

Evolucionando junto a los medios sociales II - El uso de Facebook

En la primera entrega de esta serie, realicé un análisis sobre la evolución constante de los medios sociales, como Facebook y Twitter y la aparición de nuevos actores, como Pinterest. En este primer artículo, que le recomiendo lea o relea antes de acceder a este, hablé de los medios sociales de manera general. Para este análisis y los que siguen, la idea es en cada uno profundizar en una red social. Hoy empiezo con la afamada Facebook.

Cualquier estrategia de internet, debe analizar tener una presencia en Facebook. Esto no es gratuito, por que según sus estadísticas oficiales, en el mes de marzo de 2012 tuvieron 901 millones de usuarios activos (usuarios que se conectaron al menos una vez en el último mes). Empresas que analizan la evolución de Facebook como Social Bakers, calculan que Colombia es el país número 14 con más usuarios activos, con casi 16.5 millones de usuarios y esta cifra está en constante aumento.

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES
CONSULTOR EN
INNOVACIÓN Y
ESTRATEGIAS
EMPRESARIALES Y DE
INTERNET



Si solo miramos los números de Facebook, esta es una gran audiencia, la cual le puede hacer gran competencia a las mejores programas de televisión en el llamado prime time. Quienes logren capitalizar una buena audiencia, tendrán grandes beneficios.

Uno de los grandes atractivos de Facebook, es que la gente decide libremente a quienes quieren "seguir" y a quienes no. Por ejemplo, Shakira hace poco alcanzó una cifra histórica al lograr 50 millones de seguidores. En empresas, el gigante Coca-Cola tiene 42 millones de seguidores, Disney tiene 36 millones y en Colombia, esta cifra la lidera Juan Valdez con un millón. Desde donde se mire, estas son grandes audiencias.

Al tener presencia en Facebook y en los otros medios sociales, siempre hay que tener en cuenta ese grado de incertidumbre del cual hablé en el anterior artículo, respecto a la evolución constante de los medios. En el caso de Facebook, hace unos 2 meses realizaron un gran cambio en la forma como las empresas manejan sus páginas. Antes funcionaban con el tradicional muro de Facebook y ahora se han trasladado a la línea del tiempo (Timeline).

Cada vez que Facebook hace cambios, hay protestas y esta vez no fue la excepción. Acá lo importante es que las empresas deben acoplarse rápidamente a estos cambios y sacar provecho de la situación. Un ejemplo de esto lo está haciendo Coca-Cola, que al ser una empresa con más de 100 años de historia, puede compartir mucha información. Una de las ventajas de la línea del tiempo, es que permite añadir información histórica. Coca-Cola con su muy rica historia lo está capitalizando, añadiendo imágenes de cómo fue su fun-

dación y su publicidad hace muchas décadas. Para quienes están interesados en la historia de la empresa, esto será de mucha utilidad. Hago una invitación a tantas empresas colombianas con muy rica historia, a que desempolven sus archivos, los digitalicen y los compartan en Facebook, ya que será una manera sencilla de mostrar los logros e hitos de sus empresas y cómo han contribuido al desarrollo del país.

"HAGO UNA INVITACIÓN A LAS EMPRESAS COLOMBIANAS A QUE DESEMPOLVEN SUS ARCHIVOS Y LOS COMPARTAN EN FACEBOOK"

Otro aspecto que cambio recientemente en Facebook es el manejo de las pestañas. Aunque esta funcionalidad sigue existiendo, su diseño y funcionalidad cambio. Por ejemplo, antes del cambio el administrador po-

día configurar su página en Facebook para mostrar una de estas pestañas en lugar del muro, a los usuarios que no eran seguidores. Esta funcionalidad desapareció. Para que los usuarios accedan a las pestañas, toca ser ahora mucho más creativo y ofrecer un alto valor.

Un tercer cambio y también grande, es la foto de la portada. Ahora es una imagen más grande, donde se puede dar a conocer mucha información. Sin embargo, tiene algunas limitantes respecto a que puede ir aquí. Una de las restricciones es que no se puede incluir precios, ni descuentos. Tampoco pueden incluir direcciones web, físicas ni de contacto. Antes de montar contenido y para evitar ser sancionado, recomiendo que revise las políticas de estas fotos, conocidas en inglés como Cover Photos.

Estos son algunos de los principales cambios y evoluciones que ha tenido Facebook en los últimos meses. En la próxima entrega haré el mismo ejercicio, pero esta vez enfocado en Twitter.