



Aumenta la participación en tus Páginas Facebook® con HootSuite

Facebook® es un valioso foro en el que puedes compartir tu marca con una comunidad y estrechar lazos con tus fans. Incrementar la participación de esa comunidad es ciencia, pero también arte: como sucede con todos los canales de marketing, es importante conocer las mejores prácticas para conseguir un mayor nivel de vinculación.

Con los siguientes consejos y tácticas podrás mejorar y ajustar tus campañas para alcanzar los objetivos marcados.

Encuentra dónde está el valor

Tu meta es conseguir la participación de tu audiencia, por lo que deberías concentrarte en publicar contenidos interesantes que animen a tus fans a realizar alguna acción (comentar, compartir en su muro, marcar “me gusta”...). Estas actuaciones alentarán a su vez la participación de otros usuarios en Facebook, al ver la actividad de sus contactos.

¿Qué hace que una publicación consiga participación? Aquí tienes algunas consideraciones al respecto:



Slate.com
Elizabeth Warren is reportedly launching her Senate bid tomorrow. Do you think she can beat Scott Brown? <http://ow.ly/6triQ>

Elizabeth Warren Ready to Launch 2012 Senate Bid
ow.ly
The Bay State and the Beltway are abuzz over a high-profile showdown with Scott Brown.

Share · 22 hours ago via HootSuite

315 people like this.

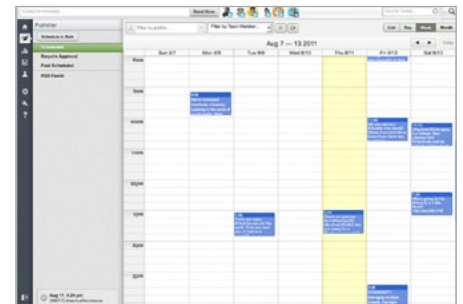
Corey Sims yes
22 hours ago · 1 person

Judy Jackson Wammock yes!!
22 hours ago · 1 person

Joe Doug I wish she'd run for president.
22 hours ago · 7 people

HootSuite es *Facebook Preferred Developer Consultant* y trabaja estrechamente con la red social para integrar funcionalidades.

EdgeRank: El aplicar estas buenas prácticas al publicar en Facebook desde HootSuite incrementará el ratio de participación y tu EdgeRank, el algoritmo utilizado por Facebook para mostrar contenido. Aunque no es público, los factores que lo determinan son: **Afinidad, Relevancia y Tiempo**



CONSEJO: utiliza la función de programación de HootSuite para planificar tu comunicación más allá del horario de 9 a 5; y evita horas extra a tu equipo. Programa hasta 50 mensajes con un clic gracias a la subida en lote de mensajes: ahorra horas y empléalas en interactuar más en tiempo real con tus fans.

- ▶ **Voz personal:** elige un tono para tus publicaciones y añade la personalidad de tu marca al hablar de temas que interesen a tu audiencia.
- ▶ **Fotos y rostros:** añadir imágenes a las publicaciones se ha convertido en una práctica habitual para todos los usuarios de Facebook y una valiosa forma de destacar.
- ▶ **Acciones fáciles:** el nivel de compromiso de los usuarios suele ser bajo, así que realiza *llamadas a la acción* simples, como solicitar un “me gusta” o respuestas rápidas y cortas.
- ▶ **Respuesta emocional:** elige temas sobre los que tu audiencia tenga una opinión formada y realiza preguntas sencillas.
- ▶ **Inicia un debate:** lo has hecho bien cuando los comentarios se convierten en una conversación por sí mismos, y los fans participan e interaccionan a partir de una propuesta que tú iniciaste.

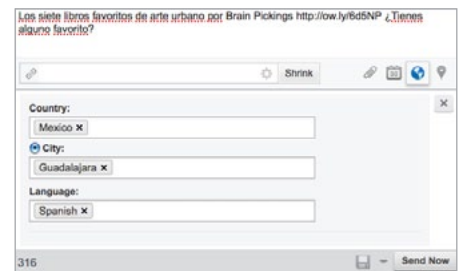
Qué medir

El número de impresiones es una métrica común en Facebook, pero sólo te permite conocer una parte de la historia al mostrar las *oportunidades* para conseguir la participación, en vez de la actividad real de tu audiencia.

Con el análisis integrado en HootSuite de Facebook Insights, podrás conocer además:

- ▶ **Porcentajes de retroalimentación**, en forma de comentarios y “me gusta”, que mostrarán la conexión con tu audiencia y te permitirá saber más sobre qué le interesa.
- ▶ **Estadísticas de clics:** métrica que registra las acciones directas de tu audiencia, permitiéndote conocer las publicaciones con más éxito para ajustar posteriormente tus acciones.

CONSEJO: segmentar por región es una valiosa forma de conseguir que tus publicaciones sean más relevantes para audiencias concretas. La participación es tres veces mayor en Páginas de marcas centradas en un mercado local⁵. Con HootSuite Enterprise puedes segmentar tus publicaciones en las Páginas de Facebook según país, ciudad e idioma.



CONSEJO: evita enviar demasiados mensajes en un día. Social Baker recomienda uno diario, o un máximo de 3 si tienes que publicar importantes anuncios o lanzamientos. Demasiado contenido es difícil de seguir y Facebook puede ‘colapsar’ tus mensajes en una única publicación para dejar espacio a otros contenidos¹.



- ▶ **Parámetros URL personalizados:** utilizar parámetros Google en tus enlaces te permitirá conocer el camino que ha seguido tu audiencia desde un clic hasta la venta/registro. Aprende más sobre esto en las publicaciones de HootSuite sobre mediciones del ROI social.
- ▶ **Métricas demográficas:** conocer la edad y sexo de tu audiencia te ayudará a adecuar el contenido para que sea acorde a tu audiencia.

Algunas estadísticas



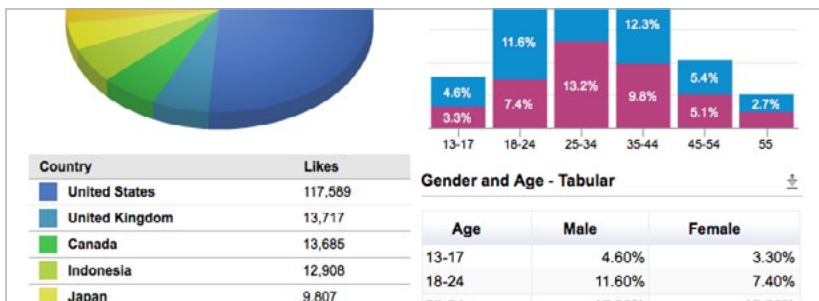
Facebook en el lugar de trabajo: 1 de cada 5 empresas en el mundo bloquea las redes sociales en la oficina, lo que significa que el 20% de los profesionales podrá participar en horas distintas al habitual horario de oficina de 9 a 5.



La hora importa: las marcas que publican en horarios distintos al de oficina consiguen un 20% más de participación².



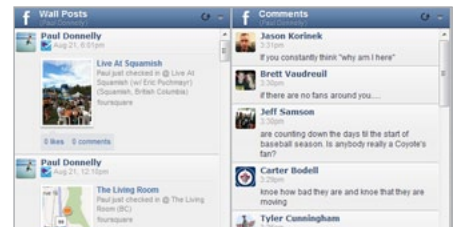
El día de la semana importa: estudios muestran que los últimos días de la semana son prime time para la participación³. Un informe de Mashable indica que el domingo es clave, aunque las marcas publican apenas un 5% ese día. Consejo: intenta programar mensajes con antelación⁴.



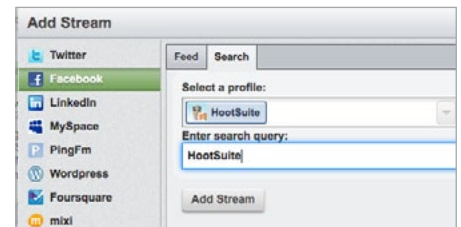
Analiza tus Páginas Facebook Pages con HootSuite Social Analytics

HootSuite tiene integrada una amplia gama de funcionalidades Facebook para mejorar la vinculación y conexión con tu audiencia:

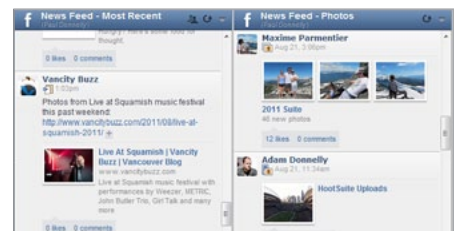
Columnas de comentarios



Búsquedas



Monitorización



Más información:

Twitter: @HootBusiness, @HootSuite_Help, @HootSuite_ES
Correo: sales@hootsuite.com
Help Desk: help.hootsuite.com

¹ <http://www.socialbakers.com/blog/115-the-biggest-mistakes-you-can-do-on-facebook-pages/>

^{2,4} <http://mashable.com/2011/04/06/facebook-engagement-data/>

³ <http://thenextweb.com/socialmedia/2011/06/24/whens-the-best-time-to-post-to-twitter-how-often-to-post-to-facebook-this-infographic-tells-you/>

⁵ <http://www.socialbakers.com/blog/45-brands-should-act-locally-on-facebook/>