

Guía para publicaciones exitosas en Facebook

por: Lcda. Zuly Salas
Rev 2019



1. Los negocios en Facebook
2. Consejos para publicaciones más estratégicas:
 - a. Define tu mercado meta
 - b. Prueba distintos horarios
 - c. Haz un llamado a la acción
 - d. Sé más visual
 - e. Mantén un balance entre imágenes y texto
 - f. Utiliza lenguaje sencillo
 - g. Crea distintos tipos de contenido
3. ¿Por qué un plan estratégico de contenido?
4. Sobre la autora
5. Referencias

Facebook es la red social número uno. Actualmente cuenta con más de 2.2 billones de suscriptores activos, (que se conectan al menos una vez al mes) y para 2013 contaba con 16 millones de perfiles de negocios locales.

¿Qué significa esto para los dueños de negocio? Significa que entre tantos perfiles y entre tantas páginas de negocio es completamente necesario ser estratégicos y tomar la delantera para que nos podamos hacer notar.

Quien nos sigue en Facebook es porque tiene interés genuino en lo que ofrecemos y quiere saber más de nosotros, pero nuestro contenido compite diariamente con el de otros negocios y, sobre todo, con las publicaciones de los amigos de nuestros seguidores. Siendo esto así y teniendo en cuenta que Facebook da mayor peso a las publicaciones de amigos y familiares que a las de los negocios es importante que conozcamos nuestros objetivos, nuestras metas y lo que debemos hacer para que nuestras publicaciones no pasen desapercibidas por quienes las ven. Esto nos ayuda enfocarnos y a no perder tiempo buscando contenido para “rellenar”.

Es importante que desarrollemos un plan estratégico de contenido basado en nuestras necesidades particulares para crear publicaciones de interés para nuestros seguidores.

Si has llegado hasta aquí posiblemente tienes una página de negocio en Facebook y te interesa saber cómo sacarles el máximo provecho a tus publicaciones. Por tal razón, voy a compartir contigo varios **consejos que pueden ayudarte a ser más estratégico con tus publicaciones.**

1. Define tu mercado meta: Si tuvieras que escoger una sola persona a la que le venderías tus productos o servicios de ahora en adelante, ¿cómo sería esa persona? Define su sexo y edad, la región en la que vive, el idioma que habla, cuáles son sus intereses personales, el nivel socioeconómico, etcétera y utiliza esta información para crear tus mensajes dirigidos a esa población.

2. Prueba distintos horarios: Cada segmento del mercado responde a distintos horarios. Una persona que estudia de 8 am a 3 pm no estará conectado en Facebook en el mismo horario que una ama de casa. Por tal razón, al definir nuestro mercado meta debemos tener presentes también los distintos horarios en los que se conectarían para publicar en esas horas.

Si desconocemos el horario específico en que se conectan la mayoría de nuestros seguidores podemos poner distintos horarios a prueba y escoger aquellos que reciban mayor interacción para publicar más seguidamente.

3. Haz un llamado a la acción: El llamado a la acción es una frase que se coloca al final de una publicación que invita a los seguidores a tomar una acción específica respecto a ella. Podemos invitarlos a dar “me gusta” a compartir el mensaje, a comentar o a mencionar alguna persona a la que ellos entiendan que les gustaría la publicación. Muchas veces nuestros seguidores ven nuestras publicaciones y continúan navegando en las redes. Por tal razón, si deseamos que se detengan e interactúen con nuestras publicaciones se los debemos dejar saber.

4. Sé más visual: Está comprobado que las personas responden más a las imágenes que a los textos. Hacer una publicación con una foto o un video logra captar más la atención de nuestros seguidores. Las fotos, los gráficos y/o los videos nunca nos deben faltar.

5. Mantén un balance entre imágenes y texto: Sí, como te comenté anteriormente las personas responden más a las imágenes que a los textos, pero debemos crear un balance. No todo debe consistir en publicar imágenes solamente. Acompañar las imágenes con un texto corto complementa el mensaje y logra un mayor impacto.

6. Utiliza lenguaje sencillo: Muchos negocios suelen utilizar lenguaje técnico o conocido solamente por las personas que trabajan en ese campo. Piensa que no todos tus seguidores conocen el tecnicismo de tu negocio y si vas a compartir frases como: "*Haz un llamado a la acción*" debes dejar claro su significado. También, puedes aprovechar esta oportunidad para generar contenido educativo que ayude a tus seguidores a familiarizarse más con tu negocio.

7. Crea distintos tipos de contenido: Es importante mantener un balance del contenido que compartimos y no saturar a nuestros seguidores con lo mismo. Comparte contenido de entretenimiento, informativo, educativo y/o de promociones y ofertas, entre otros.

Así como estas hay otras estrategias que podemos implantar para que nuestras publicaciones sean cada vez más exitosas, pero el consejo más importante que puedo darte es:

Crea un plan estratégico de contenido

¿Por qué un plan estratégico de contenido?



Un plan de contenido es un análisis que se realiza sobre el tipo de contenido que debemos generar en base a nuestro mercado meta. Este plan establece las metas y objetivos del negocio en las redes sociales, así como las estrategias para cumplirlos.

Un plan estratégico de contenido te ayuda a:

1. Ahorrar tiempo, porque ya sabrás de antemano qué puedes publicar y cómo publicarlo e incluso, programarlo.
2. Ahorrar dinero, porque sabrás cómo invertir tu presupuesto de campañas de Facebook.
3. Publicar contenido de interés para tus seguidores, porque al definir tu mercado meta sabrás sus gustos e intereses.
4. Crear consistencia en los mensajes y en la forma de llevarlos.
5. No improvisar, pues sabrás qué tipos de contenido utilizar.

¿No sabes cómo desarrollar tu plan estratégico de contenido para Facebook? ¡Permíteme ayudarte!

Envíame un correo electrónico a info@zulysalas.com y comencemos a trabajar de la mano para desarrollar tu estrategia de contenido en Facebook para llegar a más prospectos.

Sobre Zuly Salas



Mi nombre es Zuly Salas y soy licenciada en Relaciones Públicas y estrategia de mercadeo digital. Tengo un bachillerato en relaciones públicas y publicidad de la Universidad de Puerto Rico, recinto de Río Piedras y una maestría en Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona. También, tengo preparación y certificaciones en las áreas del mercadeo digital, la coordinación de eventos, fotografía y el manejo de redes sociales.

Comencé como Social Media Mánager para organizaciones sin fines de lucro en 2012. Como parte de mi experiencia y trayectoria, he trabajado redes sociales para varias industrias, incluyendo restaurantes, área de belleza, turismo, industria automotriz, negocios creativos, entre otros.

He participado como recurso en diversos eventos del campo del mercadeo digital, incluyendo el Primer Congreso Virtual para Social Media Mánagers y he fungido como recurso en mercadeo y Redes Sociales en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Aguadilla.

Actualmente, mi interés principal es poner mi conocimiento y experiencia al servicio de pequeños y medianos comerciantes hispanohablantes, con el fin de desarrollar estrategias que les permitan mercadearse de forma correcta en las redes sociales, para ayudarles a conectarse con prospectos y obtener un mejor posicionamiento.

Referencias

Por qué bajó tu alcance en Facebook. (27 de febrero de 2018). Recuperado de <https://creatividadenblanco.com/sabes-por-que-ha-bajado-tu-alcance-en-facebook-realmente/>

Top 20 Facebook Statistics - Updated March 2018. (24 de marzo de 2018). Recuperado de <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

Zuly Salas, LLC. se caracteriza por brindar información valiosa, adecuada, certera y de gran utilidad a través de publicaciones escritas y videos. Zuly Salas, LLC. se reserva todos los derechos de autor que pueden relacionarse a dichas publicaciones. Su contenido está revestido de un alto grado de profesionalismo y experiencia, para que puedas encontrar guías que se ajusten a tu interés.

Es importante que sepas que la utilización y el empleo del material publicado por mi puede ofrecerte resultados beneficiosos, pero no puedo garantizar dichos resultados por la cantidad de componentes que no puedo controlar al momento en que empleas mis técnicas y consejos.

Los resultados de esta guía dependen de la implementación y el uso que cada individuo o negocio de a esta información en su red social. Estos consejos son meramente informativos y no sustituyen la asesoría profesional para cada caso en particular. Para saber si la información aquí provista se ajusta a tus necesidades debes consultarla con un profesional capacitado en manejo de redes sociales antes de ser empleada en tus redes.

Zuly Salas

Estratega de Mercadeo en las Redes Sociales
Social Media Manager

📞 1 (787) 436-3313

✉️ zulysalas@zulysalas.com

🌐 www.zulysalas.com

📌 @ZulySalasSMM

