

CONSEJOS PROFESIONALES (EPISODIO 2): ANIMACIÓN DE LA PÁGINA DE FACEBOOK

De : Perles & Co



Por fin te has decidido a crear una cuenta profesional en las redes sociales. Enhорабуена, es un gran paso. Pero cuando la creaste, una pregunta te vino naturalmente a la mente: "Y ahora, ¿cómo impulsar tu página profesional de Facebook?" ¡Y tienes toda la razón!

En este nuevo vídeo, Audrey te ofrece sus consejos y sugerencias para que tu página de Facebook sea más eficaz. Así tendrá todas las claves en la mano para aumentar su visibilidad. (Ten en cuenta que este vídeo se refiere a las páginas profesionales de Facebook con al menos 100 fans).

1. Comprender el Edgerank

¿Qué es el Edgerank? Es el algoritmo de Facebook que regula la visibilidad de las publicaciones en el News Feed de un usuario. Vale, eso no te ayuda mucho, así que vamos a intentar explicarlo...

Somos miles de millones en Facebook, y cada día se publican miles de millones de contenidos. Por supuesto, la red social tuvo que establecer un algoritmo para gestionar el flujo de publicaciones, por lo que no ves todas las publicaciones de tus amigos, sino sólo entre el 8 y el 10% de los contenidos publicados. Este porcentaje se denomina índice de alcance. ¿Es otra expresión bárbara para los no iniciados? En absoluto: es el porcentaje de personas a las que llega una publicación.

En una cuenta de Facebook pro, es lo mismo: tu comunidad sólo ve entre el 7 y el 8% de lo que publicas. Pero no te preocupes, hay trucos para aumentar esta famosa tasa de alcance.

Para entender cómo se calcula el índice de alcance, hay que entender cómo funciona el Edgerank:

- Analiza el interés de tus fans en tus páginas de Facebook a diario: ¿una persona comentará a menudo tus contenidos? ¿Le gustará a menudo? ¿Lo compartirán a menudo? Esto permite regular todos los "falsos fans", las cuentas falsas pagadas por gustar de las publicaciones todo el día (y sí, esto existe, pero ahora está fuertemente penalizado por Edgerank).
- Analiza el rendimiento de tu publicación: cuidado con el rendimiento pasado de tus publicaciones (cuando publicas y luego borras un contenido, por ejemplo) es tenido en cuenta por el algoritmo porque Facebook registra absolutamente todo lo que haces. Y esto es muy malo para su tasa de alcance.



- Analiza el tipo de contenido: cuanto más diverso sea, cuanto más variado sea, cuanto más utilices diferentes funciones en tu página, más te animará Facebook a llegar a un nuevo público y a superar el porcentaje de alcance del 8%.
- Analiza la periodicidad de tus publicaciones: ¿ tienes un ritmo de publicación regular? ¿ Cuándo fue su última publicación?

Una vez que sepas todo esto, ¡podrás aumentar tu índice de alcance!

2. Diversifique sus publicaciones

A menudo se comete el error de publicar una foto o un vídeo sin profundizar en las características de su página. Si te tomas el tiempo de navegar por las diferentes pestañas, verás que hay muchas formas de publicar en Facebook. Y cuanto más diversifiques tus tipos de publicaciones, mejor será tu alcance.

En Facebook, puedes, por ejemplo, hacer :

- Carruseles: dos fotos una al lado de la otra y/o un vídeo que puedes deslizar de izquierda a derecha.
- Presentaciones de diapositivas.
- Colecciones: un vídeo de presentación y muchas fotos pequeñas debajo. Esto le permite ocupar más espacio en el feed de noticias e inevitablemente tener un mayor impacto en términos de alcance.
- Ofertas.
- Eventos.
- Gifs...

Pruébalos durante una semana, durante un mes... ¡verás el resultado!

3. Compruebe las estadísticas

A menudo nos olvidamos de comprobar nuestras estadísticas. Y aquí, todavía lo vemos venir: "No tenemos tiempo, y encima está lleno de números, es monótono, no es muy sexy de ver, es complicado de analizar, es inútil..." Piénsalo bien. Es importante saber cuándo están disponibles tus fans para que les guste y compartan tus publicaciones. Imagínate, si publicas sólo una vez a la semana y cae en el día en que tus fans no están disponibles, ¡es un desastre!

Además, consultar sus estadísticas es muy sencillo. Sólo tienes que ir a la pestaña "estadísticas" de tu página profesional de Facebook y comprobar cuáles son los mejores días para publicar y conseguir un buen índice de alcance.

Un pequeño consejo extra: si tienes una página web y quieres vender, no dudes en correlacionar las estadísticas de la página de Facebook con las de la página web. Si publicas un contenido destinado a vender, pero al redirigirte a tu sitio web la gente no está disponible para sacar su tarjeta de crédito y comprar tus creaciones, es menos probable que alcances tu objetivo. En general, para una acción de este tipo, favorezca la noche, ya que es cuando los niños estarán en la cama y la gente estará más disponible para hacer pequeños pedidos tranquilamente en su sofá.

4. Cuidado con la autopromoción

Si decides publicar sólo una, o incluso dos, veces por semana, no se limite a autopromocionar sus propias colecciones, sus propias joyas... Piensa en diferentes ideas de publicación, algunas de ellas funcionan muy bien, como :

- compartir la información de vez en cuando,
- yendo un poco entre bastidores,
- por favor, con un pequeño chiste, un proverbio, una cita, pequeños juegos... Este es el tipo de publicación que puedes hacer con Canva de forma muy sencilla y gráficamente muy bonita (ver episodio 1 de los consejos pro).

Por término medio, se dice que de 3 publicaciones a la semana, sólo 1 puede ser un producto de autopromoción destinado a vender.

5. Línea editorial

Si estás en diferentes redes sociales, no debes publicar lo mismo y sobre todo no debes hacerlo de la misma manera. En efecto, en Facebook, Instagram o YouTube, tus seguidores no son los mismos y tendrás que encontrar una línea editorial adaptada a cada uno. Aquí es donde el análisis de tus estadísticas puede ayudarte: puedes examinar la edad, la categoría socioprofesional o el interés de las personas que te siguen para ajustar tu contenido.

Tienes que encontrar un campo léxico, un estilo de frases y un tono que te pertenezca y que se corresponda con tus diferentes fans. Tampoco te olvides de ser breve en cuanto a la longitud, porque en Facebook, más allá de tres líneas, la gente tiene que hacer clic en "leer más" y la tasa de alcance será menos buena.

Haz algunas pruebas, pregunta a tu comunidad qué les gusta. No dudes en utilizar emoticonos y hashtags para hacer tu contenido más divertido e interesante.



Para nosotros, en cualquier caso, lo que mejor funciona es el contenido ligero. No sabemos ustedes, pero por la noche, en el sofá, cuando miramos nuestro feed de noticias, queremos reírnos, relajarnos, divertirnos... Así que sea original y fuera de lo común (sin dejar de lado los límites de la propiedad, por supuesto), ¡estamos deseando leerle!

