

Marketing en Facebook, consejos básicos

Fuente: <http://www.marketingenfacebook.com/>

Desde su eclosión, las redes sociales han modificado la forma de relacionarse de las personas, entre ellas en sus círculos personales, preferencias e intereses, pero también han modificado y abierto nuevos conceptos de marketing, en la que la presencia de marcas y servicios en Facebook, la más grande e innovadora de ellas ha creado un nuevo canal de comunicación directa hacia los mercados.

Y este nuevo canal cada día aumenta su potencialidad como elemento de promoción, branding y marketing en su más pura esencia; especialmente después de las últimas modificaciones presentadas por Facebook en cuanto a la [funcionalidad de su botón "me gusta" y su "Open Graph"](#), que, además de propagarse a una velocidad de vértigo, puede disparar de forma exponencial una presencia activa y eficaz, con los mismos usuarios como agentes evangelizadores o un rechazo total por parte de su mercado.

Ahora bien, para que una campaña de marketing en Facebook u otra red social sea exitosa, es necesario aunque parezca de perogrullo, revisar las bases y principios que sustentan estas acciones, ya que la promoción y marketing vía Facebook es un proceso dinámico y continuo en el tiempo y es una acción que bien llevada puede generar importantes beneficios, tanto en términos de atracción de tráfico a una determinada web para marcar presencia corporativa o de marca en su mercado, [además de ser una eficaz herramienta para la promoción de productos y servicios](#) y que además permite determinar su target group, así como los alcances geográficos, de forma muy exacta.

La importancia del perfil en Facebook

La creación de un perfil en Facebook va mucho más allá que poner el nombre de una marca o producto junto a una imagen; es necesario previamente haber estudiado a quien será dirigido, analizar fortalezas y debilidades, además de enfocarse directamente en el segmento de mercado de su interés. Aproveche también las opciones tecnológicas que ofrece Facebook para integrarlas dentro de sus campañas; [considerar la creación de una aplicación](#), por ejemplo, puede ser un factor de éxito.

Facebook no es un canal de ventas

Este es un matiz importante y el error más común en el que se cae; Facebook no es un canal de ventas directas; evidentemente su presencia en la red social si está bien articulada tendrá como resultado este fin, pero las redes sociales conectan personas entre sí, por lo que el factor atracción va mucho más allá que la promoción de productos y servicios bajo los esquemas antiguos. Las personas que utilizan las redes sociales no están buscando comprar cosas de forma compulsiva; el trabajo de la persuasión y atracción de sus intereses a su oferta es delicado y tiene que estar bien construido. Facebook no es la nueva plaza de la aldea global en la que los vendedores ponen su puesto, como muchos de ellos lo hacen hoy; Facebook es el punto de encuentro de personas con intereses, gustos y su propia red de contactos, hay que saber cautivar y llegar a ellos.

La presencia en Facebook es un proceso continuo

Con los perfiles de Facebook está ocurriendo lo mismo que cuando las páginas web aparecieron; Al principio se suponía que bastaba tener una página web y que los interesados

vendrían por ciencia infusa. No basta el crear un perfil en Facebook o en todas las redes sociales y esperar a que los resultados sean automáticos.

Un perfil en Facebook implica actualizaciones constantes, implica crear un canal de comunicación permanente con su mercado, establecer un “diálogo” con argumentos de interés y que propicien las interacciones. Aplicaciones, encuestas y debates, entre otros, son elementos que debe considerar para atraer el interés de su grupo objetivo. Además no debemos olvidar la importancia de las actualizaciones de contenido a la hora de mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda.

A veces resulta más rentable y eficaz considerar la opción de un profesional externo, especializado en el tema quien le ayudará y orientará para que su inversión en marketing en Facebook obtenga los retornos esperados.

Y para acabar, aunque sea reiterativo, no olvide que el marketing aplicado a las redes sociales es un proceso continuo y dinámico en el tiempo, por lo que es necesario dedicar tiempo y esfuerzos y que a cambio entrega magníficos resultados si está bien planteado.