

Unidad didáctica 4. Facebook

Descubre Comunicación

www.descubrecomunicacion.com

@DescubreC

 *descubre*

- **Fecha de lanzamiento:** Febrero de 2004
- **CEO:** Mark Zuckerberg
- **Usuario tipo:** mujer entre 25 y 44 años
- **Número de usuarios:** más de 600 millones
- El porqué de su nombre lo encontramos en el libro que, en primer año, se les da a los alumnos novatos para que conozcan a los profesores y demás miembros del personal que trabajan en la universidad.

Conceptos básicos en Facebook

- **Usuario:** perfil individual que da acceso al resto de servicios (Nivel personal)
- **Grupo:** agrupación de perfiles con un interés común (Debate público o privado)
- **Página:** Fines comerciales (Me gusta)
- **Comunidad:** Variaciones de las páginas pero con un fin más informativo que comercial. La mayoría de las ciudades poseen una comunidad (Promoción actividades)

Haz segura tu cuenta de Facebook en pocos pasos

- **“Configuración de la cuenta”**: hay varios apartados que debemos revisar:
 - **Cómo conectas**
 - **Etiquetas**
 - **Aplicaciones y sitios webs**
 - **Limitar el público**
 - **Personas y aplicaciones bloqueadas**

Haz segura tu cuenta de Facebook en pocos pasos

- A la hora de hacer publicaciones también somos nosotros los que tenemos en nuestras manos la privacidad de éstas. Aunque en la configuración hayamos elegido solo a nuestros amigos algunas actualizaciones podrán ser totalmente públicas.



Haz segura tu cuenta de Facebook en pocos pasos

- **“Limitar el público de las publicaciones anteriores”**: esta opción es recomendable activarla. Consiste, básicamente, en aplicarle a tus publicaciones antiguas las opciones de privacidad que acabas de configurar. Es decir, que los cambios que has hecho recientemente se apliquen también a las publicaciones anteriores.

Fan Pages

- Revolución en el marketing
- Gran **oportunidad** para pymes
- **Experiencia** cómoda y fructifera del cliente con la marca
- Comunicación **directa**
- Estrategias más **creativas**





Parque Empresarial PICA
Servicios empresariales
Oficina corporativa · Añade una categoría

Crear llamada a la acción

Te gusta

Mensaje

Promocionar

ESTA SEMANA

0 Me gusta de la página

0 Alcance de la publicación

Reciente

2015

2014

Ve tu anuncio aquí



Parque Empresarial PICA
El Parque Empresarial PICA es el sitio ideal para ubicar tu negocio. Dentro de la SE-30, f...

Me gusta esta página · A 37 personas les gusta esta página

Promocionar página



37 Me gusta +6 esta semana
Juan Antonio Ramos Rodriguez y 25 amigos más

Alcance de la publicación: 395 esta semana

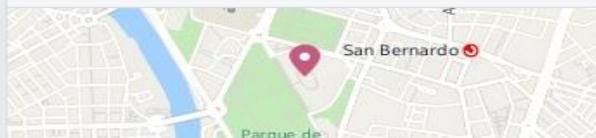
Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta...



Llega hasta 660 000 personas que están cerca de Sevilla.

Promocionar página

INFORMACIÓN



Avda. de la Prensa 4
Sevilla

954 67 25 24

Estado

Foto / vídeo

Evento, Hito +



¿Qué has estado haciendo?



Parque Empresarial PICA

Publicado por Hootsuite [?] · 8 de junio a las 13:25 ·

¿Quieres formar parte de nuestra comunidad de propietarios? En el Parque Empresarial PICA tenemos una amplia oferta de oficinas, parcelas y naves en venta y alquiler. Visita nuestra web y descúbrelas todas.
<http://ow.ly/NPv86>



2x1 EN CINE

Por la COMPRA de 2 McMenú



McDonald's 
Comida/bebidas

Contactarnos Me gusta Mensaje

Biografía Información Fotos Vídeos Más ▾

- A 57 millones personas les gusta esto Jose Martinez Damas y 13 amigos más
- 19 millones personas han estado aquí
- Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta...

INFORMACIÓN >



¡Bienvenido a McDonald's España! Síguenos para estar al día de contenidos exclusivos, novedades, curiosidades y promociones :)

<http://www.mcdonalds.es/>

UBICACIONES CERCANAS >

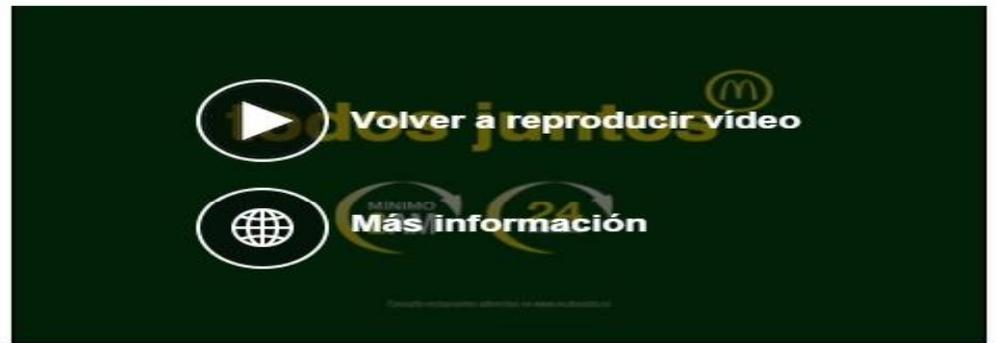
Publicación

Escribe algo...

Publicar

McDonald's 😄 se siente entusiasmado(a)
8 de junio a las 19:07 · Editado ·

Llega el #PlanazoMcDonalds, una promoción ¡de cine! +Info:
<http://bit.ly/2x1CiNe>



Admiradores

- Por eso siempre tenemos que tener en cuenta antes de ponerlo en marcha:
 - ¿A qué **usuarios** nos dirigimos?
 - Importa la **calidad** más que la **cantidad**
 - Tenemos que definir correctamente el **'target'** al que nos dirigimos para dirigir correctamente nuestra **estrategia de comunicación**

Puesta en marcha

- Posibilidades: lugar o negocio local, empresa, organización o institución, marca o producto, artista o personaje público, entretenimiento...
 - 1. Añadir **imagen**
 - 2. Darla a **conocer**
 - 3. **Informar** a tus contactos
 - 4. Publicar **actualizaciones**
 - 5. **Promociona** esta página en tu web

Las empresas prefieren páginas a perfiles

- La eficacia de una empresa en **Facebook** se puede ver reducida si la cuenta no se configura correctamente.
- RAZÓN:
 - Según las **condiciones** del **servicio** de **Facebook**, “Los perfiles representan a individuos y se deben mantener bajo un nombre individual, mientras que las páginas permiten a una organización, un negocio, una celebridad o un grupo musical mantener una presencia profesional en Facebook”

Las empresas prefieren páginas a perfiles

- Qué pasará:
 - Si **Facebook** cierra el perfil de nuestra empresa por infringir esta regla, nuestra lista de amigos desaparecerá con él.
 - Todo el **trabajo** realizado hasta el momento no habrá servido de **nada**.
 - Confundiremos a los **fans**.
 - **Perderemos** a gran parte de estos.

Las páginas ofrecen widgets de analíticas y “me gusta”

- Las dos ventajas verdaderamente cruciales de administrar una página son las **analíticas** de usuarios y los botones y **widgets** de “me gusta” fáciles de insertar.
- Con **Facebook Insights**, podemos ver toda clase de datos sobre la actividad de los usuarios en nuestra página, incluyendo la cantidad de “**me gusta**” y **comentarios** que recibamos cada día, **desglose** por sectores demográficos y mucho más.

¿Para qué nos sirve esto?

- Realmente útiles para comprender las **características** de nuestra base de clientes.
- Para saber qué publicaciones en el muro obtienen **la mejor reacción**.
- Estos **datos no están disponibles** en perfiles individuales.
- Otra cosa que los perfiles no ofrecen es la posibilidad de insertar un botón **“me gusta”**.

¿Para qué nos sirve esto?

- Las páginas pueden tener **fans ilimitados**
 - Los perfiles individuales están limitados a **5.000** amigos.
 - Una vez que la lista de amigos de nuestro perfil llegue a 5.000, Facebook nos **instará** a crear una página.
 - Antes no nos ofrecía una **herramienta** para realizar la conversión, ahora disponemos de ella.

Ya puedes convertir tu perfil en página de empresa

- Hasta hace poco, si **“te equivocabas”** y abrías una cuenta de usuario para promocionar un bar, una tienda, o cualquier otro negocio, y de repente te dabas cuenta de que era mejor tener una página para ese fin, tenías que crearte otra cuenta, e ingeniártelas para pasar a los **“amigos”** de un lado a fans del otro.
- Esto conllevaba perder toda la **actividad** del muro, la información, las fotos... un engorro porque había que empezar de cero.

Ya puedes convertir tu perfil en página de empresa

- **Facebook da la posibilidad**, a quienes se equivocaron eligiendo el tipo de cuenta, **de cambiarla en un momento.**
- Hay que ir a este enlace <http://www.facebook.com/pages/create.php?migrate> estando logueado con el usuario que queremos convertir en página.

Ya puedes convertir tu perfil en página de empresa

- Aparecerá el siguiente mensaje: “Por el momento, solo la foto del perfil y tu lista de amigos se transferirán a tu nueva página. El resto de contenido continuará en tu perfil. Para acceder a tu nueva cuenta, utiliza la misma dirección de correo y contraseña que antes. [Más información](#) Elige qué tipo de página te representa mejor:”
- <http://www.facebook.com/help/?page=213602951994043>

Ya puedes convertir tu perfil en página de empresa

- Elegimos el tipo de cuenta adecuada para nuestro negocio.
- Ahora no vale equivocarse ya que una vez elegida las características no puedes volverte atrás.
- La opción negocio locales sin duda la mejor, pues además de tener página en Facebook, **nuestro negocio será incluido en “Facebook Lugares”**, lo que propiciará que nuestros clientes puedan hacer check in.

Ya puedes convertir tu perfil en página de empresa

- **AVISO:** “sólo la foto de perfil y tu lista de amigos se transferirán” (estos pasarán a ser “personas a las que les gusta tu página”) por lo que **el resto del contenido**, como fotos, vídeos, notas o enlaces, **debemos guardarlos previamente** para subirlos luego a la página.

Como cuidar y comunicarnos con nuestros fans

- **Facebook** permite poner en contacto de manera privada a páginas de fans y usuarios.
- **El administrador de la página de fans puede decidir si quiere tener este servicio disponible** hacia sus usuarios, y si no lo desea puede desactivarlo.

Como cuidar y comunicarnos con nuestros fans

- Para sugerir a tus amigos la página de fans de la que eres administrador debes entrar en el muro y hacer click en “Invitar a amigos” que está situado en la parte superior derecha de la página:



Como integrar y sincronizar tus perfiles en Facebook y Twitter

- Sincronizar Facebook y Twitter
 - Si queréis que todo lo que publicués en Facebook se publique de manera automática también en Twitter, debeis entrar en <http://www.facebook.com/twitter/>
- Sincronizar Twitter y Facebook
 - El caso inverso, si queréis que todo lo que publicuéis en Twitter se publique automáticamente en Facebook debéis acceder a <https://twitter.com/widgets/facebook> y desde aquí sincronizar ambas cuentas.

Descubre cómo usar los Plugins Sociales de Facebook

- Dónde encontrar los plugins sociales de Facebook:
 - En <http://developers.facebook.com/docs/plugins/>
 - Botón “Me Gusta”



Sé el primero de tus amigos a quien le guste esto.

Descubre cómo usar los Plugins Sociales de Facebook

- Cuando los visitantes a tu web o blog lo pinchen publicarán directamente tus contenidos en sus tableros con la consecuencia subida de tráfico que eso conllevará
- Para instalarlo debes entrar en <http://developers.facebook.com/docs/reference/plugins/like/> y completar los campos para personalizar el plugin a tu web y luego haces click en “Get Code” y será el código que tendrás que colocar en tu web.

Descubre cómo usar los Plugins Sociales de Facebook

Facebook Page URL Width

Height Hide Cover Photo

Show Friend's Faces Show Page Posts



LikeBox: es una caja que puedes integrar dentro de tu web o blog y **permite a los visitantes hacerse fan de tu página de Facebook directamente** sin necesidad de pasar por ella.

Facebook Advertising

Anuncios de Facebook

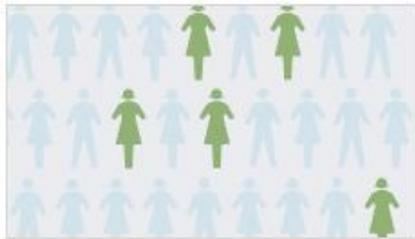
Llega a más de 800 millones de personas donde se conectan y comparten

[Crea un anuncio](#)

o contacta a nuestro equipo de ventas

Descripción

Casos reales



Llega a tu público objetivo

- Conecta con más de 800 millones de clientes potenciales
- Elige a tu público por ubicación, edad e intereses
- Prueba los anuncios de imagen y de texto y usa el que te funcione



Profundiza tus relaciones

- Promociona tu página de Facebook o sitio web
- Utiliza el botón "Me gusta" para aumentar la influencia de tus anuncios.
- Crea una comunidad en torno a tu negocio



Controla tu presupuesto

- Configura el presupuesto diario que te parezca adecuado
- Ajusta tu presupuesto diario en cualquier momento
- Elige si deseas pagar cuando los usuarios hagan clic (CPC) o cuando vean tu anuncio (CPM)

Facebook Ads

- **El coste de cada click depende de la calidad de los resultados,** y es que a mayor calidad, menores precios, por lo que obtendremos más clicks con el mismo presupuesto y con ello seguimos bajando nuestro coste por click.

Facebook Ads

- Para conseguir optimizar al máximo nuestra campaña, podemos basar la estrategia en la llamada “Prueba A/B”, es decir, crear dos anuncios con alguna variación entre ellos, ya sea en el texto o imagen, dejarlos funcionando unos días y pasado este tiempo el que peores resultados tenga lo sustituimos por otro nuevo con otra diferencia y volvemos a hacer lo mismo.

Ejemplo de buenas prácticas en Facebook

- Caso Obermutten
 - En materia de turismo son muchas las acciones que se han visto para promocionar un destino, pero una de las mejores y que mejores resultados ha tenido es la de **un pequeño pueblo en las montañas de Suiza llamado Obermutten.**



Ejemplo de buenas prácticas en Facebook

- Una de las principales bases del éxito en redes sociales es la creatividad que pongamos en nuestras campañas, y este pueblo lo ha hecho muy bien, para ello decidieron tener una breve sesión de brainstorming entre el alcalde y el dueño del único restaurante del pueblo, y la conclusión fue llevar el botón **“Me Gusta” de Facebook físicamente al pueblo, ¿cómo lo hicieron?**

Ejemplo de buenas prácticas en Facebook

- La idea es muy sencilla, simplemente **crearon una pizarra pública en el pueblo donde iban colocando la foto de todas las personas que hacían click en “Me Gusta”** de la página de fans del pueblo, con lo que conseguían que todos los fans tuviesen presencia física en Obermütten.



Ejemplo de buenas prácticas en Facebook

- Resultados:
 - Los resultados de la campaña han sido espectaculares, no sólo por el incremento de número de fans que han tenido, sino porque **han conseguido el verdadero objetivo de cualquier página de fans que es fidelizar a sus usuarios**, y el grado de fidelización o engagement de la página de Obermuttern ha ido creciendo hasta superar al de páginas como Coca Cola o la misma Lady Gaga.

Ejemplo de buenas prácticas en Facebook

- A día de hoy el único hotel y restaurante del pueblo están totalmente saturados de reservas y el muro público no para de crecer, por lo que el propio alcalde ha tenido que pedir disculpas por los retrasos a la hora de colocar todas las fotos de los nuevos fans de la página porque están totalmente superados con la demanda.

Ejemplo de buenas prácticas en Facebook

- La gente no duda en acercarse al pueblo y buscar entre el muro público que crece cada día, su foto de Facebook, y es que han conseguido que un pequeño y desconocido pueblo de Suiza de 78 habitantes haya aparecido en numerosos medios de comunicación de todo el mundo entre los que destaco programas de TV, revistas, blogs..... y que sea conocido a nivel mundial.
 - [Vídeo](#)



descubre
Comunicación y experiencias para el mundo rural



Gracias por su atención