



7 **TÉCNICAS PARA QUE TU CENTRO DEPORTIVO AUMENTE LAS VENTAS A TRAVÉS DE FACEBOOK**

En este documento vas a aprender algunas técnicas para lograr que tu Centro Deportivo aumente las ventas y disponga de un gran número de seguidores a través de Facebook. Estas técnicas son las siguientes:

1. Conseguir un compromiso

Tu primera meta cuando ‘postean’ sobre su página, debe ser captar la atención de tus fans o seguidores y conseguir que se involucren en la información publicada. Sean **promociones, noticias, imágenes, frases, datos o simplemente información, lo fundamental es que debe llamar la atención, movilizar o inspirar a tus seguidores**. Esto significa que va a ser necesario el contacto con tu público para conocer sus preferencias y estilo de vida, ya que publicar el contenido correcto aumentará las posibilidades de que tu post sea compartido y visto por más personas, impactando directamente en la visibilidad de tu sitio, la cantidad de seguidores y potenciales compradores

Si no generas movimiento en la elaboración de post e información, no hay seguimiento de fans en tu página y por tanto no funcionará la gestión de la misma, cayendo en el olvido de tus seguidores.

Seguro que quieres comercializar tus productos - y querrás que la gente haga clic a través de tu sitio web.

Pero esto requiere:

- Delicadeza.
- Saber cómo...
- Un poco de suerte.

Es importante tener en cuenta que nuestros destinatarios finales no desean comprar siempre, sino en determinadas ocasiones y crear un nexo o relación de confianza entre el vendedor y el comprador.

Comienza por publicar contenido interesante, incluyendo:

- Fotos.
- Casos reales.
- Preguntas.
- Utilizar párrafos dejando espacios en blanco para incitar a que el destinatario piense o responda al respecto.
- Enlaces a artículos interesantes y motivadores.

De esta forma se construirá confianza con tus seguidores y conseguirán que interactúen comentando vuestros posts. Luego, una vez que se ha construido una relación de confianza entre ambas partes, se puede mezclar el enlace del post a un producto que deseamos vender, o a vuestra página web.



7 Técnicas para que tu Centro Deportivo aumente las ventas a través de Facebook

Tened en cuenta que el trabajo que realiza el algoritmo de páginas en Facebook es que tus fans sólo ven los post publicados si previamente han comenzado a seguir tu página.

Hemos de asegurarnos que el 50% del contenido que posteamos sean enlaces a nuestra web o blog. Los demás post son creados para conseguir esa relación de confianza con nuestros fans, por lo tanto nos aseguramos que TODOS nuestros post resulten noticias interesantes para nuestros seguidores.

Si todos los post o contenidos publicados son ventas, tarde o temprano la relación de confianza entre vuestros seguidores morirá y acabará escribiendo contenidos para sí mismo.

2. Presumir de tus productos

No queda ninguna duda de que somos y seremos una generación “visual”. La gente consume más imágenes, no sólo porque es una tendencia, sino porque científicamente está comprobado que el 90% de de la información transmitida al cerebro es visual, lo que se procesa 60.000x más rápido que un texto.

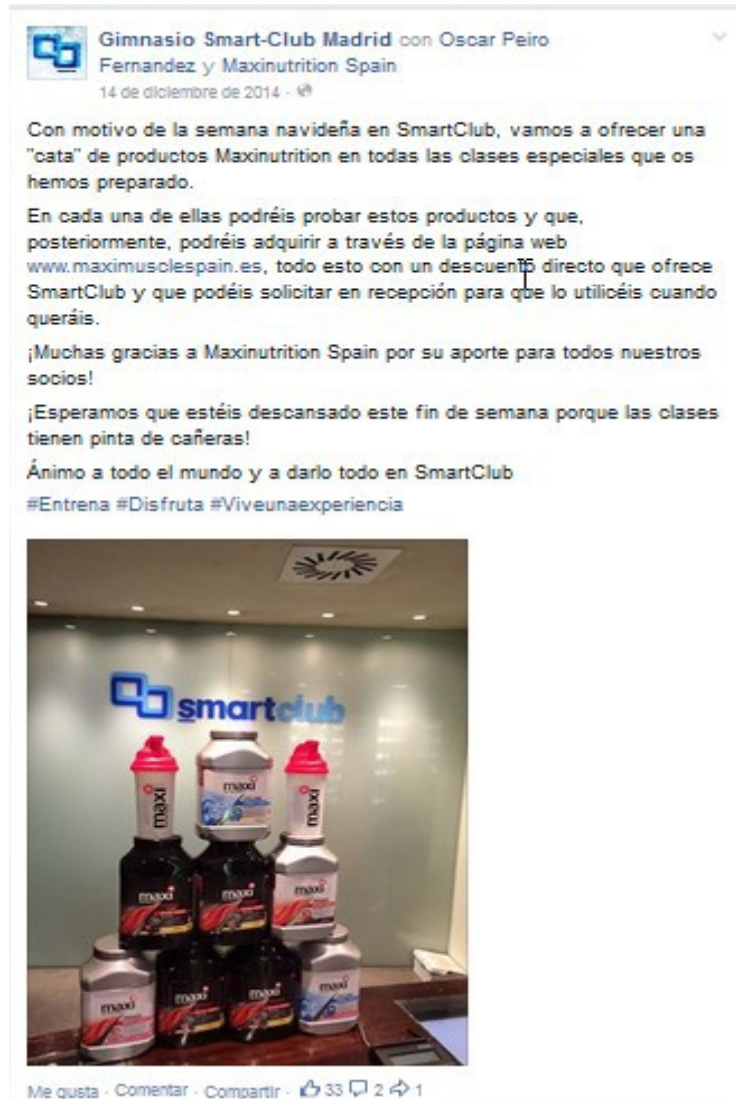
Pensad en productos tangibles o cualquier otro tipo de servicio ofrecido dentro de tu Centro Deportivo..., el poder de la sugestión es muy fuerte en Facebook, especialmente con imágenes que encienden los sentidos y pasiones de la gente.



7 Técnicas para que tu Centro Deportivo aumente las ventas a través de Facebook

En la imagen anterior se puede observar como una simple imagen de una carretera junto a un texto, incita a los seguidores de esta página amantes del “running” a clicar en “Me gusta”, comentar y compartir esta publicación.

Este es otro ejemplo claro para lograr llamar la atención de tus seguidores y realizar ventas de los productos que se ofrecen en este Centro Deportivo:



En este post creado por este Centro Deportivo:

- Hacen un llamamiento a los usuarios del Centro Deportivo que toman productos de nutrición.
- Detallan en qué consiste ofreciendo una oferta.
- Muestran una imagen de los productos.

Por lo tanto hay que tener en cuenta que junto a una buena foto o imagen, debes acompañar un link relevante que redireccione tráfico a tu web, o a un blog o noticia que quieres que tus seguidores lean. Esto va a devolverte muchos más “Me gusta”, lectores y por supuesto, compradores.

3. Conseguir “Me gusta”

Para conseguir una relación de confianza, un nexo de unión en tus posts, has de tener seguidores o fans.

¿Cómo conseguir “Me gusta”?

Muchos propietarios de pequeños negocios, obtienen sus primeros “Me gusta” invitando a familia y amigos a que hagan clic sobre sus publicaciones, ya sea a través de:

- Publicar contenido en el perfil del familiar o amigo.
- Invitar a amigos a través de su página de Facebook.

Esto siempre es bueno, siempre y cuando su familia y amigos sean los clientes potenciales que den lugar a un mayor dinamismo con sus comentarios.

No hay necesidad de fans de nuestra página que nunca van a participar - y, de hecho, tener demasiados seguidores no comprometidos a largo plazo, harán daño a su página.

Para un Centro Deportivo o cualquier pequeño negocio local, la mejor manera de conseguir “Me gusta” y ventas relacionadas con esos gustos es a través de Promociona tu página, una forma rápida de crear anuncios que aparecerán en la sección de noticias y en la columna del lateral derecho de *Facebook*.

Encontrarás esta característica por encima de la foto de portada de tu página de Facebook, en el lado derecho.



Una vez dentro podrás configurar tu anuncio introduciendo: el texto que desee, la imagen que acompaña al texto, elegir el público al que va dirigido el anuncio mediante ubicación, intereses, edad comprendida, etc, y por último introducir el presupuesto diario que van a introducir para conseguir mayor fans y hasta que fecha quieren continuar con esta campaña publicitaria.

Es aconsejable que esta campaña se ejecute durante 4 a 5 días seguidos para poder juzgar si está funcionando o no. En caso de no funcionar la campaña, es aconsejable pararla para no producir más gastos y estudiar en qué ha fallado esta promoción.

4. Crear concursos

En los últimos meses, Facebook cambió las reglas de los concursos en las páginas, no es necesario crear un concurso en una aplicación - que puede ser un reto y requiere mucho tiempo para las pequeñas empresas.

En su lugar puede simplemente publicar una actualización de texto con un concurso o una foto y ya estaría todo preparado!

Aquí podéis comprobar cómo realizar un concurso para su página en Facebook.

5. Promociona tus publicaciones

El hecho de promocionar tus publicaciones de Facebook es un acto muy sencillo que consigue óptimos resultados muy fáciles de medir, aunque se puede obtener mejores resultados mediante el uso de aplicaciones más poderosas – Power Editor o Facebook Ads Manager.

Cómo reforzar un mensaje es simple.

Debajo de cada post publicado se puede observar un botón "Promocionar Publicación", una vez hagas clic sobre este botón podrás configurar un gran número de opciones:

- Puedes elegir destino de esta publicación
- Personas a las que les gusta tu página, personas a las que le gusta tu página y sus amigos e incluso personas que eliges con la segmentación.
- Datos demográficos como puede ser la ubicación, edades comprendidas, etc.

A continuación, elegir un presupuesto para el anuncio, que depende de lo que está dispuesto a gastar.

Seguidamente hacer clic en "Promocionar" y ya está.

En el menú superior de vuestra página tendréis acceso a datos estadísticos sobre publicaciones que han sido creadas, número de seguidores de vuestras páginas, clics en "Me gusta", etc.



6. Facilidades, para contactar con vosotros

Hay dos maneras para que la gente pueda contactar con vosotros:

1. Mensajes de Facebook

Asegúrese de que dentro de vuestra página de Facebook tiene activada la opción en los mensajes para que la gente pueda enviar un mensaje de forma rápida y sencilla, ya sea en tu ordenador o dispositivos móviles.

Así mismo los mensajes de tu fan-page son una característica crucial para todo Centro Deportivo o negocio local. Tened en cuenta que tus seguidores no se preocupan por enviar un mensaje a través de tu dirección de correo electrónico, sino de forma directa.

Para activar los mensajes en tu página, entra en tu panel de administración (por encima de la foto de la portada) y haz clic en "Configuración" y luego en "Mensajes"

Página	Actividad	Estadísticas	Configuración	Conseguir público ▾	Ayuda ▾
General			Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
Información de la página			Autorización para publicar	Cualquiera puede publicar en la biografía de mi página Cualquiera puede añadir fotos y vídeos a la biografía de mi página	Editar
Atribución de publicación			Segmentación y privacidad de publicaciones	La segmentación y la privacidad de las publicaciones están desactivadas para mi página	Editar
Notificaciones			Mensajes	Otras personas se pueden poner en contacto con mi página de forma privada.	Editar
Roles de página			Autorización para etiquetar	Solo las personas que ayudan a administrar mi página pueden etiquetar las fotos publicadas en ella.	Editar
Aplicaciones			Restricciones de país	La página es visible para todos.	Editar
Modificaciones sugeridas			Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Destacado			Moderación de la página	No se bloquea ninguna palabra de la página.	Editar
Móvil			Filtro de groserías	Desactivada	Editar
Usuarios bloqueados			Sugerencias de páginas parecidas	Elige si quieres que se recomiende tu página a otras personas	Editar
Registro de actividad			Clasificación de comentarios	La clasificación de comentarios está activada en mi página.	Editar

Con esta opción habilitada, cualquier usuario de Facebook puede enviarte un mensaje a través de tu Página de Facebook o Fan Page.

2. Los números de teléfono

Como Centro Deportivo, es necesario reflejar el número de teléfono de tu negocio en la sección de Información de su página, pero también debes incluir el número de teléfono cuando se crea un post. Recordad que el 99% de tus seguidores, sólo verán las noticias o contenidos que publican, y no en tu tablón de la página, así que si incluyes en tus posts el teléfono será más fácil para que llamen al Centro Deportivo.



7. Crear una Oferta en Facebook

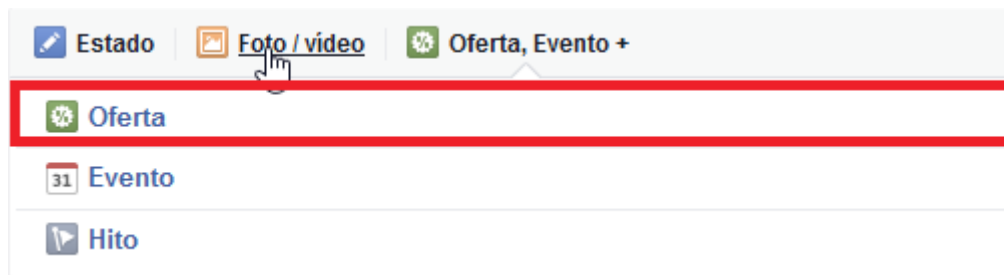
Crear ofertas en Facebook es otra gran técnica de aumentar tus ventas usando Facebook, es una gran manera de ofrecer un descuento o incentivo limitado en el tiempo a tus fans y tus amigos.

Para canjear la oferta, tus seguidores deberán de acceder a un sitio web o tienda online para poder finalizar el proceso de compra.

Las ofertas en Facebook son publicadas a través de :



Haz clic en "Oferta, Evento +" y este aparecerá:



Ahora haz clic en "Oferta" y seguidamente podrás configurar la oferta del producto o productos que desean.

En el lado izquierdo es una vista previa de tu Oferta, y en la parte derecha podrás realizar lo siguiente:

- añadir el título que desea
- elegir una foto reciente de tu página o subir una nueva foto
- elegir una fecha para iniciar y detener la Oferta

Haz de tener en cuenta que es necesario añadir “ Términos y condiciones de tu oferta ”.

Para los Centros Deportivos y cualquier otro negocio, las ofertas son impresionantes, ya que se envía a usuarios un correo electrónico para que visiten determinado lugar, web o tienda online donde pueden reclamar la oferta y de esta manera se está generando tráfico tanto de usuarios como para ventas.

¡Aprovecha esta promoción de lanzamiento de
InnoGym FB disponible **SOLO** por este mes!
¡**TODO** por 7 € el primer mes!

