

facebook

Guía de Facebook para empresas



Guía de Facebook para empresas

Consejos prácticos para sacar el máximo partido a Facebook

PRIMERA SEMANA: Conecta con tu público a través de tu página de Facebook



- Piensa en **quiénes son las conexiones fundamentales** para tu negocio. ¿Quién es tu público? Ponte como objetivo conectar con las personas que te interesen.
- Si tu negocio cuenta con un emplazamiento físico, búscalo en Facebook y **solicita una página de lugar**. Puede que descubras que ya tienes fans en Facebook. A partir de ahora, esta será tu página de Facebook.
- Si todavía no tienes una página en Facebook, **crea una** en facebook.com/page, incluye el máximo de información posible y añade fotos.
- Haz tu primera publicación**. Crea un calendario para programar qué vas a publicar y cuándo. Publica dos veces por semana como mínimo.
- Anima a tus empleados, amigos y clientes** a que hagan clic en el botón “Me gusta” de tu página.
- Consigue una dirección web personalizada para tu página** en facebook.com/username. (Necesitarás tener 25 fans como mínimo.)
- Incluye la dirección web de tu página de Facebook en todos tus documentos de marketing** (tarjetas de visita, recibos de compra, correos electrónicos, rótulos) e informa a los clientes que visiten tu tienda/sitio web de su existencia.

SEGUNDA SEMANA: Llega a tu público y a sus amigos



- Sigue comunicándote con tus fans** una o dos veces por semana. Publica fotos y vídeos. Haz preguntas. Responde a sus comentarios y preguntas.
- Ofrece promociones o descuentos** exclusivos para tus fans de Facebook. Ve a facebook.com/sprinkles para ver un ejemplo.
- Crea un anuncio de una publicación de tu página** que vaya dirigido a tus fans actuales. De este modo multiplicarás tu alcance en ese grupo de usuarios entre 3 y 5 veces. Elige la publicación más reciente que hayas hecho o una a la que quieras dar especial relevancia.
- Crea un anuncio sobre tu página de Facebook** para animar a la gente a que haga clic en el botón “Me gusta”. Para el texto, utiliza frases como “Haz clic en “Me gusta” si quieres ser fan de...” Prueba diferentes opciones de segmentación para los anuncios, como la ubicación, los intereses, la edad o las categorías amplias.
- Prueba imágenes y textos** distintos en los anuncios. Nuestro consejo es probar entre 5 y 10 combinaciones diferentes y ver cuál da mejores resultados.
- Crea tu primera historia patrocinada.** Empieza por una historia sobre usuarios a los que les gusta tu página, para que sus amigos la vean y sea más probable que visiten tu página y hagan clic en “Me gusta”.
- Si es habitual que la gente registre en Facebook sus visitas a tu negocio, crea una **historia patrocinada sobre una visita.**
- Plantéate **crear una pestaña de bienvenida para tu página de Facebook** con el fin de sacar el máximo beneficio de los clics en “Me gusta” que reciban tu anuncios. Si necesitas ayuda, nuestros desarrolladores asociados pueden ayudarte. Visita developers.facebook.com/preferreddevelopers.

TERCERA SEMANA: Estadísticas y optimización



- Haz clic en “Estadísticas” en la columna izquierda de tu página y **revisa los datos de tu página**. Descubre cuántas personas están hablando de tu negocio en Facebook, qué tipo de contenido suscita mayor interés, además de los datos demográficos y la ubicación de tus fans.
- Visita el administrador de anuncios con regularidad** en facebook.com/ads/manage. Visualiza informes publicitarios para saber qué tipos de anuncios, imágenes, textos o parámetros de segmentación dan mejores resultados. Consulta el informe demográfico para **identificar qué perfil de usuario responde mejor** a tus anuncios.
- Crea** campañas diferentes para regiones y productos distintos.
- Cambia las imágenes** de los anuncios que tienen buen rendimiento para que no decaiga. Concentra más presupuesto en los anuncios y las campañas que tienen buenos resultados. Prueba anuncios nuevos.
- Incluye un botón “Me gusta” de Facebook en tu sitio web** para conseguir más fans de tu página de Facebook. Encontrarás más información sobre esta clase de integraciones con Facebook en facebook.com/plugins.
- Convierte a los fans de tu página de Facebook en clientes potenciales** dándoles incentivos y mostrándoles tus promociones u otras oportunidades de ventas.