

Resumen Imprimible

Curso Community Management

Módulo 3: Facebook

Contenidos:

Contenidos:

- Introducción a Facebook
- Las páginas de seguidores
- ¿Cómo crear una página?
- Herramientas de la barra superior
- Configuración General de la página
- Otras configuraciones
- Publicación de contenido
- Estadísticas

Facebook

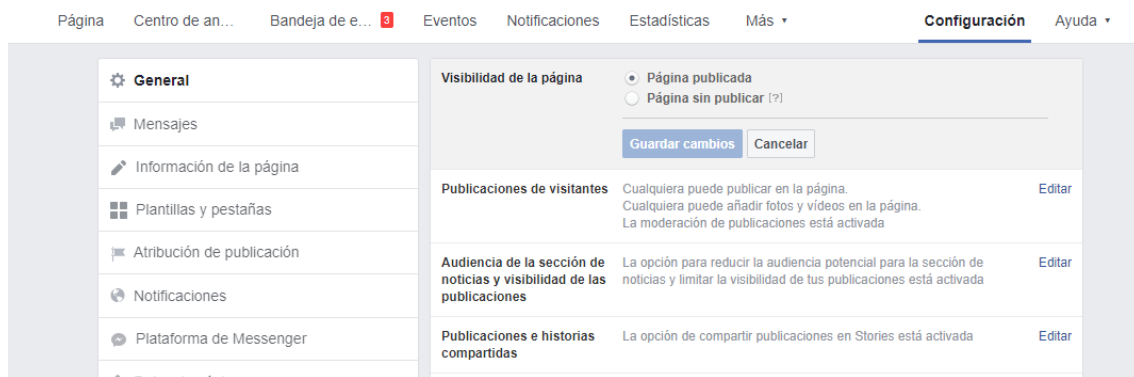
Cuando hablamos de Facebook, la definimos como una red social. Una red social es un espacio digital, con determinadas características. Puede ser un sitio web, una aplicación, etc. donde las personas disponen de un espacio personalizable (generalmente llamado perfil), desde donde intercambian información personal y contenidos multimedia con otros usuarios.

Páginas de seguidores

- Navegamos la siguiente dirección: www.facebook.com, seleccionamos crear página y luego nos solicitarán que iniciemos sesión.
- Elegimos qué tipo de página es la más adecuada para nuestra marca, negocio o producto. Tenemos las siguientes opciones de páginas:
- Empresa o marca: Muestra tus productos y servicios, destaca tu marca y llega a más clientes en Facebook. Es la opción para negocios físicos o virtuales, empresas, lugares como instituciones u organizaciones, marcas o productos.
- Comunidad o personaje público: Conecta y comparte contenido con personas de tu comunidad, organización, equipo, grupo o club.



- Luego elegimos el nombre de nuestra página y si tuviéramos la opción, elegir categorías de página que servirán para poder describir mejor nuestro negocio o marca.
- Si no queremos que las personas vean nuestra página vacía, podemos hacer que no sea visible. Desde la barra de herramientas seleccionamos Configuración y luego elegimos anular la publicación de la página.



Barra superior

- Página: Nos permite volver a nuestra página desde cualquier otro lugar, por ejemplo, desde la Configuración.
- Centro de anuncios: Desde esta sección veremos un resumen de la publicidad realizada por la página. Si nuestra página es nueva, lógicamente todos los indicadores estarán en cero.
- Bandeja de entrada (Mensajes): Aparecerá una notificación indicando el número de mensajes que tenemos sin leer en nuestra bandeja de entrada. Estos mensajes son enviados por los usuarios y son privados, solo podemos verlos quienes administramos la página y el usuario que lo envía.
- Notificaciones: Allí se cuentan todas las interacciones que haya en nuestra página y nos notifica en rojo sobre las que aún no vimos.

- Eventos: Apartado donde aparecen las estadísticas globales de los eventos. Sólo aparece si la página realiza publicaciones con formato de eventos.
- Calidad de la página: Allí podremos saber cuál es la “salud” de nuestra página, es decir si Facebook ha tomado alguna medida disciplinaria contra esta.
- Herramientas de publicación: Allí encontramos publicaciones ya hechas, las programadas (próximas a publicarse) y todo el contenido de nuestra página en cuanto a publicaciones. Arroja información importante de cada una de las publicaciones como el Alcance obtenido por cada una y la cantidad de Clics/acciones que registró cada publicación.
- Ayuda: La ayuda permite realizar consultas a determinados problemas que puedan surgir en la página de Facebook.
- Estadísticas: Todo lo que ocurre con nuestra página es medible y se puede analizar para tomar decisiones. Las estadísticas de Facebook incluyen diferentes apartados para organizar toda la información de manera sencilla.

Las Estadísticas:



- Información general: Es un resumen o planteo general de toda la información que se detalla en el resto de los apartados estadísticos. Hace hincapié en:

- Acciones en la página
- Visitas a la página
- Me gusta
- Alcance
- Interacciones con publicaciones
- Videos:

La Configuración

Página Centro de an... Bandeja de e... 9 Eventos Notificaciones 3 Estadísticas Más ▾ Configuración Ayuda ▾

General	Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
Mensajes	Publicaciones de visitantes	Cualquiera puede publicar en la página. Cualquiera puede añadir fotos y vídeos en la página. La moderación de publicaciones está activada	Editar
Información de la página	Audiencia de la sección de noticias y visibilidad de las publicaciones	La opción para reducir la audiencia potencial para la sección de noticias y limitar la visibilidad de tus publicaciones está activada	Editar
Plantillas y pestañas	Publicaciones e historias compartidas	La opción de compartir publicaciones en Stories está activada	Editar
Atribución de publicación	Mensajes	Otras personas se pueden poner en contacto con mi página de forma privada.	Editar
Notificaciones	Autorización para etiquetar	Otras personas pueden etiquetar las fotos publicadas en mi página.	Editar
Plataforma de Messenger	Otras personas que etiquetan la página	Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página.	Editar
Roles de página	Ubicación de página para efectos	Otras personas pueden usar la ubicación de tu página para efectos y marcos de fotos y vídeos.	Editar
Personas y otras páginas	Restricciones de país	La página es visible para todos.	Editar
Audiencia preferida de la página	Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Autorizaciones			
Contenido de marca			

General:

- Visibilidad de la página: Aquí trabajamos al principio del armado de la página, cuando decidimos ocultarla.
- Publicaciones de visitantes: Cualquiera puede publicar en la página, Cualquiera puede agregar fotos y videos en la página, o La moderación de publicaciones está activada.

- Audiencia de la sección de noticias y visibilidad de las publicaciones: Nos permitirá segmentar nuestras publicaciones cuando lo creamos conveniente.
 - Publicaciones e historias compartidas: Cuando esta opción está activada, cualquier persona en Facebook puede compartir las historias, las publicaciones y los eventos de tu página en su historia.
 - Opiniones: Permitir que los visitantes revisen esta página o Las opiniones están desactivadas.
 - Mensajes: Seleccionar esta opción nos habilita a permitir la opción de establecer contacto mediante la mensajería privada.
 - Autorización para etiquetar: Permitir que las personas puedan etiquetarse en mis fotos es una buena manera de incentivar las visitas y la conversación entre la página y la audiencia.
 - Otras personas etiquetan la página: Permitir que otros usuarios me etiqueten a mí.
 - Ubicación de página para efectos: Otras personas pueden usar la ubicación de tu página para marcos de fotos y videos.
 - Restricciones de países: Limita a uno o varios países o es visible para todos.
 - Restricciones de edad: Útil en caso de contener contenido sensible para menores.
 - Moderación de la página: Útil si por ejemplo, queremos evitar que nombren a nuestra competencia en nuestra página.
 - Filtro de groserías: Funciona de modo similar que el apartado anterior.
 - Sugerencias de páginas parecidas: Elige si quieres que se recomiende tu página a otras personas.
 - Actualizaciones de la página: Si cambiamos algún tipo de información, como el número de teléfono, la dirección del comercio, etc., automáticamente se creará una publicación comunicando esto a nuestros seguidores.
 - Publicar en varios idiomas: Permite que las publicaciones se muestren a los seguidores en el idioma que sea más relevante para ellos.
 - Traducir automáticamente: Permite que las personas que hablan otros idiomas puedan traducir mis publicaciones.
-

- Clasificación de comentarios: Permite editar el orden en el que se mostrarán las conversaciones en nuestras publicaciones.
- Distribución de contenido: Se permite o prohíbe la descarga a Facebook. Esto se refiere a que los videos que se suben a Facebook normalmente estarán disponibles para descargarse en Facebook en algunos países.
- Descargar página: Un back up de tu página.

Fusión de páginas

Fusionar páginas: Esta opción permite unificar páginas que el cliente hay hecho de forma separada para el mismo negocio o marca. Los requisitos para realizar una fusión de páginas son:

- Ser el administrador de las dos páginas.
- Las páginas deben tener nombres parecidos y representar la misma entidad
- Las páginas tienen la misma dirección, en el caso de que tengan ubicaciones físicas.

Para fusionar páginas hay que seguir los siguientes pasos:

- Desde Configuración > General > Fusión de páginas
- Seleccionar las dos páginas que deseamos fusionar y hacer clic en Continuar.
- Luego, clic en fusión.

Durante el proceso se nos pregunta cuál es la página que queremos conservar, o sea, cuál es la que va a continuar publicada y se le agregarán los seguidores de la otra página.

Solicitar la fusión de las páginas duplicadas

Para que las personas te encuentren fácilmente en Facebook y en las búsquedas, puedes solicitar la fusión de páginas duplicadas.

Elige las dos páginas que quieres fusionar:

Aspectos que conviene tener en cuenta:

Solo puedes solicitar una fusión si eres administrador de ambas páginas.

Las páginas que fusiones deben representar la misma entidad y tener nombres similares. Si intentas fusionar dos páginas distintas, es posible que ambas se oculten de forma permanente.

Una vez iniciado el proceso de fusión de páginas, no se puede anular.

Se informará de la fusión a las personas que hayan indicado que les gusta la página duplicada. Este proceso puede tardar algunos días en completarse.

El contenido de la página fusionada se eliminará durante la fusión, por ejemplo, las publicaciones, las fotos y el nombre de usuario. [Obtén información sobre cómo descargar y guardar el contenido de la página](#)

Los Me gusta y las visitas de ambas páginas se combinarán y se mostrarán en la página que quede activa.

[Continuar](#)

- Elimina tu página: Si hemos decidido no tener más presencia digital en redes sociales. Es para casos donde el negocio cierra o la marca deja de existir.
- Live commentary: Esto permite a los usuarios que puedan o no realizar comentarios durante nuestras transmisiones en vivo.

Mensajes

El servicio de mensajería privada en Facebook permite dialogar de forma instantánea con las personas que nos escriben. Las páginas sólo pueden contestar mensajes privados. No pueden iniciar la conversación.

Velocidad de respuesta

La insignia Nivel de respuesta se obtiene cumpliendo:

- Índice de respuesta del 90 %: porcentaje de mensajes recibidos a los que se envía una primera respuesta el mismo día.
- Tiempo promedio de respuesta: 15 minutos o menos. El tiempo de respuesta es el tiempo promedio que tarda la página en dar una primera respuesta a los mensajes nuevos en un día.

Podemos establecer que los horarios en los que no nos conectamos, nos encuentre con un estado de mensajes de página "Ausente". Para estar ausentes debemos hacer click en "Bandeja de entrada" y clic en el ícono de chat con la tilde de color verde.

Hay una opción para crear mensajes personalizados que se disparan de forma automática cuando alguien nos escribe. Para eso hacemos uso de la Configuración de la página, en la opción Mensajes de la barra lateral de herramientas.

- Mensajes de citas: Es probable que si escribimos un día o un horario en Facebook Messenger, el usuario reciba la opción de "Crear cita".
- Información de la página: desde donde se puede configurar toda la información de contacto y descripción del negocio o marca que verá el usuario.
- Plantillas y Pestañas:

La idea es que la plantilla vuelva más fácil de utilizar la página de Facebook.

Debajo de las plantillas, tenemos la opción de editar las Pestañas. Podemos agregar o quitar las pestañas estándar que vienen por defecto en todas las páginas de Facebook, y eliminar las que no usemos.

- Atribución de publicación: Aquí establecemos cómo va a quedar registrada para los usuarios nuestra actividad cuando estemos realizando acciones desde la página.
- Notificaciones: Desde este apartado configuramos todo lo relativo a las notificaciones que recibiremos cada vez que se registre actividad en nuestra página. Tenemos la opción de recibir notificaciones cada vez que un evento

- Plataforma Messenger: encontraremos posibilidad de que los desarrolladores conecten aplicaciones de mensajería a nuestra página.
- Roles de página: permite asignar roles a nuevos usuarios:
 - Administrador
 - Editor
 - Moderador
 - Anunciante
 - Analista
- Personas y otras páginas me permite ver las personas y otras páginas a las que les gusta mi página de Facebook.
- Autorizaciones: me permite acceder a la solicitud para configurar anuncios relacionados con política o temas de relevancia nacional.
- Contenido de marca: es la posibilidad de colaborar con un socio comercial.
- Instagram permite vincular nuestro perfil de Facebook con nuestra cuenta de Instagram.
- **Artículos instantáneos**:

Los artículos instantáneos son ideales para blogs, sitios webs de referencia o noticias, ya que permiten una experiencia de lectura mucho más liviana para el usuario de dispositivo móvil. Las publicaciones que tienen un “rayito” son aquellas que se abren dentro de Facebook. Busca favorecer las estadísticas de interacciones con las publicaciones, alcance y tiempos de lectura.

Por su alta complejidad, no vamos a ver la configuración de artículos instantáneos en este módulo, debido a que requiere conocimientos de diseño web y de lenguajes de programación. Se recomienda que los Community Managers cuenten siempre con algún desarrollador a quien puedan convocar para el manejo y administración de aplicaciones complejas que requieren conocimientos que exceden el manejo de las redes sociales.

- Buzón de ayuda

Si reportamos un problema y Facebook nos responde, recibiremos una notificación del mensaje enviado. Desde el Buzón de ayuda tenemos todos los mensajes intercambiados con Facebook ante inconvenientes.

- Registro de actividad:

Funciona como un “historial” de toda la actividad relacionada con la página.

La foto de perfil y portada

La foto de perfil será la que acompañará el nombre de nuestra página, se recomienda que la foto de perfil siempre contenga el logo de la organización o marca.

Para crear o cambiar nuestra foto de perfil, basta con pasar el cursor por encima de ella.

Si hacemos click en el signo “+”, podremos crear una Historia, o también llamada Storie. Las historias son contenido efímero, que tienen una vida de solo 24 horas una vez después de ser publicado.

Exactamente lo mismo que ocurre con la foto de perfil, sucede con la de portada, la cual podemos arrastrar con el mouse para reacomodar si fuera necesario.

Nombre de la página y usuario

En caso de necesitar cambiar el nombre de la página, procederemos haciendo click en Información >>> Editar información de la página. Escribimos el nuevo nombre y solicitamos el cambio.

Debajo de eso, algunas páginas encontrarán la opción en letras grises para crear un nombre de usuario. Solo podemos tener un nombre de usuario para página y no podemos usar uno que ya esté usando otra persona u otra página.

Menú izquierdo

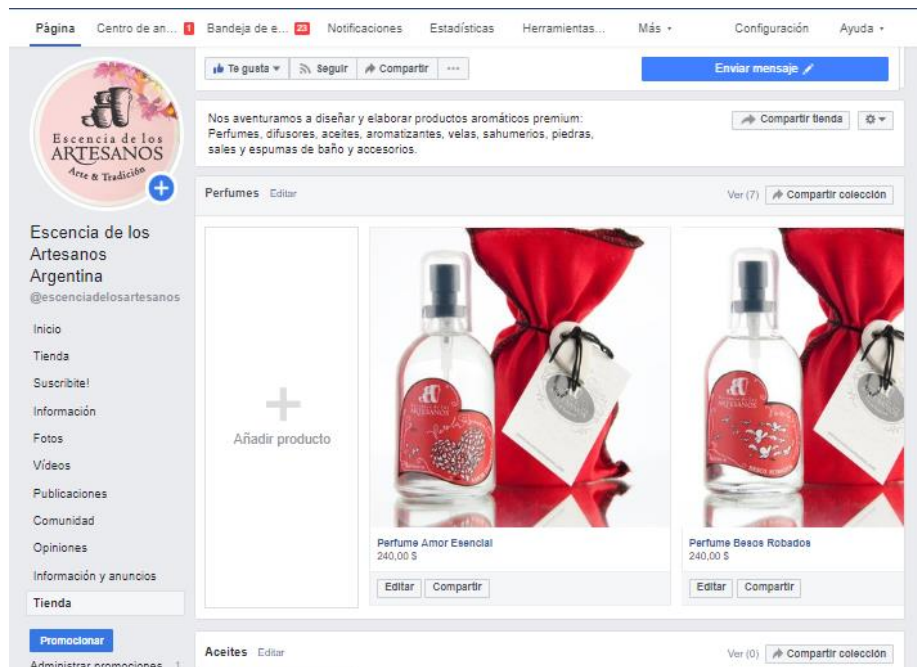
Información: contiene todos los datos para que el usuario comprenda bien mi marca u organización. Contiene las categorías y subcategorías que elegí, y también desde aquí,

podemos cambiarlas en caso de darnos cuenta que nos hemos equivocado. Podemos cambiarlas las veces que queramos.

Tienda

Podemos crear una tienda donde los usuarios soliciten información sobre los productos publicados o que tengan un botón de comprar. El botón de comprar es un enlace que redirige al usuario a nuestra tienda online en un sitio web o a algún lugar fuera de Facebook.

El enlace al que redirijamos al usuario en nuestra tienda de Facebook, será el mismo que se usará para el etiquetado de productos en Instagram, cuestión que profundizaremos cuando estudiemos esa red social.



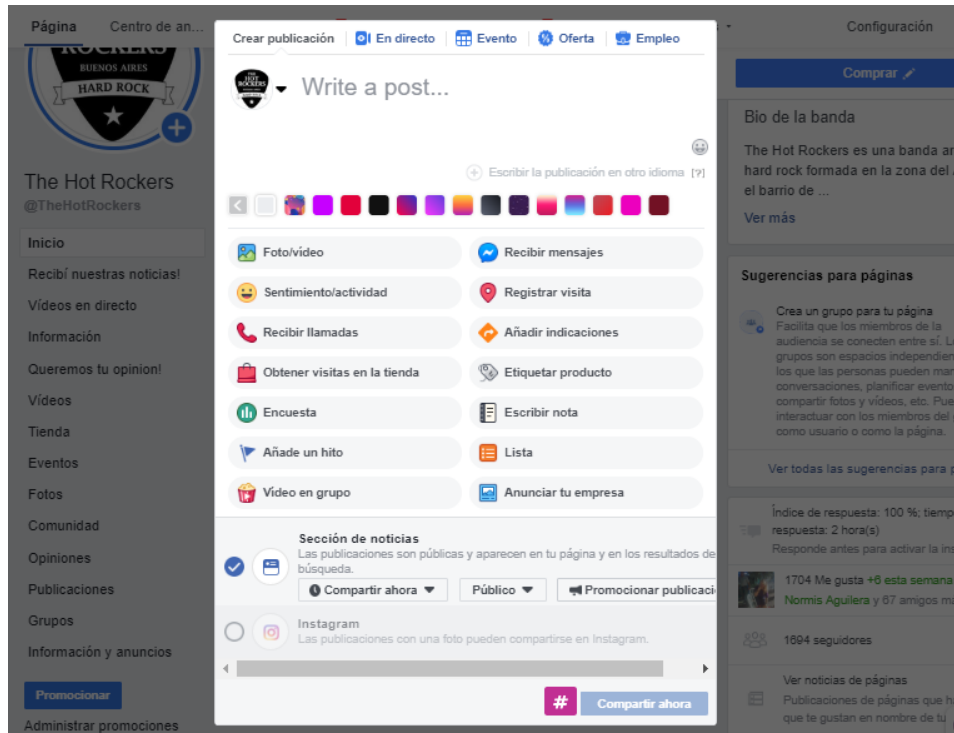
Una vez que ya vemos la pestaña Tienda en la página junto a las demás pestañas, hacemos click sobre ella y seguimos los pasos que se indican para agregar los productos.

- Llamada a la acción: Permite que, al navegar por tu página, los visitantes puedan realizar cualquiera de las siguientes acciones haciendo click en el botón de llamada a la acción. Una vez guardados los cambios y creado nuestro botón, podemos pasar el mouse por encima y hacer click en la opción “Probar botón” para comprobar que se configuró de manera correcta. Si algo no está bien podemos editarlo.
- Otra de las opciones que encontramos allí es la de publicar Hitos. Los hitos son publicaciones destacadas que permiten reconstruir la historia de vida de nuestra marca, empresa u organización. Un ejemplo de hito es la inauguración de una sucursal, el lanzamiento de un nuevo producto, o un evento. Podemos publicar hitos con fechas anteriores, siempre y cuando no pongamos una fecha anterior a la fundación del negocio. Estos hitos se muestran ordenados de manera cronológica en la sección Información de la página.

Publicar contenido:

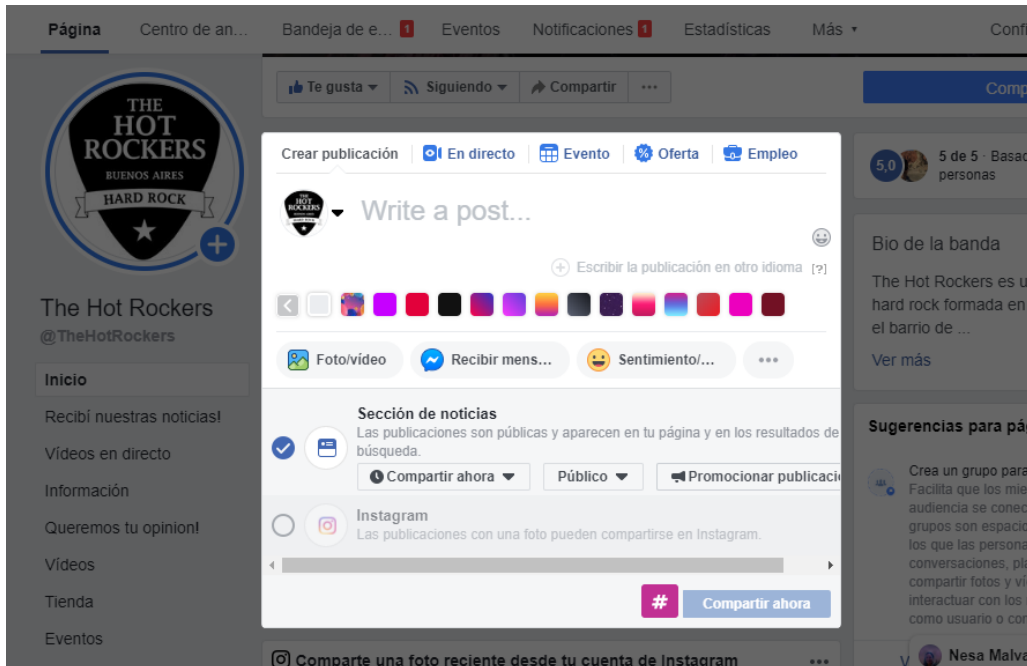
Luego de las opciones más utilizadas que son Foto/Video, Recibir mensajes y Sentimiento, haciendo click en los 3 puntos tendremos visibles todos los tipos de publicaciones que podemos hacer en nuestra página.

Los tipos de publicaciones son: De texto (estados), Fotos, Videos, GIFs, y se les puede agregar emojis, escribir la publicación en varios idiomas, usar color y patrón de fondo para enriquecer las publicaciones de estado, sentimientos o actividades, botón para recibir llamadas, para obtener visitas, encuestas, hitos, videos en grupo, etc.



Podemos geolocalizar y segmentar nuestra publicación de acuerdo al público que deseamos que reciba la publicación, y también programar contenido.

Programar una publicación



Con la publicación lista, antes de publicar, que se publique en la sección noticias, si el formato lo permite, es probable que me parezca la opción de publicarlo con noticias y/o como historia. Esto depende en gran parte de que el formato del contenido multimedia tenga la proporción vertical de las historias.

Si hemos vinculado nuestra cuenta de Instagram, también podremos elegir publicar en Instagram dependiendo aquí también de que el formato de la publicación lo permita.

En la sección Noticias podemos “Compartir ahora” para publicar ya mismo, Programar, Asignar una fecha anterior o Guardar como borrador.