

Material Imprimible

Curso de Social Media y Community Manager

## **Módulo 1: Configuración y herramientas para Facebook**

Contenidos:

- Páginas de empresas, roles de acceso y configuración
- Público en Facebook
- ¿Cómo y qué hay que publicar?
- Facebook Creator Studio
- Administración de contenido
- Programación de publicaciones y contenido
- Historias
- Respuestas automáticas

## Facebook empresas

Una página de empresa es un canal de comunicación creado exclusivamente para que las empresas y negocios tengan presencia en la red social Facebook. De esta manera, una Fan Page se convierte en el principal medio de comunicación entre una marca y sus seguidores.

- Un perfil está pensado para un uso exclusivamente personal, pues la propia red social no permite realizar usos comerciales, mientras que la página de Facebook está enfocada para marcas, empresas y negocios.
- En los perfiles personales los usuarios te agregan como amigos, mientras que en las páginas le dan “me gusta” y se convierten en seguidores.
- En los perfiles personales tienes un límite de hasta 5.000 contactos o amigos y en la Fan Page no existe límite de usuarios para que te sigan.
- En un perfil el nivel de personalización es escaso en comparación con el de una página.
- Los perfiles personales no te facilitan estadísticas para conocer mejor a tus seguidores y su comportamiento, mientras que las páginas de Facebook sí las ofrecen.
- Los perfiles tienen campos específicos de información para una persona física (estudios, lugar de nacimiento, etc). En cambio, en las páginas los campos a cubrir son información desde el punto de vista más comercial (horarios, contacto, ubicación, testimonios, etc).
- En un perfil personal no puedes realizar campañas publicitarias con Facebook Ads, mientras que en una Fan Page sí.
- El perfil personal solo puede ser administrado por una persona. Por contra, las páginas de Facebook pueden ser administradas por múltiples usuarios con diferentes responsabilidades (moderador, administrador, editor, etc).

## ¿Por qué tengo que crear una página en Facebook?

1. Facebook es la 1º red social más usada del mundo, igualada con WhatsApp, según un estudio de IAB Spain.
2. Si posees una página web, se convierte en canal importante para atraer tráfico hacia ella.
3. Es la red social con mayor número de usuarios registrados, concretamente con más de 2.271 millones según el estudio realizado por Hootsuite y We Are Social.

4. Tu público objetivo está en Facebook, puede que no el 100%, pero seguro que una parte importante sí lo está.
5. Es imprescindible para hacer campañas publicitarias de Facebook e Instagram Ads.

### Configura tu página de Facebook

Al momento de crear el sitio, debemos rellenar la información para identificar tu página de Facebook:

- **Nombre** de la página (obligatorio).
- **Categoría** (obligatorio): introduces los términos que identifican tu negocio o actividad y se te despliega un listado con varias opciones donde tienes que elegir tu categoría.
- **Descripción** (opcional), pero totalmente recomendable.

Como puedes ver, en la parte derecha de la pantalla aparece una vista previa de cómo quedará la página una vez esté creada y publicada.

Sé objetivo en este punto ya que, dependiendo de la categoría que elijas, la Fan Page te permitirá añadir una serie de datos para tu comunidad pueda recopilar mayor información sobre tu negocio.

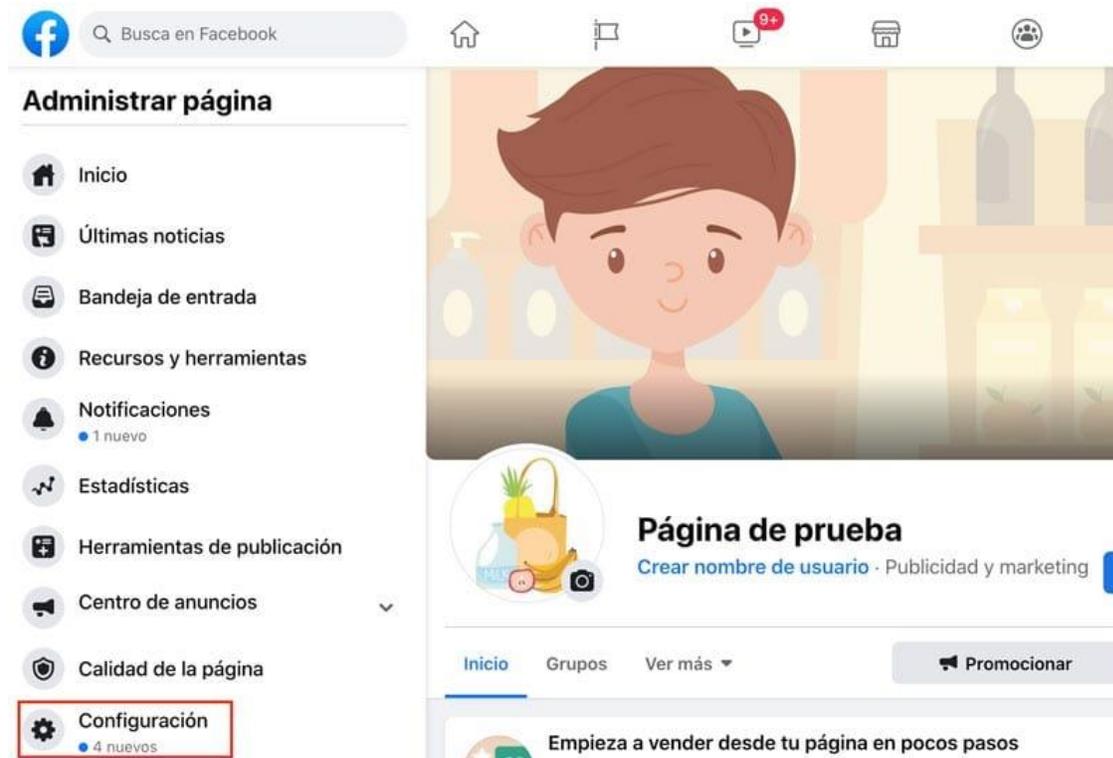
Una vez hayas completado toda la información, ya puedes clicar en el botón "crear página" para continuar el proceso.



## Cómo configurar una página de empresa en Facebook

Una vez que está creada la página de Facebook, hay que añadirle información y configurarla para enseñarla a tus futuros seguidores.

Tienes dos opciones de ruta para configurarla. La primera de ellas es, si ya estás en tu página de Facebook, solo tienes que clicar en el botón de “configuración” que aparece en la barra lateral izquierda.



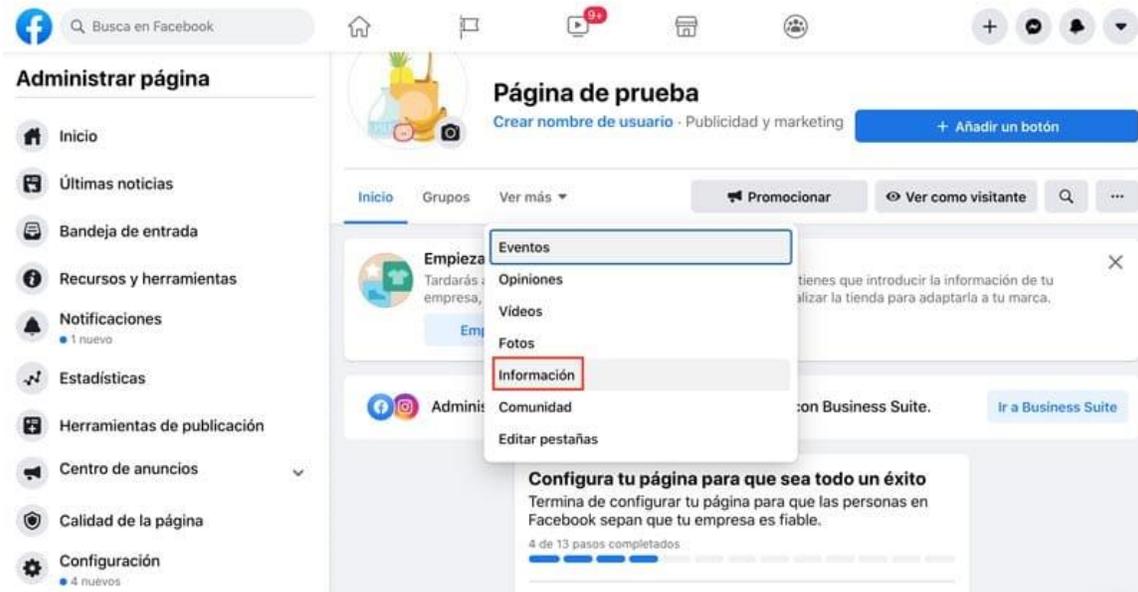
El segundo método para acceder a la configuración, si te has salido de la página, es seguir la siguiente recomendación:

Pincha con el ratón el icono de página que se encuentra en la parte superior de la pantalla y te aparecerá una sección con todas las páginas creadas y de las cuales eres administrador.

## Edita y completa la información de tu página de Facebook

Una vez dentro de tu página, tienes que ir al menú que se sitúa debajo de la imagen de perfil de tu empresa o negocio.

Tienes que pulsar el botón "ver más" y en el desplegable clicar en “Información” para que te salgan todas las casillas a cubrir.



Tómate con calma este apartado; aquí es dónde proporcionarás la toda la información al usuario para que conozca bien tu negocio.

#### Los datos que puedes incluir son:

- Página web
- Correo electrónico
- Número de teléfono
- Dirección
- Horario de atención al cliente
- Precios
- Etc.

Te recomiendo que rellenes la mayor cantidad de datos para nutrir a tus seguidores de la una gran cantidad de información y que tenga una buena experiencia cuando visite tu página.



## Página de prueba

Crear nombre de usuario · Publicidad y marketing

+ Añadir un botón

Inicio Grupos **Ver más** ▾

Promocionar

Ver como visitante



### INFORMACIÓN

[Editar información](#)

#### GENERAL

0 personas siguen esto

Publicidad/marketing 

[Introducir ubicación](#)

#### HORARIO

[Editar horario comercial](#)

#### INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

[Editar intervalo de precios](#)

#### INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL

[Introduce el sitio web](#)

[Introduce el número de teléfono](#)

[Introducir correo electrónico](#)

[Enviar mensaje](#)

#### MÁS INFORMACIÓN

[Información](#) 

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec odio. Quisque volutpat mattis eros. Nullam malesuada erat ut turpis. Suspendisse urna nibh, viverra non, semper suscipit, posuere a, pede.

[Añade información adicional](#)

[Editar propiedad y autoría](#)

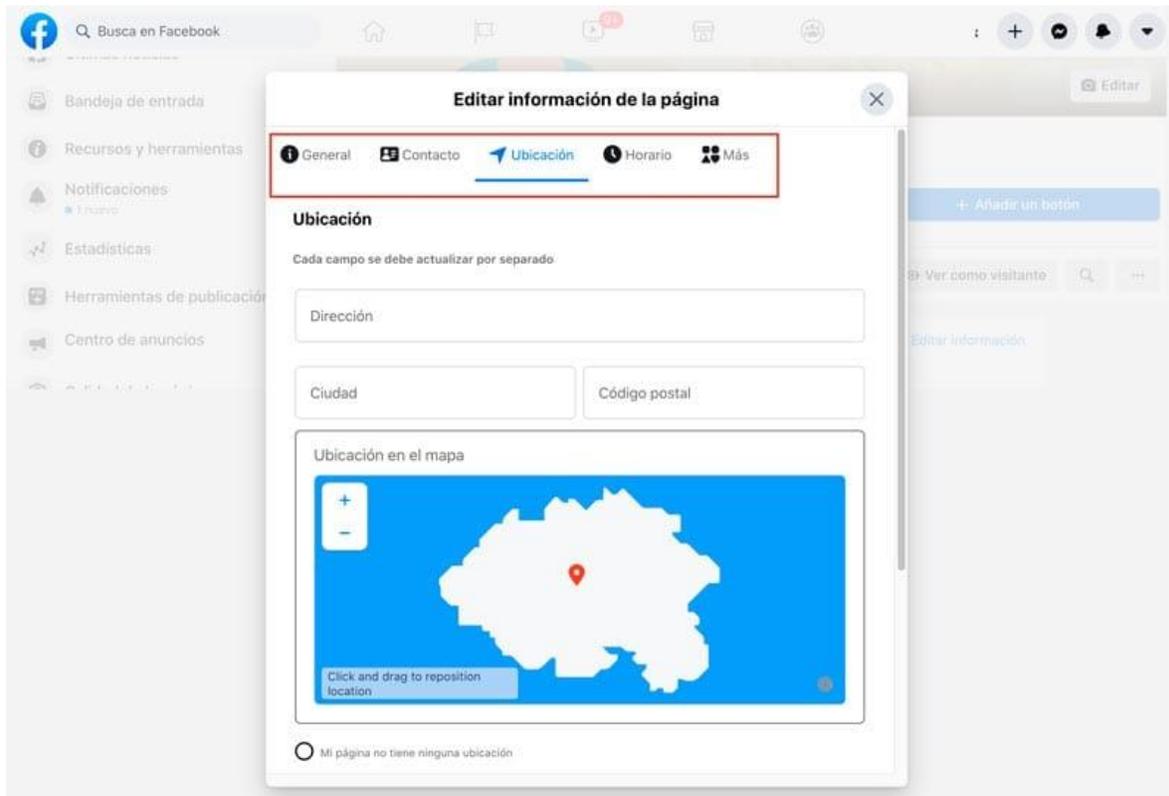
[Editar política de privacidad](#)

[Identificador de la página](#)

101214618603353

[Editar otras cuentas](#)

En el apartado “editar información de la página” tienes otros campos a cumplimentar que variarán dependiendo de la categoría que hayas elegido al crear tu página de Facebook.



## ¿Qué contenido publicar en Facebook que sea atractivo?

### #1 Varía el tipo de publicación

La primera de las ideas para publicar en Facebook que quiero transmitir es la importancia de variar los contenidos digitales que publicamos.

No seas monótono en tu página y alterna las imágenes con los vídeos y con los enlaces.

En Facebook estos son los tipos de contenidos que podemos hacer.

Si vas alternándolos tus usuarios no se aburrirán y podrán interactuar con ellos, que es lo que buscamos para mejorar el engagement.

### #2 Haz que tus contenidos sean de valor para tu comunidad

Tus publicaciones deben responder a las dudas de tus fans y satisfacer sus necesidades.

Para lograrlo, por supuesto, es necesario que los conozcas bien, que tengas claros tus Buyer Persona. También es importante que estés atento a lo que dicen en los comentarios. De esta forma, puedes anticiparte y ofrecerles un contenido útil que buscan o responder en forma de post a algún tema que ellos ya han comentado.

### **#3 Propón un tema y pide su opinión**

Recuerda que buscamos el engagement, por tanto, todo lo que sean comentarios vamos a recibirlos con los brazos abiertos.

Pregúntales sobre algún tema. Por ejemplo, sobre sus intereses. Quizá no sabes de qué escribir en tu próximo post. No te importe preguntar abiertamente sobre un par de propuestas de temas que tú les hagas.

Puedes, también, abordar un tema comprometido. Aquí tienes que tener cuidado con no ofender a nadie y mantenerte neutral. Evidentemente, es conveniente que esté relacionado con tu sector para que no lo consideren provocador.

### **#4 Citas y Frases Célebres**

Este recurso es típico para cualquier red social, en especial Facebook e Instagram.

Es más, te puedo decir que suele tener mejores resultados si las publicas los viernes o fines de semana. ¿Por qué? Porque son contenidos distendidos que no presionan a tu fan. Son fáciles de compartir porque la identificación con la frase suele ser alta.

No dudes en incorporarlos a tu estrategia de Social Media.

### **#5 Busca espacio para el humor**

Éste es otra de las ideas para publicar en Facebook que genera engagement entre los fans de tu página. Dan muy buen resultado los vídeos con bebés, los futbolistas que hacen pifias, etc.

No abuses de ellos para no parecer frívolo, a no ser que justo tu proyecto sea humorístico.

### **#6 Muestra cómo funciona tu producto**

Si preguntamos a una parte de las marcas que están presentes en Facebook cuál es su objetivo, mayoritariamente la respuesta será: vender.

Bien, pues lo mejor para vender algo es mostrar los beneficios que ese producto ofrece a su cliente ideal. Así que, ponte a ello y graba un vídeo en el que quede muy claro este mensaje. Verás cómo las interacciones aumentan en tu publicación.

### **#7 Regala tus consejos útiles**

Si lo que vendes es servicios no puedes hacer un vídeo mostrando tu producto, lo sé.

Pero sí tienes a tu alcance dar tips y consejos relacionados con tu sector.

## #8 Incluye gamificación

Incluir algún juego en tu publicación, sin duda, va a hacer que la participación de tu comunidad se dispare. Bueno, siempre que ese juego sea divertido y les reporte beneficios a tus posibles clientes.

Recuerda que Facebook es una red lúdica y los usuarios están en ella para pasarlo bien y entretenerse.

Utiliza, por ejemplo, el “juego de las diferencias” y pon la imagen de uno de tus productos.



¿CUÁLES SON LAS 6 DIFERENCIAS?



Otro ejemplo de gamificación que puedes utilizar es el juego de “completa la frase”. Además, tienes dos ventajas asociadas. Si lo relacionas con:

- Tu producto o servicio, los comentarios de los usuarios te harán mejorarlo.
- Sus hábitos o gustos, conocerás mejor a tu Buyer Persona.

## #9 Concursos y sorteos

Sí, esta es una de las ideas para publicar en Facebook que más engagement provoca. Claro que puedes utilizarlos, pero te aviso de uno de sus peligros: los cazaconcursos.

Hay verdaderos usuarios que son profesionales de los concursos en redes sociales. Incluso los hay que tienen perfiles falsos para participar en ellos y no tienen ningún pudor en reconocerlo.

Así que, si no quieres perder el tiempo y el dinero, y que acabes regalando algo a alguien que no te va a comprar nunca porque no es tu target ni tiene el mínimo interés en ti, pon como premio algo que sólo pueda utilizar tu cliente ideal.

Mira, por ejemplo, si eres una bodega, no pongas vino como premio. Pon mejor una visita a tus instalaciones en la que muestres cómo elaboras ese vino. Seguro que sólo participa ese que realmente le guste la experiencia.

Otro aspecto muy importante que debes tener en cuenta en Facebook son las bases de los concursos. No te la juegues con las normas internas de la red social si no quieres correr el riesgo de que cierren tu fanpage.

### **#10 Realiza promociones y ofertas**

Cada vez más el Social Commerce (o compra social) toma más protagonismo en las redes sociales. Tanto la tienda de Facebook como Instagram Shopping han sido pioneras mostrando esta utilidad que gusta a marcas y a usuarios.

Así que, una buena idea para publicar en Facebook y tener engagement es difundir la oferta o promoción que tienes en tu negocio en ese momento.

Eso sí, recuerda siempre que lo que tus fans quieren oír es el beneficio que ellos consiguen, no la fantástica opinión que tú tienes de tu producto.

### **Facebook Creator Studio**

Creator Studio reúne todas las herramientas que necesitas para publicar, administrar, monetizar y medir el contenido de forma eficaz en todas las páginas de Facebook y las cuentas de Instagram. También te permite usar nuevas funciones y aprovechar las oportunidades de monetización que surjan.

Creator Studio implica una forma de trabajar sencilla e intuitiva. Para empezar, en la pestaña «*biblioteca de contenido*» hallarás los datos generales de todas tus publicaciones con vídeo, foto, enlace o texto creadas desde tus páginas.

Además, también tendrás disponible la información de las estadísticas sobre cada una de las publicaciones individuales. De tal forma que dependiendo de la estrategia que tengas diseñada, podrás:

- Editarlas las actualizaciones.
- Promocionar tus posts.
- Eliminar aquellos que necesites que desaparezcan de tu muro.

### **Diferentes opciones para conectar tus cuentas a Creator Studio**

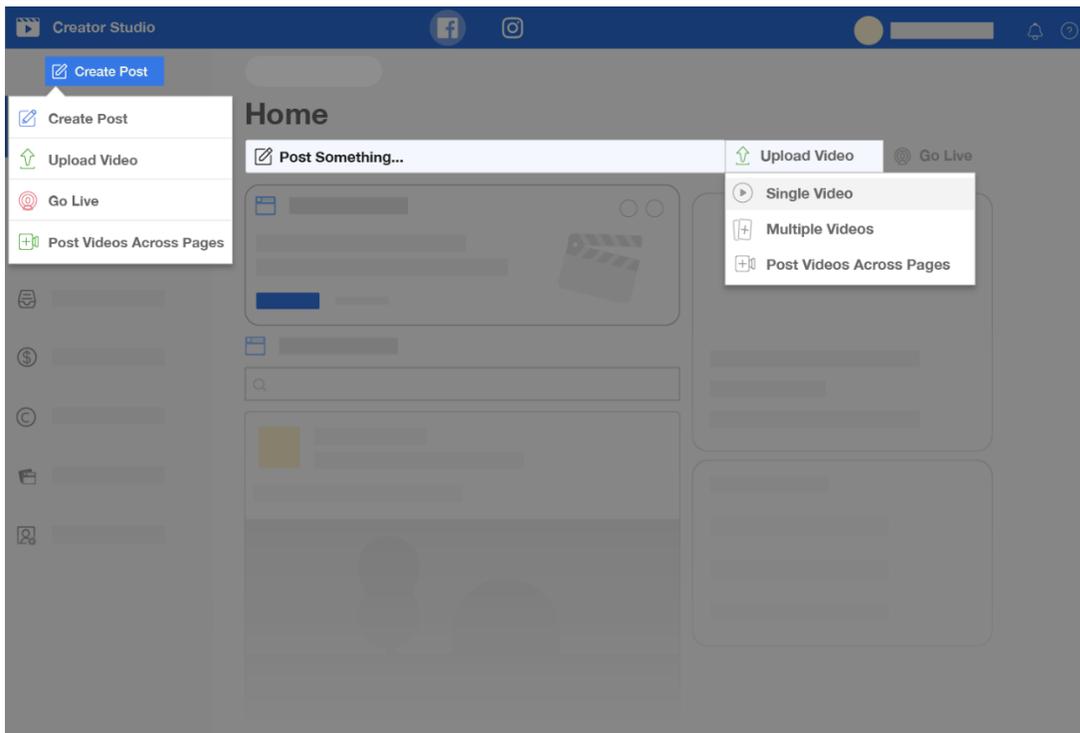
Es el momento de conectar tu cuenta de Instagram a Creator Studio. Para hacerlo debes ir a Creator Studio y, a continuación, pulsar sobre el logo de Instagram que se muestra en la parte superior de la pantalla. El paso siguiente dependerá de la relación

---

entre tus cuentas de Instagram y tus páginas de Facebook. Se pueden dar varios casos. Estos son los principales:

1. Si administras una página de Facebook conectada a la cuenta de Instagram que quieres usar en Creator Studio, haz clic en ella para conectarla.
2. En el caso de que aún no administres ninguna página de Facebook que esté conectada a una cuenta de Instagram, haz clic en Conectar con Instagram. A continuación, sigue las instrucciones que aparecen para iniciar sesión en la cuenta de Instagram que quieras conectar.
3. Si administras una página de Facebook que se encuentra conectada a una cuenta de Instagram, pero quieres usar otra que no aparece en la lista, haz clic en Conectar otra cuenta de Instagram y sigue las instrucciones.
4. Algunas marcas disponen de varias cuentas de Instagram conectadas a sus páginas de Facebook. Si quieren administrarlas desde Creator Studio, deben pulsar en Continuar con las cuentas conectadas.
5. En el caso de las cuentas de Instagram que están conectadas a páginas de Facebook, puede administrarlas cualquier persona que tenga roles asignados en dichas páginas.

## Secciones de Creator Studio



Existen varias maneras de publicar contenido de Facebook desde la pestaña «Inicio» de Creator Studio. Puedes optar por «Crear publicación», «Publicar algo» o bien «Subir vídeo». Siempre dependerá del tipo de publicación que quieres realizar.

Cuando ya esté seleccionada la opción aparecerá el editor de publicación. Allí, te pedirán más información según la opción que desees. Por ejemplo, en caso de seleccionar la opción de subir un vídeo deberás elegir el archivo que vas a subir. Pero, además, es recomendable que cumplimentes el resto de opciones que se muestran: título, descripción y etiquetas con las que ayudar a las personas a encontrar tu vídeo. Con todo, para dominar qué es Creator Studio debes conocer en profundidad las diferentes secciones que componen esta herramienta. Las más interesantes son:

### **1.- Bandeja de entrada**

Es la zona donde puedes consultar los mensajes que recibe tu página de Facebook y los comentarios que las personas dejan en tus publicaciones tanto en esta plataforma como en Instagram. Una funcionalidad de lo más interesante para poder gestionar estas comunicaciones desde un mismo lugar.

### **2.- Biblioteca de contenido**

En esta pestaña se muestra una información general de todos los mensajes que hayas publicado. Aparecen todas las publicaciones independientemente del formato que hayas elegido para el mensaje: foto, vídeo, texto o enlace.

Además, puedes consultar las estadísticas sobre cada una de las publicaciones individuales. Así como editarlas, promocionarlas y eliminarlas.

### **3.- Estadísticas**

En la pestaña «Estadísticas» de Facebook Creator Studio puedes monitorizar la información sobre tu contenido y tus páginas de Facebook. Las diferentes opciones que se muestran son:

- Rendimiento. Donde conocer el rendimiento de todos tus vídeos, los vídeos que compartas y los que uses en las publicaciones de todas tus páginas de Facebook.
- Fidelización. Área desde la que realizar el seguimiento de los nuevos seguidores que captas, con qué frecuencia ven tu contenido y cuándo regresan con mayor frecuencia.

- Audiencia. Es la zona creada para que puedas conocer mejor a las personas que forman tu audiencia. Además, sabrás dónde viven, qué idiomas hablan y qué intereses tienen.
- Ingresos. Una de las novedades más interesantes. Desde aquí podrás ver las estadísticas de ingresos de tus vídeos con pausas publicitarias.

#### **4.- Monetización**

Ahora puedes realizar un seguimiento del rendimiento desde dos fuentes bien diferenciadas:

1. Por un lado, los ingresos derivados de las pausas publicitarias.
2. En segundo lugar, las suscripciones de los fans.

Sin lugar a dudas, descubrir qué es Creator Studio es esencial para el trabajo diario de los creadores. Permite conocer la rentabilidad de los diferentes contenidos y saber si logras los objetivos diseñados en tu estrategia de publicación en redes sociales.

#### **Las funcionalidades con las que cuenta esta área son:**

- Estado de monetización de tus páginas. Donde accederás a información general de tus páginas, Y el lugar para comprobar cuáles cumplen los requisitos para el uso de productos de monetización.
- Productos monetizados que utilizas actualmente. Aquí puedes consultar los resultados clave y obtener consejos personalizados para mejorar la monetización de tus contenidos.
- Otros productos monetizados que pueden estar disponibles para ti.

#### **5.- Colección de sonidos**

La colección de sonidos de Creator Studio permite acceder a música y efectos de sonido legales y gratuitos. De esta forma, podrás editar y mejorar los vídeos que publiques en Facebook.

Para acceder a la colección de sonidos pulsa en la pestaña «pistas» donde podrás explorar la música disponible. En el caso de que quieras incluir efectos de sonido, los encontrarás en la pestaña «Efectos de sonido».

En suma, Facebook Creator Studio permite a creadores y editores administrar las publicaciones, estadísticas y mensajes de todas sus páginas de Facebook en un solo lugar. Algo que ayudará a que se organice mejor el trabajo al simplificarlo.

## Historias

Con las historias de la página, puedes compartir contenido que represente a tu marca o empresa directamente desde tu dispositivo móvil. Las historias te permiten interactuar con el público y desarrollar conexiones profundas de una manera más auténtica e informal. Puedes compartir fotos o videos cortos para mostrarle al público momentos inéditos.

Las historias de la página se muestran en la parte superior de la sección de noticias, donde tienen gran visibilidad. Las personas también pueden tocar la foto del perfil de tu página en un dispositivo móvil para ver tus historias.

### Ventajas de las historias

- **Comparte más a menudo:** es habitual que las empresas consideren la frecuencia con la que deberían realizar publicaciones en sus páginas. Si ya compartiste contenido o pusiste en circulación un anuncio en tu página, puedes crear una historia para ofrecer otro tipo de medio que el público pueda disfrutar.
- **Humaniza tu empresa:** seguramente quieres que tu página parezca agradable y accesible. Gracias a las historias, las personas te podrán conocer mejor y también a tu empresa. Además, las historias te permiten compartir contenido más personal y cercano a través de momentos divertidos y breves que unen a las personas.
- **Llega a las personas de manera sistemática:** si alguien de tu público no ve una de tus publicaciones, aún podrá ver tu historia en la parte superior de su sección de noticias. Las historias te permiten volver a interactuar con un público pasivo y ofrecerle novedades de forma dinámica. Puedes ver cuántas personas miraron tus historias en la sección "Estadísticas".

### Funciones de las historias

- **Personaliza tu historia:** usa la cámara de Facebook y agrega efectos creativos, como marcos y stickers, para personalizar tus fotos y videos.
- **Crea publicaciones cruzadas en varias plataformas:** Si eres un usuario activo de Instagram y usas las historias, puedes hacer una publicación cruzada de tus historias de Instagram en la comunidad de Facebook.
- **Consultas estadísticas:** entérate de la cantidad de personas a las que llegas con las historias de tu página y obtén información acerca del contenido que tiene un mejor impacto en tu público.

## Respuestas automáticas

Las respuestas automáticas en Facebook Business Suite te permiten administrar las comunicaciones de tu empresa en Facebook e Instagram. Con esta función, puedes organizar los mensajes, llegar a más clientes y ayudarte a entablar relaciones duraderas con las personas que interactúen con la página de Facebook, Messenger o la cuenta de Instagram de tu empresa. Solamente debes seguir los pasos que figuran debajo si quieres configurar las respuestas automáticas en Business Suite para computadoras.

### Antes de empezar

Solamente debes seguir los pasos que figuran debajo si quieres conectar tu cuenta de Instagram en Business Suite para computadoras.

1. Comprueba que seleccionaste la página de Facebook o cuenta de Instagram correcta.
2. Si quieres elegir otra, haz clic en el menú desplegable en la parte superior izquierda de la barra lateral. Después, selecciona la página de Facebook y la cuenta de Instagram para las que quieras configurar las respuestas automáticas.

### Configurar respuestas automáticas

Cuando activas una respuesta automática de un evento específico, las personas reciben una respuesta de tu empresa de manera automática cuando interactúan con la página de Facebook o la cuenta de Instagram del evento. Esto te permite ahorrar tiempo y energía a la hora de administrar las comunicaciones de tu empresa en Facebook e Instagram.

Para configurar respuestas automáticas:

1. Haz clic en **Bandeja de entrada** en la barra lateral izquierda.
2. Haz clic en **Respuestas automáticas**.
3. Haz clic en el botón para activar (azul) o desactivar (gris) cualquier respuesta automática.
4. Haz clic en una respuesta automática que hayas activado. Haz clic en el botón **Editar** a la derecha para personalizar el mensaje. **Nota:** Puedes personalizar las respuestas para cada cliente con elementos específicos, como el nombre o el apellido de la persona o su nombre completo. También puedes agregar el enlace a tu página de Facebook para dirigir a las personas a la página de tu empresa.

5. Haz clic en el botón **Vista previa en Messenger** en la parte superior derecha para conocer cómo se vería el mensaje automático en una conversación real.
6. Haz clic en el botón azul **Guardar** en la esquina superior derecha antes de salir.

Puedes editar las respuestas automáticas cuando lo desees si quieres cambiar un mensaje o si quieres activarlas o desactivarlas.

Fuentes: <https://www.maxcf.es/crear-pagina-facebook/>  
<https://coobis.com/es/cooblog/que-es-creator-studio/>  
<https://es-la.facebook.com/business/help/160627141316450?id=939256796236247>  
[https://www.facebook.com/business/m/cc/messenger?content\\_id=30GA3jdxZ8GU1xV](https://www.facebook.com/business/m/cc/messenger?content_id=30GA3jdxZ8GU1xV)

---