**TALLER DE FACEBOOK**

**PARTE TEÓRICA EN AULA**

1.- ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE FACEBOOK.

2.- ¿POR QUÉ UTILIZAR FACEBOOK EN NUESTRA PROFESIÓN COMO HERRAMIENTA PRINCIPAL?

3.- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE FACEBOOK FRENTE A OTRAS REDES

4.- PERFIL USUARIOS DE FACEBOOK

5.- MEJOR HORA Y DÍA PARA PUBLICAR

6.- BUENAS PRÁCTICAS Y MALAS PARA GESTIONAR CONTENIDOS EN FACEBOOK

7.- APLICACIONES DE FACEBOOK

8.- CONSEJOS INICIALES PARA BUSCAR EMPLEO EN FACEBOOK

9.- ANEXO.- CONDICIONES DE LAS PÁGINAS DE FACEBOOK

**PARTE PRÁCTICA EN AULA**

10.- CONOCER LA HERRAMIENTA DE FACEBOOK ( PARTE PRÁCTICA EN AULA) ( VER MÓDULO 0, 1 Y 2 POWER POINT)

* Diferencia entre perfil y página
* Darse de alta en una cuenta
* Configurar su perfil ajuste al contenido de desarrollo local
* Entender las estadísticas
* Dar contenido al facebook a través de todas sus posibilidades
* Buscar la información relacionada con nuestra profesión para su publicación
* Crear un plan de desarrollo de la página en 1 año.

SABER HACER CAMPAÑAS Y PROMOCIONES (Parte práctica en aula). Módulo 3. Ejemplos aplicados al desarrollo local

-Hacer Anuncios

- Historias patrocinadas

- Easypromos ( entrega del dosier aparte)

- Otros sistemas

- Planificar campañas en facebook y medir sus resultados

|  |
| --- |
| **FACEBOOK** |

**1.- ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE FACEBOOK**

**¿Qué Es Facebook?Es una red social gratuita de internet que permite contactar amigos y conocidos,y conocidos de tus amigos y aquellos que los conocen a ellos. Fue creada en el 2004 por Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad de Harvard, y aunque comenzó siendo una red social de estudiantes, hoy es la más grande red social del mundo con más de 300 millones de usuarios. En el 2006 Facebook se extendió hacia la India; en 2007 se integró con YouTube; en 2008 lanzó su versión en francés, alemán y español, extendiéndose así por todo el planeta. RBC Capital estima que el número de usuarios de Facebook sobrepasará los 500 millones en el año 2011. Esto significaría que Facebook podría reunir a más del 10% de los habitantes de la Tierra antes de haber cumplido los diez años de edad.**

**Historia de la empresa**
El creador de Facebook es Mark Zuckerberg, estudiante de la Universidad Harvard. La compañía tiene sus oficinas centrales en Palo Alto, California.

La idea de crear una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos no es nueva. Ya David Bohnett, creador de Geocities, la había incubado a fines de los años 1980. Geocities tuvo éxito en los 1990, en 1998 fue el tercer sitio más visto en la Web,
pero no logró consolidarse después de que fuera adquirido por Yahoo!.

Facebook compite por abrirse espacio entre empresas de éxito como Google y MySpace, por lo que se enfrenta a grandes desafíos para lograr crecer y desarrollarse. Una de las estrategias de Zuckerberg ha sido abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores.

La fortaleza de la red social Facebook radica en los 500 millones de usuarios que ha creado,
basada en conexiones de gente real. Entre los años 2007 y 2008 se puso en marcha Facebook en español, extendiéndose a los países de Latinoamérica. Casi cualquier persona con conocimientos informáticos básicos puede tener acceso a todo este mundo de comunidades virtuales.

**Expansión**
Facebook comenzó a permitir que los estudiantes de universidades agregasen a estudiantes, cuyas escuelas no estaban incluidas en el sitio, debido a las peticiones de los usuarios. En marzo de 2006, BusinessWeek divulgó que una adquisición potencial del sitio estaba bajo negociación. Facebook declinó una oferta de $750 millones.
En mayo de 2006, la red de Facebook se extendió con éxito en la India, con apoyo de institutos de tecnología de aquel país.
En junio de 2006, hubo un acuerdo con iTunes Store para que iTunes conociera los gustos musicales de los usuarios y ofrecer así un enlace de descarga en su propio sitio.
En agosto de 2006, Facebook agregó universidades en Alemania e Israel a su red. También introdujo la importación de blogs de Xanga, LiveJournal o Blogger.
Desde septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet, a pesar de protestas de gran parte de sus usuarios,
ya que perdería la base estudiantil sobre la cual se había mantenido.En julio de 2007, Facebook anunció su primera adquisición, Parakey, Inc. de Blake Ross y de Joe Hewitt. En agosto del mismo año se le dedicó la portada de la prestigiosa revista Newsweek; además de una integración con YouTube. A fines de octubre de 2007 la red de redes vendió una parte, el 1,6%, a Microsoft a cambio de $240 millones de dólares, con la condición de que Facebook se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios, según los datos del usuario y del perfil de éste. Esta adquisición valoró Facebook en quince mil millones de dólares, aunque el consenso de los analistas fuera que esta cifra superaba el valor real de la empresa - para Microsoft no se trataba sólo de una inversión financiera, sino también de un avance estratégico en Internet.
La más reciente inyección de capital a Facebook -27,5 millones de dólares- fue liderada por Greylock Venture Capital (fondo de inversión con fuerte vínculo con la CIA). Uno de los socios de Greylock es Howard Cox, –según el diario The Guardian-, pertenece al fondo de inversión en capital de riesgo de la CIA
En julio de 2009, Mark Zuckerberg, fundador de la empresa hizo público que Facebook había alcanzado los 250 millones de usuarios. El 15 de septiembre del mismo año anunció que superaba los 300 millones,y el 2 de diciembre que ya contaba con más de 350 millones Actualmente, cuenta con 500 millones de usuarios.

2012.- Actualmente, tiene más de 900 usuarios.

## 2.-¿ POR QUÉ UTILIZAR FACEBOOK COMO HERRAMIENTA PRINCIPAL EN DESARROLLO LOCAL?

* Crear presencia de marca,
* Gestionar nuestra imagen pública,
* Nuestra reputación on line,
* Incrementar el tráfico hacia nuestra página Web,
* Controlar la satisfacción de nuestros usuarios
* Crear servicios atendiendo las sugerencias de los usuarios.
* Facebook permite crear páginas en la que nuestra entidad puede publicar información actualizada, noticias, vídeos, fotos de productos o proyectos, etc., dejando abierta la posibilidad de que los usuarios interesados comenten, critiquen y se puedan mantener al día de la información que se les facilita, favoreciendo la creación de una comunidad en torno a la empresa.
* Acelerar el proceso de información de usuario a usuario, creando un tipo de comunicación más directa con el cliente.
* Tienen la ventaja de atraer y potenciar la atención debido a que el consumidor se siente cómodo en la comunidad que ha creado, él decide con quién quiere o no relacionarse.
* Facebook es el ejemplo más evidente de cómo los usuarios, entiéndase personas, grupos o empresas, han sabido aprovechar y utilizar las redes sociales como medio estratégico de promoción sin la necesidad de mostrar un solo anuncio; de persona a persona, generando fans, seguidores y contactos afines que llevan al usuario a conocer el sitio web del anunciante.
* Es 1 de las 4 páginas web más populares del mundo, con más de 300 millones de usuarios. Tiene presencia a nivel mundial y a nivel local; y cuenta con versiones en varios idiomas: español, inglés, alemán, italiano, japonés, etc.
* Facebook permite una gran segmentación del público al que se quiere llegar; se pueden hacer anuncios que lleguen al sector del mercado que te interesa,
* Facebook incorpora constantemente nuevas aplicaciones y novedades. Una de sus últimas ideas fue personalizar la URL de cada Facebook, así tu URL puede ser tan sencilla como www.facebook.com/tunombre, lo cual te hace más fácil difundir tu perfil.
* Facebook te ofrece una amplia libertad para personalizar tu imagen, y permite que tu perfil, grupo y/o página de tu empresa sea pública y accesible desde una búsqueda de Google.
* Facebook no solo sirve para tu cuenta en Facebook, sino también tu página web, tu canal en YouTube, tu blog en blogspot, tu cuenta en Flickr, etc.
* Facebook es el líder del Marketing Viral, llegado a personas de todo el planeta, sobrepasando todas las fronteras: de lugar, raciales, religiosas, culturales, de lenguaje, de edad y de sexo. Unos amigos se conectan con otros y así sucesivamente, se convierte en una red de infinitos sentidos y posibilidades.
* Facebook tiene costos bajísimos, si es que los tiene, y como herramienta de negocios sirve para la promoción, fidelización, recordación y posicionamiento de marca.
* Facebook Y Su Impacto Positivo En El Trabajo Interno.Según un estudio que la Universidad de Melbourne elaboró para ver en qué afecta el uso de redes sociales como Facebook en los horarios de trabajo, de 300 trabajadores, el 70% ingresa a sitios como Facebook y/o Youtube durante el horario laboral.
* Fomenta el trabajo de equipo. Hacen posible organizaciones basadas en el autoaprendizaje.
* En Facebook se puede generar viralidad posicionando nuestra marca en esta red social y atrayendo a los usuarios a hacerse seguidores de la misma, a que inviten gente a nuestra página, que se interesen con nuestro contenido y que lo promocionen entre sus conocidos. En resumen, que generen el tan anhelado “boca a boca”, que permitirá posicionar nuestra marca en las mentes de las personas.
* Aplicando el fundamento de las redes sociales denominado "seis grados de separación", que dice que cada persona del mundo conoce, entre amigos, familiares, conocidos y compañeros, a un promedio de 100 personas; si todas estas personas contactaran a sus respectivas 100 conocidas, en el sexto nivel su mensaje habrá llegado a 1.000´000.000.000 personas, en promedio; así, con la tecnología disponible y buena voluntad, un mensaje puede llagar a todo el mundo. ¿Lo quieres intentar? Ahora ya no suena tan loca la idea de los correos cadena que han dado la vuelta al mundo.

**En general, lo importante no es tanto la cantidad de canales en los que te encuentres, sino el uso que le des a estos; en pocas palabras, debes responder a la pregunta ¿qué lograrás con cada uno?,**

**3.- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE FACEBOOK FRENTE A OTRAS REDES**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **BUENO**  | **OK**  | **MALO**  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| WEBSITE | COMUNICACIÓN | VISIBILIDAD DE MARCA | TRAFICO A TU WEB | SEO  |
| TWITTER |  |  |  |  |
| FACEBOOK |  |  |  |  |
| LINKEDIN |  |  |  |  |
| YOUTUBE |  |  |  |  |

**F**[**ACEBOOK**](http://angelquinta.com/2010/12/27/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales/www.facebook.com): Es la red social más popular en todo el mundo. Los usuarios publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional.

Ventajas:

* Cercanía: Posibilita no sólo estar en contacto con tus amigos o fans
* Compartir: Herramienta muy útil para compartir todo tipo de información (fotos, videos, artículos de periódicos, ideas, etc.).
* Conocimiento: Según como sean tus amigos o fans, es muy probables que se generen y compartan muchas noticias y videos de interés general que casi siempre te aportan conocimiento.
* Variedad: Tienes acceso tanto a noticias, como a juegos, programas de ocio, etc.

Desventajas:

* Uso incorrecto de la Red: Existe un mal uso de la red por parte de determinadas personas , empresas o entidades, que pueden poner en peligro tu privacidad.
* Privacidad: Publica mucho de tu información personal.
* Duda: Se generan momentos incómodos debido a que personas que no son tus amigos quieren serlo
* Actualización pobre: Al igual que hay momentos que aparece lo que han compartido tus amigos hace 2 minutos, te pone como último la que se hizo hace tres horas.

# 4.- PERFIL USUARIOS DE FACEBOOK

**Sexo:**El **45 %** de sus usuarios son hombres versus el **55 %** de mujeres.

**Edades:**El **28 %** de los usuarios tienen entre 15 – 24 años, les sigue un **25 %** de entre 25 y 34 años, notamos un desnivel entre los 35 y los 44 años con un **18 %** , en cambio vemos un aumento de un 1 % (**19%**) de usuarios entre 45 y 55 años de edad, por último los mayores de 55 años suman un total del **11 %**.

**Conexiones:**El **45 %** de los usuarios encuestados se conecta desde su smartphone y el **10 %** desde un tablet.


# 5.- MEJOR DÍA Y HORA PARA PUBLICAR

**Conocer el mejor día y hora para publicar contenido en tu página de fans y apoyar tus acciones de Marketing en Facebook**, son una de las cosas que debes saber muy bien, para que tu comunicación tenga el **mayor impacto posible**. Te voy a mostrar las 6 conclusiones que te ayudarán a tenerlo mucho más claro.

Muchos investigadores se encuentran **analizando permanentemente las conductas que las personas tienen en las redes sociales**, y así a partir de dichos estudios entender como nuestras acciones de Marketing pueden servir y ayudar a nuestros seguidores, y sobre todo a que nuestra comunicación sea mucho mas viral.

Si lees varios estudios que analizan el **comportamiento de los usuarios en Facebook** (como el de [Dan Zarella](http://danzarrella.com/) o [Vitrue](http://go.vitrue.com/l/4162/2010-10-19/26PB9), entre otros), se han sacado algunas conclusiones :

1. Cuando más actividad hay, son en los **días laborables de lunes a viernes**, los días sábados y domingos cae mucho la actividad.
2. **Los artículos que se suben por la mañana son los que generan una mayor cantidad de comentarios e interacciones**. Lo que se publica por la mañana genera una participación más alta de lo que se publica por la tarde.
3. Hay 3 grandes picos de actividad en facebook los días laborables: a las **11h, a las 15h y a las 20h**.
4. Cuando menos actividad se produce son **los domingos entre las 14h y las 18h**.
5. Parece que el día de la semana que más comentarios e interacciones se producen son los **miércoles, seguidos del martes, y del jueves**.
6. **Los lunes son perfectos** para llegar a los usuarios con mas deseos de saber de tu sector o especializados, ocupan este día para saber que es lo que está pasando y que cosas nuevas van a pasar durante la semana.

### 6.-BUENAS PRÁCTICAS Y MALAS PARA GENERAR CONTENIDO EN FACEBOOK

* **Cambia constantemente el modo en el que presentas la información en tus estados**. Para ello utiliza las diferentes herramientas que proporciona Facebook: subir fotos, videos, compartir enlaces, crear encuestas, eventos y aplicaciones. Acompañar a tus estados de imágenes o videos lo harán más llamativos y efectivos.
* **Posiciona tu contenido dentro de la Red**. Edge Rank es el algorítmo que tiene Facebook para presentar tus actualizaciones, este define qué tan relevante es para un usuario el contenido que compartes en un determinado momento en base a tres párametros: la afinidad marca-seguidor, qué tan popular es tu contenido (cantidad de “Me gusta” y comentarios), el tiempo transcurrido desde que has realizado la acción.
* **Respeta a tu público, no elimines sus críticas o sugerencias**. No hay peor error que intentar esconder una crítica. Eso solo enojará más a quien la realizó. Intenta transformar lo negativo en positivo, realiza una buena gestión para solucionar un conflicto y verás como ese usuario enojado puede transformarse incluso en un defensor de tu marca.
* **Responde las consultas**. Siempre. No debes dejar preguntas sin responder, en el caso que tu no tengas la información, deriva la consulta al área correspondiente y avisa al usuario que la realizó que pronto tendrá una respuesta.
* **No intervengas demasiado rápido**. Deja que tengan lugar las conversaciones entre usuarios sin la intervención de la marca. Como dije en el punto anterior es importante responder siempre, pero eso no implica que sea inmediato. Todo dependerá del objetivo que debas llevar adelante, hay estrategias que requieren un monitero 24×7  pero no todas.
* **Da al público de tu marca lo que este necesita**. Primero identifica el punto y luego genera contenido de valor. Un ejemplo es lo que hizo Royal en Colombia con su “[Centro de postres Royal](http://www.facebook.com/CentrodePostresRoyal)”, donde a raíz de un [concurso](http://www.centrodepostresroyal.com/concurso/) generó un espacio para que las amas de casa puedan consultar y compartir recetas dentro de un sitio. Al finalizar el concurso, las usuarias continuaron utilizando el espacio que despertó inquietud de crear, consumir y hacer buenos postres caseros.
* **Utiliza las Notas**. Las notas resultarán útiles para proporcionar Bases y Condiciones de concursos, [reglamentos de convivencia](http://www.maestrosdelweb.com/editorial/consejos-para-crear-normas-de-convivencia/) y también para compartir artículos relacionados de otros sitios sin que los usuarios deban salir de tu fan page, solo recuerda citar la fuente correctamente.
* **Comparte contenido exclusivo**. Crear albumes de fotos de productos, backstages o eventos es una excelente forma de interactuar con los seguidores. La [revista Bacanal](http://www.facebook.com/#%21/BacanalPlacerInteligente) utiliza el canal para mostrar todo el “detrás de escena” de las producciones de sus números.
* **Crea Encuestas**. No solo para conocer al cliente y saber algo puntual, también genera encuestas con disparadores de conversacinoes comunes respetando la temática de la marca. Facebook Ask, es una herramienta que hace más virales tus preguntas aunque deja poco visible al autor. Una recomendación a la hora de generar encuestas es que nombres a tu marca en la pregunta.
* **Utiliza Factbook a nivel privado para entender como consumidor lo que te gusta y lo que no te gusta en contenidos**
* **Cuida la ortografía y gramática**, recuerda que eres una extensión de la marca en los medios sociales, escribir mal es como si ella hablará mal.
* **Se coherente**. Respeta los tiempos verbales con los que has decido comunicar, la persona y el tono.

### Malas prácticas para generar contenido en Facebook

* **No utilices el mismo contenido que en otras redes**. Duplicar contenido en todas las redes sociales hará que tus seguidores no encuentren un motivo real por el cuál leerte en uno u otro lugar. Si las redes sociales son diferentes y debes aplicar por ello distintas estrategias de comunicación ¿Por qué duplicar el contenido?
* **No programes todo tu contenido**. Contempla factores externos de lo cotidiano para interactuar con los usuarios, las redes sociales están vivas, ten en cuenta ese concepto.
* **Evita publicar demasiada información en un mismo día**. Al igual que en Twitter, no es bueno molestar a tus seguidores con actualizaciones constantes.
* **Haz uso pero no abuso**. No aburras a quienes te leen intentando vender constantemente. Debes saber encontrar el equilibrio entre la promoción y el valor agregado que le puedas generar a la comunidad para evitar el spam.

**7.- APLICACIONES DE FACEBOOK**

Ya no basta con tener presencia en Facebook para promocionarte, sino que debes de aplicar correctas e innovadoras estrategias de marketing con Facebook y esta lista de aplicaciones te ayudarán a aplicar estas estrategias.

[**Involver**](http://www.involver.com/applications/)

Involver tiene probablemente la mayor galería de aplicaciones en general. Se puede disfrutar de algunas de las mejores aplicaciones de forma gratuita. Introduce tus nuevas publicaciones de cada red social en tu página de Facebook, entres las redes mas importantes podemos nombrar algunas como twitter, Youtube, Flickr, Slides, RSS.

No solo esto, también, ofrece una infinidad de aplicaciones como fotogalería, archivos para compartir, Introducción de PDF, promoción de galerías, reproductor de música, chat con conexión a Facebook, introducción de Flash, encuestas sociales, venta en línea, registro de usuarios en tu pagina, encuestas, cupones, pestaña de bienvenida, fichas personalizadas, unión de todas las aplicaciones usando tu imaginación, ranking, placas y muchas otras mas aplicaciones para usar en la gran red social.

Existen aplicaciones gratuitas, Premium y Pro.

[**Miproapps**](http://www.miproapps.com/)

El servicio en todo en uno. Miproapps te permite diseñar tu página de facebook, simplemente arrastrando y soltando elementos en el centro de la página. Es uno de los mejores servicios, porque realmente es muy fácil de usar, y sólo te toma unos minutos crear tu Landing Page interactiva.

Solo puedes tener 1 página de fans gratuita.

[**NetworkedBlogs**](http://www.facebook.com/networkedblogs)

Ésta aplicación te permite promocionar tu blog en Facebook. Funciona en las páginas de perfiles y fans y crea un blogroll visual en tu perfil para promover tu blog. Esto te ayudará a traer un flujo constante de contenidos a tu página de Facebook para que tus fans interactuar con él.

[**PageModo**](http://www.pagemodo.com/)

Esta aplicación tiene un editor que es fácil de entender y muy agradable de usar. El problema sin embargo, podría ser el hecho de que Pagemodo crea una página estática, lo que significa que sólo incluye texto y fotos que no son realmente capaces de contener enlaces. Pero he oído que están a punto de lanzar una nueva plantilla que le permitirá añadir vídeo, así, que se reproducirá directamente desde la página. Si no estas satisfecho con él, siempre podrías usar Miproapps para una mayor interacción con tus fans.

Solo puedes tener 1 pagina de fans gratuita.

[**SlideShare**](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=2490221586)

SlideShare es la mayor comunidad del mundo para compartir presentaciones. Con esta aplicación, puedes compartir documentos y presentaciones con tus fans, subir carteras, documentos PDF, charlas, conferencias y cualquier otra cosa que te puedas imaginar, y es compatible con archivos de PowerPoint y Keynote. Si tienes una cuenta de SlideShare, puede importar tus presentaciones existentes. Esto es útil porque es sólo otra manera de dar a tus fans un vistazo a algunos contenidos interesantes. La próxima vez que crees una presentación interesante compártelo con los demás!

[**YouTube Channels**](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=158587972131)

Esta aplicación te permite sincronizar tu canal de YouTube con tu página de Facebook, e incluso páginas de aplicaciones.

[**Poll**](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=20678178440)

Una forma divertida de conseguir participación de tus fans, puedes insertar encuestas personalizadas, una forma fantástica de recopilar datos.

[**My LinkedIn Profile**](http://www.facebook.com/applications/My_LinkedIn_Profile/6394109615)

Si estás en LinkedIn tal vez sea bueno incluir una insignia de tu perfil de LinkedIn dentro de la página de Fans, ya que tus fans podrán conocer tu experiencia profesional.

[**Shop Tab**](http://www.shoptab.net/index.php)

Shoptab te permite tener tu tienda de comercio electrónico a tu página de Facebook. Este servicio te ayudará a crear una mini-tienda en una pestaña de tu página de Facebook. Tienes 7 días de prueba gratuita y US$ 10 al mes (versión Standard)

Luego de estas aplicaciones generales, te voy a dar detallar algunas por unas mucho más especificas:

**Para fomentar la participación y compartir archivos con los usuarios**

[FriendCard](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=180501851991741). Esta es una forma inteligente de hacer que nuestra marca sea viral al permitir que los aficionados envíen tarjetas de felicitación personalizadas con nuestra marca a sus amigos. Los fans pueden programar las mismas para enviarlas inmediatamente o más tarde, lo que les hace muy divertidas.

[Coupon for Pages](http://www.facebook.com/CouponsApplication). ¿Qué puede ser más emocionante para nuestros fans que ofrecer algunas buenas ofertas en nuestra página? Esta aplicación es ideal para que nuestros fans puedan imprimir el cupón de forma inmediata y compartirlos con sus amigos. No sólo se podrán [ganar](http://www.puromarketing.com) nuevos fans, sino que fidelizaremos a los demás y apoyarán más nuestra marca.

[File Sharing](http://www.facebook.com/FileShareOnFanPage). Esta aplicación de uso compartido de archivos, permite que los administradores compartan hasta 5 archivos con los fans de la página.

[Scribd para páginas](http://www.facebook.com/ScribdApp). Esta aplicación es lejos la mejor para compartir archivos pues soporta muchos formatos (doc, xls, ppt, txt, jpg, pdf, etc.). Estos archivos tendrán más oportunidad de ser compartidos que los demás, pues también permite ser incrustados o ser enviados por correo electrónico.

[PDF Tab](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=177999268923313). Si deseamos compartir archivos PDF sin opción de descarga, esta aplicación lo hace posible, aunque sólo permite mostrar un archivo a la vez.

[Fotobabble](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=401105490245). Esta aplicación permite a los usuarios añadir voz a las fotos subidas y compartirlas en las páginas de Facebook, permitiendo muchas oportunidades como organizar concursos donde las personas deban subir fotos con audio para los demás escuchen.
Para comunicarse con los fans de la página.

[LiveChat](https://www.facebook.com/apps/application.php?id=117816694983243). Aplicación que permite ofrecer apoyo al cliente en tiempo real en las páginas de Facebook. Bien manejada, incluso puede ser capaz de convertir a los visitantes en fieles seguidores. No es gratuita, pero es posible probarlo por 30 días sin costo y sin tener que ingresar una tarjeta de crédito.

[TinyChat](https://www.facebook.com/apps/application.php?id=117816694983243). Son salas de chat de vídeo que permite realizar videoconferencias con nuestros fans. Debemos tener en cuenta que, cuando se la aplicación esté en uso, aparecerá nuestro nombre personal en el perfil del chat, no el de nuestra página.

[Forum for Pages](https://www.facebook.com/apps/application.php?id=202980683107053). Desde que se eliminó el foro de las páginas, esta aplicación es una de las mejores alternativas para ocupar su lugar. Debemos autorizar la aplicación, en primer lugar, y en el menú seremos capaces de editar, eliminar o prohibir a un usuario entrar al mismo. Incluso es posible bloquear un hilo de conversación, si algo va por cauces que no deseamos.

[SupportTab](http://www.facebook.com/supporttab). Esta aplicación crea una ficha para que nuestros fans puedan hacer preguntas. Es ideal para los que no se sientan cómodos o no dispongan de tiempo para moderar un foro, pero aún deseamos comunicarnos con los aficionados sobre temas relacionados con la marca.

**Formularios de contacto**

[ContactMe](http://www.facebook.com/contactforms), que permite agregar información del negocio como logotipo, dirección, teléfono y perfiles sociales, además de ser muy moldeables a nuestro gusto.

[ContactForm](https://apps.facebook.com/contactpage). Además de las configuraciones básicas, podemos agregar mensajes de texto e imágenes por separado, además de estar disponible la opción de enviar una copia a nuestro correo. Lo malo, no podremos volver a organizar los campos seleccionados.

[CobntactTab](http://www.facebook.com/contact.us.tab). Tiene cuatro campos generales y nos permite configurar cuáles serán los obligatorios.

**Para reconocer a los fans fieles.**

[My Top Fans](http://www.facebook.com/mytopfans). Una vez que genera los resultados, se puede publicar en el muro para que todos los veamos.

[Booshaka](http://www.booshaka.com/). Nos dice quién es un superfan mientras recompensa a los demás en forma semanal en función de su participación en la página (comentarios, me gusta y publicaciones en el muro).

[Fan of the Week](https://www.facebook.com/apps/application.php?id=222972467721305). Cuenta, semana tras semana, quiénes son los más activos. Aún quedan dudas sobre cómo funciona, pero al hacer comparaciones con otras aplicaciones, no da malos resultados.

[Top Fans by SocialAppsHQ](http://www.facebook.com/apps/application.php?api_key=148053065283944). Permite muchas más configuraciones, entre ellas, conectar los perfiles de los fans.

**Para notificaciones de eventos y citas**

[Events Calendar](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=101709316537832). Permite a los administradores crear y mantener una lista de eventos relacionados con su página de marca y exhibirlas en formato de calendario mensual para los aficionados. Es posible configurar el nombre del evento, la fecha, la hora y el enlace al correo electrónico.

[Genbook](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=117955514916314). Una aplicación ideal para las pequeñas empresas, pues permite que los clientes potenciales confirmen citas a través de las mismas. Tiene 30 días de prueba gratuita.

**Para fomentar las invitaciones a nuestra página**

[Tabmaker Invite](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=159792500783564). Permite que los fans escojan a quién quieren invitar o directamente que escriban los nombres de ellos en el cuadro de búsqueda.

[Invite You Friends Button for Pages](http://www.facebook.com/apps/application.php?api_key=181411457193). Esta aplicación hace que sea fácil para los fans, el invitar a sus amigos pues todos se añadirán de forma automática una vez que la app esté autorizada. Claro que siempre se puede optar por invitar uno a uno.

[Smart Suggest To Friends](http://www.facebook.com/suggest.to.friends.tab). Esta aplicación permite incluir un mensaje de no más de 255 caracteres antes de enviar las invitaciones.

**Para crear tablas con actualizaciones de blog**

[RSS for pages](http://apps.facebook.com/involver_tdvjasdb). [RSS Graffiti](http://www.facebook.com/RSS.Graffiti) es el más utilizado y más noble para mostrar actualizaciones automáticas de nuestro blog en Facebook, pero si tenemos que crear una ficha de blog, RSS for pages es ideal, pues consta de una imagen posterior junto con los botones “Me gusta” y “enviar”

[Extended Info](https://www.facebook.com/extendedinfo). Si no tenemos suficiente espacio en la información del perfil para describir nuestra marca, podemos agregar esta tab que nos permitirá añadir campos adicionales en una ficha independiente.

[FAQ Tab](http://www.facebook.com/faq.tab?sk=app_250524471641746). Ofrece una interfaz atractiva al permitir agregar el logo o banner de nuestra marca, además de conceder un formulario para los usuarios.

**Para mostrar otros perfiles sociales en la página**

[Google Plus Tab for Pages](http://www.facebook.com/googleplustopages). Permite mostrar el perfil de Google+ en la barra lateral de la página y configurar cuántas actualizaciones deseamos mostrar en esa ficha. Sólo debemos introducir nuestro ID de Google+.

[TwitterTab](https://apps.facebook.com/twiitertab/). Esta aplicación nos permite mostrar nuestro perfil de Twitter de una forma muy personalizable.

**Para gestionar la página de Facebook**

[Post Planner](https://www.facebook.com/app.postplanner). Nos permite programar las publicaciones en el muro (texto, enlaces, imágenes, vídeos, etc.) sin salir de Facebook. Es gratuita para la time line de nuestro perfil, pero para las páginas o grupos tiene un costo de 4,95 USD al mes, aunque tiene una prueba de 30 días gratis.

[Static HTML](http://www.facebook.com/apps/application.php?id=190322544333196): iframe tabs. Si no tenemos suficientes pestañas en nuestra página, con esta aplicación podremos agregar hasta 12 más.

[Selective Tweets](http://apps.facebook.com/selectivetwitter). No tenemos que inundar nuestra página con actualizaciones de Twitter, sino que podemos seleccionar cuáles con esta aplicación, de modo que todos los que lleguen a la página sean de interés para los usuarios. ¿Cómo hacerlo? Es sencillo y ya muchos los empleamos hace tiempo, al autorizar la aplicación, cada tweet que termine en “#fb”, será enviado directamente a Facebook.

**8.-CONSEJOS INICIALES .FACEBOOK PARA ENCONTRAR TRABAJO**

Según diversos estudios realizados, los reclutadores no sólo consultan los perfiles de los candidatos si no que **desconfían de aquellos que no tienen un perfil en esta red social** tan mundialmente extendida.

 Es curioso el hecho de que se valoren los perfiles no sólo en función de los comentarios positivos o negativos (de amigos o incluso de ex jefes) sino también por el hecho de la simple presencia en ellos.  Todos sabemos el “*escaparate*” que puede llegar a ser esta red social y la presencia o no en ella a veces se puede asociar con una vida social activa o no: ¿acaso no se nos hace raro que alguien de nuestro entorno no tenga facebook?

A la hora de conocer a los candidatos, los reclutadores cada vez ven en esta afirmación una razón de peso a valorar. La posibilidad de haber sido expulsados por haber infringido alguna norma, no tener relaciones sociales reales y por ello no utilizarlo, son algunas de las razones que aluden a la hora de hacer la valoración negativa.

Todo ello puede relacionarse con la tradicional idea de que para un puesto de trabajo se busca una persona “normal” y hoy por hoy, este concepto se asocia también al tener una presencia activa en las redes sociales, sino parece que algo falta.  Internet se ha introducido tanto en nuestra vida que el hecho de no aparecer en la red, se ha vuelto una cosa extraña y que produce desconfianza.  De todas formas, lo importante no sólo es el tener un perfil sino el utilizarlo adecuadamente; si los reclutadores desconfían de personas que no tienen un perfil en facebook, más lo harán de aquellas personas que teniéndolo hacen un uso poco adecuado de él.  Recordad, la imagen es muy importante en la red, cuidarla para que no estropee vuestras posibilidades.

Si quieres **usar Facebook para encontrar trabajo** lo primero que debes hacer es configurar correctamente tu perfil personal en esta red social.

Estos consejos te ayudarán a completar tus datos básicos en Facebook, decidiendo qué información incluir o eliminar. El objetivo es que logres configurar un perfil que te refleje como un profesional confiable y con buen criterio.

**Elige una foto adecuada para tu perfil**
La primera impresión que se llevan quienes te encuentran en Facebook es la que presentas en la foto de tu perfil. Imagina ahora que la próxima persona que la verá es un jefe de selección de personal: ¿Qué imagen le estás dando?

En tu foto de Facebook no necesitas salir serio, con corbata o mirando fijamente hacia la cámara. Usa simplemente una imagen donde te veas relajado y amigable, pero sin caer en el otro extremo. No uses una foto donde aparezcas con poca ropa, bebiendo alcohol o en una actitud poco presentable.
Si no tienes ninguna imagen, puedes [subir una foto a Facebook](http://redessociales.about.com/od/FotosEnFacebook/ss/Guia-Con-Imagenes-De-Los-Pasos-A-Seguir-Para-Subir-Fotos-A-Facebook.htm) que represente tu personalidad y sirva también para que tus amigos en esta red te reconozcan.

**Usa álbumes privados**
Seguramente has leído acerca de los peligros que trae el publicar fotos indecorosas en Facebook. No son pocos los que por ellas han visto comprometidos sus trabajos o han tenido que dar más de una explicación a colegas y superiores.

Si piensas [crear un álbum con fotos en Facebook](http://redessociales.about.com/od/FotosEnFacebook/ss/Guia-Con-Imagenes-De-Los-Pasos-A-Seguir-Para-Crear-Un-Album-De-Fotos-En-Facebook.htm), selecciona para él un nivel de privacidad adecuado a su contenido. Y si tienes álbumes con fotos que no deseas que sean vistas por tus contactos profesionales, asegúrate de que solo tu grupo de amigos más cercanos pueda verlos.

Recuerda que no estás obligado a compartir todas tus fotos en Facebook. Si deseas mayor privacidad puedes compartirlas vía email, utilizando un servicio como [Dropbox](http://www.dropbox.com/) o publicándolas en algún otro sitio web donde el acceso a ellas sea restringido.

**Elimina actualizaciones que no favorezcan tu biografía en Facebook**
Si has publicado actualizaciones de las cuales podrías no sentirte orgulloso en el futuro, te recomiendo dedicar un buen tiempo a revisar todos esos comentarios, enlaces y videos que has compartido.

Aún cuando hayas publicado estas actualizaciones de forma privada, no está de más borrar esas que no te benefician profesionalmente. Recuerda que esas actualizaciones forman parte de tu **biografía en Facebook**. Ellas muestran quién eres y cómo te presentas en esta red social.

Es recomendable dejar aquellas que le agregan valor a tu perfil, como por ejemplo noticias o comentarios de la industria en que te interesa trabajar.
Usa tu buen criterio para seleccionar qué cosas merecen estar en tu [biografía en Facebook](http://www.facebook.com/about/timeline).

**Incluye tu formación y experiencia laboral**
La información laboral que incluyas en Facebook servirá para mostrar las empresas y lugares donde has trabajado. También servirá para que un encargado de selección de personal conozca más detalles acerca de esas organizaciones.

Esta sección con tu formación y empleos en Facebook no necesita muchos detalles. Basta con incluir los nombres de las empresas donde has trabajado, tus cargos y años de trabajo.

Si deseas crear un perfil profesional donde puedas incluir más detalles y que también sea visible en Internet, te sugiero utilizar [LinkedIn](http://redessociales.about.com/od/comousarlinkedin/a/Que-Es-Linkedin.htm).

**Configura tu perfil para que aparezca en Google, Bing y Yahoo**
Luego de enviar tus datos a una oferta de trabajo, un seleccionador podría buscar tu nombre en Google. Su intención será encontrar más datos personales acerca de ti. Con Facebook puedes usar esto a tu favor.

Habilita la **búsqueda pública** de tu perfil. Así tu nombre y cuenta de Facebook aparecerán cuando alguien te busque en Google o Bing. Si has seguido los consejos anteriores de este artículo, tu perfil le permitirá conocer a quien te encuentre qué tipo de profesional eres y qué cosas compartes en esta red social.

Comparte información estratégicamente y sácale provecho a esta oportunidad de aparecer en los resultados de búsqueda. Podrías llegar a conseguir más contactos profesionales, ofertas de trabajo e incluso suscriptores interesados en tus actualizaciones.

Según Jobandtalent, las **empresas** también están interesadas en manejar Facebook como fuente a la hora de **seleccionar a sus candidatos**. De hecho, lamentan la imposibilidad de llegar a miles de candidatos potencialmente interesantes. La red social permite además poner en contacto a personas que han trabajado o trabajan en una misma compañía.

"Si el currículo es un resumen de la carrera profesional de una persona, el perfil de **Facebook resume su vida**", ha declarado el cofundador de Jobandtalent, Felipe Navío. Y lo hace gracias a recoger datos personales, gustos, opiniones y amigos, a lo que debería añadirse también estudios y experiencias profesionales.

Los usuarios de Facebook empiezan a tener en cuenta este criterio a la hora de publicar datos en Facebook. En los últimos seis meses, el porcentaje de perfiles que han **completado** su información académica y profesional ha **aumentado casi un 20%** coincidiendo con la introducción de la nueva visualización del perfil mediante una hoja de vida, introducida por la red social.

**9.- ANEXO.- CONDICIONES DE LAS PAGINAS DE FACEBOOK**

**10.- CONOCER LA HERRAMIENTA DE FACEBOOK ( PARTE PRÁCTICA EN AULA)**

**ESTA PARTE SE DARÁ TOTALMENTE PRÁCTICA EN EL AULA,**

- Diferencia entre perfil y página. Decisiones sobre migrar de perfil a página o no. Qué conviene en cada caso del alumnado

* Darse de alta en una cuenta
* Configurar su perfil ajuste al contenido de desarrollo local
* Entender las estadísticas
* Dar contenido al facebook a través de todas sus posibilidades
* Buscar la información relacionada con nuestra profesión para su publicación
* Crear un plan de desarrollo de la página en 1 año.

**HACER CAMPAÑAS Y PROMOCIONES (Parte práctica en aula). Módulo 3**

**ESTA PARTE SE DARÁ TOTALMENTE PRÁCTICA EN EL AULA, DE TAL MANERA QUE LOS ALUMNOS APRENDERÁN Y REALIZARÁN PRÁCTICAS SOBRE:**

-Hacer Anuncios

- Historias patrocinadas

- Easypromos

- Otros sistemas

- Planificar campañas en facebook y medir sus resultados