

Índice de contenidos

Introducción	13
Contenido del libro.....	13
A quién va dirigido este libro.....	16
Convenciones	16

CAPÍTULO 1.	Facebook y los Social Media	19
	Qué ocurre con los Social Media... de verdad	19
	Qué ocurre con Facebook... de verdad	22
	Fuera películas, Facebook... no es "La Red Social"	25
	Redes Sociales o... ¿Social Media?.....	26
	Datos y números de hoy... mañana ya veremos	27
	Pero qué manía... por qué Facebook y no otro.....	29
	Entonces Facebook... ¿sí o sí?.....	31
	Y el futuro... menos de lo mismo.....	31

CAPÍTULO 2.	Establecer los objetivos y analizar la estrategia	37
	Facebook se debe utilizar para... lo que tu empresa necesite.....	37
	Estar en Facebook... por qué y para qué.....	40
	Tener presencia, sí... pero con un plan y unos objetivos.....	43
	Lo que son objetivos... y lo que son Fans.....	45
	Hay que defender una inversión... y convencer	48
	Investigar para conocer mejor... a nuestro público objetivo	53

CAPÍTULO 3.	Definir la estrategia de contenido	59
	Su importancia... extrema	59
	Adecuado... para egoístas	60
	El dúo dinámico... contenido y estrategia	62
	El Fan... mi tesoro escondido	63
	Compartir... lo personal	64
	Actualizar... según el objetivo	66
	Actualizar... "sin ton ni son"	67
	Fórmulas y sobre todo... ideas	67
	La estrategia de contenido... una filosofía	69
	El documento... con la estrategia	71
	Temas e ideas... un brainstorming	73
	Recetas para cocinar... actualizaciones interesantes	75
	Contenido y marketing... imbatibles	77
	Marketing... unido a contenido	79
CAPÍTULO 4.	Las claves de la publicación	85
	Publicar... o mejor conversar	85
	Modelo de publicación tradicional... modelo banal	87
	Publicamos siempre... para un usuario muy especial	87
	Publicación... y recomendación	91
	Conversar... guardando las formas	93
CAPÍTULO 5.	Las bases del nuevo Facebook Marketing	97
	Conversar... para vender	97
	El usuario... ya no es lo que era	98
	Cliente, conversación, coste y... comodidad	101
	Facebook Marketing y... los cimientos	103
	El Facebook Marketing Plan... imprescindible	105
	Algunas aclaraciones y... estrategias	107
	Geomarketing... y la incertidumbre Facebook	111
	Marketing de localización... las claves	113
	Geo... venta	113
	El futuro... a corto plazo	116
CAPÍTULO 6.	Perfil, Página de Fans y Grupo	119
	Cada cosa en su lugar... Perfil, Página de Fans y Grupo	119
	El Perfil de usuario... normalmente una cuenta personal	121



La Página de Fans... de persona, empresa o actividad	123
El Grupo... sobre cualquier iniciativa	125
Elegir Perfil personal... o Perfil profesional.....	128
Elegir Perfil... o Página de Fans	129
Elegir Página de Fans... o Grupo	130
Convertir un Perfil en Página de Fans... automáticamente	132

CAPÍTULO 7. El Perfil de usuario 139

El Perfil... presentarse en sociedad	139
Una representación... digital	143
Hay Perfiles que identifican... todo tipo de elementos	144
Un nombre de usuario... profesional	145
La información del Perfil... y su privacidad	147
El Muro	150
La publicación en el Muro... y su privacidad	151

CAPÍTULO 8. Los Grupos 155

Los Grupos y... sus bondades	155
El Grupo y... los objetivos	156
La doctrina del Grupo y su... estrategia	159
Tipos de Grupos... según la privacidad del contenido.....	162
El Grupo... adecuado según los objetivos marcados.....	164
Las bondades... de los Grupos.....	165
Crear un Grupo... una tarea sencilla.....	166
Configurar el Grupo... adaptarlo y personalizarlo	168
Invitar a usuarios... a unirse al Grupo.....	169
Eliminar el Grupo... algo difícil.....	171

CAPÍTULO 9. La Página de Fans 175

Qué es realmente... una página de Fans	175
Comenzar con objetivos... e identidad	175
La Página de Fans y... su plan de desarrollo	177
Las tareas... con la Página de Fans.....	179
Crear la Página de Fans... muy sencillo.....	180
Primeros pasos... la información básica.....	182
Configurar y... comenzar	184
La Página y sus secciones más importantes	185
Toda Página... quiere su Vanity URL	186

CAPÍTULO 10.	Los componentes de la Página de Fans	189
	La Página y... su estructura	189
	El Muro y... sus opciones de publicación.....	189
	Mensajes del Muro... responder o borrar.....	191
	Fotografías... más madera para el Muro.....	193
	Enlaces... para viralizar	195
	Vídeos... y su publicación.....	197
	Pregunta... a modo de encuesta básica	199
	Notas... como en un blog.....	202
	Eventos... para unir lo off-line con lo on-line.....	206
CAPÍTULO 11.	Aplicaciones y servicios de la Página de Fans	209
	Aplicaciones... el secreto del éxito	209
	Todo son ventajas... menos la privacidad.....	210
	Buscar aplicaciones... existe una adecuada.....	211
	Instalar aplicaciones y... configurarlas.....	213
	iFrame... la personalización de una Página de Fans.....	215
	Aplicaciones para... desarrollos personalizados	217
	Aplicaciones para... complementar acciones	218
CAPÍTULO 12.	Lograr una verdadera comunidad	223
	El centro es el usuario... y el usuario	223
	La comunidad... es de todos	224
	Conceptos y... raíces	226
	Mitos y creencias... casi todas falsas.....	227
	Los ciclos de vida... y de muerte.....	229
	El valor de las relaciones... y las reacciones	229
CAPÍTULO 13.	La suma importancia de los contactos	233
	Contactos son... Amigos y Fans	233
	Buenas relaciones... éxito asegurado	235
	Facebook incentiva... el networking	237
	Facebook para... encontrar oportunidades	237
	Claves para disponer de Amigos... de calidad.....	238
	Amigos sí... pero valiosos	239
	Las redes de Facebook... una interesante opción.....	240
	Cómo unirse a una red.....	240
	La recomendación... un objetivo	242



Mejorar... para crecer.....	243
Errores a evitar.....	244
Conexión de Facebook con... LinkedIn.....	245
Conexión de Facebook con... Quora.....	248

CAPÍTULO 14. Monitorización, medición y análisis 251

Monitorizar, medir... y sobre todo analizar.....	251
Proceso de medición... y análisis.....	252
Tres claves de medición... en Facebook.....	254
Facebook Insights... la analítica interna.....	255
Insights y... las métricas básicas.....	257
El contenido... y sus métricas.....	259
Monitorizar un sitio Web... y sus elementos sociales.....	261
Exportar los datos de Insights... a CSV o Excel.....	262
EdgeRank... monitorizar la calidad de la publicación.....	263
Monitorización... herramientas y aplicaciones.....	266

CAPÍTULO 15. Facebook Commerce 273

Facebook Commerce... en cifras anecdóticas.....	273
Facebook Commerce... y el usuario.....	274
Queda establecida la... compra social.....	275
La clave está en disponer de... una f-store.....	278
F-stores... convertir "likes" en "buys".....	280
F-stores... plataformas para su creación.....	284

CAPÍTULO 16. Promoción y Publicidad 289

Promocionar para... ganar.....	289
La promoción como... nuevo concepto.....	290
El reto del... contenido.....	291
La campaña publicitaria... global.....	291
La publicidad y... los Social Media.....	293
Un protagonista de futuro... Facebook.....	294
Publicidad en plataformas móviles.....	296
Las opciones para publicitarse... pagando.....	297
Facebook Ads y... sus ventajas.....	298
Historias Patrocinadas... y sus ventajas.....	302
Formatos publicitarios... sólo Facebook.....	304
La publicidad es barata... y comienza a ser cara.....	306
Recomendaciones... para una campaña exitosa.....	308

Conseguir más... por menos.....	310
Crear y publicar un anuncio... y revisarlo.....	312
Después de anunciar... controlar	317

CAPÍTULO 17. Contenido sí, pero legal y adecuado 319

Propiedad intelectual... y su mal uso.....	319
Contenidos ofensivos... nunca.....	320
De libre utilización... pero con derechos	321
El fenómeno de la documentación libre	322
La nueva propiedad intelectual... y las plataformas sociales....	323
Facebook y... legalidad	325
Privacidad, intimidad... y protección	325
Copyleft contra... Copyright.....	327
Licencias de documentación libre... tipos.....	329
Creative Commons... quitar barreras a la creatividad.....	330

CAPÍTULO 18. Clientes Facebook y herramientas de gestión 335

Herramientas completamente necesarias... y siempre en la nube.....	335
Aplicaciones de productividad... personal.....	336
La importancia de la gestión multiperfil y... multiplataforma	341
Clientes multiperfil y... multiplataforma.....	342
Enlaces cortos... siempre	347
Acortadores de URL... más que Fb.me.....	350

Índice alfabético 355