

Me gusta o no me gusta, la clave del marketing en Facebook

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

De acuerdo a lo que publica el buscador Google, la red social **Facebook se ha erigido como el sitio en Internet más visitado del mundo el pasado mes de abril**, con un total de tráfico que alcanzó al 35.2% del total global de Internet.

Estos datos hechos públicos en la lista Planner 1000, ranking que mensualmente emite Double click Ad y en la que no se incluye Google, sitúan a **Facebook como el sitio en Internet con más visitas de todo el mundo, 570.000 millones de páginas vistas y bordeando los 500 millones de usuarios.**

Estos datos, son claros indicadores de la revolución que ha protagonizado Facebook desde la irrupción de lo que hoy conocemos como Web 2.0, con las redes sociales como protagonistas de un nuevo modelo comunicacional y que está redefiniendo los canales de marketing y la publicidad.

Facebook no sólo destaca cuantitativamente dentro de este nuevo universo, sino que además ha sido y es la red social que ha marcado las tendencias en la forma de articular las relaciones entre las personas y más importante aún, el articular un punto de encuentro entre mercados y sus consumidores, bajo nuevos esquemas y códigos publicitarios.

Sin duda hay un tema –no menor- en cuanto a la privacidad de los datos contenidos en los servidores de la red social y que son propiedad de los usuarios y que, tarde o temprano deberán tener asegurado el debido resguardo de ellos.

Utilizado de forma ética, inteligente y creativa, **Facebook es la máquina publicitaria, de comunicación corporativa y de relación con los clientes más perfecta que se haya creado**, con nuevos códigos, elementos y formas, muchas de ellas creándose día a día, debido a la dinámica de su evolución y de sus peculiares características que la hacen única, pese a existir otras redes sociales en Internet.

Y la postura de anunciantes productores, marcas y compañías de todo tipo debe ser de apertura y curiosidad ante este fenómeno que simplifica la respuesta de su mercado en base a dos simples criterios de decisión: **Me gusta o no me gusta.**

Estar en Facebook de forma inteligente, respetuosa y creativa posiblemente marcará la diferencia entre los que sobrevivirán a la crisis y a los que se extinguirán por no sabe evolucionar y adaptarse a los nuevos modelos.

Y a usted, ¿Le gusta o no le gusta Facebook?