

*Porque aprender no tiene fecha  
de vencimiento, volvemos para  
potenciar tu negocio*



## ***Reinventando mi bodega en la nueva normalidad***





# Rolando Carrazco

Docente Centrum PUCP



centrumPUCP  
ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS



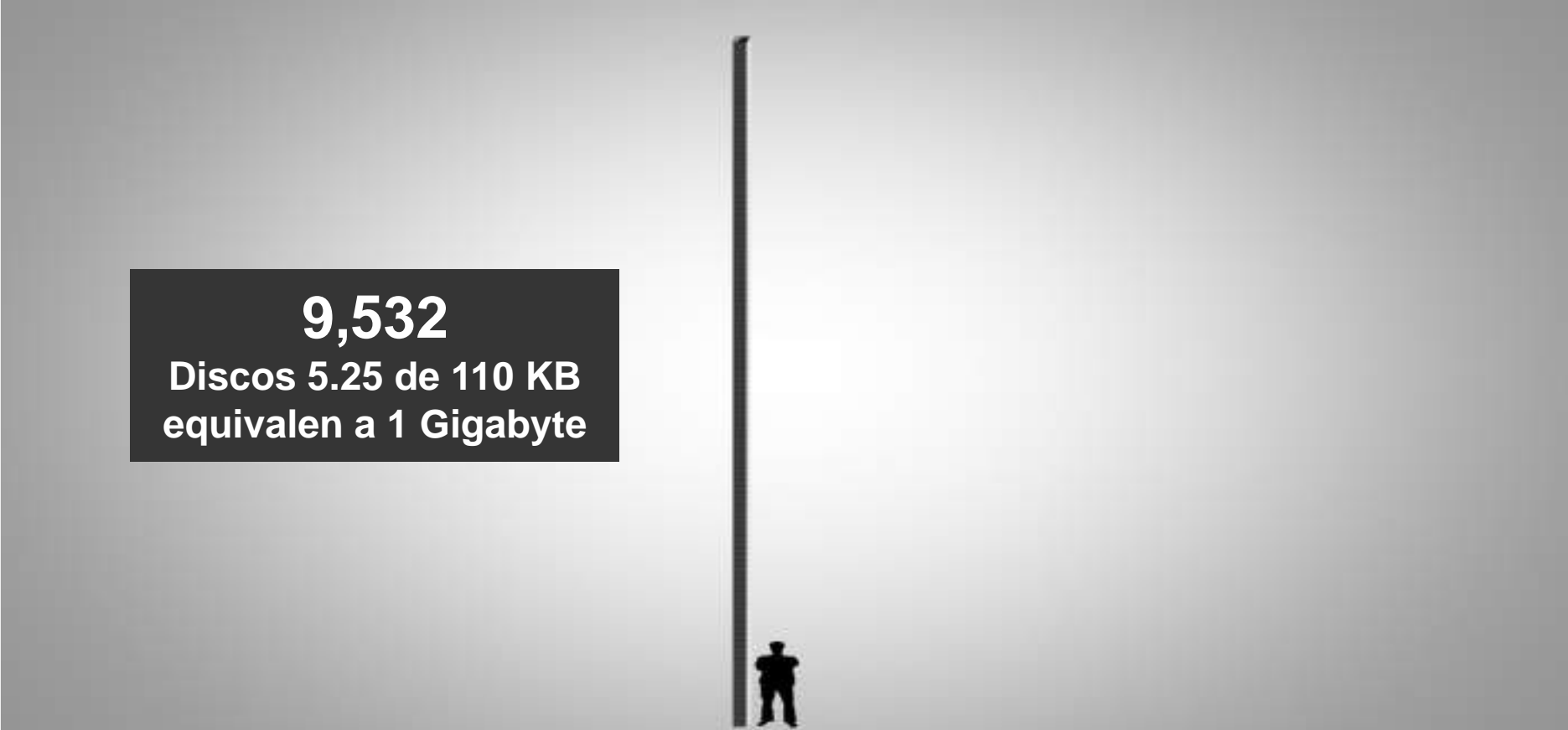




centrumPUCP  
ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS







**9,532**  
Discos 5.25 de 110 KB  
equivalen a 1 Gigabyte



¿En qué mundo  
nos  
encontramos?







JAN  
2021

## FACEBOOK: AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE\* THAT MARKETERS CAN REACH USING ADVERTS ON FACEBOOK



PERU

POTENTIAL AUDIENCE\*  
THAT FACEBOOK REPORTS  
CAN BE REACHED USING  
ADVERTS ON FACEBOOK



26.00  
MILLION

we  
are  
social

FACEBOOK'S POTENTIAL  
ADVERTISING AUDIENCE  
COMPARED TO THE TOTAL  
POPULATION AGED 13+



99.8%



QUARTER-ON-  
QUARTER CHANGE  
IN FACEBOOK'S  
ADVERTISING REACH



+4.0%  
+1.0 MILLION



PERCENTAGE OF  
ITS AD AUDIENCE  
THAT FACEBOOK  
REPORTS IS FEMALE\*



46.2%



PERCENTAGE OF  
ITS AD AUDIENCE  
THAT FACEBOOK  
REPORTS IS MALE\*



53.8%

39

SOURCE: FACEBOOK'S SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JAN 2021). \*NOTE: FACEBOOK'S TOOLS DO NOT PUBLISH AUDIENCE DATA FOR GENDERS OTHER THAN 'MALE' AND 'FEMALE'.  
\*ADVISORY: 'AUDIENCE' FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, OR MATCH THE ACTIVE USER BASE. †COMPARABILITY ADVISORY: BASE CHANGES.

we  
are  
social



Hootsuite®

ism  
Industrias San Miguel

ism  
Industrias San Miguel



centrumPUCP  
ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS

mibanco

JAN  
2021

## FACEBOOK ACCESS BY DEVICE

THE DEVICES THAT FACEBOOK USERS USE TO ACCESS THE PLATFORM



PERU

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS ACCESSING VIA ANY  
KIND OF MOBILE PHONE



97.8%

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS ACCESSING VIA LAPTOP  
OR DESKTOP COMPUTERS ONLY



2.2%

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS ACCESSING VIA BOTH  
PHONES AND COMPUTERS



25.9%

PERCENTAGE OF FACEBOOK  
USERS ACCESSING VIA  
MOBILE PHONES ONLY



71.8%

40

SOURCE: FACEBOOK'S SBF-SERVICE ADVERTISING TOOLS (JAN 2021) BASED ON FACEBOOK USERS AGED 18 AND ABOVE.

we  
are  
social



Hootsuite

ism  
Industrias San Miguel

ism  
Industrias San Miguel



centrumPUCP  
ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS

mibanco

*Haz que tu  
empresa dé un  
paso adelante  
hoy mismo*



**facebook**  
*Para pequeños negocios*



# 1 AUMENTAR EL RECONOCIMIENTO DEL CLIENTE

*Haz que corra la voz sobre tu negocio*

*Empecemos por definir tus objetivos*

- > Página de Facebook
- > Cuenta comercial de Instagram
- > Publicaciones
- > Publicaciones en Vivo
- > Historias

## *Páginas de Facebook*

# Establece tu presencia con una página de Facebook

Con una página, puedes establecer conexiones duraderas con clientes en Facebook:

- > Acceder a herramientas clave.
- > Compartir información, fotos y videos de la empresa.
- > Invita a clientes a conectarse contigo de forma directa.



**Minimarket Soto**



### Información



Abierto ahora



Minimarket, encuentra de todo para todo



littlelemon@email.com



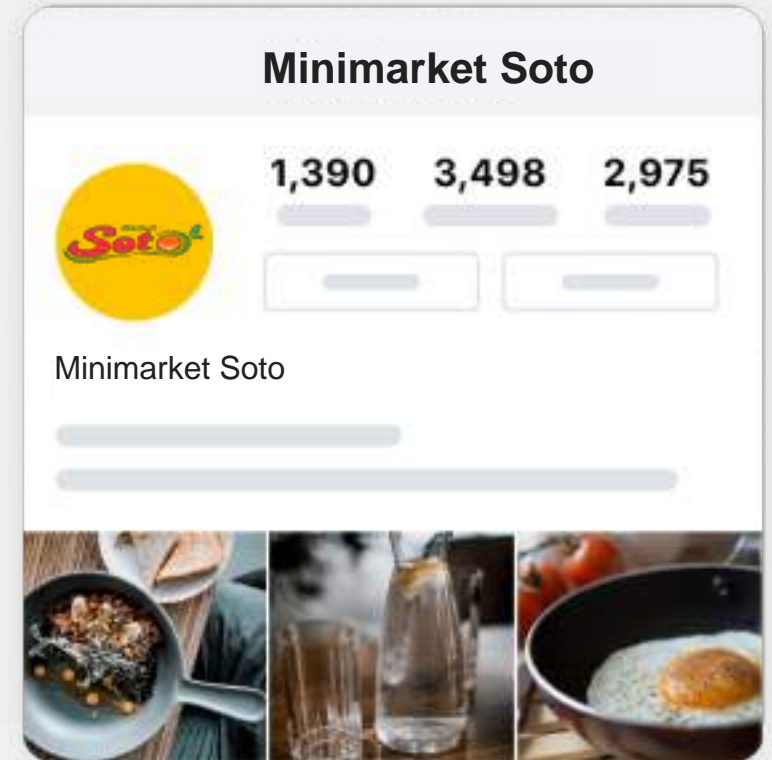
Alimentos y bebidas

## *Cuenta comercial de Instagram*

# Crea tu comunidad de Instagram con una cuenta comercial de Instagram

Conéctate con una comunidad vibrante y llega a las personas en el lugar donde descubren el contenido que les interesa.

- > Cuenta la historia de tu negocio de forma visual .
- > inspira a los clientes a que realicen acciones a través de publicaciones e historias.

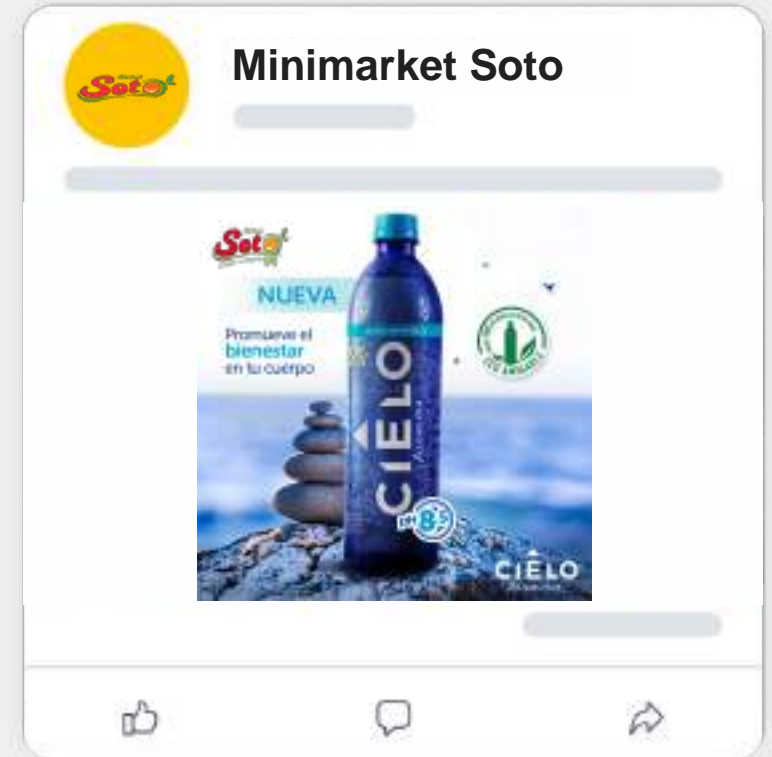


## Publicaciones

# Comparte contenido e inicia conversaciones con tus publicaciones

Las publicaciones son una excelente manera de informar sobre novedades y mantener presencia, ya que aparecen en tu página de Facebook o perfil de Instagram y en la sección de noticias de tus fans.

Incluye imágenes o videos para que tus publicaciones destaquen y llamen la atención.





## ***Facebook e Instagram En Vivo***

# **Muestra a los clientes tu producto o servicio en videos en vivo**

— Puedes transmitir en vivo simplemente con tu teléfono celular o desde una computadora si tiene cámara.

Organiza eventos y conversaciones, o muestra tus productos, el detrás de cámaras de tu negocio o muestra testimoniales de tus clientes.



## *Historias de Facebook e Instagram*

# Exprésate con historias divertidas y atractivas

Publica historias atractivas de forma constante para mantener a tus clientes pendientes de tu página.

Comparte lo que sucede en el día a día de tu negocio, destaca a tus empleados o anuncia promociones especiales.



## 2 CONECTAR CON TUS CLIENTES

*Conecta tu negocio con los clientes y consolida una comunidad*

*Empecemos  
por definir  
tus objetivos*

- > Mensajes
- > Grupos
- > Invitar a amigos

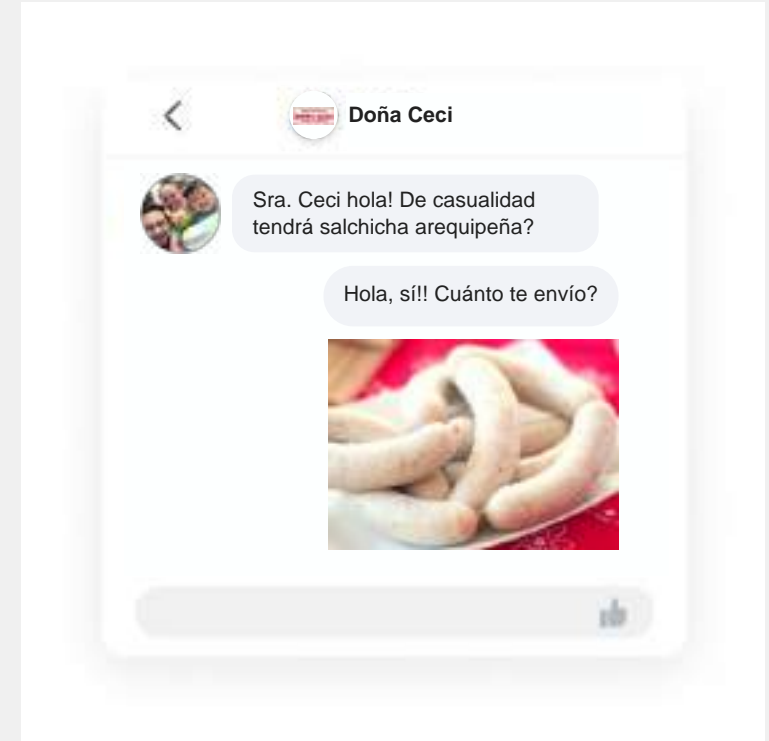
## *Mensajes de Facebook e Instagram*

# Inicia conversaciones personales con mensajes privados



Contesta preguntas y mantén las conversaciones activas para establecer conexiones reales.

Visita la bandeja de entrada de tu página para responder los mensajes que recibes en privado a través de Messenger o Instagram Direct e incluso WhatsApp.



## Grupos de Facebook

# Únete a un grupo usando tu página para conectarte con tu comunidad

Unirse a un grupo relevante es una excelente manera de participar en conversaciones y aportar el valor único de tu empresa.



## *Invitar a amigos*

# Ayuda a tus familiares y amigos a indicar que les gusta tu página con la herramienta "Invitar a amigos"

Cuando envías una invitación a tus amigos de Facebook, estos reciben una notificación que les permite indicar que les gusta tu página.

Si **más amigos tuyos** indican que les gusta tu página, más personas podrán descubrir tu negocio.



# 3 HACER MÁS NEGOCIOS EN LÍNEA

*Administra tu negocio y obtén resultados*

*Empecemos  
por definir  
tus objetivos*

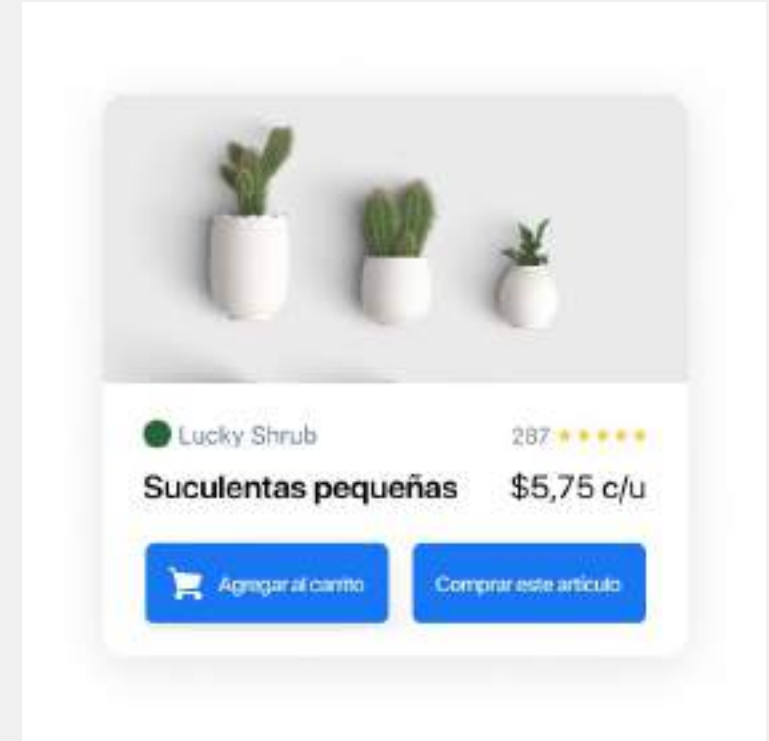
- > Tienda en línea
- > Agendamiento de citas
- > Botones que invitan a la acción
- > Organización de eventos en línea

## *Tiendas*

# Vende tus productos en Facebook e Instagram con Tiendas

— Crea una tienda online personalizable y fácil de usar que cualquier persona puede visitar en tu página o en tu cuenta comercial de Instagram.

Muestra tus productos y organiza colecciones para que algunos de ellos se destaquen.





## *Citas en Facebook*

# Administra las citas directamente desde tu página de Facebook con Citas

Agrega un botón "Reservar" para comenzar para recibir más reservas de citas.

Consulta todas las citas en tu página y sincronízalas con tu calendario personal.

Luego, envía a los clientes confirmaciones, recordatorios y mensajes de seguimiento.



Lucky



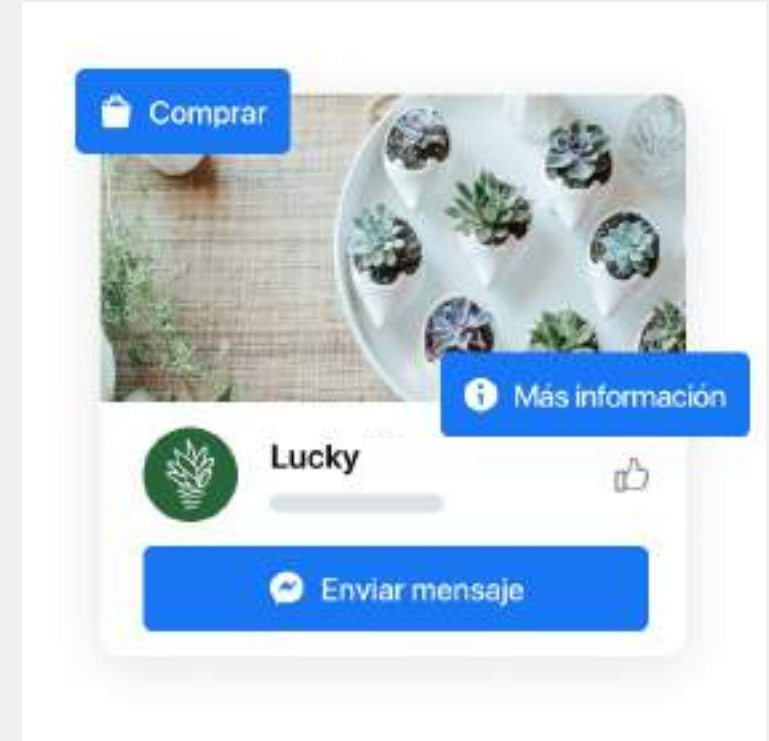
 Reservar

## ***Botones de acción***

# **Haz que sea más fácil realizar acciones en tu página con un botón**

Los botones de acción son una manera sencilla de animar a las personas a realizar una acción, como "Comprar", "Enviar mensaje" o "Reservar cita".

Los botones aparecen en la parte superior de tu página de Facebook, por lo que son una de las primeras cosas que los clientes ven cuando visitan tu página.



## *Eventos en Facebook*

# Consigue que más personas asistan a tu próximo evento

Si organizas un evento online o presencial, puedes recibir más RSVP o vender más boletos si creas un evento en Facebook.

Incluye detalles, como la fecha, la hora y la ubicación, y conecta tu plataforma de venta de boletos para optimizar el proceso.



# Publicidad en Facebook

## Encuentra a personas a las que les encantará tu empresa con los anuncios de Facebook

Crea anuncios para alcanzar tus metas, ya sea que quieras dar a conocer tu empresa, conectarte con los clientes o animarlos a comprar.

## Los anuncios te ayudan a llegar a las personas adecuadas y alcanzar tus objetivos



### Encuentra a las personas que buscas

Las personas usan Facebook para explorar y compartir lo que les encanta. Llega a las personas a las que les gusta lo que haces.



### Consigue que te descubran y te tengan presente

Hazte notar en el feed de tus próximos clientes. Comparte contenido, inicia conversaciones y entabla relaciones para llegar a ellos de forma periódica.



### Convierte las conexiones en clientes

Llega a las personas que se interesen por tus productos y servicios, y anímalas a comprar o realizar acciones.

## Paso 1

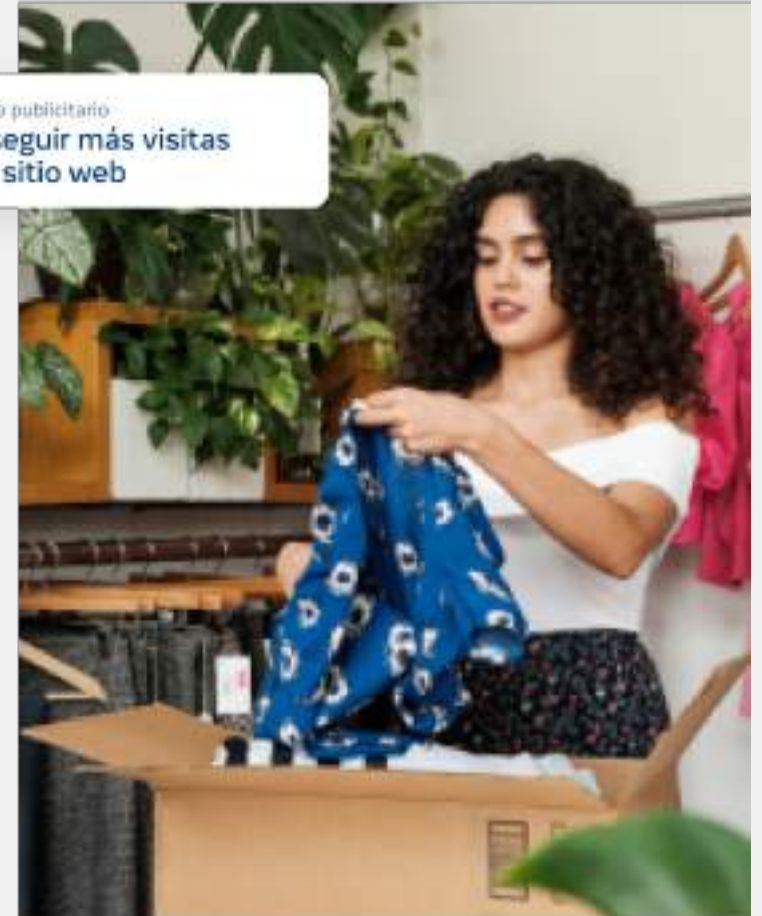
# El objetivo es lo primero

Facebook tiene distintos tipos de anuncios diseñados para diferentes objetivos. Por ejemplo, puedes dar a conocer tu marca con

**Promocionar publicación**, hacer que las personas hagan clic en un enlace mediante **Conseguir más visitas en el sitio web** o elegir **Recibir más mensajes** para invitar a las personas a que chateen contigo directamente.



Objetivo publicitario  
**Conseguir más visitas  
en el sitio web**

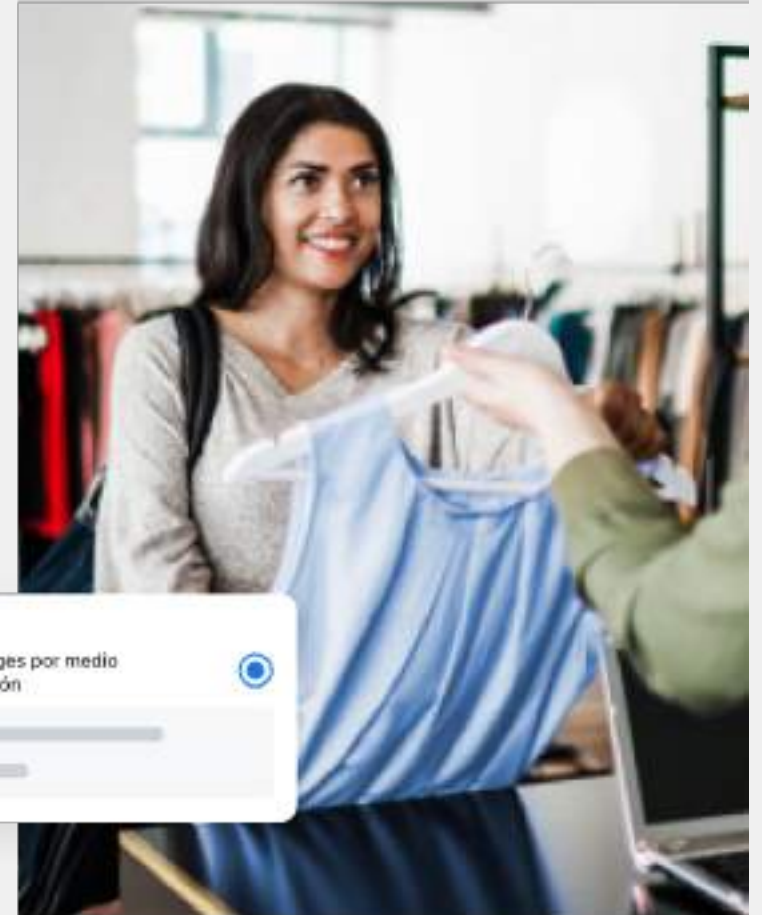


## Paso 2

# Encuentra tu público objetivo

Para encontrar a tu próximo cliente, elige quiénes quieres que vean tus anuncios.

Filtra a las personas según los intereses de tu público (por ejemplo, "Comida" o "Compras") o por edad, ubicación o sexo. Procura que tu público sea lo más amplio posible.

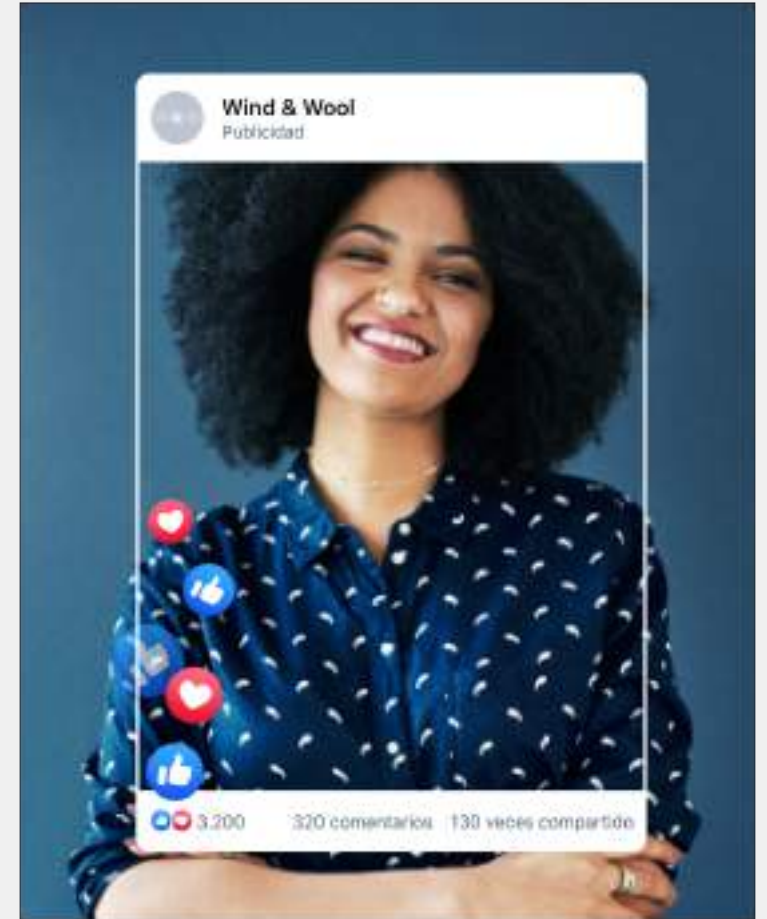


### **Paso 3**

## **Sube imágenes y contenido**

Agrega una imagen atractiva y un mensaje que llame la atención de las personas a las que quieres llegar.

Puedes destacar tus productos y servicios, o contar la historia de tu empresa.





#### **Paso 4**

## **Define la duración y elige un presupuesto**

El contenido de calidad no basta para crear un anuncio eficaz. Normalmente, las personas ven el anuncio algunas veces antes de realizar una acción.

Por eso, la decisión respecto de cuánto gastas y durante cuánto tiempo circula el anuncio también es importante.



**Presupuesto**  
**25 USD**

**Duración**  
7 días

⊖ ⊕



**Gracias**

