

Auditoría de Instagram

@molecule_mallorca · Molecule Mallorca

Punto de partida: 876 seguidores y una tasa de participación del 4,6 %, por debajo de la media de perfiles similares.

Qué funcionaba

- Identidad visual coherente: paleta mediterránea y estética lifestyle acorde a la prenda.
- Geolocalización en las publicaciones (Mallorca, Colonia de Sant Jordi) para captar turismo y público local.
- Reels cortos y dinámicos, y stories diarias con la actividad de las tiendas.

Qué frenaba la cuenta

1. Bio: categoría "Emprendedor" en vez de tienda de ropa o boutique, sin frase de valor y con los envíos internacionales como único argumento.
2. Un solo enlace, a Google Maps, para tres tiendas.
3. Textos sin llamadas a la acción ni preguntas a la audiencia.
4. Hashtags muy genéricos (#fashion, #moda) y sin hashtag propio sistemático.
5. Destacadas pasivas: la carpeta "Total Look" tenía solo 2 vídeos.

Qué hice a partir de la auditoría

- Bio y destacadas reescritas: categoría Boutique, frase de valor y un enlace por tienda.
- Limpieza de contenido y calendario en Metricool, con reels y creatividades en español e inglés.
- Sorteo con carteles A3 bilingües y QR en las tres tiendas, sin inversión en anuncios.