



# ***ESTUDIOS MEDIA***

Social Media Marketing

Diseño Web Y Gráfico

Aplicaciones Móviles

Reparación De Pc

Edición De Video

(0342) 156306767

🐦 /EstudiosMedia

[www.estudiosmedia.com.ar](http://www.estudiosmedia.com.ar)

[contacto@estudiosmedia.com.ar](mailto:contacto@estudiosmedia.com.ar)

Milenio De Polonia 2862 - 3000, Santa Fe

# PÚBLICO OBJETIVO

Es importante tener en claro a quienes nos vamos a estar dirigiendo, cuales son nuestros clientes, Que necesidades tienen y cuales son nuestras expectativas de trabajo.

Será nuestro PÚBLICO quien interactue con nuestro CONTENIDO

## EXPECTATIVA VS REALIDAD



Cuando nuestras publicaciones no reciben ningún tipo de interacción, algo está fallando. Puede ser que nuestro contenido

- NO SEA DE INTERES
- QUE NOS ESTEMOS COMUNICANDO INCORRECTAMENTE
- NOS DIRIGIMOS A LAS PERSONAS EQUIVOCADAS

## ANÁLISIS DE CONTENIDO

### EL ALCANCE DE LAS PUBLICACIONES

Todas las publicaciones realizadas						
Alcance: orgánico/pagado <input type="checkbox"/> Clics en publicaciones <input type="checkbox"/> Reacciones, comentarios y veces que se compartió <input type="checkbox"/>						
Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	
19/08/2016 15:42	 Actualizando el sitio web de GPCell <a href="http://www.gpcell.com.ar">www.gpcell.com.ar</a> #GPCell			84 	0 2	
18/08/2016 15:40	 #Webinar 3 Septiembre. Los esperamos para hablar de Facebook, Análisis y Engagement. #socialm			508 	86 22	
16/08/2016 16:02	 Te presentamos la PSICOLOGÍA DEL COLOR. Para que tengas en cuenta a la hora de diseñar tus pr			93 	1 7	
12/08/2016 9:00	 Nuevo Sitio web proyecto: Loteo de los Viejos, visita la en <a href="http://www.loteodelosviejos.com.ar">www.loteodelosviejos.com.ar</a>			275 	1 2	
10/08/2016 12:45	 Nuevo sitio web online para Cabañas El Jardín-La Falda visítalo en <a href="http://www.cabaniaseljardin.com.ar">www.cabaniaseljardin.com.ar</a>			623 	19 11	

El alcance es la cantidad de impresiones únicas que ha tenido una publicación. Esto es una redundancia, ya que no significa que esos usuarios la hallan visto realmente, solo que apareció en su sector de noticias, pero quizás el usuario está scrolleando buscando algo de su interés o que le llame la atención y puede SI TU PUBLICACIÓN no es lo suficientemente ATRACTIVA para atraerlo, pasar de largo

Pero al menos es una base para conocer a cuantas personas estamos llegando.

## CICLOS DE MEDICIÓN

El primer pico de amplificación es el ORGÁNICO lo obtenemos a las 6 horas aprox. de realizada la publicación. Después la gente va a comenzar a interactuar (comentar, compartir, poner likes, etc) y es aquí cuando luego vamos a obtener una amplificación VIRAL en las primeras 24 horas.

Finalmente la ampliación PAGA, dependerá del tiempo y el alcance contratado en FACEBOOK ADS.



## ¿QUE LE IMPORTA A FACEBOOK? VALORACIÓN DE INTERACCIÓN

Una de las consideraciones que el algoritmo de Facebook toma a la hora de decidir que contenido es más RELEVANTE que otro es :

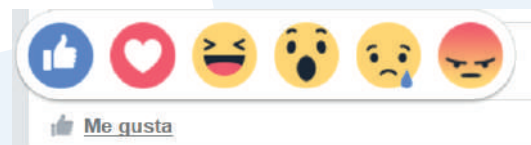
1

 **Compartir**

2

 **Comentar**

3



**VEGES COMPARTIDOS vale más que un COMENTARIO y un comentario vale más que una REACCIÓN**

# ¿Que publicar en mi página?

## MARKETING DE CONTENIDO

Hay que sacarse de la cabeza ese pensamiento que MUCHOS a la hora de abrir una cuenta en facebook cometen y es la de saturar con publicaciones de productos y venta de servicios. Estamos en la era de la INFORMACIÓN, la gente busca CONOCER, APRENDER, entonces **¿Cómo ofrezco mis servicios y productos?**

En ves de subir “vendo cafetera a \$XXX,XXX ”, mejor sube un post enseñando como realizar un buen café, de color oscuro, sabor intenso y espuma de 3 ml. con esa cafetera.

### El mensaje de venta debe ser subliminal

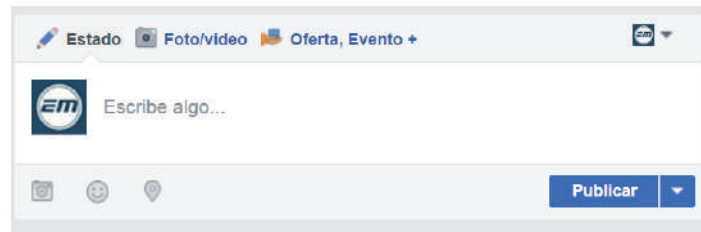


### No tengo ideas ¿Que hago?

- Una buena práctica es CONOCER A TUS CLIENTES, que quieren, que buscan, que necesidades tienen (charla con ellos, haz encuestas) y podrás crear contenido RELEVANTE para ellos.
- Investiga a tu competencia, presta atención a lo que hacen en las redes sociales, como se anuncian, ve sus comentarios, reacciones, likes y descubre que les funciona a ellos para utilizarlo a tu favor, pero NO COPIES, toma ideas y CREA TU PROPIO CONTENIDO (**ver Estadísticas -> Páginas en observación**).
- No solo te centres en tus productos y servicios, las NOTICIAS EN REAL TIME también son apropiadas, busca temas que se relacionen con tu negocio.
- Se emocional  
Muchos editores se quedan anclados en sus propias mentes y olvidan que las personas tienen emociones. Crea contenido que se tome en serio las emociones humanas.
- Crea contenido que a ti te gustaría compartir  
Antes de publicar, haz un pequeño experimento. Plantéate lo siguiente: "Si viera esto en mi sección de noticias, ¿lo compartiría?" Si la respuesta es "no", piensa en el motivo y sigue mejorando el contenido hasta que te sientas orgulloso de compartirlo. Si tú no lo compartirías, ¿por qué habría de hacerlo otra persona?
- El humor es inherentemente social  
Cuando sales a cenar con los amigos, todos cuentan chistes y ríen. Al día siguiente ya no te acuerdas de los chistes, pero te sientes más apegado a tus amigos. Reírse juntos en Facebook une a millones de personas cada día.
- La nostalgia es inherentemente social. A las personas les encanta recordar el pasado.

# Herramientas de publicación

## ¿Que me ofrece facebook para mis post?



A la hora de realizar un posteo (publicación) podemos elegir entre subir un ESTADO, cargar una o varias fotos o un video, como así también una OFERTA, EVENTO, HITO y NOTA. (Opciones solo habilitadas en FANPAGE)

El posteo mas común es el de una imagen comunicativa, **para este 2016/2017 hay una tendencia de facebook de valorar los VIDEOS** (exploten eso), entonces tengamos algunos puntos clave en la estructura para optimizar nuestra publicación.

1. Tratar de usar imágenes cuadradas o en su defecto rectangular. Pero siempre ocupar el ANCHO MÁXIMO, tamaño mínimo 504px x 504px (óptimo 1200x1200pixel).
2. No llenemos de texto nuestra imagen, para eso está el área de texto.
3. Las personas no leen demasiado si nos les atrae a la primera, tratemos de resaltar los puntos importantes al inicio.
4. No abusar de las mayúsculas (un uso excesivo de las mayúsculas daríamos la idea de que estamos gritando).
5. Hacer participar a tu audiencia, puedes comenzar o terminar con una pregunta.
6. Usar los # y etiquetas (etiquetar a personas que sepamos les va a interesar y/o se relacionen con el mismo, a nadie le gusta ser etiquetado en algo que no está).

## Post con Fotos o Videos



Pocos explotan las demás opciones que nos ofrece Facebook para subir imágenes.

Crear una secuencia de fotos es una buena propuesta para dotar nuestro timeline de dinamismo, movimiento e interactividad.

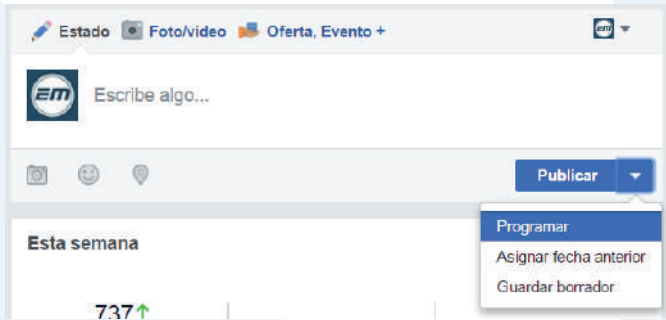
Personalizando un carrusel de imágenes diferentes cada una con su propia información, hasta enlaces hacia diferentes sectores de nuestra web.

- Crear una presentación en formato de video utilizando hasta 7 imágenes.

- Luego esta Canvas que merece un espacio propio dado que es más avanzado, pero solo diré que podemos combinar imágenes, videos, textos crear botones y sliders, creando así una publicación mucho atractiva y eficiente.

## Programación de post

1



2



Nosotros podemos armar una publicación y decirle a facebook que día y a que hora publicarla, es muy conveniente para armar varios posteos si estamos inspirados y dejarlos listos para salir. (Ahorrarnos tiempo)

Como así también la opción GUARDAR como BORRADOR e ir armándolo de a poco.

## ¿Cuándo publicar?

### Estadísticas de publicaciones



En nuestra barra superior tendremos un menú con la opción ESTADÍSTICAS que nos dará una serie de herramientas mediante las cuales podremos llevar un control preciso de como van marchando las cosas en nuestra FANPAGE.

Página

Mensajes

Notificaciones

**Estadísticas**

Herramientas de publicación

Una de estas funciones son las estadísticas de PUBLICACIONES, con la que podremos observar una franja horaria del tráfico de nuestra fanpage correspondiente al período de la última semana, de esta forma sabremos cual es el mejor momento para publicar.



# ENGAGEMENT

Se podría definir el ENGAGEMENT como el NIVEL de PARTICIPACIÓN que tienen los usuarios con nuestro contenido.

## ¿Entonces cómo mejoro mi ENGAGEMENT?

Aparte de poner en práctica todo lo dicho anteriormente, les voy a dejar algunas recomendaciones a tener en consideración:

- 1) Autocomentarse.
- 2) Responder y/o agradecer los comentarios.
- 3) Hacer preguntas y etiquetar a personas que aporten datos de valor dentro de la publicación.
- 4) Analiza: Debes saber qué tipo de publicaciones son las que mejor han funcionado para saber que es lo que quiere tu audiencia.

*Preocúpense por comunicar algo de una forma efectiva, independientemente de que sea corto, largo o cuándo lo publique.*

## HERRAMIENTAS ONLINE



AUTODESK®  
PIXLR®

[WWW.PIXLR.COM](http://WWW.PIXLR.COM)

**Express:** Conjunto de plantillas y efectos predefinidos.

**Editor:** Siguiendo la estructura y estética de PHOTOSHOP, ofrece un completo conjunto de herramientas para lograr diseños muy profesionales sin embargo requiere cierto grado de conocimientos gráficos.



**PICSART for Android y iOS**

Aplicación para dispositivos o tabletas para la edición de fotografías con una amplia variedad de efectos y plantillas.

**A destacar:** Permite superponer fotografías en png (acepta transparencia), lo que es útil para incorporar nuestro logo o marca de agua.



**POWER DIRECTOR - Editor de video**

Aplicación para dispositivos móviles o tabletas para la edición de videos, como cortar, unir, transiciones, textos, superposición de imágenes, música.

El producto final conserva muy bien la calidad del video y sonido del video.



**FOTOJET - [www.fotojet.com/es/](http://www.fotojet.com/es/)**

**FOTOR - [www.fotor.com/es/](http://www.fotor.com/es/)**

Aplicaciones ONLINE para editar imágenes para diferentes redes sociales, ya vienen las plantillas según tipo de publicación a realizar con los tamaños óptimos para cada red.



Las más importantes como Facebook - Twitter - Youtube - Instagram

# ¡BONUS!


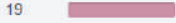











## COMO ESPIAR A LA COMPETENCIA

Una de las tantas métricas que nos ofrecen las ESTADÍSTICAS de nuestra FANPAGE es

### PÁGINAS EN OBSERVACIÓN

**Páginas en observación**  
Compara el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook.

[Agregar páginas](#) ■ Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Página	Total de Me gusta	Esta semana	Publicaciones de	Interacción de esta semana
1  DonWeb	16,9K 	0%	9	19 
2  Diseño Web Multimedia	5K 	0%	0	0 
3  garelifabrizi.com	2,7K 	▲ 1,7%	2	19 
4  NicoSal soluciones web	1,3K 	0%	0	0 
5  Tarsis	1,1K 	0%	0	0 
TÚ  Estudios Media - Web, G...	586 	▲ 1,6%	3	17 

[Ver más páginas](#)

Una de las tantas métricas que nos ofrecen las ESTADÍSTICAS de nuestra FANPAGE es la posibilidad de observar el tráfico SEMANAL de algunas páginas que nosotros elijamos (Ej: competencia o del mismo rubro).

Podremos conocer la cantidad de seguidores que posee, el % de nuevos fans en la semana, número de publicaciones que se realizaron y el número de interacciones que logró.

Haciendo CLICK en el logo de la página se nos abrirá una ventana mostrando las **publicaciones más relevantes**.

De esta manera podremos comparar nuestro crecimiento y nivel de engagement respecto a nuestros competidores, como así también conocer que tipo de información le es más atractiva a su audiencia,