

ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES

LO QUE PUBLIQUES DEBE SER BREVE

La mayoría de las personas no tienen tiempo para leer mensajes extensos. Las personas leen más los mensajes cortos.

Mensajes breves de no más de 40 caracteres tienen una respuesta de un 85% por parte de la audiencia.

Mensajes de no más de 80 caracteres tienen una respuesta de un 65% por parte de la audiencia.

ESTUDIA LAS CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE TU AUDIENCIA

Debes conocer la edad, sexo, idioma preferido y localización geográfica de tu audiencia.

Determina el tipo de información que le gusta a la audiencia que deseas alcanzar.

Compara tu organización con la competencia. ¿Qué les está dando resultado a esas organizaciones o agencias?

PUBLICA MENSAJES DE MANERA CONSISTENTE

Mantente conectado con tu audiencia publicando mensajes de manera consistente. Inicia un calendario para programar la publicación de tus mensajes y adhiérete a las fechas programadas.

Recomendaciones para el calendario de programación de mensajes

1 vez al día

Publica un mensaje diariamente con la meta de tener 2 por día.

1 mensaje por la mañana, puede ser entre 6 a.m. y 8 a.m.

1 mensaje por la tarde o temprano por la noche, puede ser entre 2 p.m. y 6 p.m.

#Hashtags y las tendencias del momento

Usa y sigue los hashtags para mantenerte al día.



MANTÉN UNA COMUNICACIÓN CONSTANTE CON TU PÚBLICO

Considera tus mensajes como si fueran una conversación con tu iglesia. No cierres el programa después de publicar un mensaje. Mantén la comunicación abierta, dedica tiempo para responder a los comentarios y dale al botón de “me gusta” cuando respondan si lo apruebas. Mantén la página actualizada y contesta las preguntas que publica la audiencia en tu página.

FAMILIARÍZATE CON FACEBOOK INSIGHTS (estadísticas del público)

Facebook Insights es una herramienta interna de Facebook que provee información para conocer a tu audiencia. Tiene que entender como mide la información para que tu página sea efectiva. Conocer esta información es muy importante para el éxito de tu campaña.

Términos de *Insight* y sus definiciones:

- **Engagement (participación)** - Número total de “me gusta”, comentarios y mensajes compartidos.
- **Likes (Me gusta)** – La cantidad de personas que le gusta tu página durante una temporada específica.
- **Followers (seguidores)** –La cantidad de personas que siguen tu página, pero no necesariamente les gusta la página.
- **Impressions (impresiones)** – Indica el número total de veces que ha sido visto el contenido de tu página a través de las páginas o contenido de otros usuarios o al visitar tu sitio web.
- **Link clicks (hacer clic en un enlace)**- Enumera el número total de veces que los visitantes le han dado un clic a un enlace en tu página (clics en fotos no cuentan).
- **Net Likes (net me gusta)** – El total de Likes (Me gusta), pagados o no. Menos el número total de *Unlikes* (no me gusta).
- **Organic Reach (alcance sin costo publicitario)**-- El total de personas que recibieron tu mensaje sin tener que pagar.
- **Organic Likes (Me gusta sin costo publicitario)** –El total de personas que les gusta tu página como resultado del *organic reach* (sin tener que pagar).



PUBLICA MENSAJES DE INTERÉS PARA TU COMUNIDAD

La gente se puede aburrir si todo el tiempo solo hablas de tu iglesia. Comparte información enfocada en la comunidad. Tus fans participarán más cuando se sientan incluidos en tus mensajes. Familiarízate con las herramientas de *Facebook Insights* y otras publicaciones sobre el tema. Luego de conseguir la información, desarrolla un calendario con los datos e intereses específicos de tu comunidad para programar el desarrollo y publicación de ese contenido en las fechas indicadas.

Mantén una lista de tus mensajes más populares

Lo más probable es que te hayas dado cuenta que algunos de tus mensajes tienen más éxito que otros. *Facebook Insights* te brinda una manera fácil de obtener esta información. Esta herramienta contiene información sobre las personas conectadas con tu página y ayuda a crear contenido que capte su atención.

Estimula la conversación

No manipules la conversación (por ejemplo, no publiques: Dale aquí o Comparte). Más bien, invita a las personas a participar en la conversación de una manera genuina. Comparte información que estimule la participación y el entusiasmo de tu audiencia. Busca publicar contenido que pida la opinión de tus seguidores o que responda a una pregunta.

Ejemplo, forma incorrecta: Pedirles a tus fans que le den al botón de “Me gusta” y que compartan una foto publicada en tu página.

Ejemplo, forma correcta: Simplemente publica una foto interesante. Puede ser una imagen de un paisaje campestre, de la playa, etc., y preguntarles a tus fans, ¿Cuál es tu destino o vacaciones favoritas? Es una forma sencilla de iniciar la conversación y de captar la atención. Por lo general, las personas hacen comentarios si sienten una conexión natural. Las personas reaccionarán y comentarán porque los hiciste partícipes de la conversación.

