

Facebook, crea una comunidad, interactúa y vende

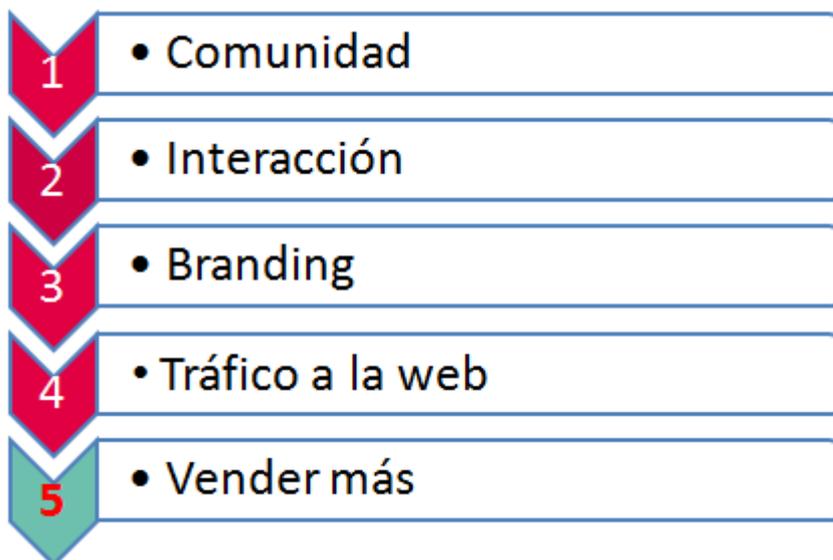
“Tengo un sitio, un lugar, un espacio...donde podrás encontrar a tu cliente, un sitio donde vas a poder hablar con él, un sitio donde vas a decirle lo que quieras y cuando tú quieras y, además, ellos también van a poder hablar de ti y van a contar a sus amigos lo que tú les has dicho. Un sitio donde vas a saber si lo que tú haces les gusta.

Y lo más importante, es que vas a poder visitar ese sitio donde tú quieras, las 24 horas del día y 365 días al año”

Así empezaba mi ponencia el pasado día 18 de junio en #enrédateXátiva, y es que **Facebook**, desde mi punto de vista, **es un gran CRM (Customer Relationship Management)** al que debemos saber cómo sacarle el mayor partido.

En mi ponencia hice una serie de recomendaciones a los allí presentes, a la hora de empezar a trabajar en esta red social y resalté, algo con lo que me suelo encontrar a diario, que **muchas marcas se fijan los objetivos en un orden incorrecto**, situando las **ventas como primer y principal objetivo**.

Un orden que considero correcto, lógico y alcanzable es este, que al final corresponde al título de mi ponencia “Facebook, crea una comunidad, interactúa y vende”



Facebook es una herramienta de comunicación que el **marketing online** pone a nuestra disposición, no es un “juguete o pasatiempo” es algo mucho más serio y debe ser tratado como tal. Facebook es **estratégico** para las marcas, aunque a algunas les cueste verlo.

Esta red social nos aporta cosas maravillosas:

- Una **comunidad** de personas a las que poder comunicar.
- Una capacidad de **segmentación** con la que los “viejos marketers” siempre hemos soñado.
- Capacidad de **interacción** con nuestro público. Podemos conversar, preguntar, observar qué dicen de nosotros, de la competencia, de qué hablan entre ellos...
- **Viralidad**, ahora más que nunca nuestros clientes son los altavoces de nuestra marca.
- **Inmediatez**, ya no tenemos que esperar para comunicar algo, podemos hacerlo en el momento que queramos.
- **Análisis, análisis y análisis**. Ninguna acción de marketing se puede dar por concluida hasta que no medimos sus resultados.

Para empezar a operar estratégicamente en Facebook yo recomiendo seguir esta metodología.

Te subes a esta noria de colores empezando por el amarillo y vas recorriéndola en el sentido de las agujas del reloj. No puedes dar un paso, o cambiar de color, hasta que no has respondido a la pregunta en la que estás.



1. **Análisis:** ¿estoy preparado?
2. **Objetivos:** ¿qué quiero conseguir?
3. **Estrategia:** ¿cómo voy a conseguirlo?
4. **Acciones:** ¿cuál es el camino que me lleva a la consecución?
5. **Medición y control:** ¿lo estoy haciendo bien?

Si sigues escrupulosamente estos pasos verás que el camino se va alisando y que lo que parecía muy difícil poco a poco se va simplificando.

Si cuando piensas en Facebook piensas en estrategia, estás haciendo las cosas correctamente, vas en el buen camino. Felicidades.