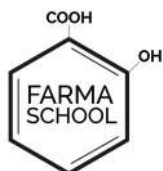


Facebook básico para farmacias

Inma Riu



BIENVENIDA

¿A quién va dirigido?

Farmacéuticos, técnicos y demás profesionales que trabajen en una oficina de farmacia (o no) y quieran aprender a gestionar la red social con más usuarios del mundo.

¿En cuánto tiempo?

Un mes. Tres módulos en total y un webinar final.

¿Modalidad de la clase?

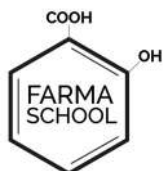
100% online

Estructura del curso:

El curso es de acceso inmediato y en él podrás aprender todo lo que tu Facebook necesita para empezar a destacar.



Hola, bienvenido a este curso de Facebook básico impartido por **Inma Riu** para Farnaschool. En este curso empezamos desde cero a abrir una cuenta en Facebook y aprendemos a sacarle el máximo partido para que en un mes puedas tener una cuenta de Facebook diferenciada y que “guste” a la comunidad próxima a tu farmacia.



Módulo 1

- Qué es y para qué sirve Facebook
- Legalidad de Facebook y Farmacia
- Facebook personal vs empresa
- Configuración de la página de Facebook: qué deberías saber
- Actividades

Módulo 2

- Empieza a dar forma a tu página: qué debes contar y cómo hacerlo
- Cómo elaborar un calendario de contenido (para Facebook y todas las redes)
- Actividades

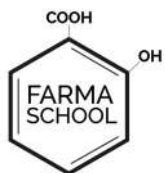
Módulo 3

- Cuentas a las que seguir
- Cómo fomentar la creatividad para tu página de Facebook
- Estadísticas básicas y frecuencia de posteo
- Cómo tener un Facebook atractivo
- Qué hacer para mejorar las imágenes en Facebook
- Actividades

Módulo 4

- Vídeo streaming diferido

¿QUÉ VAMOS A APRENDER?



Qué es y para qué sirve Facebook

Con más de 1.860 millones de usuarios (datos de Feb 2017), más de 1.000 millones de usuarios activos mensuales en Whatsapp y más de 400 millones de usuarios activos mensuales en Instagram, el “entorno” de Facebook es la red social universal (todo el mundo conoce y está suscrito) y la vía a través de la que puedes llegar a más de 4 mil millones usuarios de todo el mundo.

Los números asustan, sí, pero a la vez te permiten ver que hay millones de oportunidades ahí fuera para interactuar con tu usuario final de manera directa.

Pero exactamente, **qué es Facebook**: es un espacio en el que compartir información de lo que estás haciendo. Se trata de una red social horizontal o generalista, porque en ellas encontramos todo tipo de perfiles sin una temática definida. Aquí encontraríamos también Google+ o Twitter. Aunque Facebook permite la creación de grupos privados o comunidades a través de las que puedes crear grupos específicos y convertir esta red social generalista en vertical (son redes que conectan con un gran número de personas con una misma preferencia, hay una interacción más estrecha y personalizada y permiten conectar con profesionales de nuestro sector)¹.

¿Qué utilidad puede tener Facebook para la farmacia?

- Espacio con el que interaccionar con el usuario
- Espacio para dar a conocer las novedades sanitarias y de productos
- Espacio en el que averiguar qué interesa al usuario
- Espacio en el que ofrecer información sanitaria ampliada y consejos de salud
- Espacio para ofrecer un servicio extra, adaptarse a la nueva realidad digital

En definitiva, un canal de comunicación con el usuario cercano, humano y lleno de posibilidades muy positivas para el consejo de salud.

Legalidad de Facebook y Farmacia

Estar en medios puede no ser tan inocuo como pueda llegar a parecer, la legislación de cada comunidad autónoma es la que dictará si se puede estar en redes sociales y cómo debe estar. De manera general debemos tener en cuenta²:

1- Redes sociales verticales y horizontales <https://www.marmota-d.com/redes-sociales-verticales-y-horizontales> (consultado 11/4/17)

2- Facebook aplicado a la farmacia <https://www.clubdelafarmacia.com/wp-content/uploads/farmabooks-facebook/> (consultado 11/4/17)

- La **posibilidad de que los usuarios viertan comentarios negativos sobre nuestra marca o nuestros servicios** en las distintas plataformas en las que hayamos creado perfiles profesionales. Así, deberemos estar dispuestos a escucharlos, saber qué hacer para reconducirlos y conseguir que tengan el mínimo impacto posible en nuestra reputación *online*.

A tal efecto, será interesante disponer de unas guías internas que describan qué hemos de hacer ante una situación de crisis *online*; tanto si la gestión de tales medios la llevan a cabo nuestros propios empleados, como si la realizan colaboradores externos a nuestra organización; o incluso si lo hacen agencias de publicidad o *community managers*.

- Existen aspectos específicos del sector farmacéutico que también se han de tener muy en cuenta. En particular, hemos de **procurar que ningún usuario realice comentarios que puedan calificarse como publicidad indirecta de medicamentos o de productos sanitarios** (excluyendo los productos sanitarios publicitarios) en nuestro sitio web, o bien a través de alguna herramienta que nosotros hayamos habilitado en este.

Nuestra recomendación es no hablar de los productos que no debemos publicitar, primando siempre el principio de cautela. Por otro lado, en caso de detectarse anuncios de reacciones adversas de un determinado medicamento o producto sanitario, estos deberán comunicarse a las autoridades competentes.

Facebook personal y Facebook como negocio local, ¿qué debes saber?

Para tener una cuenta en Facebook, es necesario disponer de una cuenta personal. Es decir, tu cuenta de Facebook donde subes tus fotos, tus vídeos y compartes tus estados, por ejemplo.

Cada cuenta de empresa, va ligada a una cuenta de persona. Esta persona puede ser real o ficticia. Muchas personas utilizan la cuenta personal y otras sin embargo usan una que han creado con un usuario y una contraseña para este fin (por ejemplo una agencia de comunicación, un community manager etc).

Hay farmacias que lo que hacen es tener un teléfono específico donde esta cuenta ficticia gestiona las redes y se gestiona todo desde esa cuenta.

Sin embargo, muchas otras farmacias lo que hacen es crear esta figura “ficticia” pero también asignar perfiles de administrador o editor a los demás usuarios para que desde su teléfono móvil y en cualquier momento puedan gestionar la página.

Pero ¿qué tiene de especial una página de empresa?

- Te permite dar a conocer tu marca, negocio o causa en Facebook y conectarlos con las personas que te importan (tus amigos).
- La configuración es gratuita. Solo tienes que elegir un tipo de página para comenzar.

Una vez tengas claro que quieres tener una página de tu farmacia, debes elegir entre ellas. Para la farmacia física lo mejor es abrirla como Lugar o negocio local. Si se trata de una farmacia online, lo mejor es que la abras como empresa.



¿Por qué no puedes estar como Facebook personal si eres una empresa (farmacia)? A nivel de usuario: si estás como persona y te “dan” su amistad, esta farmacia puede acceder a ver tus imágenes, quién eres, qué haces tus estados... siempre y cuando, tu como usuario, no tengas filtros puestos de quién puede ver qué.

Si Facebook detecta que no eres una persona física y que estás usando su red como empresa, te la puede cerrar sin mediar palabra, tengas 1-100 o 100.000 seguidores.

Cómo convertir páginas personales en empresa

Es muy fácil:

1. Accede a tu cuenta de Facebook
2. Si quieres haz una copia de seguridad, sobre todo si tienes mucho contenido subido. Se hace mediante este enlace. Debes esperar a que se descargue toda la información, este proceso puede durar horas. Espera.
3. Finalmente migra la cuenta de personal a empresa mediante este [enlace](#).

Configuración de la página de Facebook: qué deberías saber

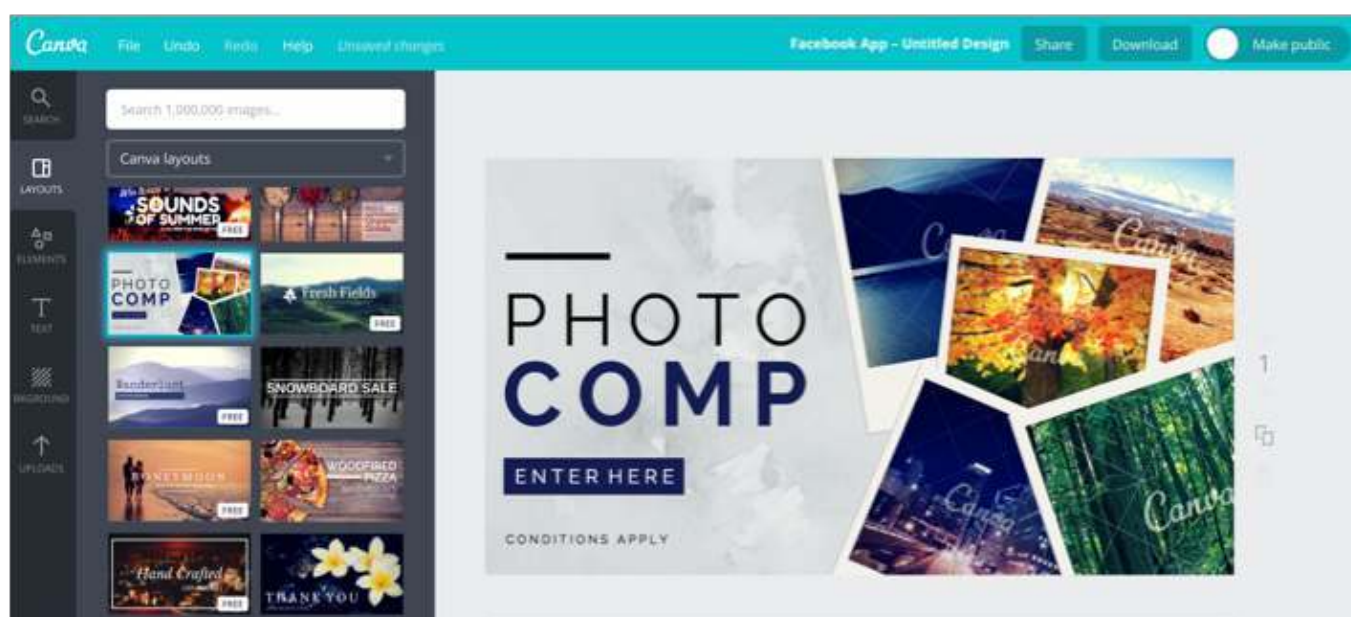
Una vez tu página está creada, es momento de añadirle las imágenes pertinentes y tunearla, tal como podrás ver en el primer vídeo en el apartado “actividades”

Es fundamental que en la imagen de perfil añadas el logo de tu farmacia y en la de portada, la adaptes al tamaño correspondientes y que (si quieres) vayas actualizando cada mes.

Sea como sea, acuérdate que la calidad de la foto debe ser buena y el tamaño el adecuado.



Si no sabes cómo hacer fotos del tamaño adecuado, siempre puedes recurrir a webs como www.canva.com a través de la que podrás diseñar tu foto de portada. Para saber cómo usar la herramienta a fondo, consulta nuestros cursos disponibles sobre este tema en www.farmaschool.com o envíanos un e-mail. También puedes registrarte en este [curso exprés](#) 100% gratuito.



Para configurar tu página, sencillamente debes entrar en la misma y buscar en la barra superior la opción Configurar. Una vez dentro es importante que rellenes todos los campos que consideres: horario, historia de la farmacia, qué servicios desarrollas.

The screenshot shows the Facebook page configuration interface. The top navigation bar includes: Página, Mensajes, Notificaciones (with a red notification icon), Estadísticas, Herramientas de publicación, Configuración, and Ayuda. The left sidebar contains a menu with options: General (selected), Mensajes, Editar página, Atribución de publicación, Notificaciones, Roles de página, Personas y otras páginas, Público preferido de la página, Aplicaciones y servicios de socios, Anuncios de Instagram, Destacados, Usar en varias publicaciones, Buzón de ayuda de la página, and Registro de actividad. The main content area displays a list of settings with their current status and an 'Editar' (Edit) button for each:

Configuración	Estado actual	Acción
Accesos directos	La página no está marcada en los accesos directos	Editar
Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
Verificación de la página	La página no está verificada	Editar
Publicaciones de visitantes	Cualquiera puede publicar en la página Cualquiera puede agregar fotos y videos en la página	Editar
Público de la sección de noticias y visibilidad de las publicaciones	La opción para limitar el público potencial para la sección de noticias y limitar la visibilidad de tus publicaciones está desactivada	Editar
Mensajes	Otras personas pueden ponerse en contacto con mi página de forma privada.	Editar
Autorización para etiquetar	Solo las personas que ayudan a administrar mi página pueden etiquetar las fotos publicadas en ella.	Editar
Otras personas etiquetan la página	Otras personas y páginas pueden etiquetar mi página.	Editar
Ubicación de la página para marcos	Otras personas pueden usar la ubicación de tu página para marcos de fotos y videos.	Editar
Restricciones de países	La página es visible para todos.	Editar
Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Moderación de la página	No se bloquea ninguna palabra de la página.	Editar
Filtro de groserías	Desactivado	Editar

Fundamental, si tienes cuenta en Instagram (de farmacia), que la asocies en el apartado correspondiente (Anuncios de Instagram).

The screenshot shows the Facebook page configuration interface with the 'Anuncios de Instagram' (Instagram Ads) section selected in the left sidebar. The main content area displays the following information:

Anuncios de Instagram

Tus anuncios de Instagram usarán esta cuenta de Instagram

Si creas anuncios en Facebook usando esta página, puedes usar @saludability para representar a tu negocio en los anuncios de Instagram. Esto te ayudará a conectarte mejor con la comunidad de Instagram.

 **@saludability**
<https://instagram.com/saludability>
 Seguidores: 1.047

Eliminar cuenta

Y también indispensable, si hay varias personas que gestionan la cuenta de la farmacia desde sus cuentas personales (tal como ya hemos comentado en el módulo 1) es importante que asignes roles de usuario en la página.

Para que nadie de tu equipo ni tú tengas miedo, no se puede acceder a tu cuenta personal de Facebook a no ser que ellos entren con tu usuario y contraseña. Si asignas roles dentro del equipo NADIE ni tú ni ellos podrán ver nada de tus/sus cuentas personales.

Es tan fácil como ir dentro del espacio de configuración, a buscar el apartado de Rol de Página y que allá asignes un rol a quien tú quieras.

Recuerda que hay diferentes roles, en nuestro caso nos centraremos en dos (aunque Facebook tiene más roles para la gestión de las páginas):

Administrador

Puede administrar todos los aspectos de la página, por ejemplo, enviar mensajes y publicar en nombre de la página, responder comentarios y eliminarlos, crear anuncios, ver qué administrador creó una publicación o un comentario, ver estadísticas, responder comentarios de Instagram desde la página y eliminarlos, editar la información de la cuenta de Instagram y asignar roles de página.

Editor

Puede enviar mensajes y publicar en nombre de la página, responder comentarios y eliminarlos, crear anuncios, ver qué administrador creó una publicación o un comentario, ver estadísticas, responder comentarios de Instagram desde la página y eliminarlos, y editar la información de la cuenta de Instagram.

NOTA: es fundamental que para poder asignar el rol de alguien en la página, este alguien siga la cuenta. Puedes encontrarlo como nombre de usuario o a través del email que usa para entrar en Facebook.

Recuerda que un Administrador tiene control total de la página, incluso para quitarte de la misma. Vigila a quién le otorgas tanto poder.





ACTIVIDADES

1. Investiga 5 farmacias que estén en Facebook y te gusta lo que hacen. Intenta averiguar por qué.
2. Investiga 5 negocios que estén en Facebook y te gusta lo que hacen. Intenta averiguar por qué.
3. Investiga 5 páginas de bloggers que estén en Facebook y te gusta lo que hacen. Intenta averiguar por qué.
4. Síguelos a todos e intenta ver sobre qué escriben, cada cuando, sobre qué escriben y cómo lo hacen.
5. Intenta asignar como editor/administrador a alguien del equipo
6. Investiga todas las posibilidades que te ofrece la pestaña de configuración

¡Recuerda! Las actividades son de autocontrol y sirven para poner en práctica lo que hemos visto en este módulo. No hay que entregarlas a Farmaschool pero, si tienes alguna duda, ponte en contacto con nosotros.

Vídeos

Puedes visualizar el vídeo *Cómo se abre una página en Facebook* [aquí](#) y el vídeo *Botón configuración, roles de perfiles y más* [aquí](#).