



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

1. Muchas gracias por tu interés en esta actividad; empezaremos en unos instantes.
2. Recuerda **apagar tu cámara y silenciar tu micrófono**.
3. Durante la sesión para cualquier pregunta, puedes utilizar el chat interno de la plataforma. Al final abriremos micros y turno de preguntas.
4. La sesión será grabada, y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento

JORNADAS FORMATIVAS “HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS COMO APOYO AL COMERCIO MINORISTA FRENTE AL COVID 19.



Cómo digitalizar un comercio desde cero Facebook

- segunda parte -

Márcate una estrategia a seguir en Facebook

¿Quién es mi cliente?

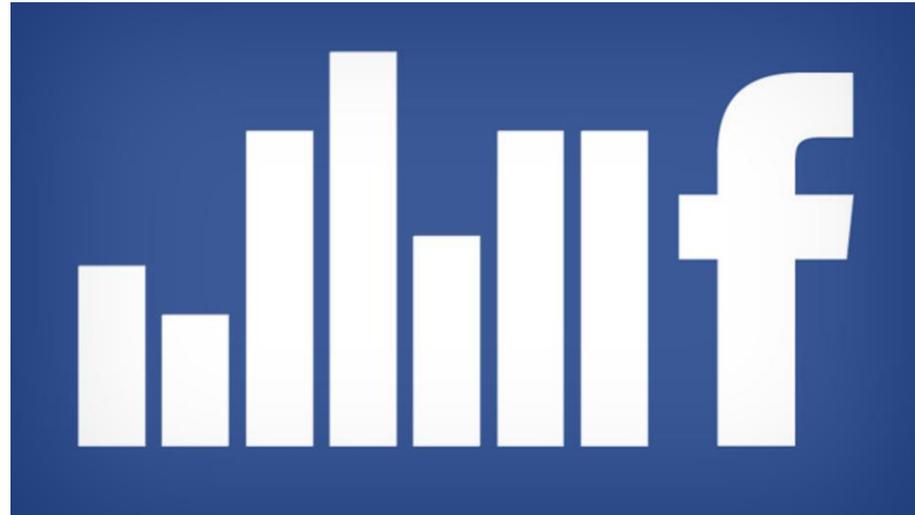
¿Cuáles son mis objetivos?

¿Qué le quiero transmitir?

¿Cuándo voy a publicar?



Si ya tienes página revisa las estadísticas de página



¿Sabes a cuánto público estás llegando realmente?



Administrar página

Azafrán Azor

- Inicio
- Últimas noticias
- Administrar tienda
- Bandeja de entrada
- Tienda de aplicaciones para empresas
- Recursos y herramientas
- Notificaciones
2 nuevos
- Estadísticas**
- Herramientas de publicación
- Centro de anuncios
- Calidad de la página
- Editar información
- Configuración

Promocionar

Azafrán Azor

Editar Contactar

Promocionar

Ver como visitante

Estadísticas

Ver todo

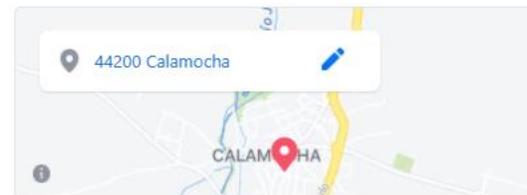
Últimos 28 días : 31 dic - 27 ene

Personas alcanzadas 1

Interacciones con la publicación 0

Me gusta de la página 0

Información



Promociona tu negocio en tu zona para que la gente vaya directamente a 44200 Calamocha.

Promocionar negocio local

Azor Azafrán de Teruel de primera calidad cultivado de forma tradicional. Producto 100% artesano, seleccionado manualmente hebra a hebra.

3 personas le gusta esto

3 personas siguen esto

<http://www.azafranazor.com/>

azafrán. No podía ser de otra manera.
Una receta sencilla y riquísima de Crema de Calabaza con Naranja y Azafrán publicada en [El Comidista](#) hace ya algún tiempo. ¡Perfecta para estos días de invierno!!
La hemos probado con nuestro azafrán Azor y le ponemos un 10 ¡De rechupete!... Ver más



EL COMIDISTA

ELCOMIDISTA.ELPAIS.COM

Crema de calabaza con naranja y azafrán

Ábrete a una nueva dimensión asando la calabaza antes de triturarla, y remata la jugada con r...



Llega a más personas con esta publicación

Las personas están promocionando publicaciones como "Queríamos empezar la..." para que tengan un mayor alcance. Promociona esta publicación.

2
Personas alcanzadas

0
Interacciones

Promocionar publicación

Me gusta

Comentar

Compartir

Comenta como Azafrán Azor

Pulsa "Intro" para publicar.

Estadísticas: datos de la publicación

Tus 5 publicaciones más recientes ✎ Crear publicación

■ Alcance: orgánico/pagado
 ■ Clics en publicaciones
 ■ Interacción ?

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
13/11/2019 8:52	 Mañana			94 	2 / 2 / 	Promocionar publicación
08/11/2019 8:52	 Desde la			716 	50 / 38 / 	Promocionar publicación
07/11/2019 16:56	 Un año			577 	4 / 10 / 	Promocionar publicación
06/11/2019 10:34	 Una de las			336 	12 / 13 / 	Promocionar publicación
04/11/2019 8:48	 El próxim			352 	5 / 5 / 	Promocionar publicación

[Ver todas las publicaciones](#)

Estadísticas: datos de la publicación

Detalles de la publicación ✕

Camel y animal print. Combinaciones básicas que ya son un fondo de armario estupendo en el que invertir en rebajas. El vestido es una talla 48 amplia y el chaquetón camel 50. Talla y estilazo. ¿Hay mejor combinación?



Haz clic para ver productos

9 Me gusta 2 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Rendimiento de tu publicación ^

315 Personas alcanzadas

1 Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido
5

5 Clics en publicaciones

2	0	3
Visualizaciones de fotos	Clics en el enlace	Otros clics

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar todas las publicaciones **0** Ocultar publicación

0 Denunciar como spam **0** Ya no me gusta esta página

1 Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido
5

DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO DE MARCA Ver desglose

315	315	0
Alcance total	Alcance orgánico	Alcance pagado
320	321	0
Impresiones totales	Impresiones orgánicas	Impresiones de pago

Producto etiquetado ^

Clics en productos etiquetados ⓘ **1**

Vestido animal print - 48

Clics en productos etiquetados ⓘ **1**

Panel de estadísticas: Visión General



Estadísticas de la página

Información general

Seguidores

Anuncios

Tiendas

Me gusta

Alcance

Visitas a la página

Vistas previas de la página

Acciones en la página

Publicaciones

Publicaciones con productos etiquetados

Contenido de marca

Eventos

Vídeos

Historias

Grupos

Promocionar

Resumen de la página Últimos 7 días +

Exportar datos

Resultados del 21 ene 2021 al 27 ene 2021

Nota: No se incluyen los datos de hoy. La actividad relativa a estadísticas se proporciona según la zona horaria del Pacífico. La actividad relativa a los anuncios se proporciona según la zona horaria de tu cuenta publicitaria.

Orgánico Pagado

Acciones en la página

21 de enero - 27 de enero



No hay datos para mostrar el periodo de tiempo seleccionado.

Visitas a la página

21 de enero - 27 de enero

36

Visitas totales a la página ▲44%



Vistas previas de página

21 de enero - 27 de enero



No hay datos para mostrar el periodo de tiempo seleccionado.

Me gusta de la página

21 de enero - 27 de enero

1

Me gusta de la página ▲100%



Alcance de la publicación

21 de enero - 27 de enero

534

Personas alcanzadas ▲24%



Alcance de la historia

21 de enero - 27 de enero

78

Personas alcanzadas ▲56%



Recomendaciones

21 de enero - 27 de enero



No hay datos para mostrar el periodo de tiempo seleccionado.

Interacción con la publicación

21 de enero - 27 de enero

142

Interacción con la publicación ▲103%



Videos

21 de enero - 27 de enero

188

Reproducciones de video de 3 segundos ▲59%



Seguidores de la página

21 de enero - 27 de enero

1

Seguidores de la página ▲100%



Clics en productos etiquetados

21 de enero - 27 de enero

2

Clics en productos etiquetados ▼33%



Panel de estadísticas: Visión General

Tus 5 publicaciones más recientes [Crear publicación](#)

■ Alcance: orgánico/pagado
 ■ Clics en publicaciones
 ■ Interacción i

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
13/11/2019 8:52	 Mañana			94 ■	2 / 2 	Promocionar publicación
08/11/2019 8:52	 Desde la			716 ■	50 / 38 ■ ■	Promocionar publicación
07/11/2019 16:56	 Un año			577 ■	4 / 10 ■	Promocionar publicación
06/11/2019 10:34	 Una de las			336 ■	12 / 13 ■ ■	Promocionar publicación
04/11/2019 8:48	 El próxim			352 ■	5 / 5 	Promocionar publicación

[Ver todas las publicaciones](#)

Páginas en observación Crear publicación

Compara el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook.

Añadir páginas

Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido ⓘ

Página	Total de Me gusta c	De la semana pas	Publicaciones de	Interacción de esta sema
1  El vendedor de Marín	10,2K 	0%	5	516 
2  Expresiones	7,7K 	▲0,1%	14	1,2K 
3  Laura María Mujer Hombre	535 	0%	7	142 

Sugerencias de páginas en observación

+  POISON HEART CLOTHI... Boutique para mujer y hombre c...	8,2K 			Observar página
+  Studio 16 Studio16 es mi rincón, tienda de...	19,8K 			Observar página
+  Parafernalia Hombre/Mujer.Edwin Maison Sc...	6,5K 			Observar página
+  Alouette Gijon Chère amie... j'aime la vie...	6,6K 			Observar página
+  Sonata Gijón El estilo no está reñido con el pr...	5,9K 			Observar página

[Ver más páginas sugeridas](#)

Claves para aumentar el número de seguidores

No todos los seguidores de una página ven lo que ésta publica en sus noticias.

De hecho, el % es cada vez menor.



El EdgeRank: El “equivalente” al algoritmo de Google



EdgeRank

$\sum U_e W_e D_e$

= Affinity x Weight x Time Decay

 Affinity score between viewing user and edge creator.

 Weight for this edge type (status, comment, like, tag, etc).

 Time Decay factor based on how long ago the edge was created.

Depende.

Hay infinidad de estudios con diversas recomendaciones...

Time Window	Percentage of posts	Average Interactions per hour
Before Work 1am – 8am	8.8%	1.93
Workday 8am – 5pm	62.7%	2.24
After Hours 5pm – 1am	28.5%	2.49

Sobre el momento en el que publicar

Estadísticas de la página

Cuándo están conectados tus fans Tipos de publicaciones

Publicaciones destacadas de tus páginas en observación

Los datos mostrados corresponden a la última semana. Las estadísticas de la hora del día se muestran en la zona horaria del Pacífico.

No hay datos disponibles para "Cuándo están conectados tus fans".

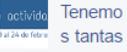
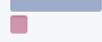
Todas las publicaciones realizadas [Crear publicación](#)

Alcance: orgánico/pagado Clics en publicaciones Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
28/01/2021 19:15	DINO a las	Imagen	Global	51	1 0	Promocionar publicación
27/01/2021 22:00	Exfolia tu	Imagen	Global	68	0 0	Promocionar publicación
27/01/2021 21:30	¡Última entrada	Vídeo	Global	27	2 0	Promocionar publicación
27/01/2021 14:15	¿Un gel de	Imagen	Global	47	0 0	Promocionar publicación
26/01/2021 19:25	Ahorra	Imagen	Global	37	0 0	Promocionar publicación
25/01/2021 19:15	Seguro	Imagen	Global	47	1 1	Promocionar publicación
22/01/2021 21:50	Aceite	Imagen	Global	65	0 0	Promocionar publicación
22/01/2021 13:45	¿Tu piel es	Imagen	Global	64	1 0	Promocionar publicación

...pero la mejor opción es saber cuándo se conectan tus seguidores ...

Sobre el momento en el que publicar

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
21/02/2017 13:30	 El Instituto Nacio			38 	4 2 	Promocionar publicación
21/02/2017 9:42	 Entrevistamos a			166 	11 6 	Promocionar publicación
20/02/2017 17:42	 Una funcionalidad			544 	11 7 	Promocionar publicación
20/02/2017 13:13	 El #videomarketi			225 	8 0 	Promocionar publicación
20/02/2017 9:00	 Tenemos tantas			791 	51 9 	Promocionar publicación
17/02/2017 17:09	 En ocasiones el			243 	7 1 	Promocionar publicación
17/02/2017 13:33	 #Blockchain es			415 	8 4 	Promocionar publicación
17/02/2017 9:00	 Esta nueva función			356 	10 14 	Promocionar publicación
16/02/2017 17:45	 La palabra webm			492 	19 8 	Promocionar publicación
16/02/2017 13:30	 Si utilizas Mailchi			397 	10 7 	Promocionar publicación
16/02/2017 9:00	 De esas combina			820 	22 10 	Promocionar publicación

... y ver cuándo funcionan mejor tus publicaciones

Recomendaciones sobre los contenidos

Sobre los contenidos a publicar

Siempre que puedas, publica contenidos “atemporales”. Es decir, contenidos que pueden estar en el “candelero” de manera prolongada (tutoriales, consejos, cuestiones de interés...).

Si quieres volver a publicar algo que ya lanzaste en su momento, mejor publicarlo de nuevo.

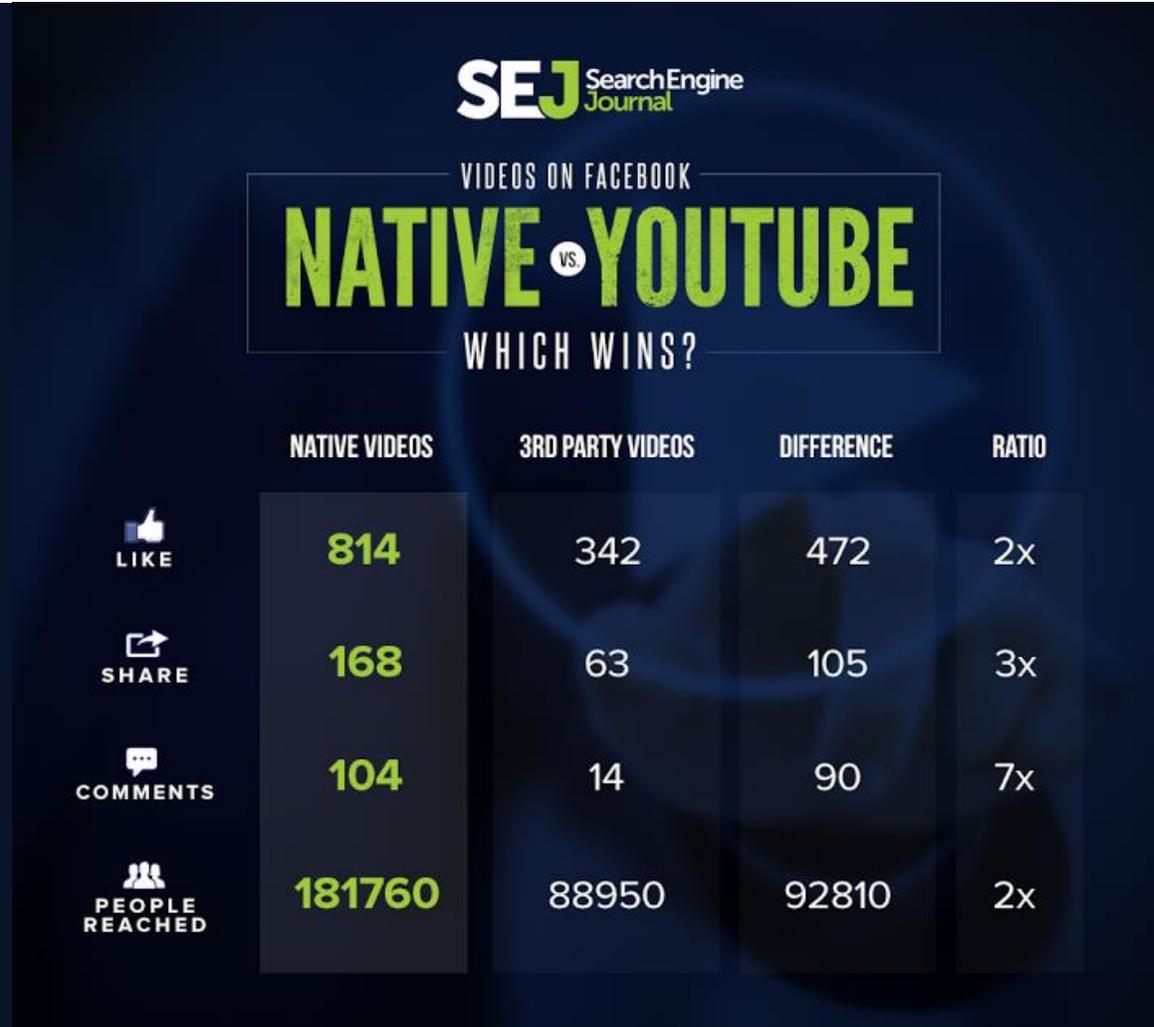
No lo “recompertas”

Investiga qué contenidos te han funcionado bien. Es muy posible que vuelvan a hacerlo si los publicas otra vez.

Sobre los contenidos a publicar: Videos

Los videos (incluyendo los de FB Live) subidos directamente a FB tienen por lo general más alcance que otros contenidos.

Videos de YouTube, Vimeo u otros servicios es posible que consigan peores resultados.



Sobre los contenidos a publicar: Etiquetas

Utilizar una o dos **#etiquetas** relevantes cuando proceda puede hacer que tus publicaciones lleguen a más usuarios, incluso aunque no te sigan.



#hashtag
on facebook

¡¡No abuses de ellos, ni hay que usarlos siempre!!

Sobre los contenidos a publicar: Menciones

Mencionar a otras páginas puede ayudarte a incrementar el alcance de lo que publicas.



Mentions

**¡Hazlo si la mención
tiene un porqué!!**

Sobre los contenidos a publicar: Enlaces e imágenes

Publica contenidos de todo tipo (videos, imágenes, enlaces, etc.) de manera variada. **No te ciñas solo a uno, y analiza cuáles te dan mejor resultado.**

5 Types Of Content



¿Cómo aumento el interés de mis usuarios?

Publica contenidos relevantes e interesantes para el público que te sigue en Facebook. Evidentemente, deberán de estar relacionadas con tu actividad.

Piensa si con ellas:

- Solucionas problemas
- Mejoras la realización de alguna tarea
- Aportas información útil
- Despiertas el interés por algún tema poco conocido pero importante
- Generas sentimiento de exclusividad y/o comunidad

Si lo que públicas resulta atractivo, es posible que se comparta. Y si se comparte, llegarás a más gente (amigos de amigos, etc.)

¿Cómo aumento el interés de mis usuarios?

Personaliza tus publicaciones para que resulten atractivas y tengan sentido. No lances mensajes “robotizados”, preparados para ser publicados en varias redes sociales a la vez.

¿Cómo aumento el interés de mis usuarios?



Debes evitar

- No bombardees con mucho contenido en poco tiempo
- No pidas continuamente a tus seguidores que compartan, comenten o hagan lo que sea
- Cuida tu lenguaje y ortografía
- Evita temas que no tienen que ver con el ámbito profesional



Importante: Hay que medir para saber lo que nos funciona mejor

Las normas por las que se rige el Edge Rank no son públicas, y muchas recomendaciones se basan en distintos experimentos y experiencias.

Sin analizar el resultado de cada acción, no será posible saber qué está funcionando mejor.



CONCLUSIÓN

Debes probar distintas cosas, y medir los resultados de cada una de ellas

Caso práctico: Creación de publicaciones

Tu centro de comunicaciones. La bandeja de entrada

Mantener el contacto con tus clientes

La bandeja de entrada es una herramienta estupenda para administrar las interacciones con tus clientes. Mediante la bandeja de entrada de la página, puedes leer y responder los mensajes que tu negocio recibe en Messenger o Instagram Direct, así como los comentarios en tus publicaciones.

Para mejorar la atención a los clientes podemos configurar también las respuestas automáticas para que las personas que contacten con nosotros siempre se sientan atendidas.

Mantener el contacto con tus clientes

Bandeja de entrada

Mensajes

[Todos los mensajes](#)

Messenger

Instagram Direct

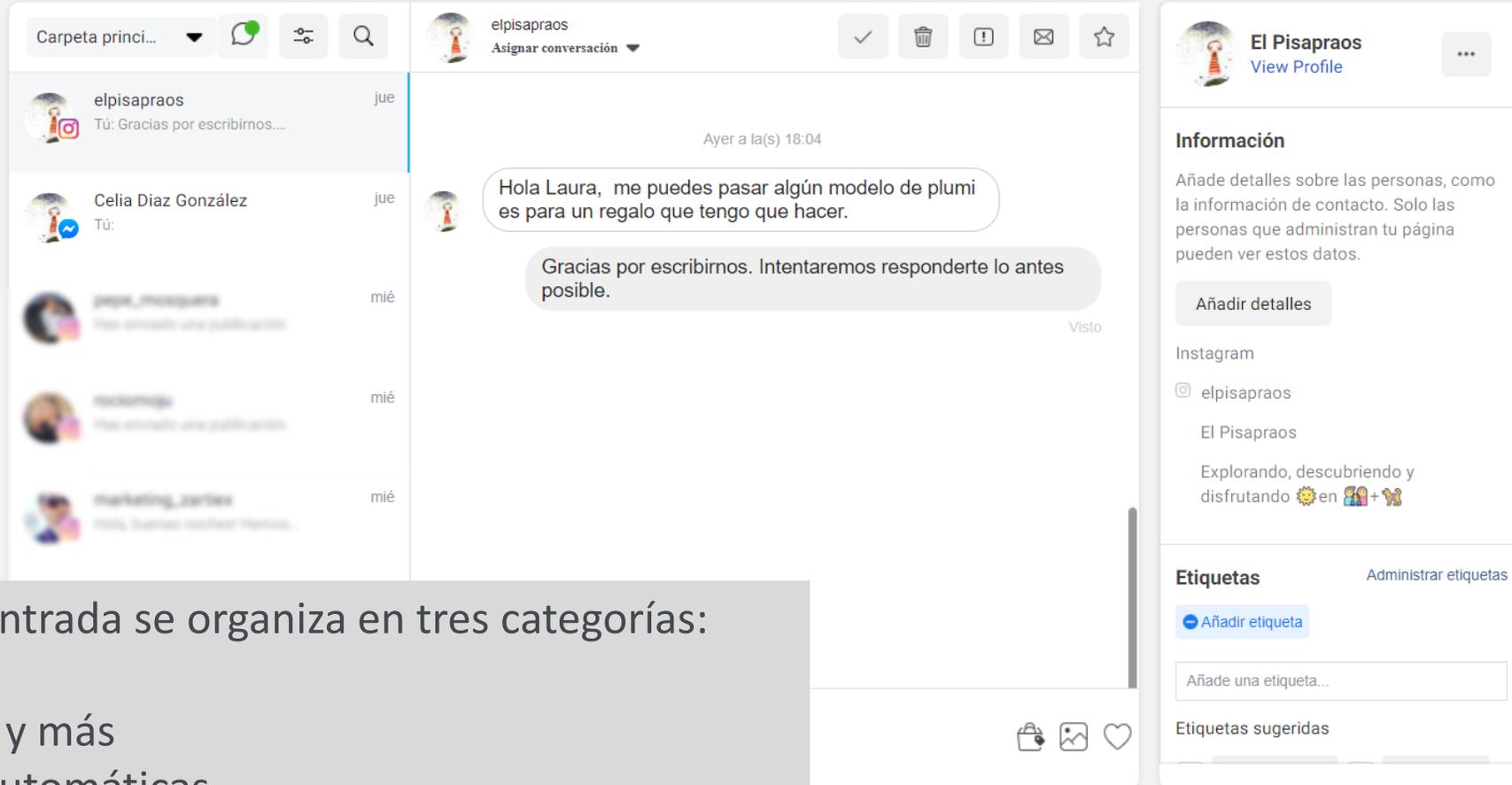
Comentarios y más

Facebook

Instagram

Respuestas automáticas

Mensajes de correo elec...



The screenshot shows a social media inbox interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Mensajes' (Messages), 'Comentarios y más' (Comments and more), and 'Respuestas automáticas' (Automatic responses). The main area displays a list of messages. The selected message is from 'elpisapraos' and contains the text: 'Hola Laura, me puedes pasar algún modelo de plumis es para un regalo que tengo que hacer.' and 'Gracias por escribirnos. Intentaremos responderte lo antes posible.' The right sidebar shows the profile of 'El Pisapraos' with options to 'View Profile' and 'Añadir detalles' (Add details). Below that, it shows the Instagram profile 'elpisapraos' with a bio: 'El Pisapraos Explorando, descubriendo y disfrutando'. At the bottom, there are options to 'Añadir etiqueta' (Add tag) and 'Etiquetas sugeridas' (Suggested tags).

La bandeja de entrada se organiza en tres categorías:

- Mensajes
- Comentarios y más
- Respuestas automáticas

Mantener el contacto con tus clientes

Bandeja de entrada

Mensajes

- Todos los mensajes
- Messenger
- Instagram Direct

Comentarios y más

- Facebook
- Instagram

Respuestas automáticas

- Mensajes de correo elec...

Respuestas automáticas

Saluda a las personas

Respuesta instantánea

Respuesta automática Desactivado

Comparte y obtén información

Preguntas frecuentes

Enviar confirmaciones

Solicitud de empleo recibida

Seguimiento

Recordatorios de citas

Seguimiento de la cita

Página recomendada

Página no recomendada

Respuesta instantánea

• **Desactivado**

Responde el primer mensaje que alguien envíe a Laura Moda Mujer Hombre en Messenger o Instagram.

Puedes personalizar el mensaje para saludar a la persona, ofrecerle más información sobre Laura Moda Mujer Hombre o acerca de cuándo recibirá una respuesta.

Momento de envío

Se envía al instante

Nota: Si el estado de Laura Moda Mujer Hombre es "Ausente" y tiene las respuestas instantáneas activadas, las personas recibirán un mensaje automático en lugar de una respuesta instantánea.

[Editar](#)



Caso práctico: La bandeja de entrada

Facebook Commerce Manager

Cómo vender en Facebook e Instagram

Empezar

Su empresa ahora puede vender productos directamente en Facebook e Instagram. Con Checkout, los clientes pueden descubrir sus productos y comprarlos directamente desde nuestra plataforma.

Facebook Commerce Manager es una herramienta de autosevicio que puede utilizar para integrar Checkout en su tienda en línea. También puede utilizar Commerce Manager para administrar toda su tienda en la plataforma de Facebook. Podrá cargar inventario, rastrear pedidos y recibir pagos por sus ventas.

<https://www.facebook.com/business/GetStartedwithCommerceManager>



Abrir nuevos canales de ventas

- Vende en Facebook e Instagram



Obtenga información

- Realice un seguimiento de los productos que vende en nuestras plataformas



Gestionar ventas y realizar un seguimiento de los pagos

- Controle quién puede acceder a la información de su empresa y negocio

Cómo vender en Facebook e Instagram

Empezar

Su empresa ahora puede vender productos directamente en Facebook e Instagram. Con Checkout, los clientes pueden descubrir sus productos y comprarlos directamente desde nuestra plataforma.

Facebook Commerce Manager es una herramienta de autosevicio que puede utilizar para integrar Checkout en su tienda en línea. También puede utilizar Commerce Manager para administrar toda su tienda en la plataforma de Facebook. Podrá cargar inventario, rastrear pedidos y recibir pagos por sus ventas.

<https://www.facebook.com/business/GetStartedwithCommerceManager>



Abrir nuevos canales de ventas

- Vende en Facebook e Instagram



Obtenga información

- Realice un seguimiento de los productos que vende en nuestras plataformas



Gestionar ventas y realizar un seguimiento de los pagos

- Controle quién puede acceder a la información de su empresa y negocio

Información sobre las tiendas de página de Facebook

Si tienes una página comercial de Facebook, puedes agregar una tienda. Puedes usar esta sección para mostrar los productos que vendes y conectarte con más clientes en Facebook.

Aunque cualquier empresa puede tener una tienda, esta función es más adecuada para comerciantes, comercios minoristas y anunciantes de comercio electrónico. La recomendamos para las empresas que venden ropa, accesorios (como bolsos y maletas), muebles para el hogar o productos para bebés y niños. Sin embargo, otros tipos de empresas también pueden usar una tienda para llegar a más personas en Facebook.

Requisitos para tener una tienda

Una tienda de Facebook debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe vender productos físicos
- Debe aceptar nuestras [Condiciones para comerciantes](#)

- [Requisitos Comerciales](#)
- [Políticas de Comercio](#)
- [Prácticas Recomendadas Facebook Commerce Manager](#)

3. Contenido prohibido

Se prohíbe la compraventa de los siguientes productos o servicios en los productos de comercio de Facebook e Instagram:

1. Normas comunitarias

Las publicaciones de comercio deben cumplir nuestras [Normas comunitarias](#).

2. Productos para adultos

Las publicaciones no pueden promocionar la compra, la venta ni el uso de productos para adultos.

[Más información](#)

3. Alcohol

Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de bebidas alcohólicas.

[Más información](#)

4. Animales

Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de animales.

[Más información](#)

5. Partes del cuerpo y fluidos corporales

Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de fluidos o partes del cuerpo humano.

[Más información](#)

24. Productos de tabaco y parafernalia relacionada

Las publicaciones no pueden promocionar la compraventa de tabaco ni productos relacionados.

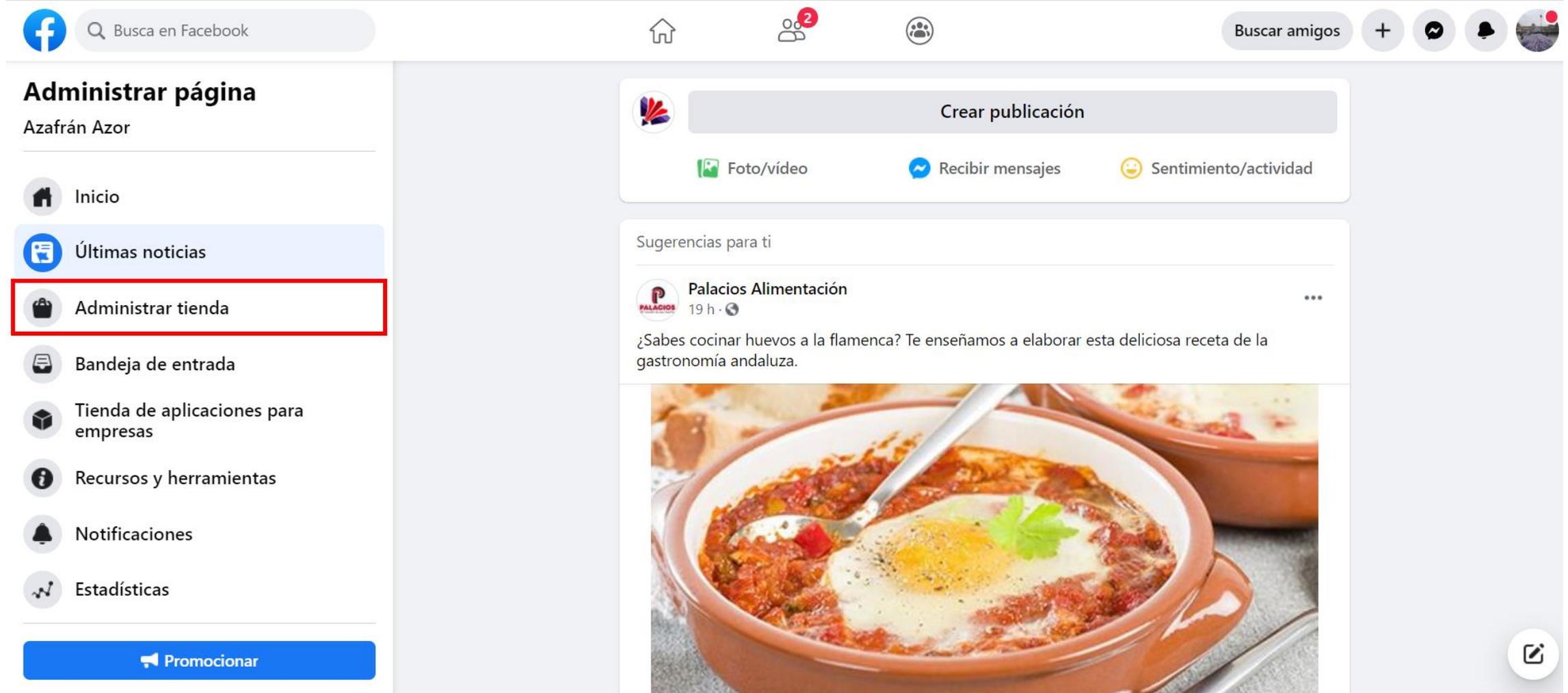
[Más información](#)

25. Armas, municiones o explosivos

Las publicaciones no pueden promocionar la compra, la venta ni el uso de armas, municiones o explosivos.

[Más información](#)

Crear y administrar una tienda de Facebook



The screenshot shows the Facebook page administration interface for 'Azafrán Azor'. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Últimas noticias, Administrar tienda (highlighted with a red box), Bandeja de entrada, Tienda de aplicaciones para empresas, Recursos y herramientas, Notificaciones, and Estadísticas. A blue 'Promocionar' button is at the bottom of the sidebar. The main content area features a 'Crear publicación' button with options for 'Foto/vídeo', 'Recibir mensajes', and 'Sentimiento/actividad'. Below this is a 'Sugerencias para ti' section with a post from 'Palacios Alimentación' (19 h) featuring a photo of a dish with a fried egg and the text: '¿Sabes cocinar huevos a la flamenca? Te enseñamos a elaborar esta deliciosa receta de la gastronomía andaluza.'

Crear y administrar una tienda de Facebook

Antes de empezar

Para configurar una tienda en Facebook, debes cumplir estos requisitos:

- Ser administrador de Business Manager
- Tener tu catálogo y página de Facebook en el mismo Business Manager
- Tener los permisos **Administrar página** en la página y **Administrar catálogo** en el catálogo en Business Manager

Para configurar una tienda en Instagram, debes cumplir estos requisitos:

- Ser administrador de Business Manager
- Tener tu cuenta empresarial de Instagram, página de Facebook y catálogo en el mismo Business Manager
- Tener los permisos **Administrar página** en la página de Facebook conectada a la cuenta empresarial de Instagram
- Tener los permisos **Administrar catálogo** en el catálogo

Crear y administrar una tienda de Facebook



Buscar amigos



Administrar página

Azafrán Azor



Inicio



Últimas noticias



Administrar tienda



Bandeja de entrada



Tienda de aplicaciones para empresas



Recursos y herramientas

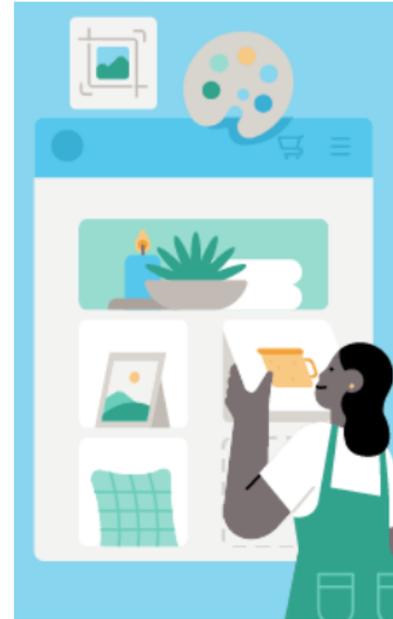


Notificaciones



Estadísticas

 Promocionar



Configura una tienda para Azafrán Azor

Configura una tienda en esta página para añadir artículos y empezar a vender.



Encuentra clientes

Llega a millones de clientes en la familia de aplicaciones de Facebook.



Haz crecer tu empresa

Obtén más oportunidades de ventas con una tienda simplificada y optimizada para móviles.



Consolida tu marca

Personaliza tu tienda para que se adapte a tu marca. Usa herramientas creativas sencillas para darle un aspecto que puedan reconocer tus clientes.

Iniciar configuración de la tienda

Más información



Caso práctico: Creación de una tienda



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

