

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

Facebook



¿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....

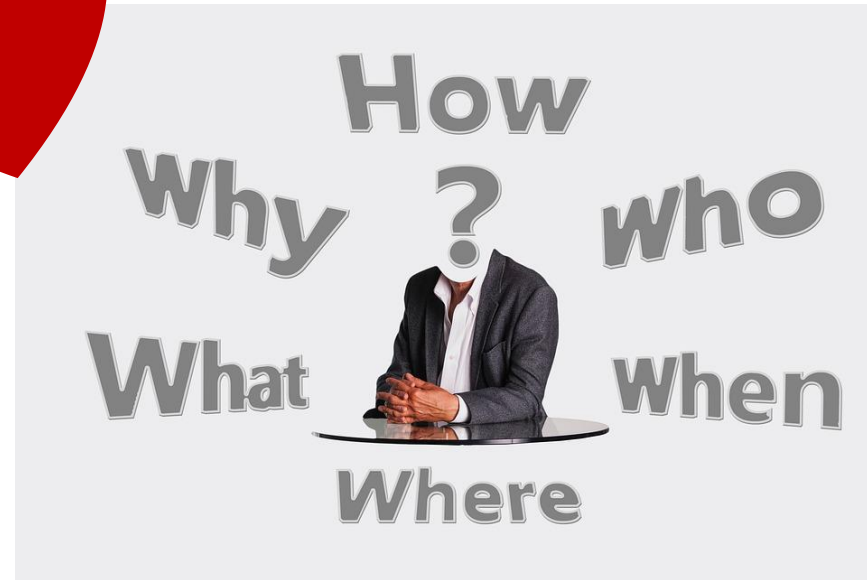
¿Conoces a tus clientes?



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?



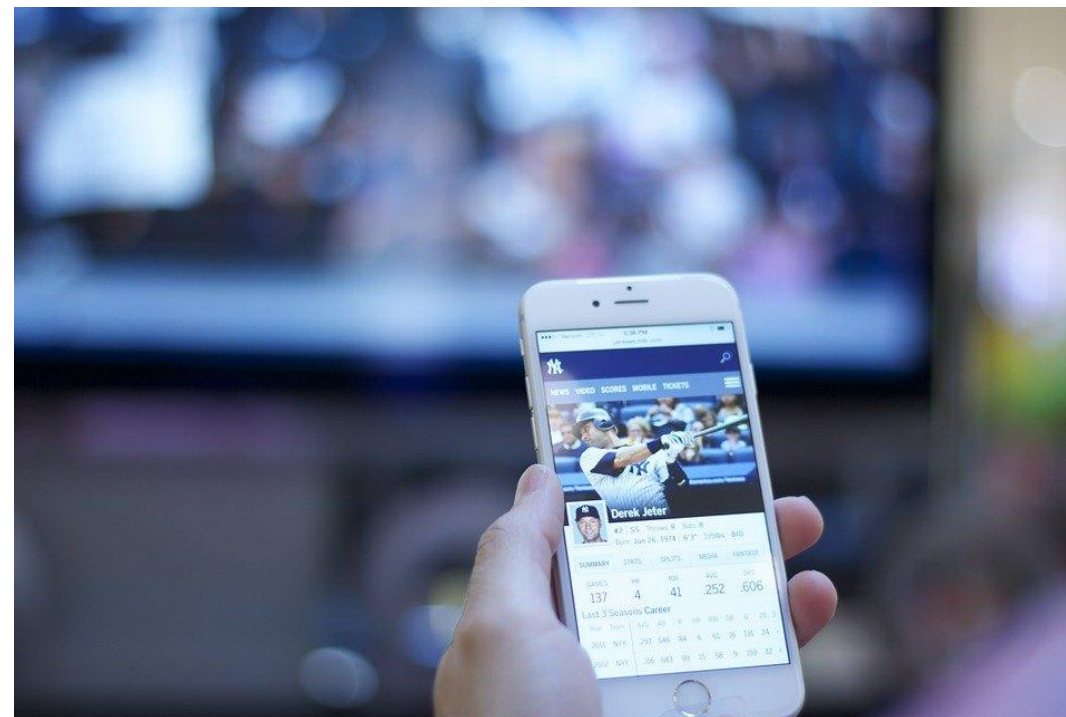
¿Entonces por qué dejas las redes sociales de tu pequeño comercio desatendidas?



Marketing tradicional



¿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

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



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

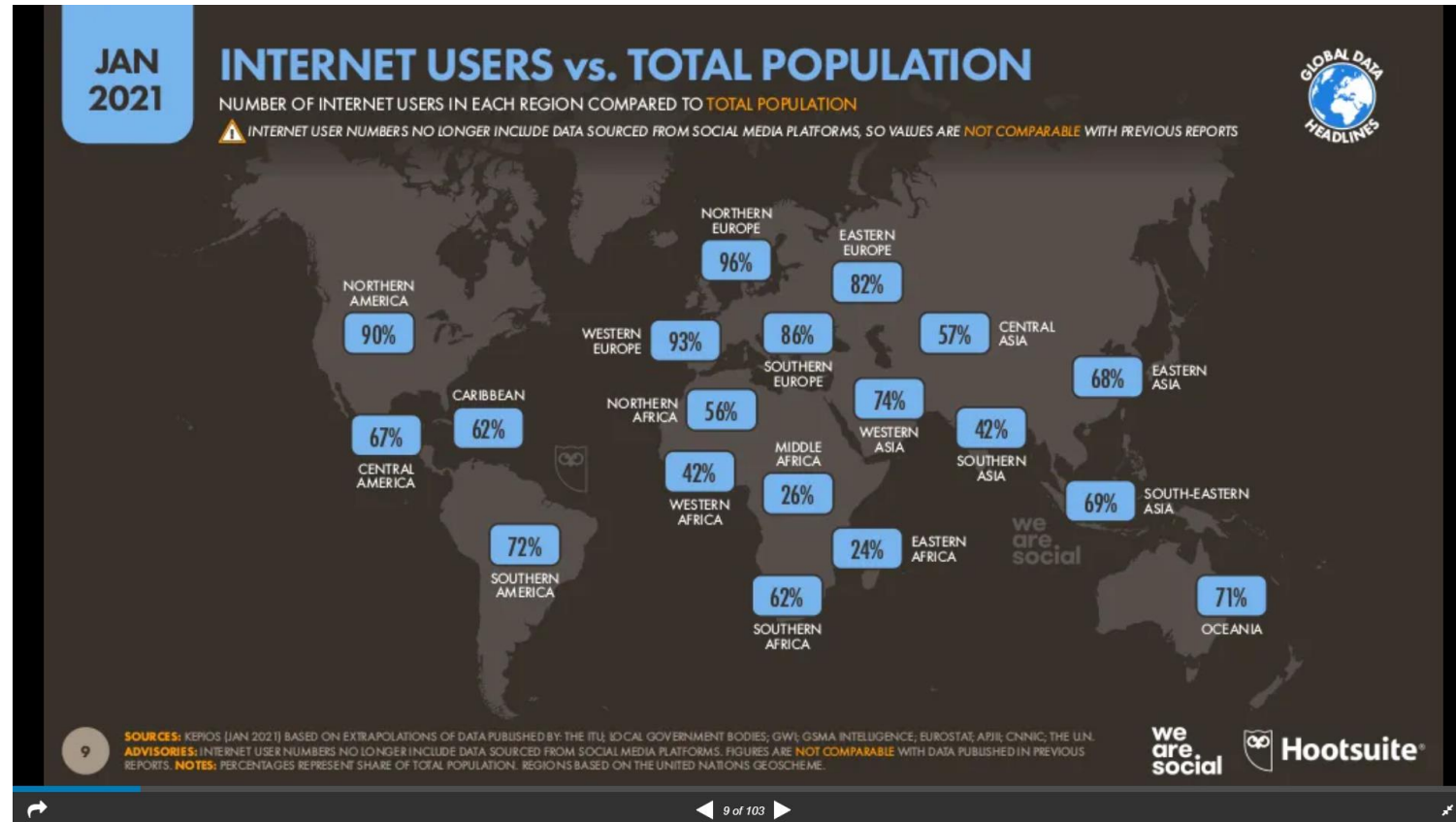
- Compra WhatsApp por 19.000 Millones de Dólares

2015

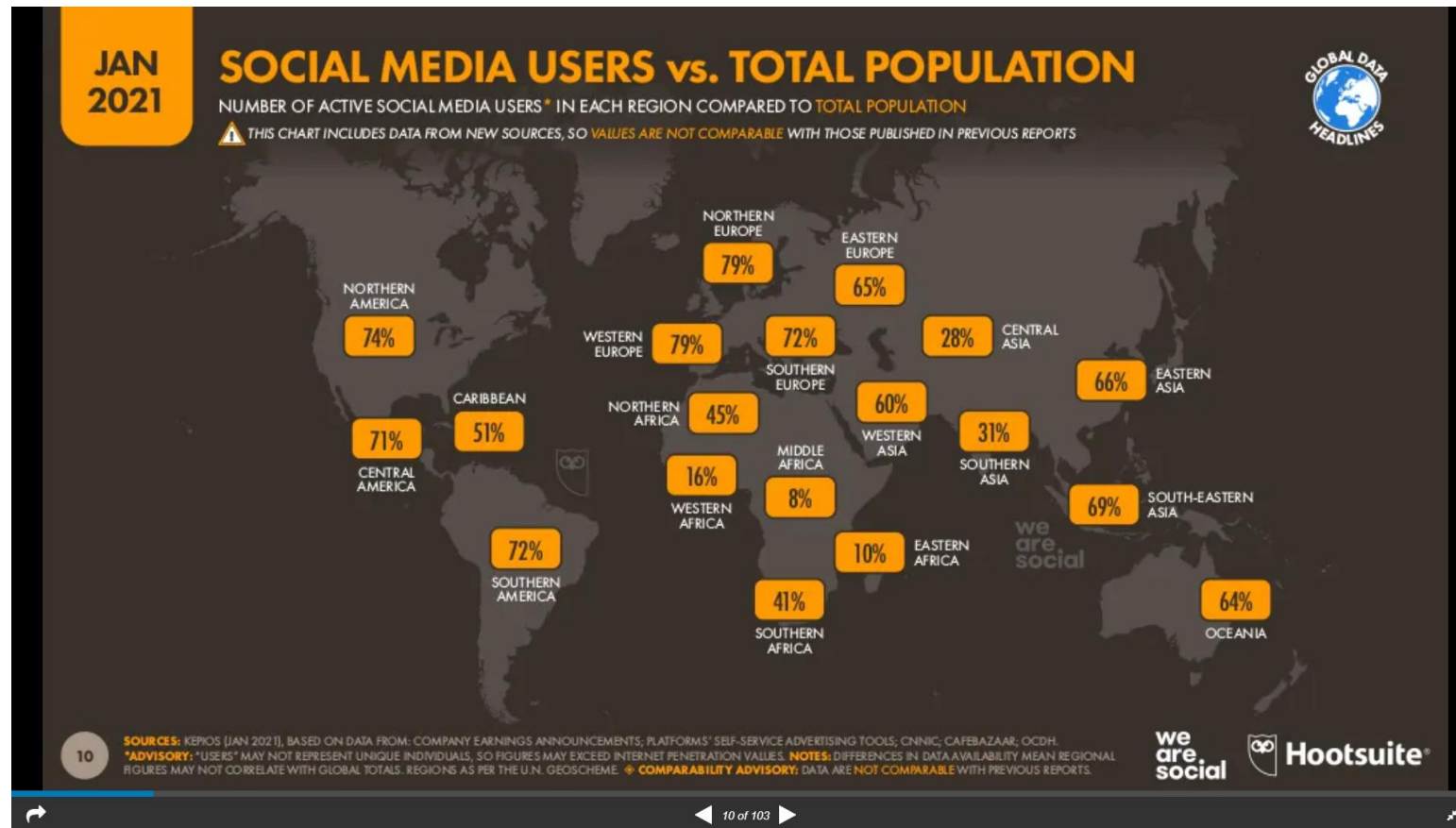
- Consigue llegar a los 1.000 millones de usuarios diarios

¿Debe mi comercio estar en redes sociales? Y si es así, ¿en cuales?

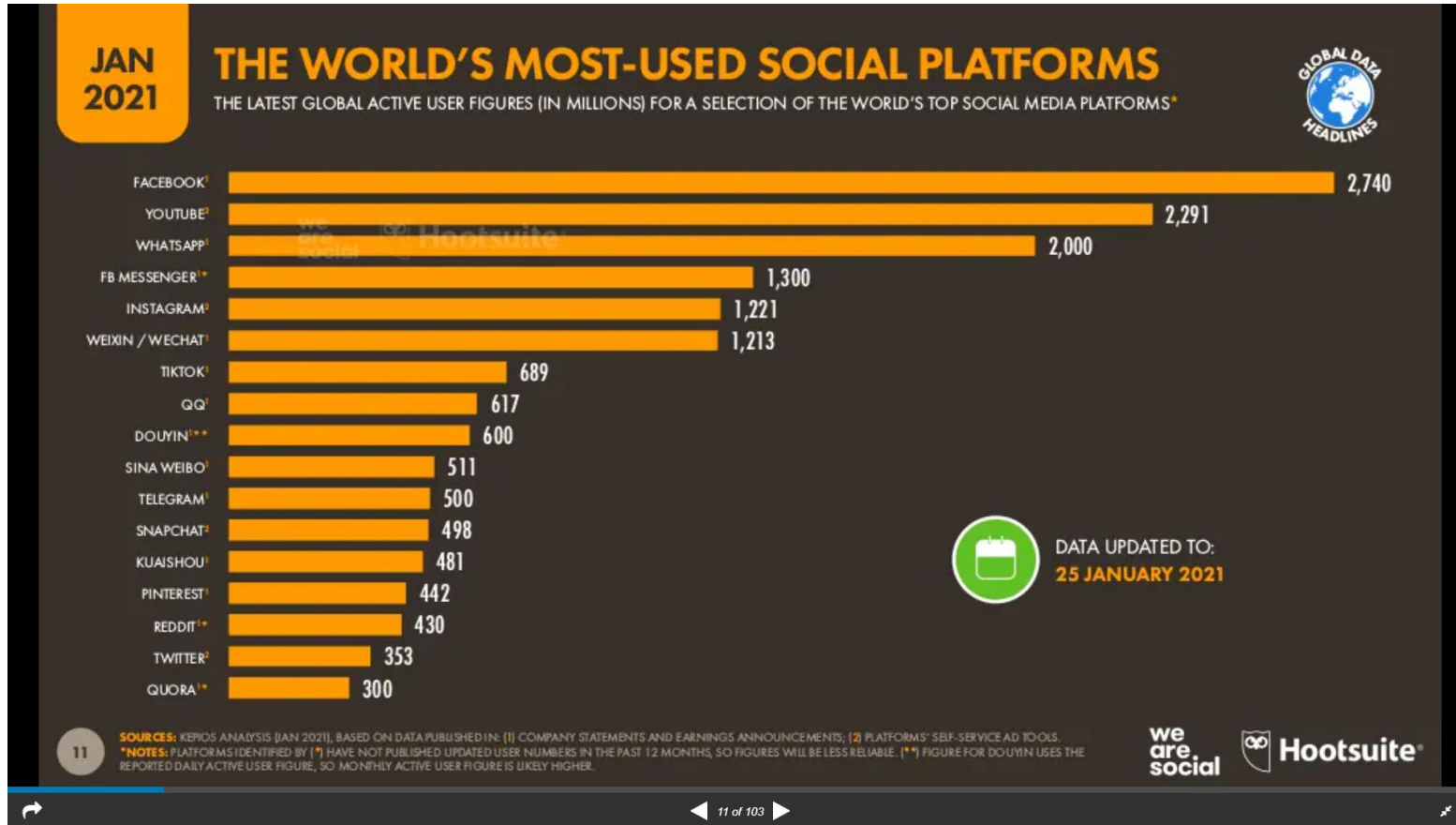
¿Están tus clientes en redes sociales?



¿Están tus clientes en redes sociales?



¿Tus clientes usan redes sociales?



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



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

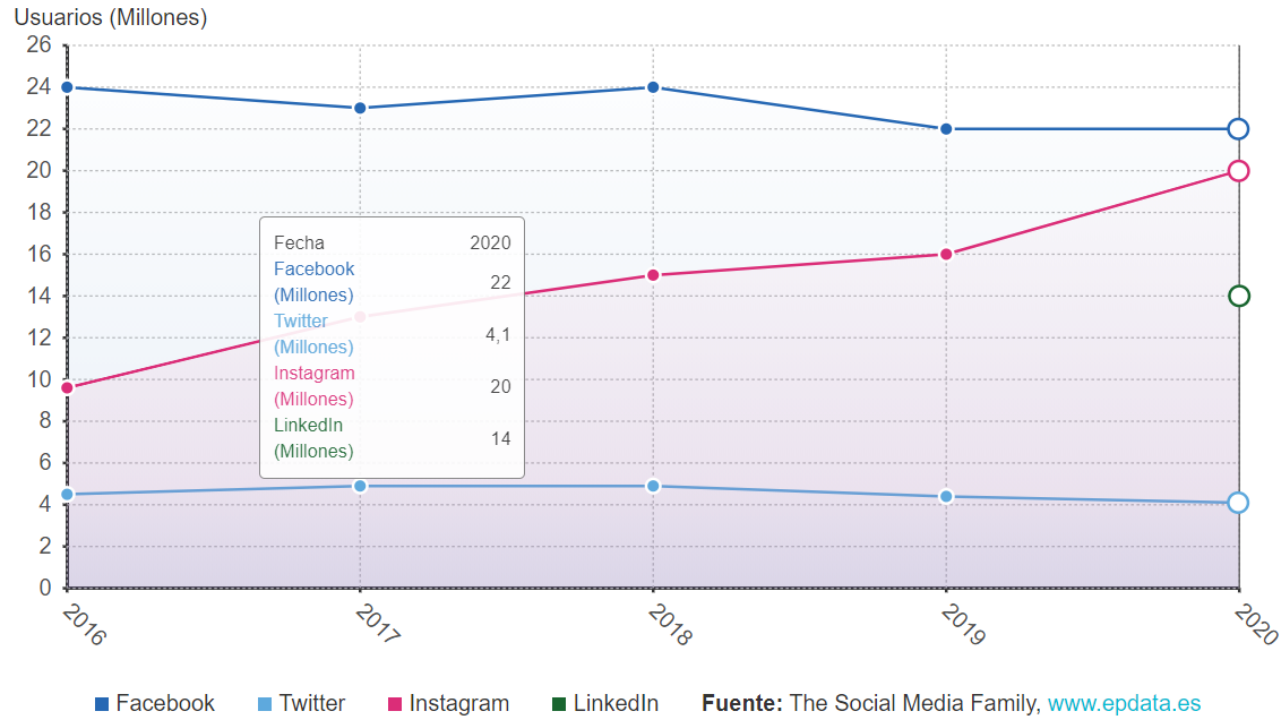
Método de recogida de datos
Entrevista online auxiliada por ordenador (CAWI)

Notas suplementarias

Fuente: statista.com

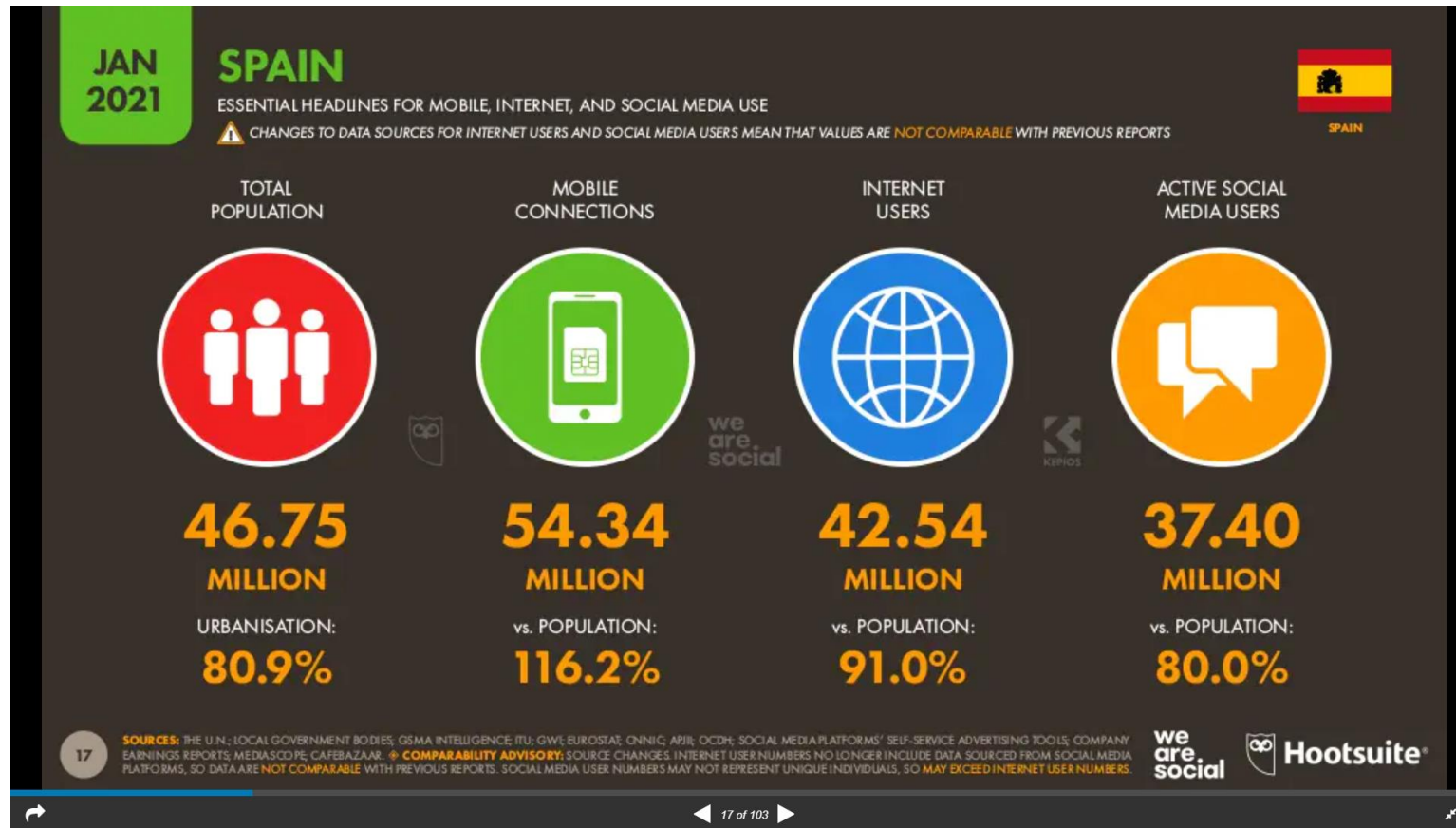
Evolución usuarios RRSS en España

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

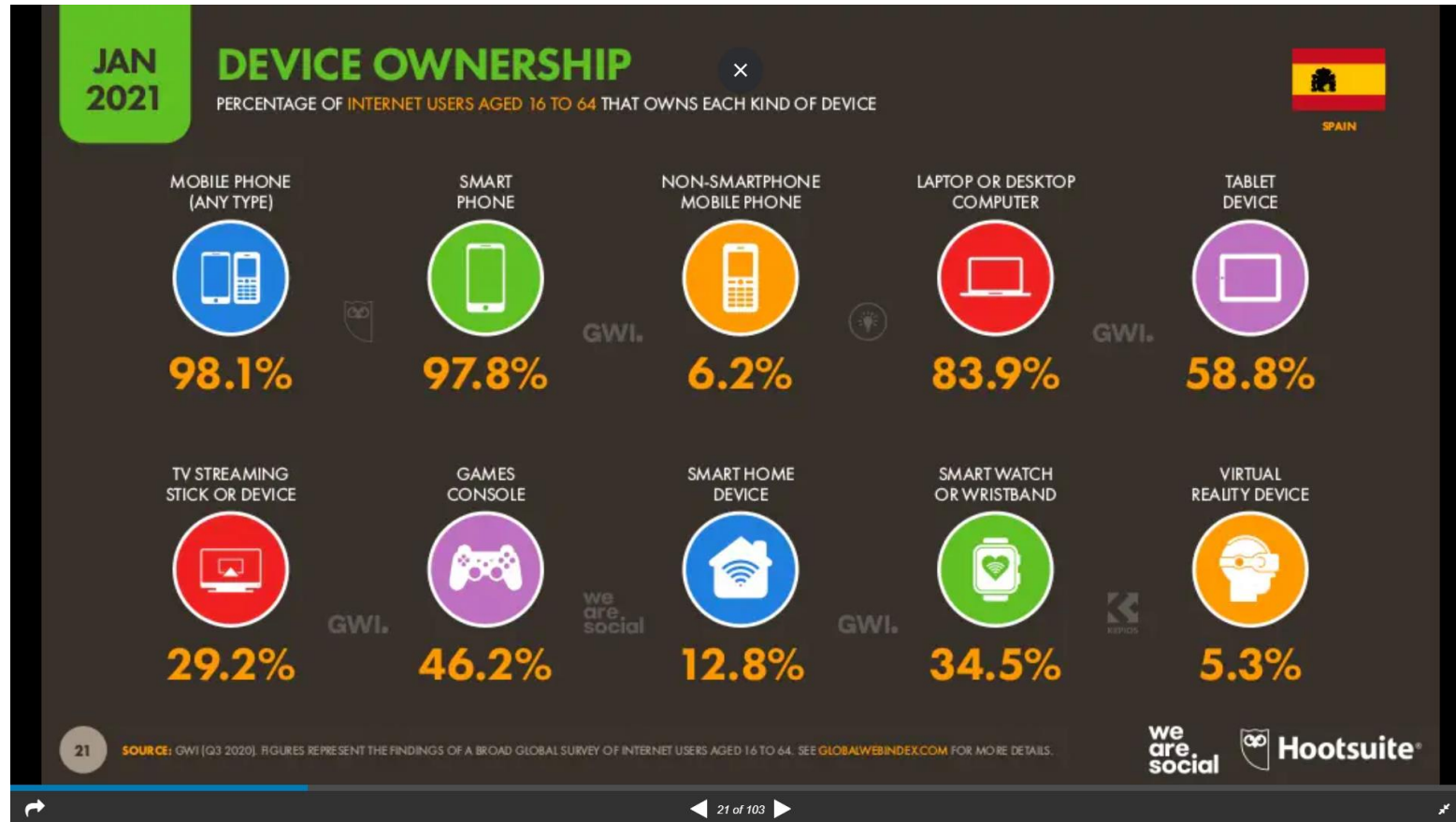


Fuente: epdata.es

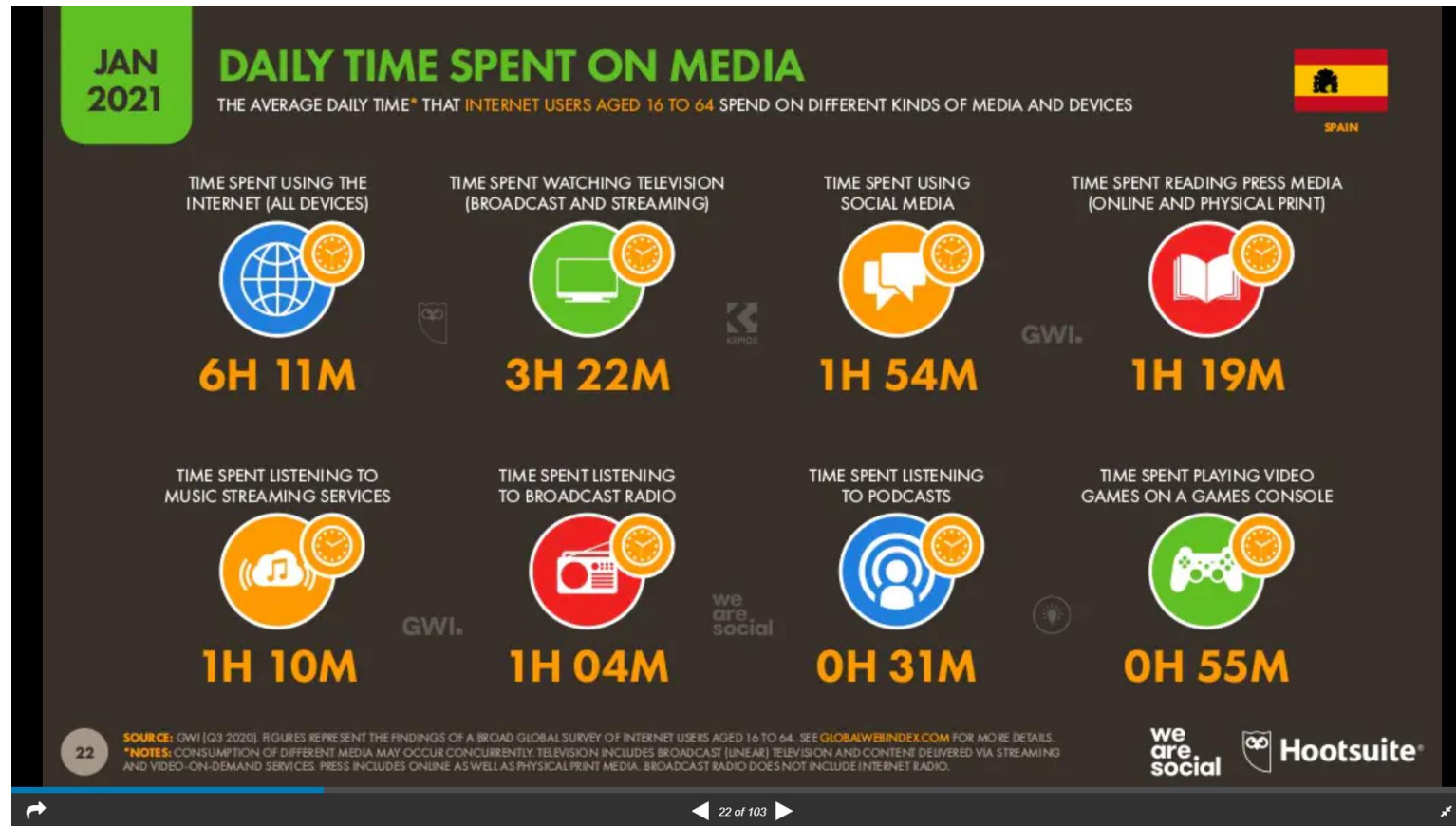
Datos de uso de Internet en España

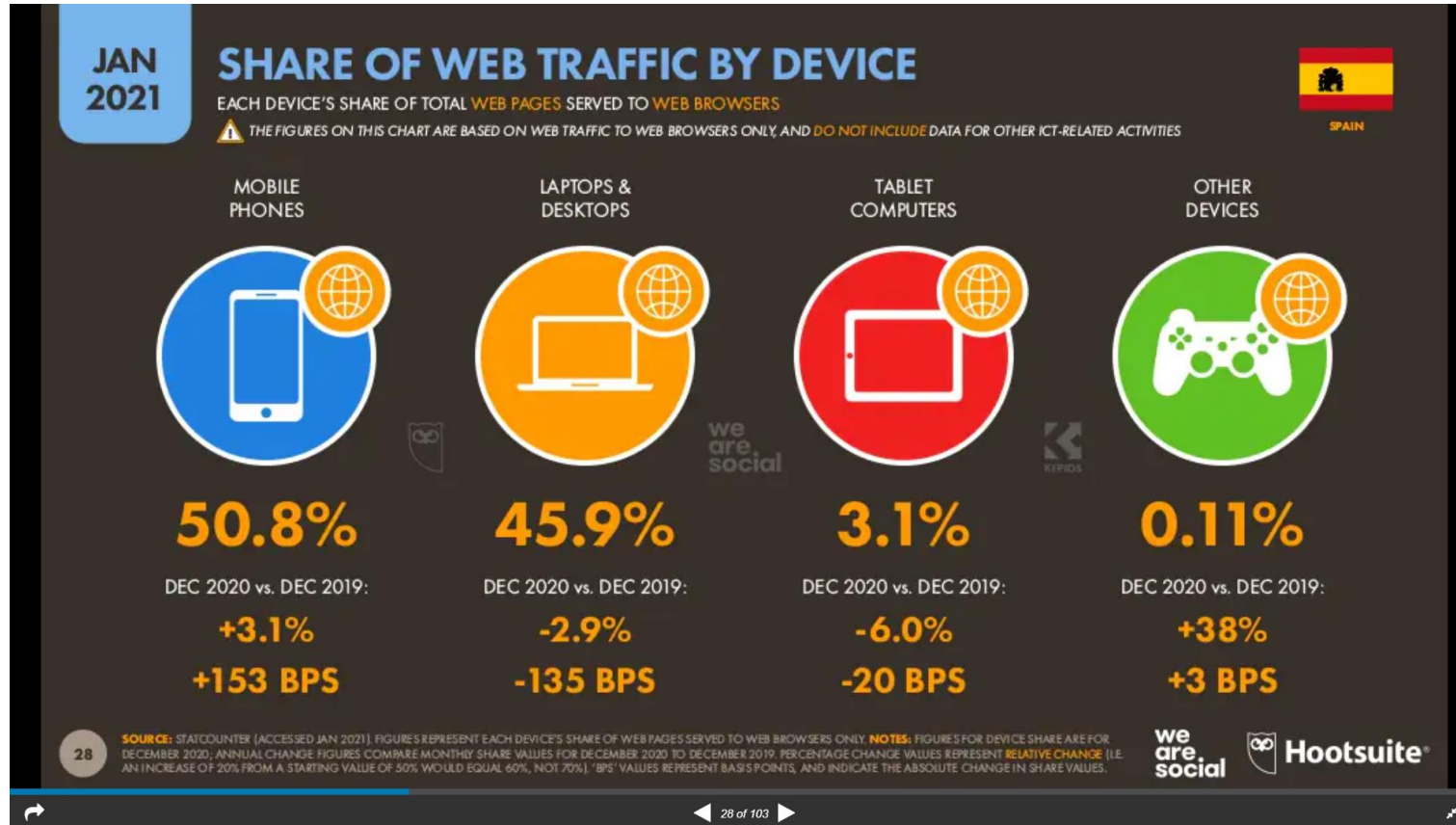


Dispositivos de los usuarios de internet

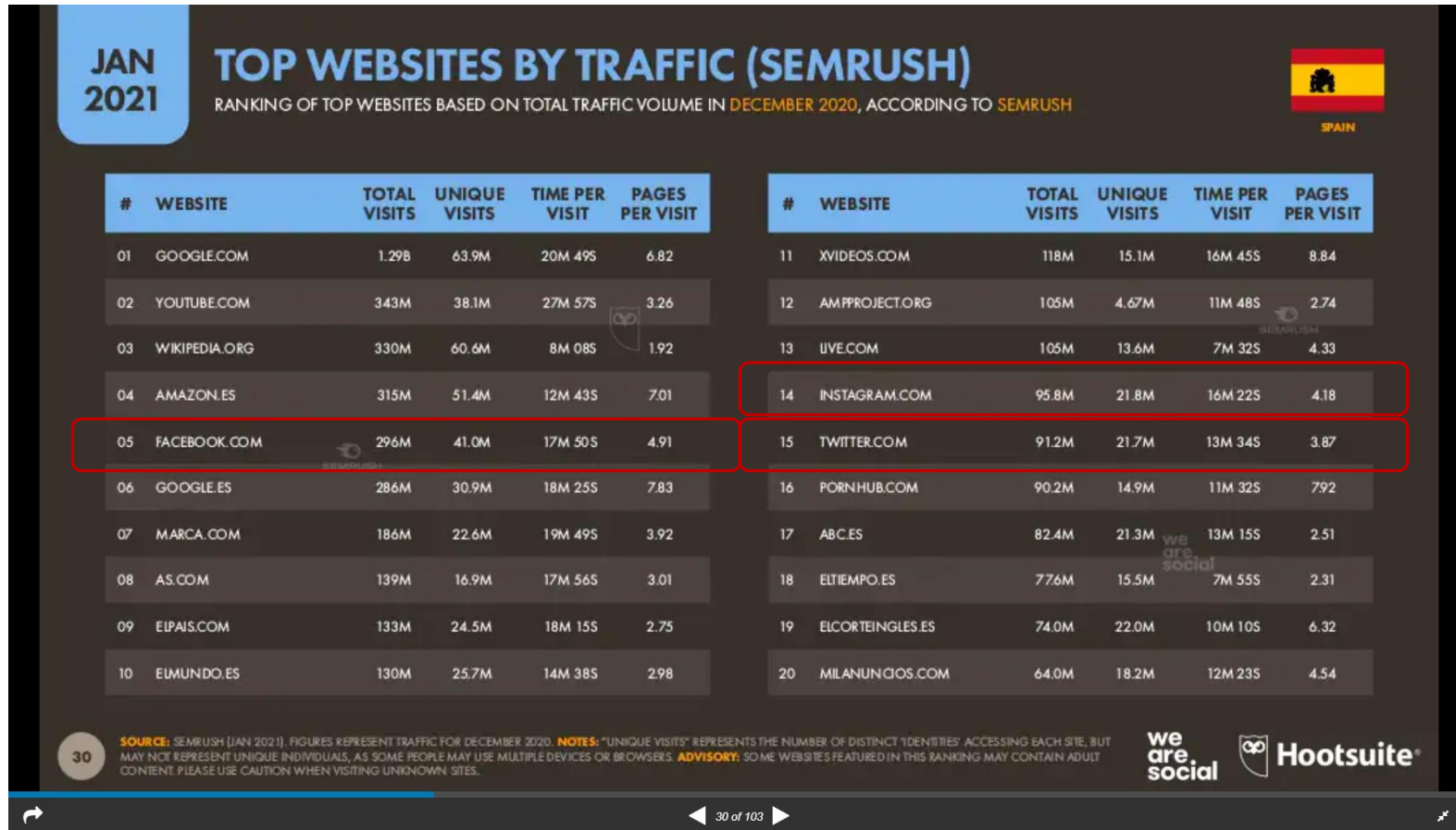


Tiempo de uso medio diario

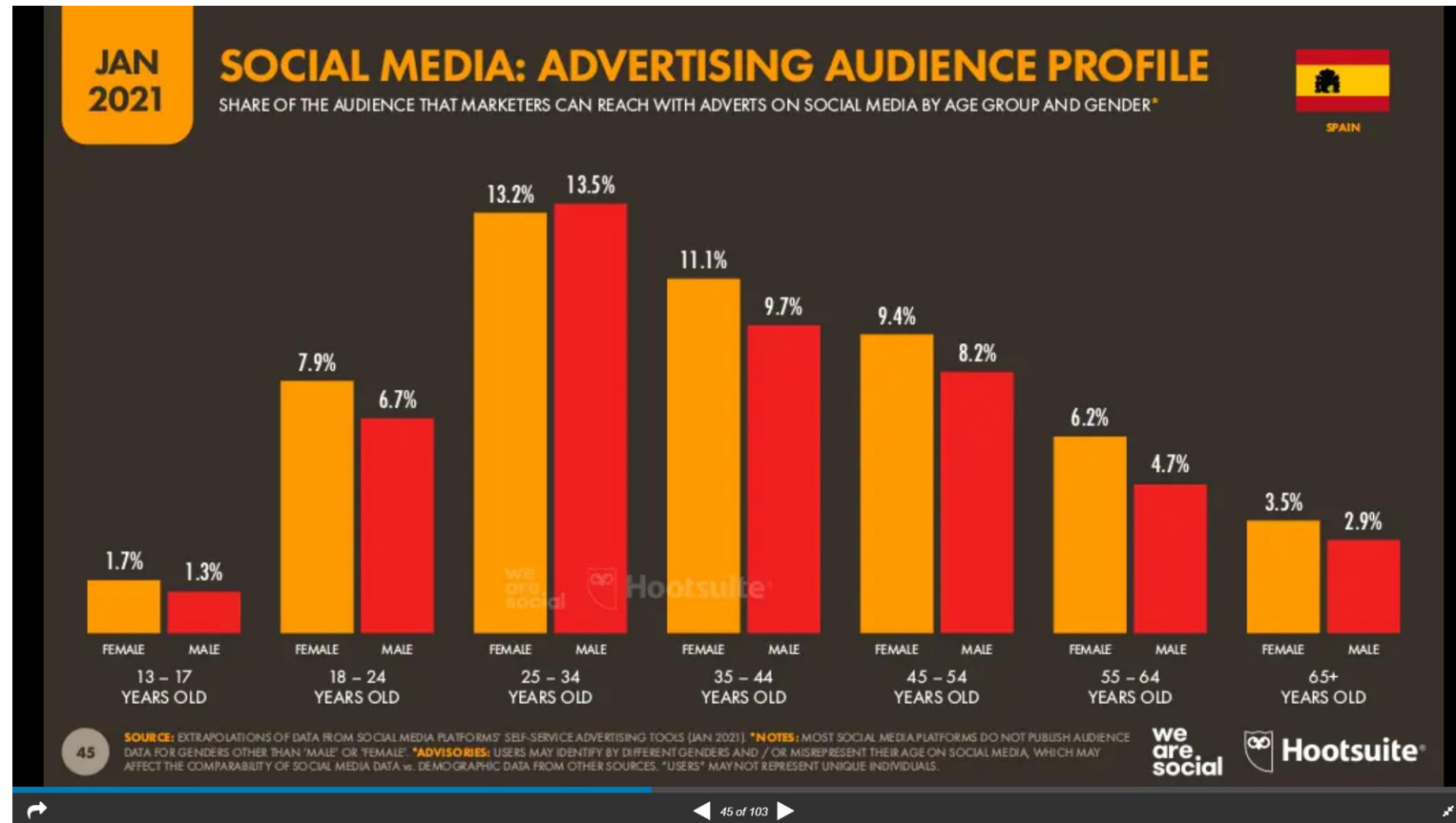


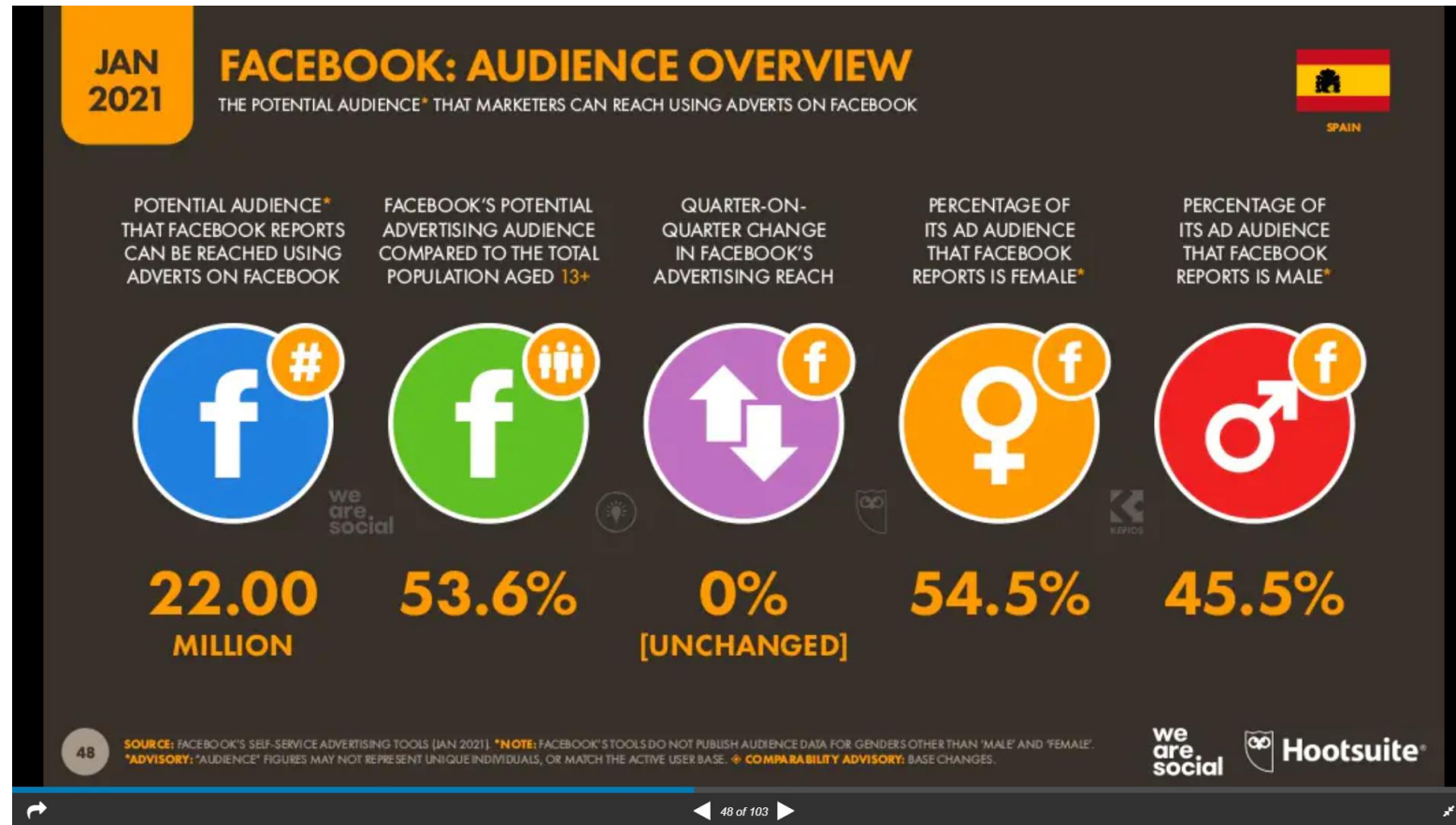


Páginas web por tráfico



Audiencia potencial de los anuncios en social media





¿Cómo debe ser la presencia de nuestro comercio en Facebook?

Las empresas NO PUEDEN tener un PERFIL

Usar tu perfil para representar algo que no sea tu persona (por ejemplo, tu empresa) infringe las [Condiciones de Facebook](#) y podrías perder de forma permanente el acceso a él, a menos que lo conviertas en una página.

- Las páginas están diseñadas para los negocios y las organizaciones, por lo que poseen funciones que te ayudan a conectarte con clientes y alcanzar tus objetivos.
- Tendrás acceso a las estadísticas de la página, donde podrás ver resultados como las publicaciones con más interacciones y los datos demográficos, como la edad y la ubicación, de los visitantes.
- Con los roles de página puedes dar acceso a otras personas para que editen tu página.
- Puedes crear anuncios y promocionar publicaciones.

Fuente Facebook: <https://www.facebook.com/help/201994686510247>

Un comercio DEBE tener una página en Facebook



Petra Mora

@petramora.es · Tienda de comestibles

 **Comprar**

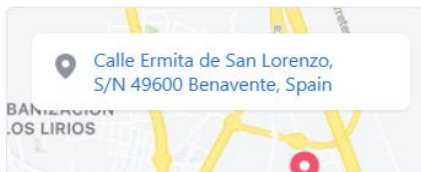
 petramora.com


[Inicio](#) [Información](#) [Fotos](#) [Más ▾](#)

 Me gusta  Mensaje  

Información

[Ver todo](#)




 Petra Mora actualizó su foto de portada.
18 h · 



Tous Jewelry ✓

@touspain · Joyas/relojes

 **Comprar**



 tous.com

[Inicio](#) [Tienda](#) [Más ▾](#)

 Me gusta  Mensaje  

Información

[Ver todo](#)

-  Con una actitud innovadora, nuestro heritage inspira nuestro futuro. Joyeros desde 1920 creando un estilo único para las mujeres de hoy #TOUSLovers
-  Con una actitud innovadora, nuestro heritage inspira nuestro futuro. Joyeros

 Tous Jewelry ✓
12 h · 

Este San Valentín, graba tu joya en <https://bit.ly/3iLa30> y haz tu regalo único.



Diferencias más importantes

	Perfil	Páginas
Usuarios	5.000	Ilimitados
Estadísticas	NO	SI
Publicidad	NO	SI
Administradores	NO	SI

Creación de un perfil que gestione la página de Facebook

Crear una cuenta nueva

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

facebook

Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida.

Entrar
[¿Has olvidado la contraseña?](#)

Crear cuenta nueva

Crema una página para un personaje público, un grupo de música o un negocio.

Crear una cuenta nueva

facebook

Facebook te ayuda a
compartir con las pers
parte de tu vida.

Correo electrónico o número de teléfono

Registrarte ✕

Es rápido y fácil.

Nombre Apellidos

Número de móvil o correo electrónico

Contraseña nueva

Fecha de nacimiento [?]

Género [?]
 Mujer Hombre Personalizado

Al hacer clic en Registrarte, aceptas nuestras [Condiciones](#). Obtén más información sobre cómo recopilamos, usamos y compartimos tu información en la [Política de datos](#), así como el uso que hacemos de las cookies y tecnologías similares en nuestra [Política de cookies](#). Es posible que te enviemos notificaciones por SMS que podrás desactivar cuando quieras.

Registrarte

Correo electrónico o

Registrarte ✕

Es rápido y fácil.

María Díaz

Fecha de nacimiento [?]

Género [?]
 Mujer Hombre Personalizado

Al hacer clic en Registrarte, aceptas nuestras [Condiciones](#). Obtén más información sobre cómo recopilamos, usamos y compartimos tu información en la [Política de datos](#), así como el uso que hacemos de las cookies y tecnologías similares en nuestra [Política de cookies](#). Es posible que te enviemos notificaciones por SMS que podrás desactivar cuando quieras.

Registrarte

Confirmación de la cuenta

Introduce el código que aparece en el correo electrónico

Confirmanos que te pertenece este correo electrónico. Introduce el código del mensaje que hemos enviado a XXXXXXXXXX

FB- |

[Volver a enviar correo electrónico](#)

Actualizar información de contacto

Continuar



Acción requerida: confirma tu cuenta de Facebook

Hola, Maria:

Te has registrado recientemente en Facebook. Para completar tu registro en Facebook, confirma tu cuenta.

Confirma tu cuenta

Se te pedirá que introduzcas este código de confirmación:

FB-91041

Confirmación de la cuenta

Introduce el código que aparece en el correo electrónico

Confirmamos que te pertenece este correo electrónico. Introduce el código del mensaje que hemos enviado a celia.diaz@ctic.es.












Cuenta confirmada

Has confirmado correctamente la cuenta con el correo electrónico celia.diaz@ctic.es. Usarás esta dirección de correo para iniciar sesión.

[Aceptar](#)

[Actualizar información de contacto](#) [Continuar](#)

¿Sigues teniendo problemas? También puedes introducir el código que hemos enviado a:
juangonz@gmail.com [Eliminar](#)

-  Maria Diaz
-  COVID-19: Centro de información
-  Buscar amigos
-  Te damos la bienvenida
-  Grupos
-  Marketplace
-  Watch
-  Eventos
-  Recuerdos
-  Guardado
-  Ver más

Maria, te damos la bienvenida a Facebook.

Sube una foto a tu perfil

Añade una foto para que tus amigos puedan identificarte fácilmente.

Añadir foto



Busca a personas que conoces

Busca por nombre o busca a compañeros de clase o de trabajo.

Q Busca por nombre o correo electrónico

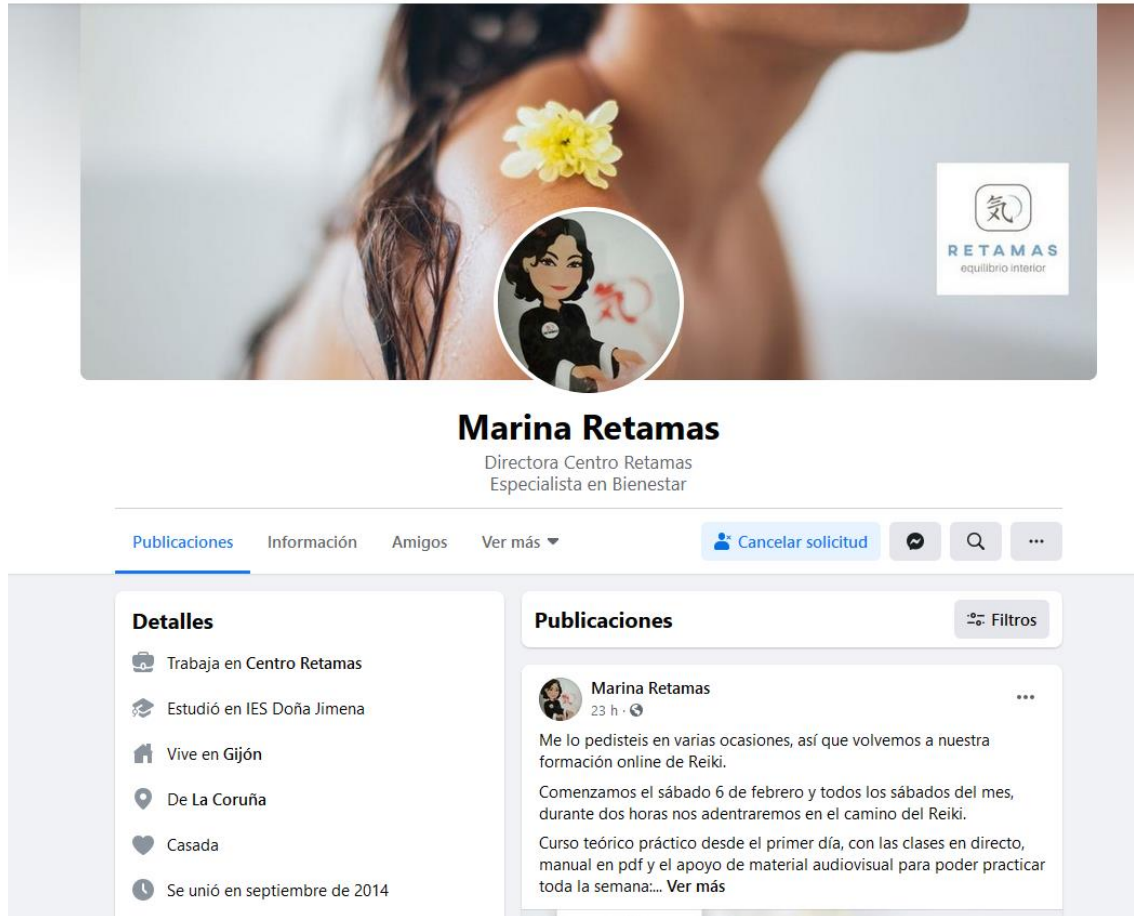
Conoce la configuración de la privacidad

Tú decides cómo compartes tus cosas con las personas y aplicaciones de Facebook.

Haz el recorrido

¿Y si mi comercio ya tiene un perfil?

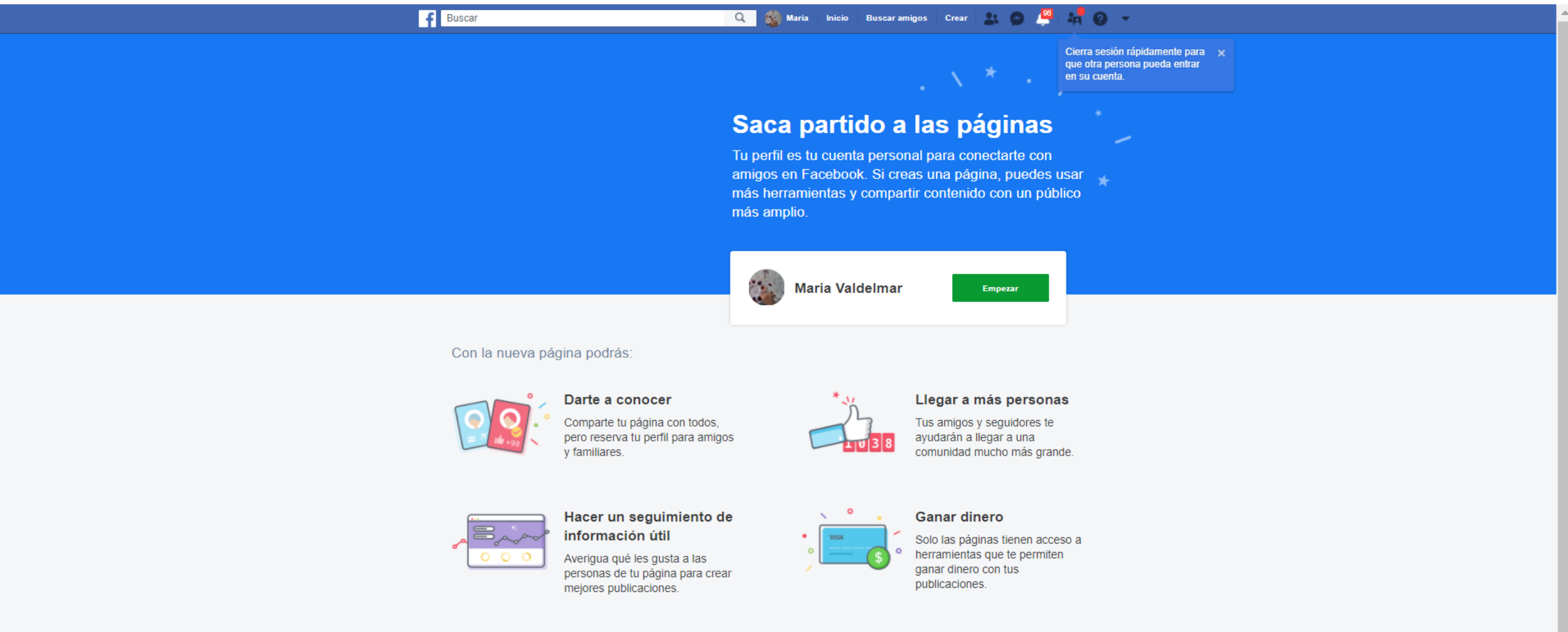
Opción 1. Configuración del perfil para uso profesional



Podemos modificar el perfil existente para que cumpla con la normativa de Facebook y utilizarlo dentro de nuestra estrategia para difundir los contenidos que vayamos creando en la página que crearemos asociada a este perfil.

Opción2. Migrar perfil a página

<https://www.facebook.com/pages/create/migrate>



The screenshot shows the Facebook interface for migrating a profile to a page. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Inicio', 'Buscar amigos', and 'Crear'. A notification bubble says 'Cierra sesión rápidamente para que otra persona pueda entrar en su cuenta.' The main heading is 'Saca partido a las páginas' (Get the most out of pages), followed by a paragraph explaining that a profile is for personal connections, while a page offers more tools for a wider audience. Below this is a user profile for 'Maria Valdelmar' with a green 'Empezar' (Start) button. The section 'Con la nueva página podrás:' (With the new page you can:) lists four benefits:

- Darte a conocer** (Get to know): Comparte tu página con todos, pero reserva tu perfil para amigos y familiares. (Share your page with everyone, but reserve your profile for friends and family.)
- Llegar a más personas** (Reach more people): Tus amigos y seguidores te ayudarán a llegar a una comunidad mucho más grande. (Your friends and followers will help you reach a much larger community.)
- Hacer un seguimiento de información útil** (Track useful information): Averigua qué les gusta a las personas de tu página para crear mejores publicaciones. (Find out what people on your page like to create better posts.)
- Ganar dinero** (Earn money): Solo las páginas tienen acceso a herramientas que te permiten ganar dinero con tus publicaciones. (Only pages have access to tools that allow you to earn money with your posts.)

Opción2. Migrar perfil a página

Cuando conviertes tu perfil en una página

- Tienes un perfil y una página tras la conversión.
- Se transfiere tu foto del perfil y de portada a la página, y el nombre del perfil se convierte en el nombre de la página.
- Puedes seleccionar amigos, seguidores y solicitudes de amistad pendientes y agregarlos como seguidores de tu nueva página.
- Puedes elegir qué fotos y videos de tu perfil quieres copiar, pero las reproducciones y otras métricas permanecerán en tu perfil y no se transferirán a la página.
- Puedes obtener una vista previa de todos los cambios antes de publicar la nueva página.
- Cuando hayas terminado de configurar la página, te pedirán que compruebes la configuración de privacidad en tu perfil para asegurarte de que estés compartiendo el contenido que quieras.

Fuente Facebook: <https://www.facebook.com/help/116067818477568>

Crear una página en Facebook



Busca en Facebook



Buscar amigos



Maria Diaz



COVID-19: Centro de información



Buscar amigos



Te damos la bienvenida



Grupos



Marketplace



Watch



Eventos



Recuerdos



Guardado

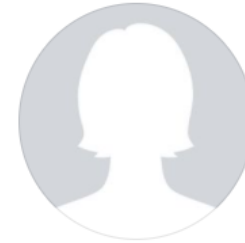


Ver más

Maria, te damos la bienvenida a Facebook.

Sube una foto a tu perfil

Añade una foto para que tus amigos puedan identificarte fácilmente.



Añadir foto

Busca a personas que conoces

Busca por nombre o busca a compañeros de clase o de trabajo.


Busca por nombre o correo electrónico

Conoce la configuración de la privacidad

Tú decides cómo compartes tus cosas con las personas y aplicaciones de Facebook.

Haz el recorrido












Crear una página

 Busca en Facebook



Buscar amigos



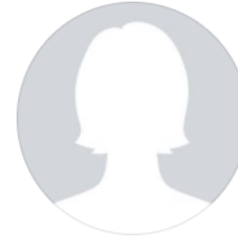
-  Maria Diaz
-  COVID-19: Centro de información
-  Buscar amigos
-  Te damos la bienvenida
-  Grupos
-  Marketplace
-  Watch
-  Eventos
-  Recuerdos
-  Guardado
-  Ver más

Maria, te damos la bienvenida a Facebook.

Sube una foto a tu perfil

Añade una foto para que tus amigos puedan identificarte fácilmente.

Añadir foto



Busca a personas que conoces

Busca por nombre o busca a compañeros de clase o de trabajo.










Busca por nombre o correo electrónico

Conoce la configuración de la privacidad

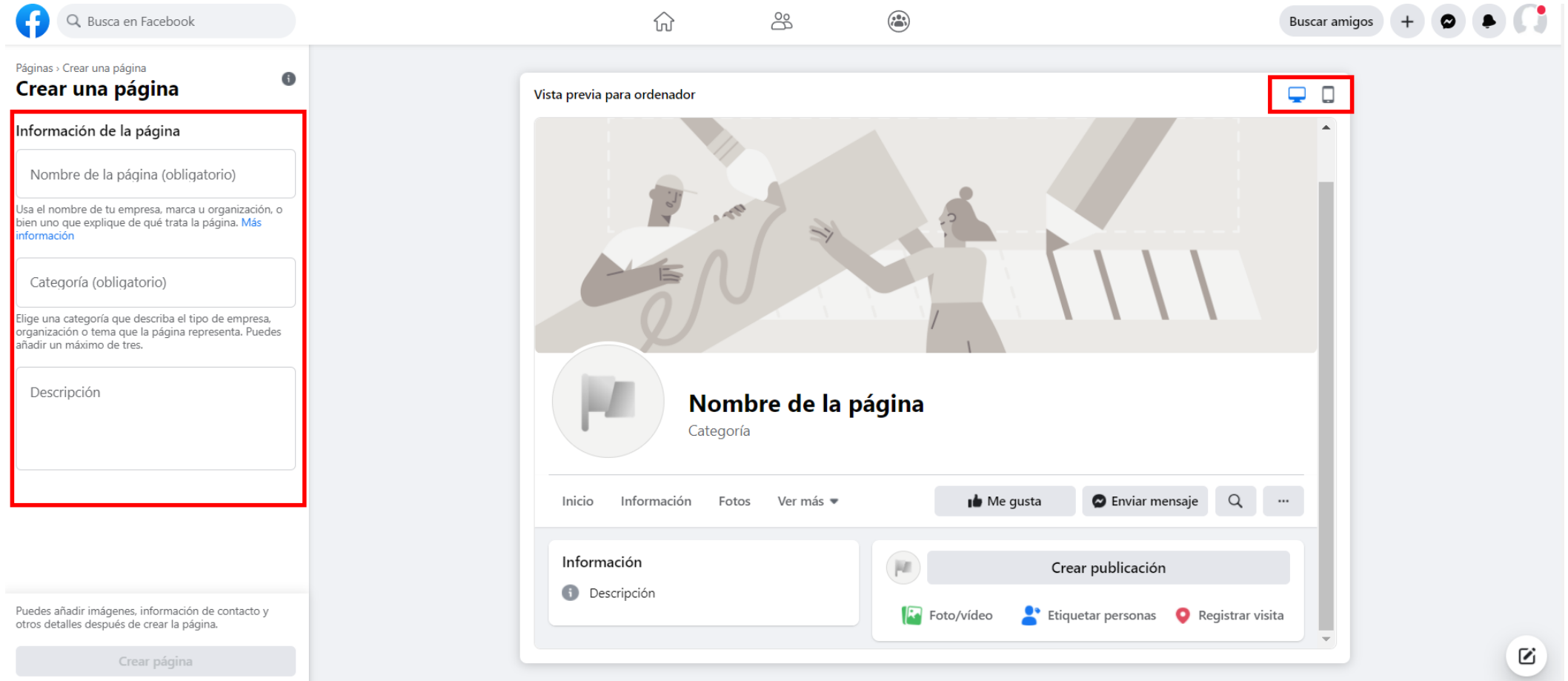
Tú decides cómo compartes tus cosas con las personas y aplicaciones de Facebook.

Haz el recorrido

Crear

-  **Publicar**
Comparte una publicación en la sección de noticias.
-  **Historia**
Comparte una foto o haz un comentario.
-  **Evento importante**
Añade un acontecimiento importante a tu perfil.
-  **Página**
Conéctate y comparte contenido con tus clientes o fans.
-  **Anuncio**
Anuncia tu negocio, marca u organización.
-  **Grupo**
Conecta con personas que compartan tus intereses.
-  **Evento**
Conecta a las personas con un evento público o privado.
-  **Publicación de Marketplace**
Vende artículos en tu comunidad.
-  **Recaudación de fondos**
Recauda dinero para una causa que te interese.

Crear una página



Facebook navigation bar: Busca en Facebook, Home, Profile, Friends, Search, +, Messenger, Notifications, Profile.

Left sidebar: Páginas > Crear una página, **Crear una página**

Información de la página

- Nombre de la página (obligatorio)
Usa el nombre de tu empresa, marca u organización, o bien uno que explique de qué trata la página. [Más información](#)
- Categoría (obligatorio)
Elige una categoría que describa el tipo de empresa, organización o tema que la página representa. Puedes añadir un máximo de tres.
- Descripción

Bottom of sidebar: Puedes añadir imágenes, información de contacto y otros detalles después de crear la página. **Crear página**

Preview area: Vista previa para ordenador (with desktop and mobile view icons highlighted in red), Cover photo, Profile picture, **Nombre de la página**, Categoría, Inicio, Información, Fotos, Ver más, Me gusta, Enviar mensaje, Search, More options, Información, Descripción, Crear publicación, Foto/vídeo, Etiquetar personas, Registrar visita.

Optimizar la información de la página de Facebook

Personaliza tu Portada y tu logo



Petra Mora

@petramora.es · Tienda de comestibles

 **Comprar**

¿Cómo obtener imágenes para web y redes sociales?

Fotógrafo Profesional

Fotos hechas por nosotros

Bancos de imágenes



Bancos de imágenes gratuitos

- Pexels
- Pixabay
- Unsplash



Bancos de imágenes de pago

- Istock
- Adobe Stock
- Getty Images



Herramientas sencillas para crear imágenes



Inicio

Descubrir ▾

Precios

Iniciar sesión

Regístrate

Canva crece junto con tu marca

Escoge el plan de Canva ideal para ti

PLANES		MEJOR OFERTA	
	<h3>Gratis</h3> <p>para equipos de una persona o grupos pequeños con proyectos breves</p> <p>€ 0 para siempre</p> <p>Comienza ahora</p>	<h3>Pro</h3> <p>para equipos de una persona o grupos pequeños que necesitan mayor productividad y nivel de personalización</p> <p>€ 8,99 por usuario al mes, facturación anual</p> <p>Prueba gratis</p> <p>O 11,99 € por usuario al mes, facturación mensual</p>	<h3>Enterprise</h3> <p>para equipos más grandes que necesitan controles avanzados de marca y de trabajo en equipo</p> <p>€ 27,00 por usuario al mes, facturación anual</p> <p>Prueba gratis</p> <p>o Contacta con Ventas ></p>

Herramientas sencillas para crear imágenes



Inicio

Descubrir ▾

Precios

Accede

Inscríbete

Crea diseños increíbles, estés donde estés

Escribe tu número de móvil y te enviaremos un enlace para que descargues la aplicación.

 612 34 56 78

Enviar SMS con enlace

Disponible para



iPhone



iPad



Dispositivos
Android



Tablet Android



Herramientas sencillas para crear imágenes



Gratuita aunque algunas funciones solo están disponibles en Over Pro. Incluye funcionalidades como capas y mezclas que aportan un extra a la herramienta. Su versión gratuita permite “redimensionar” aunque generalmente luego hay que ajustar el diseño ya que no queda perfectamente escalado.

web: www.madewithover.com

Herramientas sencillas para crear imágenes



Adobe Spark

Esta herramienta de Adobe es similar a Canva y a Over pero nos gusta mucho porque “redimensiona y ajusta” los diseños con sólo seleccionar el nuevo tamaño de la lista.

web: spark.adobe.com

Marcar una estrategia

¿Quién es mi cliente?

¿Cuáles son mis objetivos?

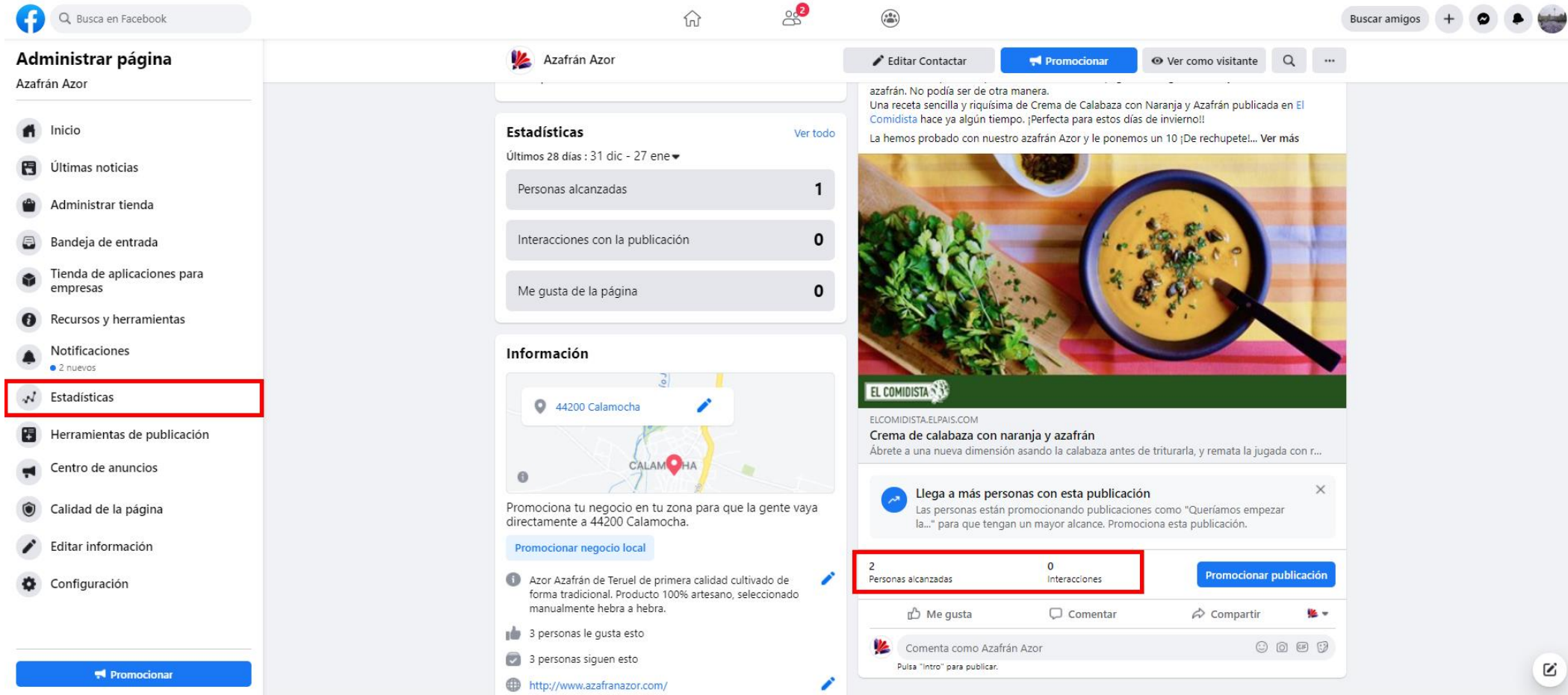
¿Qué le quiero transmitir?

¿Cuándo voy a publicar?



Si ya tienes página revisa las estadísticas de página





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

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

44200 Calamocha

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

[Promocionar negocio local](#)

1 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.

¿Sabes a cuánto público estás llegando realmente?



Estadísticas: datos de la publicación

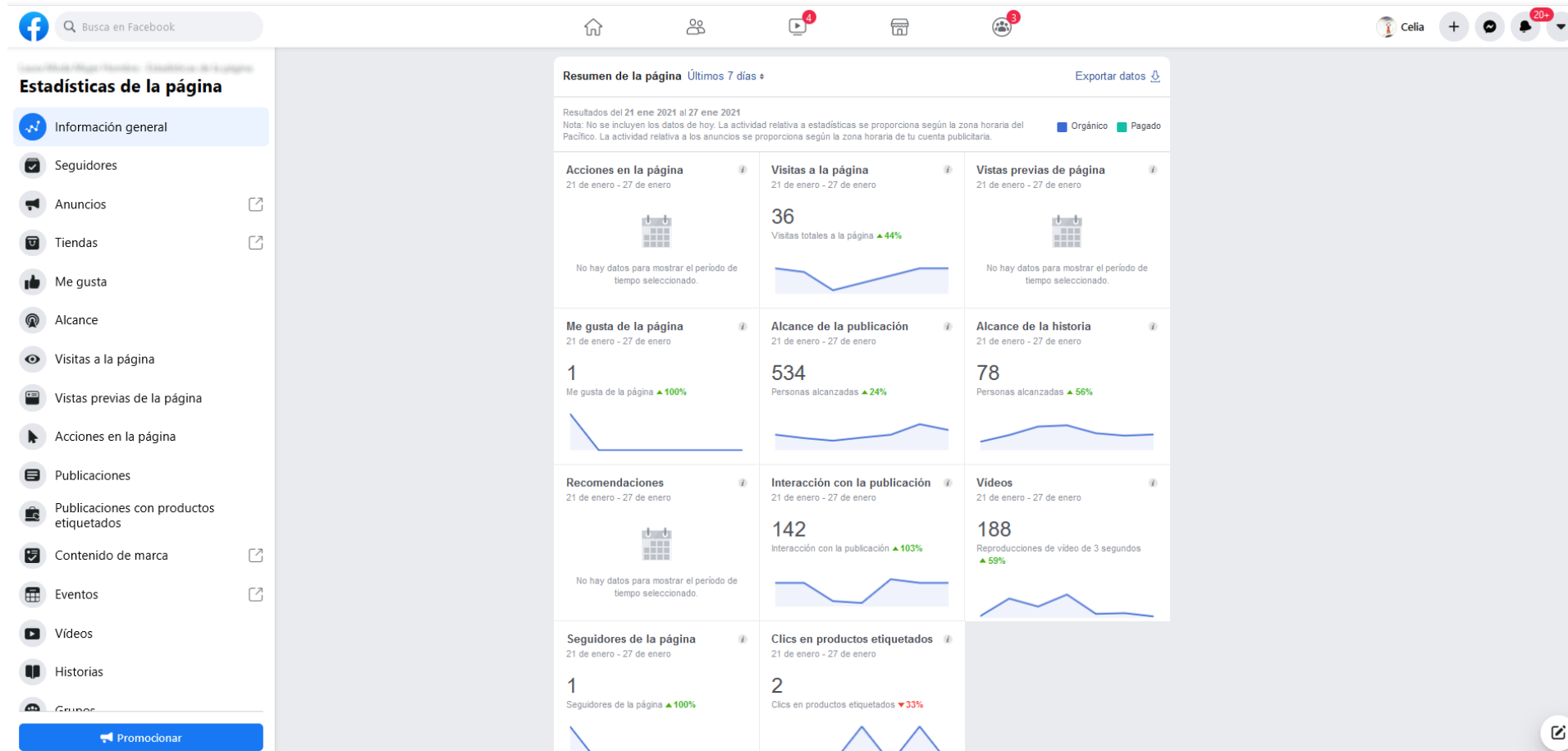
Tus 5 publicaciones más recientes [Crear publicación](#)

■ 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](#)

Panel de estadísticas: Visión General



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

$\Sigma U_e W_e D_e$

= Affinity x Weight x Time Decay

Affinity
Affinity score between viewing user and edge creator.

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

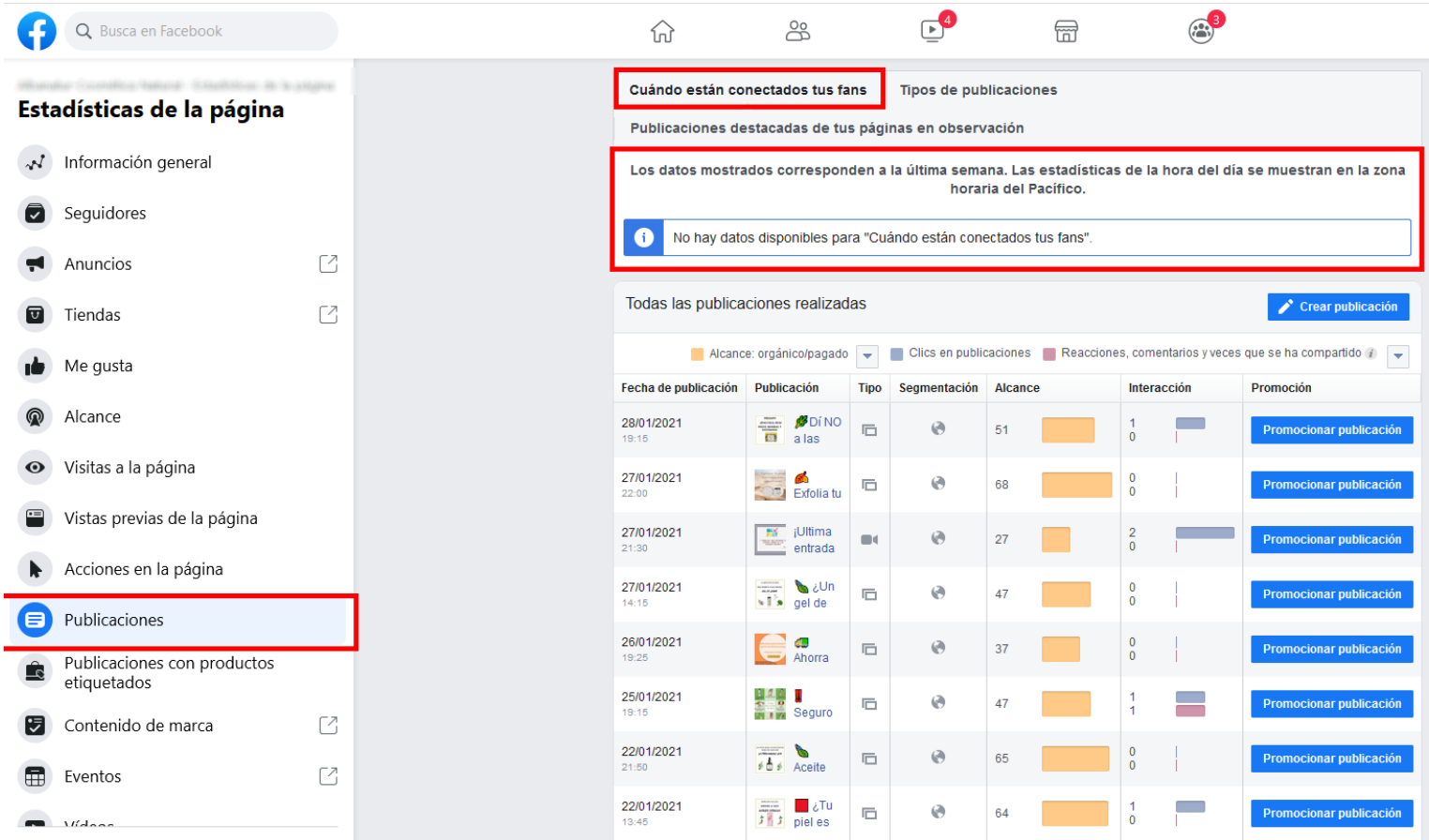
Time Decay
Time Decay factor based on how long ago the edge was created.

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










The screenshot shows the Facebook Page Insights interface. The left sidebar contains navigation options, with 'Publicaciones' highlighted. The main content area shows the 'Cuándo están conectados tus fans' section, which is currently displaying a message: 'No hay datos disponibles para "Cuándo están conectados tus fans"'. Below this, there is a table of all published posts with columns for date, publication, type, segmentation, reach, interaction, and promotion options.

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
28/01/2021 19:15		Video	Global	51	1 0	Promocionar publicación
27/01/2021 22:00		Image	Global	68	0 0	Promocionar publicación
27/01/2021 21:30		Image	Global	27	2 0	Promocionar publicación
27/01/2021 14:15		Image	Global	47	0 0	Promocionar publicación
26/01/2021 19:25		Image	Global	37	0 0	Promocionar publicación
25/01/2021 19:15		Image	Global	47	1 1	Promocionar publicación
22/01/2021 21:50		Image	Global	65	0 0	Promocionar publicación
22/01/2021 13:45		Image	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	 Entrevistas a			166	11 6	Promocionar publicación
20/02/2017 17:42	 Una funcionalidad			544	11 7	Promocionar publicación
20/02/2017 13:13	 El #videomarketing			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.

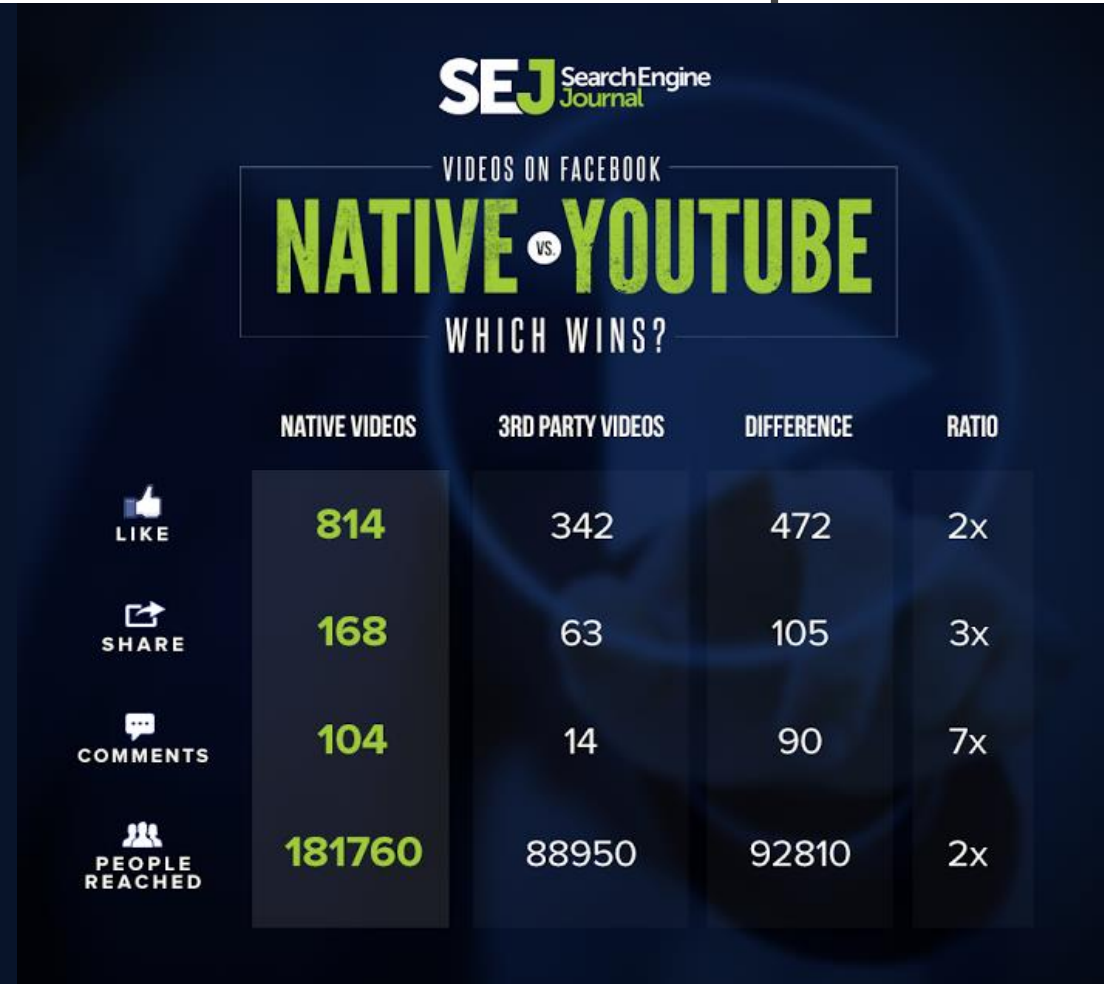
No lo “recompertas”

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.

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

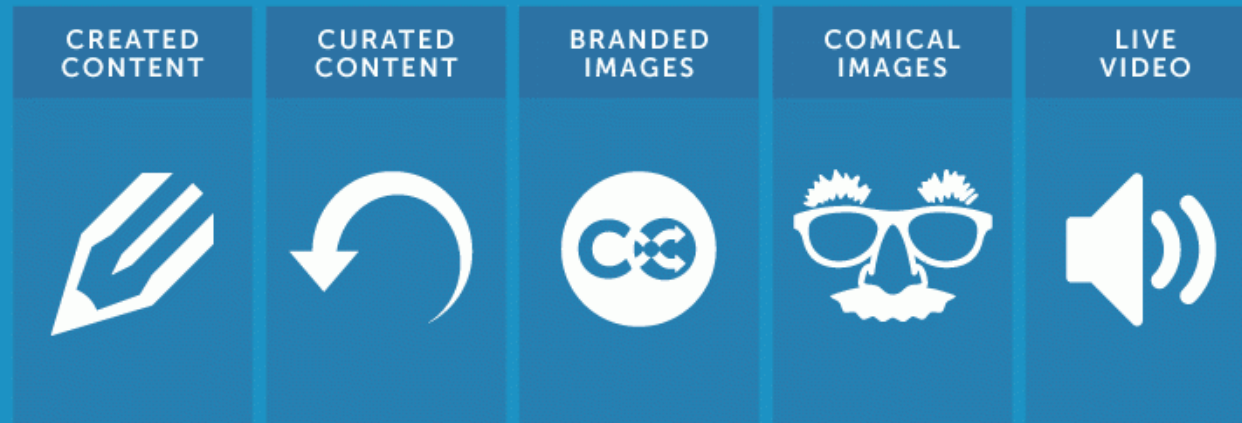


#hashtag
on facebook

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 púbricas 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

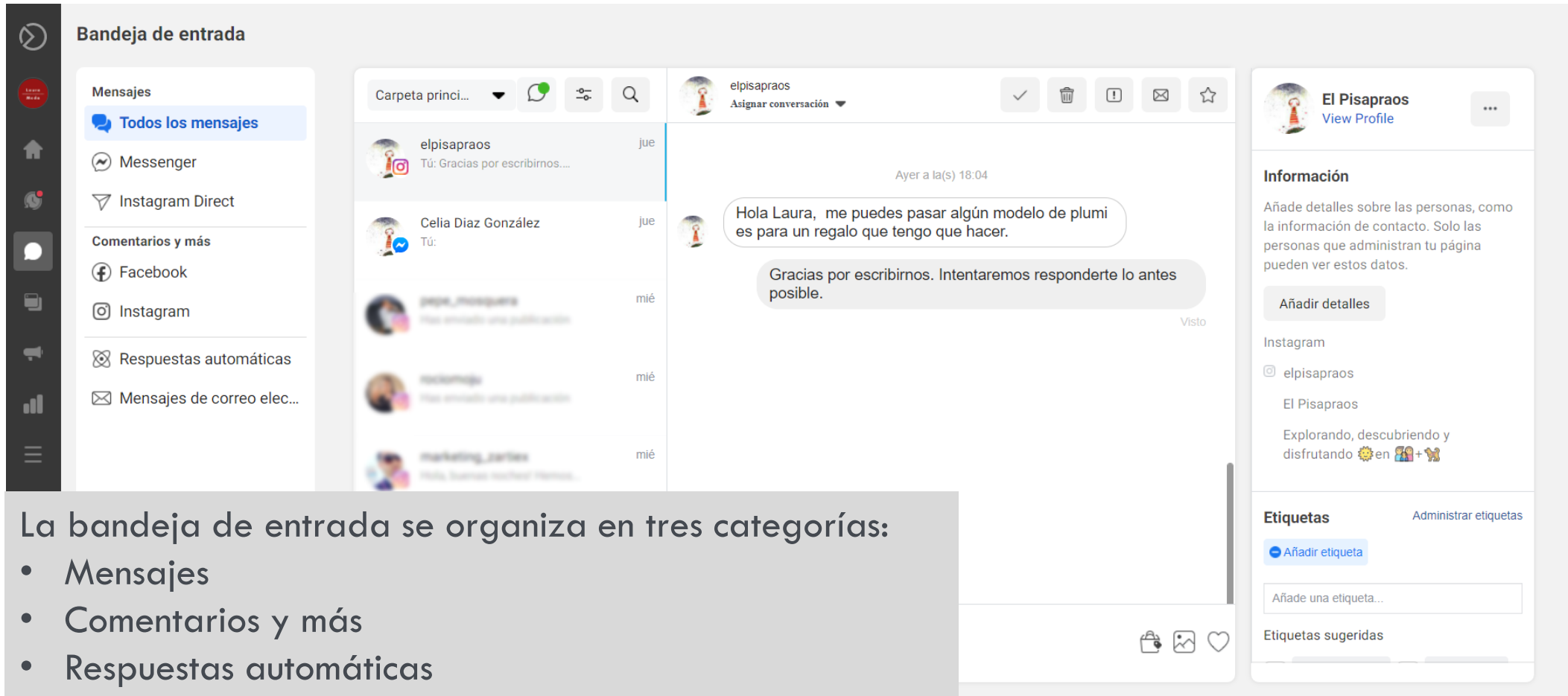
Tu centro de comunicaciones La bandeja de entrada

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 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

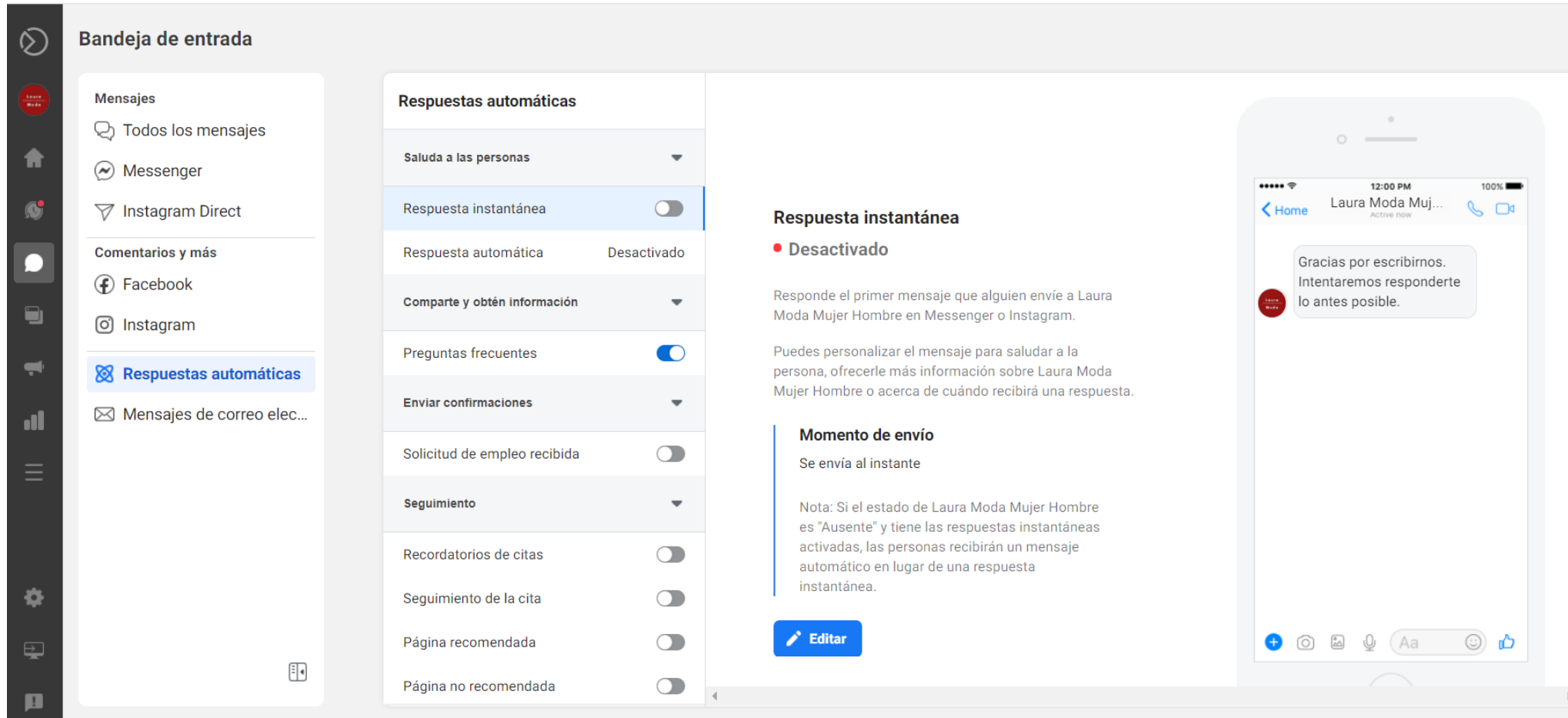


The screenshot displays a social media inbox interface. On the left, a sidebar titled 'Bandeja de entrada' (Inbox) lists categories: 'Mensajes' (Messages), 'Comentarios y más' (Comments and more), and 'Respuestas automáticas' (Automatic replies). The main area shows a conversation with 'elpisapraos' from 'Ayer a la(s) 18:04'. The messages are: 'Tú: Gracias por escribirnos...', 'Hola Laura, me puedes pasar algún modelo de plumi 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 an 'Información' section and an 'Etiquetas' (Tags) section.

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](#)

Mobile Preview: Laura Moda Mujer...
Gracias por escribirnos. Intentaremos responderte lo antes posible.

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 autoservicio 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 sus

Facebook Commerce Manager

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](#)

Ecommerce en Facebook

Requisitos para crear una tienda en Facebook



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

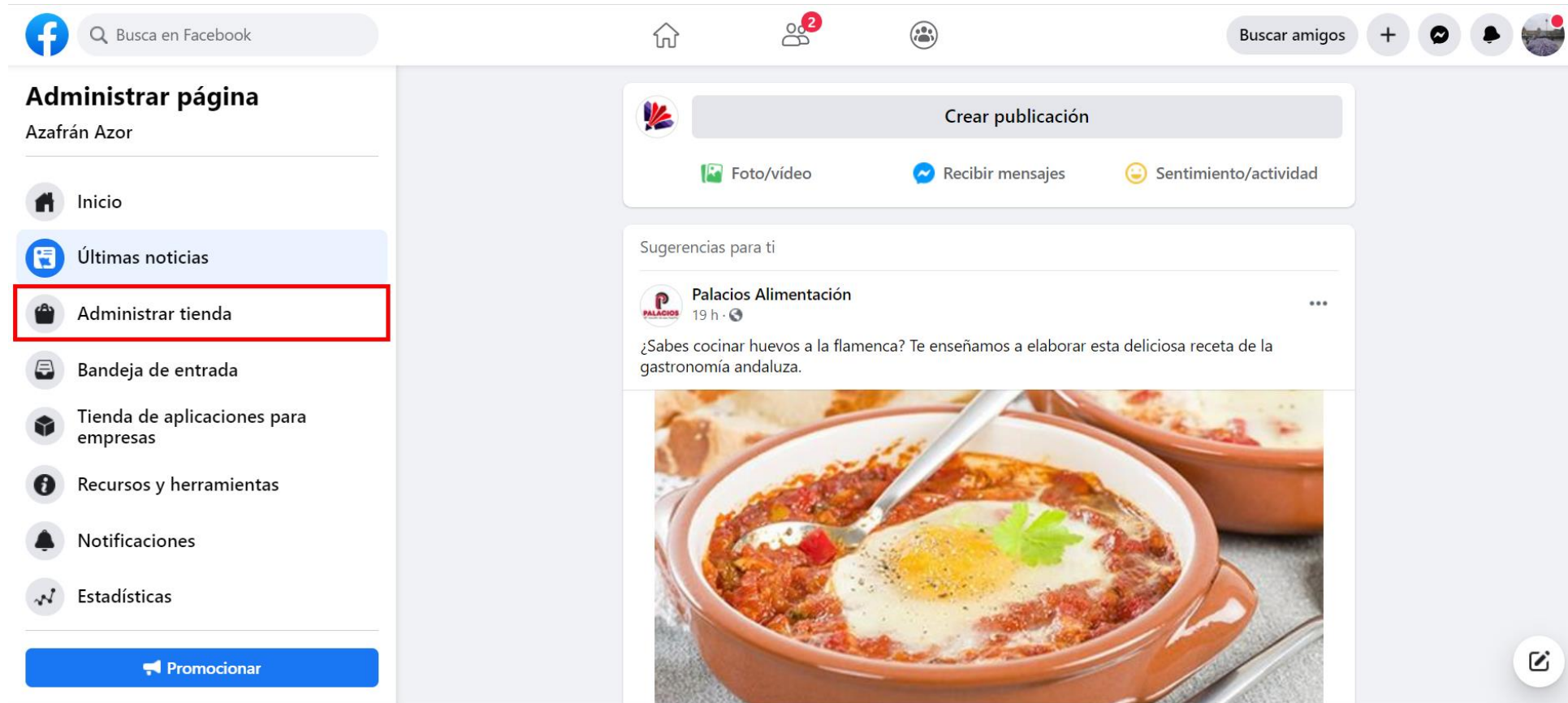
Solicitar la revisión de un resultado del estado de la cuenta
Servicio de ayuda para empresas

<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.**

Crear y administrar una tienda de Facebook



Crear y administrar una tienda de Facebook

Antes de empezar

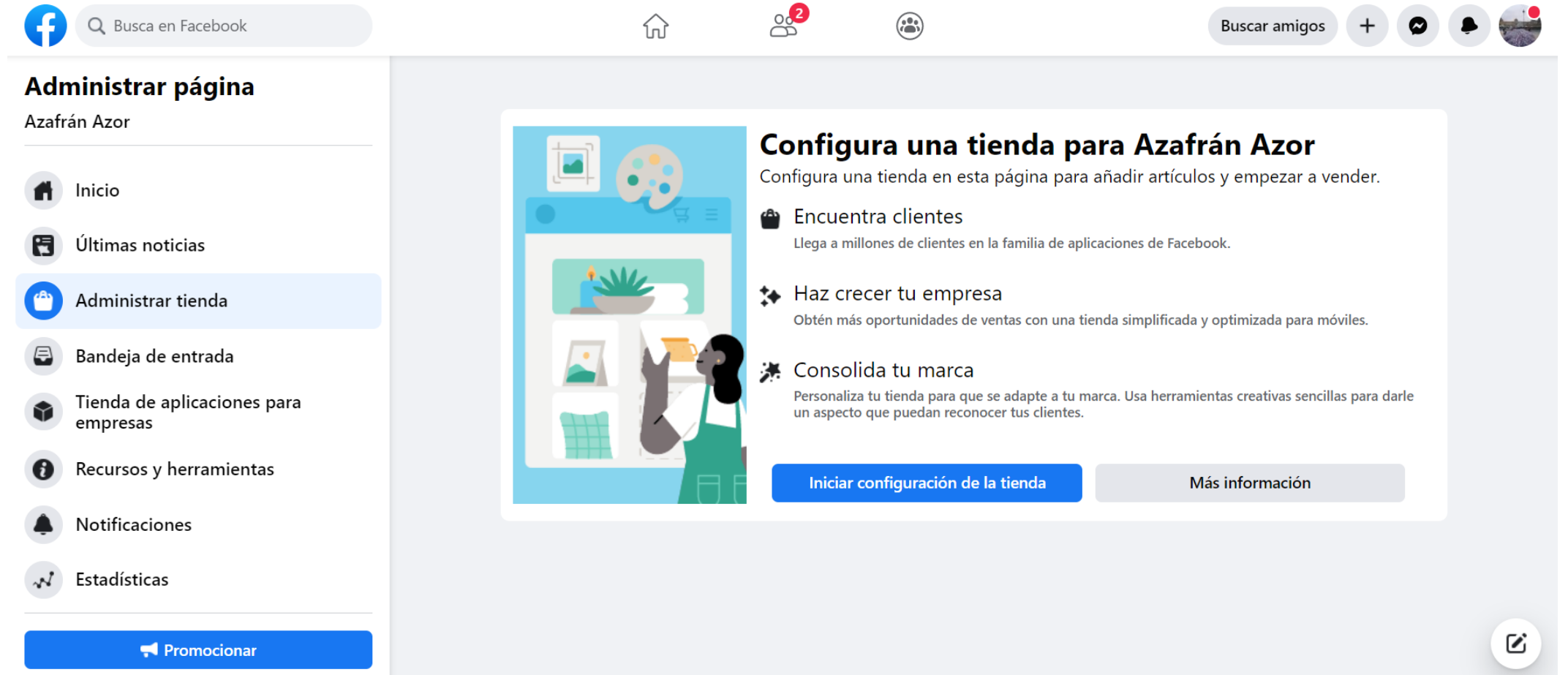
Para configurar una tienda en Facebook, debes cumplir estos requisitos:

- 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

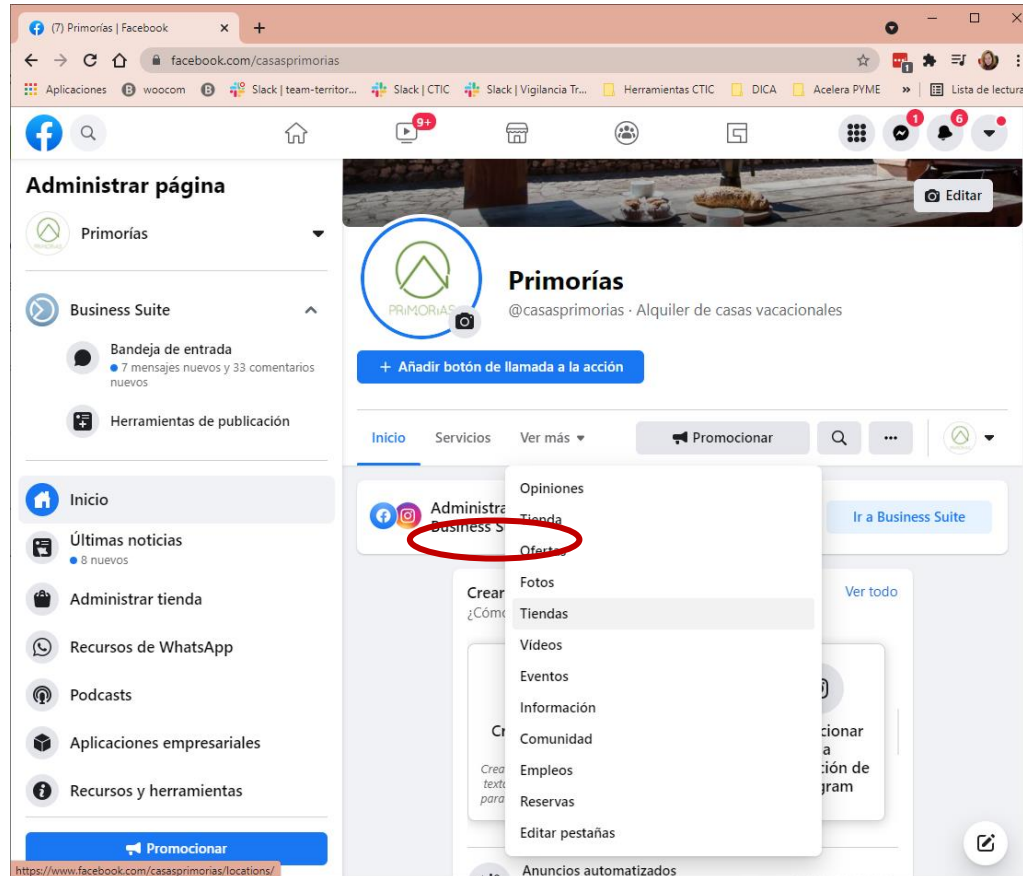


The screenshot shows the Facebook interface for the page 'Azafrán Azor'. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text 'Busca en Facebook', and icons for home, notifications (with a red '2'), and profile. On the right side of the navigation bar, there are buttons for 'Buscar amigos', a plus sign, and icons for messages, notifications, and a profile picture.

The left sidebar contains the 'Administrar página' menu for 'Azafrán Azor', with the following options: Inicio, Últimas noticias, **Administrar tienda** (highlighted), Bandeja de entrada, Tienda de aplicaciones para empresas, Recursos y herramientas, Notificaciones, and Estadísticas. At the bottom of the sidebar is a blue 'Promocionar' button.

The main content area features a large card titled 'Configura una tienda para Azafrán Azor'. The card includes an illustration of a woman in a green apron looking at a smartphone displaying a shop interface. The text on the card reads: 'Configura una tienda en esta página para añadir artículos y empezar a vender.' Below this, there are three bullet points: '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.), and '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.). At the bottom of the card are two buttons: 'Iniciar configuración de la tienda' (blue) and 'Más información' (grey).

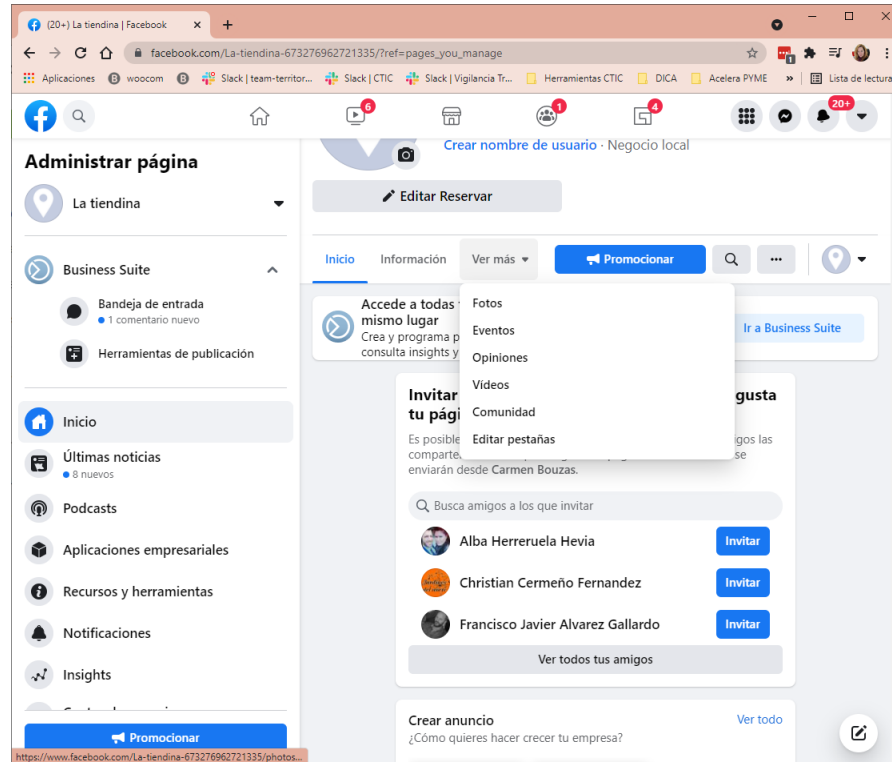
Cómo crear una tienda en Facebook



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

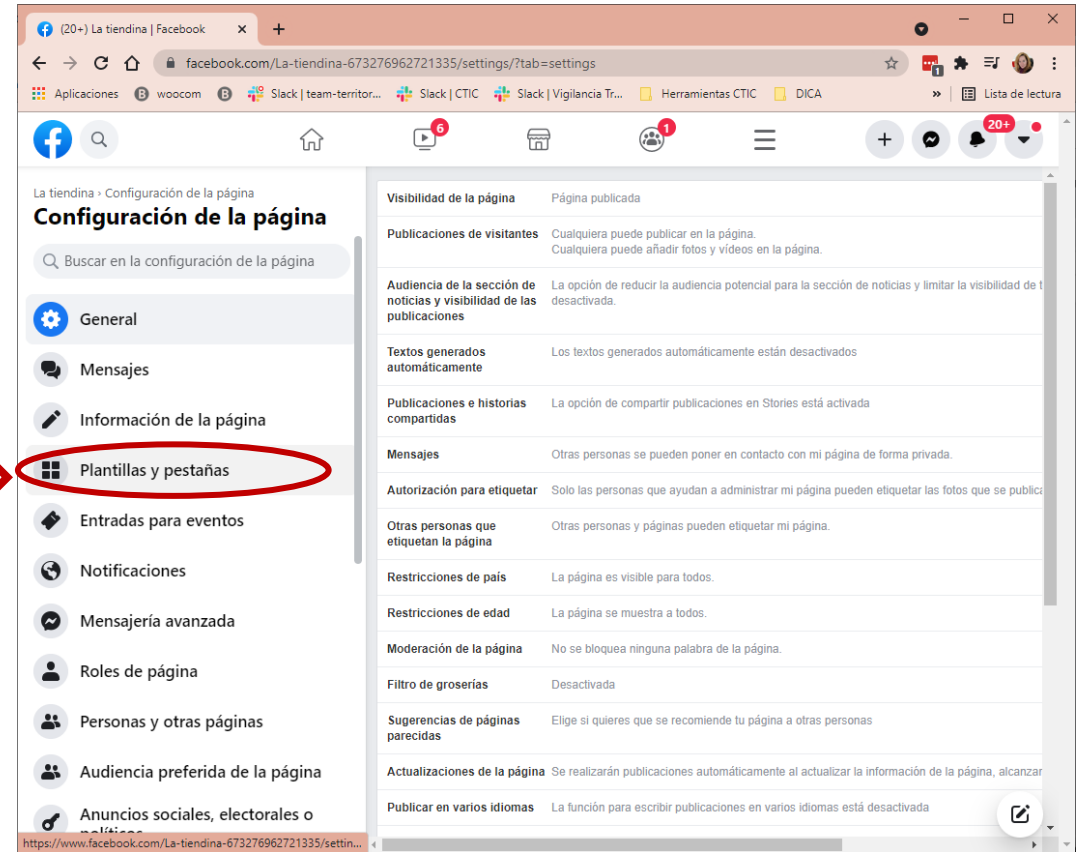
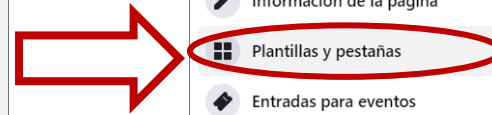
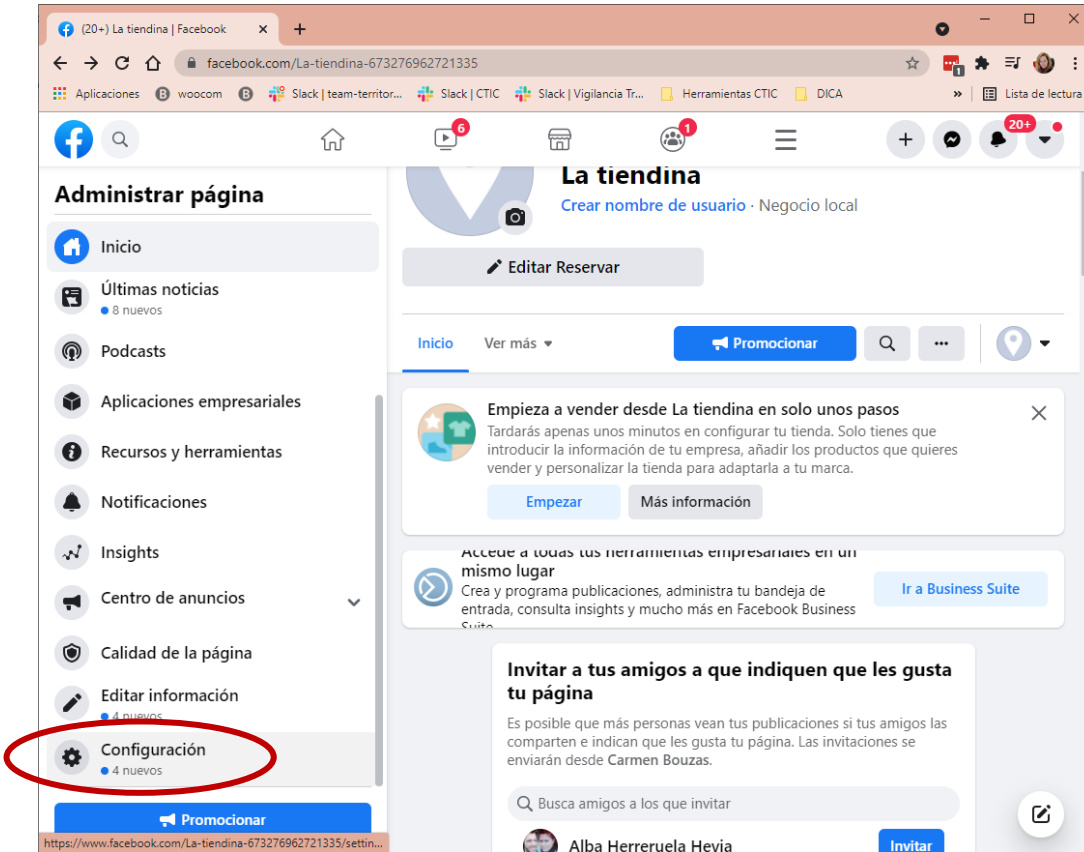
Cómo crear una tienda en Facebook

Si en tu página no aparece la opción “Tienda”



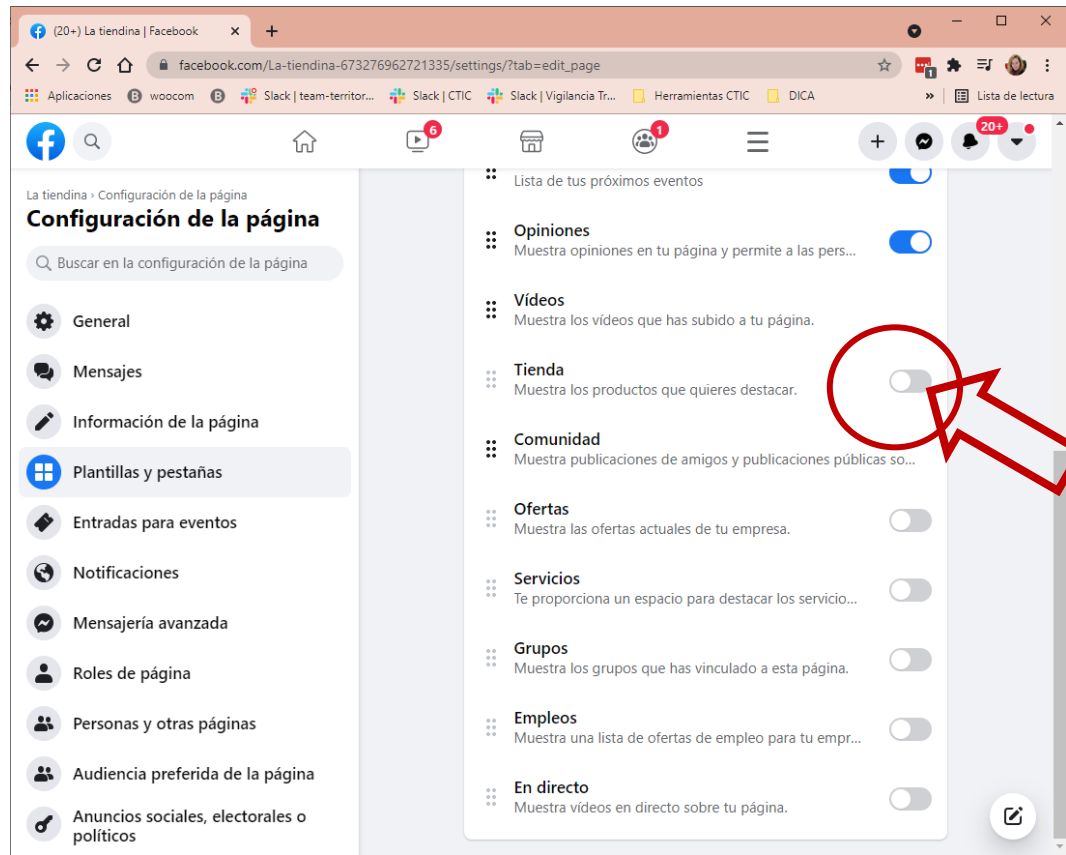
Cómo crear una tienda en Facebook

Si en tu página no aparece la opción “Tienda”



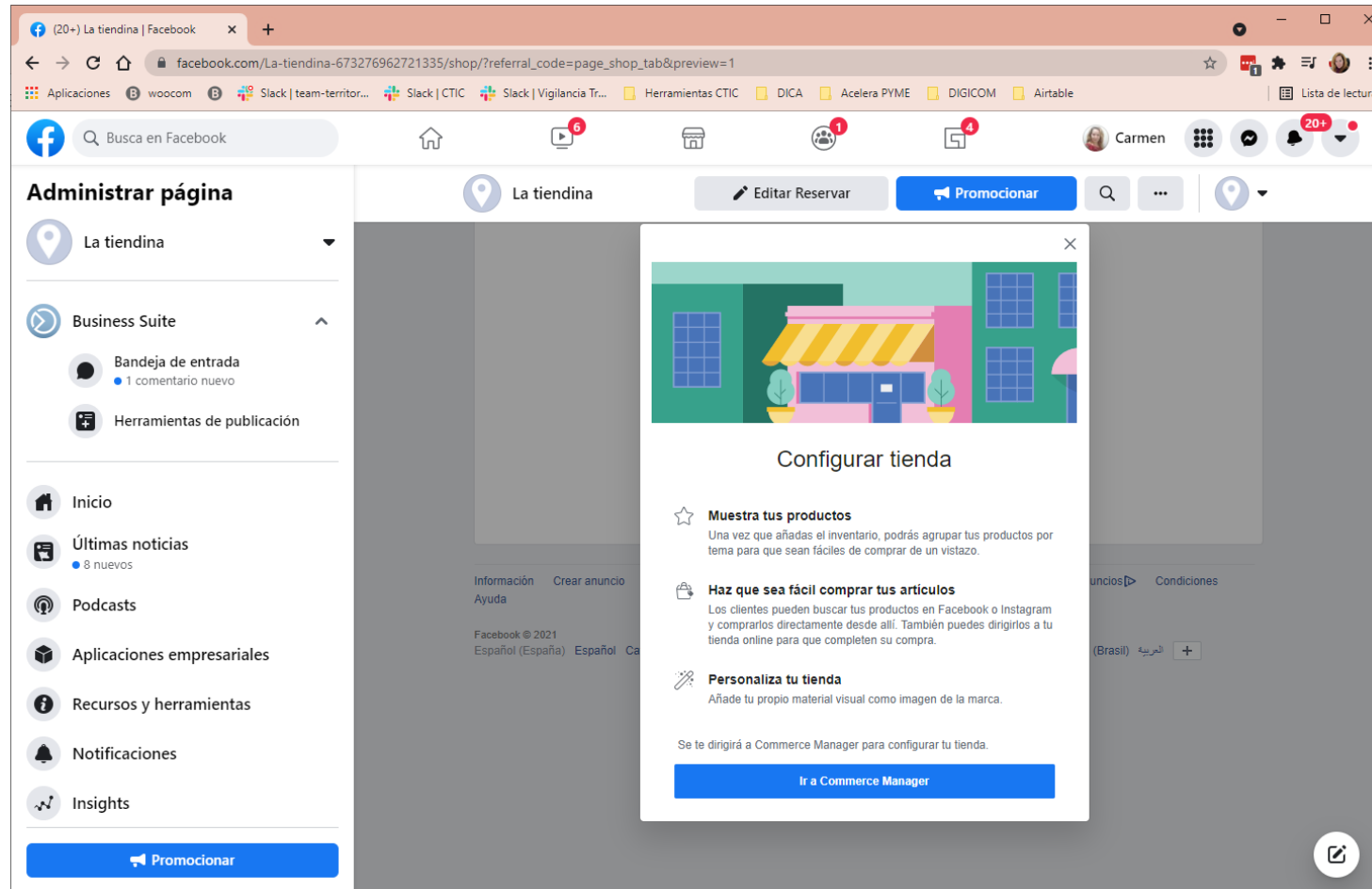
Cómo crear una tienda en Facebook

Si en tu página no aparece la opción “Tienda”

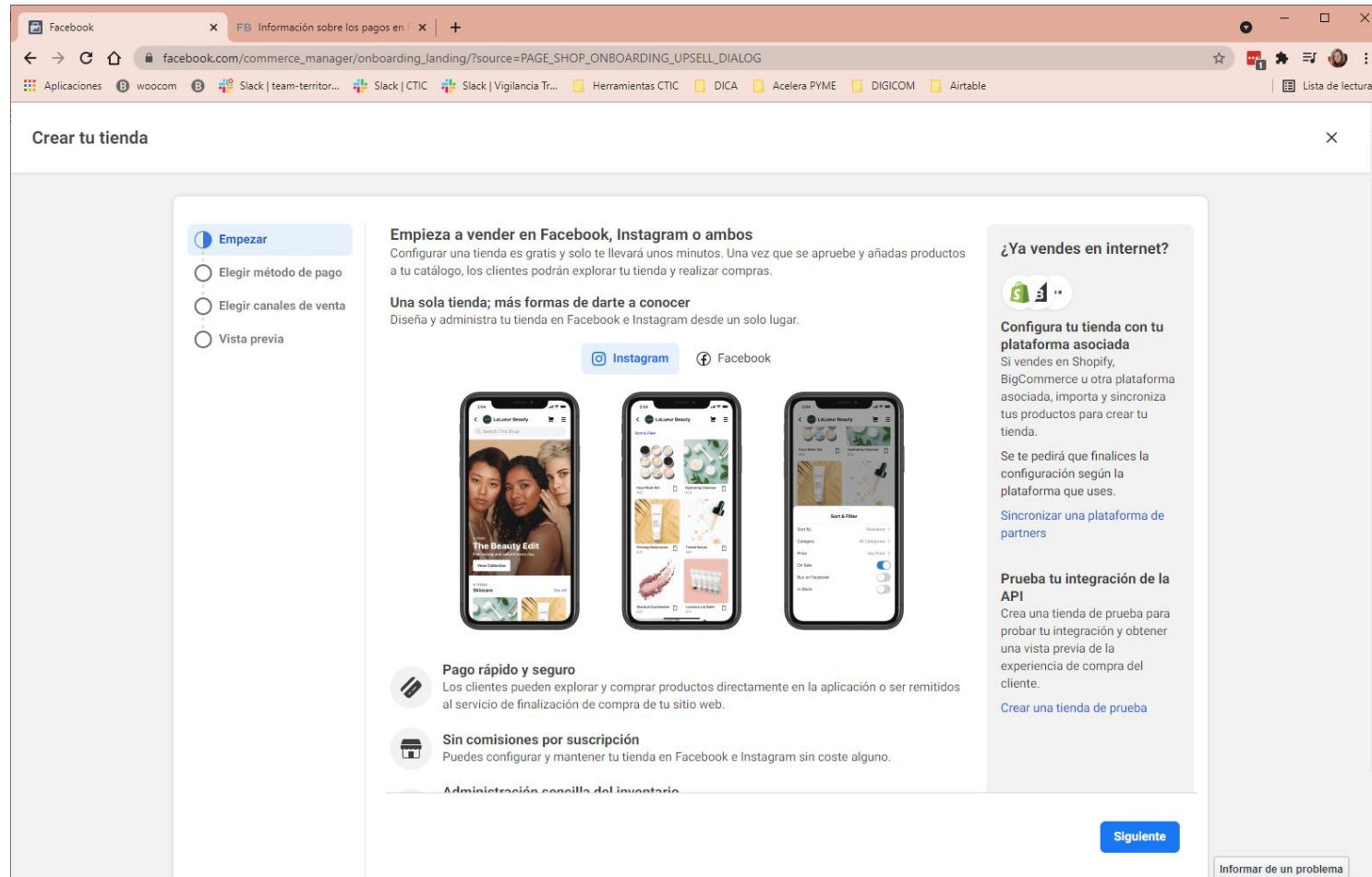


La opción “Tienda” debe estar activada.

Crear una tienda en Facebook



Cómo crear una tienda en Facebook



Facebook

facebook.com/commerce_manager/onboarding_landing/?source=PAGE_SHOP_ONBOARDING_UPSELL_DIALOG

Aplicaciones woocom Slack | team-territor... Slack | CTIC Slack | Vigilancia Tr... Herramientas CTIC DICA Acelera PYME DIGICOM Airtable

Crear tu tienda

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

¿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](#)

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.

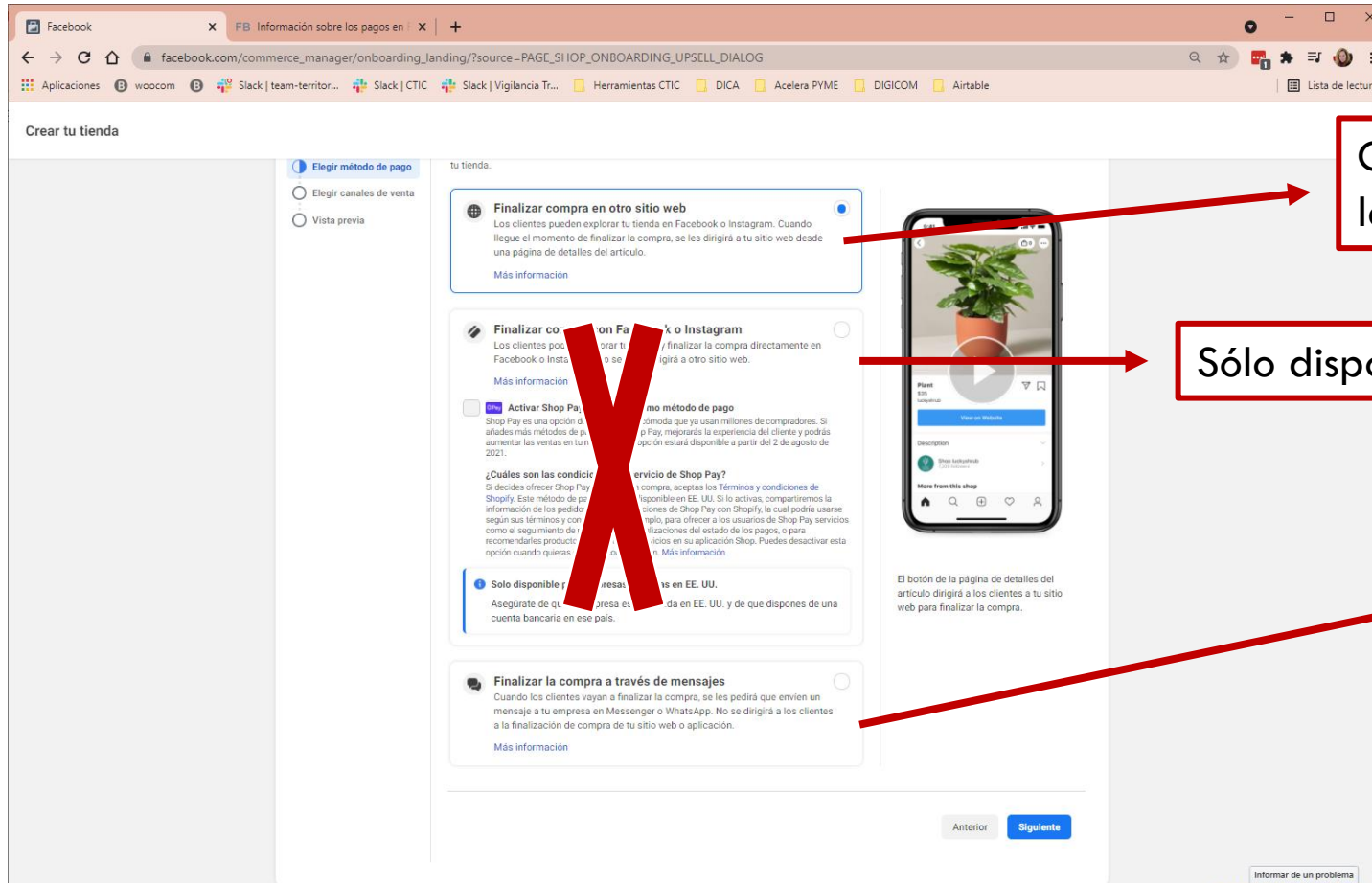
Sin comisiones por suscripción
Puedes configurar y mantener tu tienda en Facebook e Instagram sin coste alguno.

Administración sencilla del inventario

[Siguiente](#)

[Informar de un problema](#)

Cómo crear una tienda en Facebook

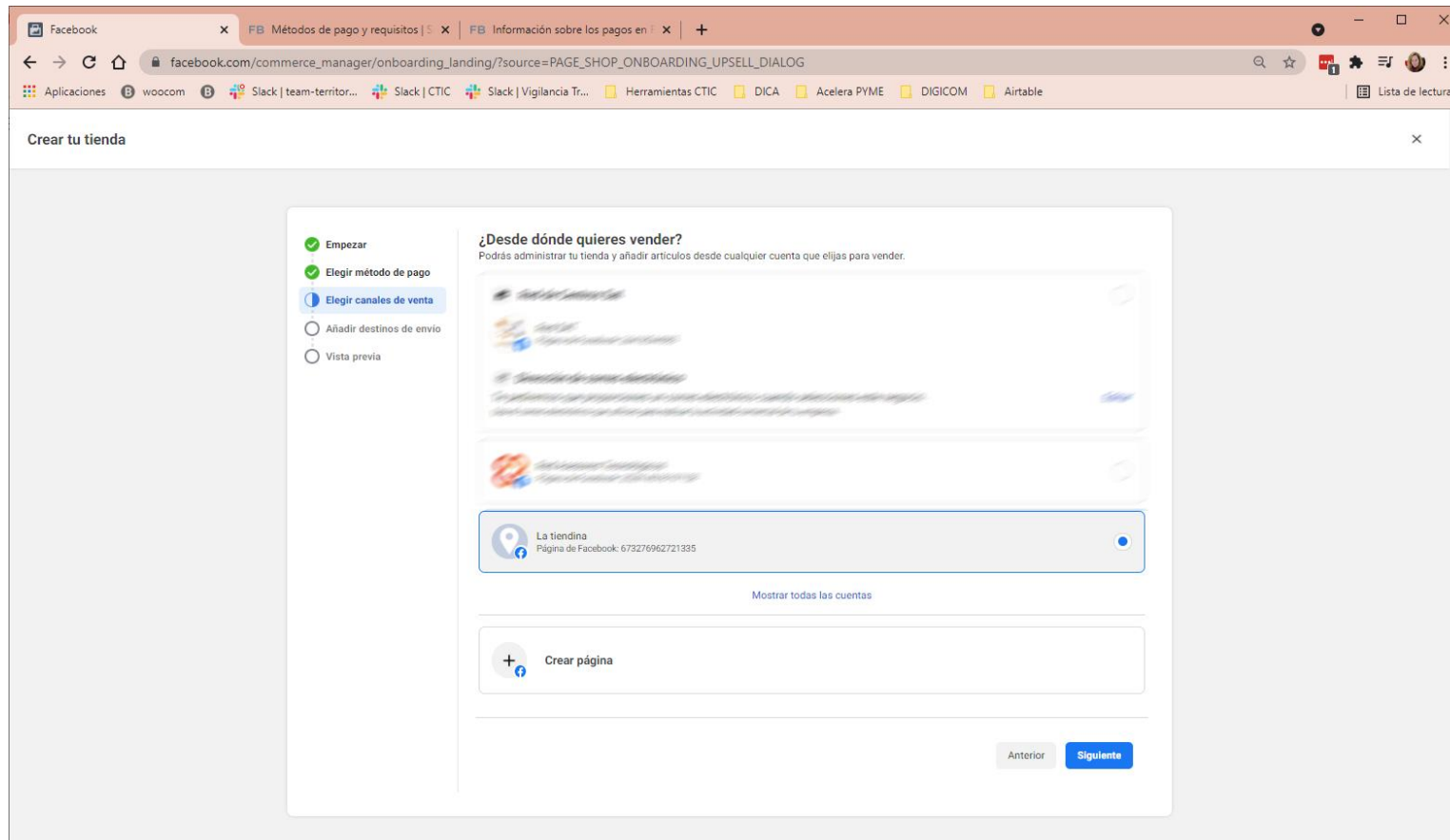


Cada producto enlazará a tu tienda online, y la compra se finalizará desde allí.

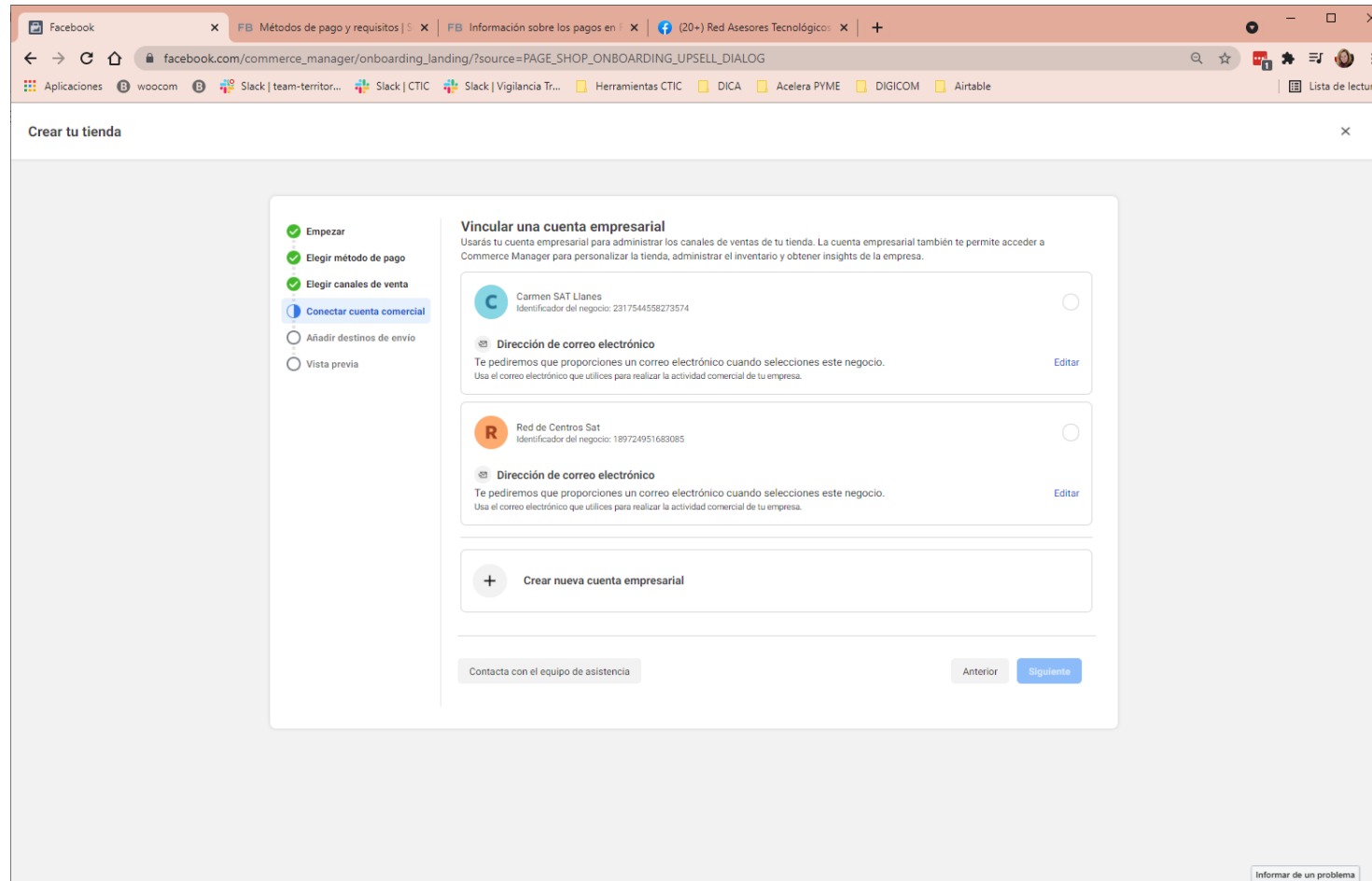
Sólo disponible en Estados Unidos

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

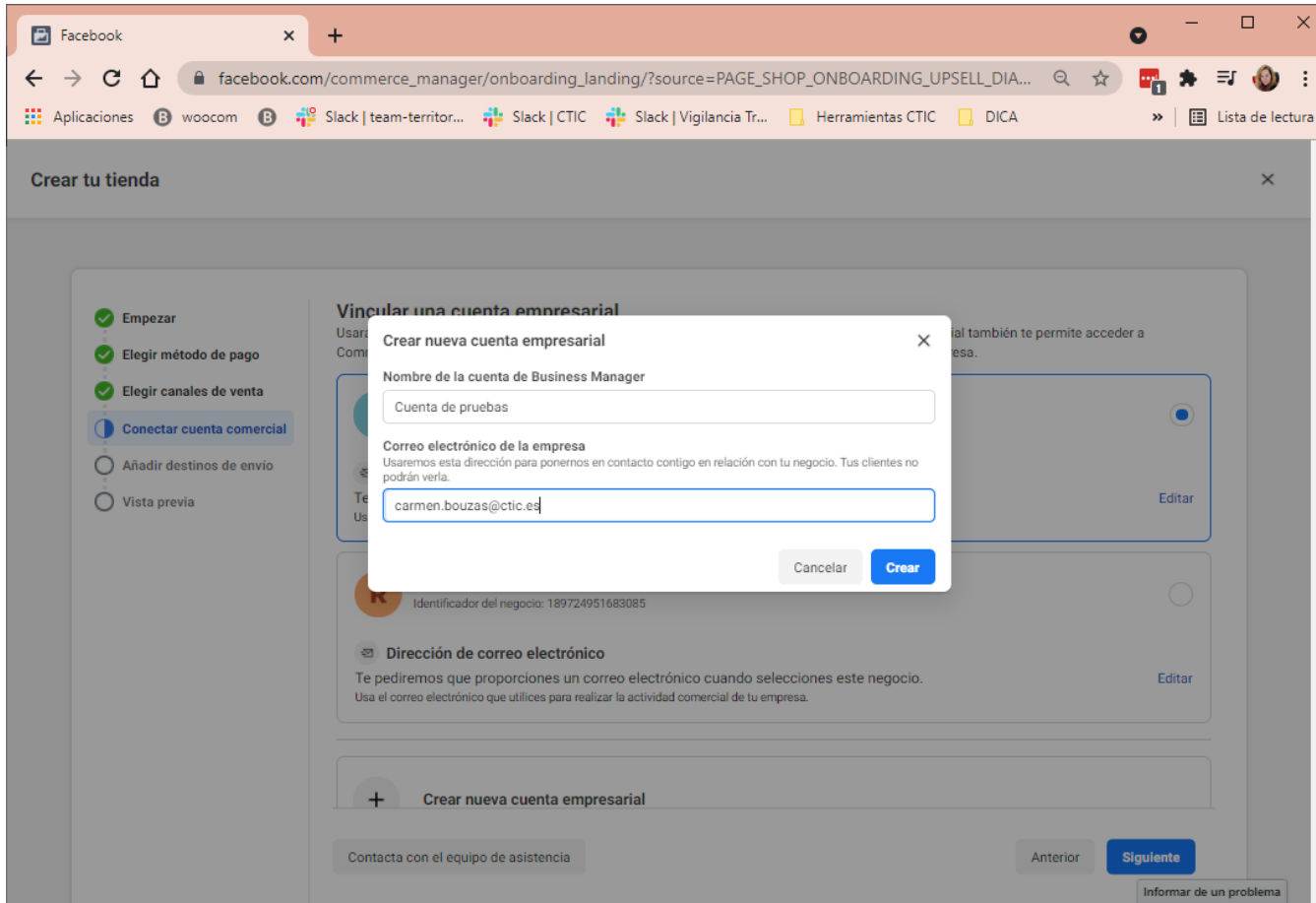
Dirección de correo electrónico
Te pediremos que proporciones un correo electrónico cuando selecciones este negocio. Usa el correo electrónico que utilices para realizar la actividad comercial de tu empresa. [Editar](#)

+ Crear nueva cuenta empresarial

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

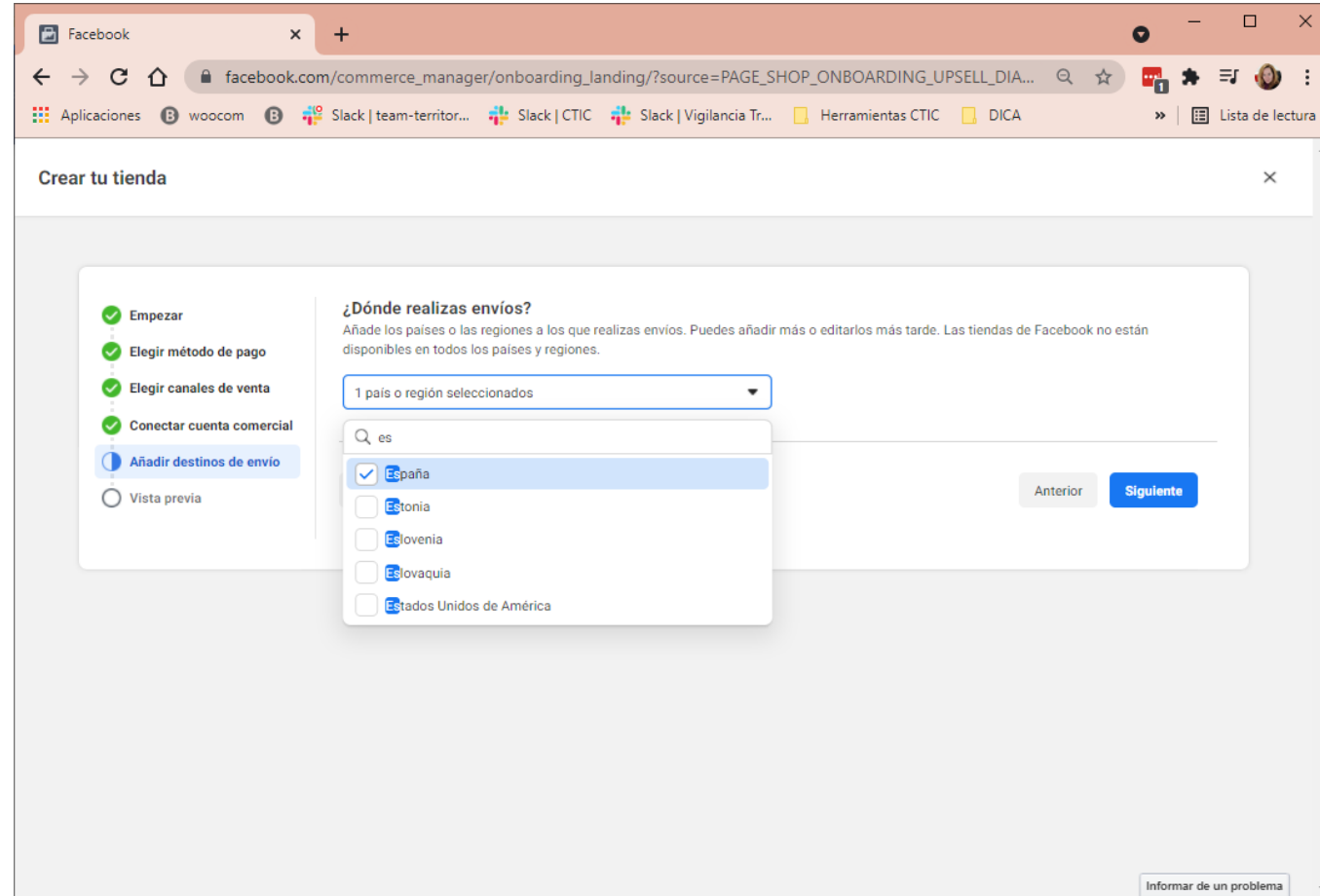
[Informar de un problema](#)

Cómo crear una tienda en Facebook

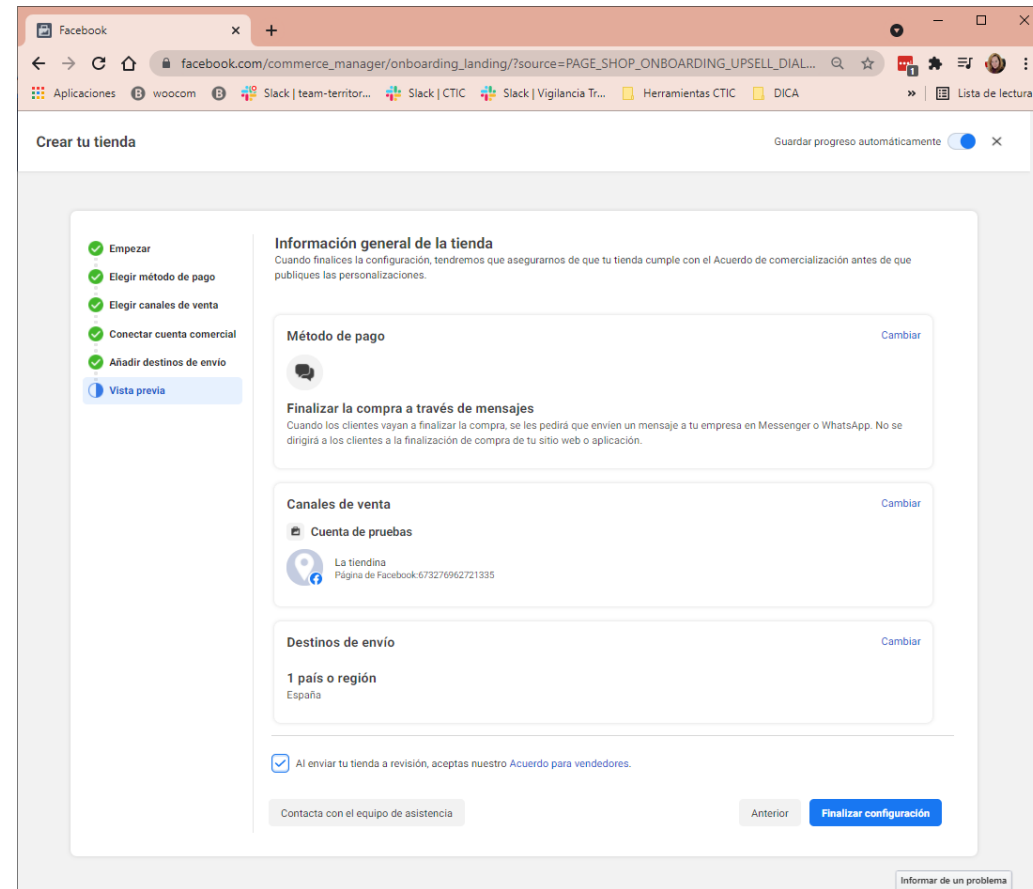


Será la cuenta autorizada para hacer promociones (anuncios de pago) dentro de la plataforma.

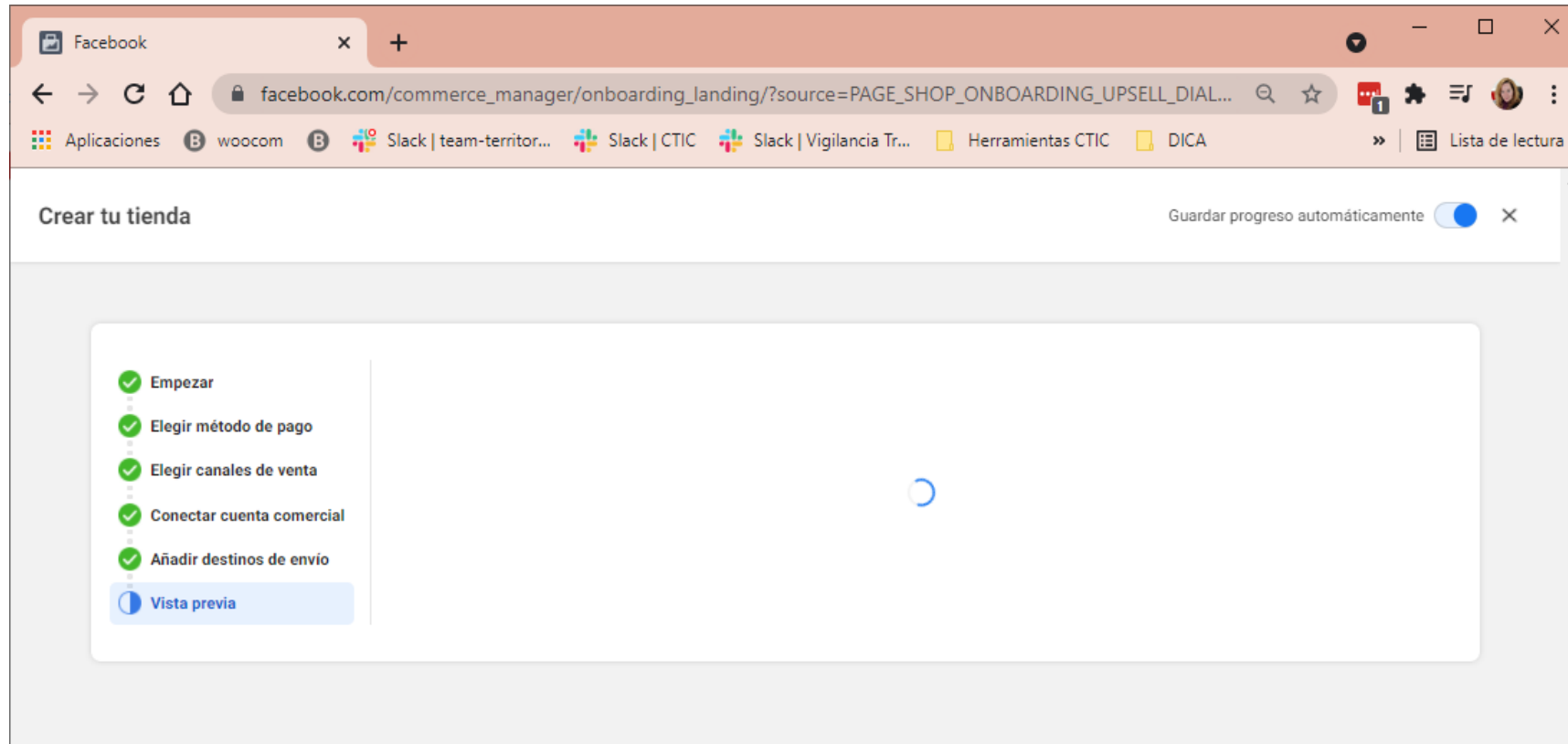
Cómo crear una tienda en Facebook



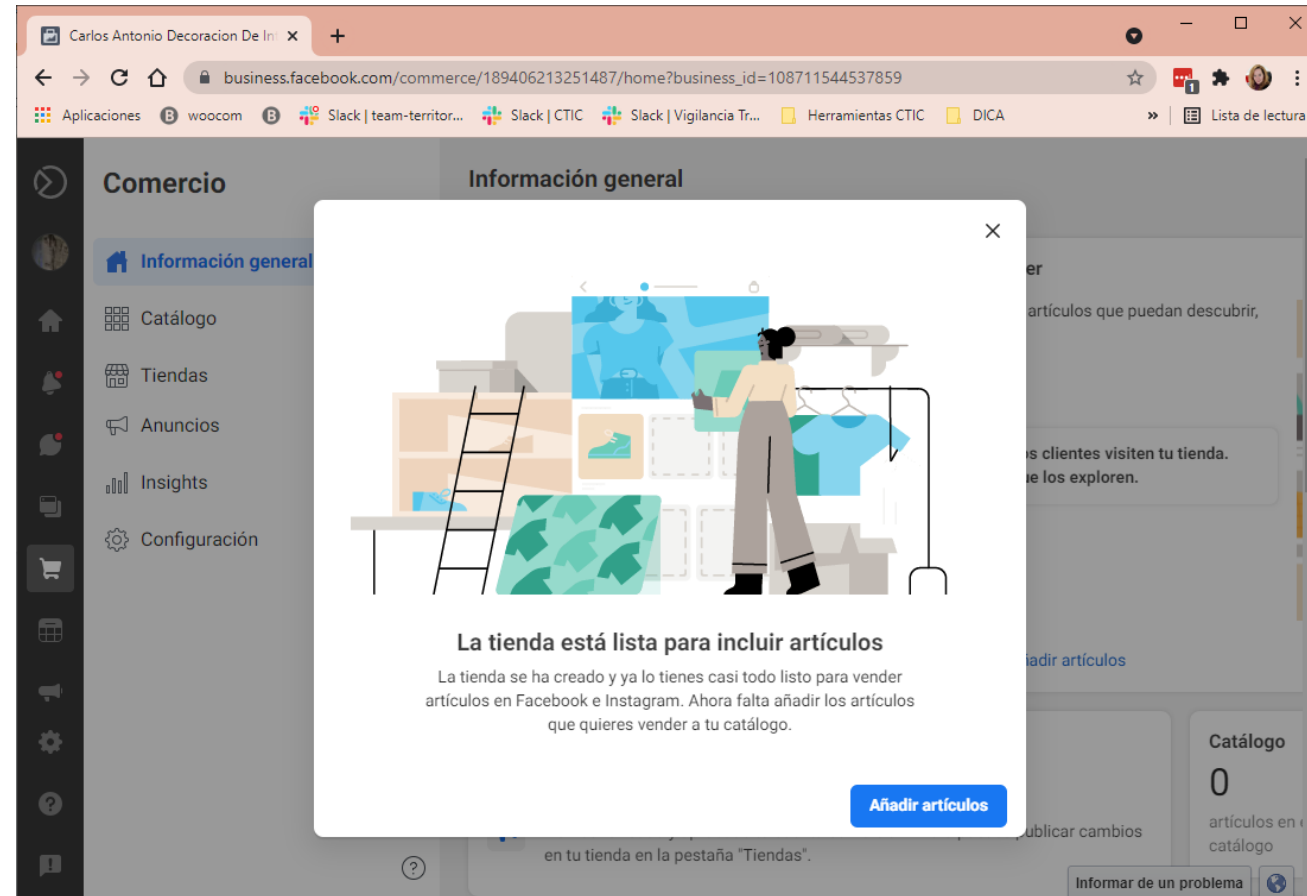
Cómo crear una tienda en Facebook



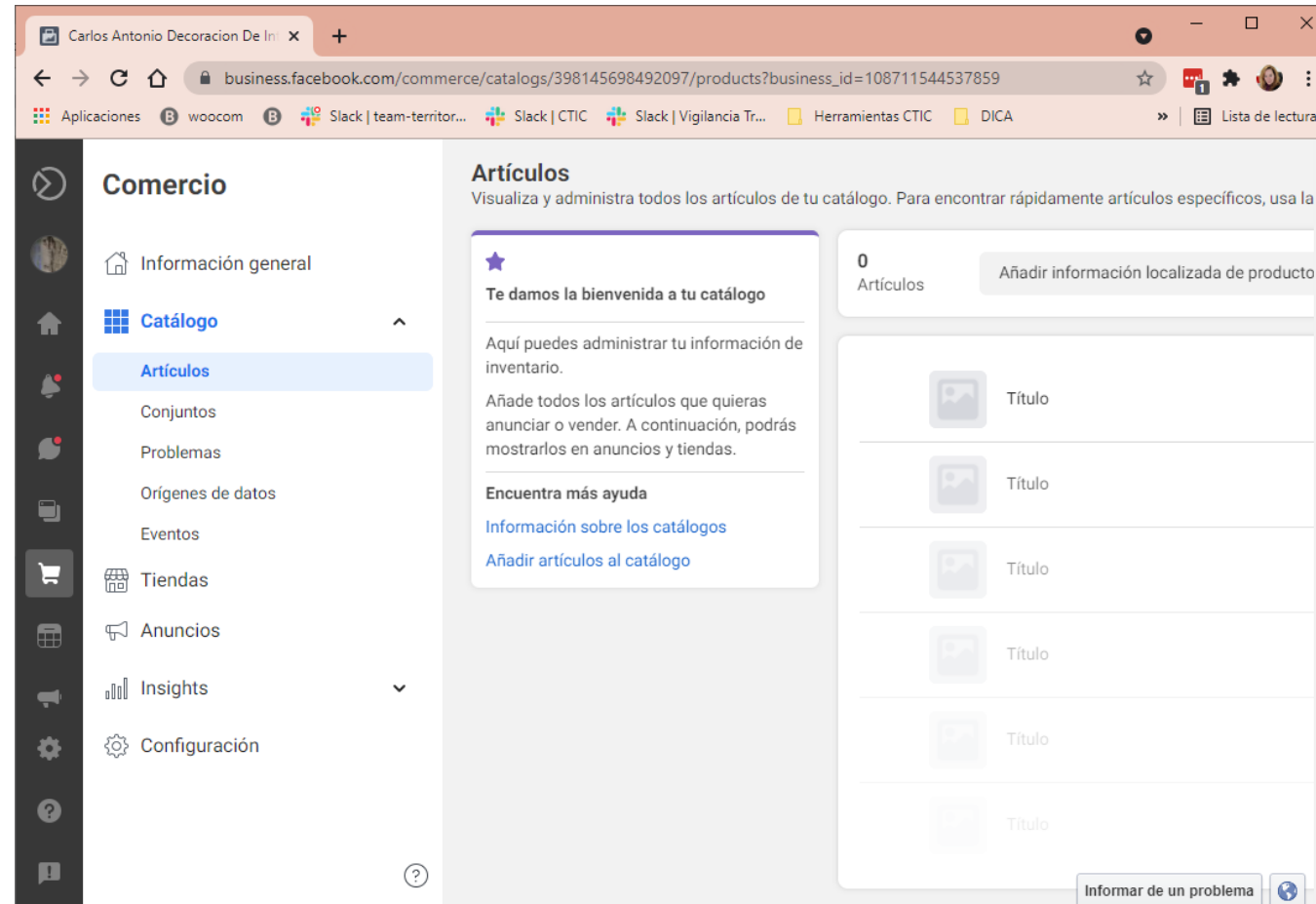
Cómo crear una tienda en Facebook



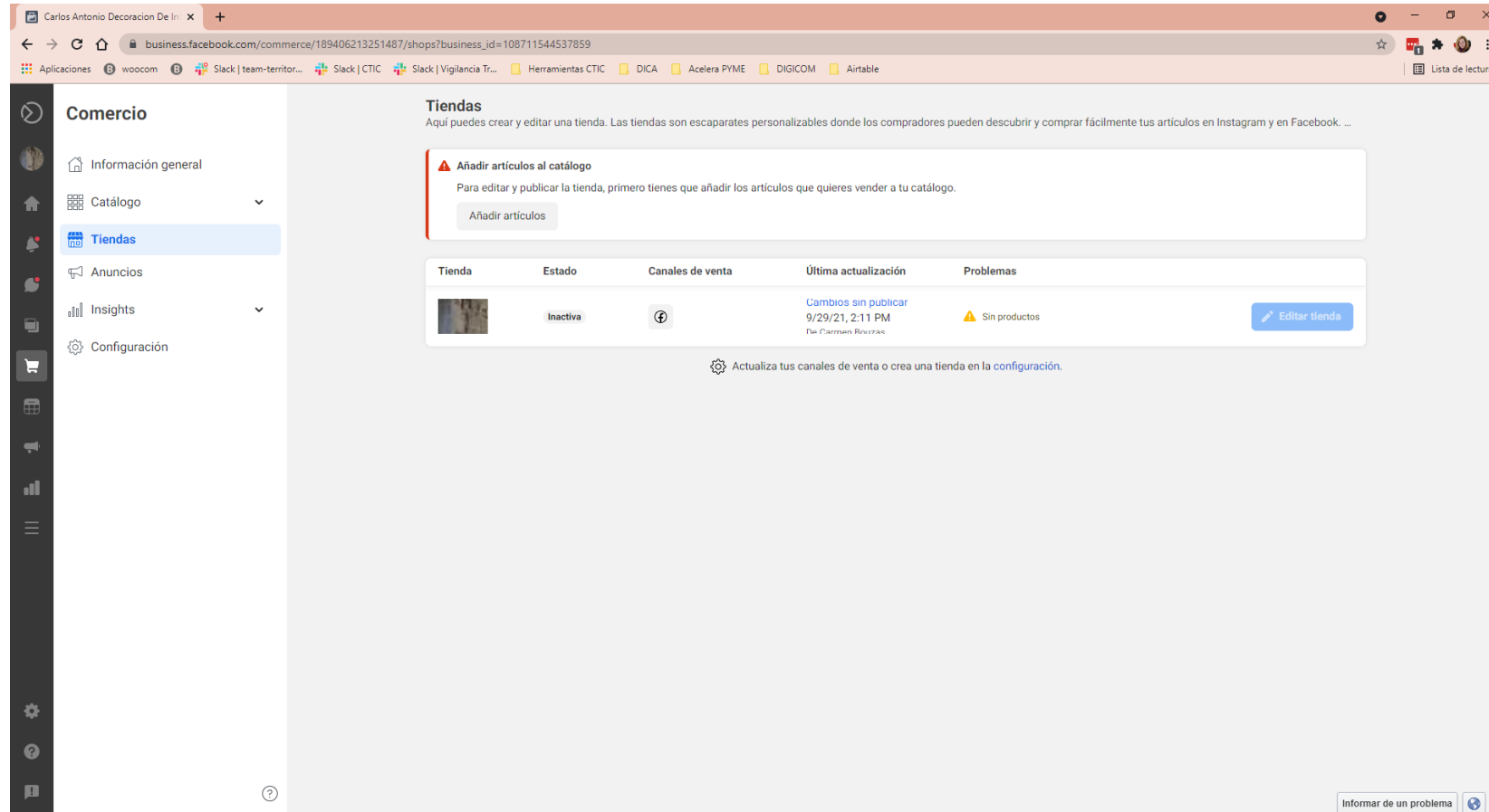
Cómo crear una tienda en Facebook



Cómo crear una tienda en Facebook






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...

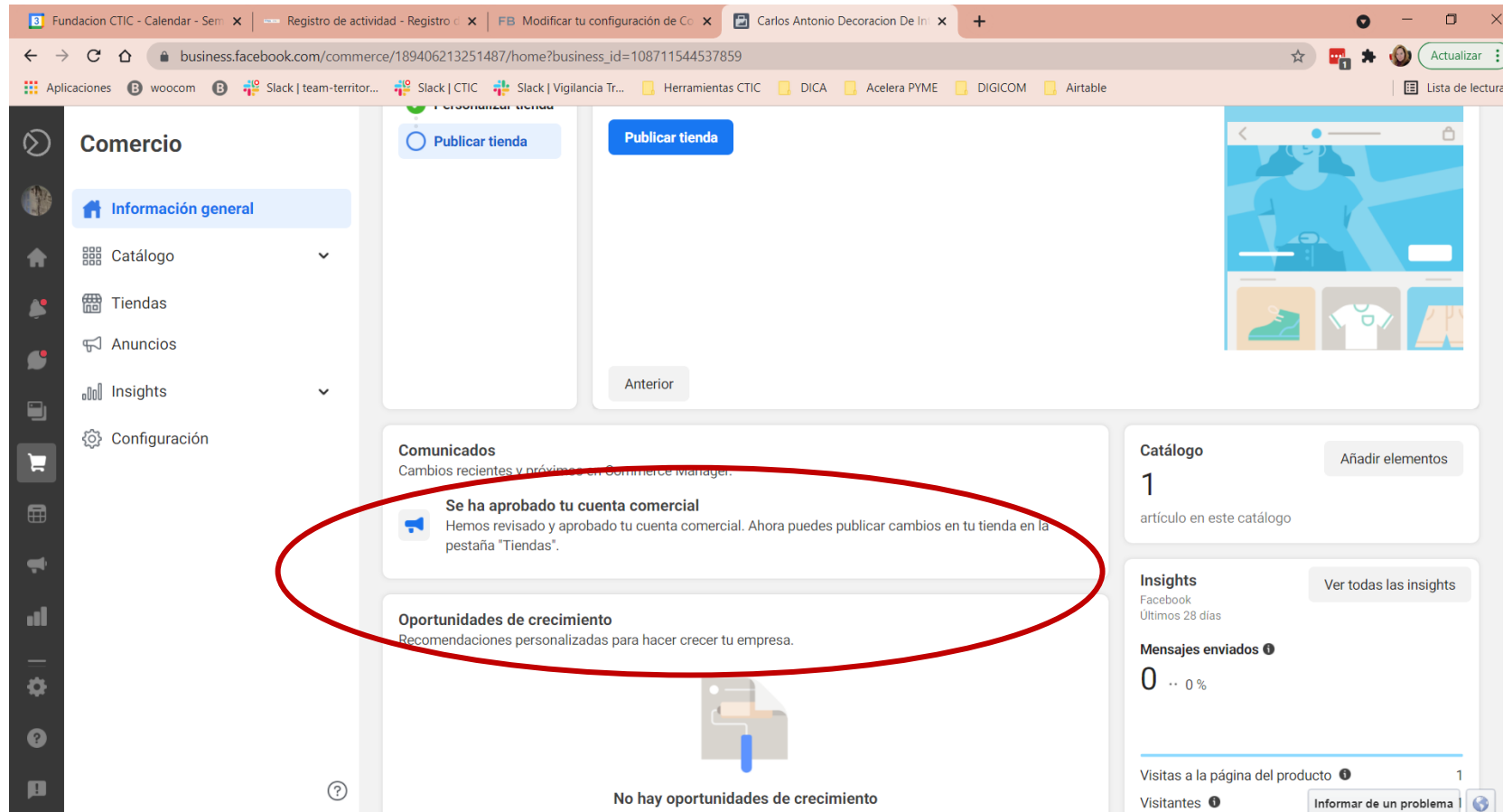
⚠ Añadir artículos al catálogo
Para editar y publicar la tienda, primero tienes que añadir los artículos que quieres vender a tu catálogo.
[Añadir artículos](#)

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

[Editar tienda](#)

 Actualiza tus canales de venta o crea una tienda en la configuración.

[Informar de un problema](#)

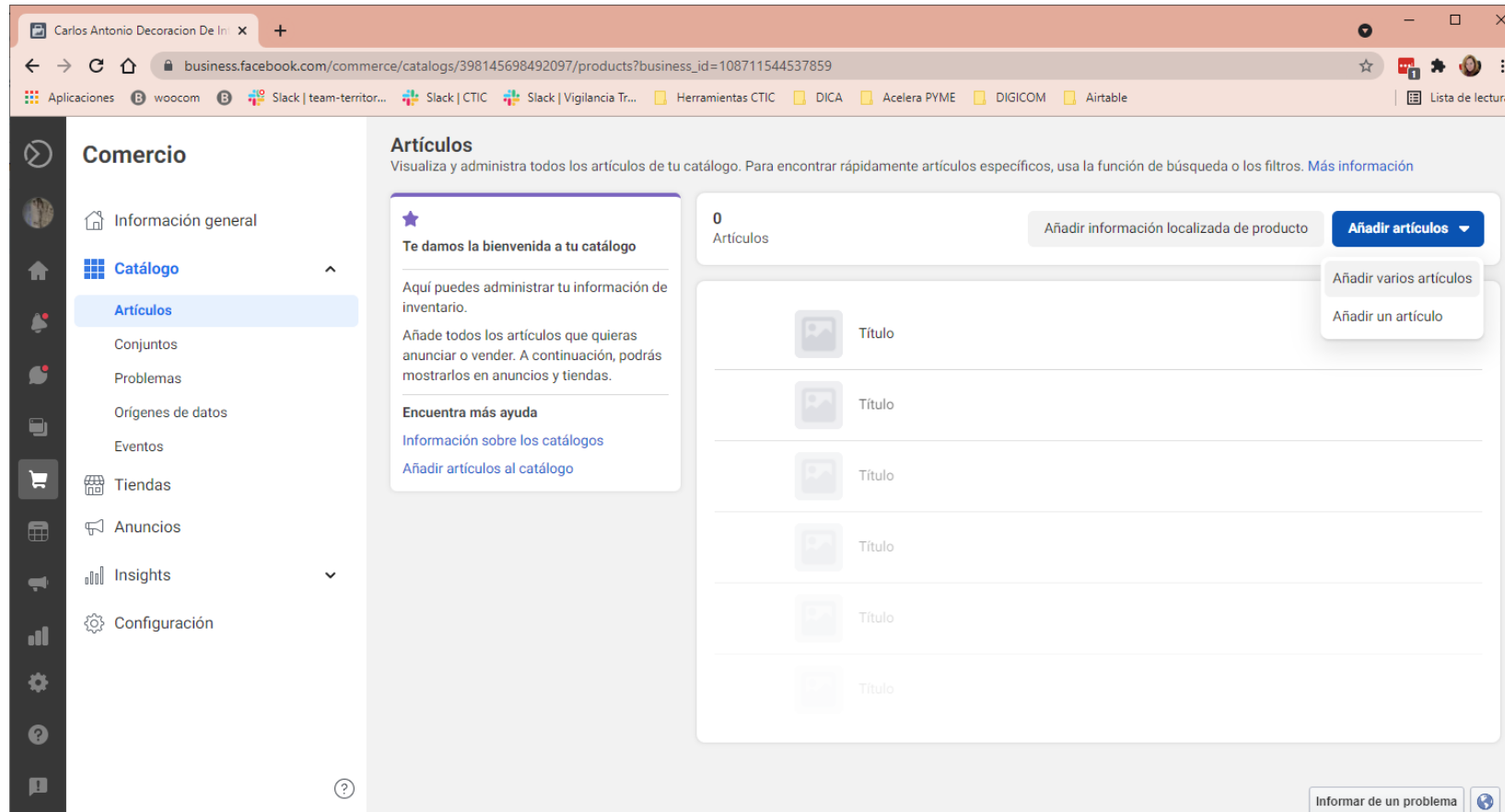


The screenshot shows the Facebook Commerce Manager interface. The left sidebar contains navigation options: Comercio, Información general, Catálogo, Tiendas, Anuncios, Insights, and Configuración. The main content area is divided into several sections. At the top, there are two 'Publicar tienda' buttons. Below this is a 'Comunicados' section with a notification: 'Se ha aprobado tu cuenta comercial' (Your commercial account has been approved). This notification is circled in red. Below the notification is an 'Oportunidades de crecimiento' section, which currently shows 'No hay oportunidades de crecimiento'. On the right side, there are sections for 'Catálogo' (showing 1 article), 'Insights' (Facebook, Últimos 28 días), and 'Mensajes enviados' (0, 0%).

La Tienda de Facebook. Añadir productos

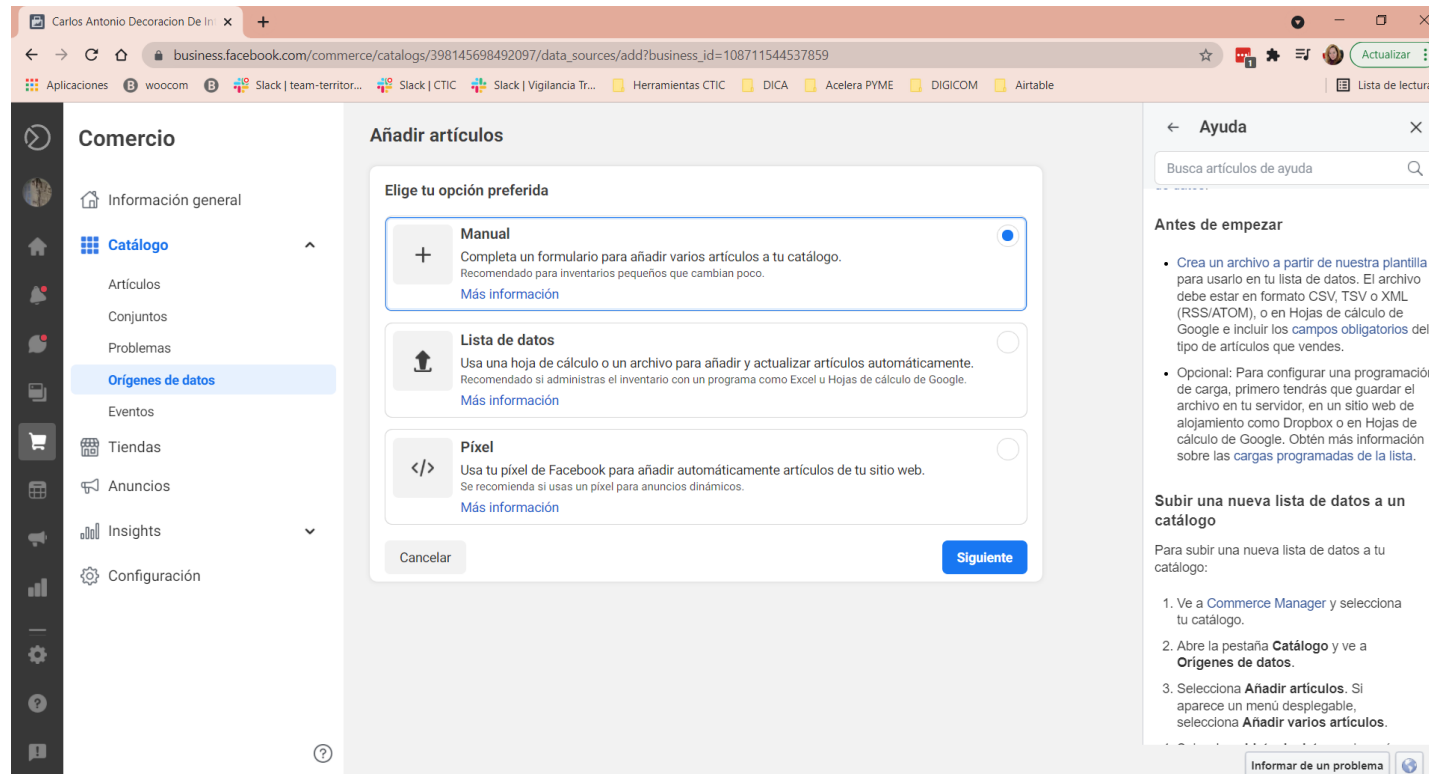
La Tienda de Facebook. Los catálogos

- 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 'Artículos' (Articles) management interface in Facebook Business Manager. The left sidebar is titled 'Comercio' and includes options like 'Información general', 'Catálogo', 'Artículos', 'Conjuntos', 'Problemas', 'Orígenes de datos', 'Eventos', 'Tiendas', 'Anuncios', 'Insights', and 'Configuración'. The main content area is titled 'Artículos' and contains a welcome message: 'Te damos la bienvenida a tu catálogo'. Below this, there is a section for 'Encuentra más ayuda' with links to 'Información sobre los catálogos' and 'Añadir artículos al catálogo'. On the right, there is a summary showing '0 Artículos' and a button to 'Añadir información localizada de producto'. A dropdown menu is open, showing options to 'Añadir varios artículos' and 'Añadir un artículo'. At the bottom, there is a table with 7 rows, each with a placeholder icon and the text 'Título'. A 'Listado de lectura' (Reading List) icon is visible in the top right corner of the browser window.

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

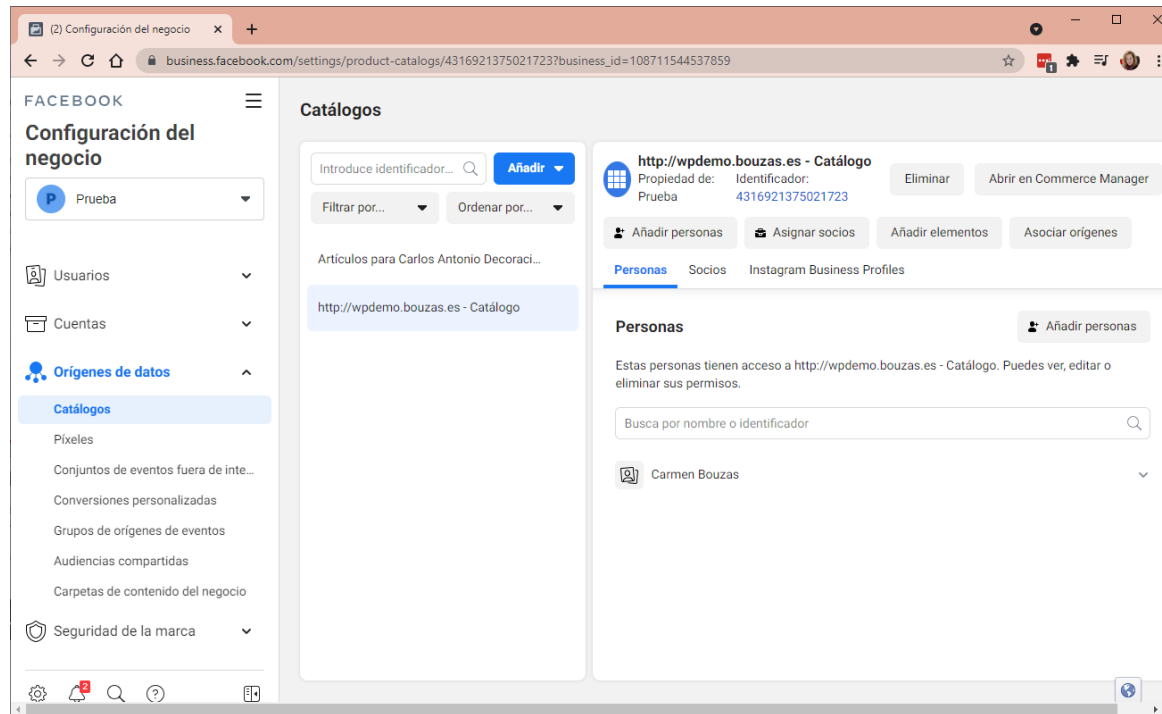


The screenshot shows the Facebook Commerce Manager interface. The left sidebar is labeled 'Comercio' and includes options like 'Información general', 'Catálogo', 'Artículos', 'Conjuntos', 'Problemas', 'Orígenes de datos', 'Eventos', 'Tiendas', 'Anuncios', 'Insights', and 'Configuración'. The main content area is titled 'Añadir artículos' and offers three options: 'Manual', 'Lista de datos', and 'Pixel'. The 'Manual' option is selected. A right-hand sidebar titled 'Ayuda' contains a search bar and a section 'Antes de empezar' with instructions on how to create a data file and upload it. At the bottom of the 'Ayuda' sidebar, there is a section 'Subir una nueva lista de datos a un catálogo' with a numbered list of steps.

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

Conjuntos

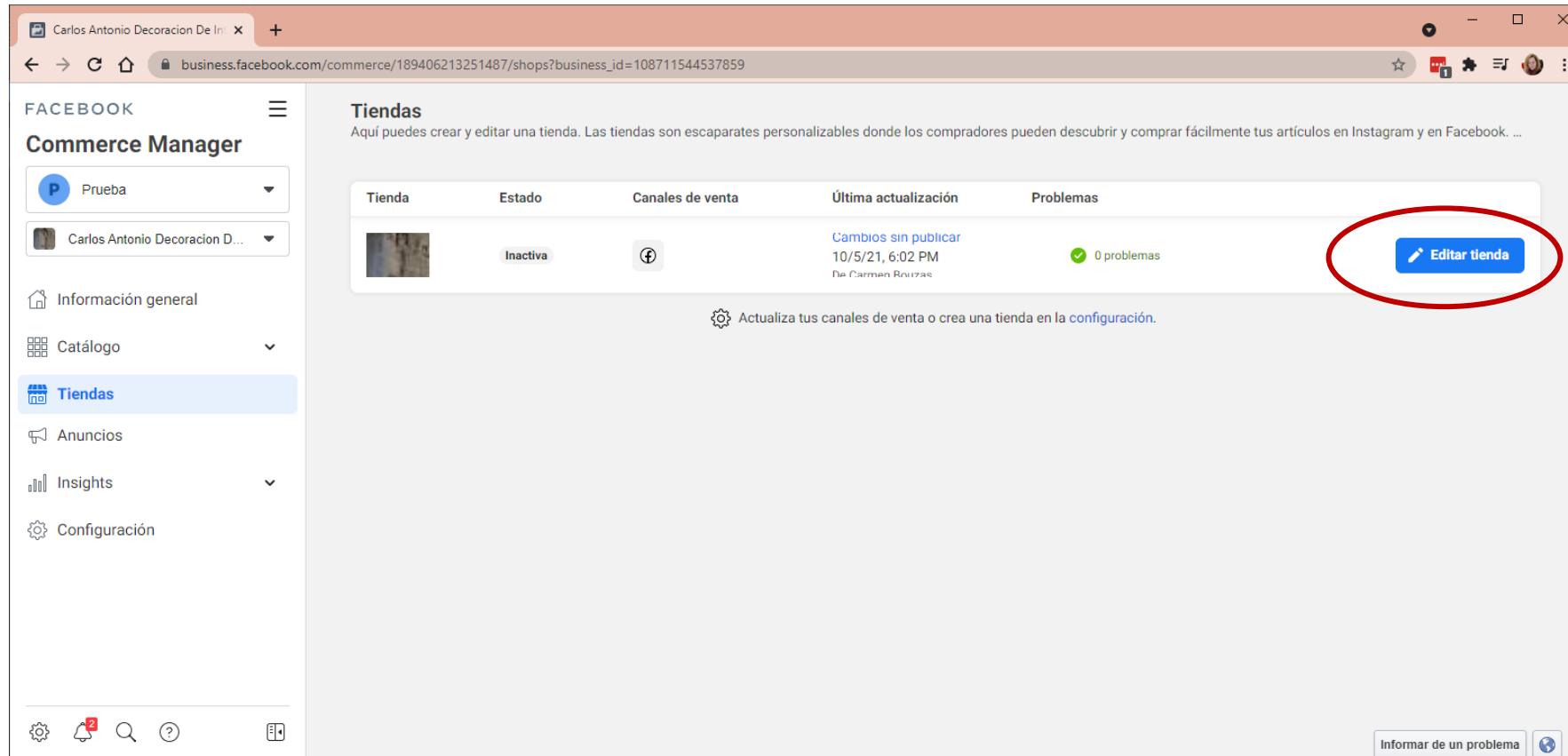
Qué son los conjuntos

- 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

Personalizar la tienda

Opciones de personalización



The screenshot shows the Facebook Commerce Manager interface. On the left is a navigation menu with options like 'Prueba', 'Información general', 'Catálogo', 'Tiendas' (highlighted), 'Anuncios', 'Insights', and 'Configuración'. The main area is titled 'Tiendas' and contains a table with one row of store data. A red circle highlights the 'Editar tienda' button in the 'Problemas' column of the table.

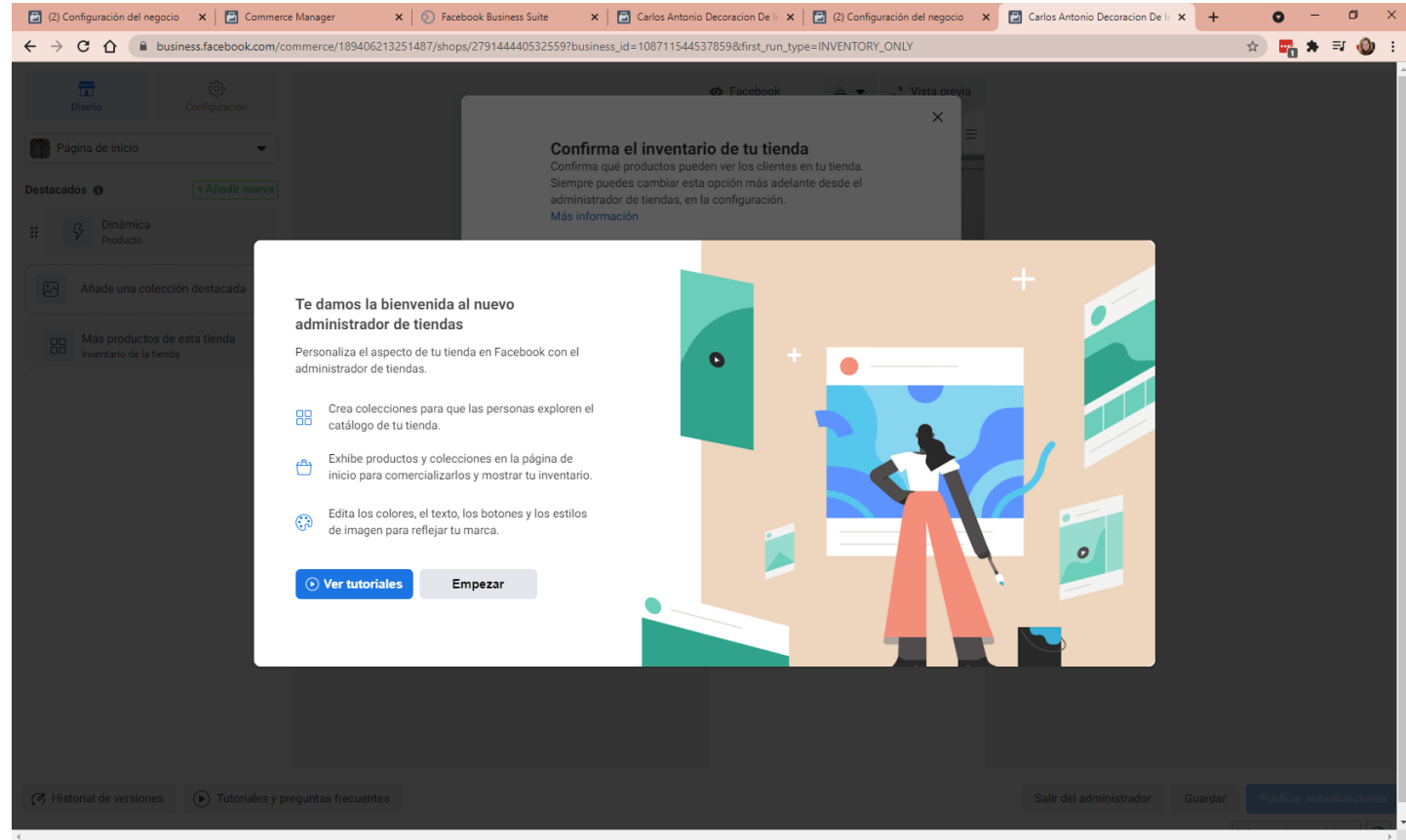
Tienda	Estado	Canales de venta	Última actualización	Problemas
	Inactiva		Cambios sin publicar 10/5/21, 6:02 PM De Carmen Ruizae	 0 problemas

[Editar tienda](#)

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

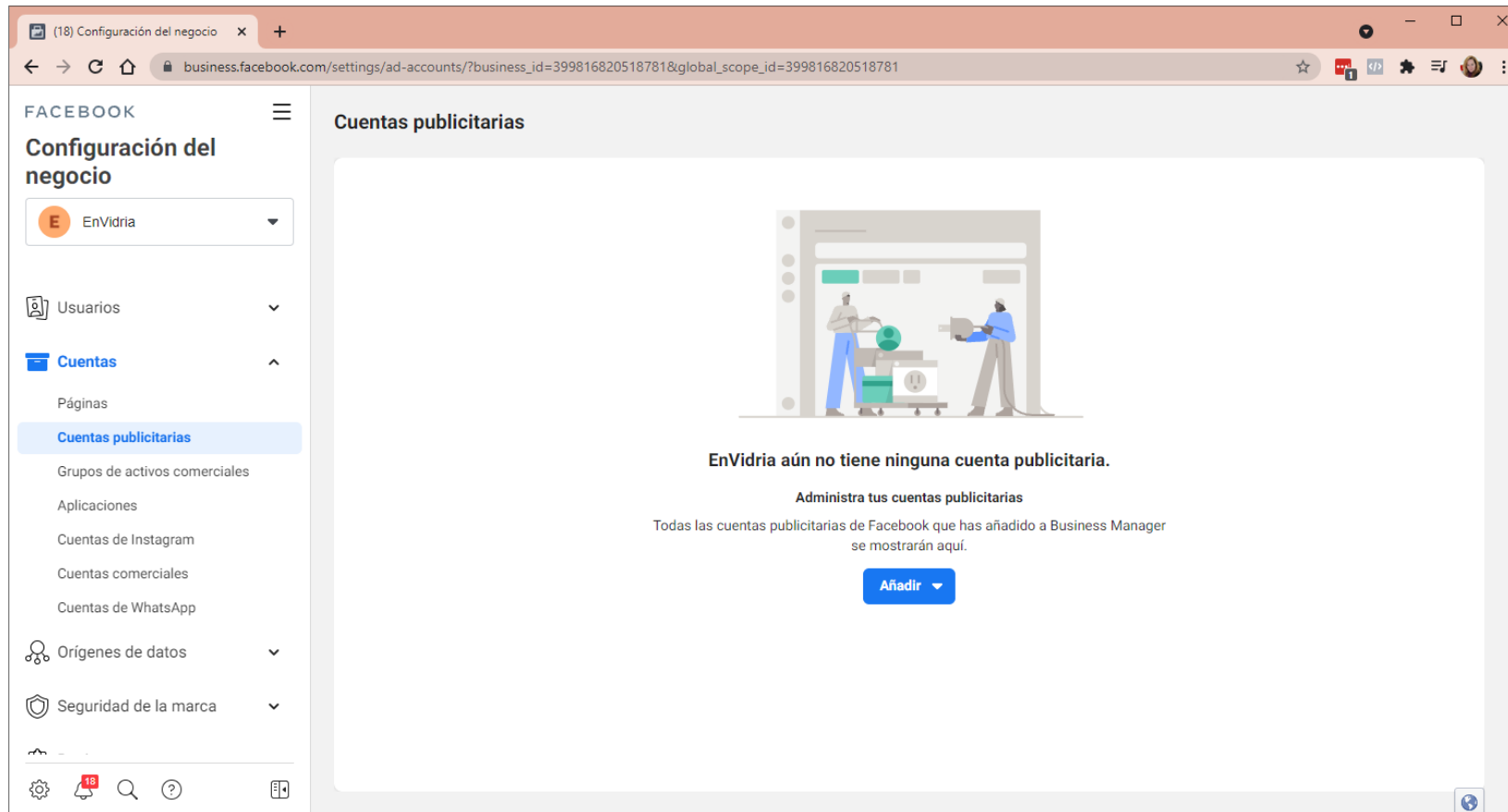
Opciones de personalización

- 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.



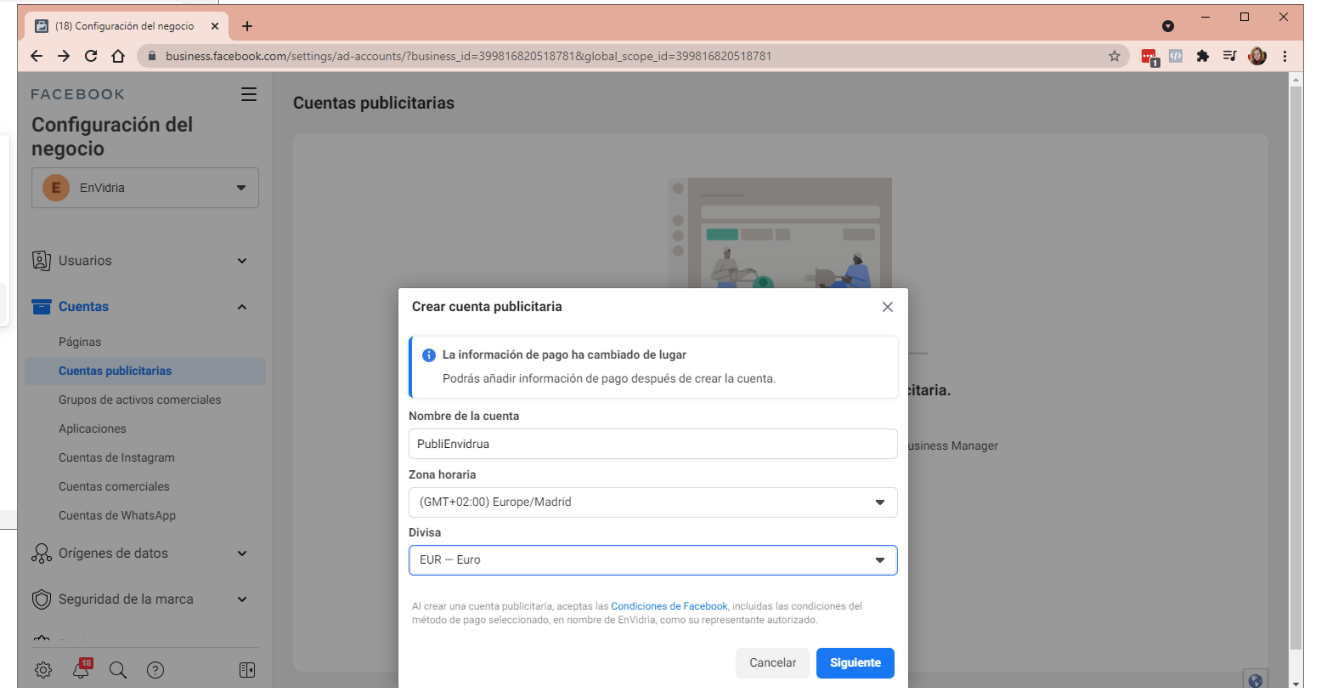
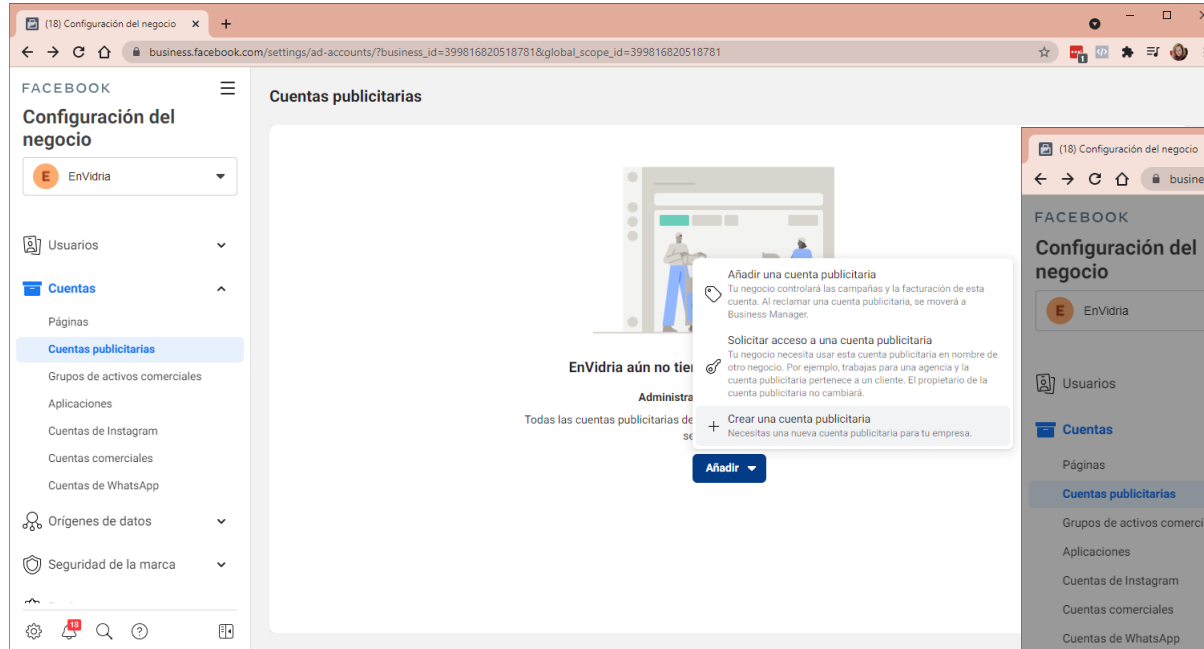
Creación de campañas

Crear una cuenta publicitaria

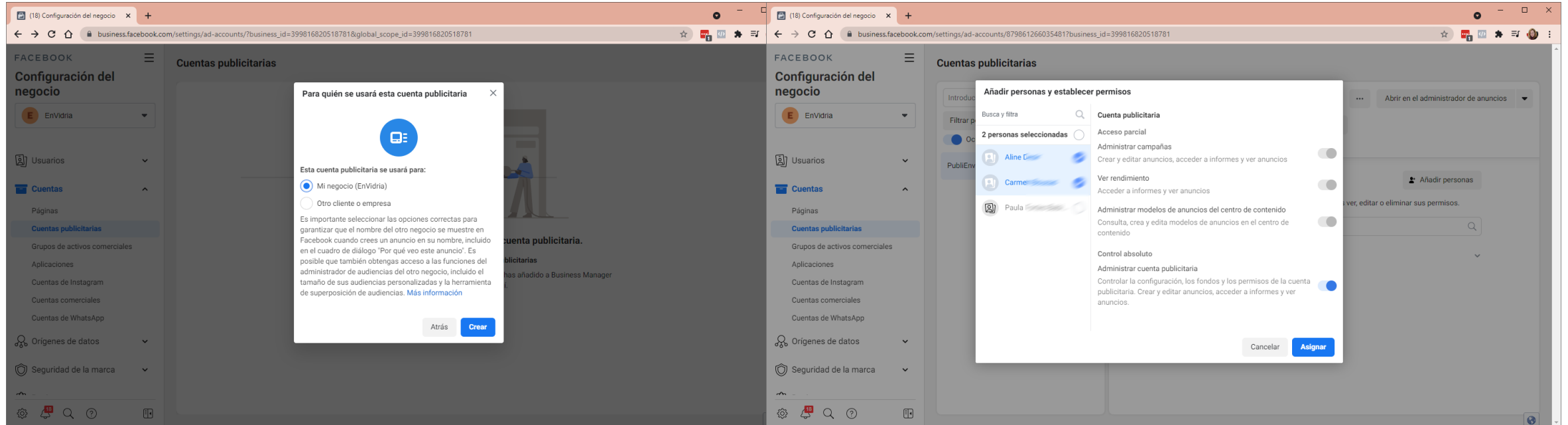


Es necesario disponer de una cuenta publicitaria.

Crear una cuenta publicitaria



Crear una cuenta publicitaria

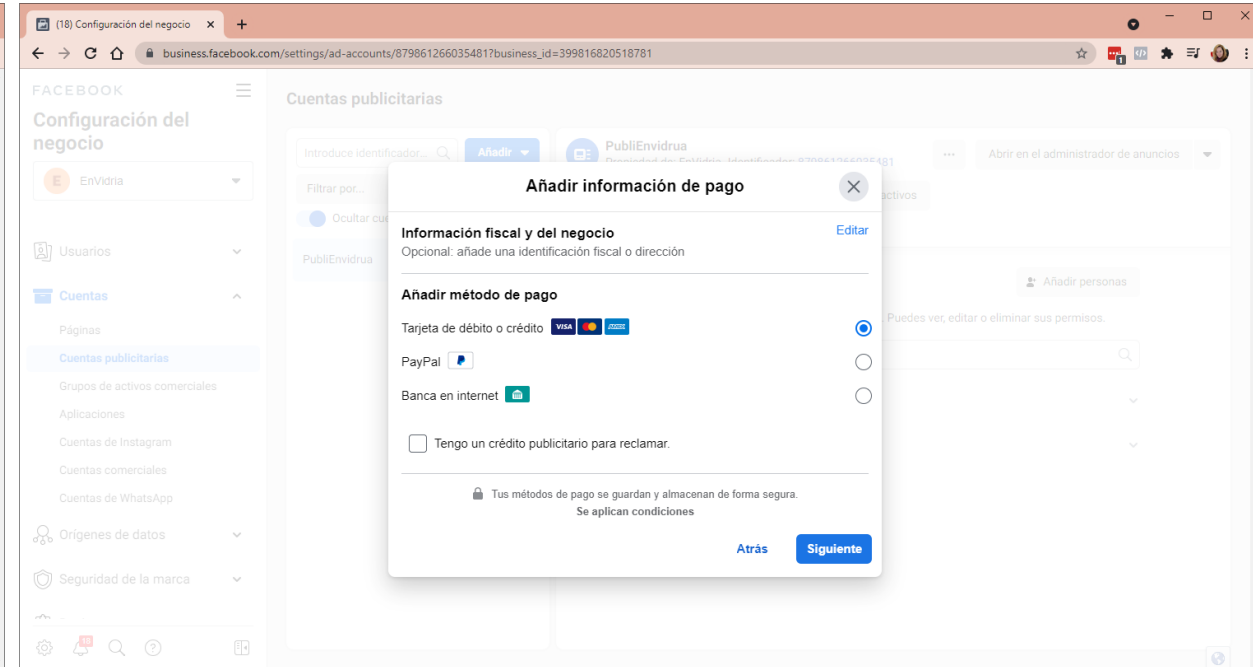
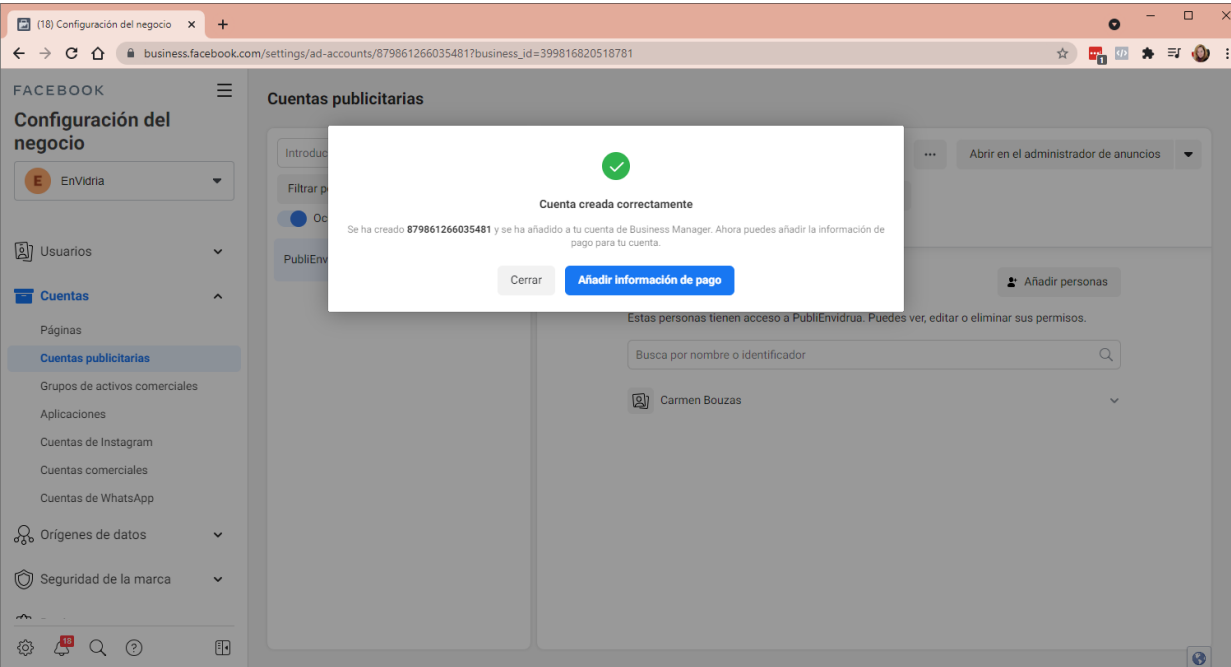


The image shows two sequential screenshots of the Facebook Business Manager 'Cuentas publicitarias' (Advertising Accounts) configuration page.

Left Screenshot: The 'Configuración del negocio' (Business Configuration) section is active. A modal dialog titled 'Para quién se usará esta cuenta publicitaria' (Who this advertising account will be used for) is displayed. It offers two options: 'Mi negocio (EnVidria)' (My business (EnVidria)) which is selected, and 'Otro cliente o empresa' (Another client or company). A note explains that selecting the correct option ensures the business name is visible in ads and provides access to audience management tools. 'Atrás' (Back) and 'Crear' (Create) buttons are at the bottom.

Right Screenshot: The 'Añadir personas y establecer permisos' (Add people and set permissions) modal is shown. It lists '2 personas seleccionadas' (2 people selected): Aline and Carme. A table of permissions is visible, including 'Acceso parcial' (Partial access), 'Administrar campañas' (Manage campaigns), 'Ver rendimiento' (View performance), 'Administrar modelos de anuncios del centro de contenido' (Manage ad models in content center), and 'Control absoluto' (Full control). The 'Administrar cuenta publicitaria' (Manage advertising account) permission is checked. 'Cancelar' (Cancel) and 'Asignar' (Assign) buttons are at the bottom.

Crear una cuenta publicitaria



Creando una campaña

1. Antes de lanzarnos a crear una campaña de publicidad, es necesario tener un **objetivo definido**, esto es.
 - Qué queremos conseguir con la campaña.
 - Cómo queremos que el usuario actúe cuando vea el anuncio.
2. En función del objetivo que definamos, Facebook elegirá la audiencia que más posibilidades tiene de actuar como queremos.

Estructura de Facebook Ads

Facebook Ads organiza las acciones promocionales en una estructura de 3 niveles:

Campaña: En la campaña elegiremos el objetivo que perseguimos con la acción promocional que estamos realizando.

Conjunto de anuncios: aquí se definirá el público objetivo, el presupuesto y la programación de la campaña.

Anuncios: lo que verá tu público objetivo. La publicación, creatividad o imagen que se les vaya a mostrar. Pueden incluir: texto, imágenes, vídeos, y un botón de llamada a la acción. Podemos crear varios anuncios con distintos formatos, para adaptarlos al lugar en el que se mostrarán y al público concreto al que se dirigen.

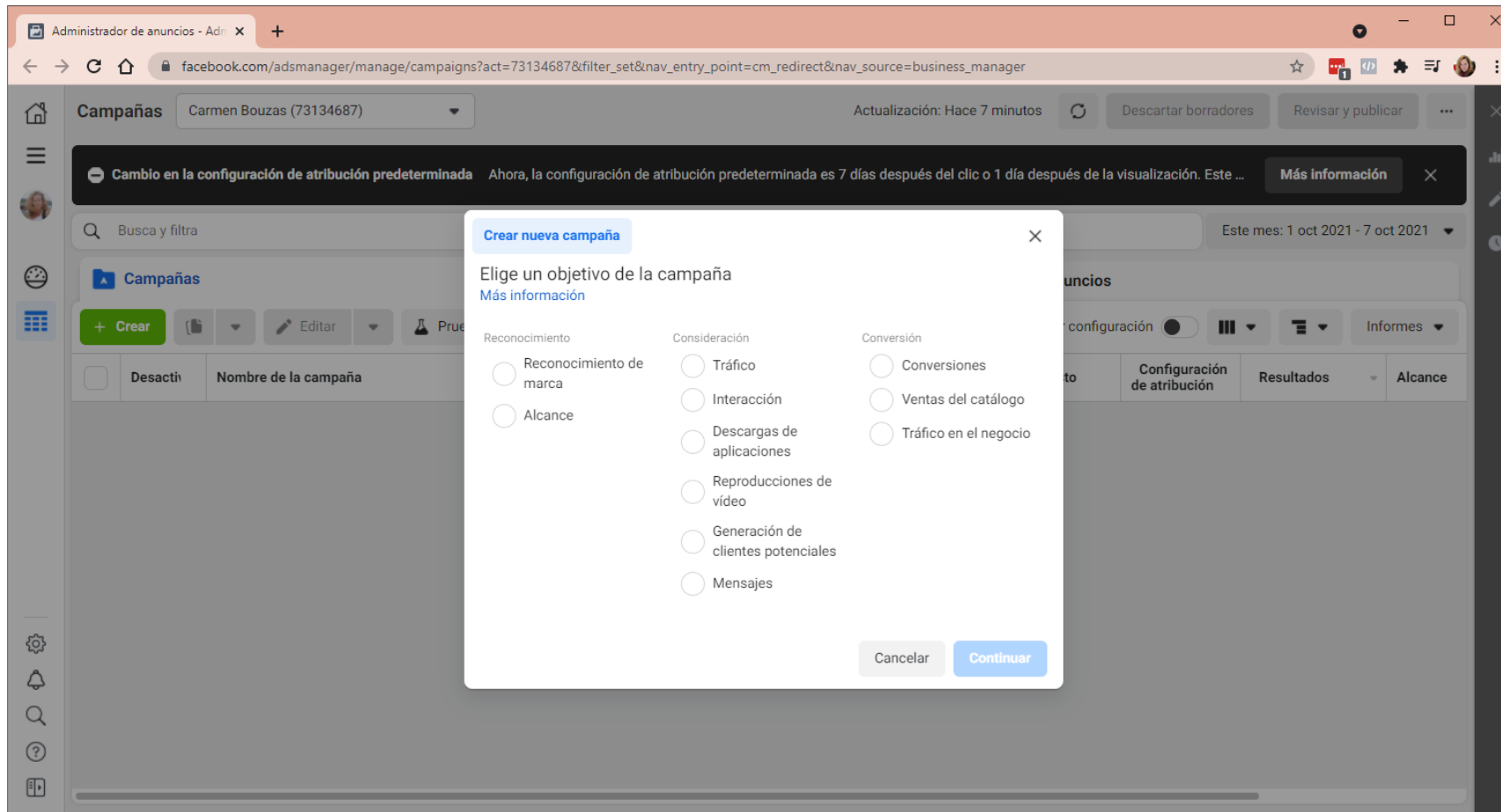
Objetivos

Los objetivos de las campañas se dividen en 3 grandes grupos:

Reconocimiento: aquellos que no esperan que el usuario haga algo concreto, sino que simplemente buscan dar más visibilidad a la marca, y hacerla visible en el día a día de una persona.

Consideración: esperamos que el usuario haga algo.

Conversión: conseguir ventas, o conseguir que el usuario realice una acción específica que nosotros hayamos marcado.

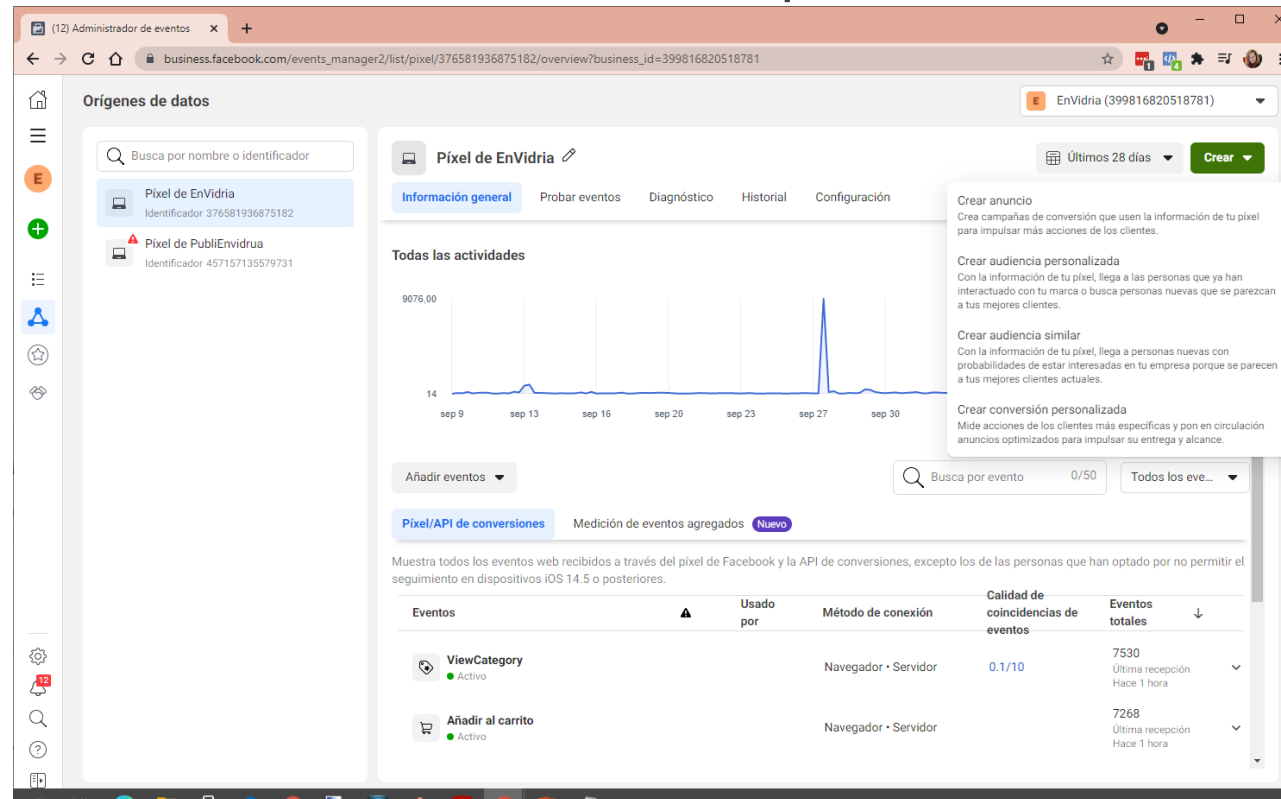


Una vez tenemos todo listo, podemos ir al Administrador de anuncios y crear nuestra primera campaña.

Audiencias personalizadas

Desde el administrador de eventos

La información capturada por el píxel nos permite crear audiencias personalizadas y hacer anuncios exclusivamente para ellas.



The screenshot shows the Facebook Events Manager interface. The main section is titled 'Orígenes de datos' (Data Sources) and displays a list of pixels. The selected pixel is 'Pixel de EnVidria' with ID 376581936875182. Below the list, there is a graph showing 'Todas las actividades' (All Activities) over time, with a significant spike on September 27th. A dropdown menu is open, showing options to create an advertisement, a custom audience, a similar audience, or a custom conversion.

Audiencias personalizadas

Últimos 28 días ▼ Crear ▼

Crear anuncio

Crea campañas de conversión que usen la información de tu píxel para impulsar más acciones de los clientes.

Crear audiencia personalizada

Con la información de tu píxel, llega a las personas que ya han interactuado con tu marca o busca personas nuevas que se parezcan a tus mejores clientes.

Crear audiencia similar

Con la información de tu píxel, llega a personas nuevas con probabilidades de estar interesadas en tu empresa porque se parecen a tus mejores clientes actuales.

Crear conversión personalizada

Mide acciones de los clientes más específicas y pon en circulación anuncios optimizados para impulsar su entrega y alcance.

Anuncios automatizados

Si el administrador de anuncios te parece muy complejo, no te preocupes. Hay otros modos más sencillos de aprovechar la herramienta de publicidad de Facebook:

- Promocionando publicaciones desde la propia página
- A través de la opción “anuncios” de Business Manager.

Tendrás menos control sobre la configuración de las campañas, pero podrás crearlas a través de asistentes más sencillos que te irán guiando paso a paso.

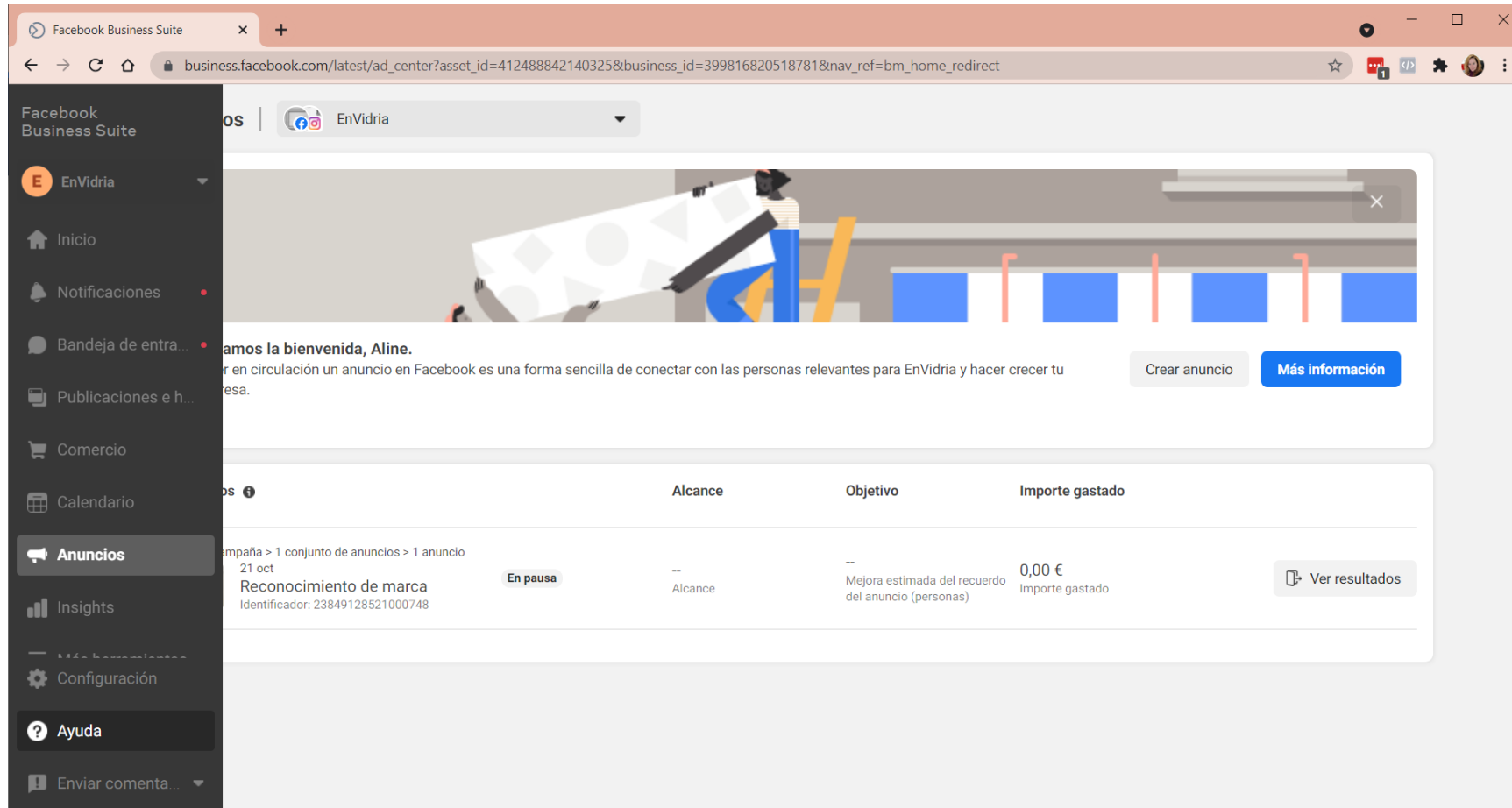
Anuncios automatizados

La manera más sencilla de hacer publicidad en Facebook. Basta con que configures tus prioridades, y el algoritmo de Facebook hará el resto.

Podrás:

- Crear varias versiones del anuncio (hasta 6). Así Facebook podrá elegir cual mostrar para maximizar el rendimiento.
- Audiencias personalizadas: el asistente te ofrecerá distintas opciones de audiencias automáticas que se ajusten a tu negocio.
- Controlar el presupuesto: Facebook te sugerirá un presupuesto pero tienes la opción de modificarlo y elegir el tuyo.
- Notificaciones sobre el rendimiento de tus anuncios: recibirás notificaciones periódicas con información sobre cómo funcionan tus anuncios y sugerencias para mejorarlos.

Anuncios automatizados

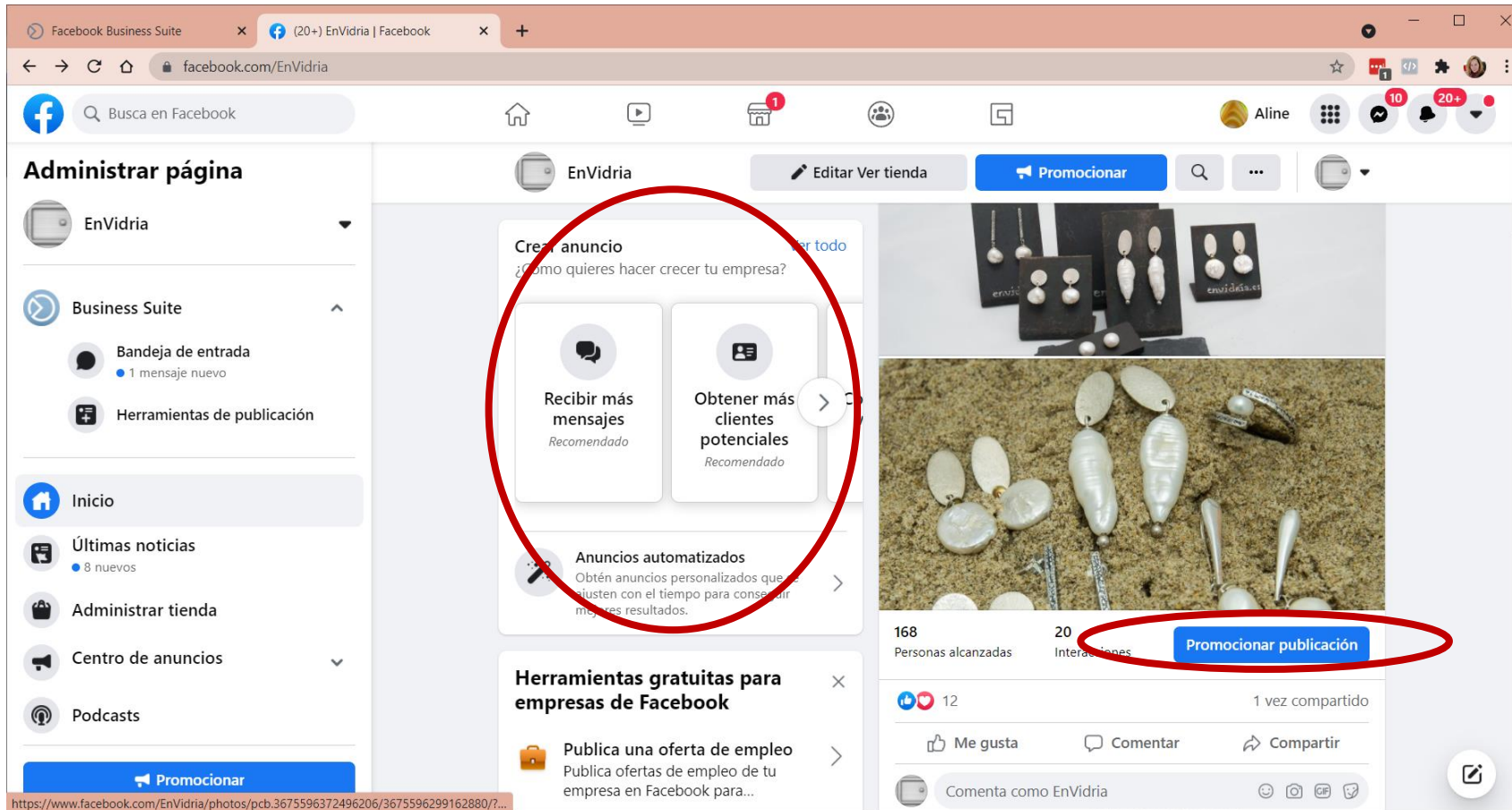


The screenshot shows the Facebook Business Suite interface for the user 'EnVidria'. The main content area displays a campaign overview with the following details:

- Campaign Name:** Reconocimiento de marca
- Status:** En pausa
- Start Date:** 21 oct
- Objective:** Mejora estimada del recuerdo del anuncio (personas)
- Importe gastado:** 0,00 €
- Identificador:** 23849128521000748

Buttons for 'Crear anuncio' and 'Más información' are visible. A table below the campaign details shows columns for 'Alcance', 'Objetivo', and 'Importe gastado'. A 'Ver resultados' button is also present.

Promocionar publicación



The screenshot displays the Facebook Business Suite interface for the page 'EnVidria'. The left sidebar contains navigation options such as 'Administrar página', 'Business Suite', 'Inicio', and 'Últimas noticias'. The main content area features a 'Crear anuncio' section with two recommended options: 'Recibir más mensajes' and 'Obtener más clientes potenciales'. Below this is a post from 'EnVidria' showing jewelry. The post's engagement statistics are visible: 168 personas alcanzadas and 20 interacciones. A blue button labeled 'Promocionar publicación' is highlighted with a red circle. The URL at the bottom of the browser window is <https://www.facebook.com/EnVidria/photos/pcb.3675596372496206/3675596299162880/?...>



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

¡Gracias!

