

FACEBOOK: ESTRATEGIAS Y CONSEJOS PARA ADAPTAR Y CONECTARTE AHORA

Claves para tomar :

- ¿Debería comercializar activamente durante una crisis? Fuegos silvestres, COVID-19, etc.
 - Si, pero refina o gira tu mensaje de una manera que tome en cuenta o reconozcas las circunstancias actuales.
- ¿Debería comercializar cuando estamos cerrados o fuera de temporada?
 - Si, quieres mantener tu negocio en la mente de las personas, piensa en enviarles recetas, o actualizaciones sobre tu plantación durante la temporada baja.
- Rápido Resumen
 - Orgánico vs. Estrategia pagada: Estrategia orgánica es tu publicación regular. Estrategia pagada incluye comerciales e impulso. Usa el mismo parecer y sentir para tu estrategias orgánicas y pagadas.
 - ¿Qué medio social debería de usar? Facebook o Instagram?
 - La mayoría de la gente usa Facebook, así que si solo tienes tiempo para uno usa Facebook
 - La mejor practica es usar ambas plataformas
 - Analíticas: 69% de todos los adultos están en Facebook, 75% de los usuarios del FB están presentes a diario y a habido un récord de uso durante COVID: Tu audiencia ya está presente, así que comerciales pagados son beneficiosos y rentables.
 - Ve a Pew Research para más datos
- ¿Qué es Estrategia de Redes Sociales?
 - Provee un plan a seguir que complementa todas tus metas de comercio.
 - Incrementa la satisfacción del cliente
 - Trae nuevos clientes
 - Incrementa el trafico de tu pagina web, redes sociales y tu ubicación física.
 - Incrementa ingresos
- ¿Para que necesitas una estrategia?
 - Crear contenido consistente (marca y frecuencia de publicaciones) y atractivo
 - Decide que tan frecuente puedes publicar y mantén continuidad
 - Incrementa eficiencia- Crea un horario de publicaciones que coordina con tus mercados
 - ¿Como mantenerlo fresco y atractivo? Publica recetas, toma pequeños videos en el mercado, enlatar, salsa para congelar, muestra clientes contentos con tus productos.
 - En cada publicación incluye información consistente de donde te pueden encontrar, pero mezcla un poco las cosas donde el contenido repetido se publica.
- Identidad de Marca y Voz – Se Constante
 - ¿Eres divertido, elegante, urbano, informal, peculiar, chic, moderno?
 - ¿Qué tipo de adjetivos te gustaría que tu audiencia use para describirte?

- Construye relaciones con clientes por medio de tu contenido
 - Fotos de la granja o negocio, gente en la granja, ayúdalos a que te conozcan
 - Construye encima de la personalidad que muestras en el mercado – esto te diferenciará.
- Conoce tu audiencia
 - Demográfica: Edad, genero, ingreso, estado civil, ocupación/industria, nivel de educación
 - Ubicación: vecindad, ciudad, estado, países, urbano, rural
 - Psicográfica: Intereses/actividades, actitudes/opiniones
- Tomar acción: Esparcir tu mensaje
 - Publica en tu Feed o publica historias
 - Feed- Publica las mejores fotos en tu Feed porque ellas duraran
 - Usa hashtags (#) como en Instagram
 - Historias – Duran 10 segundos, se quedan en tu pagina 24 horas, luego desaparecen
 - Bueno para publicaciones cómicas, ventas, cambio de horarios
 - Bueno para publicar durante el mercado – “solo quedan 3.”
 - Se selectiv@ en lo que publicas en tu Feed – máximo 2 por día es recomendado, puedes publicar más en tus historias.
 - Facebook Live y videos
 - Máximo 1 minuto en duración
 - En tiempo real- puede promover una publicación de Facebook Live
 - Puedes borrar publicación si es necesario
- Compras en Facebook- programa nuevo, para competir con Shopify. Aun no hay mucha información sobre esto.
- Puntos importantes para aumentar tus seguidores
 - Montar Eventos – Crea un evento para todos los farmers markets en donde vendes: Cuando alguien busca en Facebook por “eventos cerca de mi hoy” – ellos pueden ver tu negocio en su búsqueda. Esta es una oportunidad gratis para atraer nuevas personas.
 - Crea diferentes eventos para cada mercado, aunque ocurran el mismo día porque los eventos son geográficamente específicos.
 - Invita cada interacción a que les “guste” tu pagina
 - Una interacción es cualquier persona que le guste alguna publicación o comentario de tu publicación
 - Mira tú publicación – aprieta en todas las personas que les ha gustado tu publicación. Aprieta el botón de “invita” para cualquier persona que aun no les haya gustado tu página.
- Comerciales de Facebook
 - Construye comerciales o “Boost a post”
 - Stephanie ofrece una clase de 2 horas en construir comerciales, pero FB ofrece dirección paso a paso
 - “Boost a post” – elige una audiencia, escoge duración, presupuesto por día, y aprieta “boost”
 - Construye consciencia, envía trafico a tus páginas, incrementa ventas
 - Puedes hacer un “boost” antes de un mercado.

Agosto 31, 2020

Presentadora: Stephanie Koehler, Stephanie@SAKinterMedia.com

Marin Small Business Development Center

