

Muchas gracias por tu interés en esta actividad, empezaremos en unos instantes

Recuerda apagar tu cámara y silenciar tu micrófono.

Durante la sesión para cualquier pregunta puedes usar el chat interno de la plataforma o bien preguntarnos activando tu micrófono.

La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento.

Correo para consultas digicom@comercioasturias.com



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

Ecommerce en Facebook e Instagram



Qué es una red social



Qué es una red social

Personas que se relacionan con personas

Las redes sociales con Internet



Las redes sociales con Internet

Personas que se relacionan con personas a través de ordenadores, tablets y smartphones

¿Por qué nos abandonan los clientes?



1% Se muere

3% Se muda

5% Se hace amigo/a de otra empresa

9% Por precios más bajos

14% Por la mala calidad de productos / servicios

68% por la indiferencia en el trato y la mala atención recibida

¿Por qué nos abandonan los clientes?

¿qué significa mala atención?

- Poca o nula atención **personalizada**.
- Llamadas o correos **no atendidos a tiempo**.
- Promesas incumplidas.
- Líneas telefónicas constantemente ocupadas / esperas / direcciones de correo que no funcionan.
- Personal de atención poco cualificado.
- No facilitar ayuda.
- Esperas largas o injustificadas.
- Excesiva lentitud o trámites complejos para comprar, reclamar y/o devolver.
- Falta constante de atención o detalles.
- No cumplir con las expectativas.

Datos personales

- Edad
- Género
- Dónde vive
- Familia
- Ingresos

Ponle cara y nombre

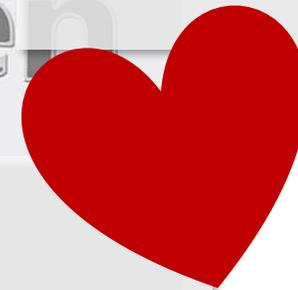


Forma de pensar

- Intereses
- Valores
- Opiniones
- Aficiones

Miedos y deseos

- ¿qué desea realmente? / ¿qué necesita?
 - ¿qué le frustra? / ¿qué teme?



¿Conoces a tus clientes?

- ¿Quién es?
 - Segmentar
- ¿Qué nos compra?
 - Seguridad / tranquilidad
 - Sensaciones
 - Experiencias
 - Emociones
 -
- ¿Por qué me elije? ¿qué hace que un cliente prefiera a mi, o prefiera a mi comercio, en lugar de a cualquier otro?

¿Conoces tu negocio y a tu competencia?

- Qué valor aportas
- Cómo eres
- Qué te diferencia de otros comercios con productos similares
- A qué tipo de cliente puedes “enamorar” siendo como eres
- Percepción y expectativas de tus clientes
- Tus productos: tangibles e intangibles
- Fidelización ¿por qué los clientes son fieles a tu comercio?

Las redes sociales y el marketing online.

Son herramientas fantásticas para **relacionarte** con tus clientes de **persona a persona**

- Para conocer mejor a tus clientes
- Para tratarles de manera más personalizada
- Para generar confianza y vínculos
- Para facilitarles la comunicación contigo
- Para que te conozcan
- Para poner en valor tus aspectos diferenciales

Para que tus clientes puedan llegar considerarte parte de su red social

¿Qué espera el cliente del pequeño comercio?



¿Entonces por qué dejas las redes sociales de tu pequeño comercio desatendidas?



Marketing tradicional



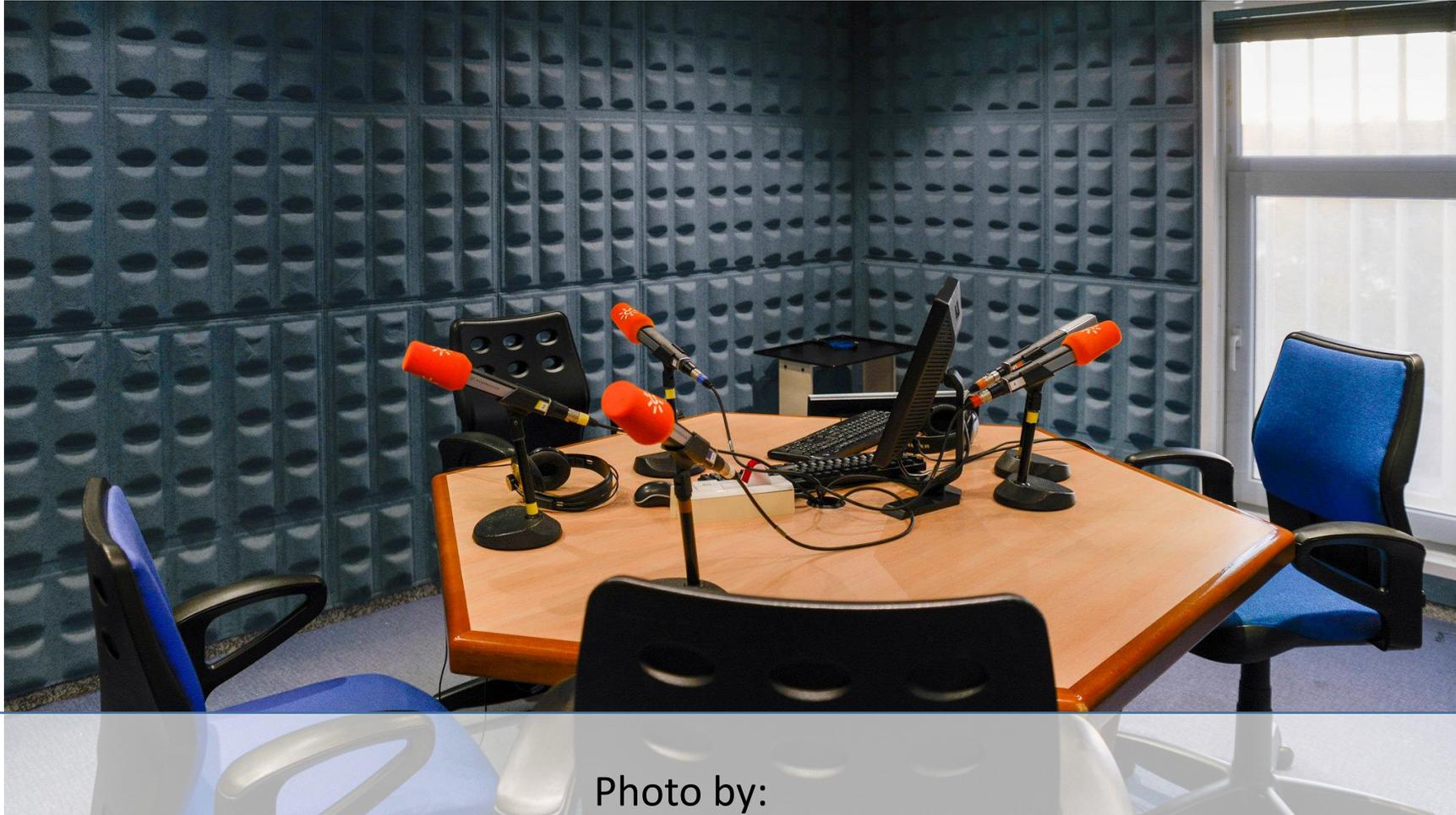


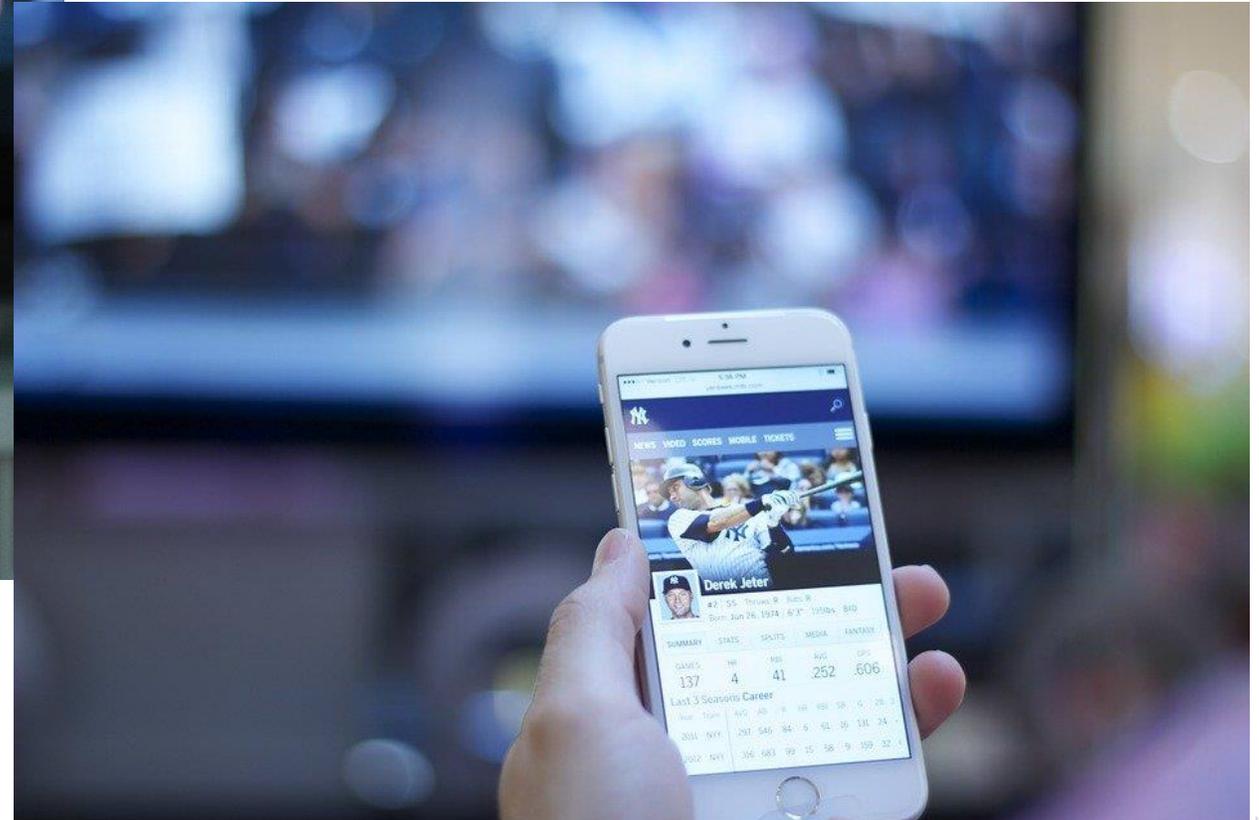
Photo by:

www.flickr.com/photos/canalsurradiotyv

Marketing tradicional



¿Pero qué hacemos ahora cuando nos ponen anuncios en la TV?



El marketing tradicional

- Lleva con nosotros desde el S XVII con la invención de la imprenta.
- No es fácil medir su impacto.
- No necesita INTERNET.
- Lo consumimos aunque no tengamos ningún tipo de conocimiento tecnológico.
- Se recurre a servicios profesionales para su realización, esto conlleva una inversión económica que suele ser elevada.

- Alcance.
- Engagement.
- Medición de resultados.
- Segmentación de público.
- Generalmente lo ponemos en práctica “nosotros mismos” sin prácticamente realizar ningún tipo de inversión.





Estas dos formas de llegar al cliente SON COMPATIBLES

Todo depende de nuestra ESTRATEGIA y sobre todo **de nuestro CLIENTE**



unión de
comerciantes
Principado de Asturias



gijón | impulsa



2004

- Mark Zuckerberg inicia un proyecto en la universidad para mostrar los nombres y las fotos de los estudiantes de las distintas hermandades de la universidad de Harvard, para conectar a los estudiantes entre sí. No era una idea de negocio.
- En un mes ya se habían conectado la mitad de los estudiantes de Harvard.
- Su primer nombre fue “The Facebook”



2005

- Cambia su nombre, eliminando el “The”
- Permite etiquetar personas en las fotos.
- Se abre a más usuarios: permite universidades de otros países y estudiantes de secundaria.
- Alcanza los 6 millones de usuarios activos.

2006

- Cambia su diseño. La foto de perfil gana protagonismo.
- Se añade la sección de “News Feed”
- En septiembre se abre a todo el mundo, y acepta a todas las personas de más de 13 años de edad.



2007

- Añade el Marketplace.
- Crea la plataforma para desarrolladores.
- Facebook alcanza los 19 millones de usuarios
- Zuckerberg se convierte en millonario. Vende el 1,6% de las acciones de Facebook por 240 Millones de Dólares.
- Comienza a haber publicidad.

2009

- Aparece el botón “me gusta” 

2012

- Facebook compra Instagram por 1.000 Millones de Dólares

2014

- Compra WhatsApp por 19.000 Millones de Dólares

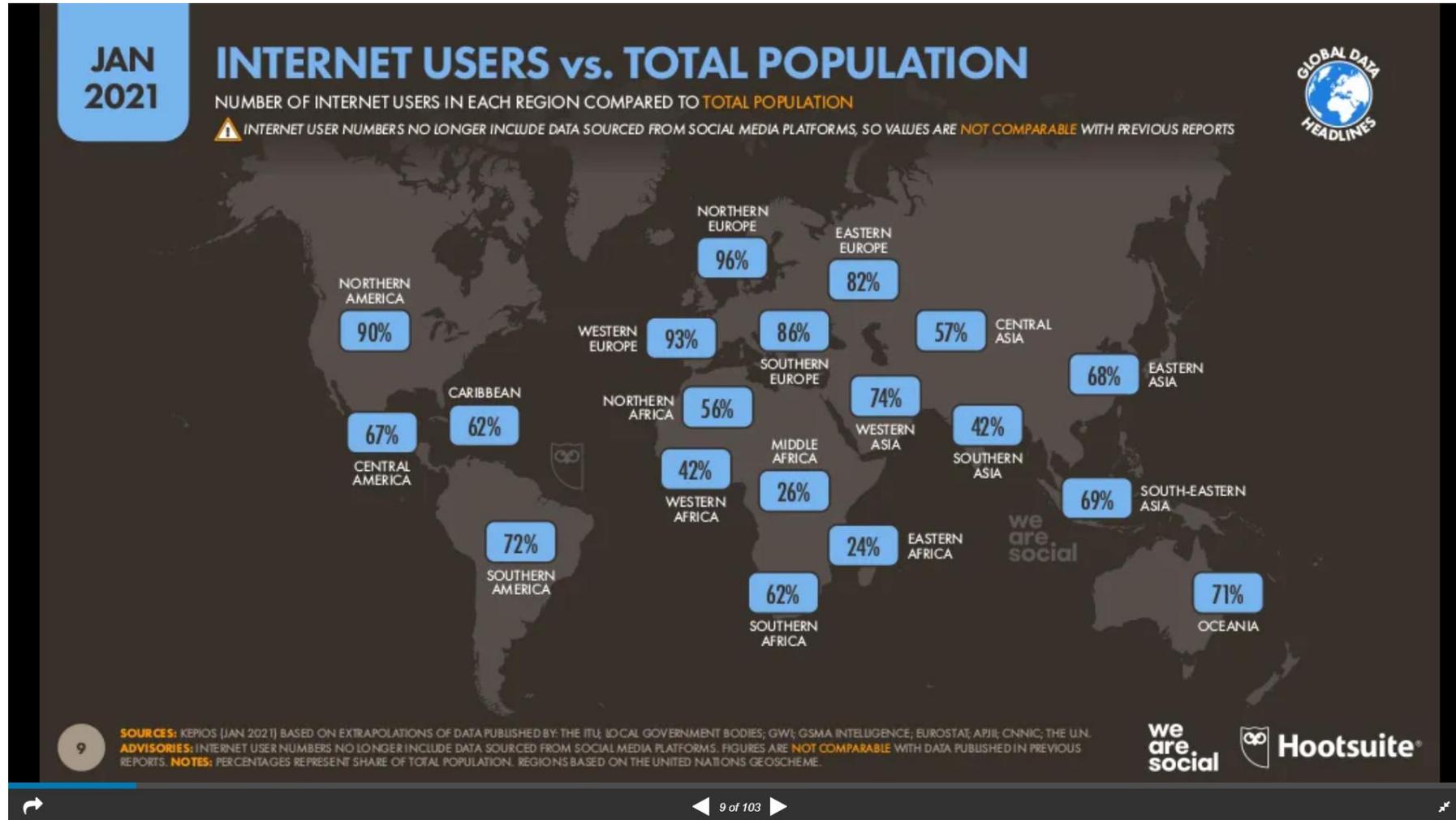
2015

- Consigue llegar a los 1.000 millones de usuarios diarios

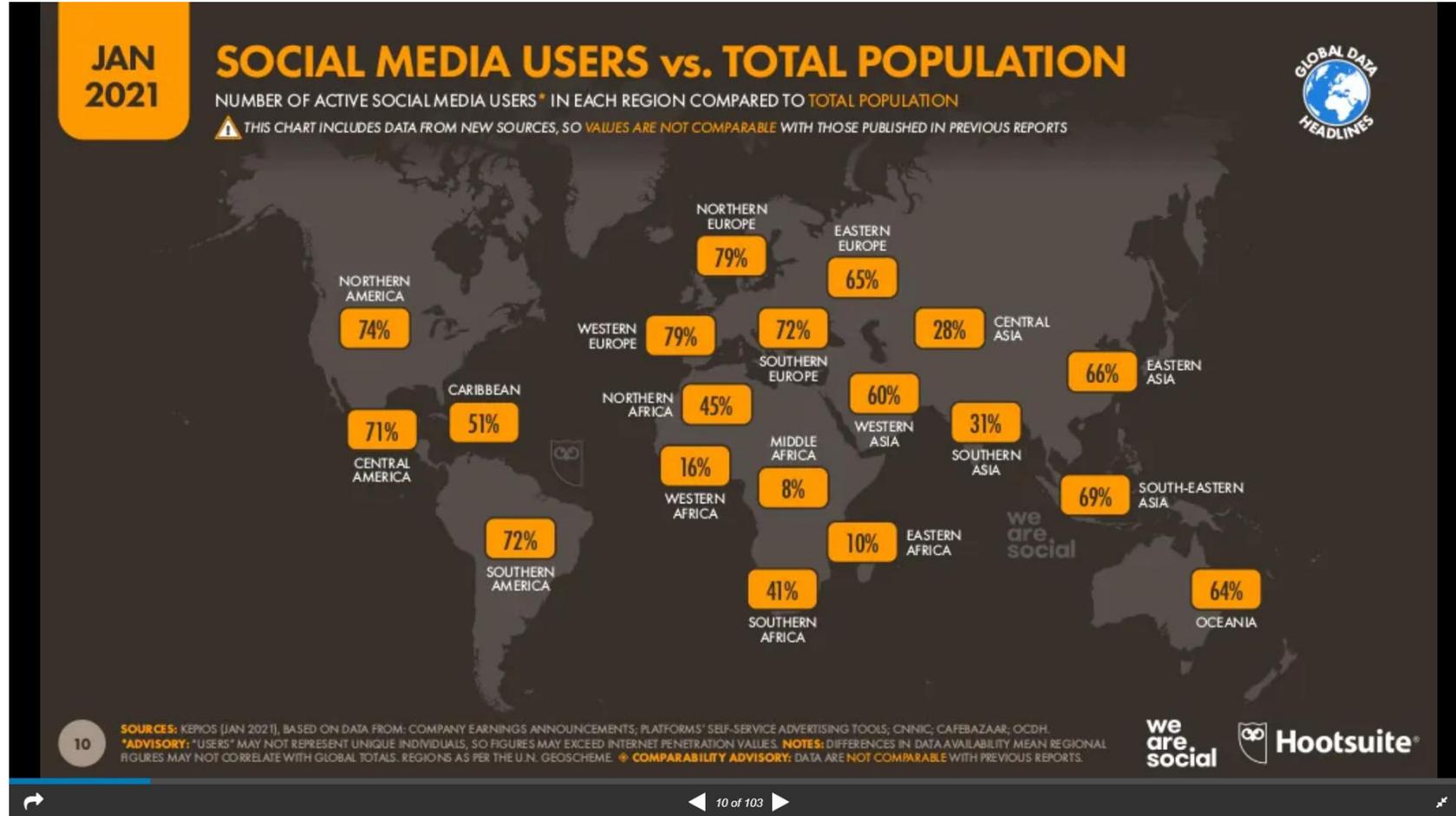
¿Debe mi comercio estar en redes sociales?

Y si es así, ¿en cuales?

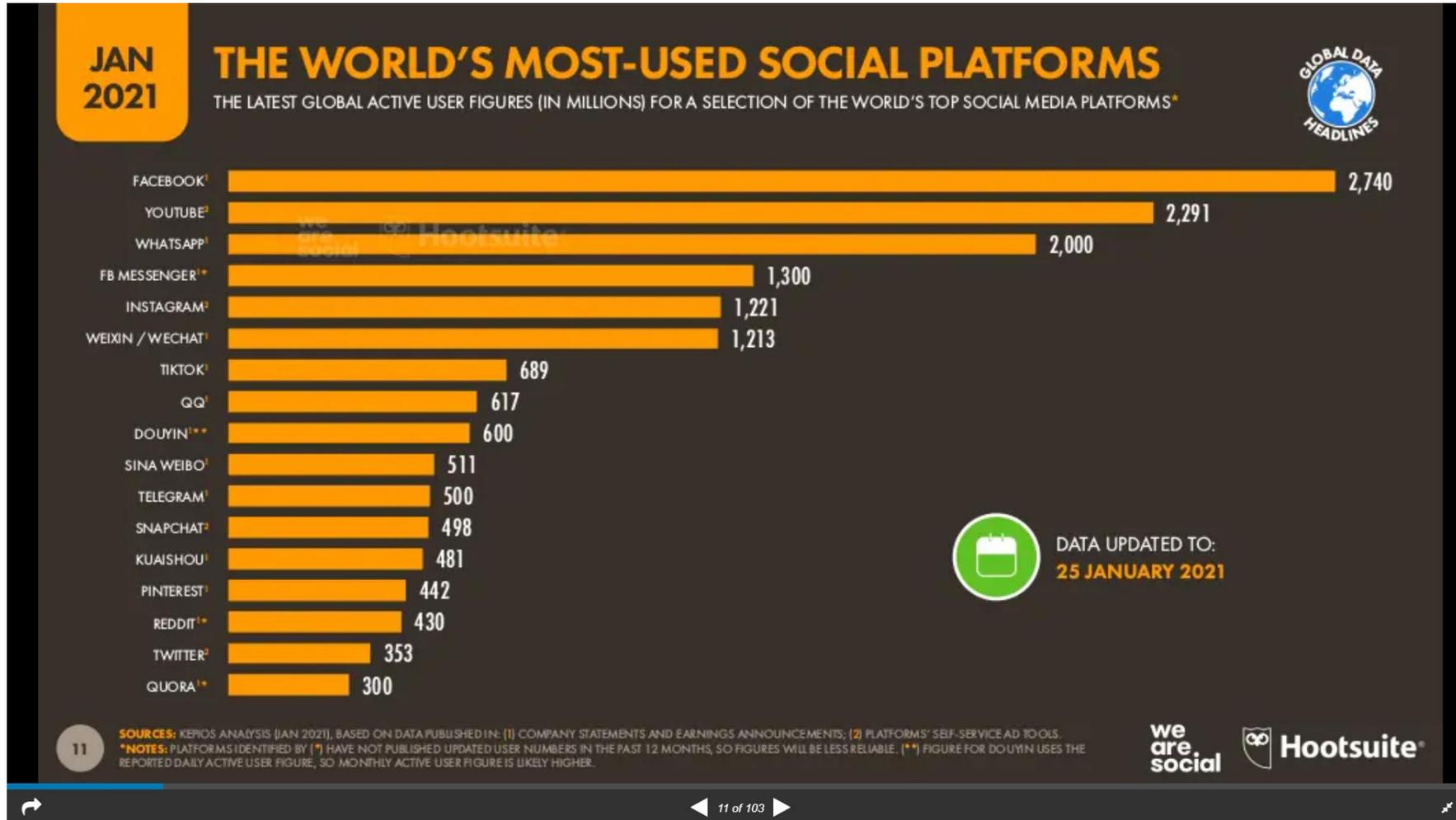
¿están tus clientes en redes sociales?



¿Están tus clientes en redes sociales?



¿Tus clientes usan redes sociales?



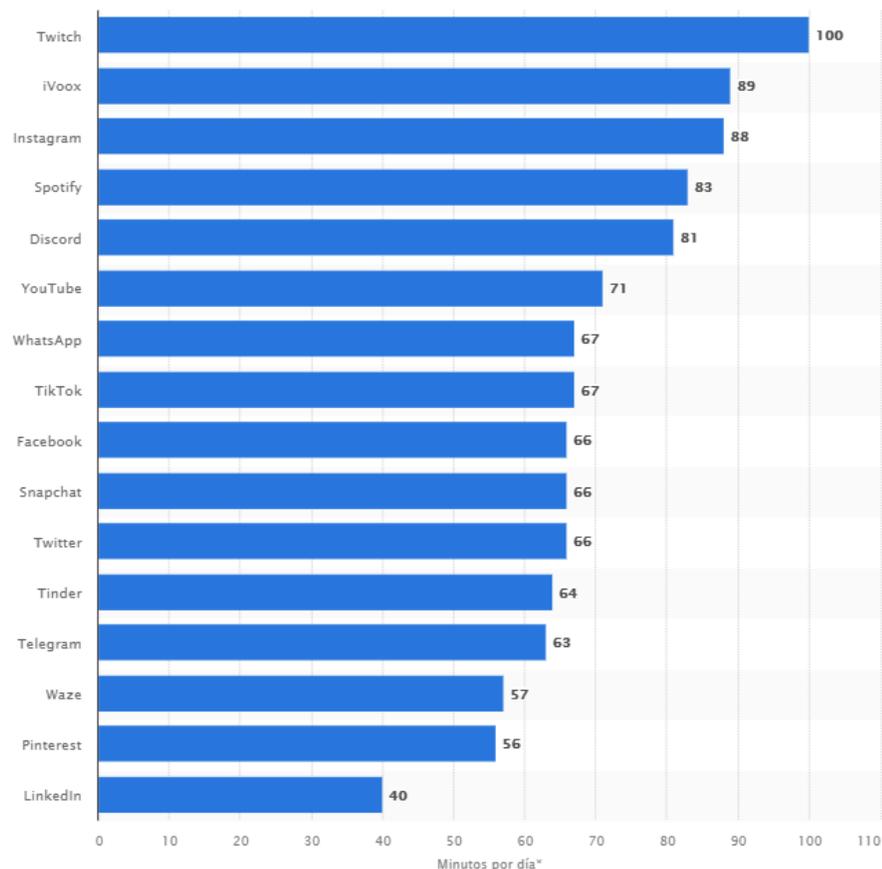
Apps móviles por número de usuarios activos



Fuentes para descubrir nuevas marcas



Redes sociales más usadas en España en 2021, según tiempo de uso diario en minutos



Ver menos

© Statista 2021

Ver fuente

Información adicional

DESCARGAR

PDF XLS PNG PPT

Fuentes
[Ver información de las fuentes](#)
[Ver información del editor](#)

Fecha de publicación
Abril 2021

Región
España

Periodo de estudio
marzo - abril de 2021

Número de encuestados
932 encuestados

Grupo de edad
16-70 años

Características especiales
usuarios de redes sociales

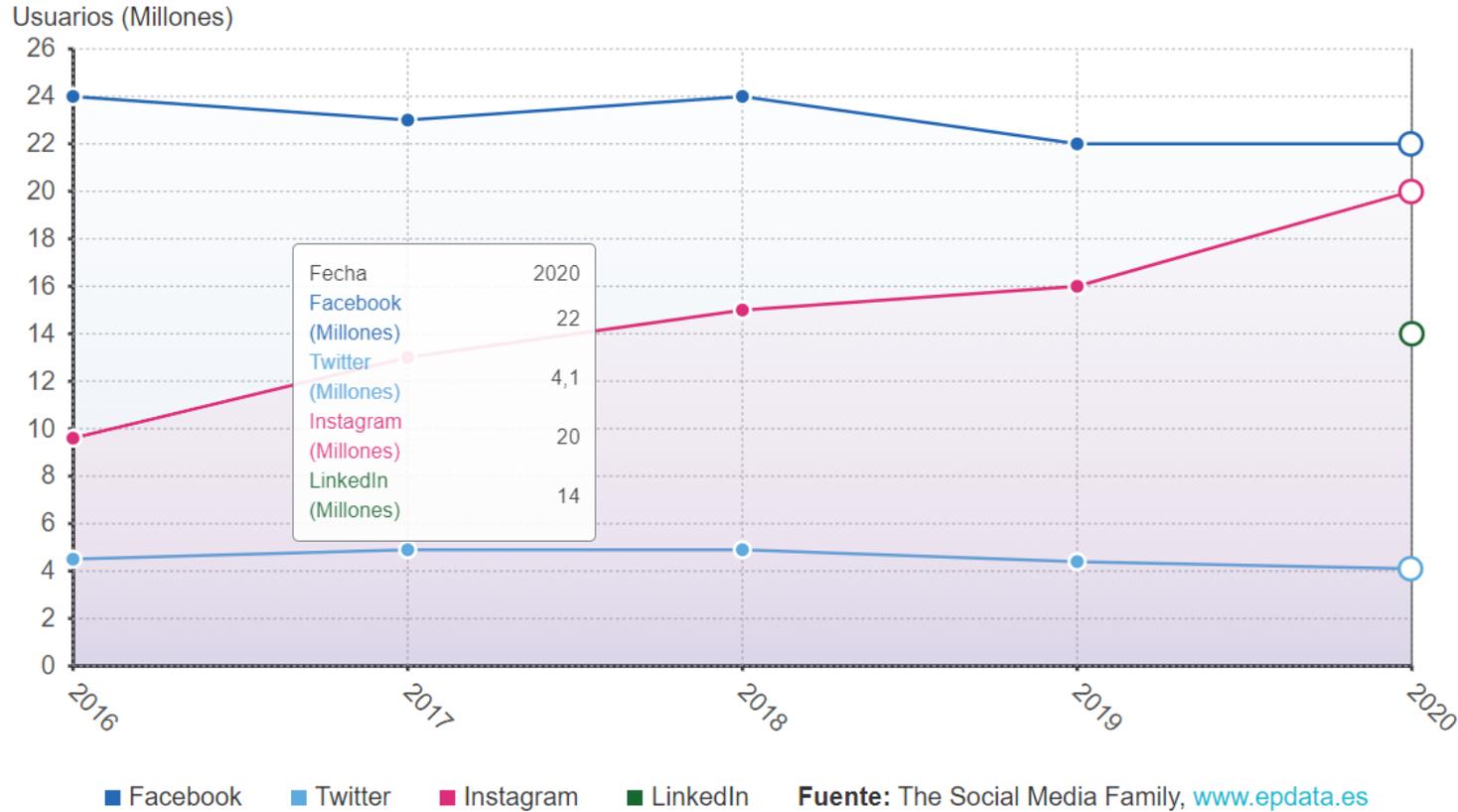
Método de recogida de datos
Entrevista online auxiliada por ordenador (CAWI)

Notas suplementarias
+ ...

Fuente: statista.com

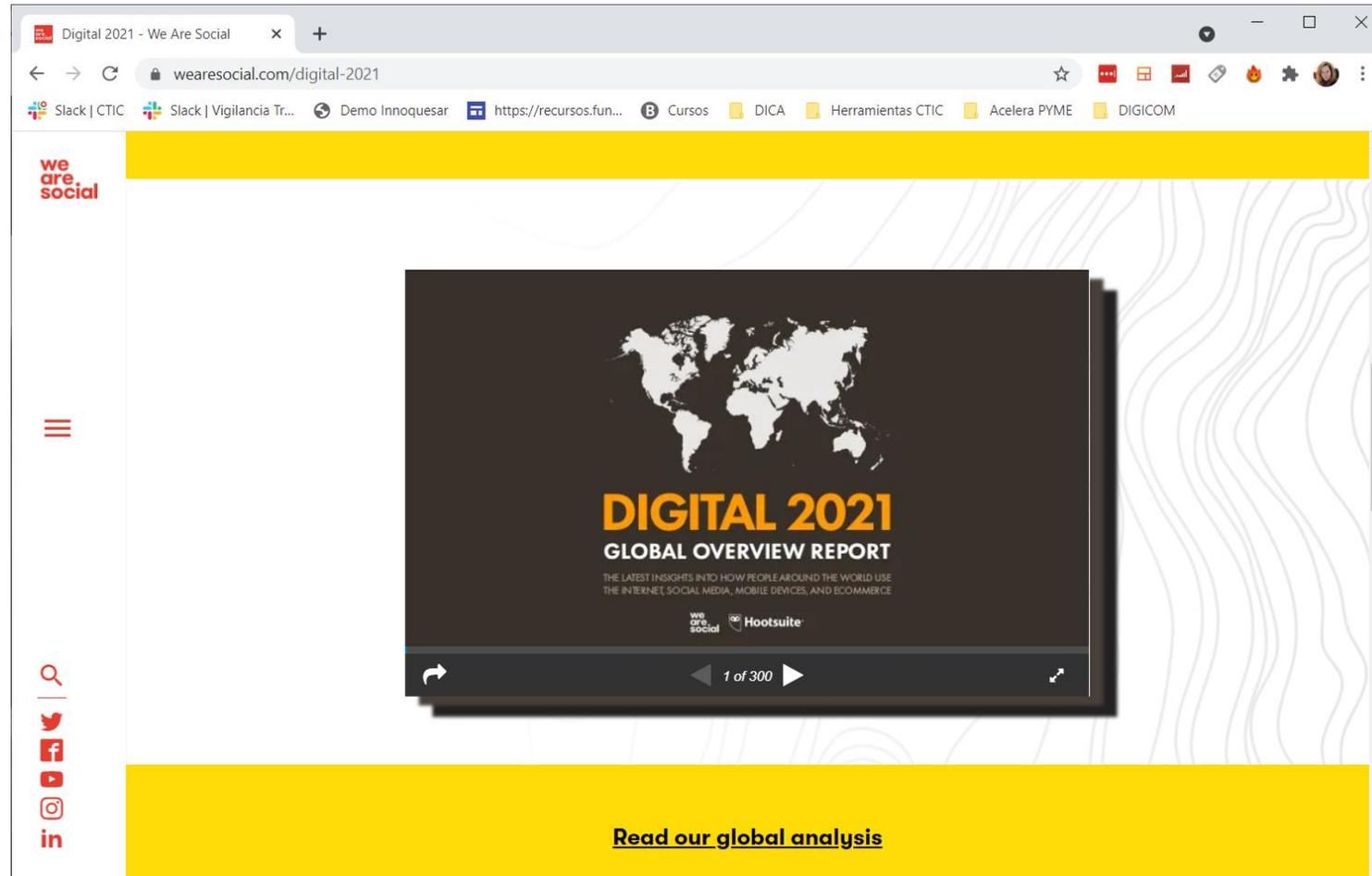
Evolución usuarios RRSS en España

Evolución del número de usuarios en cada red social en las 50 ciudades más pobladas en España



Fuente: epdata.es

Estudio de We Are Social y Hootsuite 2021



<https://wearesocial.com/digital-2021>

Estudio We Are Social y Hootsuite 2021

CLICK THE LINKS BELOW TO ACCESS OUR FULL SUITE OF GLOBAL DIGITAL REPORTS

Pulsa para salir del modo de pantalla completa

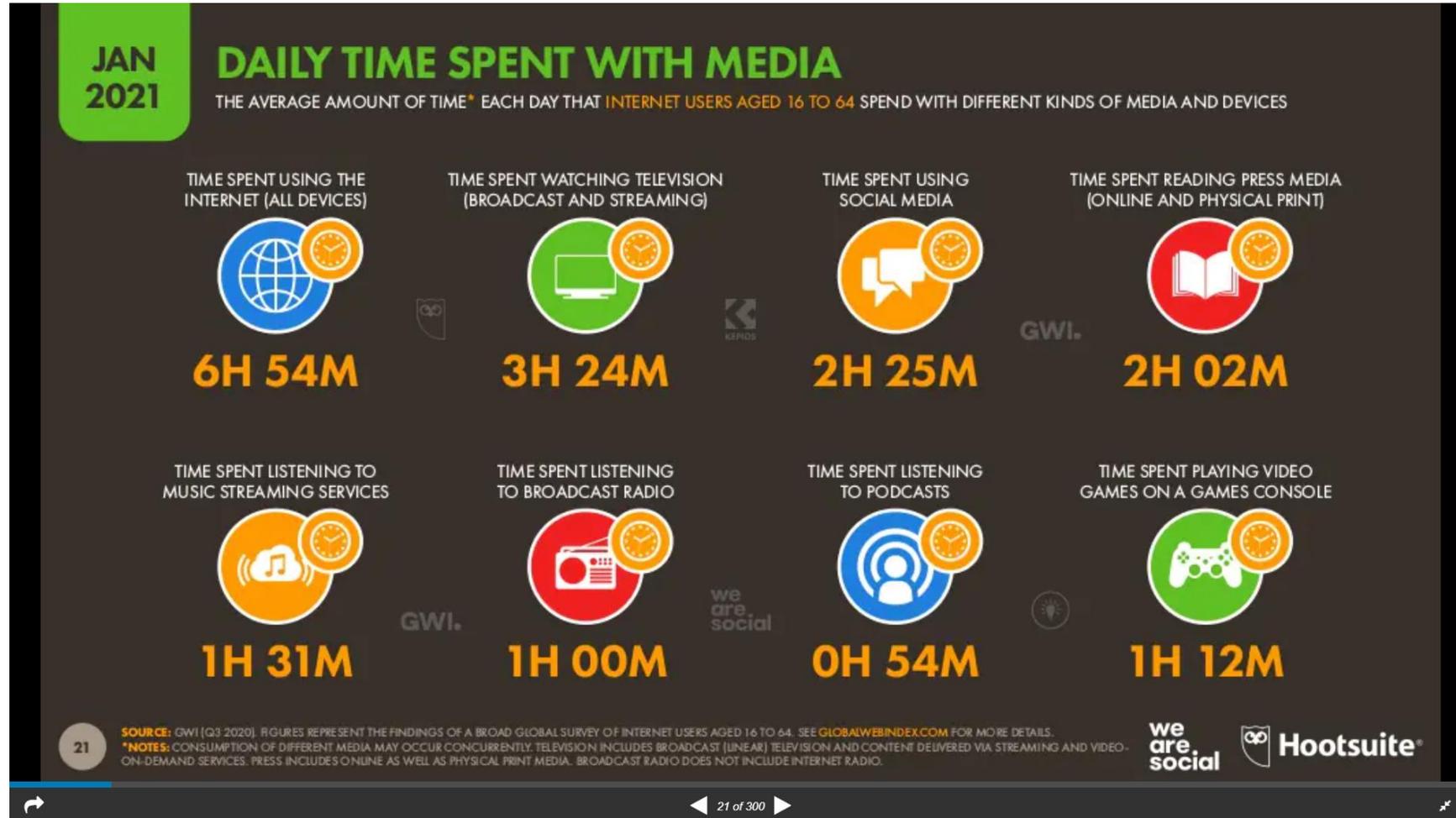
GLOBAL OVERVIEW	BOTSWANA	DIJIBOUTI	GUINEA	LESOTHO	NETHERLANDS	ST. KITTS & NEVIS	TAJIKISTAN
DIGITAL YEARBOOK	BRAZIL	DOMINICA	GUINEA-BISSAU	LIBERIA	NEW CALEDONIA	ST. LUCIA	TANZANIA
ABKHAZIA	BRITISH VIRGIN IS.	DOMINICAN REP.	GUYANA	LIBYA	NEW ZEALAND	ST. MARTIN	THAILAND
AFGHANISTAN	BRUNEI	ECUADOR	HAITI	LIECHTENSTEN	NICARAGUA	ST. PIERRE & MIQUELON	TIMOR-LESTE
ÅLAND IS.	BULGARIA	EGYPT	HONDURAS	LITHUANIA	NIGER	ST. VINCENT & THE GRENADINES	TOGO
ALBANIA	BURKINA FASO	EL SALVADOR	HONG KONG	LUXEMBOURG	NIGERIA	SAMOA	TOKELAU
ALGERIA	BURUNDI	EQUATORIAL GUINEA	HUNGARY	MACAU	NIUE	SAN MARINO	TONGA
A.MERICAN SAMOA	CABO VERDE	ERITREA	ICELAND	MADAGASCAR	NORFOLK IS.	SÃO TOMÉ & PRÍNCIPE	TRANSNISTRIA
ANDORRA	CAMBODIA	ESTONIA	INDIA	MALAWI	NORTH MACEDONIA	SAUDI ARABIA	TRINIDAD & TOBAGO
ANGOLA	CAMEROON	ESWATINI	INDONESIA	MALAYSIA	NORTHERN MARIANA IS.	SENEGAL	TUNISIA
ANGUILLA	CANADA	ETHIOPIA	IRAN	MALDIVES	NORWAY	SERBIA	TURKEY
ANTIGUA & BARBUDA	CAYMAN IS.	FALKLAND IS.	IRAQ	MALI	OMAN	SEYCHELLES	TURKMENISTAN
ARGENTINA	CENTRAL AFRICAN REP.	FAROE IS.	IRELAND	MALTA	PAKISTAN	SIERRA LEONE	TURKS & CAICOS IS.
ARMENIA	CHAD	FIJI	ISLE OF MAN	MARSHALL IS.	PALAU	SINGAPORE	TUVALU
ARUBA	CHILE	FINLAND	ISRAEL	MARTINIQUE	PALESTINE	ST. MAARTEN	UGANDA
AUSTRALIA	CHINA	FRANCE	ITALY	MAURITANIA	PANAMA	SLOVAKIA	UKRAINE
AUSTRIA	CHRISTMAS IS.	FRENCH GUIANA	JAMAICA	MAURITIUS	PAPUA NEW GUINEA	SLOVENIA	U.A.E.
AZERBAIJAN	COCOS (KEELING) IS.	FRENCH POLYNESIA	JAPAN	MAYOTTE	PARAGUAY	SOLOMON IS.	U.K.
BAHAMAS	COLOMBIA	GABON	JERSEY	MEXICO	PERU	SOMALIA	U.S.A.
BAHRAIN	COMOROS	GAMBIA	JORDAN	MICRONESIA	PHILIPPINES	SOUTH AFRICA	U.S. VIRGIN IS.
BANGLADESH	DEM. REP. OF CONGO	GEORGIA	KAZAKHSTAN	MOLDOVA	PITCAIRN IS.	SOUTH SUDAN	URUGUAY
BARBADOS	REP. OF CONGO	GERMANY	KENYA	MONACO	POLAND	SPAIN	UZBEKISTAN
BEARUS	COOK IS.	GHANA	KIRIBATI	MONGOLIA	PORTUGAL	SRI LANKA	VANUATU
BELGIUM	COSTA RICA	GIBRALTAR	NORTH KOREA	MONTENEGRO	PUERTO RICO	SUDAN	VATICAN
BEUIZE	CÔTE D'IVOIRE	GREECE	SOUTH KOREA	MONTSERRAT	QATAR	SURINAME	VENEZUELA
BENIN	CROATIA	GREENLAND	KOSOVO	MOROCCO	RÉUNION	SVALBARD & JAN MAYEN	VIETNAM
BERMUDA	CUBA	GRENADA	KUWAIT	MOZAMBIQUE	ROMANIA	SWAZILAND	WALLIS & FUTUNA
BHUTAN	CURAAÇO	GUADELOUPE	KYRGYZSTAN	MYANMAR	RUSSIAN FEDERATION	SWEDEN	WESTERN SAHARA
BOLIVIA	CYPRUS	GUAM	LAOS	NAMIBIA	RWANDA	SWITZERLAND	YEMEN
BONAIRE, ST. EUSTATIUS & SABA	CZECHIA	GUATEMALA	LATVIA	NAURU	ST. BARTHÉLEMY	SYRIA	ZAMBIA
BOSNIA & HERZEGOVINA	DENMARK	GUERNSEY	LEBANON	NEPAL	ST. HELENA	TAIWAN	ZIMBABWE

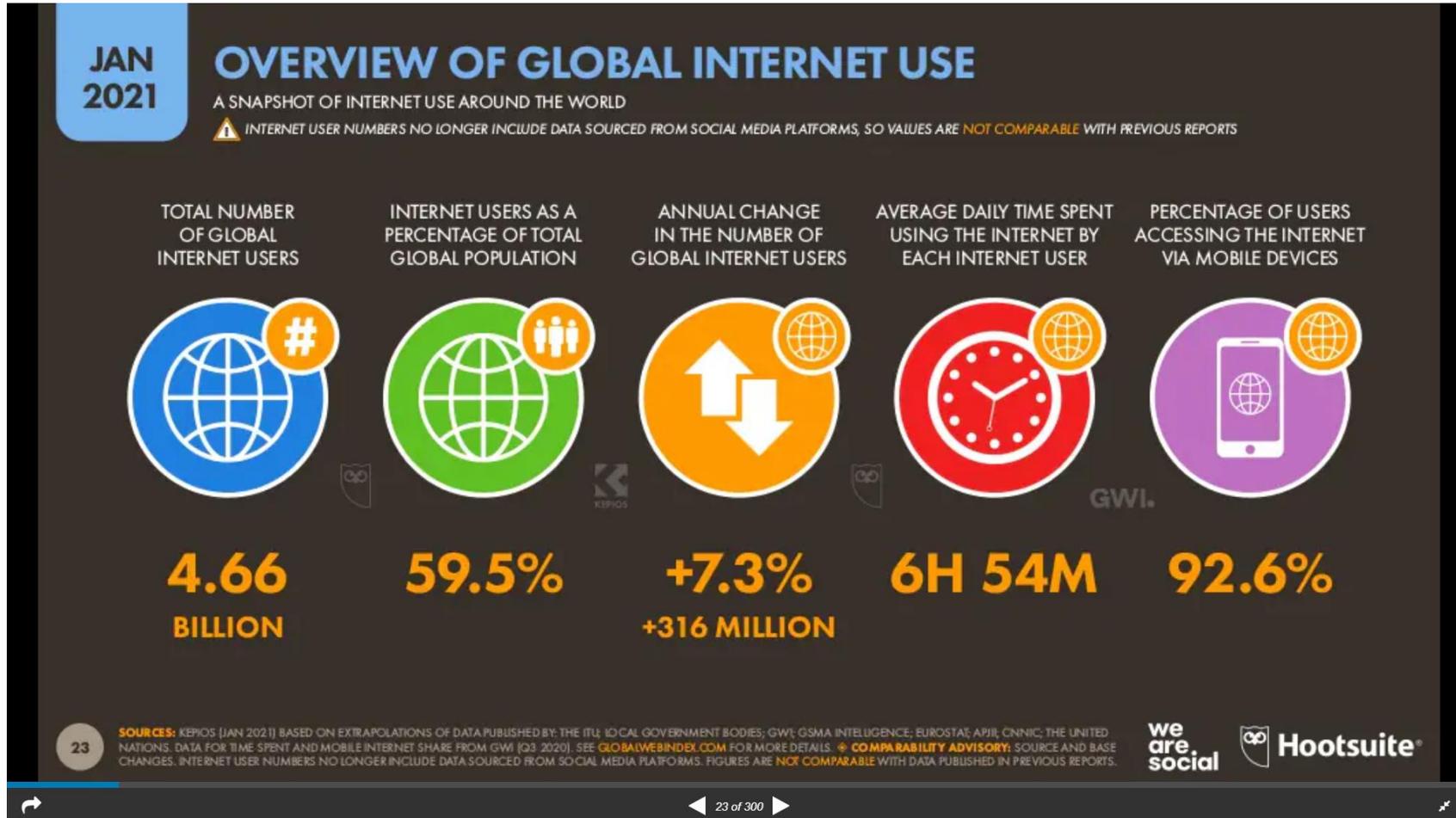
5 of 300

¿qué dispositivos poseen los usuarios de Internet?



Tiempo de uso diario de dispositivos y medios



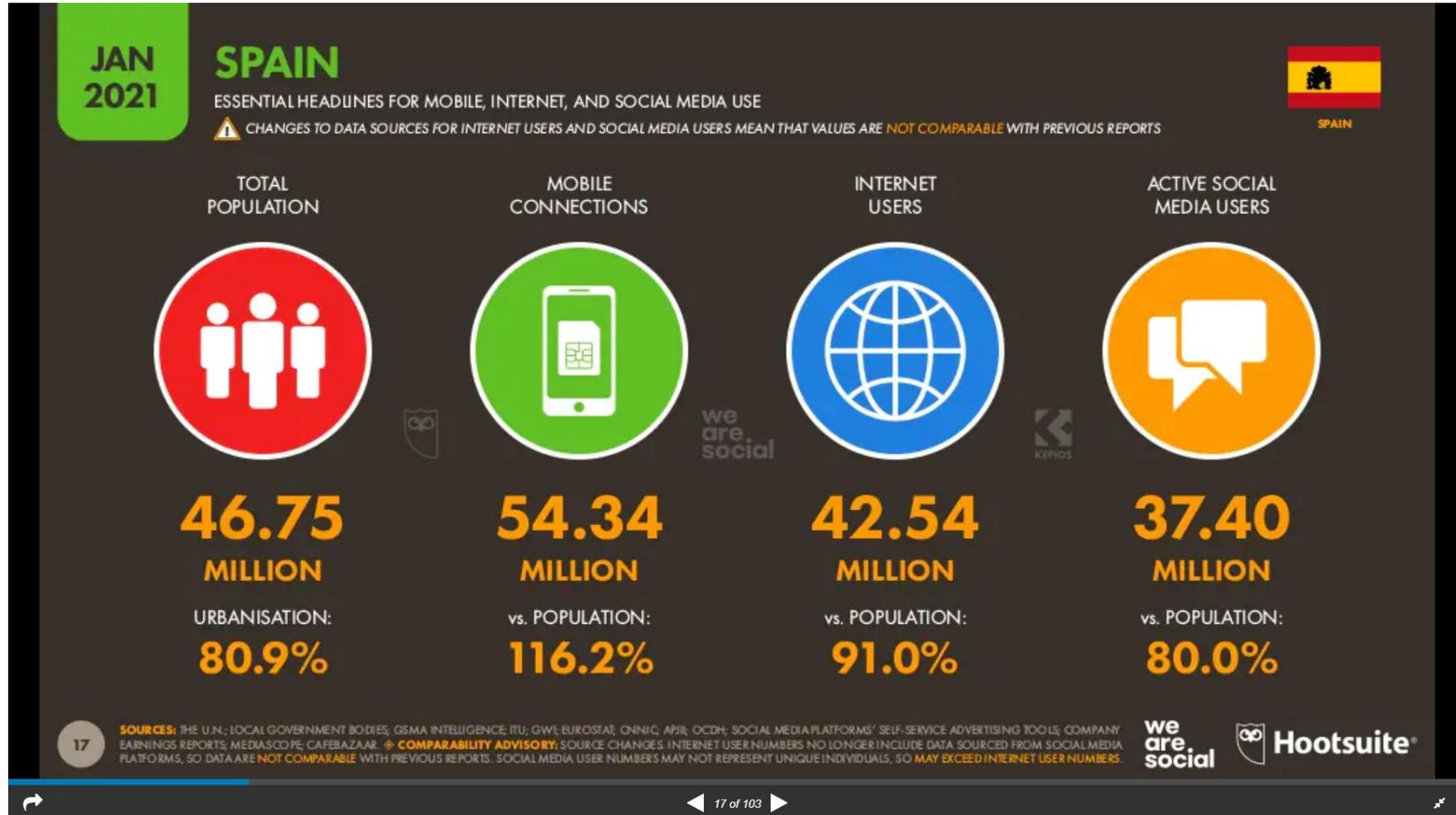


Los principales datos en España



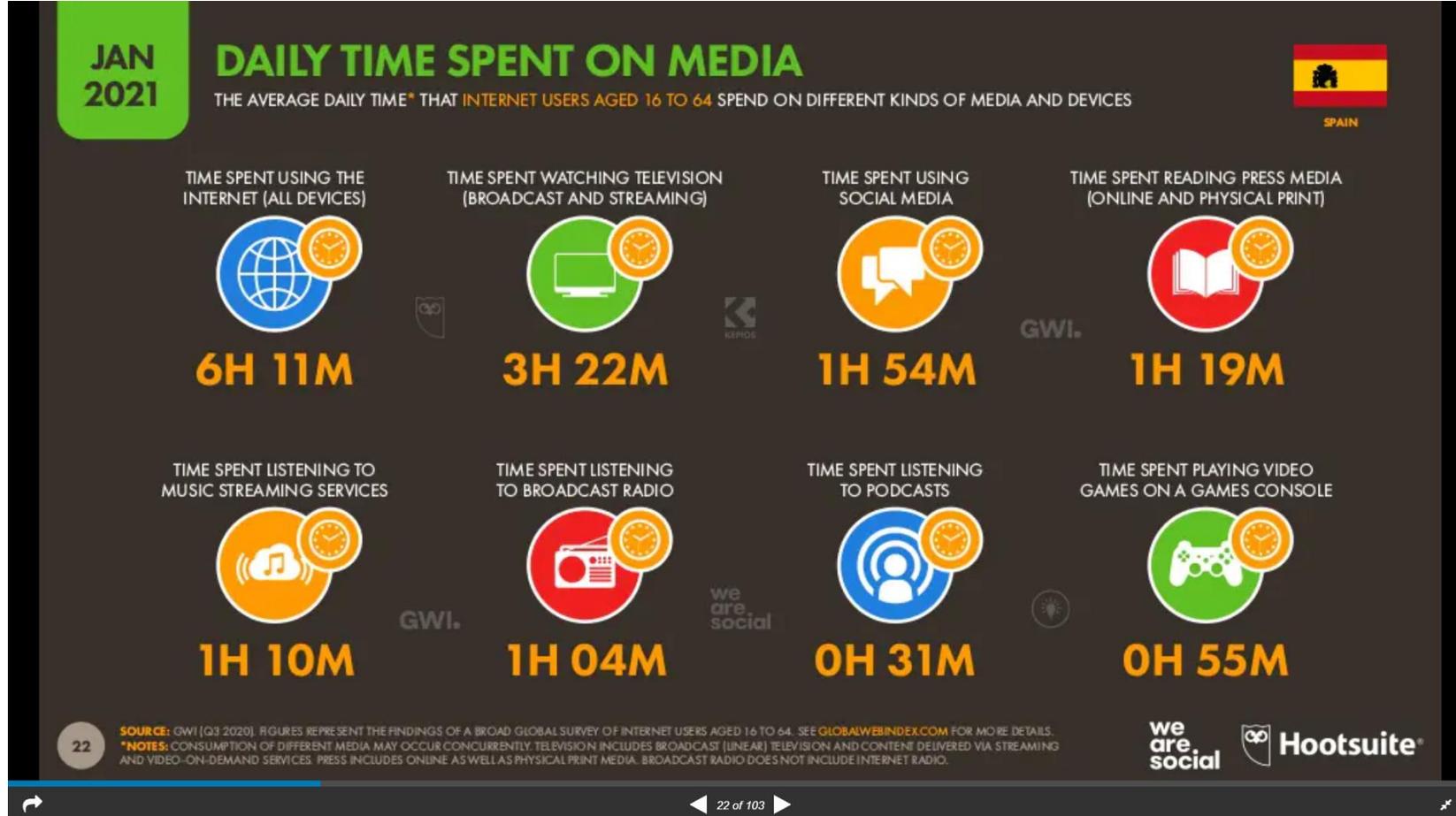
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-spain>

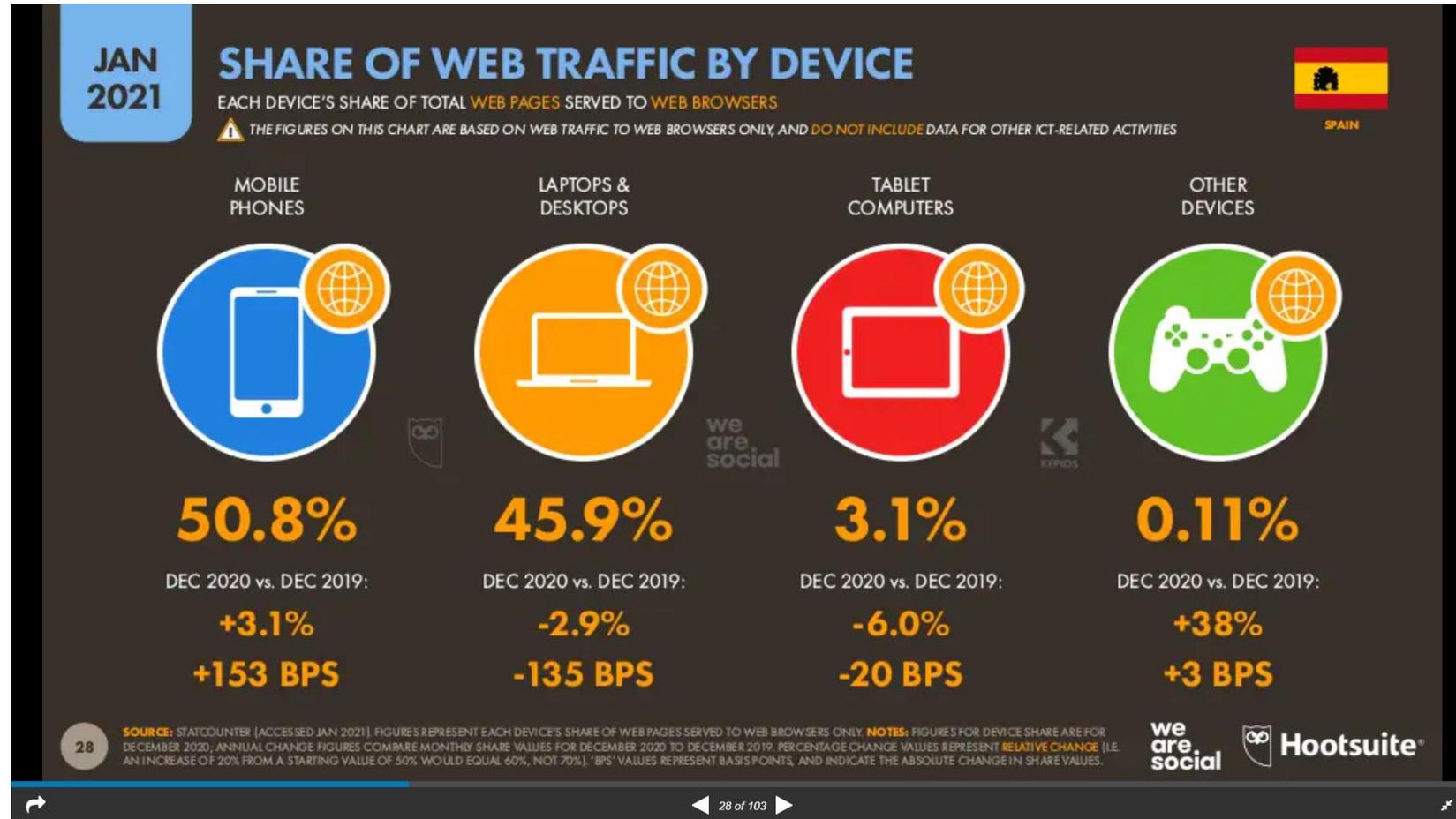
Datos de uso de Internet en España

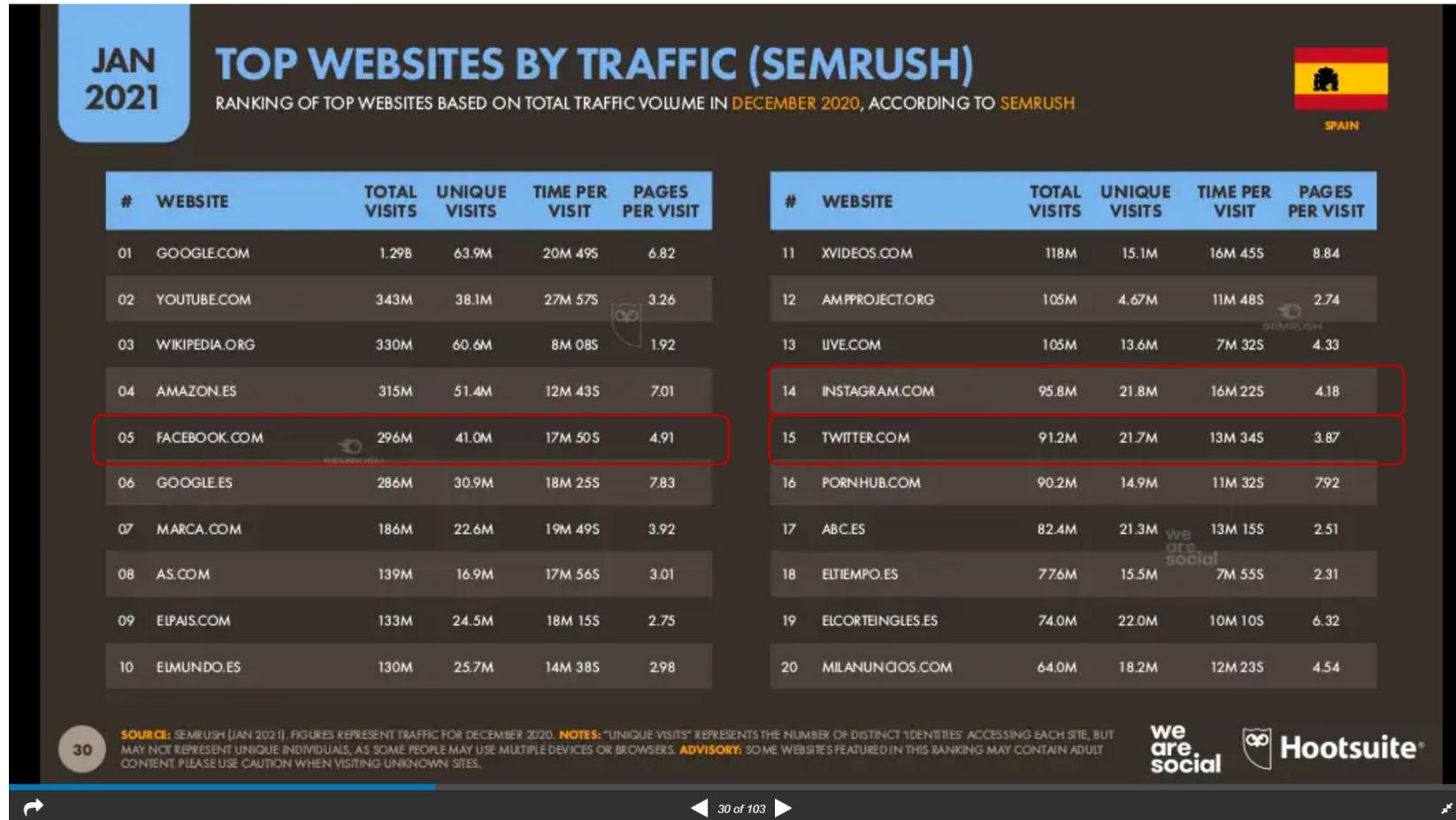


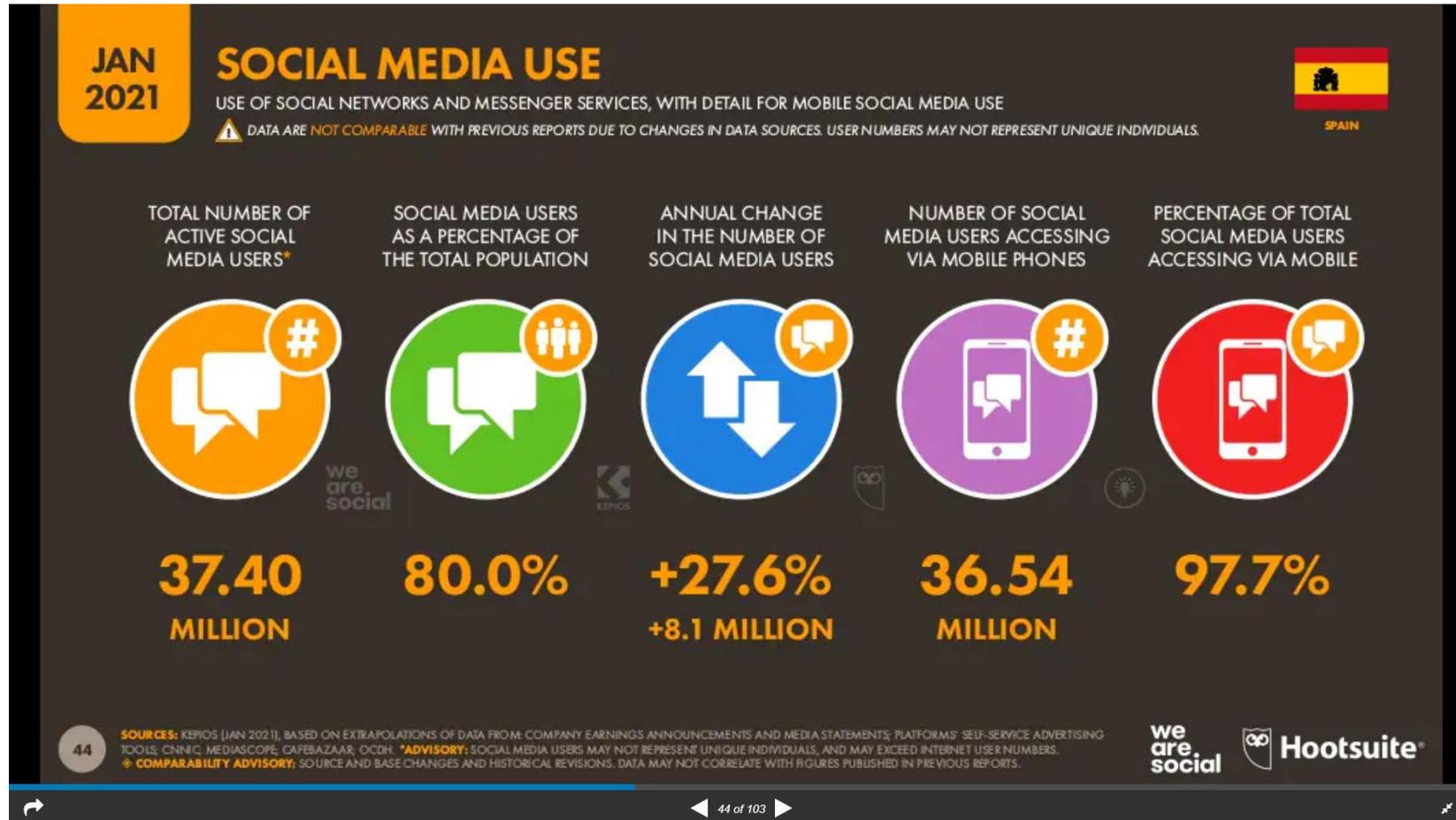
Dispositivos de los usuarios de internet



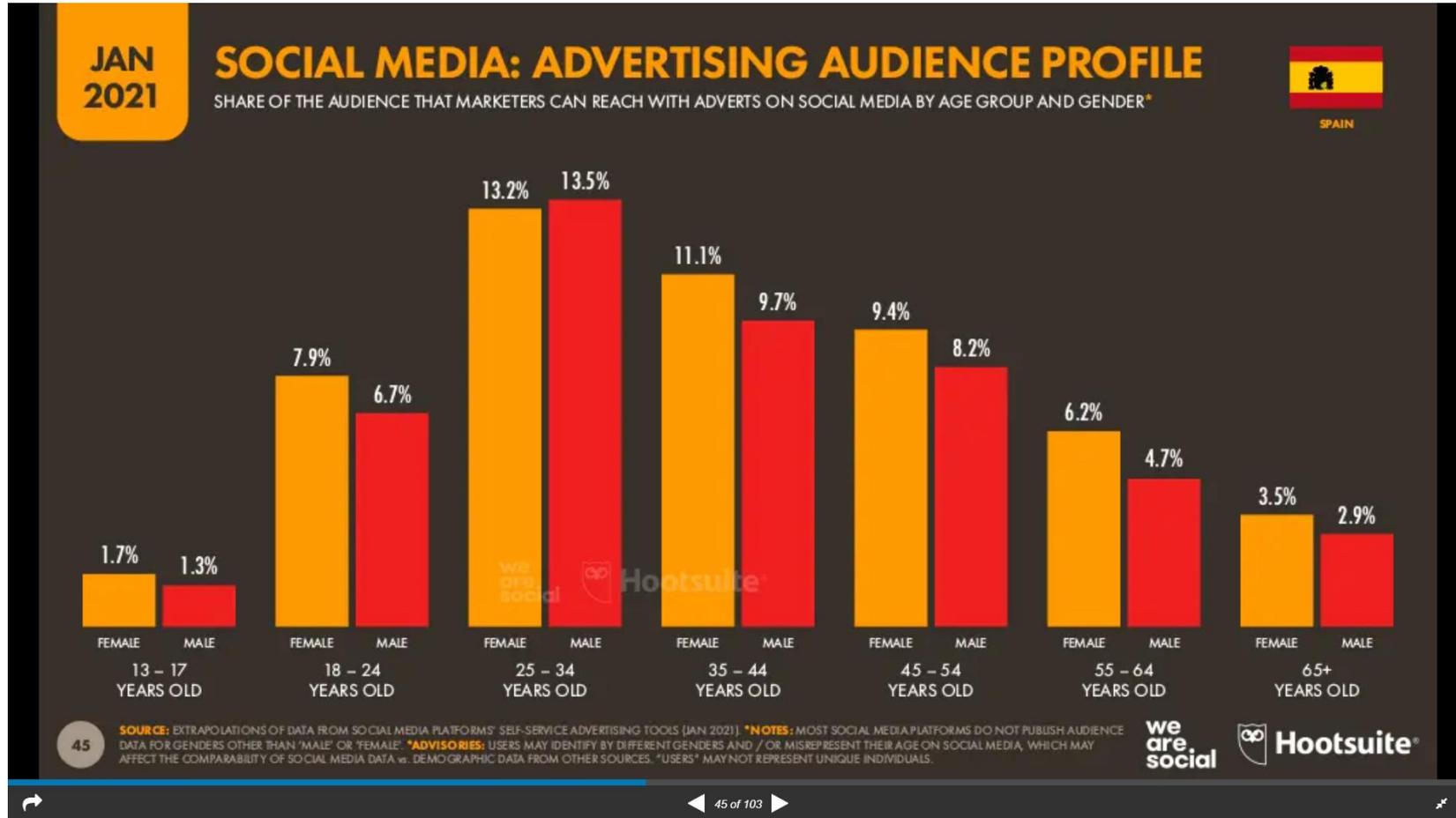




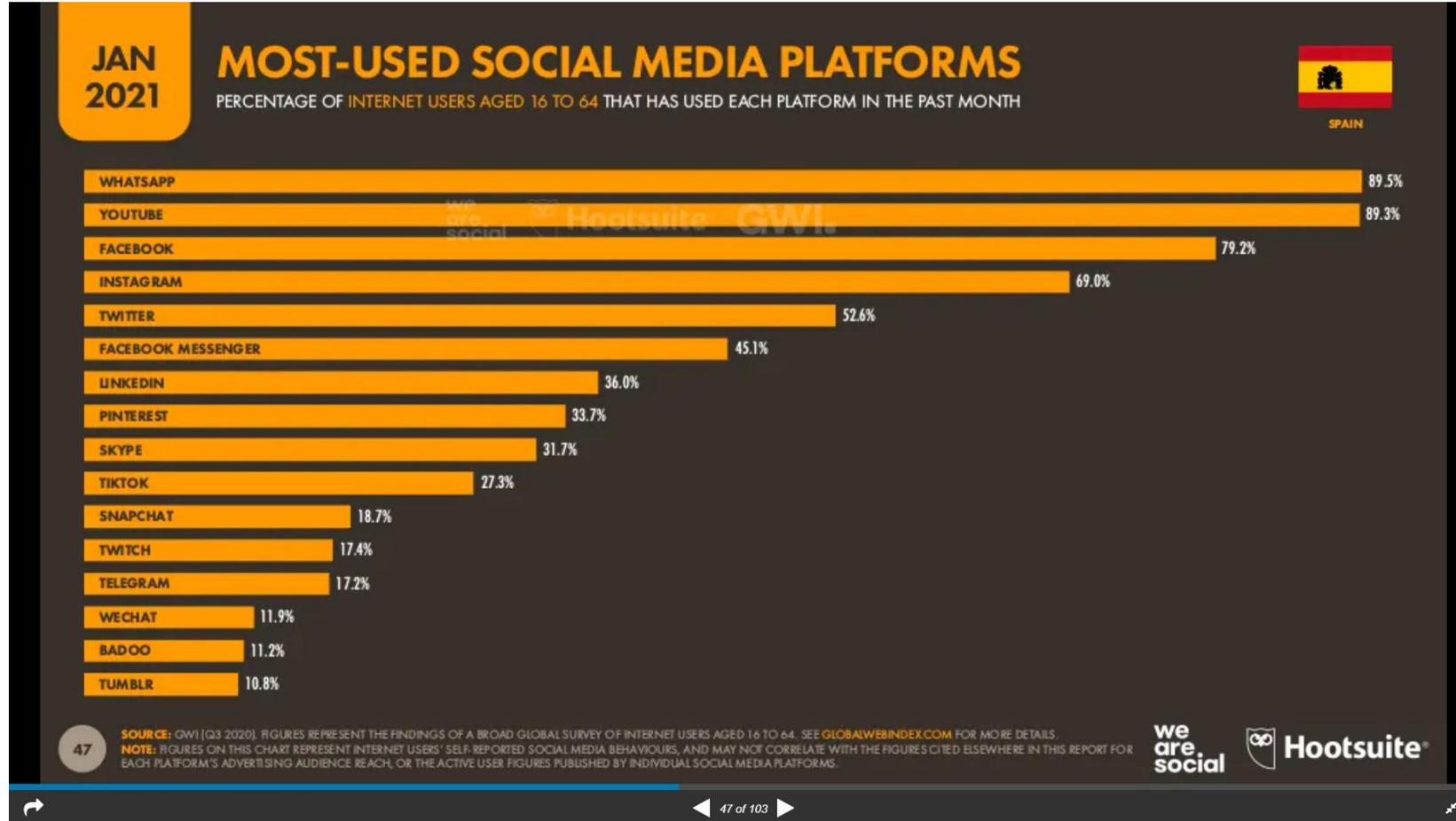


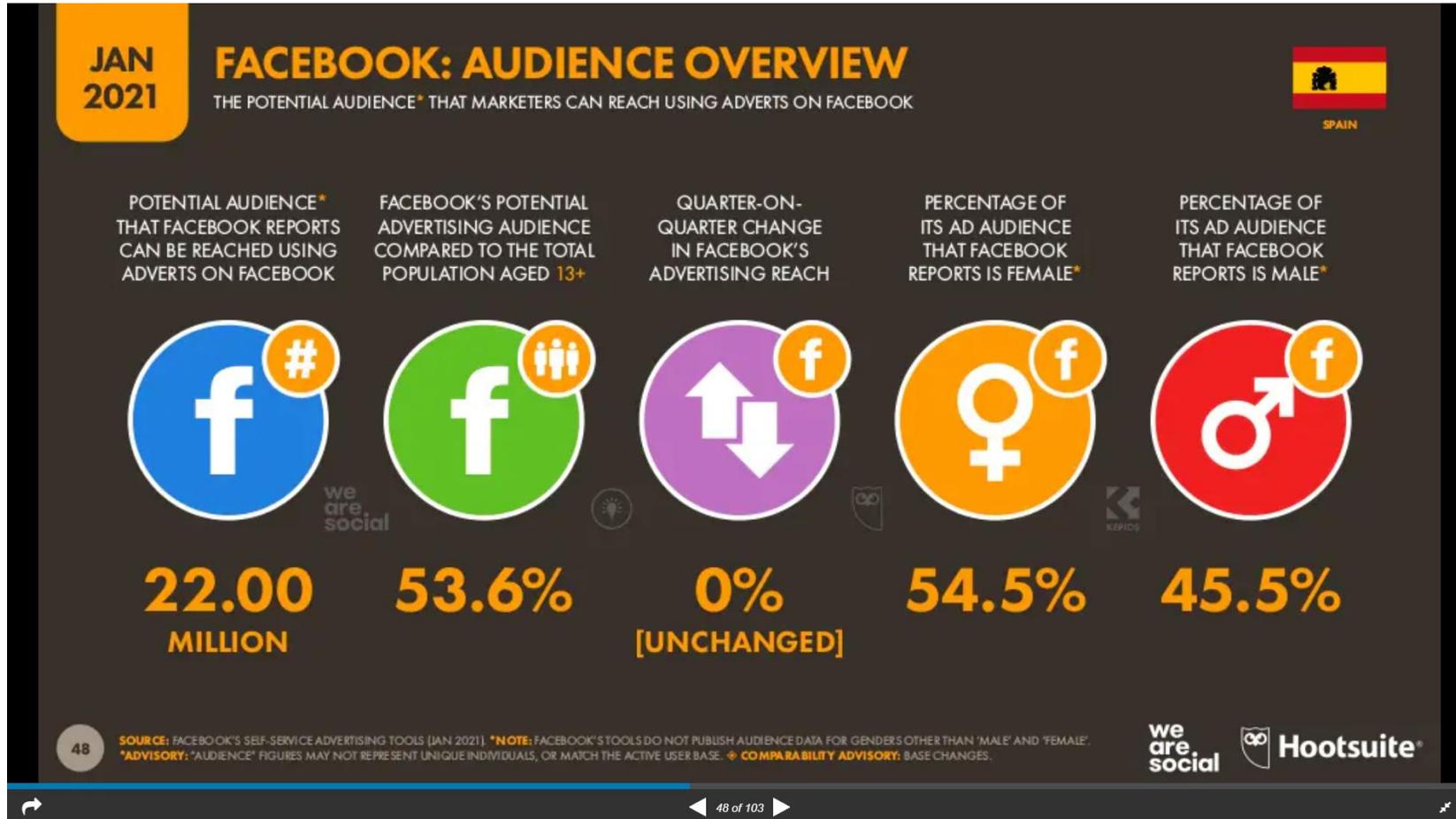


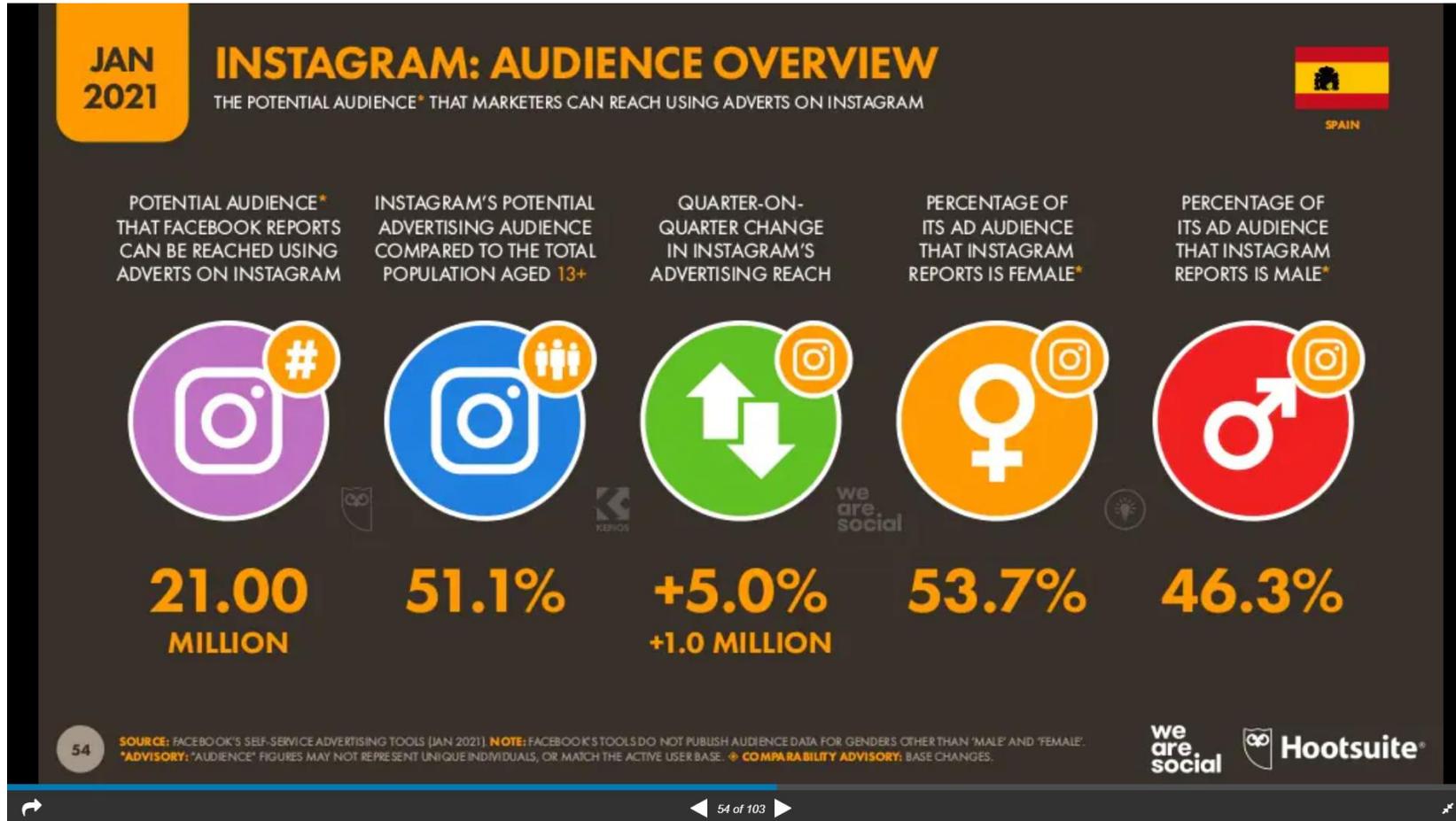
Audiencia potencial de los anuncios en social media

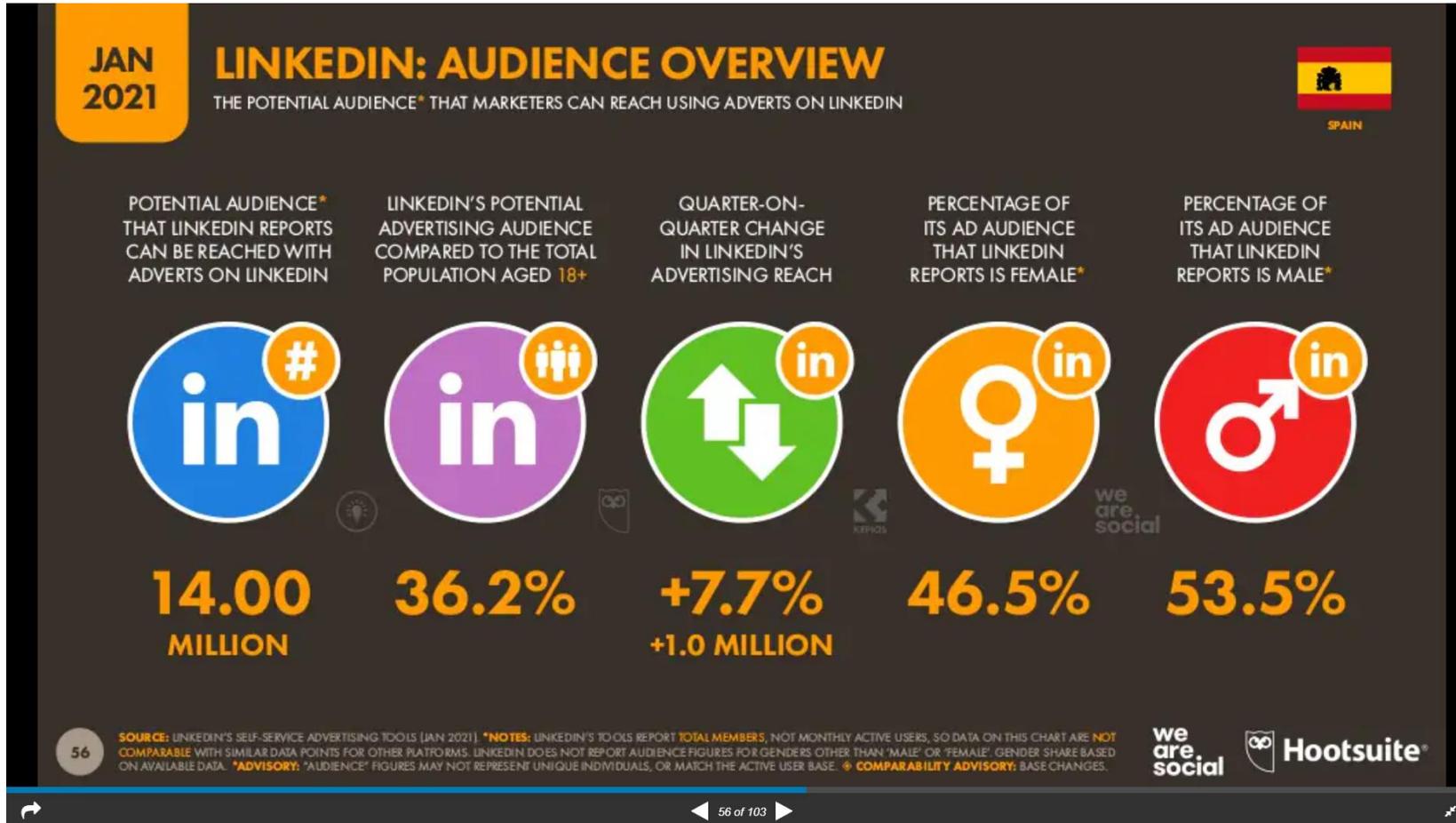


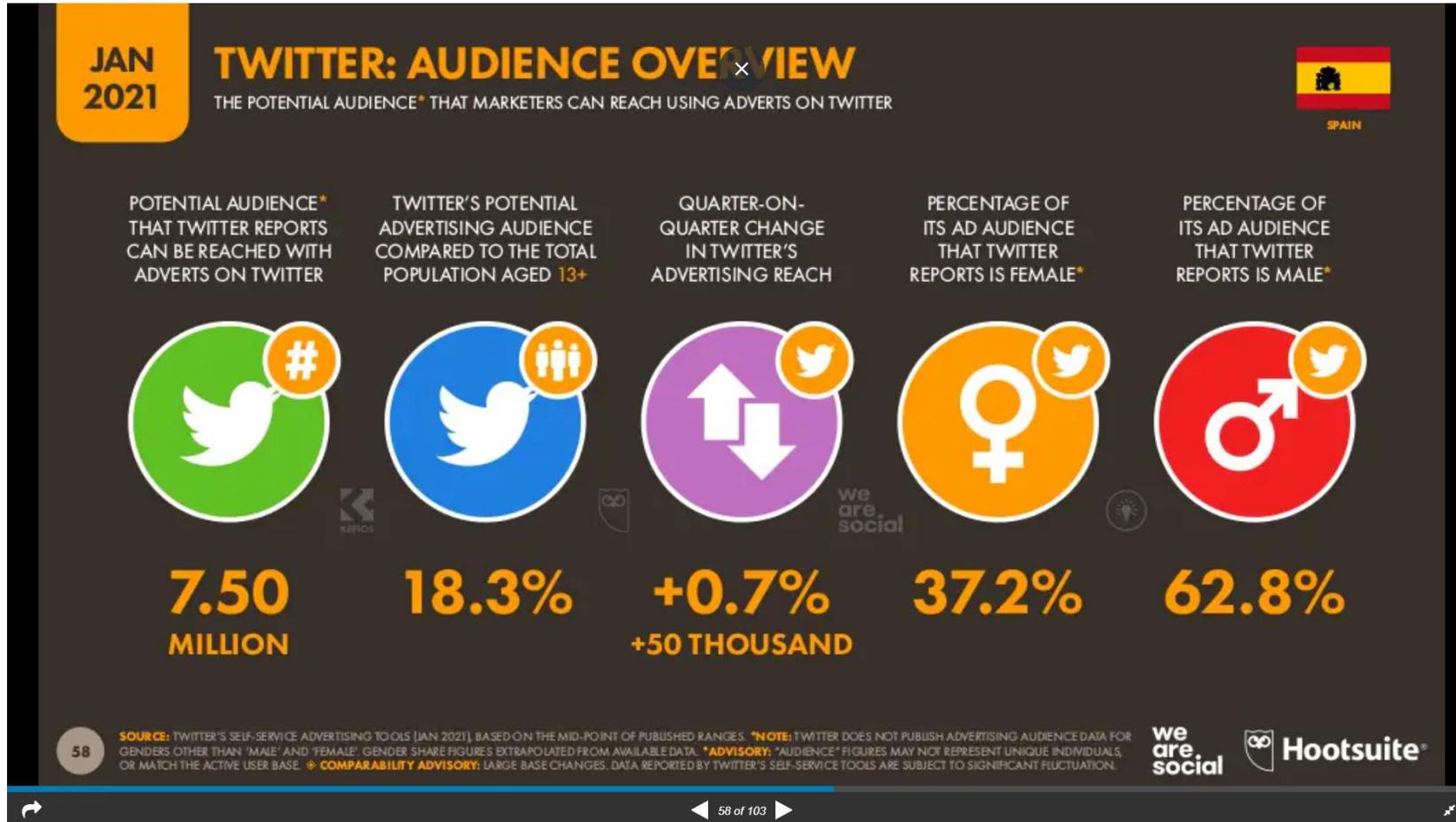
Plataformas más utilizadas en España



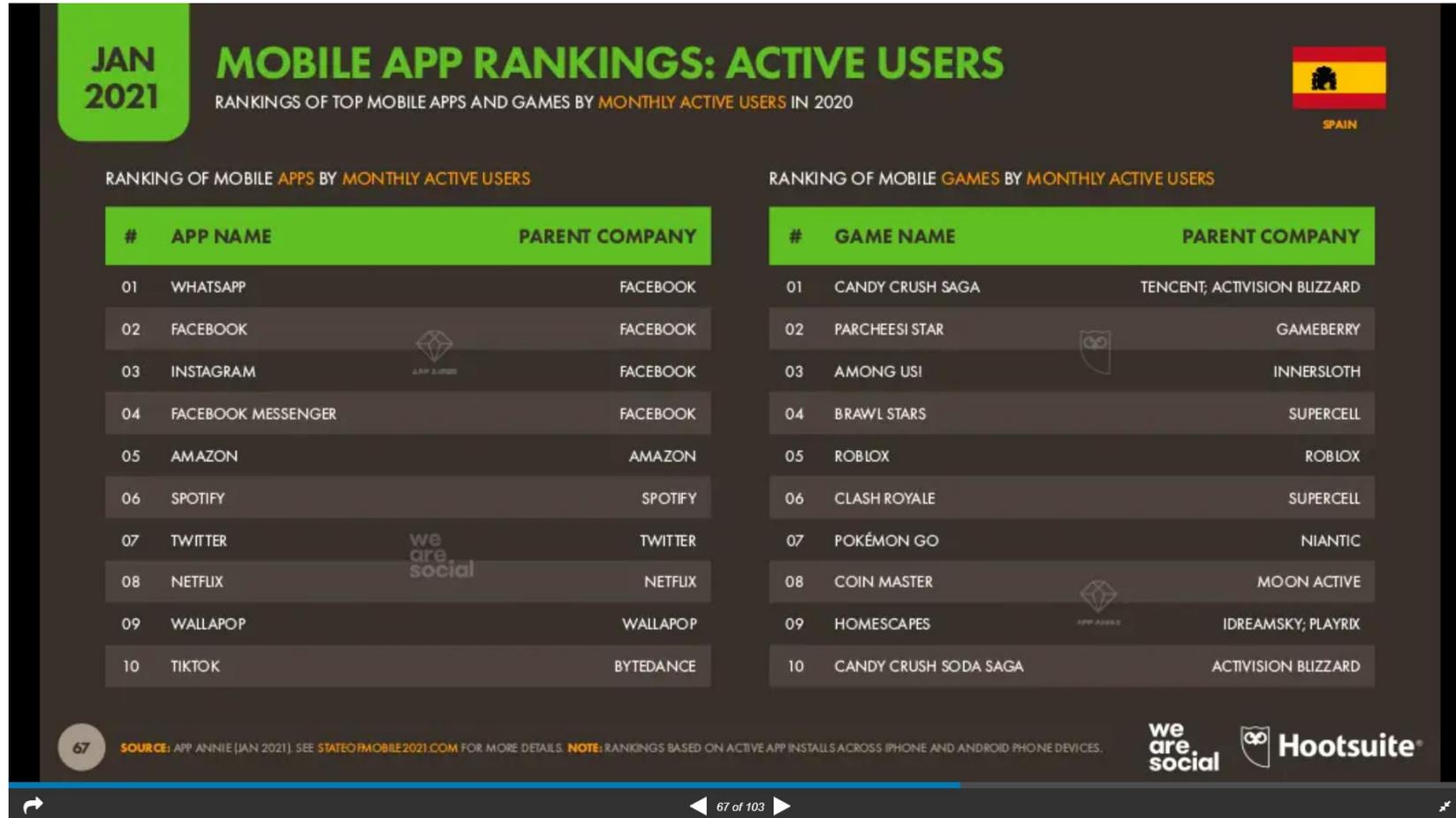




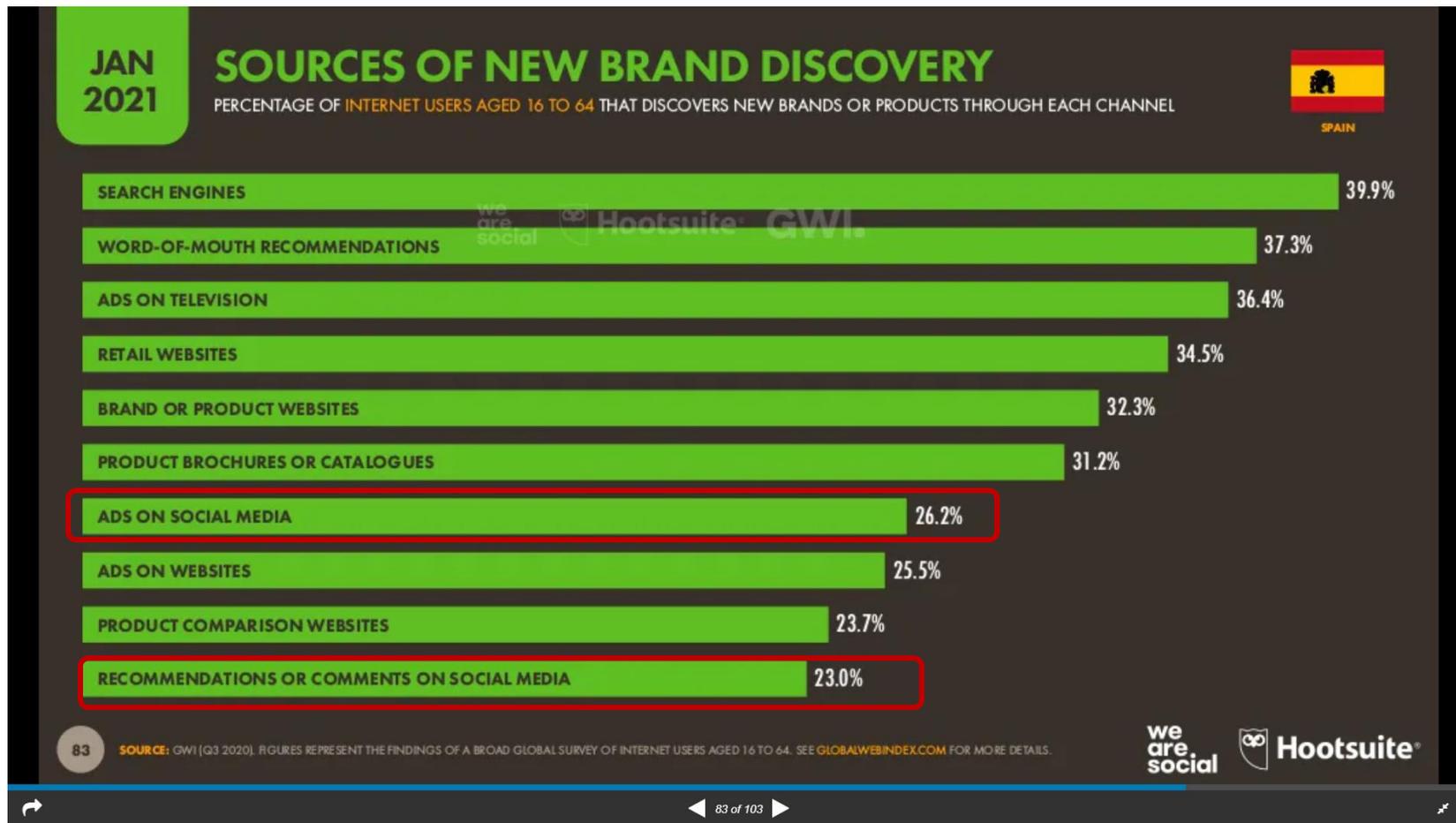




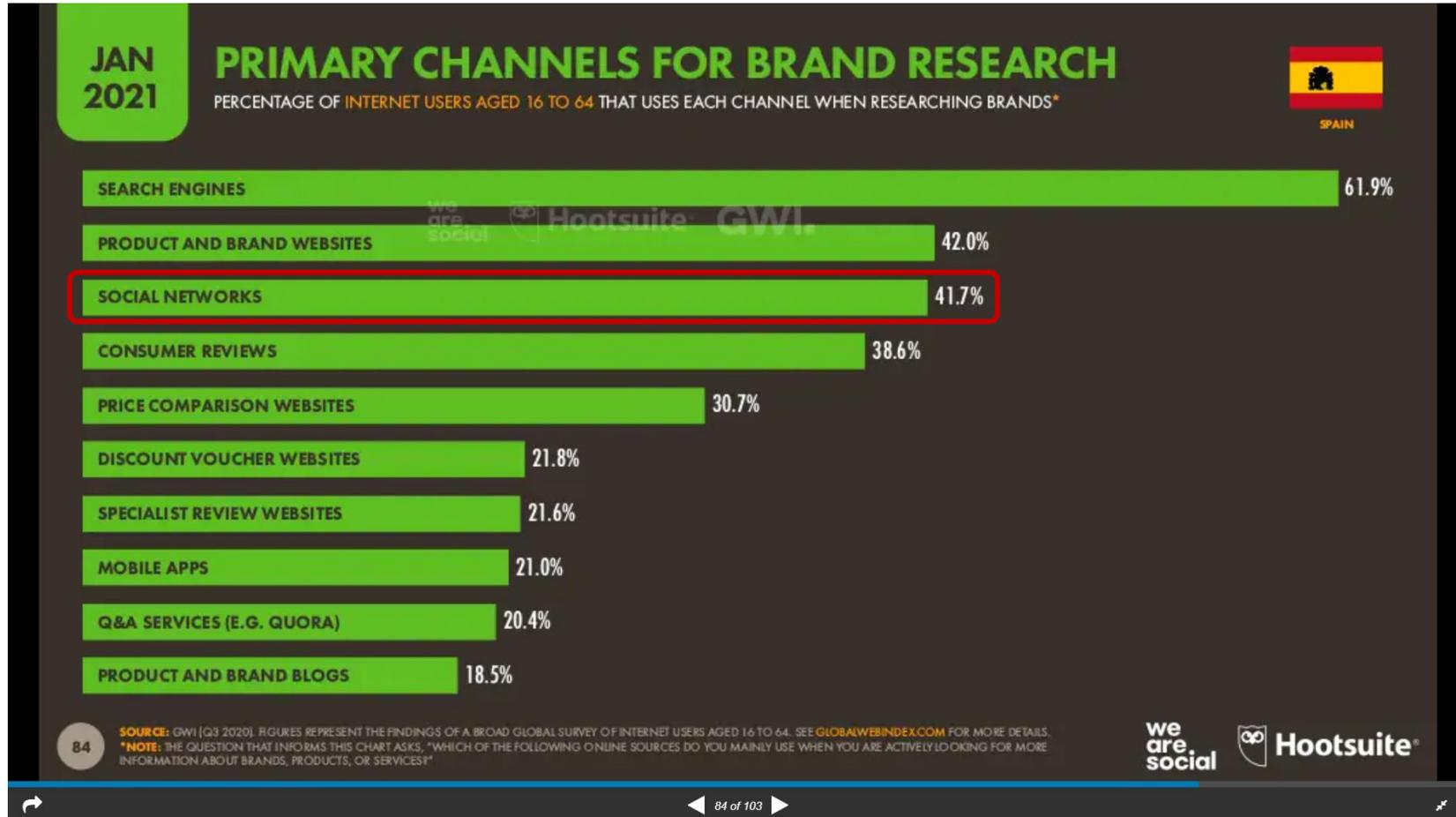
Principales apps móviles con usuarios activos



Marketing digital: fuentes de descubrimiento de nuevas marcas



Principales canales utilizados para BUSCAR marcas



Ecommerce en Facebook



Requisitos para crear una tienda en Facebook



FB Requisitos comerciales | Servicio x +

Busca Google o introduce una URL

Aplicaciones woocom Slack | team-terror... Slack | CTIC Slack | Vigilancia Tr... Herramientas CTIC DICA Acelera PYME DIGICOM Lista de lectura

Requisitos comerciales

166 685 visualizaciones

Para vender en los espacios comerciales de Facebook como empresa, tu cuenta y página de Facebook o tu cuenta profesional de Instagram deben cumplir los siguientes requisitos:

1. [Cumplir con nuestras políticas](#)
2. [Representar tu negocio y tu dominio](#)
3. [Encontrarse en un mercado admitido](#)
4. [Demostrar fiabilidad](#)
5. [Proporcionar información precisa y seguir prácticas recomendadas](#)

Si en algún momento no se cumplen estos requisitos, puede que pierdas el acceso a los espacios o las funciones de comercio de Facebook, o bien que se inhabilite tu cuenta.

En los espacios de comercio de Facebook se incluyen, entre otros, las tiendas de Facebook, las tiendas de páginas de Facebook, las tiendas de Marketplace, las compras en directo y las compras en Instagram.

¿Te ha resultado útil esta información?
 Sí No [Enlace permanente](#) · [Compartir](#)

Ayuda seleccionada para ti

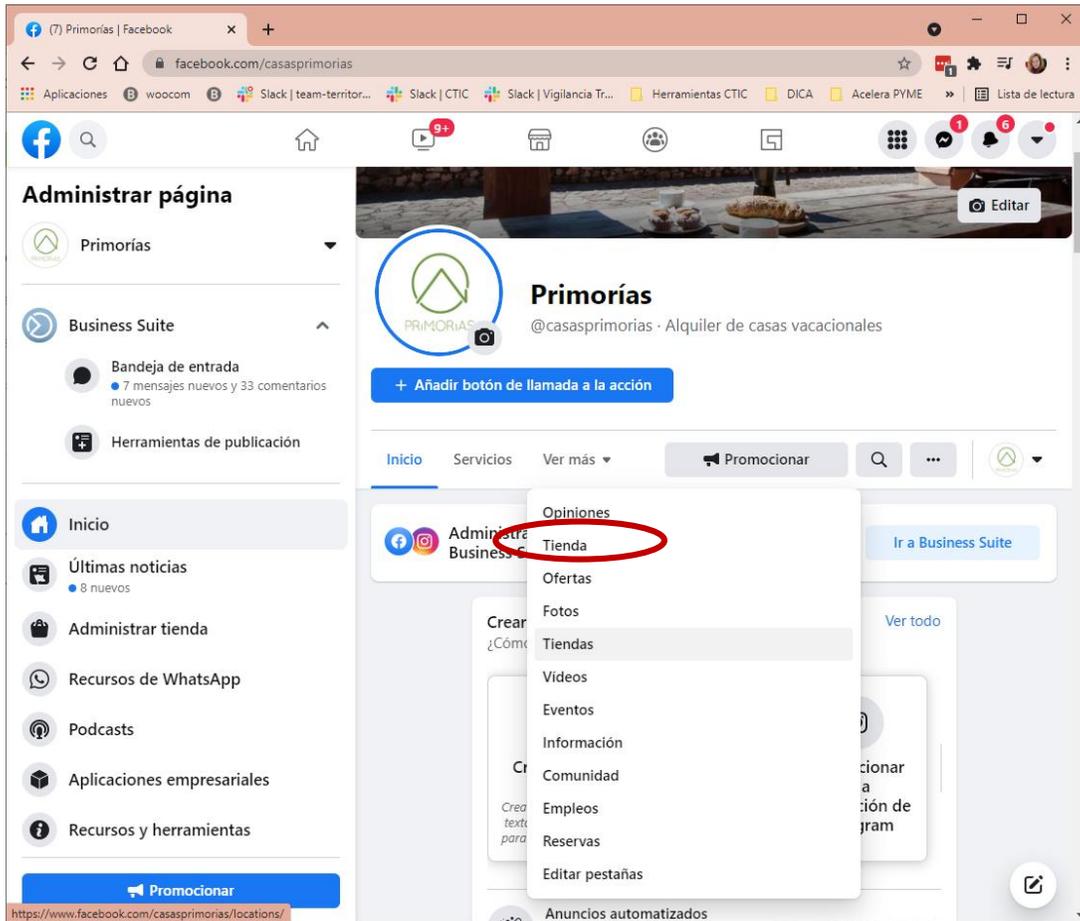
- Mercados admitidos →
en las superficies comerciales de Facebook
Servicio de ayuda para empresas
79 558 visualizaciones
- Prácticas recomendadas para el buen estado de la cuenta →
Servicio de ayuda para empresas
30 330 visualizaciones
- Solicitar la revisión de un resultado del estado de la cuenta →
Servicio de ayuda para empresas

<https://www.facebook.com/business/help/2347002662267537>

Requisitos para crear una tienda en Facebook

1. Tener una **página profesional** (administrada por un perfil personal) que represente tu negocio y tu dominio.
2. Demostrar fiabilidad
 1. **Presencia auténtica y establecida.**
 2. **Número mínimo de seguidores.**

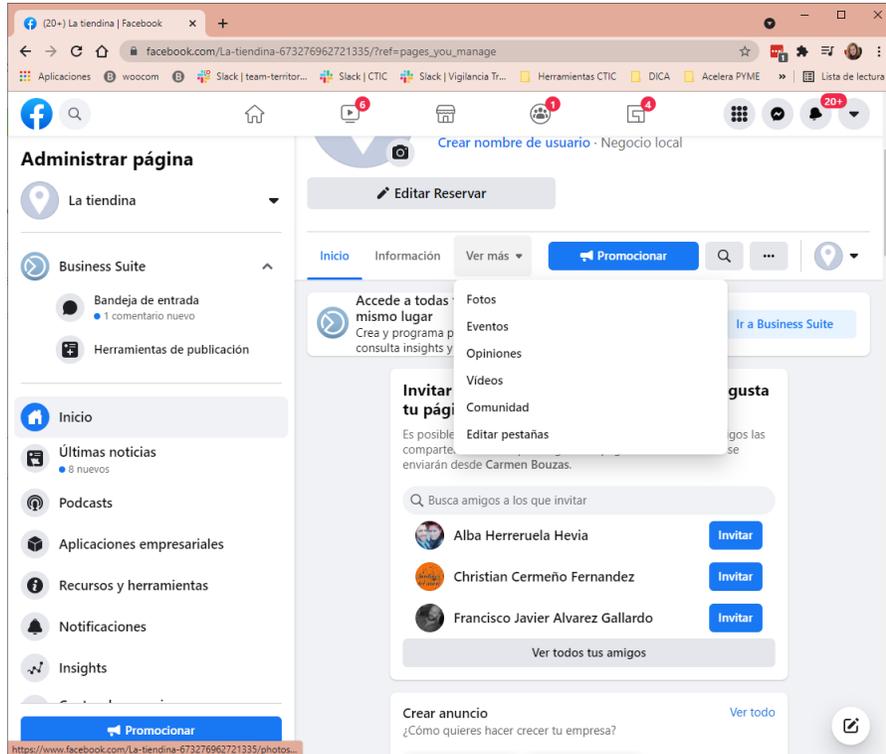
Cómo crear una tienda en Facebook



1. Desde la página de Facebook, iremos a “Ver más”, y buscaremos la opción “Tienda”.
2. Seguiremos los pasos que nos indica el asistente.

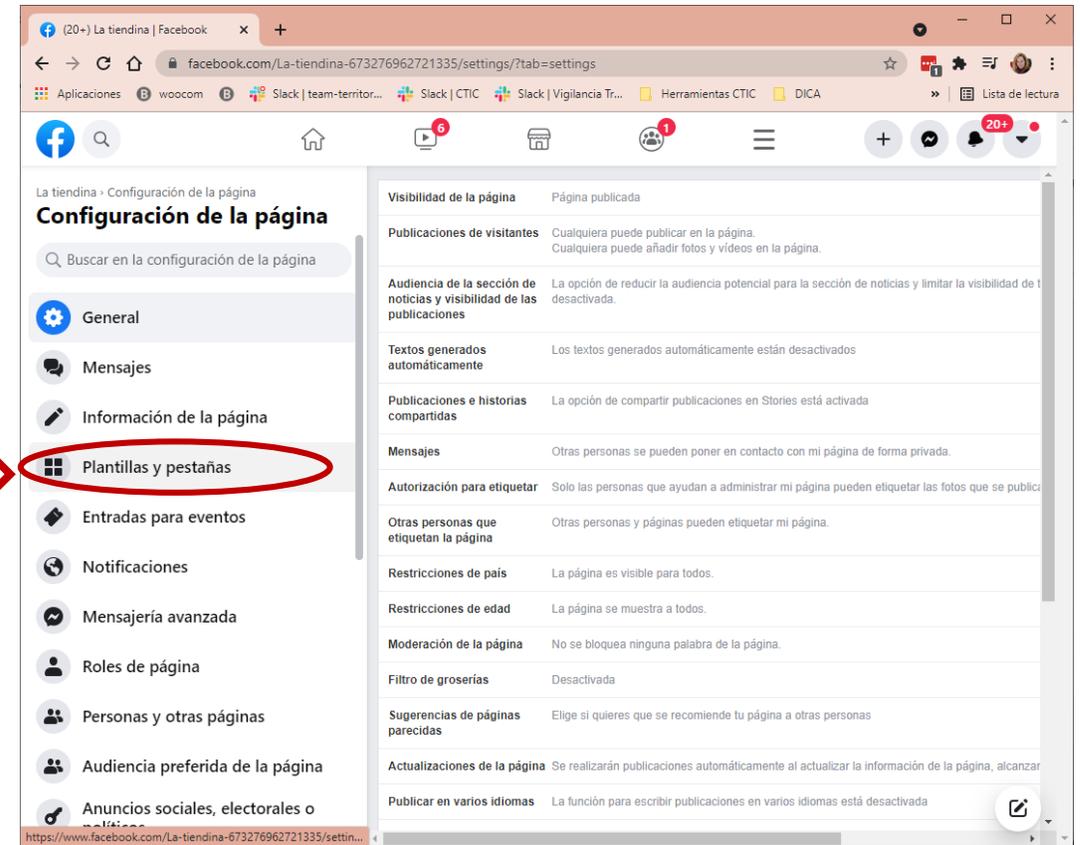
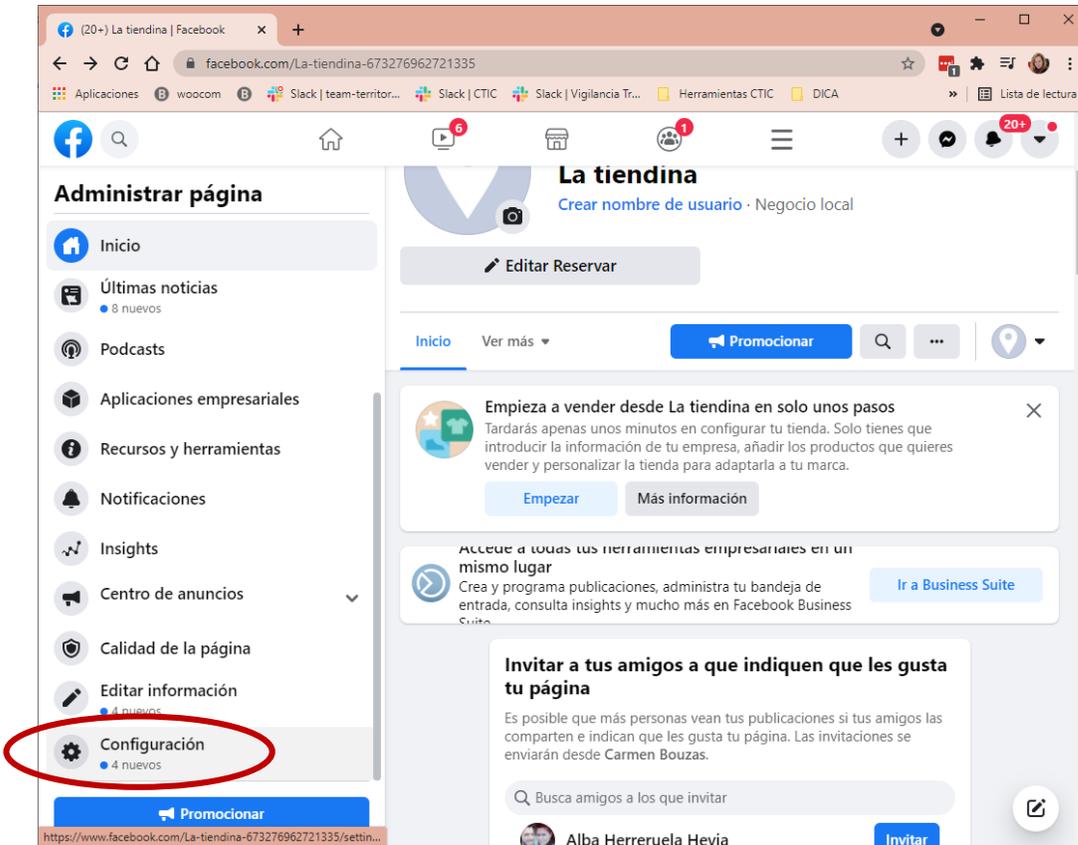
Cómo crear una tienda en Facebook

Si en tu página no aparece la opción “Tienda”



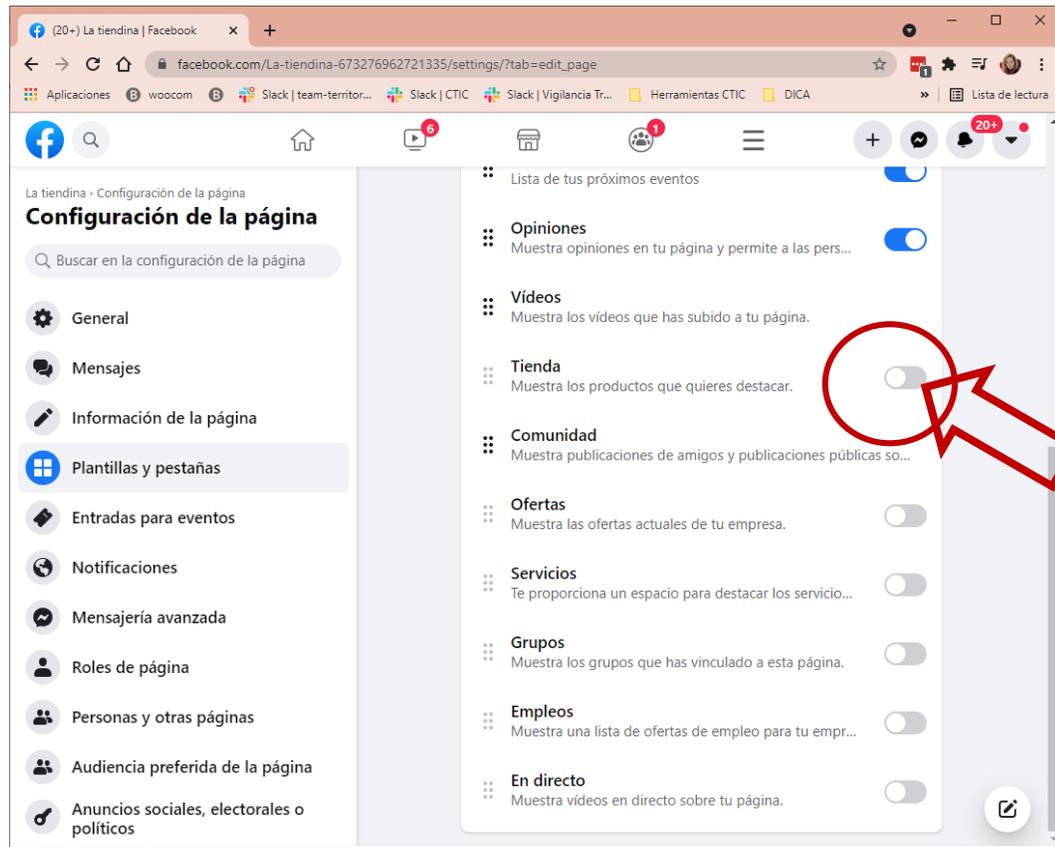
Cómo crear una tienda en Facebook

Si en tu página no aparece la opción “Tienda”



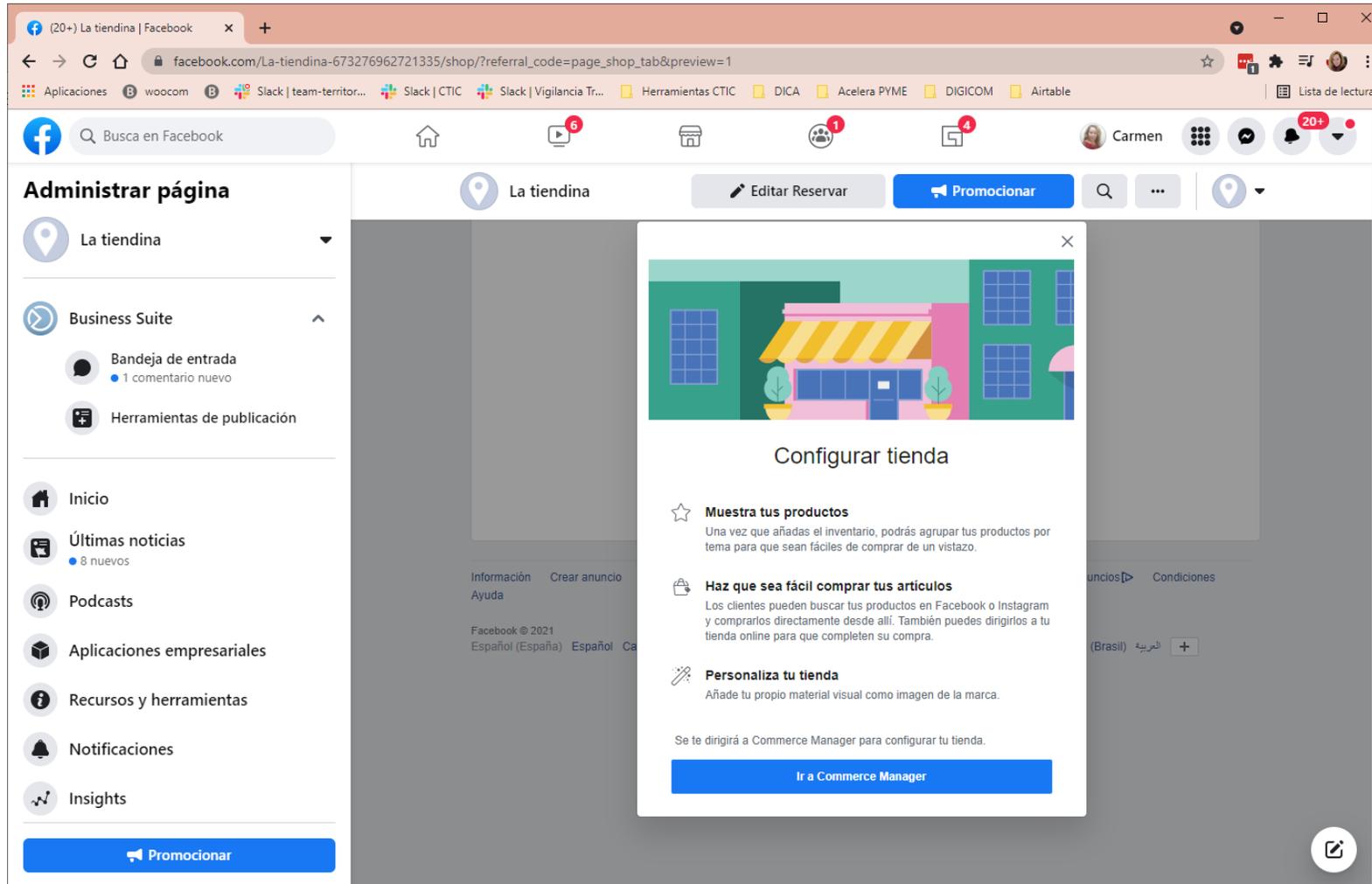
Cómo crear una tienda en Facebook

Si en tu página no aparece la opción “Tienda”



La opción “Tienda” debe estar activada.

Crear una tienda en Facebook



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface for a page named 'La tienda'. A modal dialog box titled 'Configurar tienda' is open, providing instructions on how to set up a store. The dialog includes three main sections: 'Muestra tus productos' (Show your products), 'Haz que sea fácil comprar tus artículos' (Make it easy to buy your items), and 'Personaliza tu tienda' (Customize your store). A blue button at the bottom of the dialog says 'Ir a Commerce Manager'.

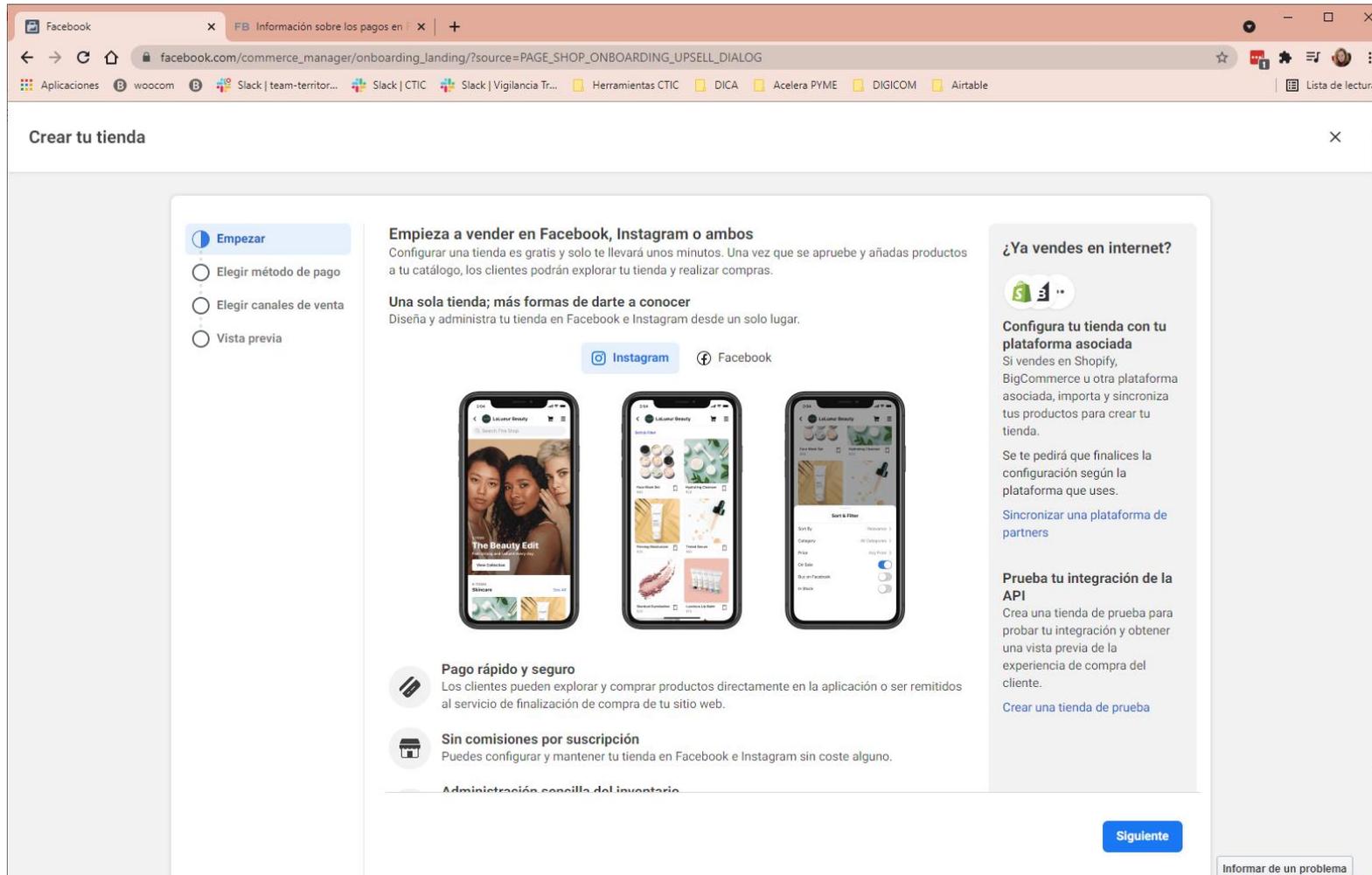
Configurar tienda

- Muestra tus productos**
Una vez que añadas el inventario, podrás agrupar tus productos por tema para que sean fáciles de comprar de un vistazo.
- Haz que sea fácil comprar tus artículos**
Los clientes pueden buscar tus productos en Facebook o Instagram y comprarlos directamente desde allí. También puedes dirigirlos a tu tienda online para que completen su compra.
- Personaliza tu tienda**
Añade tu propio material visual como imagen de la marca.

Se te dirigirá a Commerce Manager para configurar tu tienda.

[Ir a Commerce Manager](#)

Cómo crear una tienda en Facebook



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager onboarding interface. The browser address bar indicates the URL: `facebook.com/commerce_manager/onboarding_landing/?source=PAGE_SHOP_ONBOARDING_UPSELL_DIALOG`. The page title is "Crear tu tienda".

Empezar

- Empezar
- Elegir método de pago
- Elegir canales de venta
- Vista previa

Empieza a vender en Facebook, Instagram o ambos
Configurar una tienda es gratis y solo te llevará unos minutos. Una vez que se apruebe y añadas productos a tu catálogo, los clientes podrán explorar tu tienda y realizar compras.

Una sola tienda; más formas de darte a conocer
Diseña y administra tu tienda en Facebook e Instagram desde un solo lugar.

Instagram Facebook

Pago rápido y seguro
Los clientes pueden explorar y comprar productos directamente en la aplicación o ser remitidos al servicio de finalización de compra de tu sitio web.

Sin comisiones por suscripción
Puedes configurar y mantener tu tienda en Facebook e Instagram sin coste alguno.

Administración sencilla del inventario

¿Ya vendes en internet?

Configura tu tienda con tu plataforma asociada
Si vendes en Shopify, BigCommerce u otra plataforma asociada, importa y sincroniza tus productos para crear tu tienda. Se te pedirá que finalices la configuración según la plataforma que uses.

[Sincronizar una plataforma de partners](#)

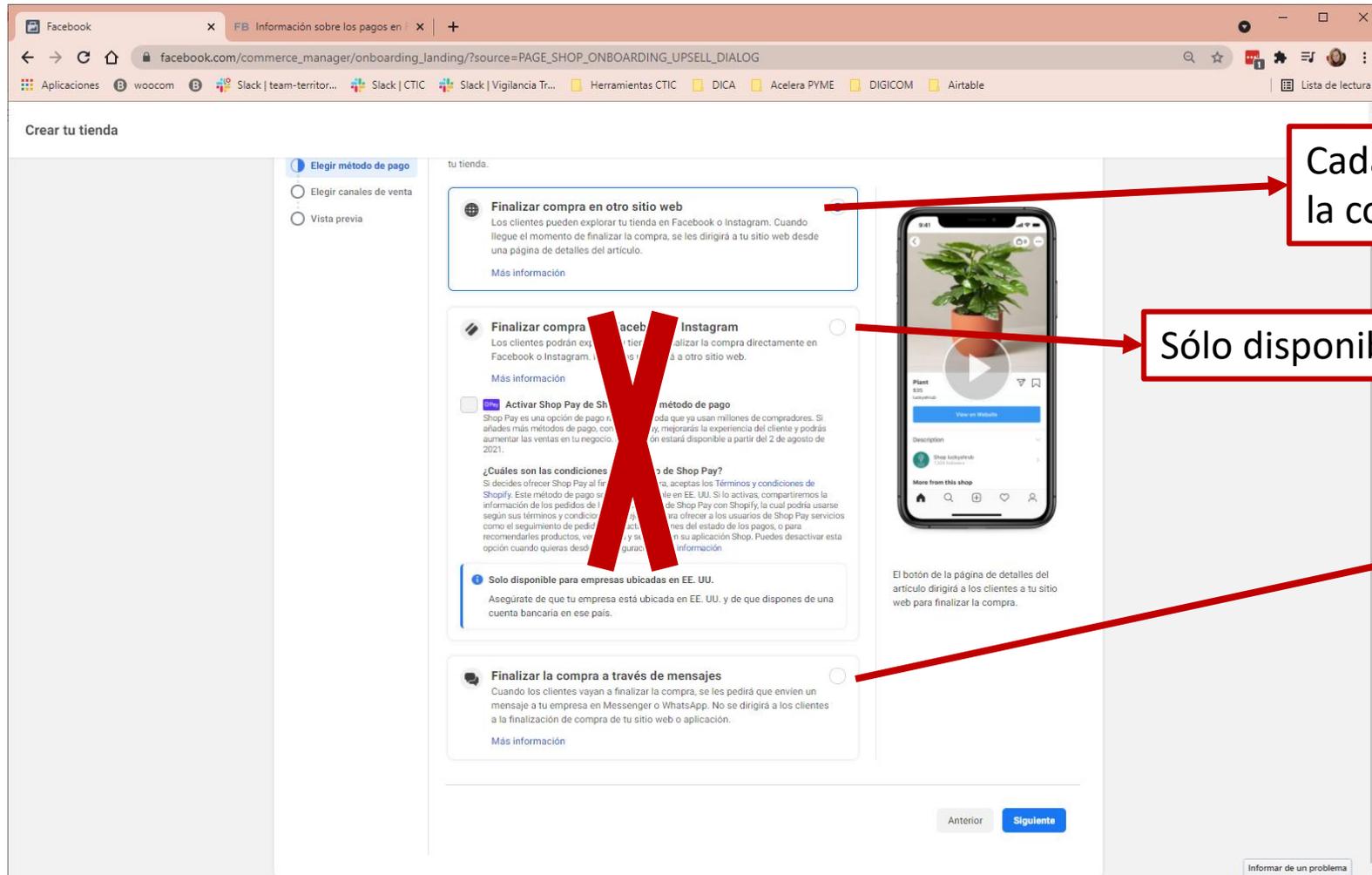
Prueba tu integración de la API
Crea una tienda de prueba para probar tu integración y obtener una vista previa de la experiencia de compra del cliente.

[Crear una tienda de prueba](#)

Siguiente

[Informar de un problema](#)

Cómo crear una tienda en Facebook

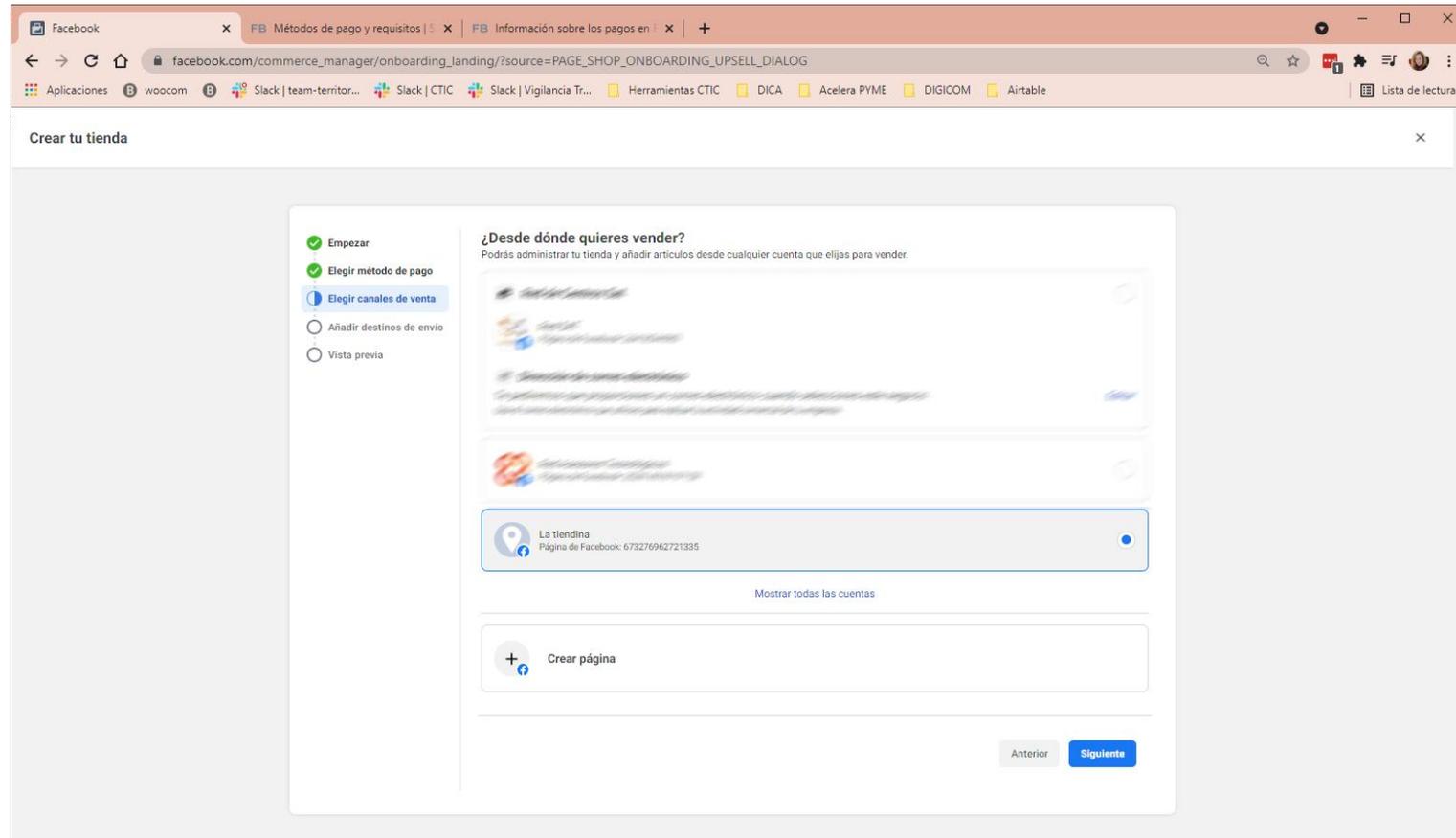


Cada producto enlazará a tu tienda online, y la compra se finalizará desde allí.

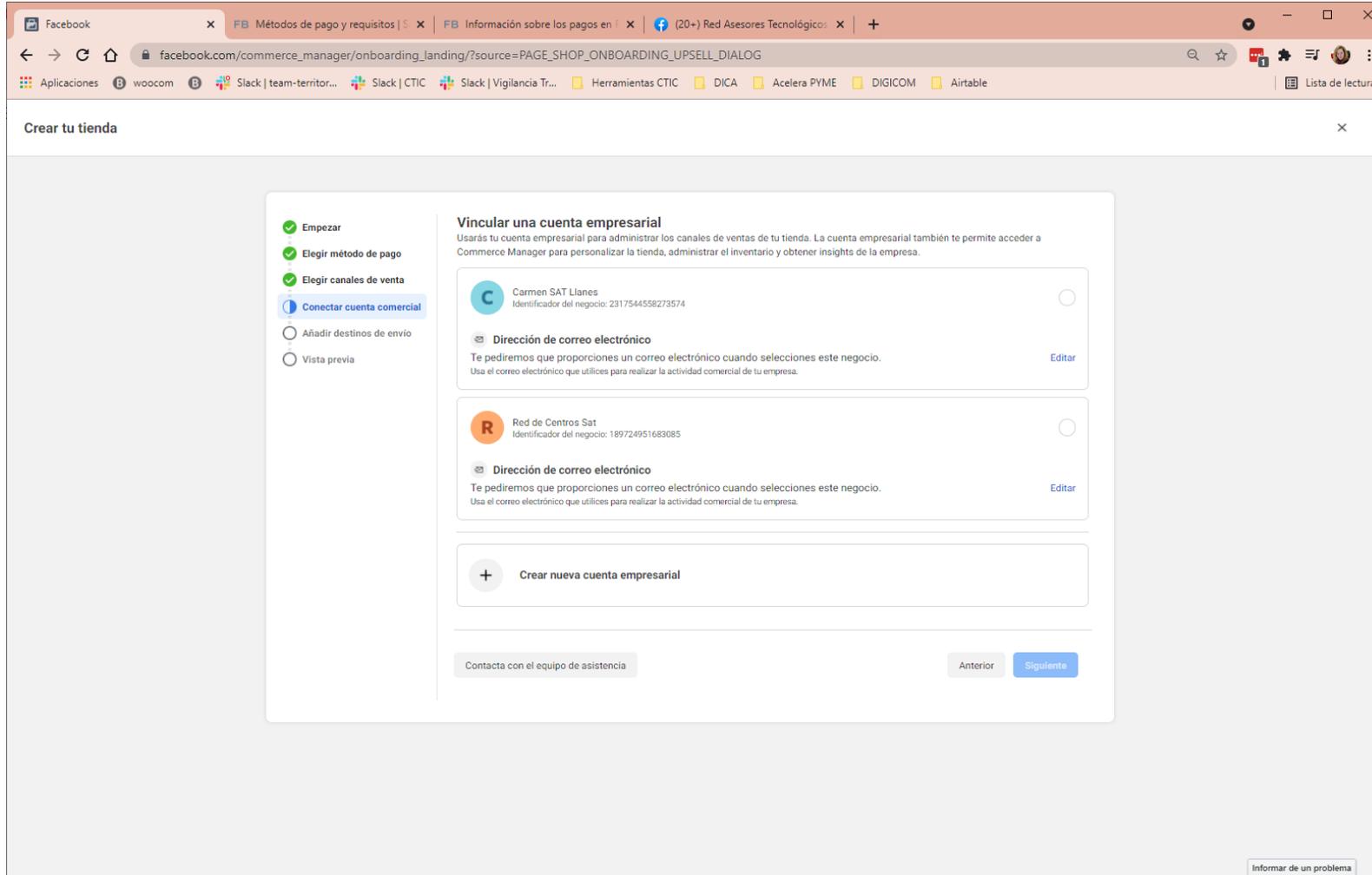
Sólo disponible en Estados Unidos

Se procesan los pedidos a través de mensajes de texto recibidos en WhatsApp Business o Facebook Messenger

Cómo crear una tienda en Facebook



Cómo crear una tienda en Facebook



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager onboarding interface. The browser address bar indicates the URL: `facebook.com/commerce_manager/onboarding_landing/?source=PAGE_SHOP_ONBOARDING_UPSELL_DIALOG`. The page title is "Crear tu tienda".

Crear tu tienda

- Empezar
- Elegir método de pago
- Elegir canales de venta
- Conectar cuenta comercial**
- Añadir destinos de envío
- Vista previa

Vincular una cuenta empresarial

Usarás tu cuenta empresarial para administrar los canales de ventas de tu tienda. La cuenta empresarial también te permite acceder a Commerce Manager para personalizar la tienda, administrar el inventario y obtener insights de la empresa.

C Carmen SAT Llanes
Identificador del negocio: 2317544558273574

Dirección de correo electrónico
Te pediremos que proporciones un correo electrónico cuando selecciones este negocio. Usa el correo electrónico que utilices para realizar la actividad comercial de tu empresa. [Editar](#)

R Red de Centros Sat
Identificador del negocio: 189724951683085

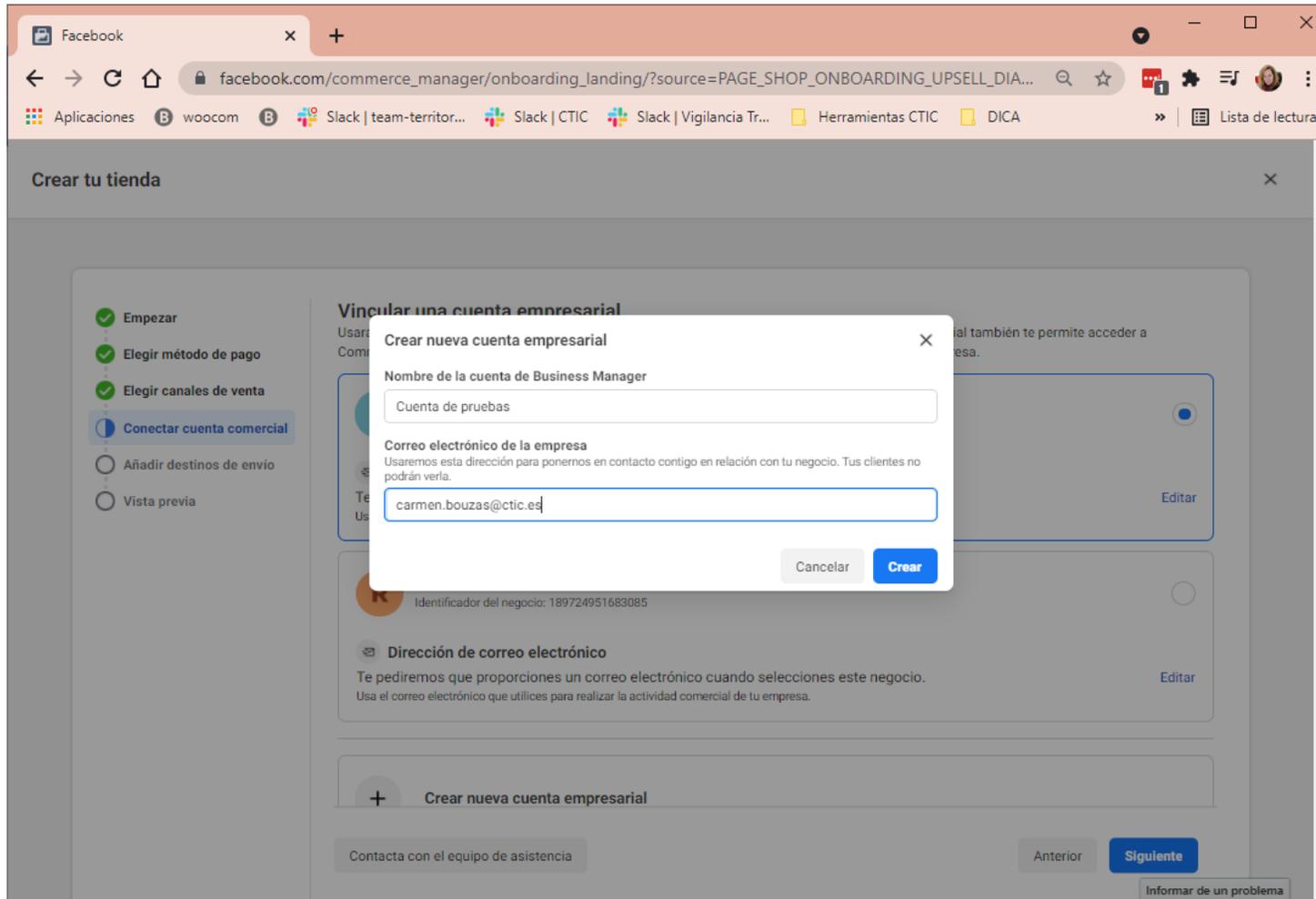
Dirección de correo electrónico
Te pediremos que proporciones un correo electrónico cuando selecciones este negocio. Usa el correo electrónico que utilices para realizar la actividad comercial de tu empresa. [Editar](#)

+ Crear nueva cuenta empresarial

[Contacta con el equipo de asistencia](#) [Anterior](#) [Siguiente](#)

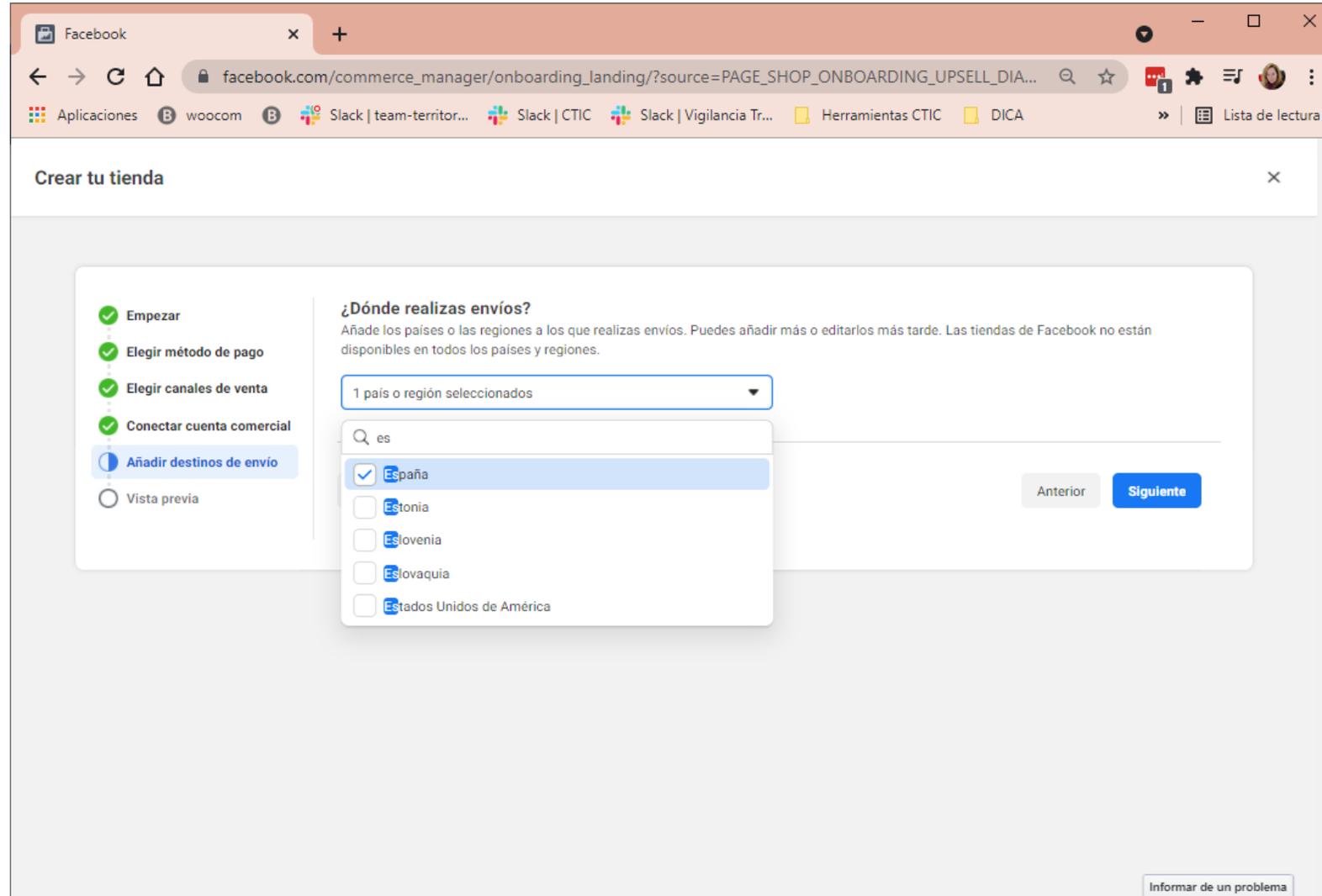
[Informar de un problema](#)

Cómo crear una tienda en Facebook



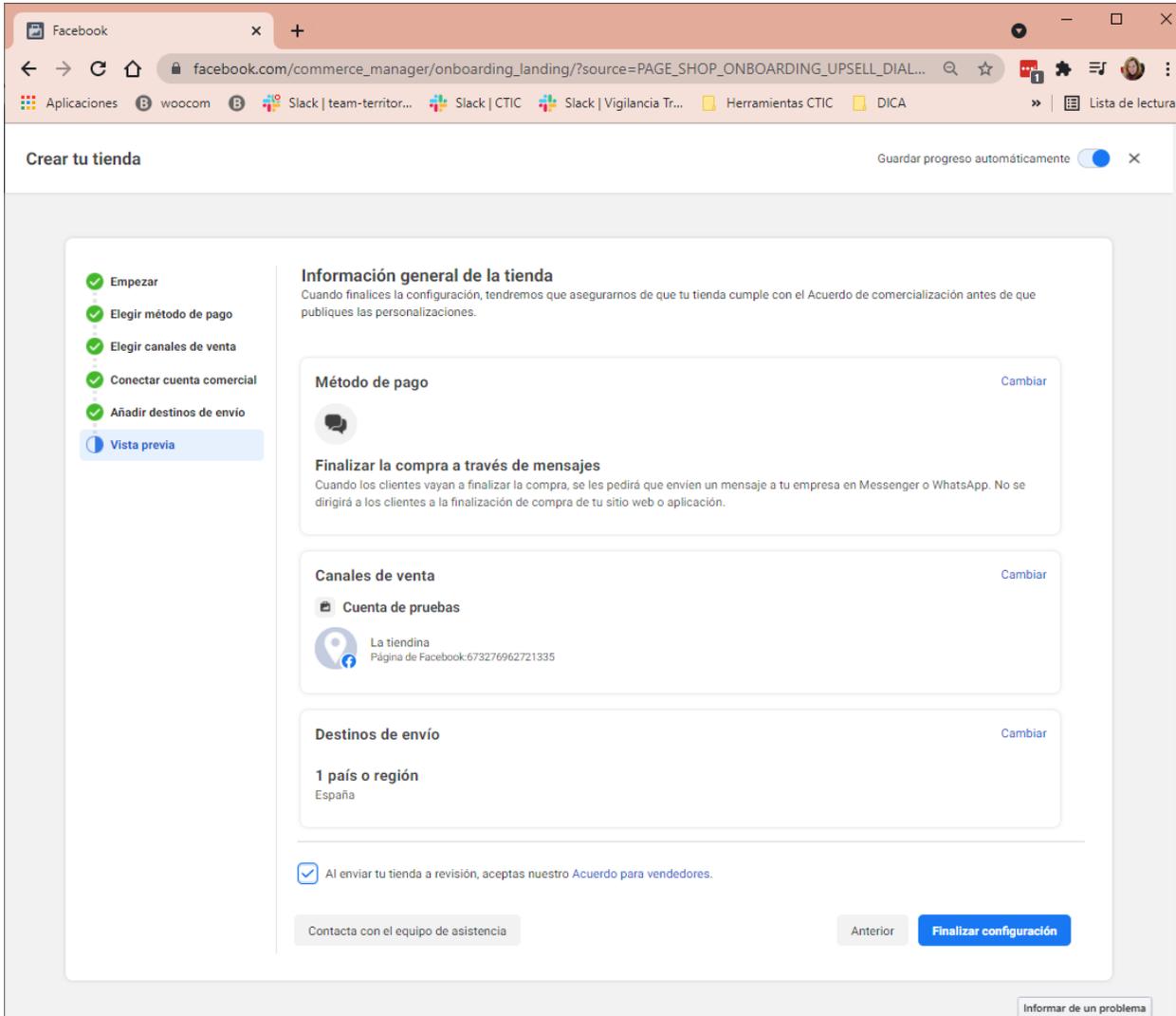
Será la cuenta autorizada para hacer promociones (anuncios de pago) dentro de la plataforma.

Cómo crear una cuenta en Facebook



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager onboarding interface. At the top, a navigation bar includes the Facebook logo, a search bar, and a list of open tabs: 'Aplicaciones', 'woocom', 'Slack | team-territor...', 'Slack | CTIC', 'Slack | Vigilancia Tr...', 'Herramientas CTIC', and 'DICA'. The main heading is 'Crear tu tienda'. On the left, a progress sidebar lists steps: 'Empezar' (checked), 'Elegir método de pago' (checked), 'Elegir canales de venta' (checked), 'Conectar cuenta comercial' (checked), 'Añadir destinos de envío' (active), and 'Vista previa'. The main content area is titled '¿Dónde realizas envíos?' and includes a dropdown menu showing '1 país o región seleccionados'. A search bar with 'es' is active, displaying a list of countries: 'España' (checked), 'Estonia', 'Eslovenia', 'Eslovaquia', and 'Estados Unidos de América'. 'Anterior' and 'Siguinte' buttons are visible at the bottom right of the main content area.

Cómo crear una tienda en Facebook



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager onboarding page for creating a store. The browser address bar shows the URL: facebook.com/commerce_manager/onboarding_landing/?source=PAGE_SHOP_ONBOARDING_UPSELL_DIAL... The page title is "Crear tu tienda" and it includes a toggle for "Guardar progreso automáticamente".

Crear tu tienda

- Empezar
- Elegir método de pago
- Elegir canales de venta
- Conectar cuenta comercial
- Añadir destinos de envío
- Vista previa

Información general de la tienda
Cuando finalices la configuración, tendremos que asegurarnos de que tu tienda cumple con el Acuerdo de comercialización antes de que publiques las personalizaciones.

Método de pago [Cambiar](#)

Finalizar la compra a través de mensajes
Cuando los clientes vayan a finalizar la compra, se les pedirá que envíen un mensaje a tu empresa en Messenger o WhatsApp. No se dirigirá a los clientes a la finalización de compra de tu sitio web o aplicación.

Canales de venta [Cambiar](#)

Cuenta de pruebas
La tienda
Página de Facebook: 673276962721335

Destinos de envío [Cambiar](#)

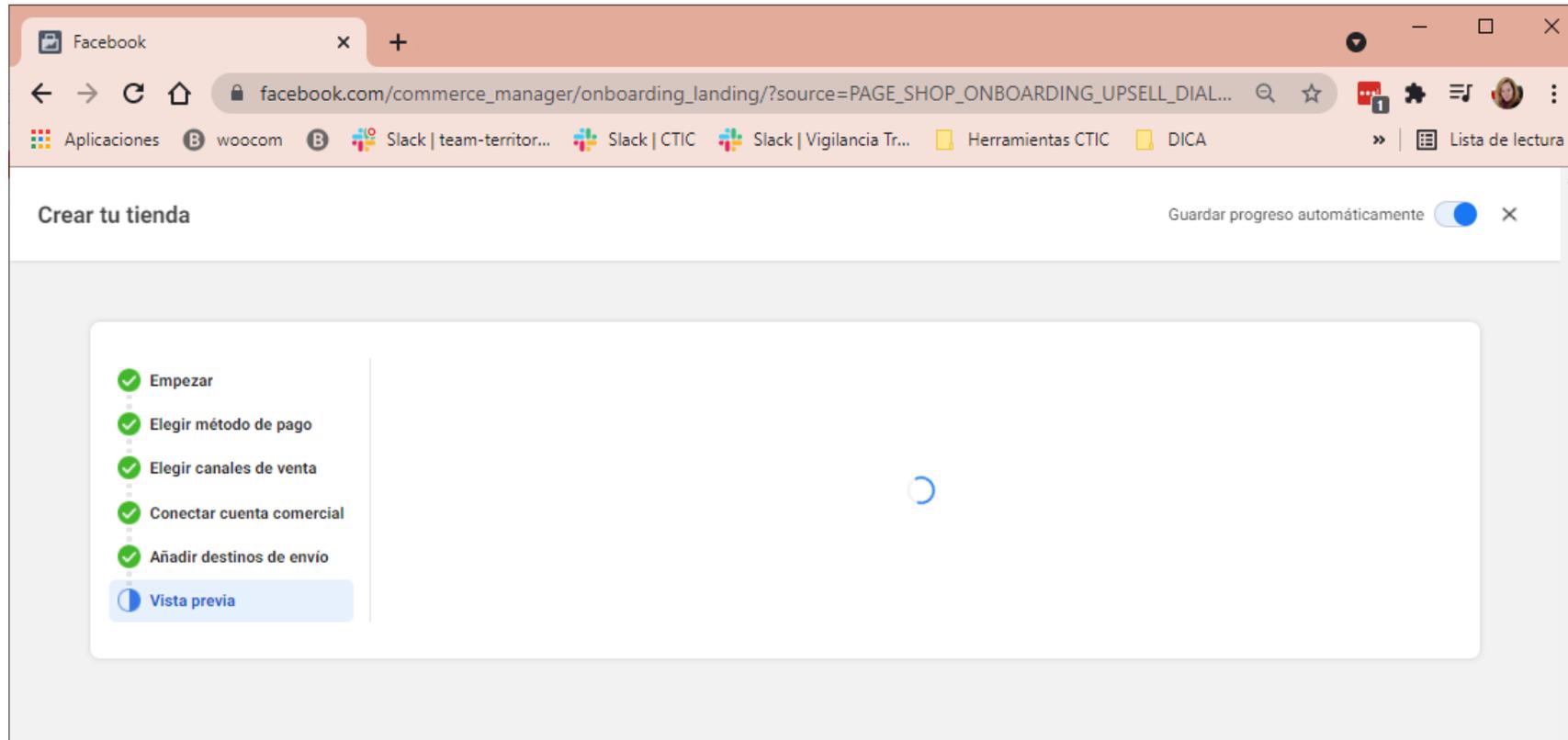
1 país o región
España

Al enviar tu tienda a revisión, aceptas nuestro [Acuerdo para vendedores](#).

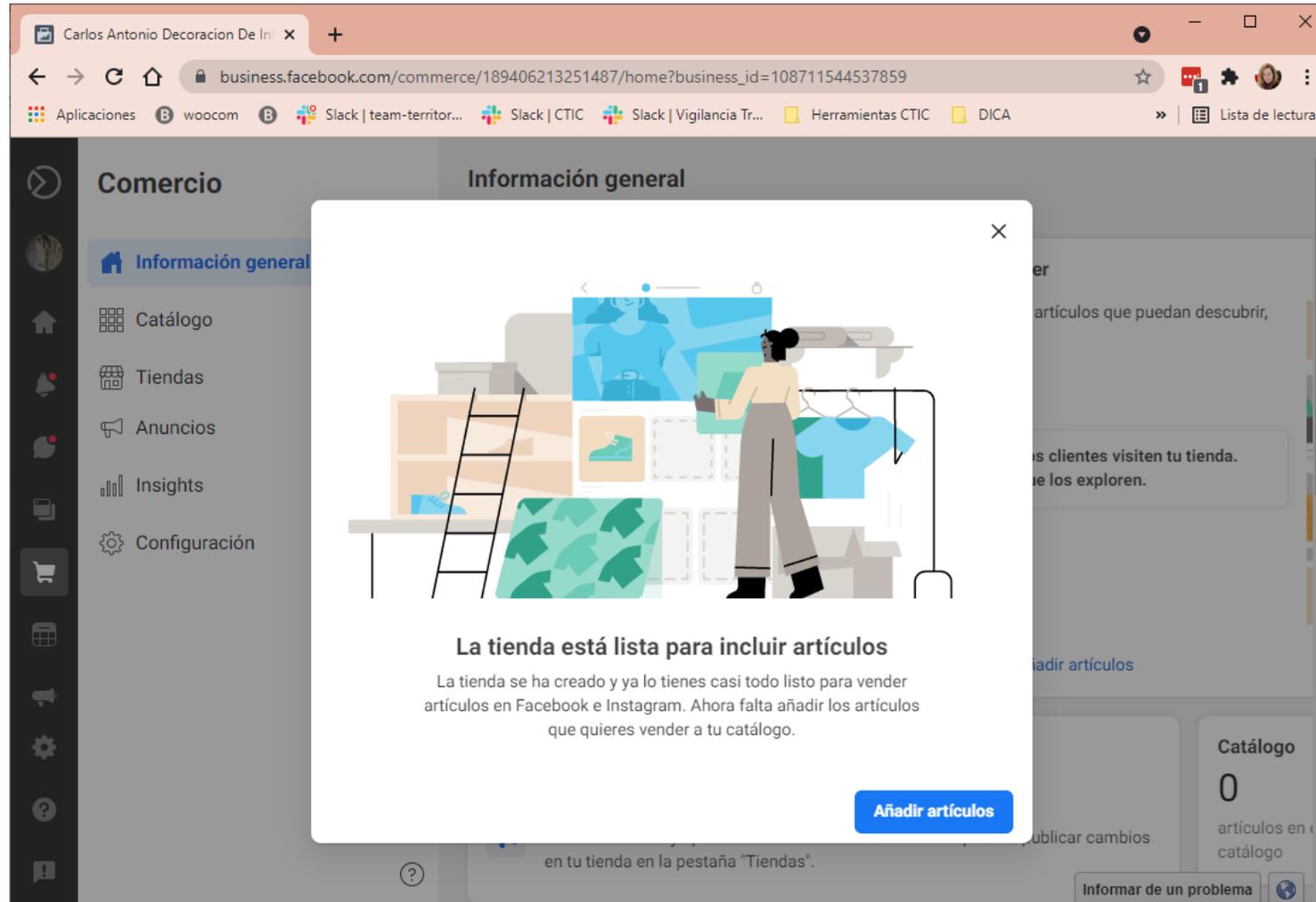
[Contacta con el equipo de asistencia](#) [Anterior](#) [Finalizar configuración](#)

[Informar de un problema](#)

Cómo crear una tienda en Facebook



Cómo crear una tienda en Facebook



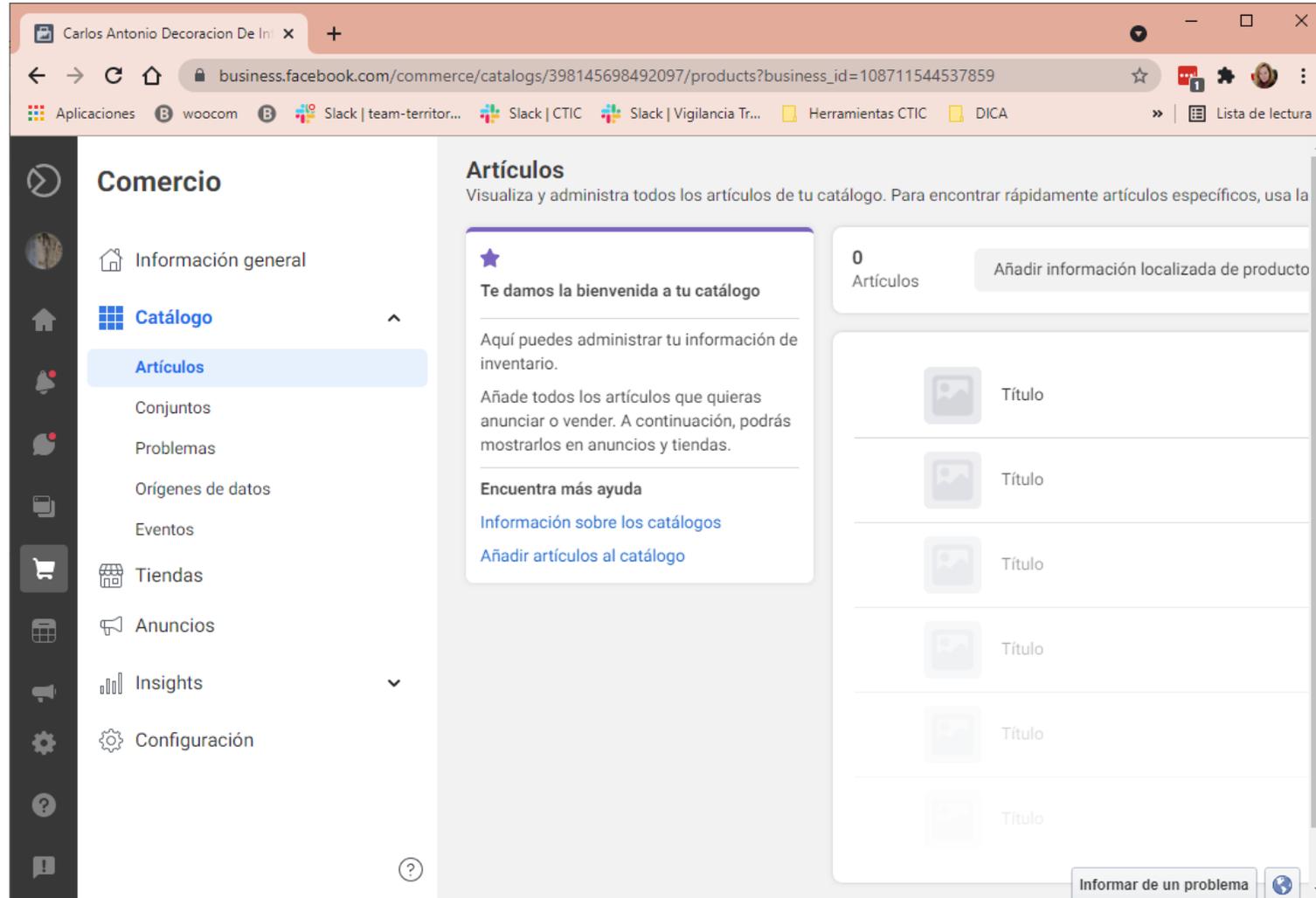
The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. The browser address bar displays the URL: `business.facebook.com/commerce/189406213251487/home?business_id=108711544537859`. The left sidebar contains navigation options: Comercio, Información general, Catálogo, Tiendas, Anuncios, Insights, and Configuración. The main content area is titled 'Información general' and features a large illustration of a person in a clothing store. A white modal window is centered on the screen with the following text:

La tienda está lista para incluir artículos

La tienda se ha creado y ya lo tienes casi todo listo para vender artículos en Facebook e Instagram. Ahora falta añadir los artículos que quieres vender a tu catálogo.

[Añadir artículos](#)

Cómo crear una tienda en Facebook



The screenshot shows the Facebook Commerce interface in a browser. The address bar displays the URL: `business.facebook.com/commerce/catalogs/398145698492097/products?business_id=108711544537859`. The browser's tab is titled "Carlos Antonio Decoracion De In...". The interface is divided into a left sidebar and a main content area.

Comercio (Left Sidebar):

- Información general
- Catálogo** (Expanded)
 - Artículos** (Selected)
 - Conjuntos
 - Problemas
 - Orígenes de datos
 - Eventos
- Tiendas
- Anuncios
- Insights
- Configuración

Artículos (Main Content Area):

Visualiza y administra todos los artículos de tu catálogo. Para encontrar rápidamente artículos específicos, usa la

Te damos la bienvenida a tu catálogo

Aquí puedes administrar tu información de inventario. Añade todos los artículos que quieras anunciar o vender. A continuación, podrás mostrarlos en anuncios y tiendas.

Encuentra más ayuda

- [Información sobre los catálogos](#)
- [Añadir artículos al catálogo](#)

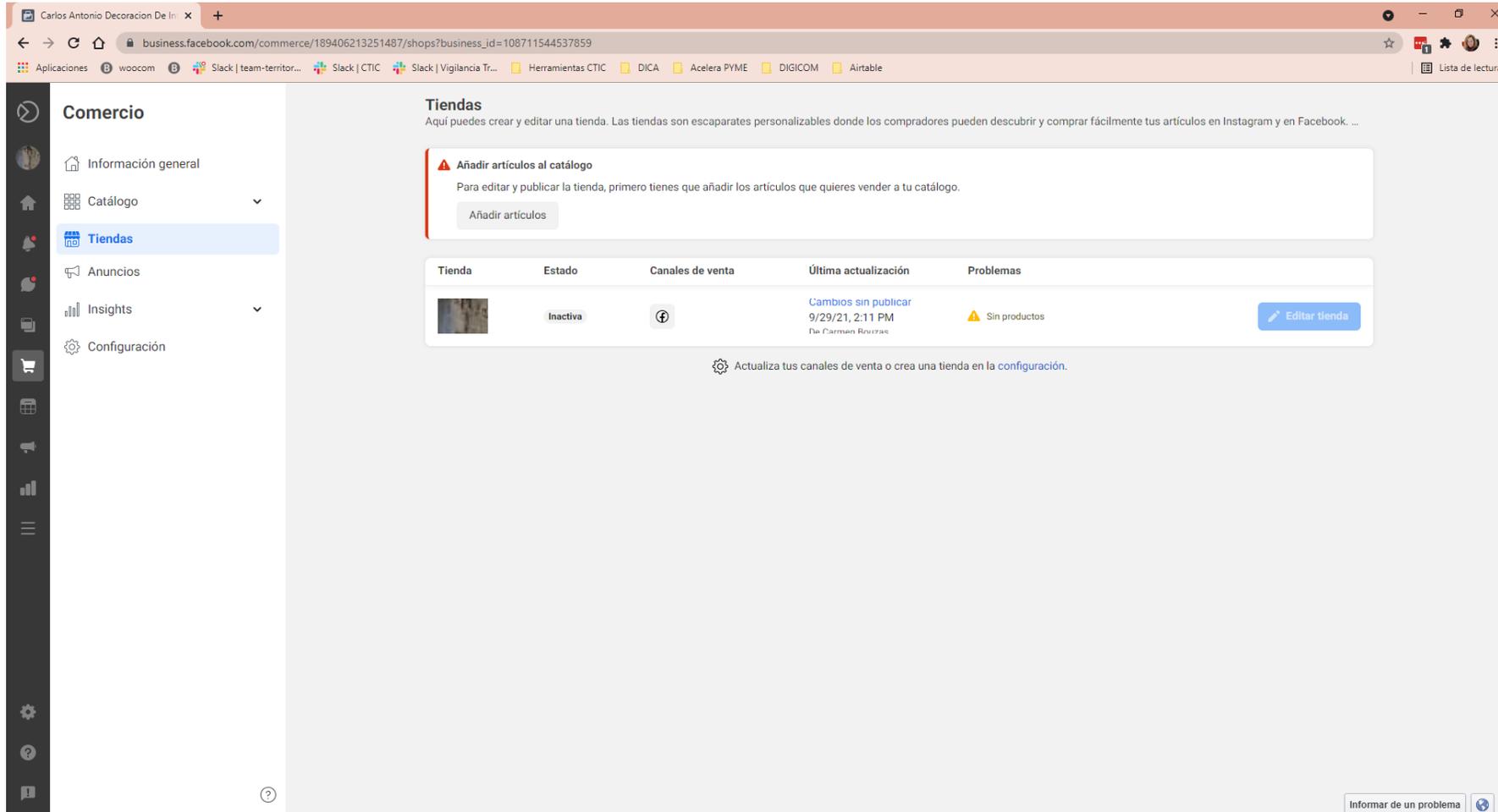
0 Artículos

Lista de artículos (Placeholder):

- Título
- Título
- Título
- Título
- Título
- Título

[Informar de un problema](#)

Cómo crear una tienda en Facebook



Tiendas
Aquí puedes crear y editar una tienda. Las tiendas son escaparates personalizables donde los compradores pueden descubrir y comprar fácilmente tus artículos en Instagram y en Facebook. ...

⚠️ Añadir artículos al catálogo
Para editar y publicar la tienda, primero tienes que añadir los artículos que quieres vender a tu catálogo.

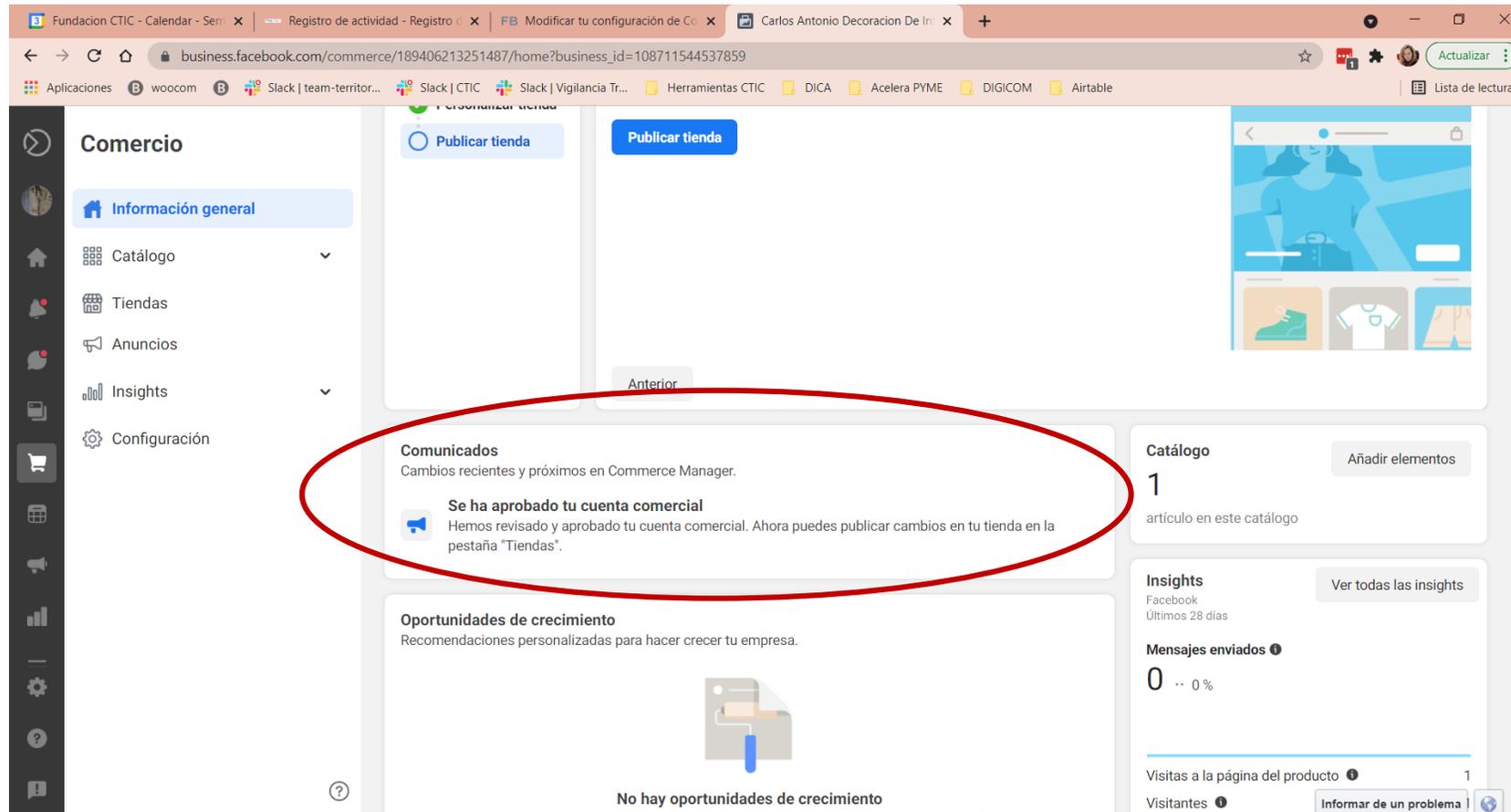
[Añadir artículos](#)

Tienda	Estado	Canales de venta	Última actualización	Problemas
	Inactiva		Cambios sin publicar 9/29/21, 2:11 PM De Carmen RIVERAS	 Sin productos

[Editar tienda](#)

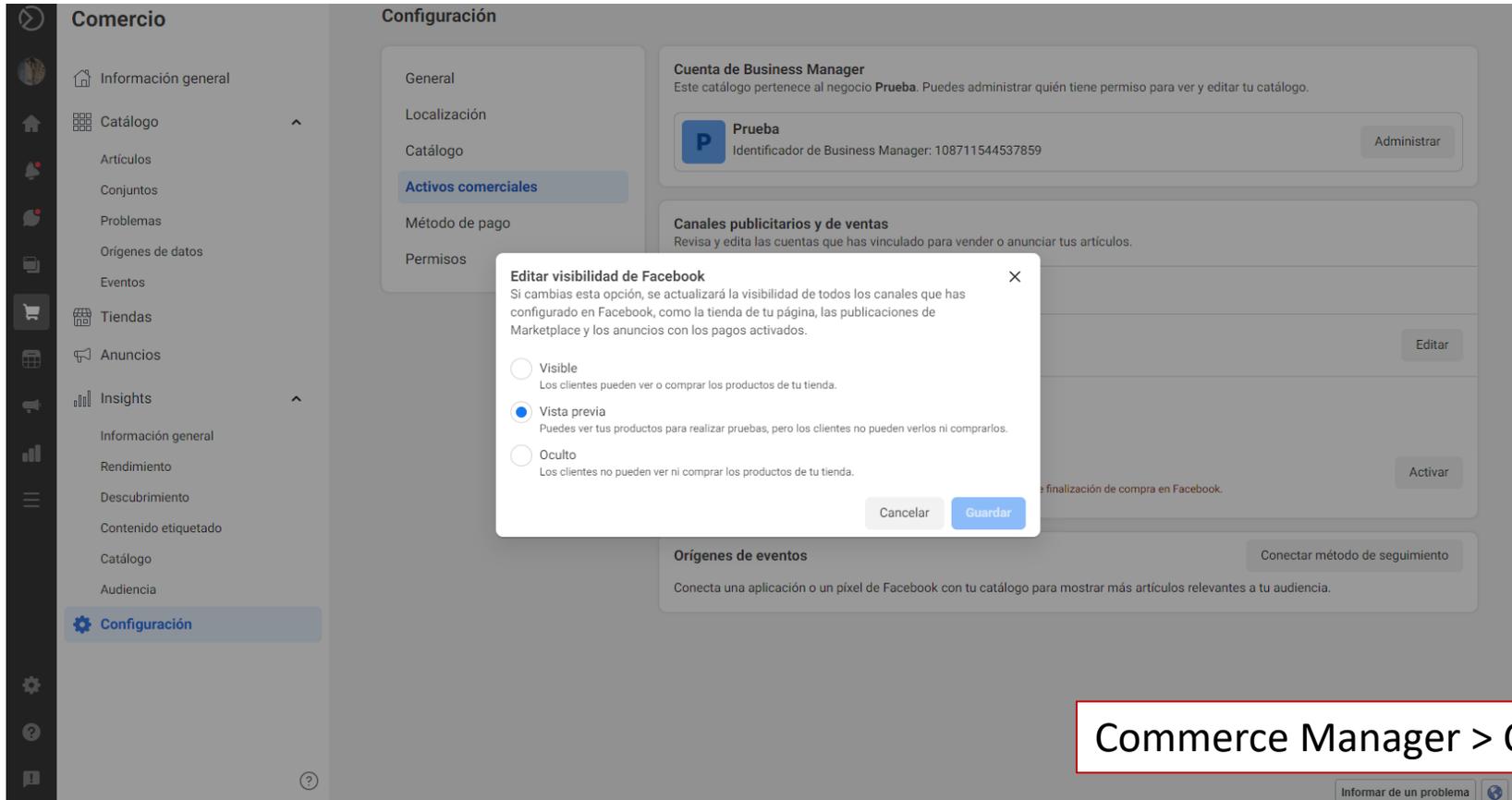
 Actualiza tus canales de venta o crea una tienda en la [configuración](#).

[Informar de un problema](#)



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager interface. The left sidebar contains navigation options: Comercio, Información general, Catálogo, Tiendas, Anuncios, Insights, and Configuración. The main content area features a 'Publicar tienda' button at the top. Below it, a red oval highlights a notification under the 'Comunicados' section: 'Se ha aprobado tu cuenta comercial. Hemos revisado y aprobado tu cuenta comercial. Ahora puedes publicar cambios en tu tienda en la pestaña "Tiendas".' Other sections include 'Oportunidades de crecimiento' (No hay oportunidades de crecimiento), 'Catálogo' (1 artículo), 'Insights' (Facebook, Últimos 28 días), and 'Mensajes enviados' (0, 0%).

La Tienda de Facebook. Añadir productos



The screenshot shows the 'Configuración' (Configuration) page in Commerce Manager. A modal dialog titled 'Editar visibilidad de Facebook' is open, allowing the user to change the visibility of their store on Facebook. The dialog contains three radio button options: 'Visible' (selected), 'Vista previa', and 'Oculto'. The background shows the 'Cuenta de Business Manager' section with a 'Prueba' account and the 'Canales publicitarios y de ventas' section with an 'Activar' button.

Editar visibilidad de Facebook

Si cambias esta opción, se actualizará la visibilidad de todos los canales que has configurado en Facebook, como la tienda de tu página, las publicaciones de Marketplace y los anuncios con los pagos activados.

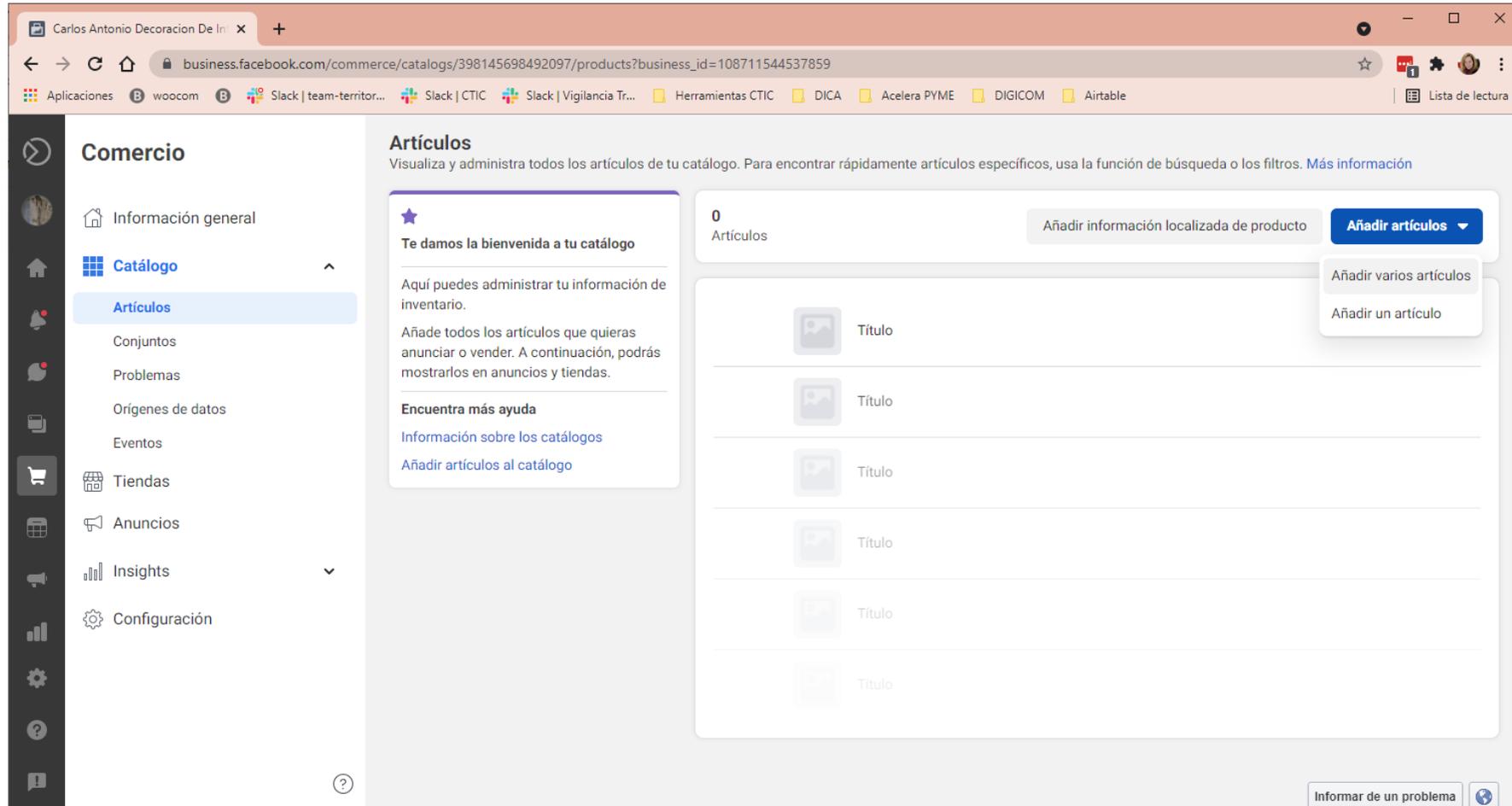
- Visible
Los clientes pueden ver o comprar los productos de tu tienda.
- Vista previa
Puedes ver tus productos para realizar pruebas, pero los clientes no pueden verlos ni comprarlos.
- Oculto
Los clientes no pueden ver ni comprar los productos de tu tienda.

Cancelar Guardar

Commerce Manager > Configuración > Editar

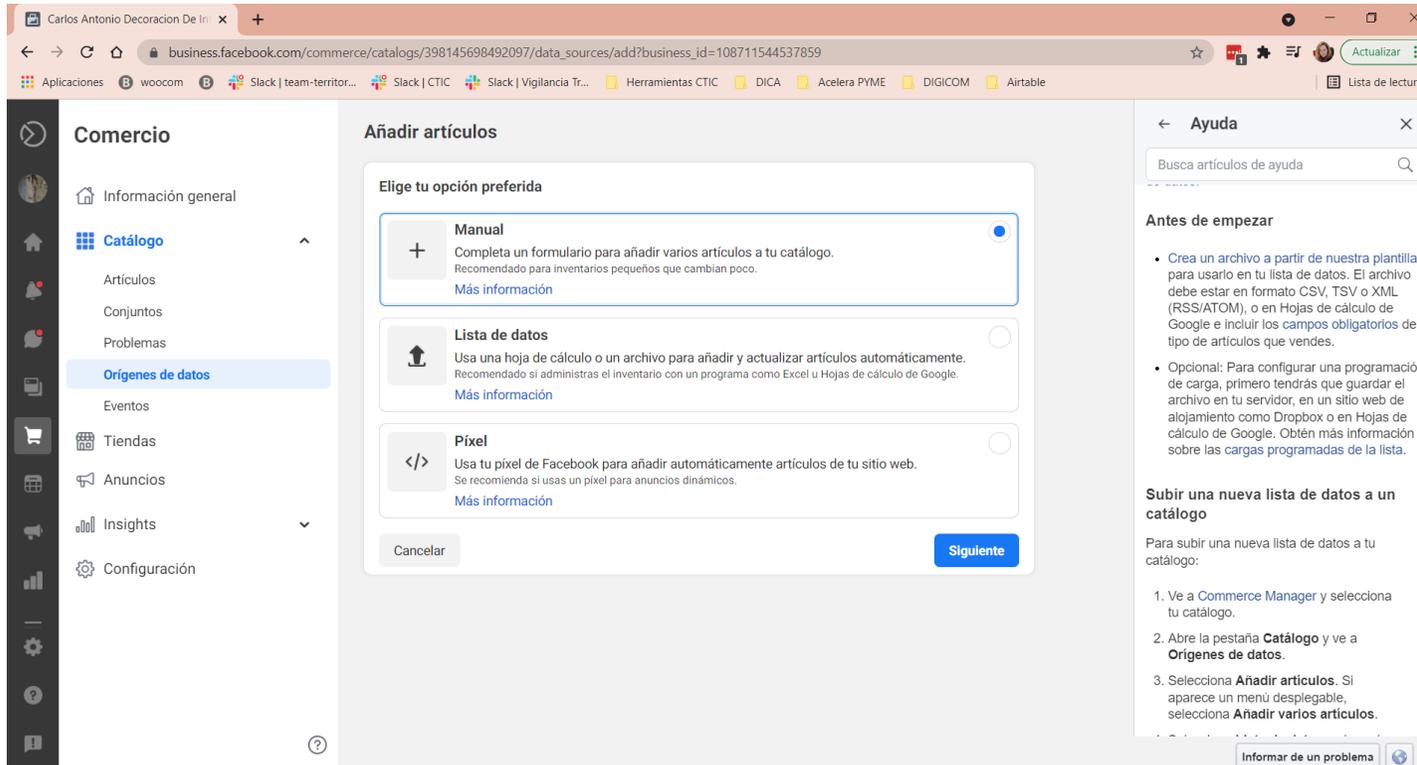
La Tienda de Facebook. Los catálogos

- Los productos se agruparán en Catálogos. Al finalizar la creación de la tienda, ya tendremos un primer catálogo creado para que podamos añadir productos
- Un catálogo contiene toda la información necesaria sobre los artículos de tu tienda
- Podemos gestionar tu catálogo desde [Facebook Commerce Manager](#)
- En cada catálogo podremos:
 - Administrar toda la información sobre los productos que contiene
 - Crear conjuntos o colecciones



The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for 'Artículos'. The left sidebar contains navigation options: Comercio, Información general, Catálogo (expanded), Artículos (selected), Conjuntos, Problemas, Orígenes de datos, Eventos, Tiendas, Anuncios, Insights, and Configuración. The main content area is titled 'Artículos' and includes a welcome message: 'Te damos la bienvenida a tu catálogo'. Below this, there is a section for 'Encuentra más ayuda' with links for 'Información sobre los catálogos' and 'Añadir artículos al catálogo'. On the right, there is a summary showing '0 Artículos' and a button 'Añadir información localizada de producto'. A dropdown menu is open from the 'Añadir artículos' button, showing options: 'Añadir varios artículos' and 'Añadir un artículo'. At the bottom right, there is a button 'Informar de un problema'.

Podemos añadir artículos al catálogo de Facebook de 3 maneras diferentes:



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager interface for 'Añadir artículos'. The left sidebar contains navigation options: Comercio, Información general, Catálogo, Artículos, Conjuntos, Problemas, Orígenes de datos (highlighted), Eventos, Tiendas, Anuncios, Insights, and Configuración. The main content area is titled 'Añadir artículos' and asks the user to 'Elige tu opción preferida'. Three options are listed: 'Manual' (selected), 'Lista de datos', and 'Píxel'. Each option includes a brief description and a 'Más información' link. At the bottom of the main area are 'Cancelar' and 'Siguinte' buttons. On the right, an 'Ayuda' sidebar is open, showing a search bar and a section 'Antes de empezar' with a list of instructions. At the bottom of the help sidebar, there is an 'Informar de un problema' link.

Añadir artículos mediante una lista de datos

Puedes añadir artículos mediante una lista de datos en formato hoja de cálculo (o CSV, XML u otros. También puedes utilizar una hoja de cálculo de Google)

IMPORTANTE:

- las columnas de la hoja de cálculo deben tener una serie de campos OBLIGATORIOS. Para esto Facebook nos ofrece una plantilla en formato excell, y las instrucciones detalladas de cómo utilizarla.
- Los enlaces a las imágenes, deben ser enlaces directos a la propia imagen. Los servicios en la nube, en general, no nos van a servir.

Si no seguimos esas instrucciones correctamente, no se podrán importar los productos.

También debemos fijarnos en los valores admitidos para cada una de las columnas, y consultar el [listado de categorías de productos de Facebook](#) y el [listado de categorías de productos de Google](#).

- [Página de información sobre las categorías de Facebook](#)
- [Página de información sobre las categorías de Google](#)

catalog_products - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista PDFelement ¿Qué desea hacer? Compartir

Calibri 11 A A Ajustar texto General

Formato Dar formato Estilos de condicional como tabla celda Eliminar Formato Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

AVISO DE PRODUCTO Excel está sin licencia. Para seguir usando Excel sin interrupción, realice la activación antes del domingo, 3 de octubre de 2021. Activar

J1 # Opcional | Categoría de productos de Google para el artículo. Obtén más información sobre las categorías de productos:

1	# Obligato	# Obligato	# Obligatorio	A s	# Obligatorio	# Opcional	C	# Opcional	# Opcional	# Opcional	# Opcional	# O					
2	id	title	description	availability	condition	price	link	image_link	brand	google_produc	fb_produc	quantity_t	sale_price	sale_price	iter		
3	0	Blue Face	A vibrant blue crev	in stock	new	10,00 USD	https://www.f	https://www.f	Facebook	Apparel & Acc	Clothing & 75		10,00 USD				
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	
16																	
17																	
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	
24																	
25																	
26																	
27																	
28																	

Worksheet

Cómo obtenerla

Durante el proceso de carga masiva, ofrece la opción de descargar la plantilla.

Usar carga masiva

Elegir opción de subida

Completar configuración

Elegir opción de subida

Subir archivo
Sube una hoja de cálculo o un archivo para añadir el inventario.

Lista programada
Usa un archivo alojado en un sitio web para añadir y actualizar el inventario automáticamente.

Hojas de cálculo de Google
Usa una hoja de cálculo de Google para añadir y actualizar el inventario automáticamente.

¿Necesitas ayuda para crear un archivo?
Compila y descarga un archivo de lista de datos y, a continuación, sigue nuestra guía para completarlo correctamente. [Ver guía](#)

Build Template

Archivo de Excel

Archivo CSV

Cancelar Siguiente

Informar de un problema

El archivo de importación de datos

Por qué gestionar los productos a través de una lista

- Hace más rápidas las actualizaciones (precios, ofertas, etc)
- Permite tener una “copia de seguridad de los artículos publicados”
- Si quieres modificar el método de compra**, podrás importar automáticamente todos los productos en el nuevo catálogo.

** *actualmente no es posible modificar el método de compra, sin eliminar la tienda y crearla de nuevo.*

El archivo de importación de datos

Campos opcionales

FACEBOOK		Servicio de ayuda para empresas	Especificaciones y campos de las listas de datos para catálogos
sale_price_effective_date	AAAA-MM-DDT23:59+00:00/AAAA-MM-DDT23:59+00:00	<ul style="list-style-type: none"> Escribe la fecha de inicio de la oferta en formato AAAA-MM-DD, seguido por una "T". Escribe la hora de inicio en formato de 24 horas (00:00 a 23:59) seguido por la zona horaria UTC (-12:00 a +14:00). Escribe una "f". A continuación, repite el mismo formato para indicar la fecha y hora de finalización de la oferta. <p>Por ejemplo: 2020-04-30T09:30-08:00/2020-05-30T23:59-08:00 Nota: Este ejemplo utiliza la zona horaria PST (-08:00).</p>	
item_group_id	Te permite configurar variaciones del mismo producto, como distintas tallas, colores o diseños. Escribe el mismo identificador de grupo en este campo para todas las variantes del mismo producto a fin de indicar que forman parte de un grupo. Obtén más información sobre las <i>variantes</i> .	<p>Por ejemplo: "Cotton_Shirt_1"</p>	
status	Controla si el artículo está activo o si se ha archivado en el catálogo. Las personas solo podrán ver aquellos que estén activos. Valores admitidos: active , archived . Los artículos se activan de manera predeterminada. Obtén más información sobre cómo <i>archivar artículos</i> .	<p>Nota: Es posible que algunas plataformas de partners sincronicen los artículos de tu catálogo con el estado "en preparación", que se comportan igual que los archivados.</p> <p>Ejemplo: active</p>	

Además de los campos incluidos en la hoja de cálculo de plantilla, podemos añadir información adicional, incluyendo nuevas columnas.

En esta dirección

<https://www.facebook.com/business/help/120325381656392?id=725943027795860>

encontraremos todos los campos extra que podemos incluir, así como las instrucciones para cumplimentarlos.

Sincronización con tienda online

El Pixel de Facebook

- Es un código que se coloca en la web, y permite analizar, medir y diseñar campañas de marketing. Es capaz de registrar las acciones de los usuarios de Facebook en tu página web.
- Permite medir distintos eventos como por ejemplo:
 - Usuarios de Facebook que visitan tu web.
 - Qué páginas visitan, qué tiempo se quedan ...
 - Usuarios de Facebook que han comprado alguna vez en tu web.
 - Usuarios que añadieron un producto / servicio a su carrito de la compra.
 - Usuarios que rellenan un formulario de registro.
- También permitirá sincronizar los productos de tu tienda online con tu tienda de Facebook.

Sincronización con tienda online

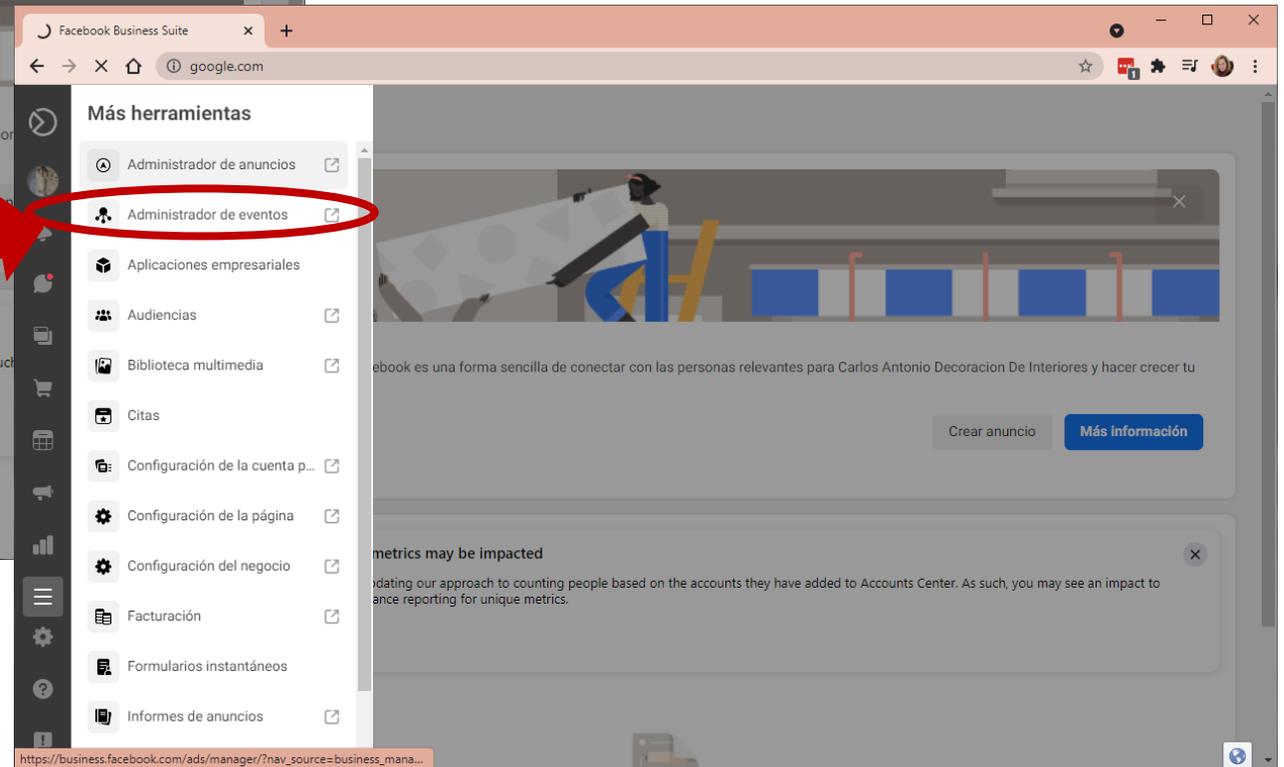
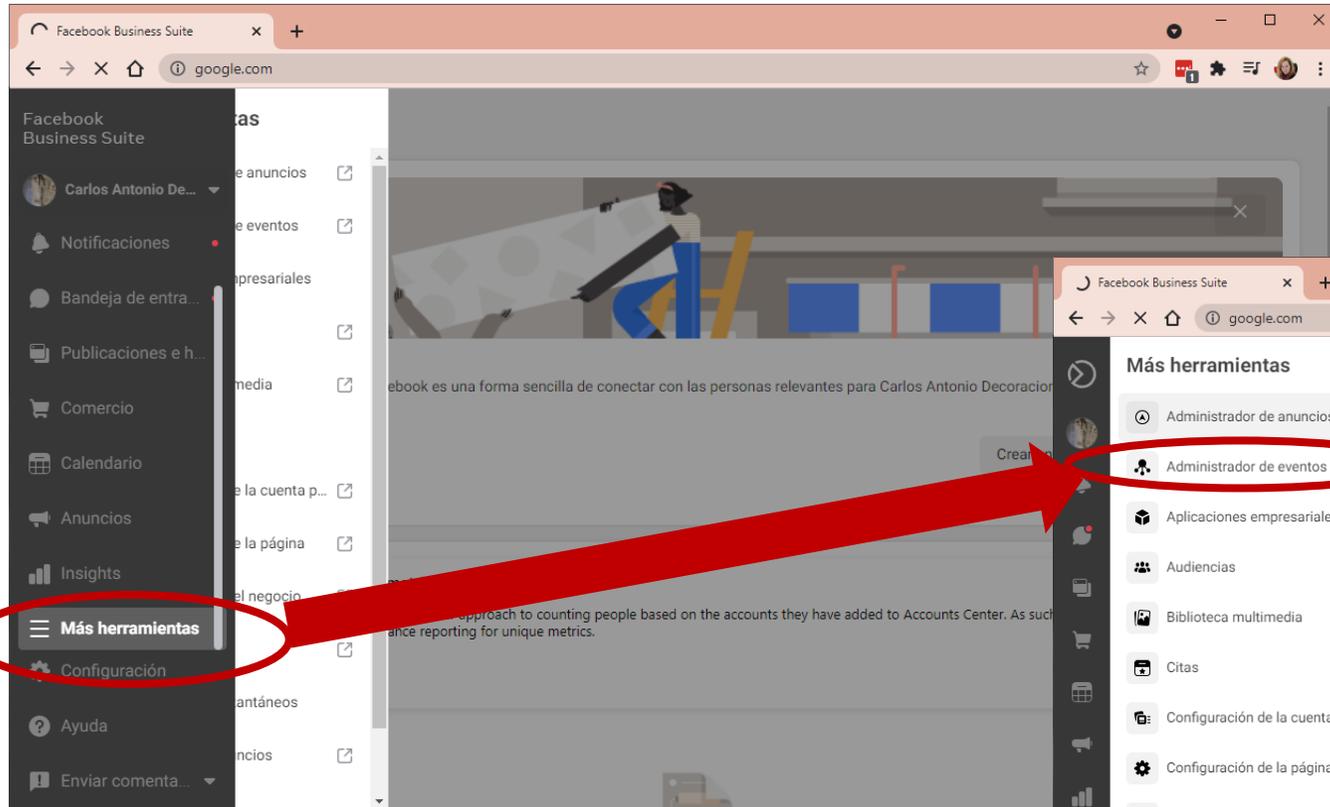
Cómo crear el Pixel de Facebook

- Para poder crear un píxel, necesitamos
 - Tener una página profesional en Facebook.
 - Disponer de una cuenta publicitaria

Sincronización con tienda online

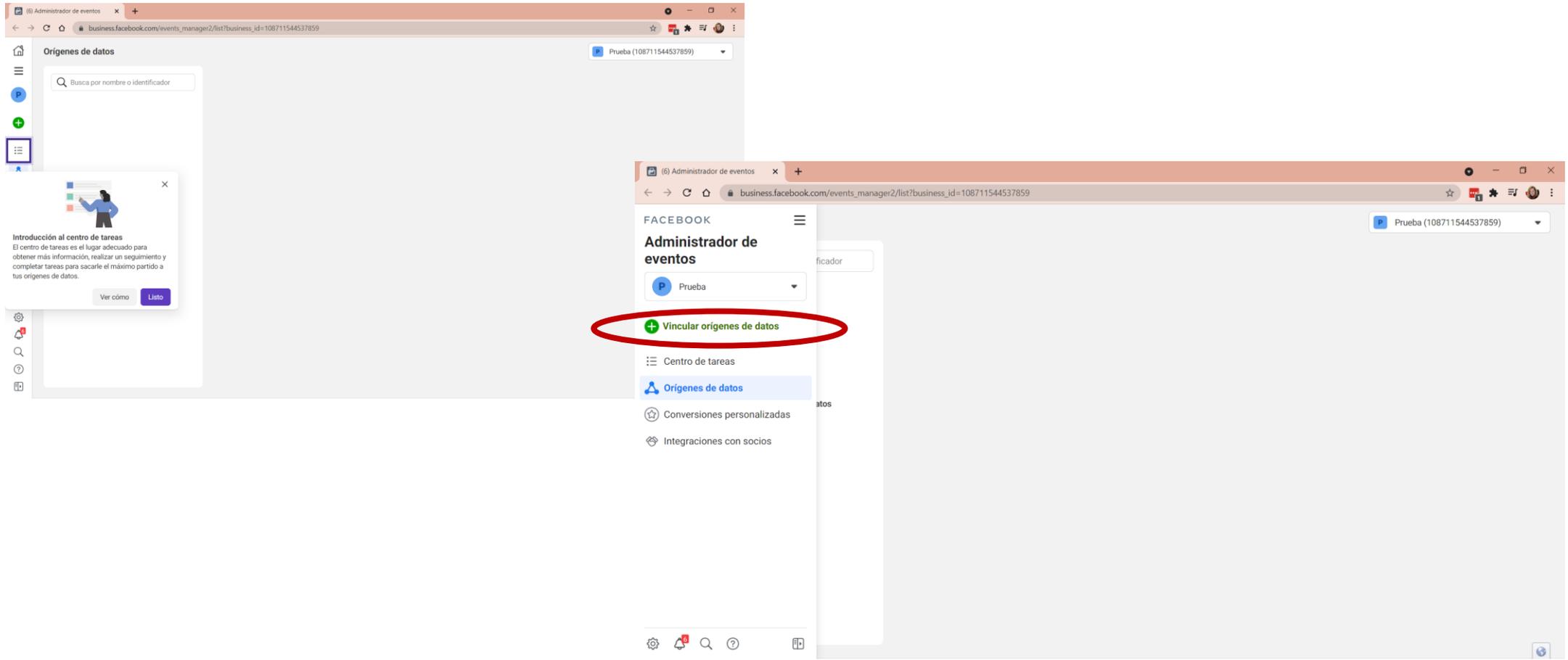
Cómo crear el Pixel de Facebook

Debemos acceder al **administrador de eventos**



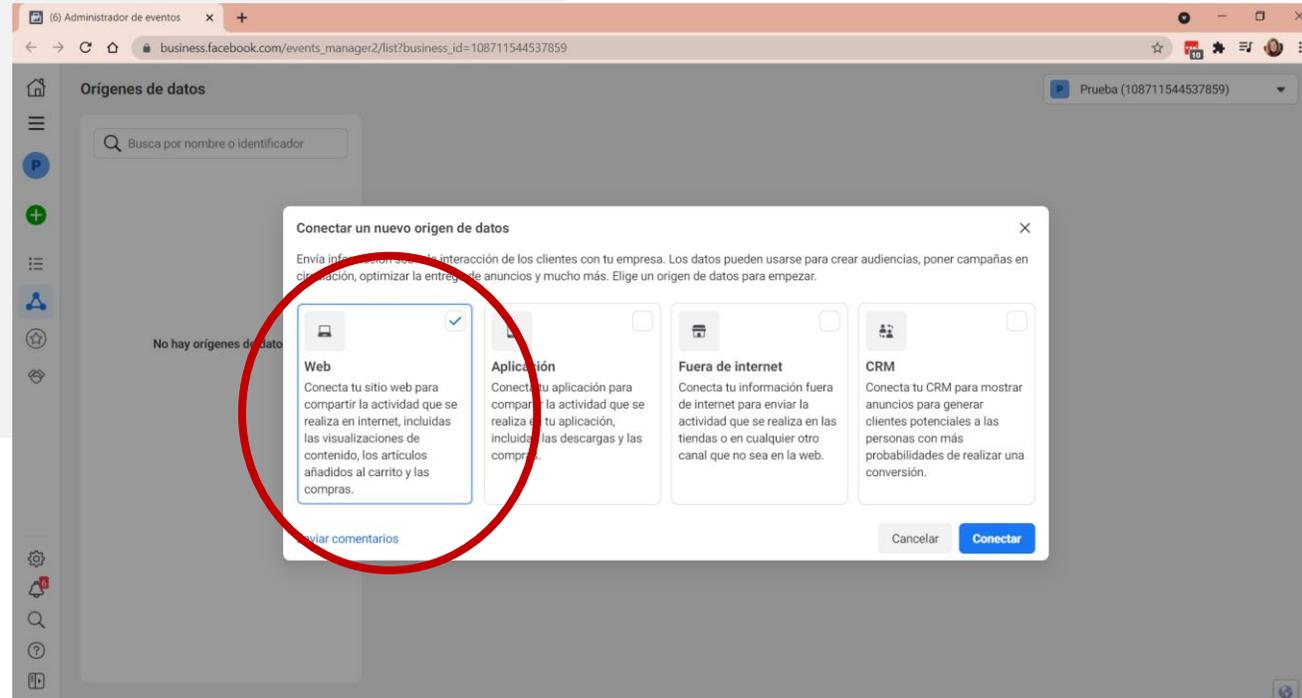
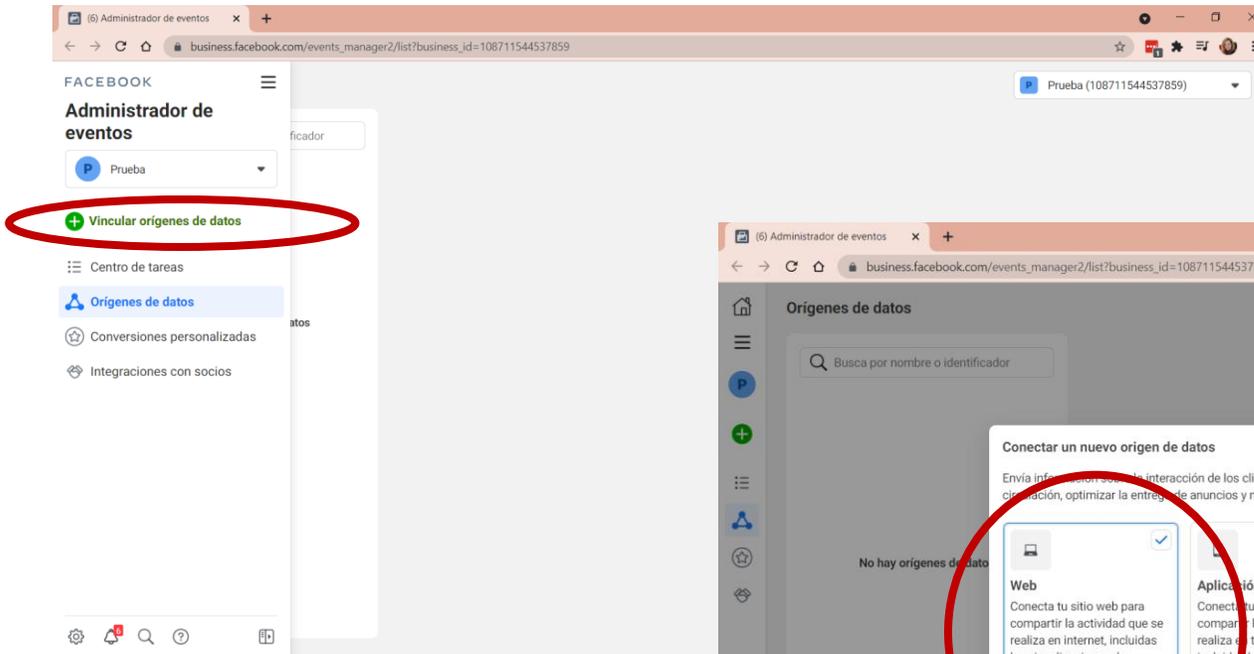
Sincronización del catálogo

Cómo crear el Pixel de Facebook



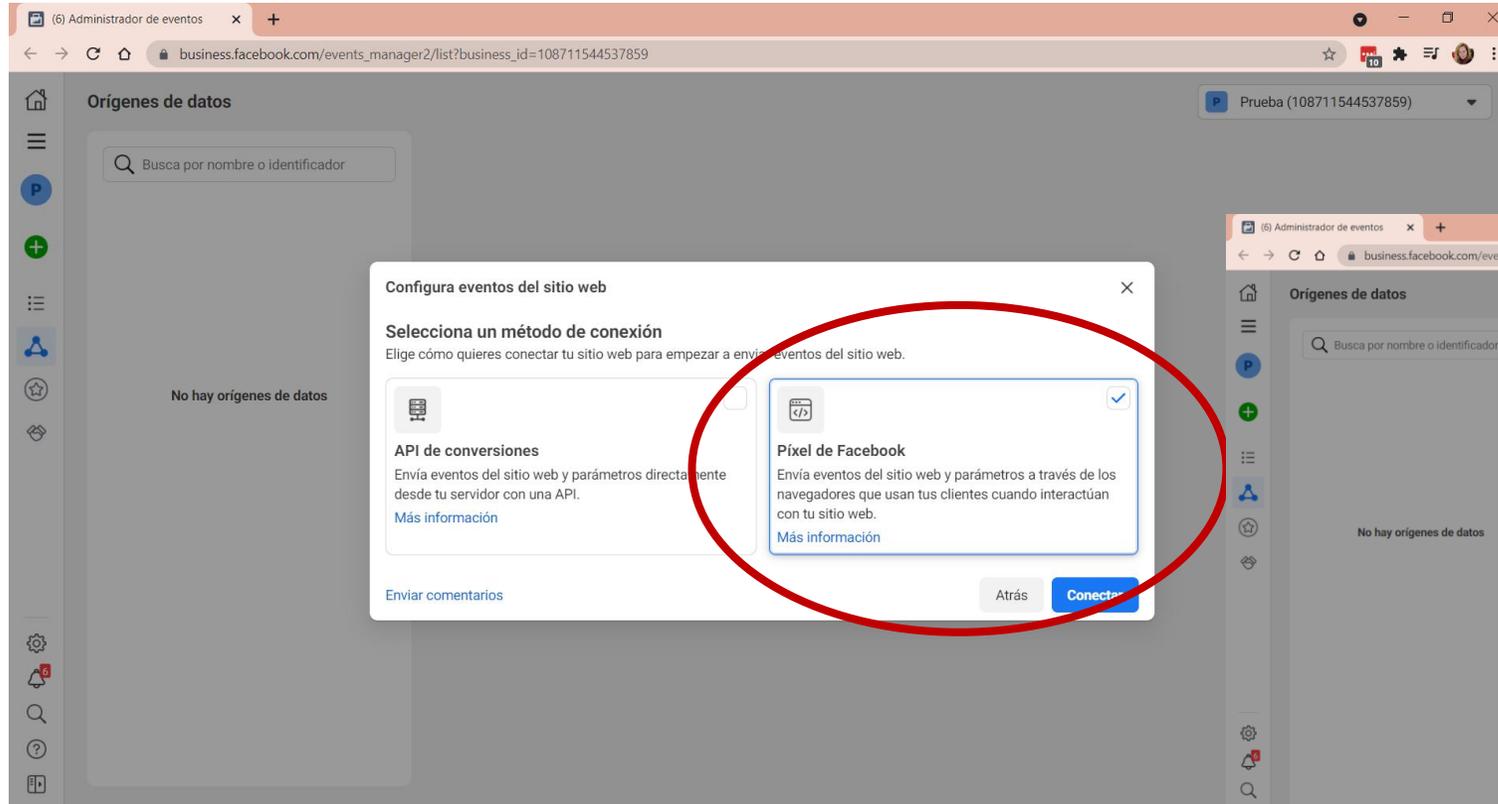
Sincronización del catálogo

Cómo crear el Pixel de Facebook



Sincronización del catálogo

Cómo crear el Pixel de Facebook



Administrador de eventos

business.facebook.com/events_manager2/list?business_id=108711544537859

Prueba (108711544537859)

Busca por nombre o identificador

No hay orígenes de datos

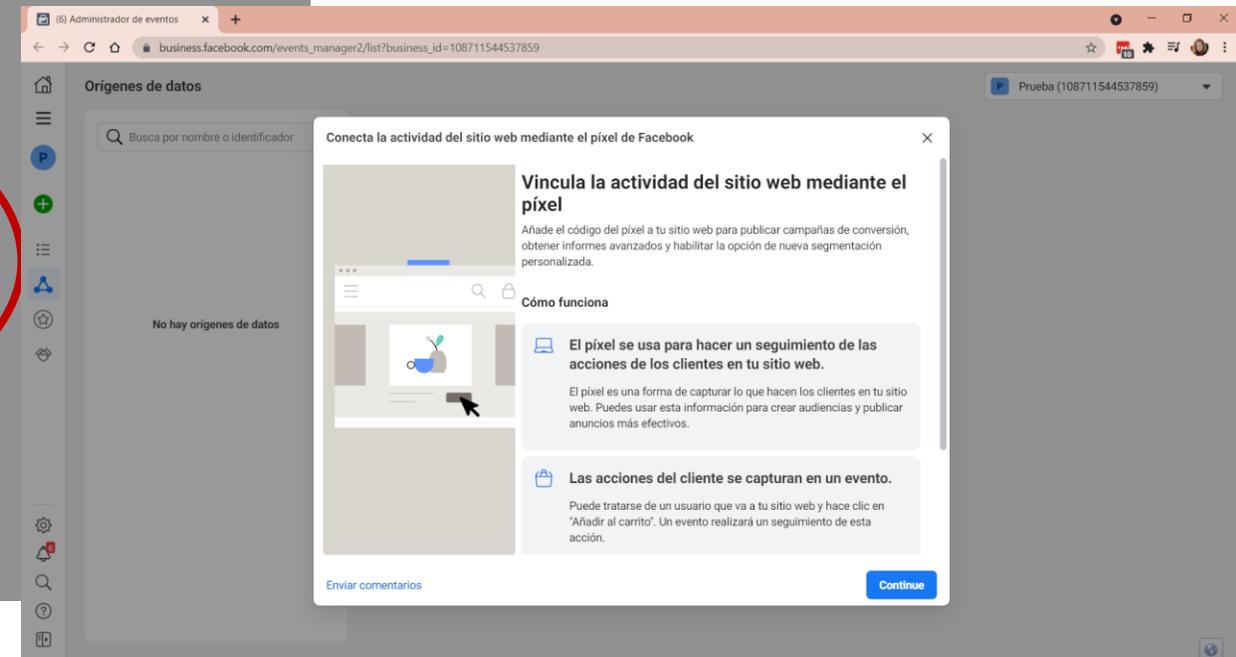
Configura eventos del sitio web

Selecciona un método de conexión
Elige cómo quieres conectar tu sitio web para empezar a enviar eventos del sitio web.

- API de conversiones**
Envía eventos del sitio web y parámetros directamente desde tu servidor con una API.
[Más información](#)
- Píxel de Facebook** (seleccionado)
Envía eventos del sitio web y parámetros a través de los navegadores que usan tus clientes cuando interactúan con tu sitio web.
[Más información](#)

Enviar comentarios

Atrás **Conectar**



Administrador de eventos

business.facebook.com/events_manager2/list?business_id=108711544537859

Prueba (108711544537859)

Busca por nombre o identificador

No hay orígenes de datos

Conecta la actividad del sitio web mediante el píxel de Facebook

Vincula la actividad del sitio web mediante el píxel
Añade el código del píxel a tu sitio web para publicar campañas de conversión, obtener informes avanzados y habilitar la opción de nueva segmentación personalizada.

Cómo funciona

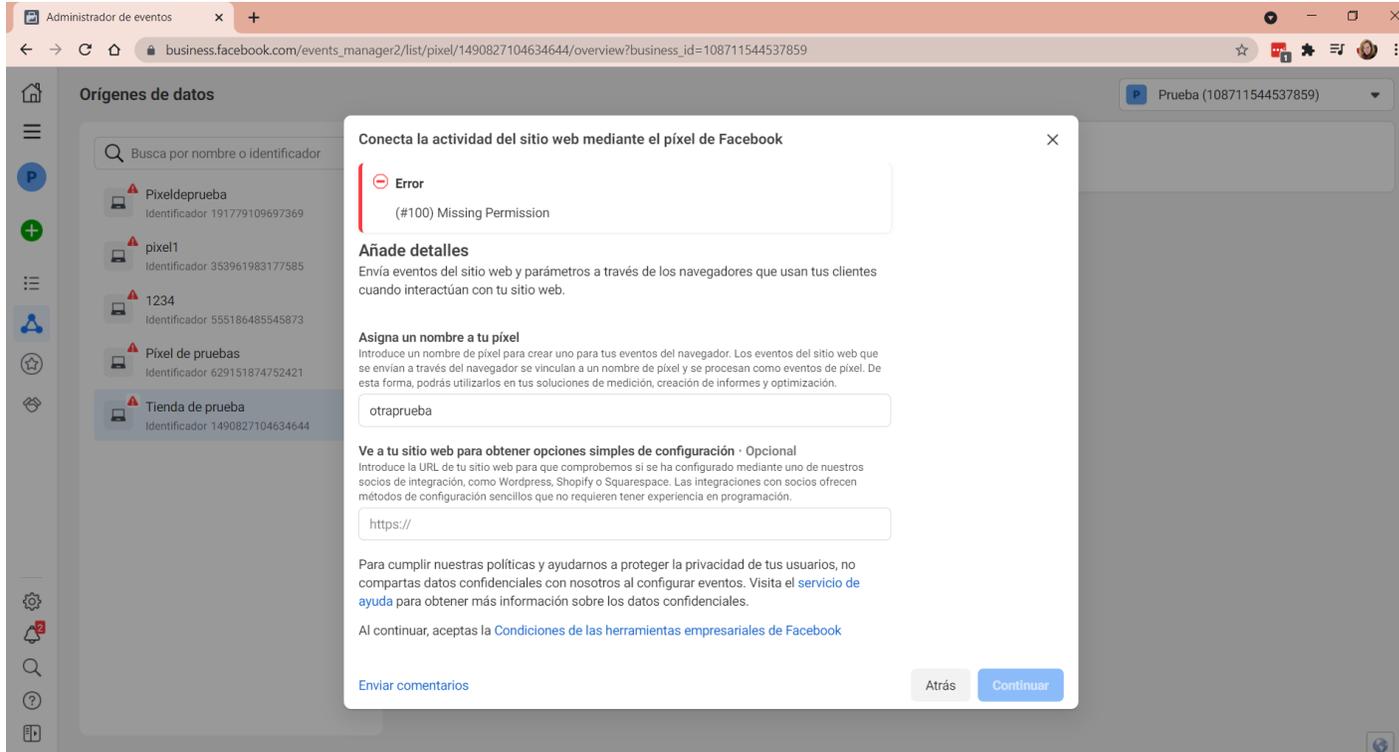
- El píxel se usa para hacer un seguimiento de las acciones de los clientes en tu sitio web.**
El píxel es una forma de capturar lo que hacen los clientes en tu sitio web. Puedes usar esta información para crear audiencias y publicar anuncios más efectivos.
- Las acciones del cliente se capturan en un evento.**
Puede tratarse de un usuario que va a tu sitio web y hace clic en "Añadir al carrito". Un evento realizará un seguimiento de esta acción.

Enviar comentarios

Continue

Sincronización del catálogo

Cómo crear el Pixel de Facebook



Administrador de eventos

business.facebook.com/events_manager2/list/pixel/1490827104634644/overview?business_id=108711544537859

Prueba (108711544537859)

Orígenes de datos

Busca por nombre o identificador

- Pixeldeprueba
Identificador 191779109697369
- pixel1
Identificador 353961983177585
- 1234
Identificador 555186485545873
- Pixel de pruebas
Identificador 629151874752421
- Tienda de prueba
Identificador 1490827104634644

Conecta la actividad del sitio web mediante el píxel de Facebook

Error
(#100) Missing Permission

Añade detalles
Envía eventos del sitio web y parámetros a través de los navegadores que usan tus clientes cuando interactúan con tu sitio web.

Asigna un nombre a tu píxel
Introduce un nombre de píxel para crear uno para tus eventos del navegador. Los eventos del sitio web que se envían a través del navegador se vinculan a un nombre de píxel y se procesan como eventos de píxel. De esta forma, podrás utilizarlos en tus soluciones de medición, creación de informes y optimización.

otraprueba

Ve a tu sitio web para obtener opciones simples de configuración · Opcional
Introduce la URL de tu sitio web para que comprobemos si se ha configurado mediante uno de nuestros socios de integración, como Wordpress, Shopify o Squarespace. Las integraciones con socios ofrecen métodos de configuración sencillos que no requieren tener experiencia en programación.

https://

Para cumplir nuestras políticas y ayudarnos a proteger la privacidad de tus usuarios, no compartas datos confidenciales con nosotros al configurar eventos. Visita el [servicio de ayuda](#) para obtener más información sobre los datos confidenciales.

Al continuar, aceptas la [Condiciones de las herramientas empresariales de Facebook](#)

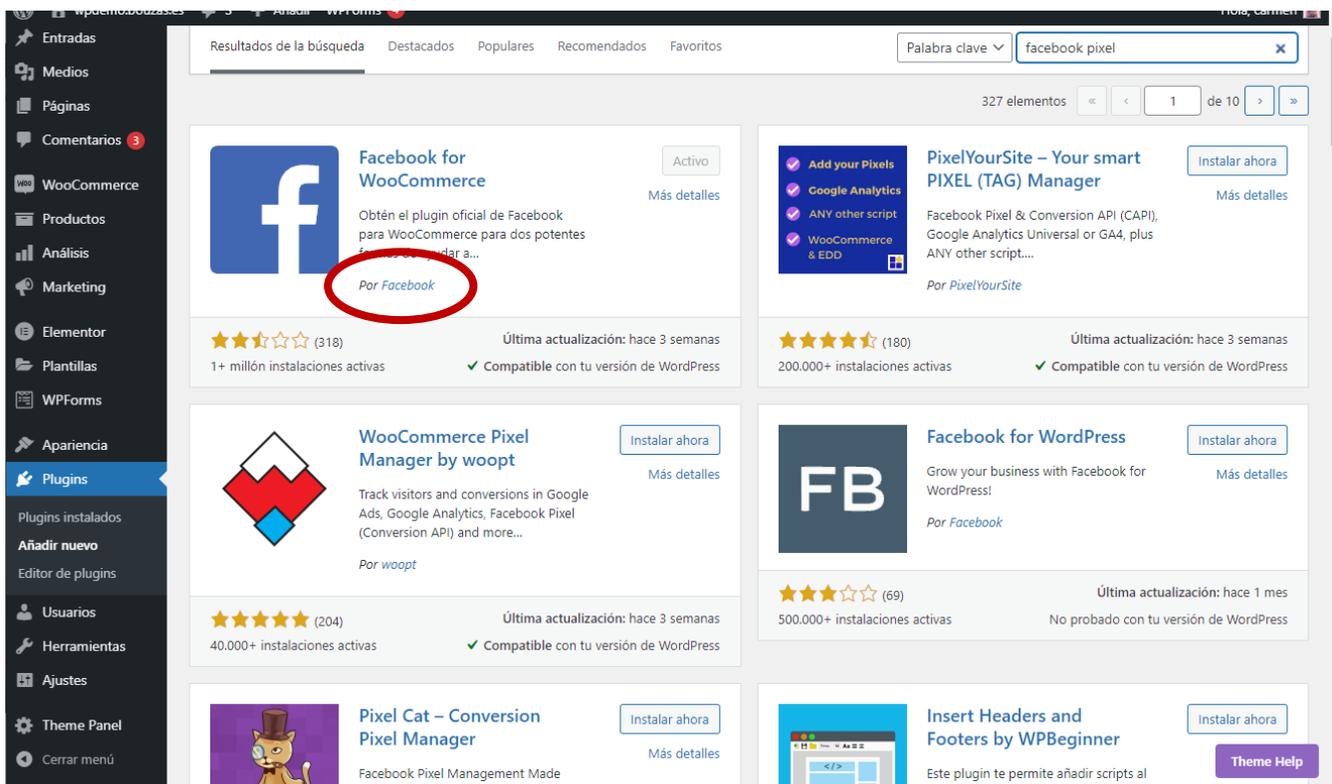
Enviar comentarios

Atrás Continuar

Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el pixel en la página web

- Para instalar el Píxel en tu web con Woocommerce, es necesario instalar un plugin adecuado. Existen varias posibilidades. Entre todos los plugins disponibles, hay uno que es el “Oficial” de Facebook.

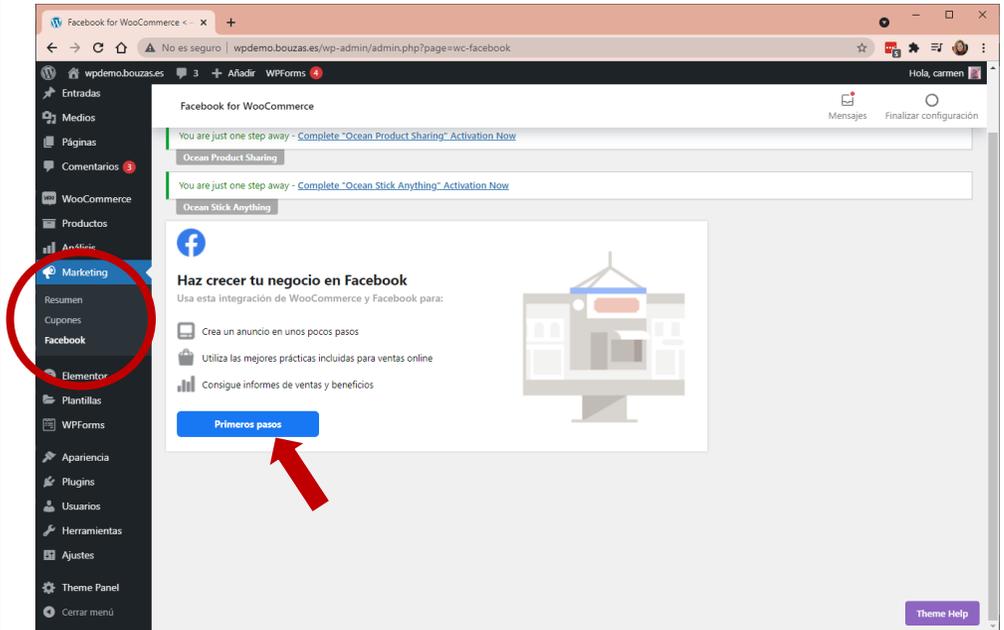
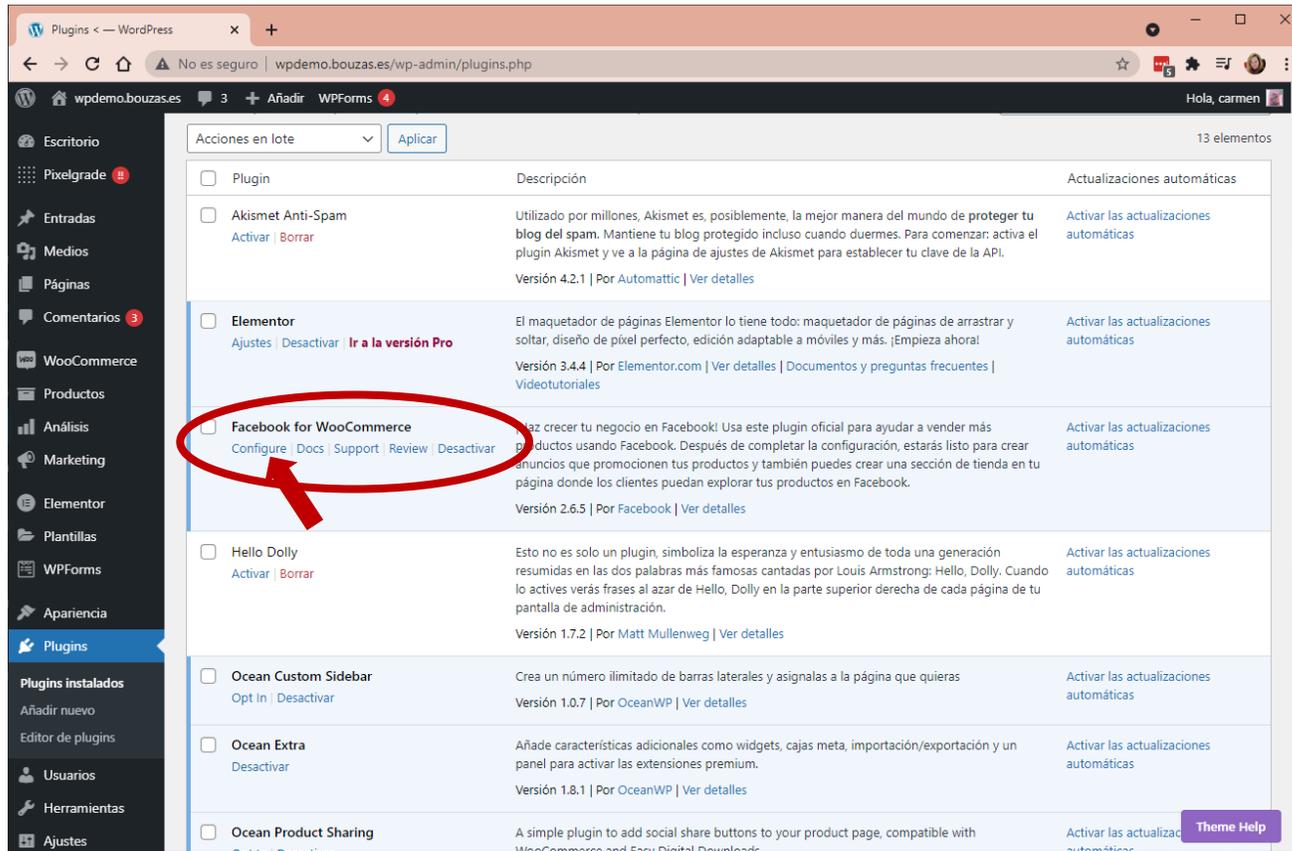


The screenshot shows the WordPress plugin directory search results for 'facebook pixel'. The search bar at the top contains 'facebook pixel' and shows 327 results. The first result is 'Facebook for WooCommerce' by Facebook, which is highlighted with a red circle around the 'Por Facebook' text. Other visible results include 'PixelYourSite - Your smart PIXEL (TAG) Manager', 'WooCommerce Pixel Manager by woopt', 'Facebook for WordPress', and 'Pixel Cat - Conversion Pixel Manager'.

Instalamos y activamos el plugin que hayamos elegido. Y pasamos a configurarlo.

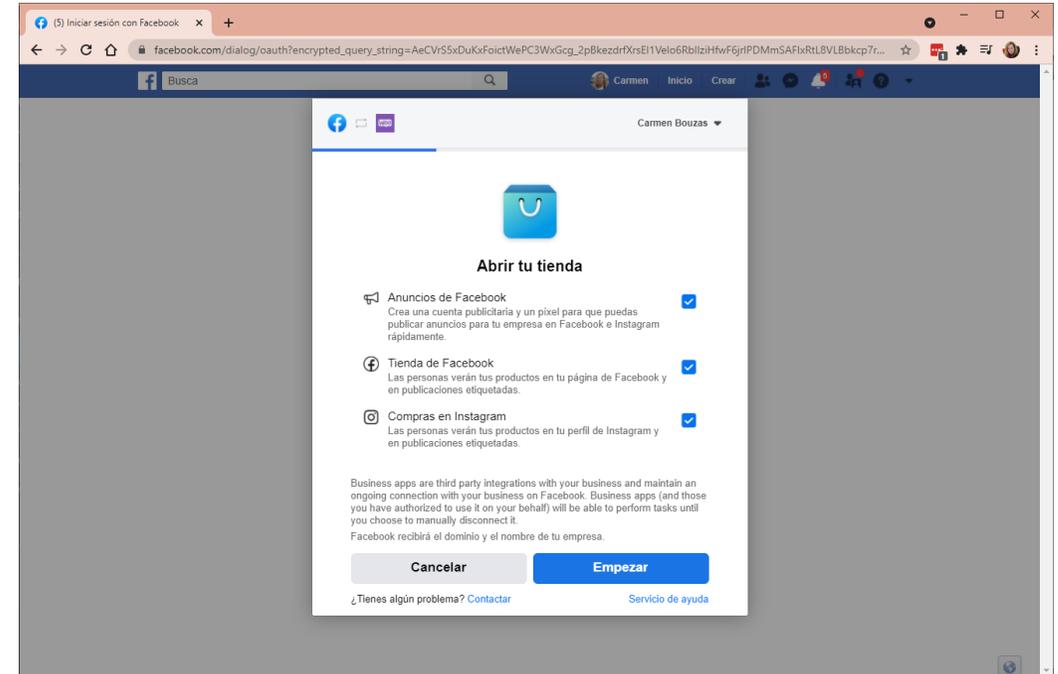
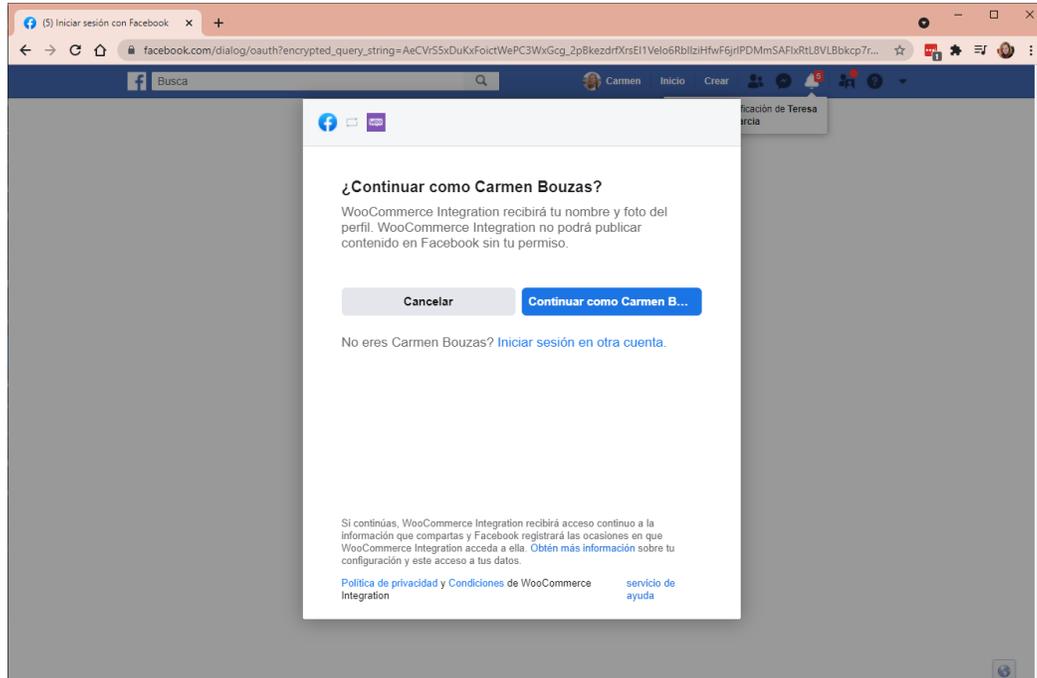
Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el plugin del píxel



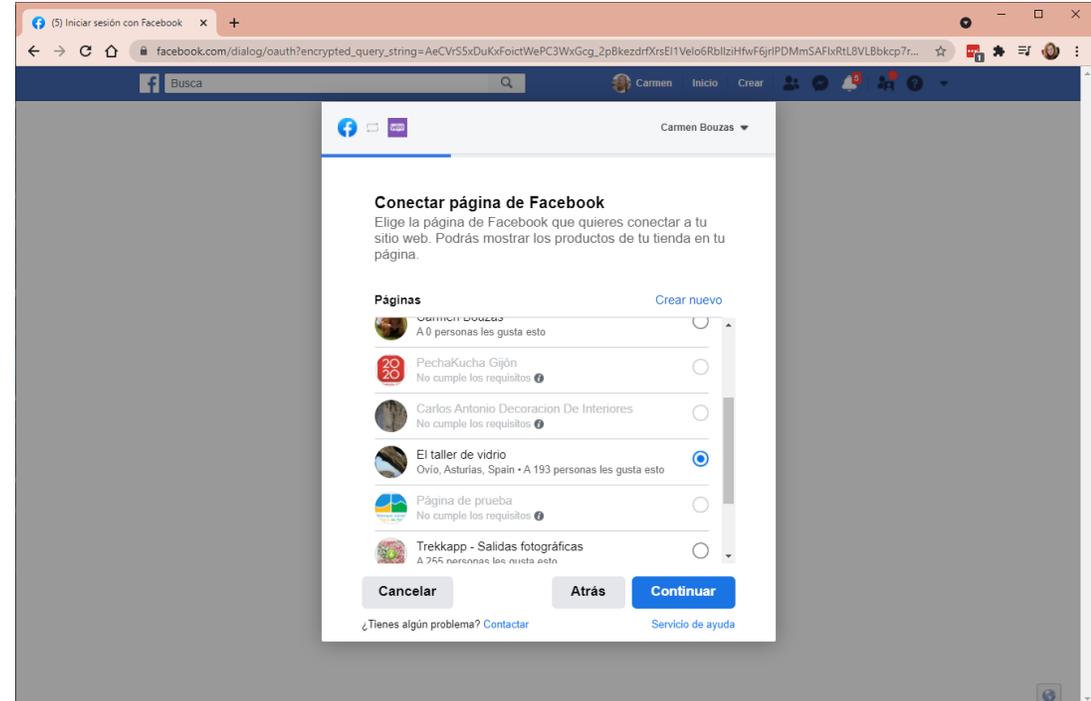
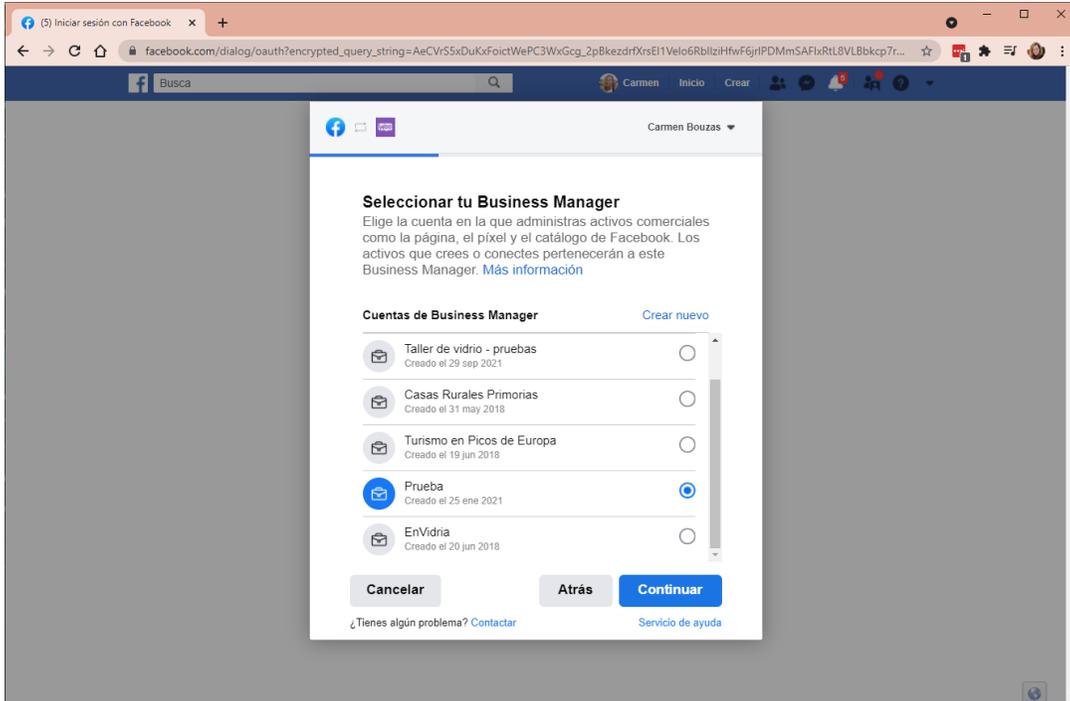
Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el plugin del píxel



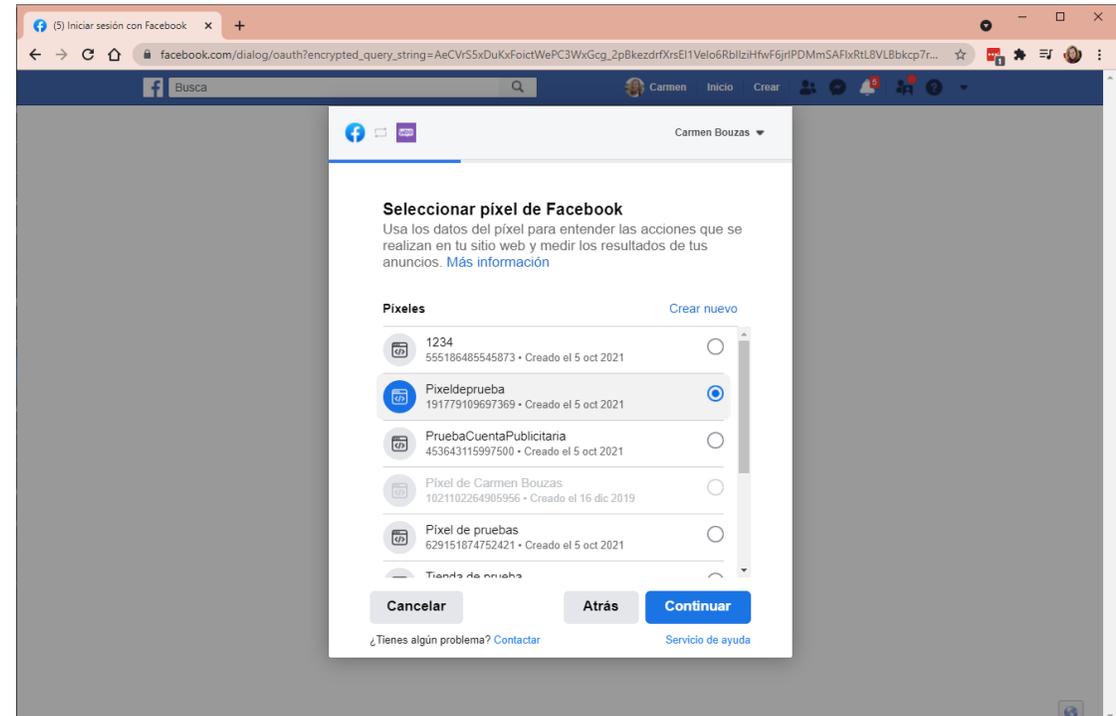
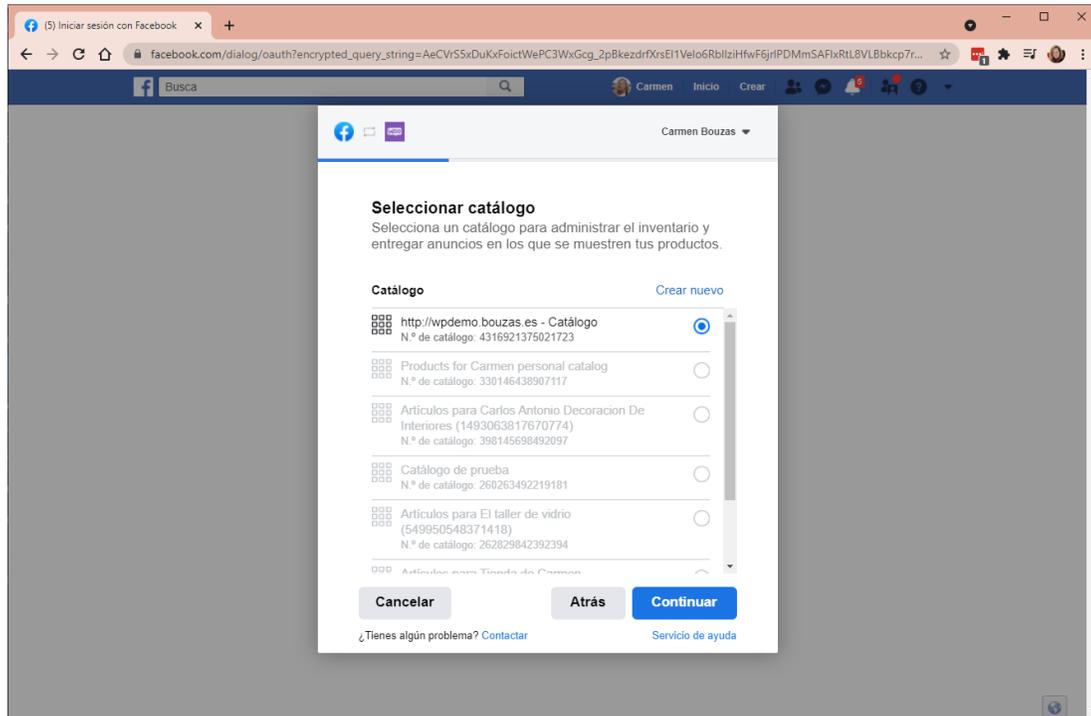
Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el plugin del píxel



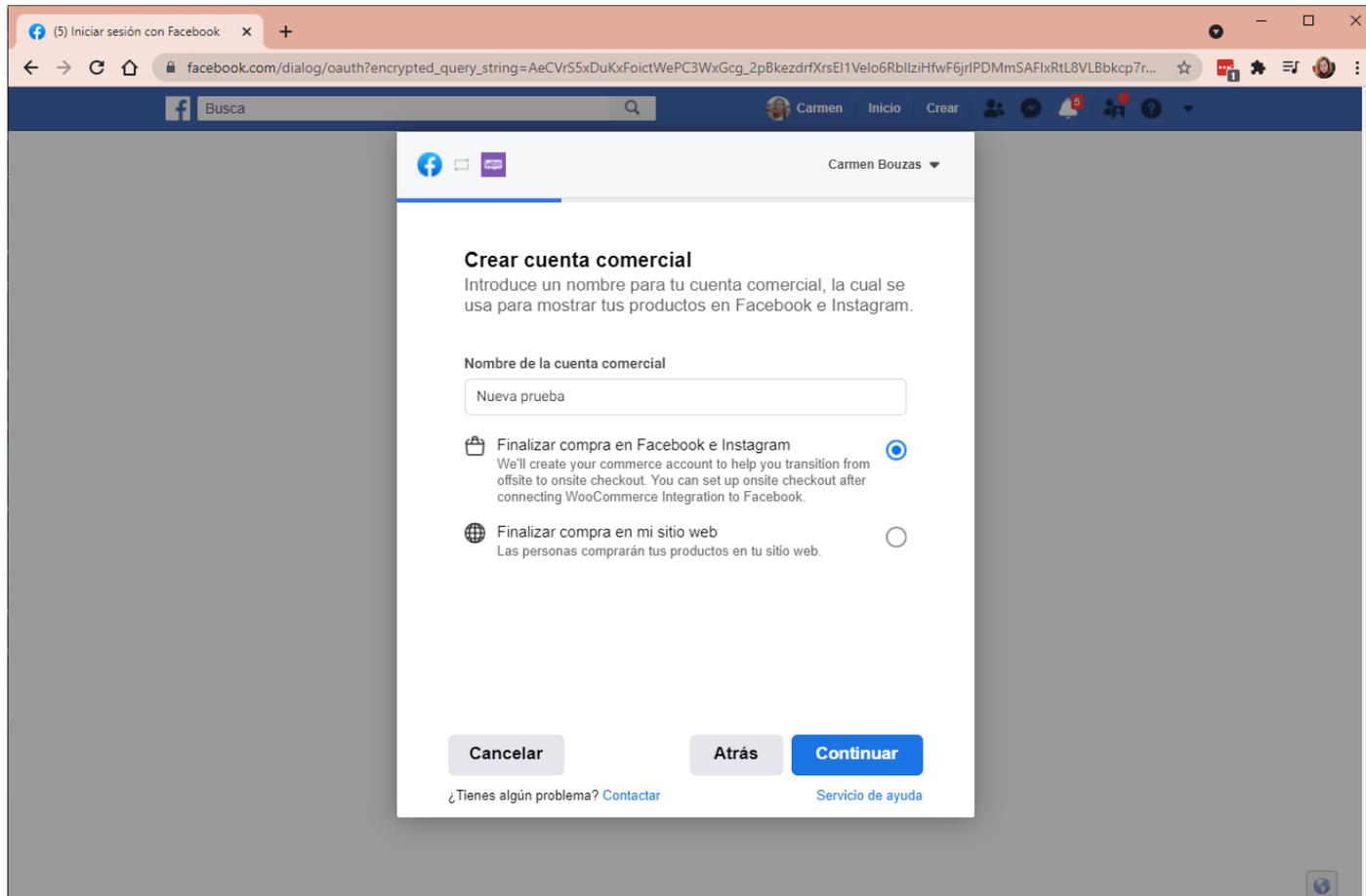
Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el plugin del píxel



Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el plugin del píxel

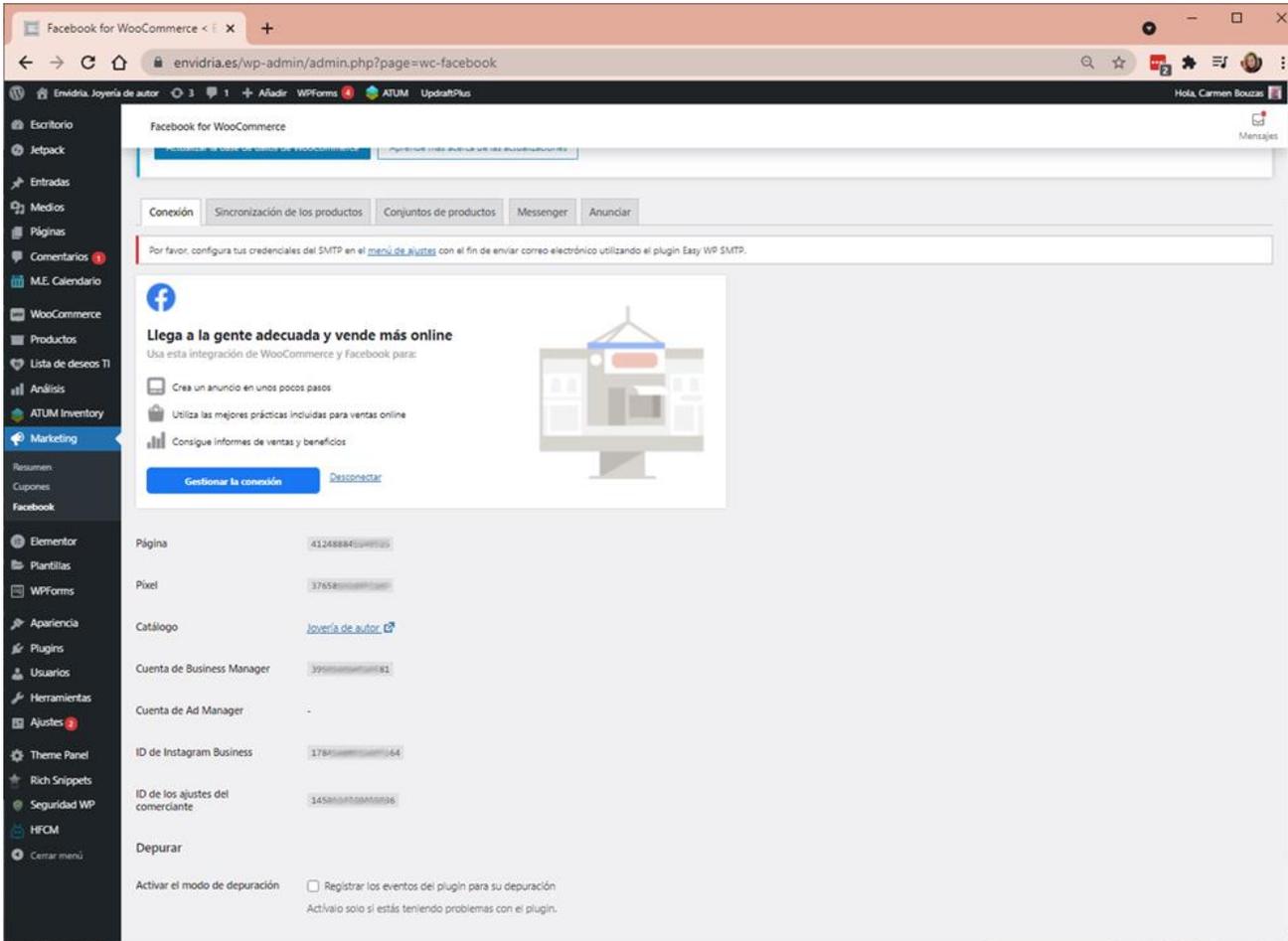


Vincular el Pixel en Wordpress / Woocommerce

Configurar el plugin del píxel

Cuando hemos terminado el proceso, veremos una ventana como esta. Desde aquí podremos gestionar la conexión y modificar los parámetros de la misma, cuando sea necesario.

El píxel puede integrarse también con otras plataformas de ecommerce. Busca instrucciones concretas (y actualizadas) para la tuya.



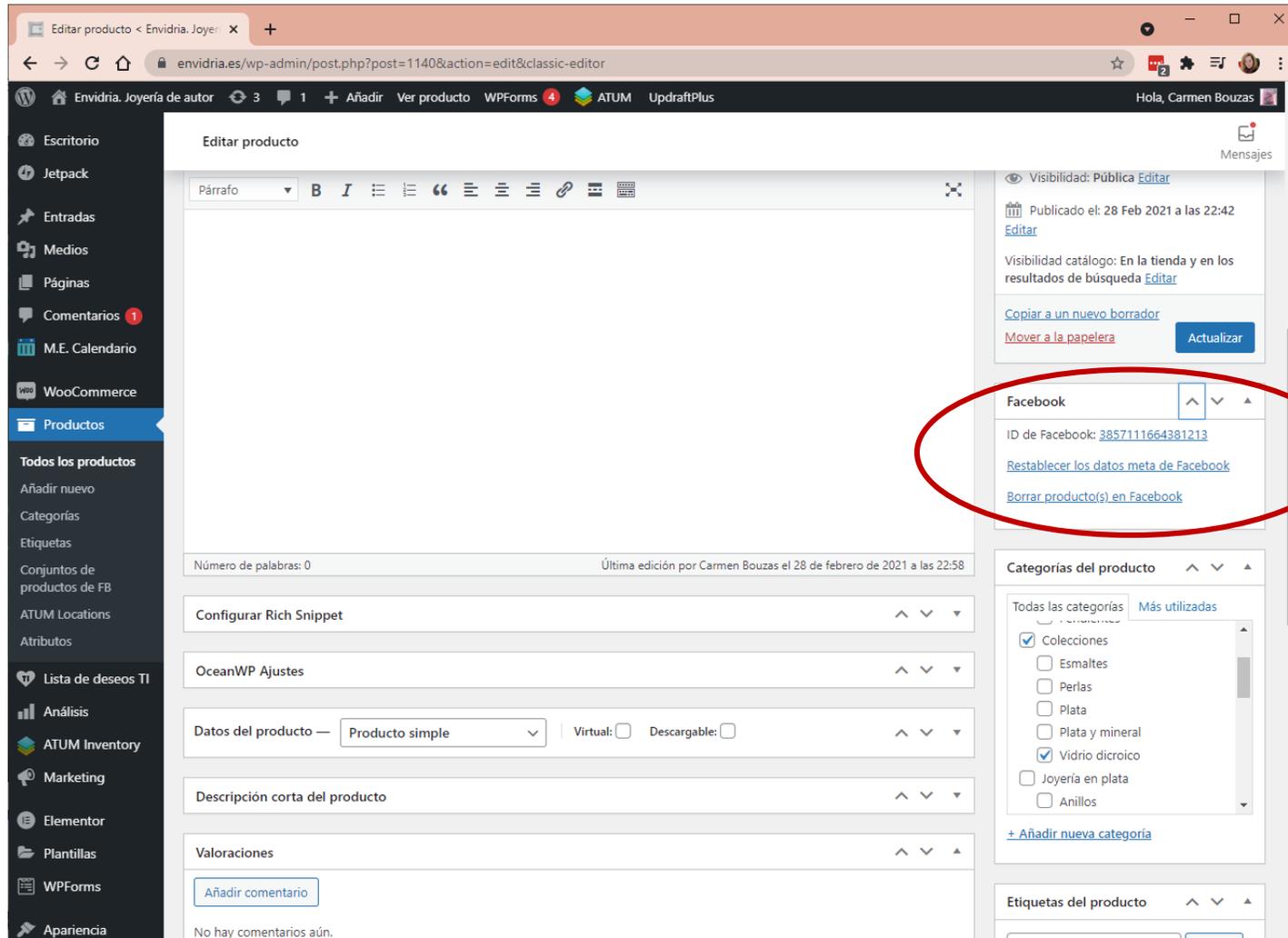
The screenshot shows the 'Facebook for WooCommerce' configuration page. At the top, there are tabs for 'Conexión', 'Sincronización de los productos', 'Conjuntos de productos', 'Messenger', and 'Anunciar'. Below the tabs, there is a message: 'Por favor, configura tus credenciales del SMTP en el [menú de ajustes](#) con el fin de enviar correo electrónico utilizando el plugin Easy WP SMTP.' The main content area features a Facebook logo and the heading 'Llega a la gente adecuada y vende más online'. Below this, there are three bullet points: 'Crea un anuncio en unos pocos pasos', 'Utiliza las mejores prácticas incluidas para ventas online', and 'Consigue informes de ventas y beneficios'. There are two buttons: 'Gestionar la conexión' and 'Desconectar'. Below this, there is a table with configuration details:

Página	412488840000000
Pixel	376580000000000
Catálogo	Joyería de autor
Cuenta de Business Manager	399000000000000
Cuenta de Ad Manager	-
ID de Instagram Business	178000000000000
ID de los ajustes del comerciante	145000000000000

At the bottom, there is a 'Depurar' section with the text 'Activar el modo de depuración' and a checkbox for 'Registrar los eventos del plugin para su depuración'. Below the checkbox, it says 'Actívalo solo si estás teniendo problemas con el plugin.'

Integración del píxel en Woocommerce

Configurar el plugin del píxel



The screenshot shows the WordPress product editor interface. The 'Facebook' section is highlighted with a red circle. It contains the following information:

- Facebook ID: 3857111664381213
- Restablecer los datos meta de Facebook
- Borrar producto(s) en Facebook

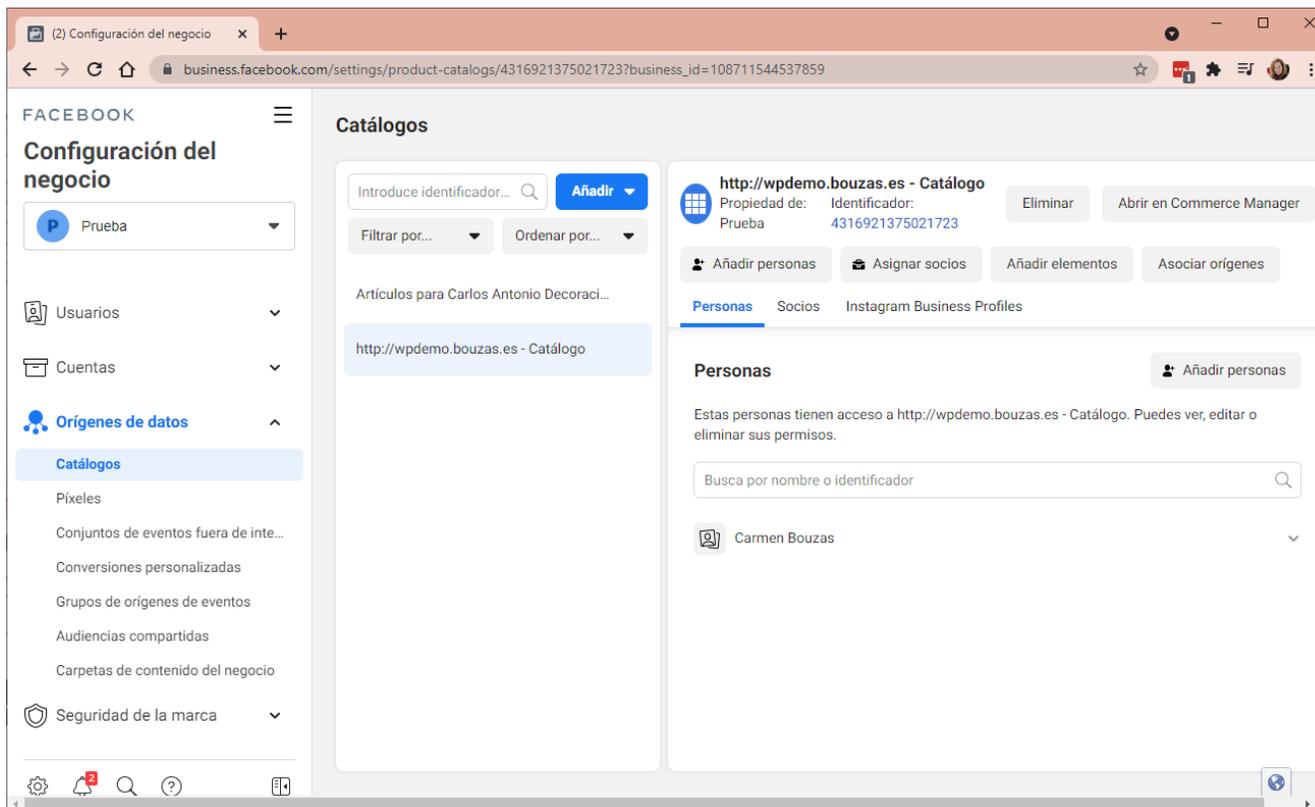
Other visible sections include 'Visibilidad', 'Publicado el: 28 Feb 2021 a las 22:42', 'Categorías del producto' (with 'Colecciones' and 'Vidrio dicróico' selected), and 'Etiquetas del producto'.

En las fichas de producto veré un cuadro con información sobre su publicación en Facebook y su ID.

Cambiar método de compra en la Tienda de Facebook

Cambiar el método de compra

- No es posible modificar el método de compra una vez elegido.
- Para seleccionar un método de compra nuevo, es necesario eliminar el catálogo creado, y crear uno nuevo con el nuevo método de compra.



- Para eliminar el catálogo actual, debemos ir a la configuración del negocio > Orígenes de datos > Catálogo
- Al eliminar el catálogo, la tienda también desaparece. Así podré crear una nueva, con el método de compra que me interese.
- Aunque puedo tener varios catálogos en una tienda, no pueden tener métodos de compra diferentes.

Variantes

- Son variaciones del mismo artículo: por ejemplo tallas, colores, etc.
- Podemos añadir variantes tanto de manera manual, como empleando una lista de datos
- Si tenemos una tienda online conectada con el píxel, también se sincronizarán las variantes a la Tienda de Facebook

Añadir variantes desde una hoja de datos

id	title	item_group_id	color	size	link
1234	Camisa azul	Shirt_1	azul	pequeña	http://www.jaspersmarket.com/products/blue_shirt
5678	Camisa roja	Shirt_1	rojo	pequeña	http://www.jaspersmarket.com/products/red_shirt
9123	Camisa verde	Shirt_1	verde	grande	http://www.jaspersmarket.com/products/green_shirt

- Todas las variantes de un mismo producto, deben tener el mismo valor en `item_group_id`
- Hay que rellenar los mismos atributos en todas las variantes.
- Es posible añadir hasta 800 variantes del mismo artículo con una lista de datos, pero si añades más de 300 verás una advertencia

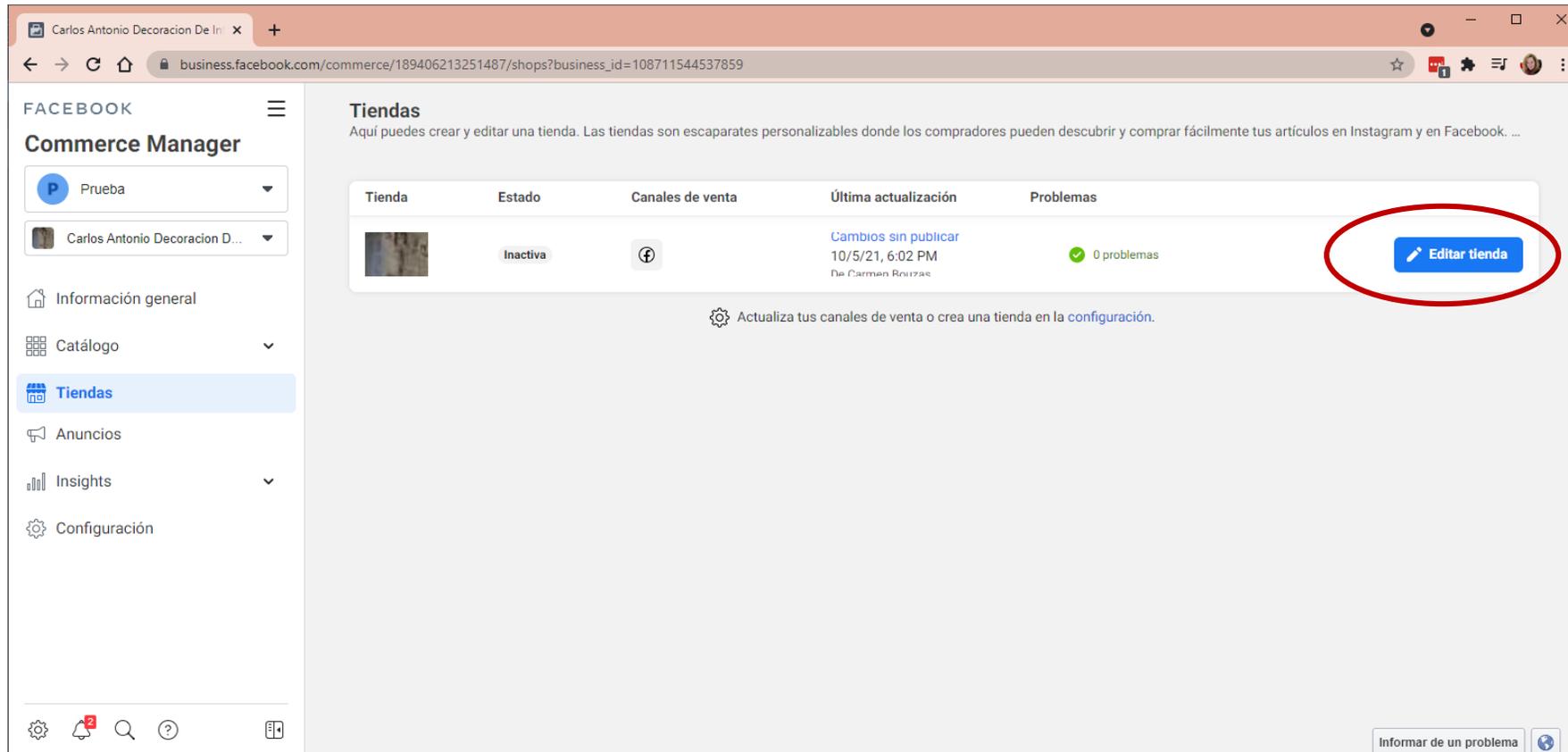
Conjuntos

Qué son los conjuntos

- Grupo de artículos de tu catálogo. Creando conjuntos podrás:
 - Crear anuncios dinámicos.
 - Crear colecciones a partir de los catálogos, para mostrarlos en la tienda.
- Puedo crearlos desde WooCommerce (seleccionando una categoría determinada de mi tienda online) o bien desde el administrador de Facebook
- Por el momento, no es posible crearlos mediante la lista de datos.

- Un conjunto para anuncios debe tener un mínimo de 4 artículos.
- Un conjunto para una colección para la tienda, tiene suficiente con 2 artículos.
- Si un conjunto tiene distintas variantes, sólo se mostrará una de ellas en los anuncios y en los canales de ventas. Si quieres mostrarlas todas, tendrás que ponerlas como productos individuales (eliminando, por ejemplo, los valores de la columna `ítem_group_id`).

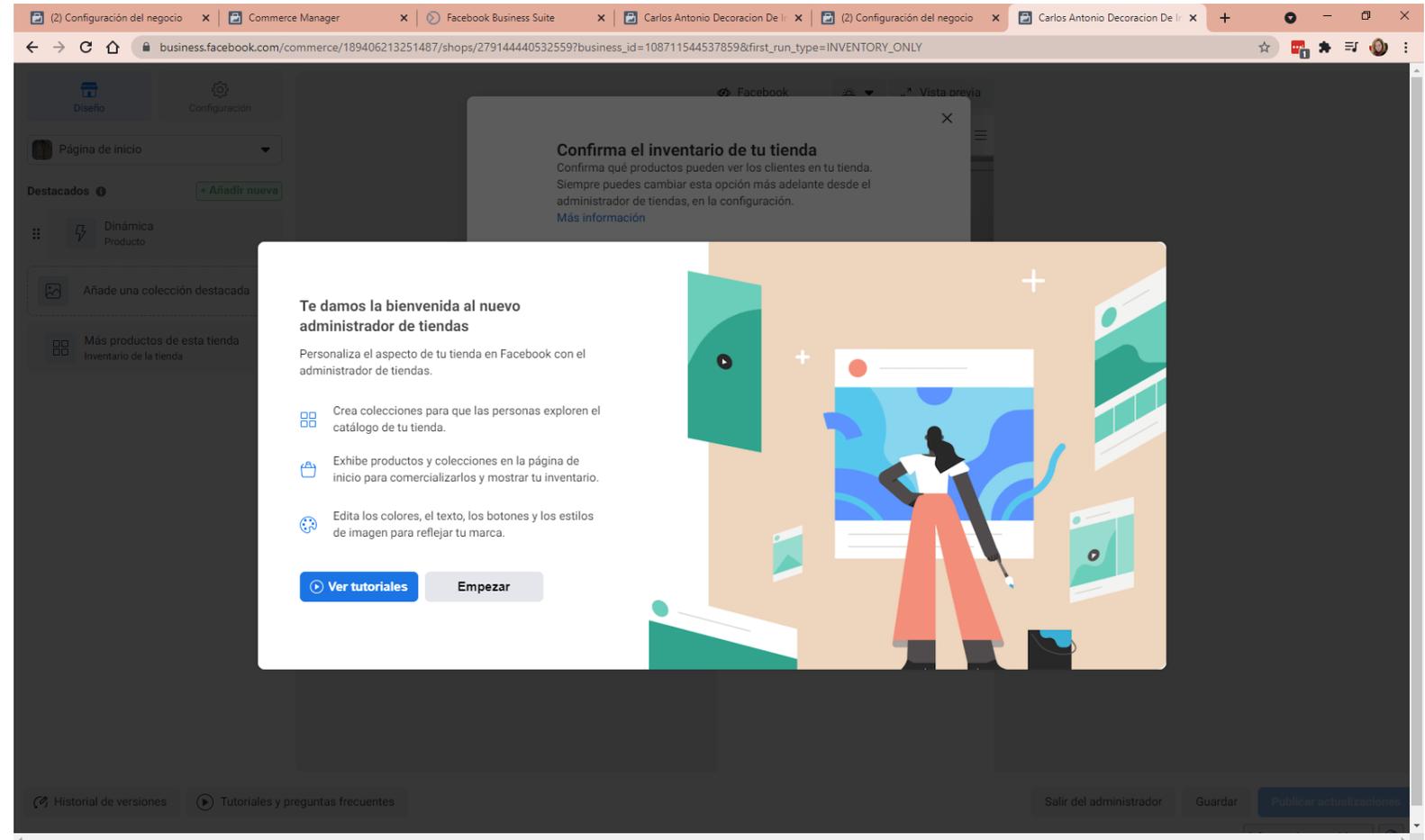
Personalizar la tienda

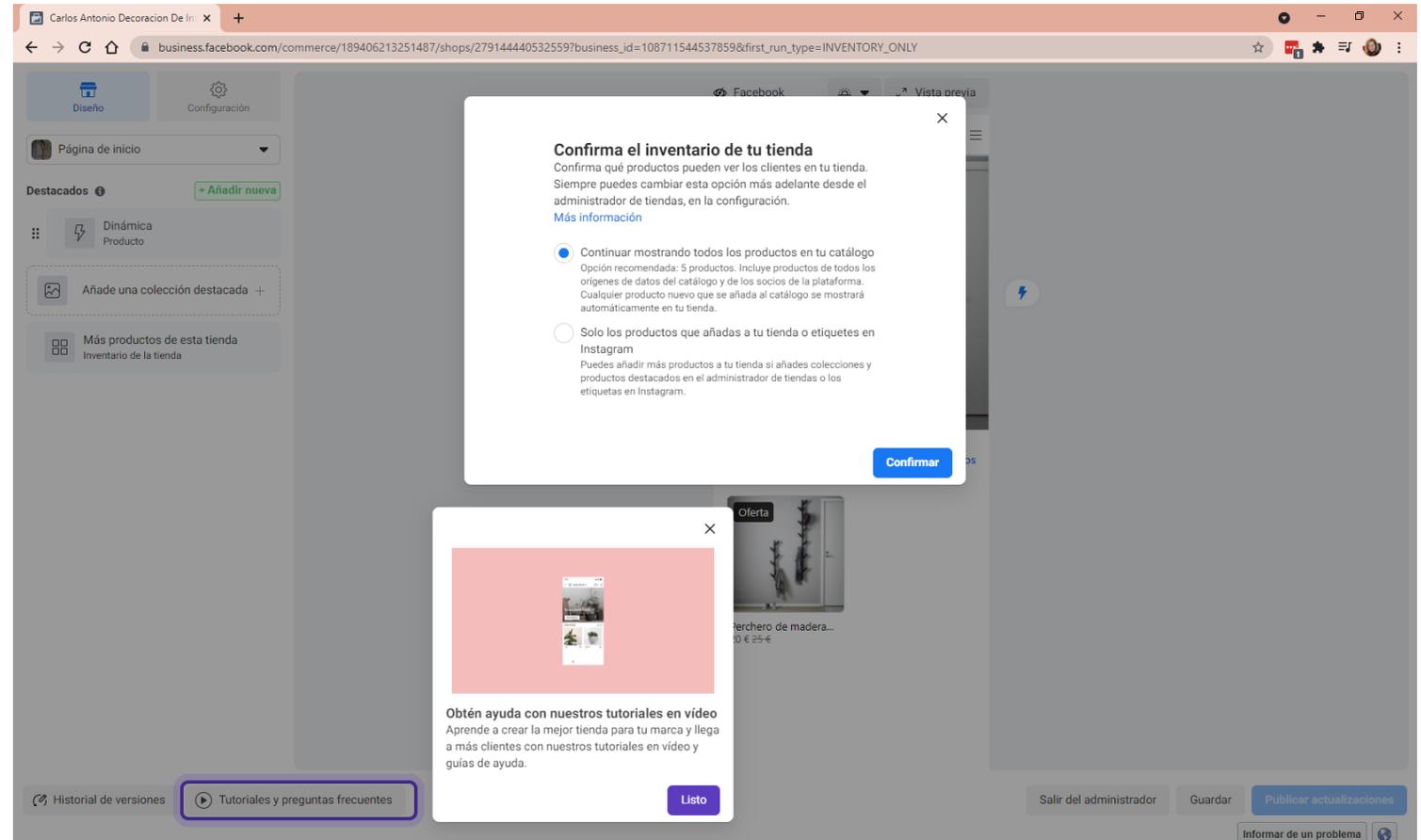


The screenshot shows the Facebook Commerce Manager interface. The left sidebar contains navigation options: Prueba, Carlos Antonio Decoracion D..., Información general, Catálogo, Tiendas (highlighted), Anuncios, Insights, and Configuración. The main content area is titled 'Tiendas' and includes a table with columns: Tienda, Estado, Canales de venta, Última actualización, and Problemas. A red circle highlights the 'Editar tienda' button in the 'Problemas' column of the first row. Below the table, there is a message: 'Actualiza tus canales de venta o crea una tienda en la configuración.'

Tienda	Estado	Canales de venta	Última actualización	Problemas
	Inactiva		Cambios sin publicar 10/5/21, 6:02 PM De Carmen Bouzas	 0 problemas

- Colecciones y personalización de lo que se muestra en la portada de la tienda.
- Los cambios realizados no se publicarán de inmediato en la tienda, sino que Facebook los revisará antes.





Carlos Antonio Decoracion De In x +

business.facebook.com/commerce/189406213251487/shops/279144440532559?business_id=108711544537859&first_run_type=INVENTORY_ONLY

Diseño Configuración

Página de inicio

Destacados + Añadir nueva

Dinámica Producto

Añade una colección destacada +

Más productos de esta tienda Inventario de la tienda

Facebook Vista previa

Confirma el inventario de tu tienda

Confirma qué productos pueden ver los clientes en tu tienda. Siempre puedes cambiar esta opción más adelante desde el administrador de tiendas, en la configuración. [Más información](#)

- Continuar mostrando todos los productos en tu catálogo
Opción recomendada: 5 productos. Incluye productos de todos los orígenes de datos del catálogo y de los socios de la plataforma. Cualquier producto nuevo que se añada al catálogo se mostrará automáticamente en tu tienda.
- Solo los productos que añadas a tu tienda o etiquetas en Instagram
Puedes añadir más productos a tu tienda si añades colecciones y productos destacados en el administrador de tiendas o los etiquetas en Instagram.

Confirmar

Oferta

Perchero de madera...
g € 25-€

Obtén ayuda con nuestros tutoriales en vídeo
Aprende a crear la mejor tienda para tu marca y llega a más clientes con nuestros tutoriales en vídeo y guías de ayuda.

Historial de versiones Tutoriales y preguntas frecuentes Listo

Salir del administrador Guardar Publicar actualizaciones Informar de un problema



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

