por qué? **Porque esto me da más interacción desde el primer momento** y engancha a la audiencia. Cuanto más interactúan, **más se muestra la historia**.



En la segunda historia, ya entrego el juego.

**Acá lo que busco es retener a la usuaria, que se quede mirando toda la secuencia.** Entonces, además de presentar el juego, le cuento claramente **qué es lo que puede ganar**. Esto mantiene su interés hasta el final.

Y por último, le propongo la **oferta** que tengo activa.

Le sumo un sentido de **urgencia** bien claro, contándole que el descuento ya se está por terminar. Este cierre es clave, porque muchas veces, al tener miedo de no ganar el juego, **el usuario aprovecha la oferta en el momento para no quedarse con las manos vacías**.

# Resultado



+250 clics en el enlace directo a la compra

Casi 20.000 vistas en la última historia

Casi \$3.000.000 de ingresos ese mismo día

Volumen de cobros

**\$ 2.761.623**

Acá lo podés ver clarísimo: una buena **Snack Story de venta** puede tranquilamente **triplicar** tus ingresos normales de un día. No es magia, te lo aseguro. **Es 100 % estrategia.** Es entender cómo **piensa** el usuario, qué **necesita** ver, cómo llevarlo de la **atención** a la **acción**, y cómo aprovechar cada historia para que no solo se quede mirando, **sino que también compre.**

**Así de potente pueden ser tus historias con estrategia.**



# ¿Cuántas vistas tienen que tener las historias?

La respuesta **depende** de la cantidad de seguidores que tengas.

**Te lo desgloso para que lo veas clarísimo:**

Cuentas **pequeñas** (menos de 10.000 seguidores): **entre 5 % y 10 % de vistas por historia.**

Cuentas **medianas** (de 10.000 a 50.000 seguidores): **entre 3 % y 7 %.**

Cuentas **grandes** (más de 50.000 seguidores): **entre 1 % y 3 %.**

**Vamos a verlo con ejemplos concretos:**

Si tenés **5.000 seguidores** → lo normal sería entre **250 y 500 vistas por historia.**

Si tenés **20.000 seguidores** → **entre 600 y 1.400 vistas.**

Ahora quiero que mires tus números y te hagas esta pregunta: **¿De verdad tenías las vistas bajas, o estabas esperando un número que no era realista?**

**¿Viste las cosas increíbles que podés lograr en Instagram cuando trabajás con estrategia? Snack Story** es solo una de las decenas de estrategias que te enseñó adentro de **On the Dot.**

On the Dot es exactamente eso que me hubiese encantado tener cuando arranqué en Instagram.

Si sentís que Instagram es un **caos total**, que otras cuentas crecen mientras vos te rompés la cabeza sin ver resultados... **Esto es para vos.**

**¿Qué vas a aprender?**

A crear **contenido** que llame la **atención** y atraiga a la gente correcta. A **crecer** sin depender de la suerte ni de cómo se despierte el **algoritmo**. A convertir seguidores en **clientes**. A hacer que el algoritmo juegue a tu favor.

Todo explicado de forma **clara**, con **ejemplos** bien concretos y **ejercicios** para aplicar directo a tu cuenta. 100 % actualizado.

Una vez que abones, **tenés acceso de por vida, con todas las actualizaciones incluidas.**

Acá te dejo el temario completo para que lo chusmees:

<https://www.natiguída.com/productos/instagram-para-emprendedores/>



# Llegaste, y estás lista para seguir

Como te dije, esto que acabás de aprender es **solo una parte del potencial que podés encontrar en Instagram** cuando sabés exactamente qué hacer, qué estrategia usar y qué contenido publicar. No es ninguna mentira cuando te digo **que mi negocio crece día a día gracias a Instagram.**

**Incluso con todos los cambios constantes que trae el algoritmo, las nuevas tendencias y los trucos que van apareciendo, Instagram sigue siendo mi motor de crecimiento.**

Y ahora, es tu momento de hacerlo crecer también.

Dejar de sentir que estás adivinando todo el tiempo, y empezar a usar la plataforma de manera estratégica, con claridad y con propósito.



## Gracias

Gracias por confiar en mi, y dejarme vivir de lo que amo.