

Curso Facebook para Empresas

1. Introducción Y Temario

En este curso aprenderemos que es Facebook, para que sirve, como nuestra empresa se puede beneficiar usándolo y las herramientas que nos ofrece la plataforma para hacerlo.

Es el punto de inicio para cualquier empresa que quiera comenzar a explotar esta plataforma.



Temario

1. Introducción y temario
2. Que es Facebook y para que sirve
3. Ventajas para Empresas
4. Tipos de perfiles en Facebook
5. Herramientas que provee Facebook para empresas
6. Conclusiones

2. ¿Qué es Facebook y para qué sirve?

Fundada en febrero de 2004, Facebook es un sitio web que ayuda a las personas a comunicarse de manera más eficiente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo. La compañía desarrolla tecnologías que facilitan el intercambio de información a través de la plataforma.

Cualquier persona puede registrarse en Facebook e interactuar con la gente que conoce en un entorno de confianza.

La misión de Facebook es que la gente pueda compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado.

Millones de personas usan Facebook cada día para mantenerse en contacto con amigos, cargar un número ilimitado de fotos, compartir enlaces, vídeos y conocer mejor a las personas que les rodean.

La navegación simple de Facebook ofrece a los usuarios un fácil acceso a las funciones básicas del sitio y sus aplicaciones.



Últimas noticias

- Mensajes
- Eventos (1)
- Fotos
- Amigos

- Aplicaciones
- Juegos
- Desarrollador →
- Anuncios y páginas →
- Grupos

Perfil, Amigos, Redes y Bandeja de entrada para mensajes son las funciones centrales de la experiencia de usuario en Facebook y tienen un lugar destacado en la parte superior de la página del perfil del usuario.

Las aplicaciones Facebook como, Fotos, Notas, grupos, eventos y artículos publicados, se muestran en la barra lateral izquierda, junto con las aplicaciones de terceros, que un usuario puede añadir a su perfil.

Veremos en detalles estas herramientas más adelante.

3. Ventajas de Utilizar Facebook

Utilizar Facebook para fines comerciales nos brinda un abanico de posibilidades que las compañías no pueden ni deben dejar pasar.

A continuación describimos algunas de los beneficios más importantes que obtienen las empresas al usar Facebook.



Branding:

Facebook puede ser un gran recurso para generar conocimiento de marca. Facebook tiene gran popularidad entre la demografía de diferentes edades y países, puede ser el punto de inicio para crear la construcción de una relación con su empresa y las perspectivas de los consumidores.



Compromiso con el cliente:

La utilización de las aplicaciones Facebook puede ser un modo espectacular de comunicar las promociones, concursos y eventos. Una vez más, es otro punto importante a tener en cuenta pudiendo aprovechar la plataforma para atraer clientes y generar participación de los consumidores con su marca, sus productos o servicios.



Atraer tráfico Web:

Facebook puede actuar como punto de inicio para dirigir tráfico a su sitio web y otras propiedades en línea.



Gestión de la Reputación

Puede ser una herramienta útil para saber qué están diciendo los usuarios sobre su empresa y su marca. Además, su perfil y/o página Facebook puede ser indexado en los resultados de búsqueda y en consecuencia proporcionarse en los resultados búsqueda orgánica.



Adquisición de nuevos clientes

Facebook ofrece la oportunidad de encontrar a los consumidores que de otra manera no hubiera descubierto.



Generar Perfiles de cliente

Similar al punto anterior es que Facebook puede actuar como otra posible herramienta para calificar a sus contactos. La revisión de los perfiles de usuario puede ayudarlo a construir una relación con sus clientes y lo ayuda en el proceso de calificación de candidatos.



Retención de Clientes

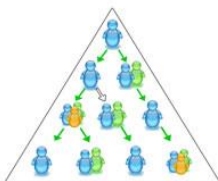
Otro punto importante para construir la relación con el consumidor.



El acceso al mundo social y su valor inherente

También conocido como el factor "Cool". Nunca se sabe quién está usando Facebook. Considere el siguiente escenario: Un potencial cliente podría estar haciendo la investigación sobre su marca, producto u organización y utilizar Facebook para ver si usted tiene una presencia allí. Luego ve que tiene un perfil en Facebook y ve una serie de mensajes positivos sobre su marca. Esto a su vez puede aumentar y fortalecer su esfera de

influencia y podría terminar siendo uno de los muchos factores que inclinan a un potencial cliente por una marca o producto.



El efecto viral

Tome el boca en boca a un nivel completamente nuevo. Nada atrae a una multitud como una multitud.



Retroalimentación

El uso de Facebook y las diversas aplicaciones disponibles puede ayudar a entender el comportamiento del consumidor basado en el intercambio de contenidos y comentarios en el sitio.



Construya Casos de Exito

Facebook le puede proporcionar una oportunidad para construir casos empresariales de éxito apuntados a mercados verticales específicos con objetivos de negocio específicos.

Ha habido otras redes sociales y sitios de medios que han tenido un éxito limitado en términos de promoción y creación de conciencia de marca.

Con la cantidad de aplicaciones existentes y nuevas herramientas que se han creado en Facebook, los propietarios de negocios tienen la oportunidad de utilizar Facebook para promocionar su marca y aún más.

Los puntos anteriores ponen de manifiesto que existe un beneficio para las organizaciones que utilizan Facebook.

Puede que no sea la herramienta o el medio que muchos piensan en primer lugar para promover su marca, pero a juzgar por la creciente popularidad, Facebook no es tan mal lugar para crear conciencia de su marca.

4. Tipos de Perfiles



Dentro de la plataforma existen diferentes tipos de perfiles creados para usos específicos, de acuerdo a la intención que tiene el usuario dentro de la plataforma.

Estos Perfiles son:

1. **Perfil de usuario**
2. **Perfil de Empresa**
3. **Perfil de Desarrollador**

A continuación explicamos los diferentes perfiles existentes y las diferencias entre ellos.

Perfil de Usuario:

Los perfiles de usuario son los más comunes en la plataforma y representan a todos los usuarios que se registran en Facebook.

Estos perfiles están orientados a personas reales, si eres una empresa y creas una cuenta como usuario la misma será cerrada por violar los términos y condiciones de Facebook.

Durante el registro en la plataforma se pide información personal como nombre, sexo, email, fecha de nacimiento; el motivo de esto es garantizar la veracidad de los datos e identidades en la plataforma. Si no quieres que esta información sea pública puedes cambiar tu configuración a través del panel control de privacidad.

Una de las características principales de los perfiles de usuarios es que tienes el absoluto control sobre tu privacidad y la información que publicas en la plataforma. De esta manera puedes controlar cuales usuarios ven tus fotos, notas, y actividad en Facebook.

Para crear una cuenta de usuario ingresa en www.facebook.com y completa el formulario. El proceso es muy fácil e intuitivo.

Para aprovechar las ventajas de los perfiles de usuarios las empresas pueden fomentar la creación de perfiles por parte de sus empleados, especialmente los encargados de la gestión de comunidades y redes sociales o contratar los servicios de un tercero con experiencia en esta actividad.

Perfil de empresas:

Las empresas por otro lado puede obtener un perfil comercial dentro de la plataforma, estos perfiles se llaman "Paginas Facebook" y permiten a las empresas formar una presencia en Facebook.

Una página Facebook te permite compartir tu negocio y tus productos con los usuarios de Facebook y por lo tanto, te permite mejorar la comunicación con tus clientes y amigos.

Las Características principales de una página Facebook son:

- 1. Las páginas en Facebook son visibles a todo el mundo**

Aún la gente que no tiene cuenta en Facebook puede ver el contenido de las páginas y al mismo tiempo este contenido puede ser indexado por los buscadores (Google, Bing, etc). Por otro lado, el perfil de un usuario sólo puede ser visto por las personas autorizadas.

2. **Las páginas en Facebook pueden tener un número ilimitado de fans**
En el caso de los perfiles personales solo se permiten 5,000 "Amigos".

3. **Los usuarios pueden unirse a tu Página en Facebook sin requerir confirmación.**
En el caso de los perfiles todos los requerimientos deben ser previamente aprobados

4. **Pueden mandar actualizaciones de contenido a todos tus fans**
Los perfiles de usuario solo pueden mandar mensajes de pocos destinatarios por vez.

Para crear una página Facebook ingresa en:

Puedes ver un video de cómo hacerlo aquí:

Para saber sobre las pagina visita nuestro curso sobre paginas Facebook.

Perfil de desarrollador:

Los perfiles de desarrollo o testing son iguales a los perfiles de usuario, con la diferencia que todos los tipos de interacción se encuentran inhabilitados. Estos perfiles como su nombre lo indica están diseñados para aquellas personas que desea desarrollar aplicaciones y/o juegos pero no quieren tener una presencia en la plataforma.

También se pueden usar para testear las aplicaciones y/o juegos creados en un entorno real.

El proceso de creación de este tipo de cuentas es igual a la creación de un perfil de usuario. Una vez registrado tiene que habilitar la función de testeo ingresando en una URL y activando la función. A continuación dejo el link donde se activa esta función.

5. Herramientas que provee Facebook Para empresas

Facebook provee de un grupo de herramientas muy útiles a la hora de formar una presencia en la plataforma.

Una empresa que quiera formar su presencia en la plataforma Facebook puede realizar las siguientes acciones.

1. **Publicidad paga en Facebook.**
2. **Desarrollar su Página Facebook.**
3. **Crear aplicaciones para interactuar con los usuarios.**
4. **Conectar su sitio web con Facebook.**



1. Publicidad paga en Facebook

La publicidad paga en Facebook es un sistema que nos permite poner nuestros propios avisos publicitarios en la plataforma. Accediendo así a los más de 400 millones de usuarios Facebook.

En los avisos Facebook puede publicitar sitios webs, contenido creado dentro de la plataforma como, grupos, páginas, aplicaciones y también pueden realizar

promociones, para estas últimas se necesita un permiso especial el cual se debe pedir a Facebook.

Lo avisos Facebook se encuentran en la columna derecha de la pantalla.



Los costes los provee el propio anunciante pagando por click o cada 1000 impresiones lo que el crea conveniente, si no tienes experiencia en esto se recomienda usar las opciones por defecto o contratar a un profesional.

En la sección proveedores del sitio www.facebookempresas.com encontraras profesionales altamente capacitados para realizar esta tarea.
<http://www.facebookempresas.com/proveedores>

Un promedio general de gasto en Facebook para una Pymes es de 40 dólares diarios, obteniendo los siguientes resultados.

Ejemplos:

- **Pago por Click:**
Coste: 0.15 centavos por click
Resultados estimados: **310** clics al día
- **Pago por 1.000 impresiones:**
Coste: 0.06 centavos por click
Resultados estimados: **667.000** impresiones al día

Estos resultados pueden variar dependiendo la segmentación del mercado que se haga para el anuncio.

El proceso de creación de un aviso es muy simple y nos permite segmentar el mercado de varias maneras. Entre ellas se destacan país, idiomas, sexo, edad, formación, entre otras.

Para crear un aviso publicitario en Facebook ingresa en:
<http://www.facebook.com/ads/create/>

Las empresas con un presupuesto mayor a \$ 10.000 dólares podrán contactarse con un asesor de ventas en el siguiente link.
<http://www.facebook.com/business/contact.php>

Todos los avisos tienen que pasar por un proceso de revisión que usualmente dura una semana.

2. Desarrollar su Página Facebook

La Pagina Facebook es la principal herramienta que las empresas tienen para formar su presencia en Facebook.



The screenshot shows the Facebook profile page for 'Slarrauri Servicios Web 2.0'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the profile name 'Slarrauri' with a status update: 'Feliz día a todas las mujeres que no siguen El lunes pasado borrar'. Navigation tabs for 'Muro', 'Información', 'Fotos', 'Foros', 'Casillas', 'Notas', and a plus sign are visible. The left sidebar contains three main categories: 'Aplicaciones Web 2.0' (with sub-items: Desarrollo de aplicaciones y juegos Facebook, Desarrollo de juegos en Flash, Personalización de Páginas Facebook), 'Desarrollo Web 2.0' (with sub-items: Desarrollo a medida de sitios Web, Integraciones con Facebook Connect, Desarrollo basado en CMS), and 'Marketing Web 2.0' (with sub-items: Presencia en redes sociales, Facebook Ads, Campañas Virales). Below these are links for 'Modificar página', 'Promocionar con un anuncio', 'Añadir a los favoritos de mi página', and 'Sugerir esta página a mis amigos'. The main content area features a post by 'Slarrauri Josep Alcover Mas, nos recomienda.' with a testimonial about the company's services. The testimonial text reads: 'He contactado con Slarrauri para asesorarme en la realización de proyectos 2.0 en distintas redes sociales y ha sido un placer hablar con él sobre esto temas, sus conocimientos son amplios y su predisposición absoluta, a pesar de las distancias la comunicación siempre ha sido fluida. Real...'. Below the testimonial is a 'Testimonios' section with the website 'www.slarrauri.com' and a description: 'Sitio web sobre Marketing y desarrollo web. Blog con novedades y consejos. Servicios profesionales.' The post also shows interaction options like 'Comentar', 'Me gusta', and 'Compartir'.

Las Páginas Facebook permiten a las empresas, negocios, marcas, músicos, y a todo tipo de organizaciones crear una presencia en Facebook de forma gratuita. Los usuarios pueden interactuar y afiliarse a una empresa u organización como “Fans”, de la misma forma en que interactúan con los perfiles de usuario. Una vez que un usuario se hace fan de un negocio en Facebook, puede compartir información acerca de que la empresa con sus amigos.

Cabe destacar que no es lo mismo que un perfil de usuario en Facebook. Estos últimos solo están disponibles para personas físicas reales, las empresas que usan un perfil de usuario para promocionarse en Facebook están incurriendo en una violación de los términos y condiciones de la plataforma.

Es por ello que toda empresa debe crearse una página para estar presente en la red.

Ahora bien con una página no es suficiente ya que no tiene las mismas funcionalidades que los perfiles de usuario, es por ello que siempre recomiendo la creación de una cuenta de usuario con el nombre del representante o community manager de la compañía.
De esta manera el usuario podrá interactuar mejor con el resto de usuarios en Facebook.

Por ejemplo una página Facebook no puede crear un grupo pero un usuario Facebook sí.

Las Páginas Facebook nos permiten entre otras cosas:

- Tener un muro para publicar noticias, información de interés, links, videos y donde los usuarios también pueden hacer publicaciones.
Ejemplo: <http://www.facebook.com/slarrauriservicios2.0>
- Integrar la pagina con la cuenta Twitter de la empresa
- Integrar el blog de la compañía con la pagina Facebook
- Crear páginas personalizadas de inicio con información relevante que se quiera destacar.

Ejemplo:

http://www.facebook.com/cocacola#!/cocacola?v=app_161193133389&a=3

- Publicación de widgets en el sitio web de la empresa.

Ejemplos:



Encuentra más widgets en: <http://www.facebook.com/facebook-widgets/>

Para conocer más sobre las páginas Facebook puedes visitar nuestro curso sobre paginas en:

Mira un video de cómo crear una página Facebook aquí:

<http://www.facebookempresas.com/blog/25-desarrollo/77-como-crear-la-pagina-en-facebook-de-mi-empresa>

Para crear una página ingresa en:

<http://www.facebook.com/advertising/?pages>

En la sección proveedores del sitio www.facebookempresas.com encontraras profesionales altamente capacitados para realizar esta tarea.

<http://www.facebookempresas.com/proveedores>

3. Crear aplicaciones para interactuar con los usuarios.

Las aplicaciones son otra forma de interactuar con los usuarios de la plataforma y nos permite crear nuestros propios juegos o aplicaciones dentro de Facebook.

Con esta herramienta podemos recolectar datos de los usuarios y generar campañas interactivas con los mismos. Que enganchen al usuario en el juego o aplicación y así crear presencia de marca en la red.

Un ejemplo práctico de esto, es el caso de coca-cola, para coca cola zero cuya campaña incluía el desarrollo de una aplicación para buscar a las personas más parecidas entre sí en Facebook y publicar un ranking de las personas que más se parecen, obviamente en el primer puesto esta coca cola y coca cola zero.

Adjunto el link a la aplicación.

<http://apps.facebook.com/facialprofiler/>

También se pueden obtener beneficios económicos creando aplicaciones o juegos virales y colocando publicidad en los mismos.

Para crear aplicaciones es necesario tener conocimientos de programación en PHP-Mysql, flash-AS3 o el lenguaje de programación que se quiera

utilizar y la api de Facebook o bien contar con alguien que tenga estos conocimientos.

En la sección proveedores del sitio www.facebookempresas.com encontraras profesionales altamente capacitados para realizar esta tarea.
<http://www.facebookempresas.com/proveedores>

Encuentre información oficial sobre el desarrollo de aplicaciones Facebook en:

<http://developers.facebook.com>

4. Conectar su sitio web con Facebook

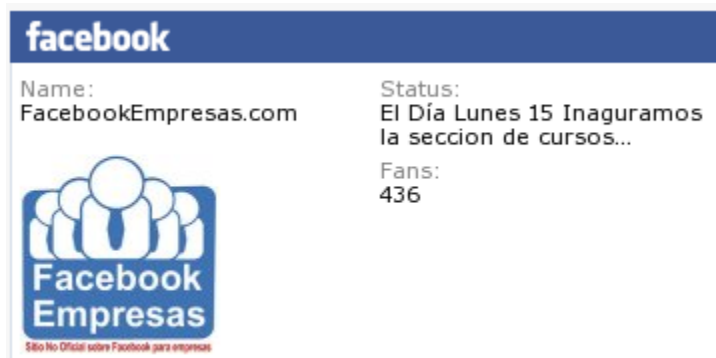
Finalmente Facebook nos brinda la posibilidad de conectar nuestro sitio web con la plataforma y permitimos interactuar con los usuarios Facebook.

Entre las opciones que nos brinda la plataforma están

- **Insignia o Pagina Facebook**

Permite publicar en su sitio web su insignia Facebook o los últimos comentarios de su página Facebook.

*Tiempo estimado de desarrollo y beneficios: entre 1-2 horas,
Aumento entre un 5-10% de click de fanáticos por post.*



- **Botón Compartir**

Permite a los usuarios de Facebook compartir el contenido de su página web en la red social.



Tiempo estimado de desarrollo y beneficios: 1 hora,

Aumento de un 2-4% de usuarios.

- **Comentarios en vivo**

Permite a los usuarios compartir mensajes en tiempo real. Ideal para incluir en eventos en vivo.

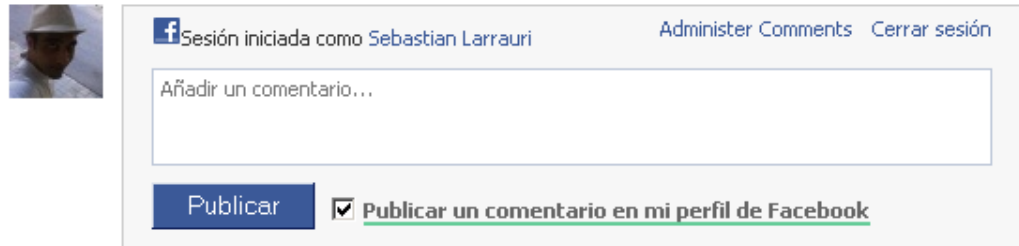
Tiempo estimado de desarrollo y beneficios: 1-2 Horas, Incremente en un 15-20% el tiempo que pasan los usuarios en su sitio web, Incrementa el tráfico en un 5-15%.



- **Comentarios**

Integre la capacidad de comentarios en su sitio web. De esta manera los usuarios podrán comentar el contenido de su sitio web y publicar el comentario en su muro de Facebook.

Tiempo estimado de desarrollo y beneficios: 1-2 Horas, Incremento de un 15-20% en comentarios, Incremento de un 15-20% en usuarios registrados.



A screenshot of a Facebook comment form. On the left is a profile picture of a man wearing a white hard hat. To the right, it says "Sesión iniciada como Sebastian Larrauri" with links for "Administer Comments" and "Cerrar sesión". Below this is a text input field with the placeholder "Añadir un comentario...". At the bottom left is a blue "Publicar" button. To its right is a checked checkbox with the text "Publicar un comentario en mi perfil de Facebook".

- **Login**

Permita a los usuarios ingresar a su sitio usando su usuario y contraseña de Facebook

Tiempo estimado de desarrollo y beneficios: 1 - 3 Semanas, Incremento de un 15-20% en usuarios registrados.

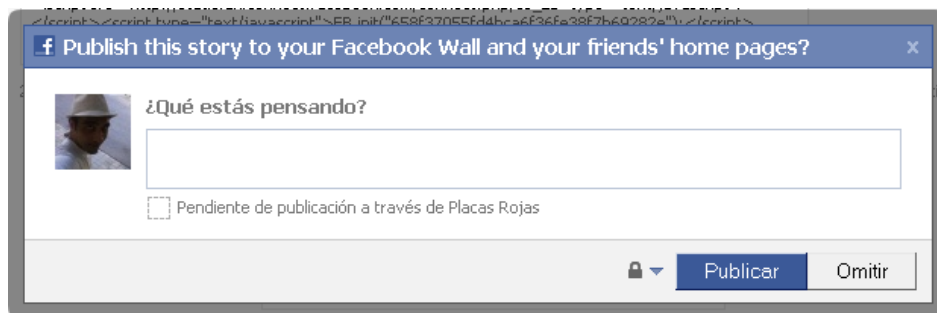


- **Integración personalizada**

Además de estas opciones Facebook nos permite crear nuestras propias interacciones como por ejemplo:

- personalizar el contenido de su sitio de acuerdo al perfil del usuario en Facebook
- mostrar los amigos del usuario que han visitado el sitio.
- Publicar en Facebook las acciones que el usuario ha realizado en el sitio. Ejemplo: Me registre en www.sitio.com compre un nuevo par de zapatos en Zapatería Carlitos.

Tiempo estimado de desarrollo y beneficios: Según proyecto



Para integrar un sitio web con Facebook Connect es necesario tener conocimientos de programación en el lenguaje de programación en que se desarrollo el sitio y conocimientos en la api de Facebook o bien contar con alguien que tenga estos conocimientos.

En la sección proveedores del sitio www.facebookempresas.com encontraras profesionales altamente capacitados para realizar esta tarea.
<http://www.facebookempresas.com/proveedores>

Encuentre información oficial sobre Facebook Connect en:
<http://developers.facebook.com/connect.php>

6. Conclusiones

Como verán Facebook ofrece un abanico de posibilidades para aquellas empresas que quiera formar parte de la plataforma.

Esperamos que este curso los aliente a formar parte de la plataforma y a dar los primeros pasos en Facebook.