

Facebook avanzado para farmacias

Inma Riu

Publicidad en Facebook

Antes de empezar hablar de publicidad en Facebook es importante que conozcamos algunas de las palabras que se utilizan en la plataforma respecto a la publicidad:

- Cuenta publicitaria
- Administrador de anuncios
- Facebook pujas
- Campaña: cada campaña puede tener varios conjuntos de anuncios y cada conjunto de anuncios puede tener varios anuncios
- Presupuesto de la campaña: es el dinero que estás dispuesta pagar para cada una de las campañas, puedes modificarlo a lo largo del proceso incluso cuando el anuncio está ya publicado.
- Conversiones: conseguir el propósito de la acción, es decir si el anuncio es sobre un producto quieres vender, que no usuario entre en la página donde lo vendas y lo compre
- Coste para visitante (C.P.L.) coste de los visitantes atraídos gracias a la publicidad de Facebook
- Coste por clic (CPC) el coste medio de los clics generados por la publicidad de Facebook
- Coste por 1000 impresiones (CPM): coste medio por cada 1000 impresiones de tu anuncio en Facebook
- Frecuencia: cuántas veces se muestra un anuncio a cada usuario de Facebook, es un promedio
- Objetivo: qué quieres conseguir con este anuncio
- Participación en la página: cuando el anuncio se muestra, que acciones relacionadas con el tema del lugar en tu página
- Alcance: número de personas que pueden llegar a verte publicidad en Facebook

Cuando empiezas a trabajar en Facebook es importante que tengas claro tu público objetivo, qué quieres que mencione, quiero que transmita sea atractivo y si puedes enviar al usuario a una página específica, es decir si quieres promocionar un producto que tienes en promoción lo ideal es que defines el público al que quieres que se muestre el producto, que elabores una imagen un video que le pueda parecer atractivo y que finalmente cuando el usuario le di el clic vaya la página específica ya sea de venta, de un evento, de un webinar, o a tu club de muestras.

Algunos de los errores más comunes cuando se empieza hacer publicidad en Facebook es no crear una campaña, muchas veces lo que se hace es ir a promocionar una entrada, la página, un botón de llamada a la acción.

Además para que la publicidad funcione mejor es conveniente invertir siempre algo en la misma, aunque sean sólo cinco euros o un euro al día porque si no y esto me ha pasado a mí, Facebook hace que tu página se muestre menos cuando dejas de hacer publicidad.

Otro de los errores más comunes es no probar diferentes imagen, cuando configures el anuncio intenta colocar dos o tres imágenes para comprobar que imagen de todas ellas es la que mejor resultado .

Facebook prefiere que tus imágenes de anuncio tengan menos de un 20% de texto, es una de las normas de la plataforma, cuando intentas promocionar un contenido con más texto, el anuncio, cuando es revisado por la plataforma, puede no mostrarse a todo el público y ser menos efectivo que otros anuncios con solo imágenes o video. Mi sugerencia cuando publiques una infografía, promóciala como una imagen animada (GIF o vídeo).

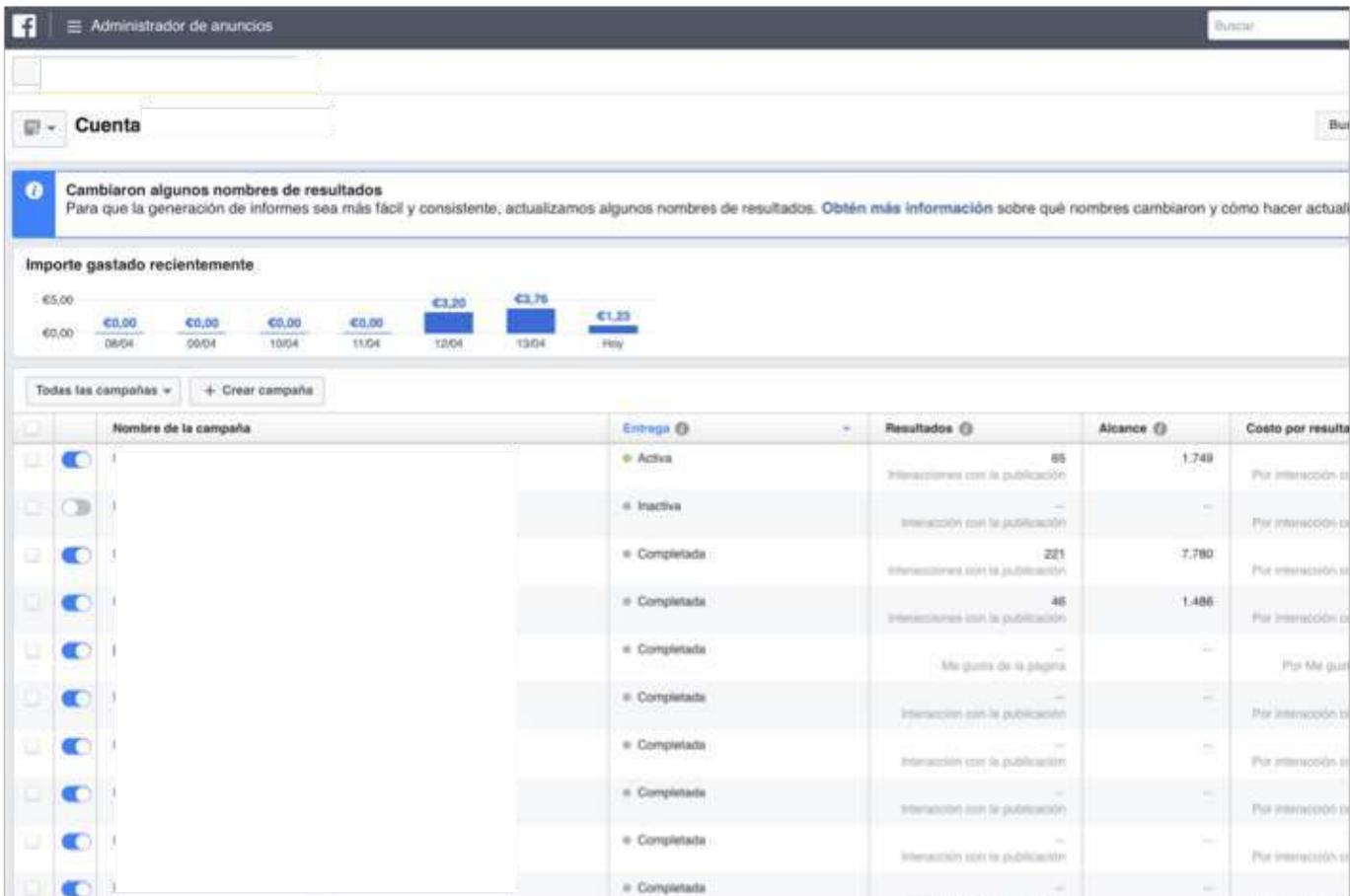
¿Qué puedo publicitar en Facebook?

Para ello es importante ver la política de publicidad de Facebook, puedes encontrarla en este enlace www.facebook.com/policias/ads pero en la farmacia podrías promocionar por ejemplo vídeos de consejos de salud, vídeos de cómo utilizar un producto, eventos que realices en algún centro,...

Manos a la obra en la creación de un anuncio (en el vídeo del módulo podrás verlo también paso a paso):



Si es la primera vez que accedes a tu cuenta a ministrar tus anuncios Facebook te va a pedir una tarjeta. Si ya has accedido a tu cuenta publicitaria puedas ver los resultados de tus campañas como te muestro a continuación:

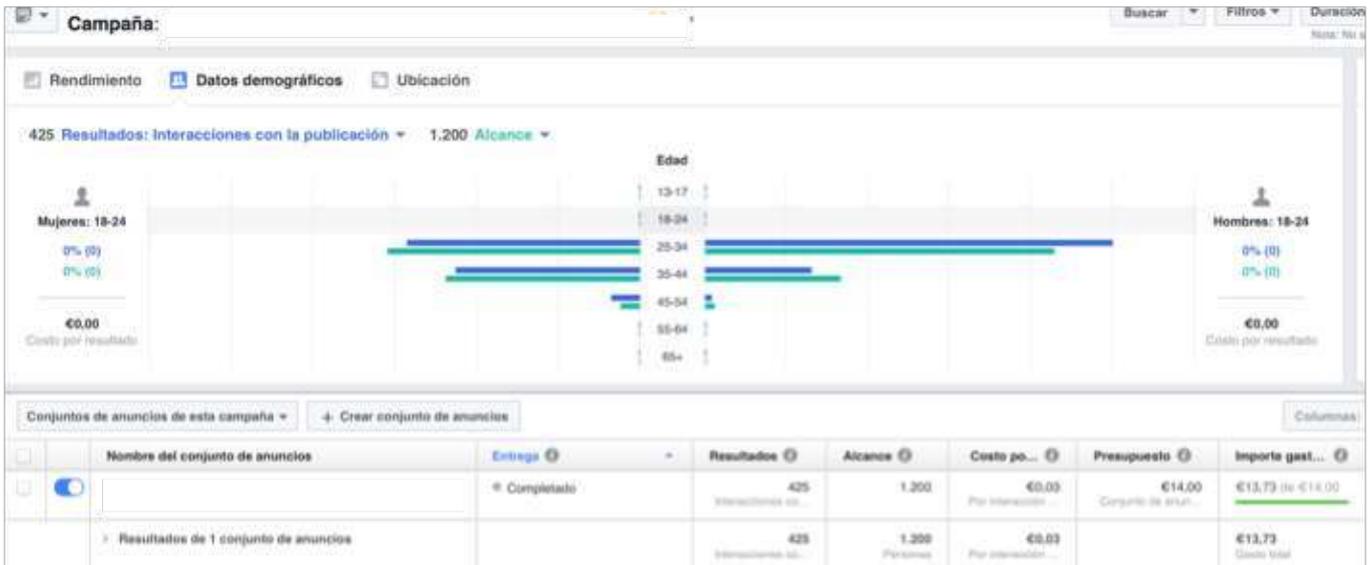


Aquí y analizando cada una de las campañas podrás identificar el éxito o no de la acción, qué tipo de usuarios han entrado en tu anuncio y la interacción con tu publicación. A continuación puedes ver el resultado de una campaña de publicidad, rendimiento, datos geográficos y ubicación.



De esta imagen podemos observar que a medida que pasan los días, la sinteracciones bajan (excepto cuando sucede un pico) y que el costo por resultado es bajo, con lo que la campaña, ha funcionado, ha tenido un 30,36% de éxito.

Franja de edad y sexo de quienes han interactuado:



Qué red social es la que mejor ha funcionado:



Para gestionar los anuncios en Facebook os sugiero que lo hagáis desde el ordenador, pero si no tenéis acceso a él y lo que queréis es examinar cómo están yendo vuestras campañas, lo mejor es que os bajéis la aplicación de administrador de anuncios de Facebook a vuestro teléfono, podréis recibir notificaciones de cómo está yendo vuestra campaña.

En el curso específico de publicidad en Facebook de Farmaschool podrás encontrar un curso muy avanzado y específico para poder hacer tus anuncios de manera muy profesional en Facebook.



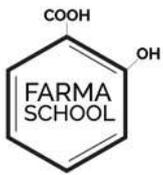
ACTIVIDADES

1. Piensa qué productos/servicios podrías empezar a promocionar. Redacta un texto y selecciona algunas imágenes. Déjalo reposar y revisa al cabo de unos días o pide a alguien de tu equipo que los revise por ti, a ver qué le parecen.

¡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.

Vídeo

En este **vídeo** podrás ver, paso a paso, cómo se hace un anuncio en Facebook y cómo hacer publicidad de algo en concreto.



Fuentes consultadas

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

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