

**E-BOOK**

**“POR QUÉ EL NÚMERO DE  
SEGUIDORES EN REDES SOCIALES  
NO ES RELEVANTE Y PUEDE  
INCLUSO AFECTAR TU MARCA”**

por  
Paloma Relloso

**4. Introducción**

**7. Cómo funciona facebook con las marcas y amigos**

**11. Objetivos y campañas en facebook**

**13. Comentarios finales**

**ÍNDICE**

# INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

## POR QUÉ EL NÚMERO DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES NO ES RELEVANTE Y PUEDE INCLUSO AFECTAR A TU MARCA

*“Los likes generados por campañas pagadas no sirven y bajarán tu alcance orgánico en poco tiempo si no estás conectando con tu público.*

*Si estás empezando a crear tu estrategia de marketing digital este ebook es ideal para que generes una comunidad que realmente conecte contigo*

*Si tienes muchos seguidores y tus publicaciones no tienen interacción ni conversiones este libro también es para ti”*

Te platico un poco más de mi:

Soy Paloma Relloso, directora general de PAREMarketing, empresa dedicada a Consultoría y Marketing Digital Integral; desde el 2007 nos dedicamos a crear estrategias de marketing, campañas de publicidad, construcción de marca y diseño, y 6 años especializados en marketing digital para Pymes y personas.

Hemos trabajado para más de 100 empresas, en Acapulco, Cancún, CDMX, Puebla, Querétaro, Houston y Malasia.

He dado clases en universidad, cursos a empresas, diplomados y maestrías, he impartido conferencias en universidades, coaching a empresas y con la agencia hemos gestionado más de 100 proyectos con éxito.

# INTRODUCCIÓN

A lo largo de más de 15 años de carrera profesional en marketing, me he topado con la creencia recurrente de que los likes en redes sociales ya sea en publicaciones o seguidores de tu página, significa que tienes comunidad y que todos te quieren comprar o que están conectados con tu marca, no es así.

Seguramente como usuario mortal le has dado like a páginas y nunca ves las publicaciones de esa página ¿Por qué?



# CÓMO FUNCIONA FACEBOOK CON LAS MARCAS Y AMIGOS

## CÓMO FUNCIONA FACEBOOK CON LAS MARCAS Y AMIGOS

Todo lo que presento aquí en su mayoría también aplica para Instagram con algunas variaciones de algoritmo y comportamiento del público

Facebook para las páginas personales busca dos cosas:

**1. Mostrarte lo que te interesa-** esto se mide por tu interacción con esas personas, es decir: que visites su perfil, compartas o comentes y en mucho menor grado a cuando le das likes a sus publicaciones, por ello siempre verás publicaciones de la gente con la que más hablas, opinas o compartes, puedes tener 500 amigos pero sólo verás a 26 (así funciona)

**2. Facebook busca conectar a personas, en marcas funciona diferente-** sólo te muestra publicaciones de páginas con las que interactúes al menos durante 30 días, y que además comentes o visites (páginas comerciales) y sólo te lo mostrará el 5% de las veces que te conectes de lo contrario no aparecerán.

*“Si no tienes claro tu objetivo de cada campaña sólo conseguirás likes que no son tu público y pensarás que no sirve”*

Seguramente te ha pasado lo siguiente:

**“Tengo muchos seguidores pero no interactúan con mis publicaciones o el alcance es poco”**

La buena noticia es que poco tiene que ver contigo y tu contenido, si es que te has enfocado en contar los likes, la mala noticia es que tus seguidores no están conectando contigo, todo esto es por que Facebook tiene un algoritmo muy pobre hablando de manera orgánica (sin pagar) por dos razones:

**1. Mucha oferta de empresas y anuncios-** Facebook lo que busca es mostrarte lo que más te interesa y lo mide con tu interacción.

**2. Facebook busca que la publicidad no sea tan invasiva** y por lo tanto limita tu exposición a ella.

## CÓMO FUNCIONA FACEBOOK CON LAS MARCAS Y AMIGOS

Esto es una mala noticia porque entonces si te das cuenta puedes ser un seguidor de una página de alguna empresa que está feliz porque eres parte de su número de seguidores, desgraciadamente nunca ves las publicaciones, ni estás enterado de lo que hace, es más, seguro ni recordarás a la empresa ni que le diste like a su página y así funciona con tu empresa y los seguidores que no te ven.

La buena noticia es que si tienes un buen contenido donde tu público interactúa con tu marca (no le da like a tus publicaciones sino comenta y comparte) tu ranking orgánico sube mucho porque Facebook nota que eres relevante al grado que tu inversión podría ser mínima y tus publicaciones pueden ser vistas por la mayoría de tu seguidores.

También es la razón por la que las marcas debemos pagar anuncios, y que de hecho estén bien segmentados, esto no significa impulsar publicaciones por default en el botón azul con una segmentación general sólo hará que tires tu dinero a la basura, sino crear anuncios con objetivos medibles para que tu dinero tenga un retorno en prospectos o ventas.

**Cuando logres generar comunidad tendrás que invertir muy poco.**

*“Si tu contenido es relevante y tienes seguidores reales tu página se mueve sola, porque tienes una comunidad realmente interesada. Muchos verán tus publicaciones y tendrán una gran conexión con tu marca, lo cual dará resultados en ventas reales y te costará menos dinero*

*Más vale tener menos seguidores que crean en tu marca que muchos que al no conectar con tu contenido te harán perder interacción y bajará tu ranking orgánico, esto porque facebook pensará que tu empresa no es relevante para tu público”*

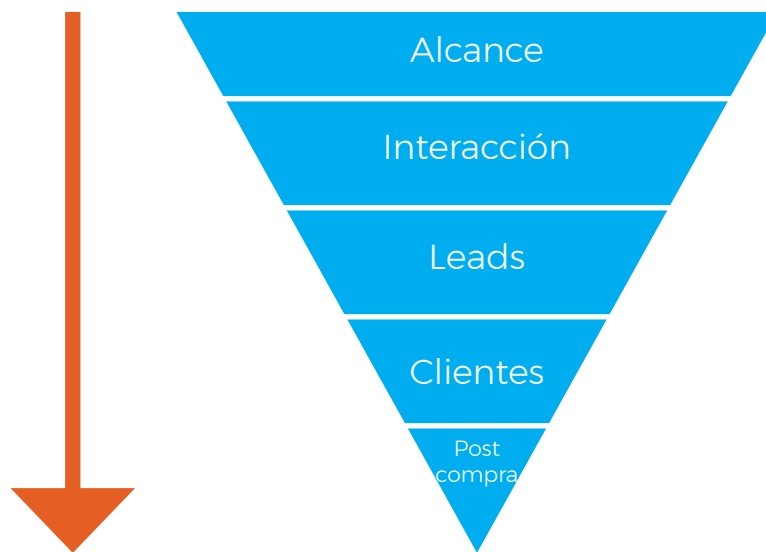
Me gustaría explicar la diferencia entre todos los performance (cuando pagamos por resultados conseguidos) que usamos en marketing digital para medir resultados, no lo digo yo son datos duros; me encanta el marketing digital porque todo se puede medir y si medimos tomamos decisiones mucho más enfocadas, pero ojo: hay que medir con estrategia y los likes no lo son siempre.



## CÓMO FUNCIONA FACEBOOK CON LAS MARCAS Y AMIGOS

Normalmente los performance bien trabajados se hacen mediante embudos, cuando iniciamos una campaña o lanzamos un proyecto nuevo lo veo así

EMBUDO PARA GENERAR COMUNIDAD CON CONVERSIÓN ( Resultado de mi estrategia)



Estrategia me refiero a tener objetivos, sino tienes claro a donde quieres llegar en cada campaña sólo conseguirás likes que no son tu público y pensarás que no sirve.

Cuando tomamos decisiones basados en datos duros tienes mucho más probabilidad de éxito porque la curva de aprendizaje es mucho más corta, créeme ya lo he comprobado.

Mi intención con este pequeño e-book es que comprendas lo que consigues con todos tus esfuerzos en marketing digital.

Muchas de las páginas que sigues tienen muchos seguidores pero esto no necesariamente es una comunidad son likes generados por campañas pagadas y de verdad no sirve de mucho para lo que realmente te interesa: ventas o seguidores que realmente crean en tu empresa.

# OBJETIVOS Y CAMPAÑAS EN FACEBOOK

# OBJETIVOS Y CAMPAÑAS EN FACEBOOK

El algoritmo de Facebook es tan inteligente pero tan simple como esto:

**Si yo mando una campaña para generar seguidores** y le digo a Facebook: Genérame likes o seguidores a mi página me va a enviar todos mis anuncios o publicaciones a gente que usualmente le da like a todo.

**Si mi objetivo es que interactúen o compartan-** Manda tu campaña a personas que normalmente interactúan con las marcas y mandan mensajes para dudas.

**Si mi objetivo es conversiones-** Ahí es donde entra tu página web o tienda en línea, donde Facebook, manda tu publicidad a gente que usualmente ingresa a páginas web y probablemente compre.

No es difícil comprenderlo, te comparto algunos tips:

- 1. Genera campañas de alcance** cuando necesites mandar mensajes a mucha gente ( bien segmentada) cuando quieras tener un objetivo de posicionamiento, es decir de reconocimiento de un producto o servicio, si tu anuncio es de video puedes generar campañas de reproducción de video.
- 2. Genera campañas de interacción** para empezar a generar un contacto y un enamoramiento con tu público, que conozcan y que tengan una conexión contigo.
- 3. Genera campañas de clientes potenciales** (leads) mediante formularios de Facebook, puede ser también mediante Messenger o una herramienta maravillosa Whatsapp Business (vale la pena otro libro de ello)
- 4. Genera campañas de ventas** si tienes una tienda en línea a tu sitio web, aplicaciones o catálogos en línea.
- 5. Genera campañas de remarketing** para clientes que ya interactuaron con tus publicaciones, ingresaron a tu tienda y vieron tus productos pero no se animaron a comprar.
- 6. Genera estrategias para clientes fieles que ya están contigo**, es muy común que olvidemos a este público tan importante.

# OBJETIVOS Y CAMPAÑAS EN FACEBOOK

Una vez teniendo resuelto el tema de tus campañas y si tienes un contenido con estrategia y que conecte, seguramente generarán muchos seguidores reales que puedan ser tus clientes fieles.

Recuerda generar contenido que no sólo hable de ti, si te fijas normalmente cuando estamos con una persona que habla de si misma, solemos alejarnos o nos parece ensimismado y con poca preocupación por los demás, con las marcas funciona muy similar, nos aburre si sólo nos intentan vender sus productos.

Nos gusta estar con personas que nos aporten algo positivo, que compartan algunos gustos o temas aunque piensen diferente, que tengan temas de conversación amplios, así funciona también con las marcas.

Comparte contenido que genere valor, incluso regala información valiosa, recuerda que en mi ebook pasado **Cómo no dejar morir e impulsar tu empresa durante y después del COVID-19** (<https://paremarketing.com.mx/ebook/>) hablo mucho del tema de contenidos.

# COMENTARIOS FINALES

Espero que este pequeño ebook te aporte una visión más clara sobre la importancia de una buena estrategia, donde tengas lineamientos y ejes de comunicación que hagan que tus seguidores realmente estén conectados contigo y generes comunidades reales, para que logres ventas.

No midas tus resultados en cantidad de seguidores y likes, mide con base en engagement ( interacción / alcance ) con datos duros cuanta gente realmente se conecta contigo, mide con leads, con ventas.

Se puede medir de muchas maneras pero que realmente sean datos que puedas tangibilizar y que tu marca vea un retorno de inversión. Recuerda que puedes contactarme para asesorías personalizadas, puedo ayudarte con tu empresa:


<https://paremarketing.com.mx/consultorias/>



**Cursos y consultorías**

 [paloma@paremarketing.com.mx](mailto:paloma@paremarketing.com.mx)

 [paremarketing.com.mx](http://paremarketing.com.mx)

 (744) 688 6445