

# INTRODUCCIÓN A FACEBOOK PARA EMPRESAS.

Guía sobre configuración y estrategia  
para los profesionales  
de marketing.



Una publicación de

**HubSpot**

# CONTENIDO.

---

- 03** ¿Motivos para usar Facebook?
- 04** Introducción a Facebook
- 09** Configuración de su página empresarial en Facebook
- 15** Las 15 mejores prácticas de Facebook para empresas
- 24** Recursos adicionales



## INTRODUCCIÓN:

# ¿Motivos para usar Facebook?

La posición de Facebook como la red social dominante en ocasiones se enfrenta a las plataformas de redes sociales emergentes como Google+, Pinterest, entre otras, pero nosotros preferimos basarnos en los hechos. Facebook sigue siendo la red social más popular con más de mil millones de usuarios.

Una extensión natural de la popularidad de Facebook entre los consumidores es que las empresas están tratando de aprovechar la base de usuarios para lograr sus casi imposibles objetivos de marketing. Y, para muchos, funciona. Los datos recientes informan que el **41% de las empresas B2B y el 62% de las B2C han adquirido un cliente por medio de Facebook.**

Teniendo en cuenta esto, aprender los matices de las diferentes redes sociales puede ser difícil y toma tiempo, en especial si se considera la frecuencia con la que añaden, quitan y modifican algunas características. Para ayudarte a empezar con el pie derecho, hemos creado esta útil guía sobre configuración y estrategia que las empresas y los profesionales del marketing pueden utilizar para sacar provecho de Facebook como herramienta de negocios.

## SOBRE LA AUTORA:

**AMANDA SIBLEY**

**@AMANDASIBLEY**

Amanda Sibley forma parte del grupo de directores de marketing en HubSpot y se encarga de captar posibles clientes a través del crecimiento de las relaciones comerciales con los socios de contenido. Anteriormente, Amanda dirigía el canal de pago para captación de posibles clientes, en donde reunió miles de ellos para el equipo de ventas. Contribuye con regularidad al blog de inbound marketing de HubSpot y en ocasiones escribe libros electrónicos.



01

# INTRODUCCIÓN A FACEBOOK.

# ¿Qué es Facebook?

Comencemos con algo básico. **Facebook es una red social creada para que las personas se conecten con sus amigos, familiares, compañeros de trabajo o personas con intereses similares.**

De acuerdo con [eBizMBA](#), en la actualidad, Facebook es la red social más popular con un estimado de 750 000 000 visitantes únicos al mes.

Con ese volumen de tráfico, Facebook proporciona muchas oportunidades para que las empresas y organizaciones obtengan algunos beneficios. Aquí hay un par de objetivos a considerar para cuando comiences a usar Facebook como una herramienta de negocios:



Permite que los visitantes te encuentren al realizar una búsqueda sobre tus productos o servicios.



Crea una comunidad para conectar e interactuar con los seguidores actuales y los potenciales.



Promueve tus ofertas de marketing para convertir a los seguidores en posibles clientes y en clientes.

# Terminología de Facebook

Antes de que nos adentremos en el marketing de Facebook, los nuevos usuarios de Facebook se pueden encontrar con algunos términos desconocidos. Utiliza este glosario para orientarte:

**Aplicación:** un programa que permite que los usuarios compartan contenido e interactúen con otros usuarios.

**EdgeRank:** un algoritmo que se utiliza para determinar el contenido que se muestra en las últimas noticias de los usuarios.

**Fan:** un usuario de Facebook que optó por darle «Me gusta» a la página de un negocio.

**Amigo/añadir a mis amigos:**

(sust.) una conexión personal en Facebook;

(v.) añadir a otro usuario como una conexión en tu perfil.

**Lista de amigos:** un grupo organizado de tus amigos.

**Grupo:** una colección de usuarios de Facebook con un interés en común.

**Estadísticas de la página:** esta característica de medición en las páginas de las empresas analiza el rendimiento de su contenido.

**Me gusta:** (v.) darle «Me gusta» a la página de una empresa o convertirse en un fan de esa página de negocios;

(v.) darle «Me gusta» a un comentario o a una publicación en la página de un negocio o un perfil;

(sust.) el número de usuarios que le han dado «Me gusta» a tu página.

**Red:** una asociación de usuarios de Facebook según el lugar donde estudian o trabajan.

**Últimas noticias:** una colección de actualizaciones de estado de tus amigos en tu propia página de inicio.

**Página:** la presencia oficial de figuras públicas, artistas, marcas, empresas, lugares, entretenimiento, causas o productos para compartir información e interactuar con sus fans en Facebook. Las empresas pueden utilizar Facebook de esta forma para dirigir tráfico orgánico, posibles clientes y clientes a un sitio web.

**Perfil:** la presencia de individuos (no de negocios) que comparten información e interactúan con amigos y organizaciones.

**Biografía:** la médula de un perfil o página que engloba el nuevo contenido que se publica como las actualizaciones y acciones recientes.

# ¿Motivos para usar Facebook?

Hoy en día, ni los profesionales del marketing ni las personas de ventas tienen el poder: el poder total lo tienen los consumidores. Ellos pueden elegir en qué momento interactuar contigo, por medio de qué canal y en qué términos. Facebook es una de las redes que dan esta libertad al consumidor; es una red en la que los usuarios navegan dependiendo de sus propios intereses. Al estar presentes en este sitio, puedes tomar el control de tu marketing al proporcionar la oportunidad a tus clientes de descubrir un nuevo canal.

Como puedes ver en el diagrama a continuación, atraer visitantes en una red social como Facebook es un paso fundamental en el camino de una persona para que se convierta en un cliente satisfecho de tu empresa.



Este gráfico representa un resumen sobre la metodología del inbound marketing. Obtén los detalles en [hubspot.com/inbound-marketing](https://www.hubspot.com/inbound-marketing).

02

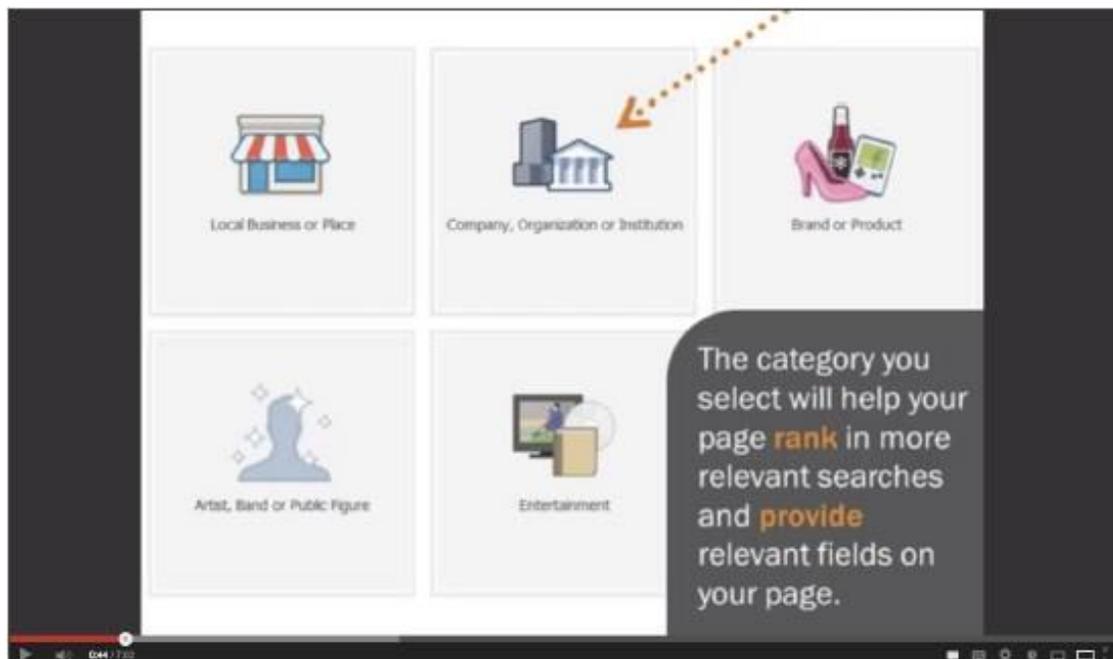
**CONFIGURACIÓN  
DE SU PÁGINA  
EMPRESARIAL  
EN FACEBOOK.**

# Cómo crear una página de empresa en Facebook

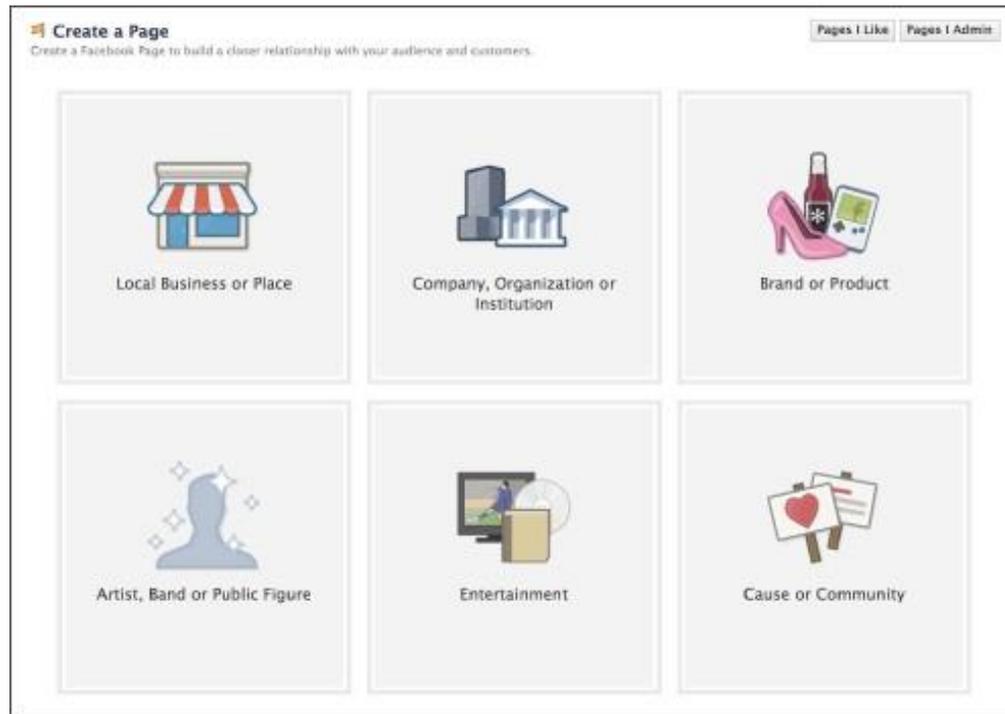
A diferencia de un perfil personal, una página de empresa en Facebook es pública de forma predeterminada. Los usuarios pueden darle «Me gusta» y convertirse en «fans» de tu página sin necesidad de obtener una autorización de los administradores de la página; una oportunidad fantástica para que descubran tu negocio. Una vez que hayas iniciado sesión en Facebook, puedes (¡y deberías!) crear una página propia aquí:

<http://www.facebook.com/pages/create.php>.

Si prefieres ver un tutorial en video, haz clic abajo para aprender a crear la página para tu empresa en Facebook. De lo contrario, ve a la siguiente página para leer un tutorial paso a paso del proceso.



Cuando inicies con tu configuración, primero necesitarás seleccionar un tipo de página: selecciona la que describa mejor tu tipo de empresa. Después puedes elegir en qué categoría se encuentra tu marca y el nombre de tu empresa.



**Company, Organization or Institution**

Join your supporters on Facebook.

Choose a category

Company Name

I agree to Facebook Pages Terms

**Get Started**



Consejo PARA los profesionales del marketing:  
La categoría que seleccionen les ayudará a que su página **clasifique** en los campos de búsqueda más relevantes y proporcionará campos de gran importancia para su página.

Después, Facebook te guiará por los tres pasos principales para crear tu página. El primero incluye una descripción de tu negocio, la URL de tu sitio web y una URL personalizada para la página de tu empresa en Facebook. La sección de la descripción aparecerá en tu perfil en forma de un anuncio de dos a tres oraciones; haz que sea corto y atractivo.

1 About 2 Profile Picture 3 Add to Favorites

**Tip:** Add a description and website to improve the ranking of your Page in search.  
Fields marked by asterisks (\*) are required.

\*Add a description with basic info for Hubspot Ebooks.

Website (ex: your website, Twitter or Yelp links) Add Another Site

Choose a unique Facebook web address to make it easier for people to find your Page. Once this is set, it can't be changed.

http://www.facebook.com/ Enter an address for your Page ...

Is Hubspot Ebooks a real organization, school or government?  Yes  No  
This will help people find this organization, school or government more easily on Facebook.

A continuación, carga una imagen que represente a la página de tu empresa. Esta aparecerá como un icono cada vez que comentes en Facebook usando la página de tu empresa.

1 About 2 Profile Picture 3 Add to Favorites

Upload From Computer Import From Website



**Consejo PARA los profesionales del marketing:**

Carga una imagen de perfil con una dimensión de 180 x 180 píxeles. La imagen se ajustará de forma automática para ser de 160 x 160 píxeles.

Después, Facebook te preguntará si quieres añadir tu página de empresa a tus favoritos en Facebook. Esto hará que la página se fije a las Últimas noticias de tu perfil personal para que puedas tener acceso a ella con facilidad.



A continuación, Facebook te pedirá que le des «Me gusta» a tu propia página; ¡aún no lo hagas! Si le das «Me gusta», se creará un registro de actividad en tu perfil personal, lo cual no quieres que suceda hasta que tu página esté llena de contenido.



Como creador/a de la página de tu empresa, te convertirás en el administrador. Puedes alternar entre publicar como tú mismo o como la empresa. También puedes hacer que otros contribuyan con tu página al invitarlos a tomar un papel específico. Ve a Configuración -> Roles de página, donde podrás añadir a otras personas para que tengan alguna de las siguientes funciones:



- **Administrador:** puede gestionar los roles de administración, enviar mensajes y crear publicaciones a nombre de la página, crear anuncios y ver las estadísticas de la página.
- **Editor:** puede editar la página, enviar mensajes y crear publicaciones a nombre de la página, crear anuncios y ver las estadísticas de la página.
- **Moderador:** puede responder y eliminar comentarios, enviar mensajes a nombre de la página, crear anuncios y ver las estadísticas de la página.
- **Anunciante:** puede crear anuncios y ver las estadísticas de la página.
- **Analista:** puede ver las estadísticas de la página.

¡Ya creaste tu página de empresa! ¡Buen trabajo! En el siguiente capítulo revisaremos las mejores prácticas de publicación en Facebook y hablaremos de cómo puedes promover tu página para empezar a atraer fans.

03

**LAS 15  
MEJORES  
PRÁCTICAS DE  
FACEBOOK.**

# Las 15 mejores prácticas de Facebook

## 1. Crear contenido que enganche

Publica una variedad de contenidos, desde imágenes y actualizaciones de estado, hasta videos, eventos y encuestas. Haz preguntas a tu público y anímalos para que publiquen sus respuestas en la sección de comentarios de tu publicación. Esto no solo hace que tus fans actuales interactúen, sino que también hará que el post sea visible en la sección Últimas noticias de tus fans, lo cual incrementará tu alcance con sus amigos, quienes probablemente no sepan sobre ti.

Aquí hay un divertido ejemplo de [Foodler](#):



## 2. INTERACTÚA con tus fans

Una vez que tu contenido ayude a atraer fans a tu página (también conocidos como «personas que le dieron Me gusta a tu página»), responde las preguntas y quejas de los usuarios. La publicación negativa de un usuario necesita obtener una rápida respuesta para poder disminuir el efecto negativo que podría tener en tu negocio. Recuerda que Facebook es un sitio público y cualquier persona puede hacer una publicación. Lo mejor que puedes hacer es manejar los comentarios negativos de manera educada y crear una marca con una imagen positiva.

Enfócate en la interacción. Estás tratando de conectar y obtener respuestas por parte de tu comunidad. Haz preguntas, publica consejos útiles y enlaces a artículos en los que tu público podría estar interesado y darle «Me gusta» o compartir. Para desarrollar mejores relaciones comerciales y más profundas con tu comunidad, publica contenido para tu público y lo que ellos necesitan, en lugar de venderles directamente.

## 3. PRUEBA hacer un grupo de Facebook

Los grupos en Facebook son un poco diferentes a las páginas de empresas. En algunos casos tiene sentido que algunos negocios también creen grupos. La principal diferencia entre una página de empresa y un grupo es que las páginas representan una marca, mientras que un grupo es un lugar para una comunidad de personas en donde se tratan temas de interés en común. Un grupo es esencialmente una página que se utiliza como una sala de chat para un grupo específico de personas. Los miembros de un grupo pueden publicar todo tipo de contenido, tal como en las biografías personales o en las páginas de empresas.

## 4. No promuevas tu producto UNA y OTRA vez

No promuevas tu contenido más o menos de lo necesario. A nadie le gusta una propuesta de venta interminable. De la misma forma, asegúrate de que tu producto se destaque de vez en cuando. Usa la regla 80-20 o principio de Pareto para los mensajes de ventas contra las publicaciones de contenido/conexión. Esto quiere decir que si decides publicar cinco veces a la semana, una de las publicaciones debe ser un mensaje de ventas y cuatro sobre otro contenido divertido o útil.

## 5. CREA pestañas personalizadas

Puedes crear y aprovechar las pestañas personalizadas, a las cuales puedes acceder en la sección de Aplicaciones de tu página. Piensa en ellas como páginas de destino dentro de tu página de Facebook.

[Aprende a crear pestañas personalizadas](#), las cuales puedes utilizar como llamadas a la acción para mostrar lo que quieras, desde casos prácticos, hasta ofertas de marketing sobre otras promociones que estés llevando a cabo.

## 6. Añade hitos

El diseño de la página de Facebook es compatible con los hitos, que permiten que le des relevancia a los eventos significativos en la historia de tu empresa. Utiliza esta característica para destacar algunos de tus logros más importantes, como el crecimiento de tus fans, los premios que has ganado, lanzamientos de producto, eventos importantes u otros elogios. Puedes crear un hito nuevo o que haya sucedido en el pasado en el campo Estado, lo que te impulsará a ingresar la información de tu hito como el título, lugar, cuándo sucedió, una descripción de la historia y una imagen.

## 7. UTILIZA las estadísticas de PÁGINA de Facebook

Las estadísticas de página de Facebook son una herramienta interna de analytics que te ayudan a medir y analizar tu presencia en Facebook. La herramienta proporciona datos de los analytics de la página en Facebook a los administradores sobre las visitas y la interacción y puede ayudarte a entender qué contenido es el que engancha a tus fans y cuál no. Obtén acceso a las estadísticas de tu página en <http://www.facebook.com/insights> o haciendo clic en el Panel de administración en tu página. También hemos publicado una publicación informativa y un video que te guiará para analizar las estadísticas de tu página en Facebook y mejorar tu estrategia de contenidos.

## 8. ETIQUETA A otros usuarios y páginas de empresas

Antes solo podías etiquetar a otros usuarios en Facebook, ahora ya puedes etiquetar otras páginas. Haz que tu página sea más atractiva e interactiva al permitir que otros puedan publicar contenido en tu biografía. Habilitar esta característica también publicará de manera automática publicaciones en los que otros usuarios hayan etiquetado a tu página. Para activar esto, marca «Todos pueden publicar en la biografía de HubSpot» y «Mostrar el campo de las «Publicaciones recientes de otros usuarios» en la parte superior de HubSpot» en «Administrar permisos».

## 9. CONECTA otros canales

Puedes conectar otros canales a tu página de Facebook. Te recomendamos no conectar Twitter, ya que la frecuencia de las publicaciones de Twitter pesará más que la de Facebook de manera considerable, pero aquí hay otros tres canales que puedes considerar para conectar con tu página:

- **Canal de YouTube:** ¿Tu empresa tiene su propio canal de YouTube? Añade la [aplicación de YouTube](#) a tu página de Facebook para que tus fans puedan ver tus videos de YouTube directamente en Facebook.
- **Aplicación de SlideShare:** De manera similar a la de YouTube, con esta aplicación también puedes añadir una [pestaña de SlideShare](#) a tu página, la cual mostrará tus presentaciones de SlideShare.
- **Cuenta de Flickr:** Ya que estás en ello, ¿por qué no también traes las imágenes que tienes en Flickr con la [aplicación de Flickr](#)?

## 10. USA las preguntas PARA conocer LA opinión de tus fans

En el campo de actualización de estado en tu página, tienes la opción de publicar una pregunta (haz clic en «Añadir opciones de respuesta»). Utiliza esta característica para pedirle a tus fans que te envíen retroalimentación sobre tus productos/servicios o el contenido que publicas en tu biografía. Las posibilidades son infinitas y al mismo tiempo son una gran forma de interactuar con tus fans e incrementar la participación en tu página.

## 11. EXPERIMENTA con listas de Intereses

Las listas de Intereses son una característica que permite a los usuarios organizar las actualizaciones en diferentes temas a partir de una colección de páginas y/o figuras públicas que tengan habilitado el botón de suscripción en sus perfiles. Por ejemplo, un usuario puede crear una «Receta» para una lista de interés al agregar páginas como la de Betty Crocker y la de Food Network, así como también los perfiles de sus bloggers favoritos de gastronomía a los que se suscribió.

Los usuarios también se pueden suscribir a las listas de interés que otras personas crearon, ya que Facebook sugiere las listas más populares y facilita a los usuarios descubrir las listas que han creado sus amigos.

Considera [experimentar con las listas de interés](#) creando listas geniales en tu industria, promoviendo el botón de «Añadir a listas de intereses» en tu página de Facebook, crear contenido sobre las noticias de la industria para que tus actualizaciones sean las primeras en aparecer en cualquier lista a la que pertenezca

## 12. ORGANIZA competencias

Las competencias pueden ser una gran forma de incrementar la interacción y atraer a nuevos fans a tu página. Debes tener en cuenta las reglas de competencias y promoción de Facebook. Considera usar una aplicación como Wildfire, la cual trabaja en conjunto con Facebook para asegurarse de que sigas las reglas como se debe. [Si quieres saber más sobre el tema, aquí hay una publicación que te podría interesar.](#)

### 13. DESTACA u OCULTA las publicaciones

Modifica los elementos en la biografía de tu página para resaltar las publicaciones más destacadas de los demás. Para hacer que algunas publicaciones sean más grandes y prominentes que otras en tu página, coloca el puntero sobre ellas y haz clic sobre el icono en forma de estrella u ocúltalas en tu biografía (o elimínalas por completo) al hacer clic en el icono del lápiz.

### 14. UTILIZA hashtags

Probablemente la mayoría de ustedes conozcan el concepto del hashtag y su uso para el marketing, así que no profundizaremos mucho en esto, teniendo en cuenta que ya hemos hablado sobre ello a detalle en [este post sobre cómo usar los hashtags en Twitter](#). (Si bien los hashtags funcionan mejor en Twitter, la mayoría de los consejos sobre ellos se pueden aplicar en varias redes sociales).

Los hashtags son una gran método para que los profesionales del marketing unifiquen sus promociones en los múltiples canales de redes sociales, incrementen su capacidad para que las personas descubran su contenido y concentren la interacción con cierto contenido, promociones, eventos, etcétera.

