



Economía Social y Tecnologías de
la Información y la Comunicación

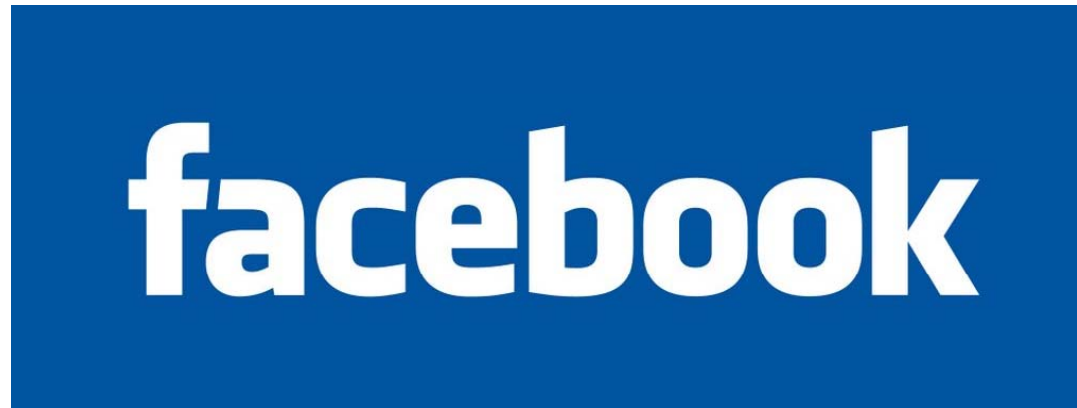
Uso empresarial de Facebook

Colaboran:



Facebook

- Red social desarrollada en 2004
- Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona o empresa que tenga una cuenta de correo electrónico.
- Los usuarios comparten información sobre temas personales y/o profesionales.
- Se puede compartir todo tipo de material multimedia: imágenes, vídeos, enlaces,...



Facebook

- Se pueden enlazar los perfiles de otras redes sociales (Twitter, Youtube, Flickr, Foursquare,...) para compartir todas las actualizaciones.
- Está en constante evolución y las novedades son continuas.
- Facebook Places es un sistema de geolocalización y una de las nuevas opciones.
- Se pueden desarrollar aplicaciones y juegos para dar más visibilidad a las marcas.
- Las empresas deben crear «Páginas» en vez de «Perfiles personales». Es una restricción muy importante.
- El funcionamiento es ligeramente diferente ya que los usuarios se convierten en seguidores o fans de la marca públicamente.
- Los campos para personalizar la información de una empresa son también diferentes.

Facebook

- Para evitar el SPAM, no se puede contactar directamente con el resto de usuarios pidiéndoles amistad. Deben ser los propios usuarios los que lo solicitan.
- Las páginas profesionales tienen la opción de acceder a unas estadísticas especiales de monitorización de los impactos de sus publicaciones.
- Es muy importante personalizar todos los campos de información que ofrece Facebook.
- Añadir el logo corporativo ayuda también a completar la imagen de marca.
- Los seguidores de la cuenta tendrán acceso a esa información y podrán participar activamente publicando también actualizaciones en el muro.

Algunos datos

- Es la red social con mayor número de usuarios en el mundo: 600 millones.
- Promedio de edad en Facebook: 38 años.
- En Facebook el 61% de los usuarios tiene más de 35 años.
- El 85% de los internautas españoles mayores de 15 años utilizan las Redes Sociales.
- Más de 7 millones de usuarios en España de Facebook.



Del

«Si no sales en Google, no existes»

al

«Si no tienes página en Facebook, no existes»

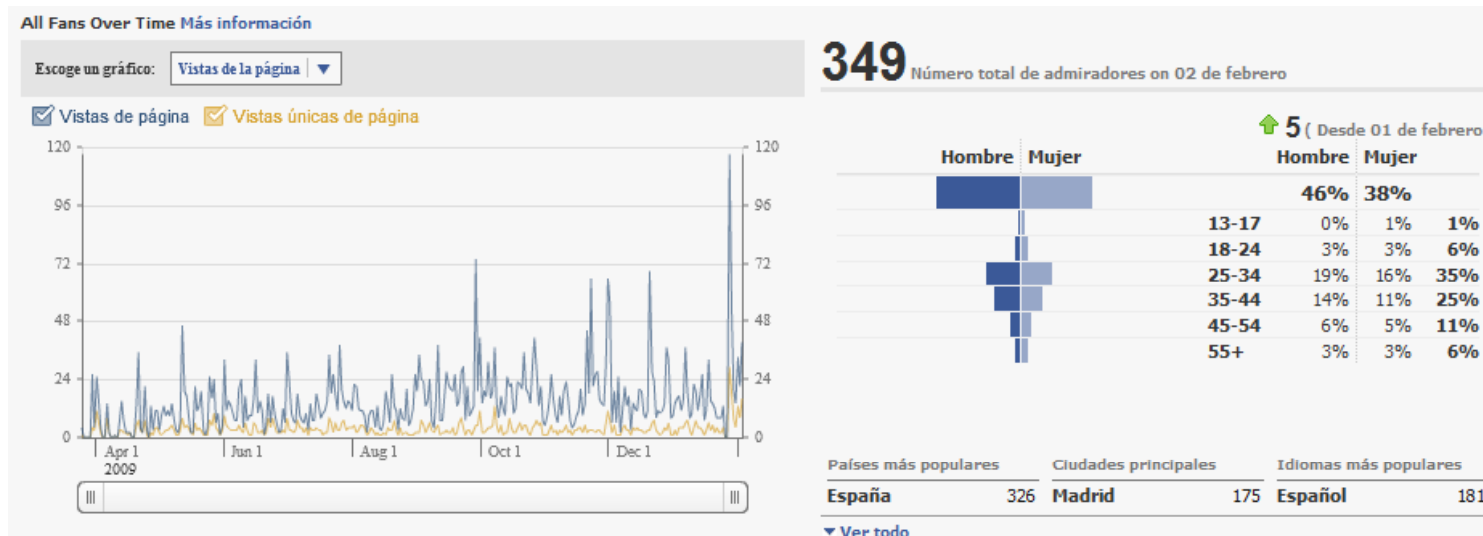
El Muro

- En el Muro se muestra en tiempo real la información publicada y que se comparte con los usuario seguidores/fans.
- Se puede permitir o no que esos usuarios publiquen en la cuenta.
- Diversas pestañas para compartir la información: texto, imágenes, enlaces y vídeos.



The screenshot shows the Facebook profile page for 'Programa Estic'. The profile picture is the 'estic' logo. The page is set to 'Muro' (Wall) view. A post from 'Programa Estic' is visible, featuring a 'concurso social' graphic and text about a contest to win 6,000 euros. The post has 30 likes. The navigation menu on the left includes 'Muro' and 'Información'.

- Se puede acceder a ver la información de las estadísticas de la cuenta.
- De esta forma se monitoriza la repercusión de la cuenta.
- Se puede programar para que se envíe un resumen semanal por correo electrónico.



Sugerencias de contenido

- Actualizar la página frecuentemente con fotos nuevas y eventos.
- Fomentar la participación de los usuarios con preguntas y encuestas.
- Agregar vídeos de la empresa en plena actividad, incluir imágenes del negocio,...
- Agregar aplicaciones de terceros para personalizar la apariencia u ofrecer usos atractivos a los "fans".
- Consulta otras páginas de tu categoría para descubrir aplicaciones que te ayudarán a dar un mejor servicio a los clientes.
- Instalar aplicaciones que proporcionen al usuario un plus a la hora de visitar la página o hacerse fan de la misma (ver punto siguiente para más información).

Aplicaciones

- Se han desarrollado multitud de aplicaciones específicamente para esta red social. Estas aplicaciones pueden ser de carácter lúdico (juegos), pero también de interconexión con otras herramientas 2.0, o de carácter más profesional.
- En <http://www.facebook.com/apps/directory.php> se pueden consultar todas las aplicaciones existentes, agrupadas por categorías.
- Para instalar una aplicación, primeramente se ha de visitar el perfil de la aplicación en Facebook, mediante su URL, y a continuación, hacer click en "Agregar a mi página".
- Tras seleccionar la página en la ventana emergente que aparece, hacer click en "Ir a la Aplicación" y "Permitir" el acceso de la misma.



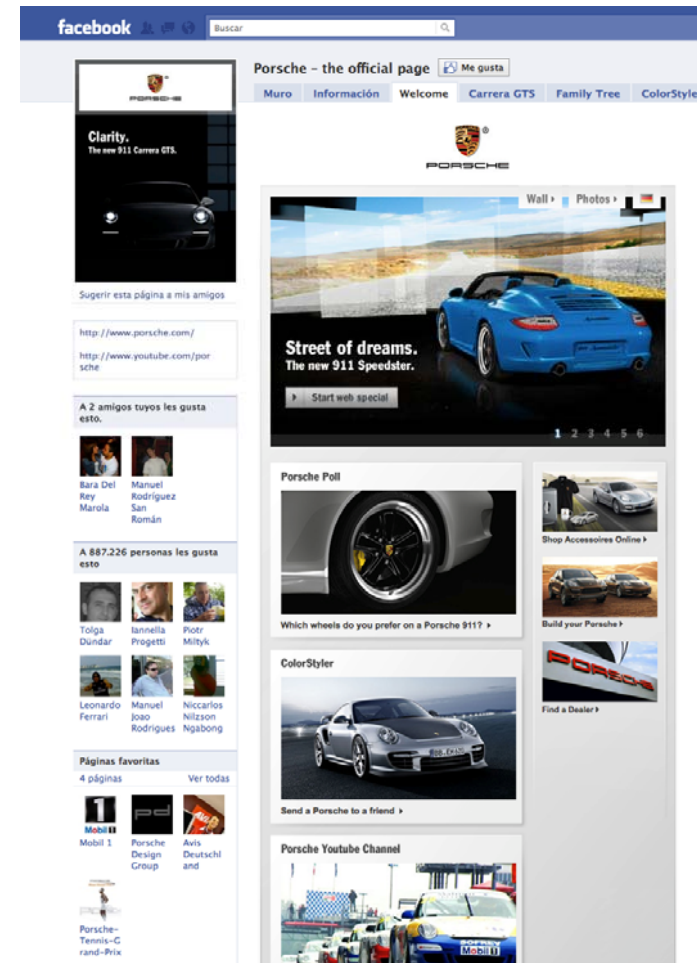
Aplicaciones

- Algunas aplicaciones interesantes:
 - **SlideShare** <http://www.facebook.com/applications/SlideShare/2490221586>
Permite mostrar las presentaciones que contenga el perfil en SlideShare.
 - **My Flickr** <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=2352557895>
Para mostrar fotos alojadas en galerías de Flickr.
 - **Social Tweet** <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=111757625714>
Además de facilitar el tuiteo desde Facebook, muestra en el perfil los tweets de la cuenta de Twitter.
 - **YouTube Badge** <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=2444461886>
Muestra videos de YouTube en base a una etiqueta o una cuenta de usuario.

- Facebook Landing Page. Página de inicio de Facebook.
- Es la página que se mostrará por defecto a los nuevos usuarios/posibles fans, cuando acceden a un perfil de empresa en Facebook.
- Los fans acceden ya directamente al Muro.
- Instalación: Editar página -> Aplicaciones -> FBML
- Se crea una nueva pestaña en la que se puede editar código HTML estándar.
- Si se utilizan imágenes, deben estar en el servidor de la empresa, no en Facebook.
- Nueva API casi lista para cambiar este sistema.

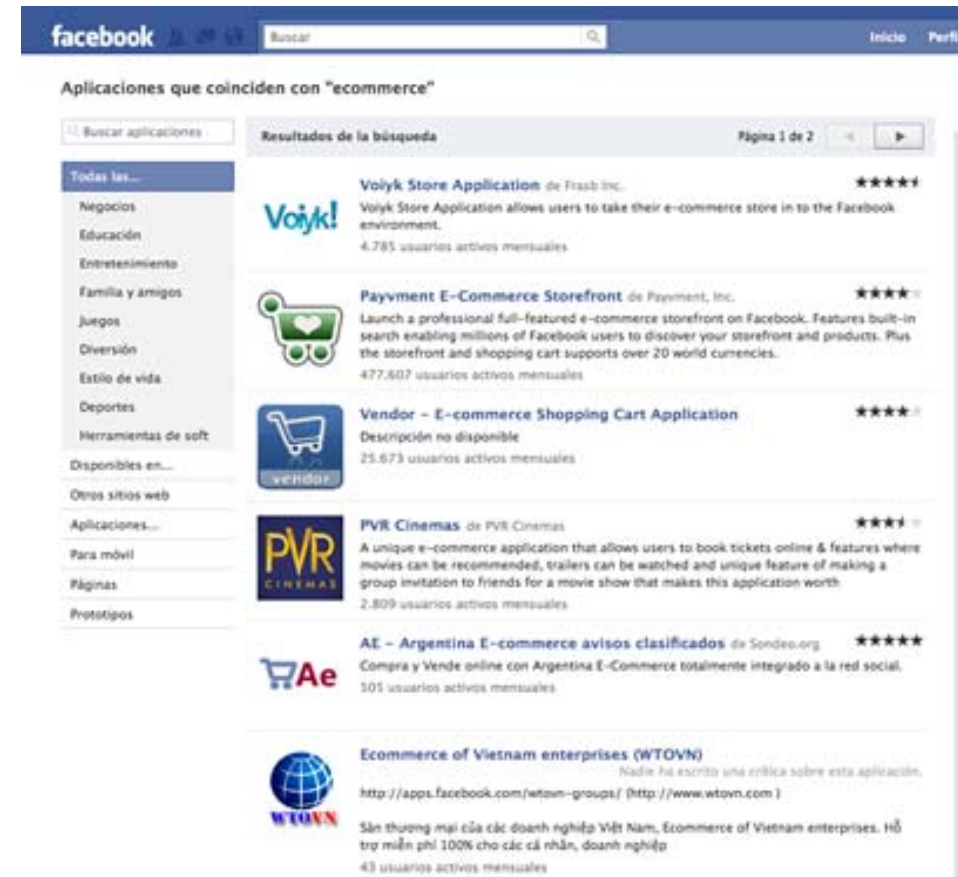
■ Ejemplos de buenas landing page en Facebook:

- <http://www.facebook.com/redbull>
- <http://www.facebook.com/Desigual>
- <http://www.facebook.com/livescribe>
- <http://www.facebook.com/hm>
- <http://www.facebook.com/1800flowers>



Vender en Facebook

- Buenas prácticas...
 - Delta Airlines (venta de billetes)
 - Lufthansa (búsqueda de billetes)
 - H&M (aplicaciones y juegos)
 - Edades Langreo (tienda online)
- ... hasta que modificaron el formato de las páginas profesionales en Facebook el 10 de Marzo.
- Aplicaciones gratuitas de e-commerce.



De perfil personal a página profesional

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

The screenshot shows the Facebook interface for migrating a personal profile to a professional page. At the top, the Facebook logo and navigation links (Inicio, Perfil, Cuenta) are visible. A search bar is present. Below the navigation bar, a yellow notification box contains the following text: "Migración de perfiles a páginas comerciales. Por el momento, solo la foto del perfil y tu lista de amigos se transferirán a tu nueva página. El resto de contenido continuará en tu perfil. Para acceder a tu nueva cuenta, utiliza la misma dirección de correo y contraseña que antes. Más información. Elige qué tipo de página te representa mejor:". Below this notification, there are six options for page types, each with an icon and a label: "Lugar o negocio local" (with a storefront icon), "Empresa, organización o institución" (with a building icon), "Marca o producto" (with a bottle and high-heeled shoe icon), "Artista, grupo de música o personaje público" (with a person silhouette and stars icon), "Entretenimiento" (with a TV and CD icon), and "Causa o comunidad" (with a heart and document icon).

Consejos para campañas de Marketing

- Creatividad llamativa y directa. Son muchas las empresas y compañías con perfil público en diferentes redes sociales, por ese motivo tienes que innovar y llamar la atención de los usuarios con tu campaña. Busca diferentes opciones para llamar la atención de tu target. Crea varias opciones y utiliza la más apropiada para los sujetos a los que quieres llegar.
- Mensajes sencillos y honestos. Si la audiencia percibe que tu anuncio es deshonesto o no es lo suficientemente claro no será efectivo.
- Intenta no mezclar targets en una misma campaña. Es más fácil elaborar una campaña centrándose en un determinado público con características comunes. Además, si intentas llegar a muchos targets puede que al final no consigas resultados con ninguno.
- Revisa las estadísticas a menudo. De esta forma podrás realizar las variaciones necesarias y sacarle el máximo partido a la campaña.
- Las creatividades también caducan. No puedes mantener una misma campaña por tiempo indefinido, perderá su efectividad. Es necesario refrescar tu imagen, aunque no tiene que ser un cambio drástico, con pequeñas variaciones será suficiente.

Username

- <http://www.facebook.com/username>
- Para acortar la dirección de la página profesional en Facebook a una URL amigable.



The screenshot shows the Facebook interface for setting a username. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a search bar, and links for 'Inicio', 'Perfil', and 'Cuenta'. Below this, a message states: 'Your username is already set. You can direct your friends to [facebook.com/eguino](https://www.facebook.com/eguino).' A section titled 'Todas las páginas pueden tener un nombre de usuario' explains that users can create a short URL for their page, but it cannot be changed or transferred once set. There is a dropdown menu for 'Nombre de la página' currently showing '--- Páginas' and a 'Comprobar disponibilidad' button. At the bottom, there is a link for 'Más información acerca de los nombres de usuario de Facebook.' and a footer with copyright information and various links.



The screenshot shows the Facebook 'Lugares' (Places) section. At the top, there's a navigation bar with 'facebook', a search bar, and links for 'Inicio', 'Perfil', and 'Cuenta'. Below this, there are links for 'Explorar Facebook', 'Móvil', 'Insignias', 'Chat', 'Lugares', 'Créditos', and 'Inicia sesión con Facebook'. The main content area is titled 'Lugares' with a location pin icon and the text 'Quién. Qué. Cuándo. Y ahora: **Dónde.**'. Below the title, there are three columns of information:

- Comparte el lugar donde te encuentras**: An illustration of a smartphone with a location pin and hands raised. Below it, the text reads: "El mejor concierto". It explains that users can share their location from their mobile device, and their update will appear on the place's page and their wall. It also mentions tagging friends and appearing in the "Aquí y ahora" section.
- Conecta con tus amigos que estén cerca**: An illustration of a map with location pins and profile icons. Below it, the text reads: "Acabo de salir a la calle.". It encourages users to explore updates from friends nearby and to use the "Aquí y ahora" feature to see who else is at the location.
- Novedad: ofertas locales**: An illustration of several location pins with various icons. Below it, the text reads: "Descuentos de 20 \$ en vaqueros". It explains that users can get discounts at commercial establishments by sharing their location with friends. It also mentions using the mobile app to find special offers and saving money at favorite shops, restaurants, and leisure spots.

Facebook Questions



Learn From Your Friends

Get recommendations on restaurants, music and more.



See Where People Stand

Create a quick poll to gather opinions and learn about your friends.

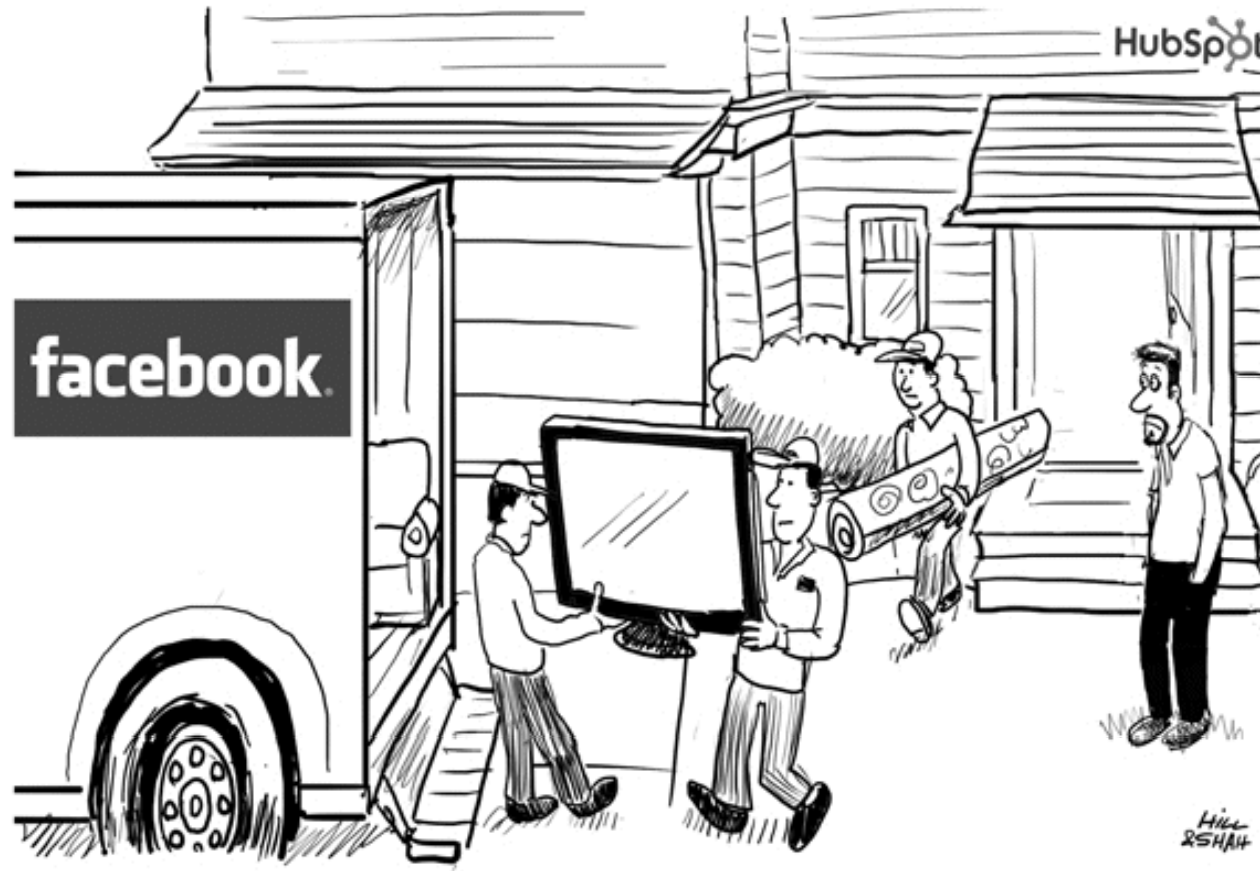


Comparte lo que sabes

Answer questions or point your friends in the right direction.

¿Cómo funcionan estas preguntas?

Las preguntas están diseñadas para que cualquiera en Facebook te pueda ayudar a encontrar la respuesta. Por ejemplo, cuando le haces una pregunta a tus amigos, y ellos responden o la siguen, sus amigos podrán ver la respuesta y también podrán responder.



Muchas gracias por su atención



Alfonso Ruiz de Eguino

Consultor tecnológico y Proyectos
alfonso.eguino@inxeniu.com

www.inxeniu.com



twitter.com/eguino



facebook.com/eguino



es.linkedin.com/in/eguino