Facebook para empresas



PÍLDORA FORMATIVA



Organiza: Ayuntamiento de Adeje. Área de Desarrollo Económico. Adeje Impulsa- IMPYME Adeje y la EMSA dentro del Proyecto de Apoyo e Impulso al Empresariado de Adeje.

Contenidos de esta píldora formativa

Personas de todo el mundo usan Facebook para conectarse con sus amigos y familiares, encontrar negocios u obtener más información sobre ellos. Llegar a donde están los clientes es hoy más importante que nunca.

Facebook e Instagram te brindan una presencia gratuita en todos los dispositivos, donde las personas ya pasan gran parte de su tiempo.

En este curso, aprenderás a:

- Qué no debes hacer en Facebook
- Diferencia entre perfil y página
- Configurar tu página, paso a paso.
- Publicar contenido con publicaciones de la página.
- Subir imágenes y videos.
- Crear un público.
- Publicar Anuncios
- Trucos y recomendaciones finales





Cosas que NO debes hacer en Facebook

Compartir, literalmente, todo lo que ves.

Alguien en Checoslovaquia ha perdido un anillo de bodas. Alguien en Murcia ha encontrado un oso de peluche. Un niño chino llora porque le han robado el triciclo.

Me encanta tu inagotable optimismo, pero a menos que conozcas a muchas personas que vivan en Checoslovaquia, Murcia o China, **no estás ayudando**.



Publicar estados crípticos

"No puedo creer lo que acaba de suceder ..."

"No sé porqué me preocupo de algunas personas...

...Me alegro de que finalmente sé quiénes son mis verdaderos amigos".

vaguebook

Armar un perfil en lugar de una página de tu empresa.

Esto puede parecer un consejo elemental, pero te sorprendería saber cuántas personas cometen este error. Antes de ofrecer consejos más avanzados, vamos a dejar las cosas claras: Los perfiles de Facebook están hechos para las personas, mientras que las páginas de Facebook están hechas para las empresas.

	facebook.					
		2	L.			
	Personal Profile	Group	Business Page			
Label	Friends	Members	Fans (Likers)			
For	People	Organizations	Businesses			
Capacity	5,000	5,000	Unlimited			
Contacting	Email 20	Email 5000	No Emailing, Updates Sent to "Notifications"			
Newsfeed Appearance	Full Appearance (Everything)	Only Highlights	Full Appearance (Everything)			
Commercial Activity (Selling or Advertisina)	No	No	Allowed			

Facebook Profile **VS** Facebook Page



Brought to you by 🍀 Socialated

Facebook Profiles

Facebook Profiles are able to reach out to other users by sending a friend request to other individuals' profiles.



Facebook Pages

Facebook Business Pages can not organically reach out to individuals to connect with them. Instead a person must 'like' the page in order to follow its updates.



Facebook Profiles

Multiple Facebook profiles can be set as admins on a Facebook business page. All of these admins can manage and update the page.



Facebook Pages

Business pages can only be accessed through a Facebook Profile. However a profile can be an admin on multiple Facebook Pages.



Facebook Profile vs Facebook Page



No te limites a publicar fotos.

En el pasado, las imágenes dominaban los News Feed (actualización de noticias). Sin embargo, las cosas han cambiado, y las imágenes ya no tienen el nivel de alcance orgánico que tenían antes. Ahora, el video es el mejor tipo de publicación para el alcance orgánico, gracias a la estrategia más reciente de Facebook de cambiar su atención a los videos. En HubSpot, hemos descubierto que los videos son el mejor tipo de publicación para lograr un compromiso, así como las publicaciones con enlace que incluyen una imagen con vista previa grande (484 x 252).

Tip: Revisa los vídeos de ejemplo en Facebook: <u>https://www.facebook.com/business/inspiration</u>



Videos Reach More Fans on Facebook

Ejemplos de vídeo creativo: Oreo: https://www.facebook.com/watch/?v=10152541703364653

Ejemplo de vídeo compartido en canvas:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=7&v=FXXAOD pKhpg



Cosas que <mark>SÍ</mark> debes hacer en Facebook

Crea Contenidos de valor

- Fotografías (recientes, pasadas, antiguas, emocionales, etc.).
- Vídeos (tutoriales, documentales, testimoniales, explicativos, divertidos, etc.)
- **Dibujos**, ilustraciones y gráficos (que informen, den forma a conceptos o generen empatía).
- Información sobre el origen de la marca o del producto,
- Vídeo o imágenes sobre el «making off» de tu marca o producto.
- Screencast, podcast y entrevistas.
- Archivos de audio y música.
- Retos, encuestas, adivinanzas, pasatiempos.
- Trucos, fórmulas y recetas para conseguir algo.
- Guías, plantillas, información práctica y de utilidad, etc.





Contenido de valor con tu producto



Le Bioguile Como haser Impieza netural para el baño: http://www.labioguils.com/como-haser Empieza-natural-para el-bana' -- con Arl Dgacz, Cocili Maria Bioggie Lanaggi, Nocilia Gissori Lazane y 48 personas más. Alburn: Fistos de la bogoelle.

Poto compartida con:

Por ejemplo, consejos



Ver publicación



Crowdsourcing + concurso + premio

Milka

IRecuerda nuestro reto actual! Sube tu foto a Instagram con ropa lila escribiendo los hashtags: #Milka_ES #Milkareportiernos #RopaLila y podrás ganar un lote de tabletas de Milka. ISuerte a todos! No olvides dejar tu perfil público para que podamos ver tu participación http://on.fb.me/1nywOsT



Heineken

Estos son nuestros finalistas del concurso #MySunrise, ¿qué amanecer os gusta más? ¡El más votado ganará una estancia en hoteles de diseño!





Crowdsourcing: subir fotos de un tema



Show Me Yours on Valencine's Day, Upload photos of your Converse to our Pacebook wall and we'll create a photo album with the best ones at the end of the day. Thereis has the laws.

Montrarme tuyo en día de San Visientin. Subir fotos de to Converse a nuestro L'acebock mono y nos creará un altarn de fotos con los respores al final del día. Gradas por el amor, (Troducido por Bing)

Me pusta - Comentar - Comparty - 14 Ch A 15,830 personas les gusta esto. Q Vec las ID4 comertizans	te febrers a la(s) 21.05 · @

Escribe un comentario...

Show Me Yours- Valentine's Day

De Converse (Altornes) - Actualizado hace aproximadamente un mes-

















Valentine's Day photos front our friends. Thanks to everyone for submitting.

Me guida Comparter KČ A 3.356 personas les guida esto. 2.332 veces compartido 2.332 veces compartido 2.350 de 163



Invita a completar la frase



Ferrero Rocher

Everyone has a very special place to enjoy a delightful pause, which is yours?

Me gusta · Comentar · Compartir · 12 de septiembre

🖒 A 1924 personas les gusta esto.

Mejores comentarios -

🕞 Se ha compartido 66 veces

Escribe un comentario.



Tracey Brown U don't share themII 😽 Me gusta · Responder · 🗠 33 · 12 de septiembre a Ia(s) 19:00

Nickie Compton I'd share one with my husband if we were having a kid free, romantic, candle lit evening. ...which will never happen so i'll never have to shareIII () () () Me gusta Responder () 7 12 de septiembre a la(s) 20:42

No olvides revisar las entradas y comentarios en tu página.

Si ignoras los comentarios y las interacciones, es como si les estuvieras diciendo a tus clientes: "No me importa lo que tengas que decir".

Pero a la vez, debemos escuchar para comprender, no sólo para contestar.



Crece con tu audiencia

Los números sí importan, pero no a cualquier precio, si queremos crecer de forma ética, debemos usar técnicas que no impliquen ni el spam ni usar contenidos virales de mal gusto. 1. Publicar en Horas Valle

2. No publicar cuando todo el mundo lo hace

3. Publicar varias (pero no demasiadas) fotos en una sola actualización

4. Mencionar páginas o usuarios influyentes en tu sector

5. Publicar vídeos directamente en Facebook

Crece con tu audiencia

HORAS VALLE

Por un lado, sigue publicando a las horas que tienes más audiencia, por otro, haz crecer tu audiencia publicando en las horas de menor audiencia.



Una vez estemos en nuestra página, veremos que aparece una barra superior justo debajo de la habitual de Facebook. En esa barra, pulsaremos sobre **Estadísticas** y cuando se cargue la página seleccionaremos de la barra lateral izquierda la opción **Publicaciones**.

Crece con tu audiencia



Largest Audience





https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/brands/



Fastest-Growing Brands Pages in United States



 \checkmark

https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/brands/

Enrique Iglesias





Iker Casillas



Total fans 49 173 687 Total fans 26 595 491

Andrés Iniesta

Total fans 24 888 841

Last Day

V

Fastest-Growing Celebrities Pages in	
Spain	

 Nacho Muñoz
 Maria Marin
 Alejandro Sanz
 Rosalía
 Manuel

 +8 680 Fans
 +2 482 Fans
 +2 057 Fans
 +1 840 Fans
 Manuel

https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/celebrities/

Facebook Marketing Stats



Facebook is the most popular search query worldwide



Users spend an average of **35 minutes** of the day on Facebook



There are **155 Friends** of an average Facebook user



There exist more than **70 Million**businesses that own a Facebook page



on 12017 b ~~~

95.8% of social media marketers believe Facebook produces the best ROI



85% of Facebook video is watched without sound



On Facebook,

of customer service responses happen in first 60 minutes

100 Million hours of video is watched by Facebook users alone each day

Usa tamaños adecuados

Revisa periódicamente los cambios en la interfaz de Facebook, los tamaños de fotos y vídeos, así como los formatos, van cambiando con cada actualización de esta red social.

Tip: Busca en Google las palabras "Facebook Cheat Sheet" o "Facebook sizes"





- Recommended aspect ratio: 1:1
- Minimum width, height or both for optimal size: 615 px
- Acceptable minimum size 180 px; height can go below 180 px, but will risk quality
- Personal profile: 168 x 168 circle thumbnail
- Business page 172 x 172 circle thumbnail
- Both 40 x 40 circle thumbnail on newsfeed



Photo Post		•		
- Optimal size: 1200 x 620 - Single photo will display 500 px wide on newsfeed	1200 x 620	249 px		249 px
- 2 or more photos shared at once will display a mix of 166, 249, and 500 px wide thumbnails (5 max).		166 px	166 px	166 px



	onsoned - @				
Ads Photo - You may boost your photo without page ads objectives - With page ads objective, aspect ratio may be between 9:16 to 16:9	9:16 to 16:9	300 x 300			
- Carousel images will be displayed 1:1 aspect ratio, 300 px	Learn More				







1640 x 628 or larger	Event Cover Photo - Aspect ratio: 1.91:1 - Recommended size: 1640 x 628		
2	- For a higher quality: resize to 1920 x 1005		



Lo mismo para Instagram





Creando una Página

Para mostrarte los aspectos básicos,usaremos como ejemplo el caso de Jasper's Market, una tienda física.

Para crear una página desde tu cuenta personal, selecciona **Crear** en la esquina superior derecha y, a continuación, selecciona **Página** en el menú desplegable.



Crear una página

Veamos los pasos para elegir la categoría que sea más adecuada para tu negocio. Según la categoría que elijas, se te pedirán algunos datos para que puedas crear la página.

f Search Q	Home Create 🔠 🙆 📥 🚱 👻					
Create a Page Connect your business, yourself or your cause to the worldwide community of people on Facebook. To get started, choose a Page category.						
Business or Brand	Community or Public Figure					
Showcase your products and services, spotlight your brand and reach more customers on Facebook.	Connect and share with people in your community, organization, team, group or club.					
Get Started	Get Started					

Haz clic en el botón **Empezar** en la categoría más adecuada para tu negocio.

- Negocio o marca
- Comunidad o figura pública

Jasper's Market es un negocio local, por lo que elegimos la categoría **Negocio o marca**.

Business or Brand

Page Name

Jasper's Market

Category

fruit

Fruit & Vegetable Store

Dessert Shop

Local Business

Local Service

Shopping & Retail

Sports & Recreation

Real Estate

Legal

Restaurant

A continuación, le asignarás un nombre a la página. Todo lo que tienes que hacer aquí es agregar el nombre de tu negocio.

En segundo lugar, tienes que agregar una categoría para describir tu página. En el cuadro de texto, escribe una palabra o dos que describan mejor tu tipo de negocio y selecciona una categoría en las opciones.

Si no ves tu tipo de negocio, cambia las palabras clave de tu búsqueda. Si es necesario, podrás cambiar la categoría y el nombre de tu organización más adelante. A continuación, completa la dirección y el número de teléfono de tu negocio. Si no quieres que se muestre la dirección, selecciona la casilla que dice **No mostrar mi dirección**. Haz clic en **Continuar** cuando termines.

Business or Brand Page Name Jasper's Market Category Fruit & Vegetable Store ? Address Street Address City, State ZIP Code Phone Number (Optional) Phone Number (Optional) Don't show my address. Only show that this business is in the City, State region. When you create a Page on Facebook the Pages, Groups and Events Policies apply. Continue

Agregar una foto del perfil y una foto de portada

Las fotos del perfil pueden ayudar a que más personas encuentren tu página y la reconozcan en publicaciones, comentarios y mucho más. Si tienes un logotipo, úsalo en tu foto del perfil. Haz clic en Subir una foto del perfil.

Aquí podrás editar la foto del perfil, ya sea al arrastrarla a una nueva posición, agrandar o reducir su tamaño, o recortarla.

	Help (Add beople find	l a Prof I your P	il e Pictu age by a	i re idding a p	hoto.	
	•••••						
Step 1 o	of 2			Skip	🖸 Uplo	ad a Profil	e Picture
Agregar una foto de portada

A continuación, agrega una foto de portada que transmita la identidad de tu página. Puedes subir una foto desde tu computadora o elegir una de un álbum actual de Facebook.

Para que la foto no quede recortada al subirla, te recomendamos usar un tamaño de 828 x 315 píxeles.



Agregar un video de portada

Para que el público de tu página disfrute de una interacción más interesante y una experiencia más enriquecida, agrega un video de portada en lugar de una foto. Esto también te ayuda a destacar tu contenido en uno de los espacios más prominentes de tu página.

Ve a tu página y haz clic en **Agregar una portada** en la parte superior izquierda de tu foto o video de portada.

Selecciona **Subir foto o video** para subir un video desde la computadora. Los videos de portada deben tener al menos 820 x 312 píxeles y durar entre 20 y 90 segundos.



Agregar un video de portada

Haz clic en las flechas para desplazarte por hasta diez opciones de imagen en miniatura para tu video de portada. La imagen en miniatura se puede usar cuando alguien pasa el mouse por el nombre de tu página para obtener más información. Haz clic en **Publicar** para mostrar el video.



Agregar un video de portada

Cuando se haya subido el video, cambia su posición haciendo clic en él y arrastrándolo hacia arriba o hacia abajo y, a continuación, haz clic en **Siguiente**.



Compartir más información sobre tu negocio

Agregar una descripción breve

Esta sección es opcional, pero te recomendamos completarla para que las personas sepan de qué se trata tu negocio. Además, ayuda a que tu negocio aparezca en los resultados de la búsqueda cuando alguien lo busca en internet.

Este campo tiene un límite de 155 caracteres, así que agrega solo información importante, como la ubicación del negocio, su propuesta de valor, etc.

Cuando termines, haz clic en Guardar.

Edit your details		
Add 1-2 sentend understand what	ces to describe Jasper's Market to help people t you offer.	
Description	Add short description	
1 of 4	Cancel Save and Continu	e

Crear un nombre de usuario para la página

Create Page Username

It's easier for people to find your Page in search when it has a unique username. Pages with usernames can also create custom URLs that let people quickly visit and message them.

> Jasper's Market @username

Username @ username

Need help? Get tips on choosing a username.

Create Username Cancel

0/50

Para agregar un nombre de usuario, haz clic en Crear un nombre de **usuario** para tu página. Cuando creas un nombre de usuario, este aparece en URL personalizadas que ayudan a las personas a encontrar la página, recordarla y enviarle mensajes.

Agregar información adicional

Para agregar más información, como el sitio web, la dirección de correo electrónico y el mapa de ubicación, haz clic en **Información** en el menú de la izquierda.



Agregar información adicional

Si quieres editar toda la información, incluidos detalles como la URL del sitio web del negocio y el horario comercial, haz clic en **Editar información**.

the Liked → 🔊 Following → 🏕 Share ···	Send Message 🖌
About	Edit Page Info
GENERAL	STORY
Category Shopping & Retail	Edit
Name Jasper's Market	Edit
Username @JaspersMarket	Edit
BUSINESS INFO	
Business Details	
Parking Street parking	History
Price Range \$\$	We offer the very best quality locally sourced products

Agregar información adicional

Completa la información que desees incluir sobre tu negocio. Cuando termines, haz clic en la **x** de la parte superior derecha.

Edit your detail	s			
General	Contact	Location	Hours	More
GENERAL				
Description	Jasper's is a creation of Facebook Inc. to highlight some of the products and features we offer to businesses on Pages.			
Categories	Shopping & Reta	il × Fruit & Veget	able Store × Loc	al Service ×
CONTACT				
Phone Number	 Has a phone r 555-555-0100 	umber		
Website	✓ Has a website			
	http://messenge	r.com		
Email	✓ Has an email address			
	integrapers inc			
LOCATION				

Añadir plantillas y pestañas

Para personalizar más tu página con plantillas y pestañas, haz clic en **Configuración**en la esquina superior derecha de tu página. Después, en el menú de la izquierda, haz clic en **Plantillas y pestañas**.

ige	Ad Center Inbox Notifications Insights	Publishing To Settings Help
	 ✿ General ➡ Messaging Page Info 	Templates and Tabs Configure actions and tabs for your page
	 Templates and Tabs Post Attribution Notifications Messenger Platform Page Roles 	Templates Choose a template with default buttons and tabs designed to help your Page. Current Template: Business Edit
	People and Other Pages Preferred Page Audience Authorizations	Tabs Click and drag a tab name to rearrange the order. The tab order also determines the order of the sections people see at the top of your Page.

Agregar un botón de llamada a la acción

Agrega un botón de llamada a la acción para alentar a las personas a realizar una acción cuando llegan a tu página. Este aparece destacado en la parte superior de la página, debajo de la foto de portada, y ayuda a impulsar diferentes acciones que se alinean con tus objetivos comerciales, como enviar un mensaje, reservar una cita, realizar una compra, etc. Para agregar un botón de llamada a la acción:



Tipos de llamadas a la acción (Call to Action)

Selecciona una y completa la información requerida. Para este ejemplo, vamos a elegir la categoría **Ponerse en contacto** y **Enviar mensaje** como llamada a la acción.

Cuando hayas seleccionado una llamada a la acción, haz clic en **Siguiente**.

Step 1: Which button do you want people to see?

The button at the top of your Page helps people take an action. People see it on your Page and in search results when your Page appears. You can edit it any time.

Contact Us	🔘 Sign Up	
Send Message	Send Email	
Call Now		
Learn more about yoShop with you or ma	ur business ke a donation	~
Download your app of the second se	or play your game	~

Tipos de llamadas a la acción (Call to Action)

Selecciona a dónde quieres que el botón dirija a las personas. Para nuestro ejemplo con la llamada a la acción "Enviar mensaje", haremos clic en **Messenger**.

Add a Button to Your Page Preview 📫 Like 🕤 Follow 🏟 Share \cdots Your Button Send Message Edit Step 2: Where would you like this button to send people? When customers click your button, they will be directed to a place where they can take an action or find more information. Messenger You will receive messages from people in your Page Inbox.

Tipos de llamadas a la acción (Call to Action)

Confirma las opciones que quieres seleccionar y haz clic en **Finalizar**.

Puedes cambiar el botón de llamada a la acción en cualquier momento.

Add a Button to Your Page	×
Preview	Send Message
✓ Your Button Send Message	Edit
Configured Send Message	Edit
Final Review	Back Finish

Probar el botón

~	
Test Button	
Get Messages	
Edit Button	Story
Delete Button	utes ago

Pasa el mouse por el botón de llamada a la acción. En el menú emergente, haz clic en **Probar botón**.

Probar el botón

Para el botón de llamada a la acción

"Enviar mensaje" de nuestro ejemplo,

se abrirá una ventana de Messenger.



Consejos para páginas

Mientras estés creando tu página, revisa los consejos para páginas que aparecen a la derecha de la pantalla. Haz clic en el enlace Ver todos los consejos para páginas.

Send Message 🖍

sourced products and we take great pride in our personal rela...

See More

Page Tips

See All

Complete Your Brand Collabs Manager Portfolio

> Advertisers are using Brand Collabs Manager to find creators for partnerships. Finish filling in your portfolio to help advertisers easily find you.

Know Friends Who Might Like Your Page?

Invite friends to like Jasper's Market and help you connect with more people.

See All Page Tips 6



Page Tips

Use these tips to help make your Facebook Page more successful.



Know What's Happening on Your Page



Turn on notifications so you'll know when people make comments on, like or message your Page. It's an easy way to stay connected with people.

Learn More Tur

Turn on Notifications

En los consejos para páginas encontrarás orientación para crear publicaciones más efectivas.

Estos incluyen recomendaciones sobre cómo hacerles saber a las personas cuándo tu negocio está abierto, cómo enviarlas a tu sitio web y mucho más.



×

Características adicionales

Cuando creas una página por primera vez, no tienes la opción de ver estadísticas ni de crear una oferta. Para que Facebook pueda proporcionarte estadísticas de la página, tu público tiene que empezar a interactuar con ella.

A medida que el público de tu página crezca, tendrás acceso a herramientas y funciones adicionales.

- En cuanto haya 30 personas a las que les guste tu página, tendrás acceso a "Estadísticas de la página", donde verás datos sobre la cantidad y las características demográficas de las personas que visitaron tu página, las publicaciones que tuvieron mejor rendimiento y mucho más.
- En cuanto haya 100 personas a las que les guste tu página, podrás empezar a "observar" hasta 100 páginas. Esta función te permite ver el rendimiento de otras páginas, incluidos los negocios de la competencia.



Estado

Tu página debe ser interesante e informativa para que el público sepa que tu negocio está activo y es confiable. Con este fin, empieza a publicar actualizaciones sobre tu negocio tan pronto como se haya publicado la página.

Publicar actualizaciones de **estado** es una excelente manera de atraer clientes potenciales. Tu estado puede tratar de cualquier cosa relacionada contigo, tu negocio o tu sector. Crea contenido breve y entretenido. Anuncia una venta online, da a conocer un producto nuevo o publica algo más personal.



Tipos de Publicaciones

Cuando esté todo listo para agregar contenido, verás que hay muchos tipos de publicaciones que puedes poner en circulación en tu página, como fotos o videos, sentimientos o actividades, ofertas, eventos, publicaciones promocionadas, etc.

Haz clic en "…" para ver una lista completa de publicaciones de la página disponibles.



Foto/video

El contenido visual te ayuda a mejorar tu presencia en internet. La publicación de fotos y videos puede ayudar a que tu página atraiga más personas que el texto solo. Piensa en cuando te desplazas por tu propia sección de noticias. Nos sentimos naturalmente atraídos por los contenidos visuales.

Para agregar contenido visual a una publicación, usa el botón **Foto/video**.



Create an Instant Experience

Now you can tell a more immersive story by combining images and videos.

Subir foto/video

Para subir fotos o videos a tu página simplemente haz clic en esta opción y elige el contenido multimedia de la computadora.

- Si subes una foto, podrás etiquetar productos en la imagen, así como agregar descripciones.
- Si subes un video, tendrás muchas opciones para definir cómo se verá. Las opciones básicas incluyen agregar una imagen en miniatura, etiquetas, un título y una imagen personalizada. A medida que aprendas a usar las funciones más avanzadas, podrás, por ejemplo, agregar un botón de llamada a la acción, publicar en otras plataformas y agregar texto, opciones de distribución, etiquetas personalizadas y mucho más al video.

Crear un álbum de fotos

Los álbumes de fotos son colecciones de imágenes fijas. Puedes agrupar tus imágenes en un álbum, agregarle una descripción y un título, mostrarlo en tu perfil y asignarle una configuración de privacidad independiente.



Crear una secuencia de fotos

Usa el formato por secuencia para mostrar hasta diez imágenes o videos, títulos, enlaces o llamadas a la acción en un solo anuncio.

Puedes mostrar productos específicos, proporcionar detalles sobre paquetes o apps, o contar una historia por medio de tarjetas sucesivas de la secuencia.

Las personas pueden explorar las tarjetas de la secuencia deslizando el dedo en los celulares o las tabletas, o haciendo clic en las flechas en la pantalla de la computadora.



Crear una presentación

La presentación te permite combinar varias imágenes, texto y sonido para mejorar la interacción y contar una historia visual en Facebook. Las presentaciones se reproducen automáticamente en smartphones, tabletas y ordenadores —tanto en Facebook como en Instagram— del mismo modo que un video.

La presentación es fácil de usar y ofrece una experiencia envolvente a los clientes. También puedes usar imágenes para transmitir procesos complejos sin usar mucho texto.

Usa las presentaciones para crear narrativas eficaces.







Crear una experiencia instantánea

La experiencia instantánea es una experiencia en

pantalla completa posterior al clic con la que

puedes dar vida a tu marca o tus productos y

servicios en el móvil. En estas experiencias, las

personas pueden ver videos y fotos atractivos,

deslizar el dedo para desplazarse por distintas

secuencias, completar un formulario, ver

rápidamente tus productos y explorar imágenes de

estilo de vida con productos etiquetados.

Notas e hitos

Comparte noticias al estilo de entradas de blog y eventos históricos de tu negocio mediante notas e hitos.

Notas

Las notas son como entradas de blog que las personas pueden leer dentro de Facebook sin abandonar tu página.

Cuando creas una nota, puedes agregarle una foto de portada que refleje de qué se trata, agregarle texto a las fotos y cambiar su tamaño, y dar formato a tu texto con encabezados, comillas o viñetas.



Jasper's Boutique's 1-Year Anniversary



We can't believe it has been a whole year since we first opened the doors to our little shop on the corner of Villa Street. Our entire team has enjoyed every minute of the last 365 days, and

Notas e hitos

Hitos

Tu página también es un gran lugar para celebrar los hitos de tu negocio, como una inauguración o un aniversario. Puedes elegir un título y una ubicación, así como agregar una historia y una foto. El único campo obligatorio es la fecha del hito.

Tu hito aparecerá en tu biografía y en la sección de noticias de las personas, tal como cualquier otra actualización de la página.



Cambiar la hora de las publicaciones

Puedes elegir publicar un estado al instante en tu biografía para que empiece a aparecer en la sección de noticias de las personas, o bien puedes elegir alguna de estas opciones: **Programar**, **Asignar fecha anterior** o **Guardar borrador**.



Programar, asignar fecha anterior o guardar borrador

Programar

¿Por qué querrías programar una publicación para una fecha posterior?

Supongamos que Jasper's Market celebrará su primer aniversario en dos semanas y realizará un evento especial en el que ofrecerá descuentos por hora. Dado que aún faltan dos semanas, no quiere anunciarlo hasta una semana antes del evento. Con la función "Programar", puedes definir una fecha y una hora determinadas para su publicación.

Y, dado que es un evento puntual, la tienda no quiere que las personas sigan viendo el estado en su sección de noticias una vez que pase el evento. La función "Calendario de distribución" te permite definir una fecha y hora en el futuro para que tu publicación deje de aparecer en la sección de noticias de las personas.



Programar, asignar fecha anterior o guardar borrador

Asignar una fecha anterior

Como las publicaciones de la página aparecen en tu biografía en orden cronológico, puedes ajustar dónde quieres que aparezca tu estado asignando una fecha anterior a la publicación.

Backdate Post	×			
Backdate your post so it appears in the past on your Page Timeline. Backdated posts publish immediately. Year: Month: Day:				
Hide from News Feed				
Cancel Backda	te			

Programar, asignar fecha anterior o guardar borrador

Guardar borrador

La función **Guardar borrador** te permite guardar tu publicación para terminar de crearla en una fecha posterior.

Cuando esté todo listo para publicar:

- Haz clic en la pestaña
 Herramientas de publicación.
- Selecciona **Borradores** en el menú de la izquierda.
- Selecciona el borrador de la publicación y edítalo, publícalo, prográmalo, asígnale una fecha anterior o elimínalo.



Otros tipos de publicaciones



Además de las publicaciones de estado, hay otros tipos de actualizaciones que puedes mostrar en tu página.

Facebook Live

Los videos son cada vez más populares, por lo que no nos sorprende que muchos negocios usen Facebook Live.

Gracias a su feed de streaming en vivo, Facebook Live te permite usar el video para interactuar directamente con las personas. Es como estar con las personas en el mismo lugar, conversando con ellas.

Se trata de un medio estupendo para captar más la atención de los clientes. ¿Por qué? Los videos de Facebook Live **son eventos que resultan mucho más interesantes en el momento**.

Una vez que subiste las imágenes y los videos, hay muchas maneras diferentes de usarlos. A continuación, veremos algunos de los aspectos básicos.


Eventos

Los eventos te permiten seleccionar a quiénes quieres que se envíe un aviso de tu evento. Cuando las personas acepten el evento, este aparecerá automáticamente en su calendario personal de Facebook. Luego, si haces cambios, se les avisará al respecto. También recibirán recordatorios sobre el evento.

Además, para saber cuántas personas asistirán y hacer los planes pertinentes, puedes ver quiénes aceptaron tu invitación.



Jasper's Market added an event. August 31 at 4:02am · ⊘

Come and buy some vegetables



...

Empleos

Los empleos en Facebook te ayudan a encontrar una amplia variedad de talentos. Las ofertas de empleo aparecen en varios lugares de Facebook, y puedes mostrarlas como publicidad para llegar a más personas. Las personas que buscan trabajo pueden enviar su solicitud directamente en Facebook y decidir cuánta información comparten con los negocios. Cuando las personas envíen su solicitud,

los administradores de las páginas la recibirán a través de Messenger.



Jasper's Market posted a job.



Oferta

Cuando 50 personas hayan indicado que les gusta tu página, podrás crear una oferta. Este tipo de publicación te permite crear promociones que pueden ayudarte a atraer clientes, incrementar las ventas, aumentar el tráfico en el sitio web e impulsar la interacción con la página.



Jasper's Market May 17 at 11:17am · @

Salad days are here! Receive a free head of lettuce with select tomato purchases.







Cuando compartes una historia desde tu página, tus clientes pueden interactuar con tu negocio en el día a día. Las historias son fotos y videos que se comparten desde tu página de Facebook y que se pueden ver o compartir de manera temporal solo por 24 horas.



Stories

Con las historias, las personas y los negocios pueden expresarse de un modo creativo, vivir momentos fuera de su cotidianeidad y sentirse parte de una comunidad más grande.







Crear y publicar Anuncios en Facebook

Introducción al administrador de anuncios

Organizaciones de todos los tamaños y todos los sectores pueden desarrollar y entregar anuncios eficaces y rentables en Facebook, Instagram, Messenger y Audience Network a partir de una sola interfaz unificada: el administrador de anuncios.

> Todo lo que necesitas saber está aquí: https://www.facebook.com/business/ads

Antes de empezar

Antes de empezar a mostrar anuncios en Facebook, debes establecer algunos parámetros. En primer lugar, debes <u>crear una página de Facebook</u> y una <u>cuenta publicitaria</u>.

Luego, determinarás qué roles de página se les deben asignar a ti y a los miembros de tu equipo: administrador, anunciante o analista.



Los **administradores** de la página pueden administrar todos los aspectos de los anuncios de Facebook.



Si el trabajo principal de una persona es crear y editar anuncios, se le debe asignar el rol de **anunciante**.



El rol de **analista** es para las personas cuyo trabajo principal es medir el rendimiento de los anuncios.

Tareas	Roles
Ver anuncios	ان. 🕸 ۸
Crear y editar anuncios	۹ 🕸
Editar método de pago	٩
Administrar permisos y roles de la página	٩
Acceder a informes	ان. ھ ۷

Los roles adicionales de página, moderador, editor y colaborador de transmisiones están diseñados para las personas que trabajan estrictamente en tu página y no en el administrador de anuncios. En general, lo mejor es conceder a las personas el nivel de acceso más bajo en el que pueden hacer su trabajo y revisar los roles de la página con frecuencia. Para obtener más información, consulta el artículo del servicio de ayuda sobre <u>roles de página</u>.

El administrador de la página debe <u>establecer un método de pago</u> para la página antes de poner anuncios en circulación. En la sección final de este curso, hablaremos sobre en qué lugar y de qué manera los administradores pueden establecer métodos de pago y configurar permisos.



Para empezar, ve a <u>http://facebook.com/ads/manager</u> y accede al administrador de anuncios. Empieza en el nivel de la campaña y selecciona **+ Crear**.

f 📃 Ads Manager		Search			۹.	- 🛛 🛎 ¢	3 He	olp 🕜
Use the previou	us version of Ads Manager			Disc	ard Drafts 🛛 🕀	Review and Publish	٥	\odot
Q Search * Y Filters * + Add filters to narrow the data you are seeing. This month: Jan 1, 2018 – Jan 16, 2018 *						018 🔻	atl	
E Account Overview 🔁 Cam	paigns	Ad Sets			🗔 Ads			1
+ Create Duplicate 👻 🖉 Edit 💌 🔿	👕 🐼 🐌 Create Rule			Columns: Per	ormance = Bi	reakdown * Exp	port	0
Campaign Name	Delivery	Results	Reach	Impressions	Cost per Result	Budget	An	'n
And the of a treatments running.	Completed	17 Post Engageme	1,196	1,300	\$1.16 Per Post Engag	Using ad set bu		1
	Completed	Post Engageme	-	-		Using ad set bu		
Contraction in the stage bases	Completed		-		Per Page Like	Using ad set bu		

Empecemos

La primera vez que uses el administrador de anuncios, podrás usar el proceso de creación guiada para crear campañas completas, o bien usar el proceso de creación rápida, que te da la libertad de configurar la campaña, el conjunto de anuncios y los elementos publicitarios en cualquier orden. Podrás cambiar entre un proceso y otro en cualquier momento. Además, independientemente del proceso de creación que elijas, podrás editar, importar, exportar y duplicar anuncios. Al hacer clic en el botón + Crear para iniciar una nueva campaña, la opción predeterminada será la última que usaste, pero puedes cambiar entre un proceso y el otro.



Creación de campañas completas

Los negocios pequeños y medianos,

así como las organizaciones sin fines

de lucro, usan este sencillo proceso

para crear una campaña publicitaria

completa a la vez, de principio a fin.

Awareness	Consid	leration	Conversion
A Brand awareness	📀 Tra	affic	Conversions
🔆 Reach	En:	gagement	Catalog sales
	Ap	p installs	Store visits
	Vic	deo views	
	T Lea	ad generation	
	Re Me	essages	
		Traffic	
Send more per	app or N	nation on or off Facebook : lessenger conversation.	such as a website,
Campaig	n Name	Spring promotion	
Crea	te Split Test 🔇	Use this ad campaign placement, audience optimization	n to test creative, , and delivery
		Continue	

Para crear una campaña nueva, selecciona el objetivo publicitario y asigna a la campaña un nombre significativo.

¡Eso es todo! La campaña ya está creada, pero todavía queda mucho por hacer.

Crea una prueba A/B opcional

Esta opción, que se configura en el nivel de la campaña, te permite probar los conjuntos de anuncios comparándolos entre sí para saber qué estrategias te ofrecen los mejores resultados. Obtén más información sobre las pruebas A/B en el <u>servicio de ayuda</u>.



Especificar la entrega en el nivel del conjunto de anuncios

En el nivel del conjunto de anuncios, asigna al conjunto un nombre significativo y elige una página para poner anuncios en circulación en su nombre.

d Set Name () Fashion-co	onscious gamers - Eastern Europe	Switch to Quick Creation
age	i want to promote	Audience Size
Facebook Page 🔘	Jasper's Boutique +	Specific Broad Your audience selection is fairly broad.

Público

Aquí es también donde determinas el **público**, seleccionas las **ubicaciones** del anuncio y defines el **presupuesto** y el **calendario de entrega**.

Especifica un **público** al cual mostrar principalmente el anuncio.

Puedes incluir o excluir personas del público en función de *datos demográficos*, *lugares*, *intereses* y *comportamientos*. Por ejemplo, muestra los anuncios a cualquier persona que vive en un radio de 32 km de una ciudad importante, pero excluye a aquellas que viven en la ciudad.

Hay tres tipos de públicos: principales, personalizados y similares. Consulta estos cursos de Blueprint para obtener detalles sobre cada uno:

- Segmentación: públicos principales
- Segmentación: públicos personalizados
- Segmentación: públicos similares

Create New Use a	a Saved Audience 🔻	
Custom Audiences 🚯	Add Custom Audiences or Lookalike Audiences	
	Exclude Create New -	
Locations ()	Everyone in this location 👻	
	United States	
	United States Include Type to add more locations	Brow
	Add Bulk Locations	
Age 🚯	18 - 65+ -	
Gender 🕜	All Men Women	
Languages 🚯	Enter a language	
Languages () Detailed Targeting ()	Enter a language	
Languages 🕢 Detailed Targeting 🕢	Enter a language INCLUDE people who match at least ONE of the following Add demographics, interests or behaviors Suggestions	Brows
Languages 🕥	Enter a language INCLUDE people who match at least ONE of the following Add demographics, interests or behaviors Suggestions Exclude People	Brow
Languages () Detailed Targeting () Connections ()	Enter a language INCLUDE people who match at least ONE of the following Add demographics, interests or behaviors Suggestions Exclude People Facebook Pages ×	Brow
Languages () Detailed Targeting () Connections ()	Enter a language INCLUDE people who match at least ONE of the following Add demographics, Interests or behaviors Suggestions Exclude People Facebook Pages × Exclude people who like your Page	Brow
Languages () Detailed Targeting () Connections ()	Enter a language INCLUDE people who match at least ONE of the following Add demographics, Interests or behaviors Suggestions Exclude People Facebook Pages X Exclude people who like your Page Add a Page	Brows

Ubicaciones

Cuando activas las ubicaciones automáticas, estás indicando a Facebook que seleccione los públicos más relevantes al mejor precio, con lo que estarías usando el presupuesto de la manera más eficaz.

Selecciona "Editar ubicaciones" para elegir de forma manual dónde se mostrarán tus anuncios. Si lo haces, puedes probar varias ubicaciones y distintos conjuntos de anuncios para saber cuáles son los más eficaces.

Placements

Show your ads to the right people in the right places.

Automatic Placements (Recommended)

Your ads will automatically be shown to your audience in the places they're likely to perform best. For this objective, placements may include Facebook, Instagram, Audience Network and Messenger. Learn more.

Edit Placements

Removing placements may reduce the number of people you reach and may make it less likely that you'll meet your goals. Learn more.

Presupuesto y calendario

Establece un presupuesto diario o del conjunto de anuncios, así como las fechas de inicio y finalización de los anuncios que conforman el conjunto.

El indicador del **tamaño del público** te indica cuántas impresiones del anuncio estimadas alcanzarás con tu presupuesto.

Los **resultados diarios estimados** te indican la cantidad de personas de tu público a las que estimamos que llegarás, del total de personas de tu público que tienen actividad en las plataformas seleccionadas cada día. Esto se relaciona con factores como puja y presupuesto.

fine how much you'd like to spend	l, and when you'd lil	ke your ads to appear.	Audience Size	Your audience election is fairly
Budget 🔞	Daily Budget +	\$25.00	Specific Broad	proad.
		\$25.00 USD		
	Actual amount spe	nt daily may vary. 🔞	Potential Reach: 200,000,	000 people 🚯
Schedule 🚺	Run my ad set	continuously starting today		
	Set a start and	end date	Estimated Daily Result Reach	ts
	You'll spend no mo	ore than \$175.00 per week.	2,600 - 12,000	0
Optimization for Ad Delivery	Page Likes - We'll people to help you	deliver your ads to the right get more Page likes at the	Page Likes 130 - 780	0
Bid Strategy 🕼	Lowest cost - Get budget 🕥	the most Page likes for your	The accuracy of estimates factors like past campaign budget you entered and m Numbers are provided to g	is based on data, the arket data. jive you an idea idget but are
When You Get Charged 📵	Impression		only estimates and don't g results.	uarantee
	More Options		Were these estimates help	oful?
Ad Scheduling 🚯	Run ads all the	e time		
	O Run ads on a s	chedule		
Delivery Type 🚯	Standard - Get res selected schedule More Options	sults throughout your		

Formato del anuncio

En el nivel del conjunto de anuncios, asigna un nombre al anuncio, conéctalo con una página o cuenta de Instagram que administres y selecciona su formato.

Los formatos disponibles varían según el objetivo publicitario que elegiste.

entity				
Facebook Page				
Your business is represent	ed in ads by its Facebook Page o	r an Instagram account.		
Jasper s Market +	т			
Instagram Account 🔞		N 1		
The Instagram account bel	ow is connected to the selected i	-acebook Page. Manage connect	tions in Page settings.	
🚺 jaspersmarket 💌				
ormat loose how you'd like your a	d to look.			
0			0	NEW
Image: A state of the state	0	0	0	
	0			
Carousel	Single Image	Single Video	Slideshow	Collection
Carousel Create an ad with 2 or	Single Image Create up to 6 ads with	Single Video Create an ad with one	Slideshow Create a looping video ad	NEW
Carousel Create an ad with 2 or more scrollable images or videos	Create up to 6 ads with one image each at no extra charge	Single Video Create an ad with one video	Slideshow Create a looping video ad with up to 10 images	Collection Feature a collection of items that open into a fullscreen mobile

Links more.

Contenido del anuncio

A continuación, determina el texto del anuncio, sube los activos visuales y proporciona un título, un pie de foto y la URL de destino.

inks hoose the images and links that appear in your ads. Learn	Ad Preview 1 of 1 Ad <>
lore.	Mobile News Feed 1 of 12
Images/Videos and Links	
 Manually choose images, videos and links 	No. of Concession, Name
 Fill template dynamically from a product set () 	Jasper's Market Sponsored · ⊘
Text	It's berry season!
It's berry season!	
Destination ()	
Website URL	
 Driving Traffic to Messenger? Use the Messenger destination. Your audience and budget settings will be saved. Change Destination 	
Cards	Mixed berries Baspheri
Cards Automatically show the best performing cards first	Mixed berries Learn More Raspberr
Cards Cards Image: Automatically show the best performing cards first image. Image: Add a card at the end with your Page profile picture	Mixed berries Learn More Raspberr
Cards Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business locations	Mixed berries Learn More Raspberr
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business locations 1 2 3 +	Mixed berries Learn More Raspberr
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business locations 1 2 3 + Remove e Image Video / Sildeshow	Mixed berries Learn More Raspberr Image: Like Image: Comment Image: Share Report a problem with this preview
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business locations I 2 3 + Remove emage Video / Sildeshow Emage	Mixed berries Learn More Raspberr
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business locations 1 2 3 + Remove e Image Video / Sildeshow Image Change Image Crop Image	Mixed berries Learn More Raspber
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business locations I 2 3 + Remove Image Video / Sildeshow Image Change Image Crop Image berries1.png - 1200 × 628	Mixed berries Learn More Raspber
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business Lateral and a map card showing your	Mixed berries Learn More Image: Comment Image: Share Report a problem with this preview
Cards Automatically show the best performing cards first Add a card at the end with your Page profile picture Add a map card showing your nearest business Lactions L	Mixed berries Learn More Image: Comment Image: Share Report a problem with this preview

Llamada a la acción

Incluye un botón de llamada a la acción. Las acciones disponibles varían según el objetivo publicitario que elegiste.

.earn More 💌	
Book Now Download	d-party brand or product then you must
 Learn More 	's Page. See branded content policy 🛃
Shop Now Sign Up Watch More	artner for this post?
Apply Now	il) 🕲
Contact Us	value2

Opciones avanzadas

Si el anuncio incluye contenido de marca de terceros, haz clic en "Opciones avanzadas" para etiquetar la página de Facebook que posee los derechos de ese contenido.

Esta opción también permite que los anunciantes experimentados conecten eventos de conversión en internet y fuera de él con el anuncio.

Hide Advanced Options -

URL Parameters (optional)

Ex: key1=value1&key2=value2

Branded Content 0

If this post features a third-party brand or product then you must tag your business partner's Page. See branded content policy 🕣

Who is your business partner for this post?

Pixel Tracking 0

- Track all conversions from my Facebook pixel
- Do not track conversions

Offline Tracking 0



You don't have any offline event sets. Go to Business Manager to create one and use it to track all offline conversions.

Vista previa

Por último, obtén una vista previa del anuncio para saber cómo se verá en diversos dispositivos y plataformas.

Preview	0	1 of 1 Ad 🔍 🤰
Desktop Ne	ws Feed 🔻	1 of 12
•	Desktop News Feed	
	Mobile News Feed	
	Feature Phone	
	Instant Articles	
	Desktop Right Column	
	Facebook Suggested Vid	eo
www.jasj	persboutique.com	.earn More
🖒 Like	💭 Comment 🔗 S	Share

Guardar como borrador

Si estás en el proceso de creación de anuncios y haces clic en el botón **Cerrar** en la parte inferior izquierda, te aparecerán dos opciones: **Cerrar y guardar como borrador** y **Cerrar sin guardar**.



Guardar como borrador

La opción **Cerrar y guardar como borrador** te permite guardar lo que hiciste y regresar más tarde para completar el trabajo. Si haces clic en **Cerrar sin guardar**, perderás el trabajo que hiciste.





Asegúrate de que el texto, los activos visuales y la URL de destino cumplan

con todas las Políticas de publicidad de Facebook. Cuando todo esté como

quieras, guarda tu trabajo y publica el anuncio. Si haces clic en el botón

Publicar en el administrador de anuncios, aceptas que se te cobre por la

entrega de anuncios.

Bloquear palabras en publicaciones

Bloqueo de palabras clave

Para reducir el contenido inapropiado, puedes añadir palabras clave que no quieras que aparezcan en la página. Si se usa uno de esos términos en una publicación o un comentario, se marcará automáticamente como spam. Un administrador de la página puede aprobar o eliminar el contenido. El límite es de 10 000 caracteres.

Personas v otras páginas	Otras personas que etiquetan la página	Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página.	Editar
 Audiencia preferida de la página 	Ubicación de página para efectos	Otras personas pueden usar la ubicación de tu página para efectos y marcos de fotos y vídeos.	Editar
 Autorizaciones 	Restricciones de país	La página es visible para todos.	Editar
🍲 Contenido de marca	Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Instagram	Moderación de la página	Bloquear publicaciones o comentarios que contengan las siguientes palabras [?]	
★ Destacado		Añade palabras o frases para bloquearlas	ir
Usar en varias publicaciones		Subir desde archivo .CSV	
Buzón de ayuda de la página		Guardar cambios Cancelar Eliminar toda	s

Bloquear groserías en publicaciones

Filtro de groserías

Puedes optar por bloquear las groserías en tu página, así como el nivel de bloqueo. Facebook determina lo que se debe bloquear usando las palabras que más se han denunciado y las frases que la comunidad ha marcado como ofensivas.

Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Moderación de la página	No se bloquea ninguna palabra de la página.	Editar
Filtro de groserías	Moderado [?] Desactivado	
	Moderado Cancelar	
Sugerencias de páginas parecidas	Elevado	Editar
Actualizaciones de la página	Se realizarán publicaciones automáticamente al actualizar la información de la página, alcanzar hitos, recibir opiniones y más.	Editar
Publicar en varios idiomas	La función para escribir publicaciones en varios idiomas está desactivada	Editar
	Restricciones de edad Moderación de la página Filtro de groserías Sugerencias de páginas parecidas Actualizaciones de la página Publicar en varios idiomas	Restricciones de edadLa página se muestra a todos.Moderación de la páginaNo se bloquea ninguna palabra de la página.Filtro de groseríasModerado[7] DesactivadoSugerencias de páginas parecidasElevadoe se recomiende tu página a otras personasActualizaciones de la página información de la página, alcanzar hitos, recibir opiniones y más.Se realizarán publicaciones automáticamente al actualizar la

Restringir Publicaciones de visitantes

Revisión de publicaciones

Las publicaciones de otras personas estarán disponibles para revisarlas en el <u>registro de actividad</u>. Es posible que las publicaciones no aprobadas sigan apareciendo en la búsqueda, en la sección de noticias y en otras ubicaciones de Facebook.

🔅 General	Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
💭 Mensajes	Verificación de la página	La página está verificada	Editar
Información de la página 1	Publicaciones de visitantes Permitir que las personas que visiten la página publicaciones con fotos y videos		lla
Plantillas y pestañas	Per Per put Desa	Revisar las publicaciones de otras personas antes de que se	
Atribución de publicación		publiquen en la página 🕜 O Desactivar las publicaciones de otras personas en la página	na
Notificaciones		Guardar cambios Cancelar	
Plataforma de Messenger			

Verificar la Página

🔅 General	Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
I Mensajes	Verificación de la página	Las páginas verificadas aparecen más arriba en los resultados de búsqueda.	
Información de la página 2		Verificar esta página.	
Plantillas y pestañas	Publicaciones de visitantes	Cualquiera puede publicar en la página. Cualquiera puede añadir fotos y vídeos en la página.	Editar
Atribución de publicación	Audiencia de la sección de	La opción para reducir la audiencia potencial para la sección de	Editar
Notificaciones	publicaciones	nouclas y infinitar la visibilidad de las públicaciones esta desactivada	

Verificar la Página por teléfono

General	Introduce tu número de teléfono	Edita
Mensajes	Introduce un número de teléfono público de tu empresa u organización. Te llamaremos con un código de verificación para confirmar que estás en la empresa	
Información de la página 🙎	u organización que representa esta página. Tu privacidad es importante para nosotros. Tu número de teléfono solo se usará para	
Plantillas y pestañas	Número de teléfono de la +34	Edit
Atribución de publicación	empresa bin de cativada	Edita
lotificaciones	País España (+34)	
lataforma de Messenger	I Idioma de la llamada Español 👻	Edit
les de página	Si continúas, aceptas recibir una llamada automática de Facebook al número que aparece a de más arriba, así como los cobros que aplique tu compañía telefónica por esta llamada.	Edita
sonas y otras páginas	Verifierr este périne con desumentes	Edit
encia preferida de la página	Cancelar Liamarme anora	
	Otras personas que Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página.	Ed

Verificar la Página con documentos

Ganaral	Enviar documentación	Edi
Mensajes	Sube una foto de un documento oficial que muestre claramente el nombre y la dirección de tu empresa u organización. Esto nos ayudará a confirmar que eres un representante autorizado de Ubikua .	20
Información de la página 2	Puedes usar:	
Plantillas y pestañas	 Factura telefónica o de servicios Licencia empresarial Documento fiscal de la empresa 	Ec
Atribución de publicación	Certificado de formación Estatutos de la sociedad activada	E
Notificaciones	Tu privacidad es importante para nosotros. Solo usaremos este documento para verificar tu negocio y no lo compartiremos ni publicaremos.	
Plataforma de Messenger	Documentación del negocio	Ed
Roles de página	Sube el archivo en alguno de estos formatos: .doc, .docx, .pdf, .jpg, .jpeg, .png	Ed
Personas y otras páginas	den	Ec
udiencia preferida de la página	Verificar esta página con un número de teléfono.	
Autorizaciones	Otras personas que Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página. etiquetan la página	Ed

Conectar Facebook con Instagram

f Ubikua	Q	🦺 Francis Inicio Crear 💄 🤗 🦲	0	
Página Bande Admini Notificaciones 14	Estadísticas Herra.	Más • Configuración	Ayuda	
General	Visibilidad de la página	Página publicada	Editar	
💭 Mensajes	Verificación de la página	La página no está verificada	Editar	
Información de la página 2	Publicaciones de visitantes	Cualquiera puede publicar en la página. Cualquiera puede añadir fotos y vídeos en la página.	Editar	
Plantillas y pestañas	Audiencia de la sección de	La opción para reducir la audiencia potencial para la sección de	Editar	
F Atribución de publicación	publicaciones	nuticias y inititar la visibilidad de las públicaciones esta desactivada.		
Notificaciones	Publicaciones e historias compartidas	La opción de compartir publicaciones en Stories está activada	Editar	
Plataforma de Messenger	Mensajes	Otras personas se pueden poner en contacto con mi página de forma privada.	Editar	
L Roles de página	Autorización para etiquetar	Solo las personas que ayudan a administrar mi página pueden	Editar	
🖈 Personas y otras páginas		etiquetar las fotos que se publican.		
L* Audiencia preferida de la página	Otras personas que etiquetan la página	Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página.	Editar	
 Autorizaciones 	Ubicación de página para efectos	Otras personas pueden usar la ubicación de tu página para efectos y marcos de fotos y vídeos.	Editar	
🍲 Contenido de marca	Restricciones de país	La página es visible para todos.	Editar	
Instagram	Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar	
★ Destacado	Moderación de la página	No se bloquea ninguna palabra de la página.	Editar	

PAG. SIG.

🛱 General

Mensajes

Información de la página 2

Plantillas y pestañas

- Atribución de publicación
- Notificaciones
- Plataforma de Messenger
- 💄 Roles de página
- 💵 Personas y otras páginas
- Audiencia preferida de la página
- Autorizaciones
- 🍲 Contenido de marca

Instagram

🛨 Destacado

Administra Instagram en Facebook

Vincula tu cuenta de Instagram con tu página de Facebook para llegar a más personas de tu comunidad y acceder a funciones adicionales con las que interactuar con la audiencia.

Connect an Instagram account

Al conectar tu página de Facebook a una cuenta de Instagram, la persona que administra dicha página también puede administrar tu cuenta de Instagram. Asimismo, las personas que administran tu cuenta de Instagram pueden administrar la página de Facebook. Iniciar sesión



Responder a comentarios y mensajes directos desde la bandeja de entrada

Los administradores, editores y moderadores de tu página pueden leer y responder a los comentarios de Instagram y mensajes directos tanto en el ordenador como desde la aplicación del administrador de páginas.

Crea anuncios de Instagram desde Facebook

Los anuncios creados en Facebook también se pueden usar en Instagram.



f Ubikua

Q

nicio Crear 👫 🙆



PAG. SIG.

Revisa o corrige la información y listo.

Notificaciones

- Plataforma de Messenger
- 💄 Roles de página
- Jan Grupos
- Personas y otras páginas
- 1 Audiencia preferida de la página
- Autorizaciones
- 🍲 Contenido de marca
- Instagram
- 🖈 Destacado

Usar en varias publicaciones

Información de la cuenta de Instagram

and second free second	Essentia Ortia Osañ
ombre	Francis Ortiz Ocan
ombre de	e usuario fortizcre
itio web	http://www.francisortiz.com
iografía	Consultor de Arte, Diseño, Tecnología y Comunicación Diseñador, Fotógrafo de Google, Excantante, Exacto Extenuado de contar mi vida en la rec
ategoria	Information Technology Compar
nformaci	ón de contacto de la empresa
orreo ele	ctrónico francis@creasolutions.e

Crear anuncios de Instagram en el administrador de anuncios

En el administrador de anuncios puedes crear anuncios de Instagram mediante dos procesos de creación: la <u>creación</u> <u>guiada</u> (en caso de que prefieras obtener orientación) y la <u>creación rápida</u> (en caso de que tengas más experiencia). Los anuncios de Instagram se crean del mismo modo que los anuncios de Facebook. Lo único que tienes que hacer después de crear el anuncio es asegurarte de haber seleccionado "Instagram" en la sección Vista previa del anuncio. No obstante, hay algunos aspectos que debes conocer antes de empezar a crear anuncios de Instagram.

Antes de empezar

Asegúrate de tener una cuenta de Instagram que quieras utilizar para poner anuncios en circulación.

Si tienes una cuenta de Instagram, haz clic en el enlace en el que se indica la acción que quieres realizar:

- <u>Añadir la cuenta de Instagram existente a mi Business Manager</u>
- <u>Añadir la cuenta de Instagram mediante la configuración de la página de Facebook de mi empresa</u>
GRACIAS!!

https://www.facebook.com/ayuntamientodeadeje/

Descarga este Curso Completo



http://www.adeje.es/adejeimpulsa/descargas





Organiza: Ayuntamiento de Adeje. Área de Desarrollo Económico. Adeje Impulsa- IMPYME Adeje y la EMSA dentro del Proyecto de Apoyo e Impulso al Empresariado de Adeje.