



 rockcontent

# MARKETING EN **FACEBOOK**

## ¿ES ESTE E-BOOK EL CORRECTO PARA MÍ?

Uno de nuestros principales objetivos aquí en Rock Content es enseñar. Para lograr alcanzar nuestra idea, producimos artículos, e-books, whitepapers, webinars, infográficos y una infinidad de materiales hechos a tu medida. A pesar de eso, algunos conceptos son más introductorios en comparación a otros más avanzados. Ahora verifica cuál es el nivel de conocimiento necesario para disfrutar al máximo este contenido.

### BÁSICO

Si estás comenzando a trabajar con marketing de contenidos, marketing digital o inbound marketing, este contenido es exactamente el que necesitas. Aquí abordaremos algunos asuntos de una manera introductoria y de la forma más didáctica posible. Estos son los principales contenidos para quien desea comenzar a aprender algo nuevo.

.....[ ESTE E-BOOK! ]

### AVANZADO

Estos son los materiales más complejos que produce Rock Content. Para disfrutar al máximo los contenidos avanzados que producimos, es esencial que estés al día con lo que acontece en el mundo digital. Nuestros materiales avanzados son para profesionales con experiencia en el área que están en la búsqueda de conocimientos avanzados.

### INTERMEDIO

En estos materiales el contenido es elaborado para las personas que están más familiarizadas con algunos de los conceptos de marketing digital. Este tipo de contenido acostumbra a ser un poco más profundo y aquí presentamos, normalmente, algunas soluciones para problemas un poco más complejos.

### GUÍA COMPLETA

En esta categoría se encuentran los materiales más completos de Rock Content. En las guías los asuntos son tratados desde los conceptos más básicos hasta los detalles más avanzados y específicos. Son indicados para cualquier persona que desea comenzar, profundizar o reciclar su conocimiento en un determinado asunto.

Introducción	5
¿Por qué invertir en Facebook?	6
¿Cómo funciona el algoritmo de Facebook?	8
Cómo usar Facebook para tu empresa	14
Los errores básicos que puedes cometer en Facebook	27
Consejos de Marketing en Facebook	30
Las mejores herramientas para el Marketing en Facebook	37
Empresas que hacen un Marketing increíble en Facebook	42
Conclusión	47
Sobre Rock Content	48

## TEXTO



**VALENTINA GIRALDO**

Analista de Marketing

@ Rock Content

[valentina@rockcontent.com](mailto:valentina@rockcontent.com)

## DESIGN



**RAFAEL RALLO**

Analista de Marketing & Diseñador

@ Rock Content

[rafael.rallo@rockcontent.com](mailto:rafael.rallo@rockcontent.com)



**THIERS FERREIRA**

Diseñador

@ Rock Content

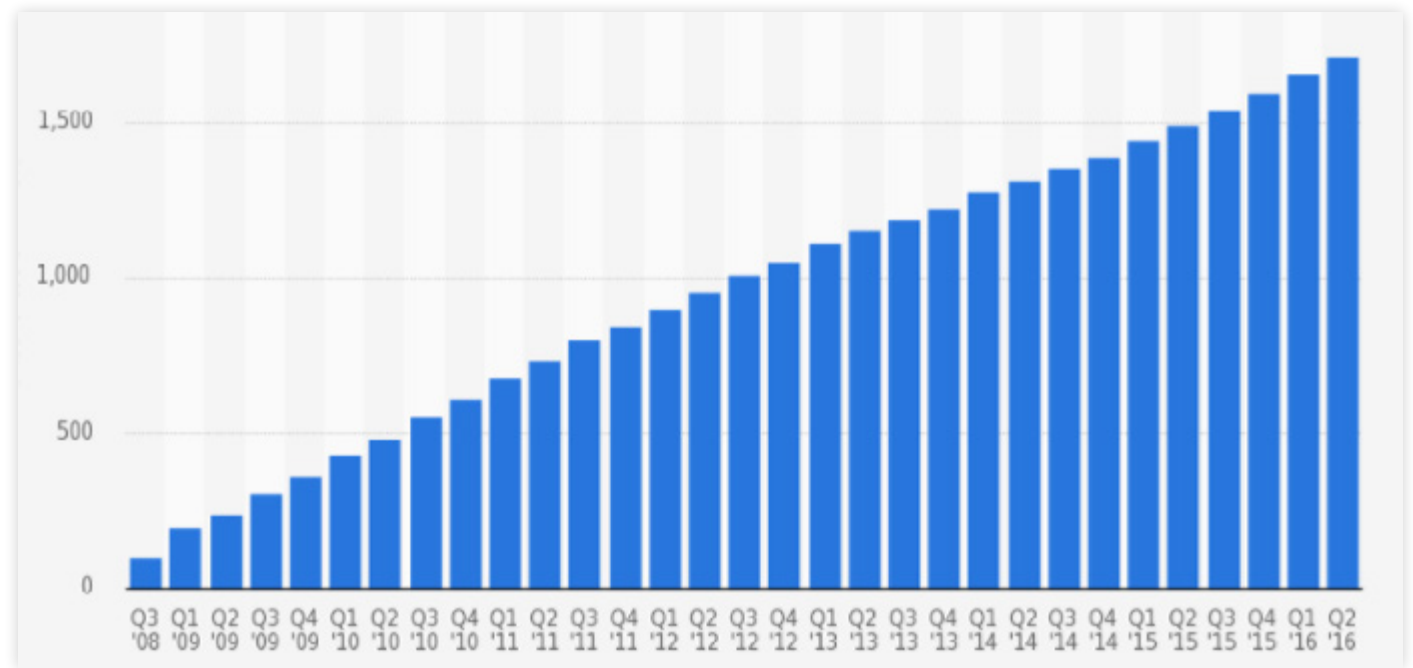
[thiers.ferreira@rockcontent.com](mailto:thiers.ferreira@rockcontent.com)

# INTRODUCCIÓN

Desde que Internet comenzó a formar parte de nuestras rutinas, de tiempo en tiempo surgen nuevas manías, programas y redes sociales que pasan a formar parte del día a día de miles de millones de personas alrededor del mundo.

ICQ, Messenger, Myspace, Orkut, Twitter — entre muchos otros — ya han tenido su época de oro. Todas las personas que en algún momento utilizaron estos programas y redes sociales ciertamente recordarán cuán importantes eran.

En el caso de **Facebook** la historia no fue diferente.



Número de usuarios en millones

A pesar de que la red social ha tomado un rumbo totalmente diferente de lo que su fundador Mark Zuckerberg pensó en un primer momento, Facebook va muy bien.

Este gráfico producido por [Statista](#) muestra el número total de usuarios globales de la red social desde el último trimestre de 2008.

En la época, poco después de su lanzamiento, Facebook contaba con 100 millones de usuarios. En el segundo quarter de 2016, la mayor red social del mundo llegó a la marca de los **1,7 mil millones de usuarios**.

Lo que difiere Facebook de todas las demás redes sociales que presenciamos hasta hoy es el enorme potencial para los negocios. Páginas empresariales, anuncios pagos, compromiso y el contacto directo con una base de seguidores.

Estas y otras funcionalidades de la red social crearon un nuevo panorama para miles de empresas en todo el mundo que utilizan medios digitales para promover, establecer su marca, ganar autoridad o crear un canal directo de comunicación con sus seguidores.

Has descargado este material por un simple motivo: **quieres aprender a hacer marketing en Facebook con éxito y obtener resultados increíbles con la red social**.

¿Paremos de hablar y entremos de cabeza en el tema?



# ¿POR QUÉ INVERTIR EN FACEBOOK?

Prácticamente ninguna estrategia de marketing digital puede evitar hoy en día la red de Mark Zuckerberg: su cantidad espantosa de usuarios es algo que nadie puede ignorar.

ALGUNOS DATOS IMPORTANTES SOBRE FACEBOOK:

- # MÁS POPULAR ENTRE MUJERES;
- # MÁS POPULAR ENTRE PERSONAS CON 18 A 29 AÑOS;
- # ENTRE LOS ADULTOS ONLINE, 71% USAN LA RED SOCIAL.

El poder de Facebook es innegable. Independientemente de cuál sea tu negocio, es muy probable que encuentres a alguien en la red que se interesa por tu producto/servicio. Por lo tanto, piensa dos veces antes de optar por no crear una fanpage en Facebook, ¡puedes estar perdiendo oportunidades de negocios importantes para tu empresa!

Y recuerda: no es porque tu negocio es B2B que no debes invertir en la red.

A pesar de que LinkedIn es la herramienta más indicada para este tipo de negocio, Facebook también puede generar increíbles oportunidades.





# ¿CÓMO FUNCIONA EL ALGORITMO DE FACEBOOK?

Uno de los puntos más críticos de cualquier estrategia de éxito en la red social se basa en el gran número de accesos orgánicos provenientes de publicaciones. Entiende que el tráfico orgánico son todos los accesos en tus páginas y contenidos conquistados sin la necesidad de inversión (Facebook Ads).

Si creías que el **tráfico orgánico** era importante solo para los blogs, es hora de revisar el concepto.

La adquisición de **tráfico pagado** es una de las principales formas de monetización que la red social utiliza para ganar dinero.

Para completar, Facebook realiza a menudo actualizaciones que disminuyen aún más el alcance total de publicaciones de forma orgánica.







## DE 2005 A 2011

La red creció de manera sorprendente desde su inicio en 2005. De a poco, el tráfico y el número de usuarios empezó a aumentar. Así, la sección de noticias se llenó cada vez más y rápidamente se creó un algoritmo para moderar los contenidos.

EN EL PRIMER MOMENTO, EL ALGORITMO DE FACEBOOK POSICIONABA LOS CONTENIDOS DE ACUERDO CON:

# FRECUENCIA

# RELEVANCIA

# POSTS MÁS RECIENTES

# CON BASE EN EL TIPO DE RELACIÓN QUE EXISTÍA ENTRE RECEPTOR Y PUBLICADOR

Este algoritmo fue llamado de **EdgeRank**.



## ¿QUÉ ES Y QUÉ HACE EDGERANK?

Edgerank es el algoritmo desarrollado por Facebook que decide qué será mostrado en tu línea de tiempo después de estudiar lo que es relevante para ti, en general, basándose en el tipo de contenido que tú y tus amigos consumen.

Todas las actualizaciones de estado, comentarios, likes y los recursos compartidos que recibes, pasaron por el chequeo de Edgerank antes de que se mostraran.

Esto a veces nos da la sensación de que estamos perdiendo algo o que dejamos de participar de discusiones porque simplemente no nos enteramos de ellas.

Pero en realidad, Edgerank está haciendo que consumamos únicamente contenido relevante — no solo para nosotros, sino también para los anunciantes de la red social.

## ANÁLISIS REFINADO

Cuando el **botón “me gusta”** se introdujo en 2009, la herramienta fue utilizada por el algoritmo de Facebook para monitorear, administrar y distribuir contenidos que varían de usuario para usuario, basado en sus intereses.

De ese modo, los usuarios de Facebook pasaron a recibir en sus timelines los contenidos que realmente les eran relevantes.



## EDGERANK MÁS COMPLETO

A lo largo de los años, Facebook recibió actualizaciones constantes en su algoritmo, pero fue en 2011 que las cosas realmente tomaron otro camino.

En aquel año el equipo de Mark Zuckerberg transformó a EdgeRank en una increíble herramienta capaz de aprender sola a optimizar las búsquedas e intereses de cada usuario único de la red social.

En lugar de tomar como base que todos los usuarios prefieren fotos, videos y posts, en esta secuencia exacta, el algoritmo pasó a adaptarse de acuerdo con el comportamiento de cada usuario.

Desde clics, likes, hasta contenidos que el usuario ignoraba.

Desde ese entonces hasta hoy, es así que EdgeRank actúa en nuestras timelines. Las constantes actualizaciones siguen realizándose para optimizar aún más nuestra experiencia en Facebook.



## ¿CÓMO FUNCIONA EL TRÁFICO ORGÁNICO EN FACEBOOK?

Después de sufrir tantas actualizaciones, algunos profesionales de marketing dicen que el tráfico orgánico en Facebook está muerto. Por más que esto pueda parecer cierto, lo que realmente sucedió fue la suma de algunos factores:

- # AUMENTO DEL VOLUMEN DE INFORMACIONES, POSTS Y CONTENIDOS COMPARTIDOS EN FACEBOOK;
- # EDGERANK HA EVOLUCIONADO AL PUNTO DE DETECTAR CONTENIDOS DE CALIDAD Y SPAMS;
- # SÍ, EL ALGORITMO HA REDUCIDO EL ALCANCE PARA QUE LOS PROFESIONALES NECESITEN INVERTIR;

Actualmente, el promedio de seguidores de tu página que realmente verán tus publicaciones a través del tráfico orgánico será influenciado por el número de likes que tienes:

- # MENOS QUE 1.000: 25.1%
- # ENTRE 1.000 - 10.000: 13.8%
- # ENTRE 10.000 - 50.000: 10.0%
- # ENTRE 50.000 - 100.000: 9.8%
- # MÁS DE 100.000: 7.7%



## ¿QUÉ HACER PARA CONSEGUIR MÁS ACCESOS ORGÁNICOS?

Como has podido ver, Facebook recibe actualizaciones frecuentes para mejorar la experiencia de sus usuarios.

Desde la parte visual hasta la calidad de las informaciones que están disponibles en la línea de tiempo – la red social está en constante evolución, por eso necesitas estar listo para probar nuevas posibilidades.

Invertir en **contenidos únicos y diferenciados** que sean atractivos para tus seguidores es el punto clave para el éxito.

# CÓMO USAR FACEBOOK PARA TU EMPRESA

Ahora que ya sabes por qué debes invertir en Facebook y has aprendido algunas informaciones valiosas sobre el tráfico orgánico, vamos a entrar en algunos puntos esenciales para tu éxito: cómo crear un perfil, tamaño de las imágenes de Facebook y una breve introducción a Facebook Ads.

## CÓMO CREAR UN PERFIL PARA TU EMPRESA EN FACEBOOK

Para obtener éxito en Facebook no basta con crear una página para tu empresa de cualquier manera y esperar que tus clientes te encuentren. Existen algunas buenas prácticas que debes seguir para crear un perfil empresarial. Preparamos una lista con los principales puntos que necesitas estar atento.

### 1. FOTO DE PERFIL

Esto puede parecer obvio, pero muchas empresas olvidan el poder de una buena foto de perfil. Añade una imagen de buena calidad, que represente tu marca y que sea fácilmente reconocible. Recuerda que tu foto de perfil será vista por quien sigue tu página todas las veces que publiques un nuevo post.





## 2. FOTO DE PORTADA

La foto de portada es lo que más llamará la atención cuando alguien haga clic en tu página.

Es una excelente oportunidad para divulgar aún más tu marca, impresionar a tus posibles clientes y causar un gran impacto.

Puedes contratar a un diseñador para ayudarte a crear algo increíble, pero también existen buenas opciones en línea que te pueden ayudar a crear una foto de portada fabulosa sin gastar. **Canva es** una excelente opción, gracias a que el sitio viene con plantillas listas para que crees una imagen de portada a tu fanpage. **¡Sé creativo e impresiona!**

En nuestra página de Facebook puedes ver cómo damos uso de los consejos que te hemos brindado sobre la foto de perfil y la imagen de portada. Nuestra foto de perfil es simple, pero fácilmente reconocible por nuestros clientes y todos los que conocen nuestro trabajo. Y nuestra imagen de portada fortalece nuestra marca a través de un diseño minimalista, pero que divulga nuestro nombre.



### 3. COMPLETA TU PERFIL

Ahora, completa tu perfil. ¡Recuerda no olvidar ningún dato importante!

Puedes rellenar tu perfil en la sección “Información” y hacer clic en “Editar información”.

Sigue esta **checklist** para saber las informaciones esenciales que debes agregar en tu perfil. Quieres que tus clientes potenciales encuentren fácilmente informaciones sobre tu negocio, ¡así que no ignores estos pasos!

- # COMPLETA LA SECCIÓN HISTORIA;
- # AGREGA LA URL DE TU SITIO;

- # SUBE UNA FOTO DE PERFIL Y DE PORTADA;
- # AGREGA INFORMACIONES INICIALES;
- # PON UNA DIRECCIÓN – SI TIENES UNA DIRECCIÓN FÍSICA;
- # ESCRIBE TU DESCRIPCIÓN Y MISIÓN;
- # INCLUYE UN NÚMERO DE TELÉFONO Y/O DIRECCIÓN DE E-MAIL;
- # RECUERDA ACTUALIZAR TU PÁGINA PARA QUE SIEMPRE HAYA CONTENIDO.

## 4. AGREGA COLABORADORES

Si trabajas con un equipo y no eres el único que administra tu fanpage, agregar colaboradores puede ser una manera de facilitar tu trabajo y asegurar que tu página esté siempre actualizada y funcionando. Facebook permite que tus colaboradores asuman los siguientes papeles:

# **ADMINISTRADOR** – COMPLETO Y TOTAL ACCESO. SI HAS CREADO TU PÁGINA, ESTE PAPEL ES TUYO.

# **EDITOR** – PUEDE EDITAR LA PÁGINA, ENVIAR Y RESPONDER MENSAJES, PUBLICAR, CREAR ANUNCIOS, VER QUÉ ADMINISTRADOR CREÓ UNA PUBLICACIÓN Y ANALIZAR ESTADÍSTICAS.

# **MODERADOR** – PUEDE RESPONDER Y ELIMINAR COMENTARIOS, ENVIAR Y RESPONDER MENSAJES, VER QUÉ ADMINISTRADOR CREÓ UNA PUBLICACIÓN, CREAR ANUNCIOS Y ANALIZAR ESTADÍSTICAS.

# **ANUNCIANTE** – PUEDE VER QUÉ ADMINISTRADOR CREÓ UNA PUBLICACIÓN, CREAR ANUNCIOS Y ANALIZAR ESTADÍSTICAS.

# **ANALISTA** – PUEDE VER QUÉ ADMINISTRADOR CREÓ UNA PUBLICACIÓN Y ANALIZAR ESTADÍSTICAS.



## 5. DEFINE TU TONO DE VOZ

Definir el tono de voz con el que interactúas con tu público objetivo es lo que determina la imagen y la reputación que tienes en los medios sociales. Encontrar el tono de voz que irás a utilizar en tus redes sociales es la manera de garantizar que te estás expresando de acuerdo con lo que tu marca y tu imagen representan. Así que es importante que tengas este lenguaje definido de manera precisa.

## 6. PLANEA TU CONTENIDO

Es importante saber exactamente lo que vas a publicar en tu fanpage. ¡No publiques cualquier tipo de contenido únicamente para mantener la página actualizada! Publica cosas que dialoguen con tu público objetivo y con los intereses y necesidades que ellos tienen.

Planea, busca y publica solo contenido de calidad.



## 7. LLAMA LA ATENCIÓN DE TU PÚBLICO

Contenido nuevo e interesante es esencial para mantener la atención del público en tu fanpage. Utiliza buenos títulos y siempre agrega imágenes. **El contenido visual recibe 37% más likes y compromiso que los posts sin imágenes.**

## 8. PROMOCIONA TU PÁGINA

Publica al menos 5 posts antes de invitar a tus amigos y conocidos a que les gusten tu página. Una vez que hayas hecho esto, ¡empieza a promocionarla! Invitar a las personas a darle me gusta, ponerla en tu sitio, crear promociones o sorteos... ¡Son muchas las opciones de divulgación! Elige la que se adapte mejor en tu empresa y estrategia.

## 9. MIDE TUS RESULTADOS

Después de todo esto, es importante saber qué funcionó o no para tu fanpage. El propio Facebook te ofrece informes sobre que generó compromiso y likes. Además, te proporciona datos demográficos sobre el público que entró en contacto con tu página. Mira cuidadosamente qué estrategias han sido buenas y abandona aquellas que no han traído buenos resultados.

## 10. Y, FINALMENTE: ¡INSPIRATE!

No desanimes si tu fanpage no trae **resultados rápidos**. El Marketing Digital implica esfuerzo y planificación y sus resultados se producen a largo plazo. ¡Inspírate en páginas de éxito y no te rindas!

Facebook, si se utiliza de manera correcta, puede ser la base de tu éxito en las redes sociales.



## TAMAÑO DE LAS IMÁGENES EN FACEBOOK

En primer lugar, es importante tener en cuenta que el tamaño máximo permitido por Facebook para una imagen es 2048 x 2048 píxeles, sin embargo, el tamaño máximo mostrado en la pantalla es de 960 x 720 píxeles. Entonces, ya sabes que no hay necesidad de subir imágenes con más de 960 x 720 píxeles.

También debes saber que existen diferencias entre el tamaño de las imágenes en ordenadores y en equipos como tablets o smartphones. Las imágenes que aparecen en la timeline de una fanpage tienen 504 x 504 píxeles, mientras que la misma imagen en un teléfono se muestra en 618 x 628 píxeles. Percibe el punto a seguir: ten el mayor tamaño posible de tu imagen, pero sin sobrepasar lo necesario para que se muestre en su totalidad en los dos ambientes.

Con eso, vale analizar la diferencia entre publicar un enlace que contenga una imagen o publicar el enlace dentro del texto y subir una imagen independiente para la publicación. Para una rápida comprensión: cuando el contenido que publiques tenga un link, éste se cargará automáticamente, mostrando una previa de lo que contiene – en general una imagen.



También hay algunas particularidades que observar.

- # LA PREVISUALIZACIÓN DE LAS IMÁGENES, TANTO PARA RETRATOS O PAISAJES, NO PASA DE 398 PÍXELES, SEA EN LA HORIZONTAL O VERTICAL.
- # ES DECIR, SI EL OBJETIVO ES PASAR EL MENSAJE EN LA PREVIA DEL ANUNCIO, QUE ES MOSTRADO EN LA LÍNEA DEL TIEMPO DE LOS USUARIOS, DEBES ESTAR ATENTO A TAMAÑOS QUE MANTENGAN TODO TU CONTENIDO A PESAR DE LA REDUCCIÓN DE TAMAÑO PREVISTA.
- # LAS DEFINICIONES DE LOS TAMAÑOS DE EXHIBICIÓN DE IMÁGENES SON DIFERENTES PARA EL USO DE FACEBOOK COMO USUARIO INDIVIDUAL (PERFIL DE PERSONA) Y PARA EL USO COMO FANPAGE.

Otro factor de gran importancia es que Facebook no recomienda que tu imagen tenga más que 20% de texto, por cuestiones de optimización.

Es decir, escribe muy poco en tu imagen y deja las informaciones para la descripción de tu publicación.

Tu foto de perfil será redimensionada, no importa el tamaño utilizado dentro de la escala aceptable para cargar. El tamaño de la foto de perfil de Facebook es de 160 x 160 píxeles. Para que tu foto quede expuesta en su totalidad, debe tener un tamaño cuadrangular.

Tendrás la posibilidad de editar tu foto, cortando y ajustando lo que quieras mostrar. En este caso, tendrás la presentación de tu imagen en 180 x 180 píxeles (tamaño ideal a cargar) para adaptar a 160 x 160 px.



Una posibilidad interesante es tener tu foto de perfil integrada con tu foto de portada. Entonces, teniendo en cuenta que el tamaño publicado de la foto de portada es de 828 x 315 píxeles, puedes cargar una foto con mayor ancho y altura, como 1230 x 525 píxeles, y utilizar el editor para arrastrarla.

EN RESUMEN:

- # **TAMAÑO MÁXIMO MOSTRADO EN FACEBOOK:** 960 X 720 PÍXELES.
- # **TAMAÑO MÁXIMO PARA TIMELINE DE FANPAGE:** 504 X 504 PÍXELES.
- # **TAMAÑO MÁXIMO DE VISUALIZACIÓN EN DISPOSITIVOS MÓVILES:** 618 X 618 PÍXELES.
- # **TAMAÑO MÁXIMO DE IMAGEN DE PREVISUALIZACIÓN:** 398 X 398 PÍXELES.
- # **TAMAÑO DE LA FOTO DE PERFIL:** 180 X 180 PÍXELES.
- # **TAMAÑO DE LA FOTO DE PORTADA:** 828 PÍXELES X 315 PÍXELES.







## CÓMO FUNCIONA FACEBOOK ADS

Antes de empezar a hablar un poco más sobre la plataforma de publicidad paga de Facebook, debemos aclarar que te mostraremos solo algunas informaciones sobre su funcionamiento y características de sus anuncios.

Aquí aprenderás más sobre la fuerza de Facebook Ads, una de las herramientas de anuncios pagos con el mayor potencial de segmentación que ya se ha creado. Gracias a su base de contactos y miles de informaciones sobre cada usuario, los anuncios de Facebook pueden ser extremadamente dirigidos y suelen presentar mejores resultados cuando se crean de manera correcta.

Ahora verás cuáles son los tipos de anuncios que existen y las posibles segmentaciones.



## TIPOS DE ANUNCIO

Actualmente hay 10 tipos de anuncios que pueden crearse en Facebook Ads y Powereditor:

- # **RECONOCIMIENTO DE MARCA:** PARA ALCANZAR PERSONAS CON MAYOR PROBABILIDAD DE DAR ATENCIÓN A TUS ANUNCIOS INCREMENTAR EL RECONOCIMIENTO DE TU MARCA.
- # **DIVULGACIÓN EN LAS INMEDIACIONES:** PARA DIVULGAR TU ANUNCIO A PERSONAS QUE ESTÁN "CERCA" DE TI.
- # **TRÁFICO:** PARA AUMENTAR EL ACCESO A TU SITIO O APLICACIÓN.
- # **ENVOLVIMIENTO:** PARA GENERAR ACCIONES DEL PÚBLICO QUE HAS ALCANZADO, COMO COMPARTIDOS, LIKES O PARTICIPACIÓN EN EVENTOS.
- # **INSTALACIONES DE LA APLICACIÓN:** PARA QUE LAS PERSONAS SEAN DIRECCIONADAS A TU TIENDA DONDE PUEDAN COMPRAR O DESCARGAR TU APLICACIÓN.

- # **VISUALIZACIONES DE VIDEO:** PARA PROMOVER VIDEOS, SEAN INSTITUCIONALES, DE PRODUCTOS O DE CUALQUIER OTRO TIPO.
- # **GENERACIÓN DE REGISTROS:** PARA COLECTAR INFORMACIONES SOBRE LAS PERSONAS INTERESADAS.
- # **CONVERSIONES:** PARA GENERAR ACCIONES DE CONVERSIÓN, COMO REALIZAR COMPRAS O PARTICIPAR DE EVENTOS.
- # **VENTA POR CATÁLOGO DE PRODUCTOS:** AQUÍ CREAS UN CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y ANUNCIOS QUE MOSTRARÁN ESTOS PRODUCTOS CON BASE EN TU PÚBLICO.
- # **VISITAS AL ESTABLECIMIENTO:** PARA PROMOVER TU UBICACIÓN A PERSONAS QUE ESTÁN EN LAS INMEDIACIONES.

Cada una de estas opciones tiene un resultado muy diferente y debes usarlas de acuerdo con tus objetivos estratégicos. Ten en cuenta cuáles son a la hora de hacer tu campaña.



## SEGMENTACIÓN

También hay varias posibilidades de segmentación dentro de Facebook. Las más importantes son:

- # **GEOGRÁFICA:** PERMITE DELIMITAR UNA REGIÓN ESPECÍFICA PARA LA CAMPAÑA. ES MUY ÚTIL PARA PEQUEÑAS EMPRESAS CON NEGOCIOS LOCALES, EN QUE ANUNCIAR PARA UN PÚBLICO DE OTRA CIUDAD, POR EJEMPLO, NO TIENE MUCHO SENTIDO.
- # **GÉNERO:** SI VENDES MAQUILLAJE, PARA QUÉ GASTAR DINERO MOSTRANDO TU ANUNCIO PARA HOMBRES, ¿NO ES VERDAD? ES POSIBLE DETERMINAR UN GÉNERO, EN CASO TENGA SENTIDO EN TU CAMPAÑA.
- # **EDAD:** SI TU PÚBLICO TIENE UNA EDAD BIEN ESPECÍFICA (POR EJEMPLO, SI VENDES JUGUETES), PUEDES AJUSTAR TU CAMPAÑA CONFORME ESTE CRITERIO.
- # **IDIOMA:** EN CASO DE QUE QUIERAS HABLAR CON PERSONAS DE OTRO IDIOMA DEL ESTÁNDAR DE LA REGIÓN SELECCIONADA.

De igual modo, es posible realizar una campaña más avanzada, utilizando recursos como la situación sentimental o el perfil de formación de los usuarios.

También es posible hacer una delimitación de acuerdo a los intereses de las personas (que demuestran a través de sus likes), lo que puede ayudar bastante en la efectividad de tu campaña. Al utilizar esta función, puedes hablar directamente con un público de valores más cercanos a los de tu empresa y así convertir con mucho más facilidad.

Para obtener los mejores resultados con tus campañas en Facebook Ads, es esencial que la segmentación esté muy bien planificada y definida. Este estudio y preparación pueden hacer una diferencia absurda en los resultados finales sobre el valor de las conversiones o clics.

## REFERENCIAS E INDICACIONES DE LECTURA

A pesar de no haber profundizado en este ebook el tema Facebook Ads, preparamos una lista con algunos contenidos de nuestro blog que te pueden ayudar y algunas referencias externas que seguramente te serán de gran valor:

- # [La historia de Facebook Ads: Cómo comenzó](#)
- # [Facebook Ads: Por qué considerarlo en tu estrategia de marketing](#)
- # [Facebook Ads vs. Google AdWords: ¿Cuál es mejor para tu negocio?](#)
- # [Tipos de publicaciones que NO pueden ser Ads en Facebook](#)

Referencias interesantes sobre el asunto:

- # [AdEspresso](#): Blog de una herramienta muy interesante para gestionar campañas en Facebook.
- # [Jon Loomer](#): Blog de uno de los mayores expertos en Facebook Ads del mundo.





# LOS ERRORES BÁSICOS QUE PUEDES COMETER EN FACEBOOK

Has creado una página en Facebook, has comenzado a publicar... pero no estás logrando los buenos resultados que esperabas con la red social. ¿Qué hacer en esta situación?

Puedes estar cometiendo algunos errores básicos en tu página. No te desespere: todos son fáciles de corregir. Te explicaremos a continuación cuáles son:

## IGNORAR LOS DATOS DE FACEBOOK INSIGHTS

Nunca pienses que Facebook Insights es una pérdida de tiempo.

Tener **informaciones detalladas** sobre tu público y sus publicaciones y saber cómo utilizarlas es el diferencial para lograr éxito con el marketing de Facebook. ¿Cómo crear posts sin saber si están alcanzando quién realmente está interesado en tu página? Tu calendario editorial y tu planificación dependen de estos datos.

## NO RESPONDER MENSAJES, COMENTARIO Y PUBLICACIONES EN TU PÁGINA

Ya hemos hablado de la importancia del compromiso sincero con tu público.

¿Pero cómo puedes hacerlo si estás ignorando lo que están hablando en tu página? No importa si has recibido alguna crítica pesada y sin fundamentos: **contesta con calma y simpatía**. Responde a todos los usuarios que interactúan con tu marca. Esta es una oportunidad para crear fans fieles y transformar críticos en posibles seguidores.

## ENFOCARTE SOLO EN PROMOVER TU PRODUCTO O SERVICIO

Este es uno de los mayores errores que las empresas cometen en Facebook.

Intentar lanzar una promoción de tu producto o servicio en todas tus publicaciones y contenidos es **extremadamente agotador** para tu público. Hacer esto desmerece tu producto, que es exactamente lo que no quieres que suceda.



## NO TENER UNA ESTRATEGIA

**Este error es extremadamente común.**

No basta con completar tu perfil y publicar sin una estrategia en mente. Actuar de ese modo es disparar en la oscuridad. Necesitas saber exactamente quién es tu persona, sus deseos, intereses. ¿Qué es lo que busca cuando está conectada en Facebook? ¿Cómo hablar con ella, qué tipo de lenguaje utilizar? ¿En qué horarios está más presente en la red social?

Define con claridad lo que tu marca busca en Facebook y quién quiere alcanzar. Una **planificación bien definida** puede ser el diferencial entre una página de éxito o más una página que se crea y no obtiene resultados positivos.



A woman with dark hair tied back, wearing a bright yellow sweater, is sitting at a wooden table. She is looking down at a silver laptop, smiling as she types on the keyboard. The background is a rustic stone wall.

# CONSEJOS DE MARKETING EN FACEBOOK

Ahora que ya sabes la importancia de usar Facebook como parte de tu estrategia de marketing digital y cuáles errores debes evitar, vamos a darte algunos consejos para que alcances el éxito en la red social.

Aquí separamos 10 consejos importantes, pero ten en mente que Facebook es una red social que siempre se está modernizando, así que necesitas mantenerte al día.

Sugerimos que separes los consejos que mejor se encajan en el perfil de tu empresa y hagas pruebas. ¿Alguno de los consejos no funcionó para ti? Pasa al siguiente. ¿Alguno de los consejos fue un enorme éxito? Amplía y utilízalo siempre como parte de tu estrategia. La palabra clave, aquí, es foco. Enfócate en lo que funciona para ti y tu empresa.





## 1. SÉ MOBILE FRIENDLY

En casa, en la calle, en el coche, en el autobús... ¡en todos los lugares hay gente usando un teléfono! Hoy en día no tener un sitio mobile friendly es casi un suicidio para tu marca. Actualmente, casi la mitad de las actividades de Facebook son realizadas por un dispositivo móvil.

Cada vez que crees contenido para la red, asegúrate de que se adapte bien a la pantalla de un smartphone. Puedes perder oportunidades increíbles si no te adaptas a esta nueva era.







## 2. ANUNCIA CON UNA CUENTA EN FACEBOOK

Puedes crear anuncios en la red sin tener una cuenta en Facebook, pero tu anuncio solo aparecerá en la columna de la derecha de la red social. Si deseas conseguir destaque en las noticias de los usuarios, lo ideal es anunciar directamente con una cuenta en Facebook. Ya te hemos enseñado en otra sección de este e-book a usar Facebook ADS. La herramienta puede ser una gran aliada en tus estrategias de marketing en el sitio.

Recuerda también de añadir buenas imágenes a tus anuncios. Ellas son el diferencial para llamar la atención del público.

### 3. RECUERDA LA REGLA 80/20

Para quien no la conoce, esta regla sigue un principio muy simple: el 80% de las publicaciones realizadas en tu página deben ser sobre asuntos de interés de tus seguidores y el 20% de los posts pueden ser de autopromoción para tu empresa y sus servicios.

En resumen, a cada 10 posts que realices, 2 pueden ser para la divulgación de tus servicios o productos y los demás ocho deberán contener contenido relevante para los usuarios.

El motivo de esta regla es bien obvio: tus seguidores no le dieron like a tu página solo para ser bombardeados con promociones y productos todo el tiempo.

Ellos quieren contenido relevante y de calidad.

### 4. HUMANIZA TU CONTENIDO

Este consejo es esencial: no trates tus seguidores como si fueran la misma persona. Piensa en ellos como seres comunes e individuales, con deseos, problemas y necesidades diferentes.

Crea una relación con las personas que han seguido tu página en Facebook. Humanizar tu tono de voz y tratar a tus seguidores con intimidad hace que las personas se sientan más cómodas y seguras con tu marca.

A los clientes les gusta ser escuchados. Por lo tanto, a partir de hoy, busca saber su opinión sobre los asuntos que publicas en tu página de Facebook. Crea un compromiso sincero y mantén un diálogo abierto con tus seguidores, así verás que tu contenido llamará mucho más la atención de tu público.

## 5. PIENSA BIEN EN TUS LLAMADAS

Sé objetivo y claro en las llamadas que escribes en Facebook. Demasiado texto desvía la atención del usuario y puede hacer con que tu contenido sea ignorado. Recuerda el consejo anterior: considera la experiencia del usuario al escribir una llamada. ¿Qué puede ser de su interés en ese contenido? ¿Qué busca? ¿Para quién estás divulgando? con estas preguntas en mente, crea una llamada certera e interesante, buscando la atención y el compromiso de tus seguidores en Facebook.

## 6. UTILIZA FACEBOOK INSIGHTS

La herramienta de análisis de datos de Facebook, Facebook Insights, es tu nueva mejor amiga. En ella puedes ver datos sobre tus likes, alcance, público... es esencial para saber qué tipo de publicación funcionó o no, además de saber a quién estás alcanzando con tus posts. ¿Estás llegando a tu público objetivo? ¿Están interactuando con tu página? Facebook Insights te muestra esto (¡y mucho más!). Recuerda de revisar la herramienta diariamente y utilizar sus informaciones a tu favor.

## 7. PIENSA RÁPIDO Y MANTENTE ACTUALIZADO

Mantenerte actualizado sobre lo que anda sucediendo y lo que está siendo comentado por tus seguidores es otro paso importante para el éxito de tu página. ¿Has visto alguna tendencia en tu feed? No pierdas tiempo y haz algún post sobre el tema. Pero atención: la cultura de los memes corre muy rápido. Si intentas utilizar algo que ya ha perdido el pico de popularidad, tu página será vista como desactualizada y puedes pasar la impresión de que estás forzando la situación.



## 8. HAZ PRUEBAS

Haz pruebas con horarios, frecuencia de mensajes, llamadas y contenido. Para saber qué funciona para ti y tu empresa es necesario diversificar tu estrategia. Piensa en las posibilidades de tu público objetivo y realiza pruebas.

Tal vez un contenido publicado fuera de las horas pico, por ejemplo, puede ser una mejor opción para alcanzar a quien realmente deseas. Y solo tendrás esas informaciones al alcance si pruebas todas las alternativas que Facebook te ofrece.







## 9. NO OLVIDES EL PODER DE LAS IMÁGENES

Este consejo es un poco obvio — decir que las imágenes promueven un mayor compromiso en Facebook llega a ser cliché.

Somos seres visuales. La imagen genera una respuesta rápida para que tu contenido sea ligeramente comprendido. Con la rapidez en la que el feed de noticias de Facebook se actualiza, es importante que tengas alguna manera de **captar la atención del usuario** a tu publicación — y una buena imagen es el camino más rápido para eso.

## 10. NO TENGAS MIEDO DE ARRIESGARTE

Por último: piensa en Facebook como una gran oportunidad para mostrar la verdadera cara y personalidad de tu marca.

No tengas miedo de ser creativo, osado e interesante — la competencia actual en Facebook es enorme y solo aquellos que realmente ofrecen un contenido provechoso al usuario logran destacarse.

¡No pierdas la oportunidad!





# LAS MEJORES HERRAMIENTAS PARA EL MARKETING EN FACEBOOK

Seamos sinceros: un marketing bien hecho en Facebook es algo que puede consumir una gran parte de tu tiempo.

Hay mucho que hacer: programación, control de contenido, monitoreo, aplicación de los resultados... la lista es enorme y puede ser un poco sofocante.

¡Pero no te desespere! La tecnología existe para ayudarnos. Las redes sociales, herramientas y aplicaciones siempre han funcionado como socios uno para el otro. ¿Por qué no utilizarlos de manera conjunta para facilitar tu vida?

Aquí vamos a ayudarte con algunas de nuestras herramientas favoritas que sacarán el estrés diario que manejar el marketing en Facebook puede causarte.



## 1. HOOTSUITE

[Hootsuite](#) es conocido por su diversidad y mil utilidades en la gestión de redes sociales. Una de las herramientas más avanzadas del mercado, permite que publiques, programes y monitorees el resultado de tus cuentas. En su versión gratuita permite añadir 3 redes sociales, lo que es perfecto para las pequeñas y medianas empresas.

## 2. BUFFER

Para tener cualquier red social exitosa necesitas ser activo — mantener publicaciones constantes de material de calidad es importante para cualquier estrategia de Social Media. Pero con las tareas del día a día esto puede olvidarse. Es aquí que entra [Buffer](#). Este permite que programes el día y horario de cualquier publicación en Facebook (además de otras redes sociales). Puedes modificar el contenido cuando desees. La herramienta hace el resto del trabajo por ti, simplificando (¡y mucho!) el proceso de envío de contenido.

## 3. MENTION

Esto debería ser anotado por todas las empresas en las redes sociales: tus clientes y seguidores comparten la experiencia que tuvieron con tu marca (sea buena o mala) con otros consumidores. Y eso es notable: ¿cuántas veces ya no has visto a un amigo que se ha quejado sobre un mal servicio de alguna empresa en Facebook?

[Mention](#) sirve exactamente para eso: monitorear en tiempo real lo qué están hablando de tu marca. Así, puedes acompañar lo que tus clientes andan pensando y responder rápidamente cualquier crítica, elogio o sugerencia.



## 4. BUZZSUMO

**Buzzsumo** funciona como una especie de investigación para tu marca. Él te muestra cuáles son las palabras clave y temas más buscados por los usuarios. Así puedes seguir las tendencias, ver lo que tu público objetivo comparte y qué palabras clave han traído resultados para tu marca.

## 5. FEEDLY

**Feedly** es una herramienta RSS que permite la adición y el mantenimiento de contenido como sitios web, blogs, etc. De ese modo, puedes mantener todo el contenido interesante en un solo sitio — lo que facilita bastante que tú y tu equipo estén siempre actualizados con las tendencias del mercado. Es una manera increíble de saber siempre lo que tus competidores andan haciendo y obtener nuevas ideas de publicaciones en las redes sociales.

La herramienta también te permite compartir publicaciones en las redes sociales que prefieras.





## 6. POCKET

**Pocket** es una aplicación sencilla y objetiva para almacenar contenidos que pueden haber llamado tu atención pero que no has podido leer en su momento – siendo una forma fácil de guardar y recuperar artículos y posts interesantes.

Otra gran manera de mantenerte actualizado para crear contenidos increíbles en Facebook sin perder mucho tiempo.



## 7. QUINTLY

El Marketing Digital y el análisis de datos van de la mano. El análisis y la mensuración de resultados es la manera más eficaz de medir lo que funcionó o no en tu página de Facebook — e invertir en las estrategias que están funcionando.

Si estás planeando una nueva estrategia en tus redes sociales, es esencial que hagas un benchmarking de tus competidores. Es en esto que [Quintly](#) te ayudará: la aplicación es increíble en la planificación de nuevas campañas en las redes sociales.

## 8. PIKTOCHART

Ya dijimos que utilizar imágenes en tus posts en Facebook son la forma más fácil y rápida de impactar a tus lectores. El uso de materiales diversos e interesantes también son esenciales para crear un contenido de calidad.

Y el uso de infografías entra en esa lista: son piezas informativas, con un diseño atractivo y que rápidamente enseñan al lector y al cliente potencial sobre temas que pueden interesarles. [Piktochart](#) es tu compañero en esto: ofrece numerosas plantillas, tipografías y colores, facilitando la creación de una infografía de manera simple y objetiva, sin dolor de cabeza.

## 9. CANVA

Así como Piktochart, [Canva](#) existe para ayudarte a crear imágenes con un diseño de calidad pero de una forma sencilla y rápida. El sitio ofrece una gran variedad de imágenes gratuitas, iconos, gráficos, tipografías y etc. Además, te ayuda con el tamaño ideal de cada imagen.

¿Quieres publicar una foto de perfil o foto de portada en Facebook, por ejemplo? ¡Canva tiene los modelos listos para ti! Basta con ser creativo y tener un sentido estético que esta herramienta vendrá a ser tu nueva mejor amiga en la producción de imágenes para tus posts en las redes sociales.



# EMPRESAS QUE HACEN UN MARKETING INCREÍBLE EN FACEBOOK

Después de todo lo que te mostramos hasta ahora, te debes estar preguntando: **¿cómo aplicar todo esto en mi página de Facebook?**

Una de las respuestas más simple para esta pregunta es: **inspirándote.**

Quédate atento a las empresas que hacen un marketing espectacular en Facebook y que usan la red social como una de sus principales estrategias de marketing digital.

Separamos aquí cuatro grandes ejemplos de empresas que saben cómo usar Facebook a su favor:



## COCA-COLA

Con 92 millones de likes en Facebook, es imposible no mencionar el gigante de las gaseosas, Coca-Cola, como parte de una de las empresas más exitosas en la red social. La marca ya estableció una presencia de peso en el sitio.

Si tiene preguntas acerca de cómo aplicar un tono de voz específico, diferenciación de formatos y diversificación de contenidos, te recomiendo fuertemente echar un vistazo a la [página de la marca](#).



## ENDEAVOR BRASIL

Endeavor Brasil es un gran ejemplo de una empresa que sabe dialogar de manera eficaz con su público objetivo.

Su contenido es de calidad y extremadamente informativo.



**Endeavor Brasil**

29 de setembro de 2015 ·

Só tem uma coisa que não funciona de jeito nenhum na crise.



**Ainda Sobre a Crise – e 6 Formas de Lidar com Ela**

ENDEAVOR.ORG.BR



## PONTO FRIO

**Ponto Frio** creó un personaje ficticio, el Pingüino, para interactuar con sus seguidores en las redes sociales. Y eso no podría haber funcionado mejor: el Pingüino es un fenómeno en las redes sociales.

La empresa sabe equilibrar lo extrovertido del personaje con ofertas y divulgación de productos. Un gran ejemplo de cómo ser creativo e innovador en Facebook.



## NATURA

La página en Facebook de **Natura** es un gran ejemplo de compromiso con su público. La marca incentiva a sus seguidores a participar activamente de la página en todo momento.

Además, su contenido es diversificado y de extrema calidad, mostrando los diversos lados de Natura como marca.





# CONCLUSIÓN

Facebook es una red social esencial para el éxito de cualquier estrategia en línea y fuera de línea. Gracias a su increíble alcance, miles de empresarios y profesionales de marketing hacen uso de Facebook todos los días.

No existe una receta especial que te garantizará retornos inmediatos, pero todos los consejos que dimos en este material, si se utilizan con perfección, ciertamente pueden generar excelentes resultados.

Otro punto que debe ser reforzado es que de nada sirve solo leer y estudiar sobre las mejores prácticas. La manera más eficiente de obtener buenos resultados haciendo marketing en Facebook es comprobándolo tu mismo.

Pon en práctica los consejos que hemos enumerado aquí. Actualiza el perfil de tu empresa, comparte contenidos relevantes para tu público y dedica una atención especial a tus campañas de Facebook Ads. ¡Estamos seguros de que quedarás contento con los resultados!





Rock Content es una empresa líder en marketing de contenidos. Ayudamos a las marcas a conectarse con sus clientes a través de contenido fantástico y blogs corporativos sin monotonía.

A través de nuestro servicio de consultoría montamos estrategias de contenido para nuestros clientes. Tenemos varios materiales educativos gratuitos y siempre tenemos algún artículo interesante en el **blog de Marketing de Contenidos**.