

CONSULTORA SEO Y PERIODISTA

MARISOL PÉREZ

Mejora tu SEO desde Facebook

Los secretos para conseguir tráfico en tu web a través de Facebook



www.unsitdigital.es



Tabla de contenidos

GUÍA GRATIS PARA ESTIMULAR TU SEO CON FACEBOOK.

Introducción Pág. 1

Formato Pág. 2

Contenido Pág. 7

Objetivo Pág. 9

Técnicas de SEO y Marketing Pág. 11



01

INTRODUCCIÓN

01

INTRODUCCIÓN

Hay muchas herramientas y maneras de mejorar el SEO de tu web, pero una de ellas es hacerlo desde tus redes sociales.

El trabajo de calidad constante y progresivo en tus redes sociales crea una identidad digital que, sumada a las señales recibidas en tus redes, es muy beneficioso para el SEO de tu sitio web. No voy a decirte que siguiendo estos pasos conseguirás aumentar cientos o miles de visitas en tu sitio web, pero sí que estoy segura de que podrás aumentar el tráfico referido desde redes sociales, lo cual beneficia al SEO de todo tu sitio web al completo.

Si eres nuevo en esto del SEO pero quieres intentar ayudar a tu sitio web a mejorar su presencia en Internet, te recomiendo que pruebes los consejos de esta guía, pensada para personas iniciadas en Facebook, sin conocimientos técnicos de SEO, pero con mucha curiosidad e ilusión.

En esta guía incluyo algunas herramientas que me gustan y que uso día a día. Existen, por supuesto, muchas más herramientas que sirven para lo mismo, pero éstas son las que yo utilizo y las que considero más asequibles por su relación calidad precio y por su facilidad de uso, pensando sobre todo en usuarios que se inician y que no tienen un gran capital de inversión ni conocimientos técnicos avanzados.

Dicho esto, comencemos. Espero que te guste mi “Guía para Mejorar tu SEO desde Facebook”, si tienes cualquier duda sobre la misma, no dudes en comentármelo, estaré encantada de ayudarte.

Un abrazo,

Marisol Pérez

02



FORMATO

02

1. FORMATO DE LAS PUBLICACIONES

Comencemos por lo básico... ¿conoces los formatos de publicaciones en Facebook en 2020? ¿sabes cómo crearlos? A continuación una guía muy sencilla para empezar a trabajar con ellos:

Imagen/imágenes

El formato de publicación más clásico para redes sociales es, sin duda, el de imagen. No es mala idea seguir normas de composición y estilo que ayuden a que nuestras imágenes sean más estéticas. Las medidas de imagen para Facebook son de 940x788px.

Herramientas recomendadas:

Canva: No todos somos diseñadores gráficos, así que una herramienta muy útil para comenzar a diseñar es Canva. Esta plataforma nos permite diseñar creativamente para redes sociales partiendo de cientos de plantillas predefinidas y de una forma muy intuitiva, apta para cualquiera que esté comenzando, ya que permite diseñar con el sistema de 'drag and drop' (arrastrar y soltar).

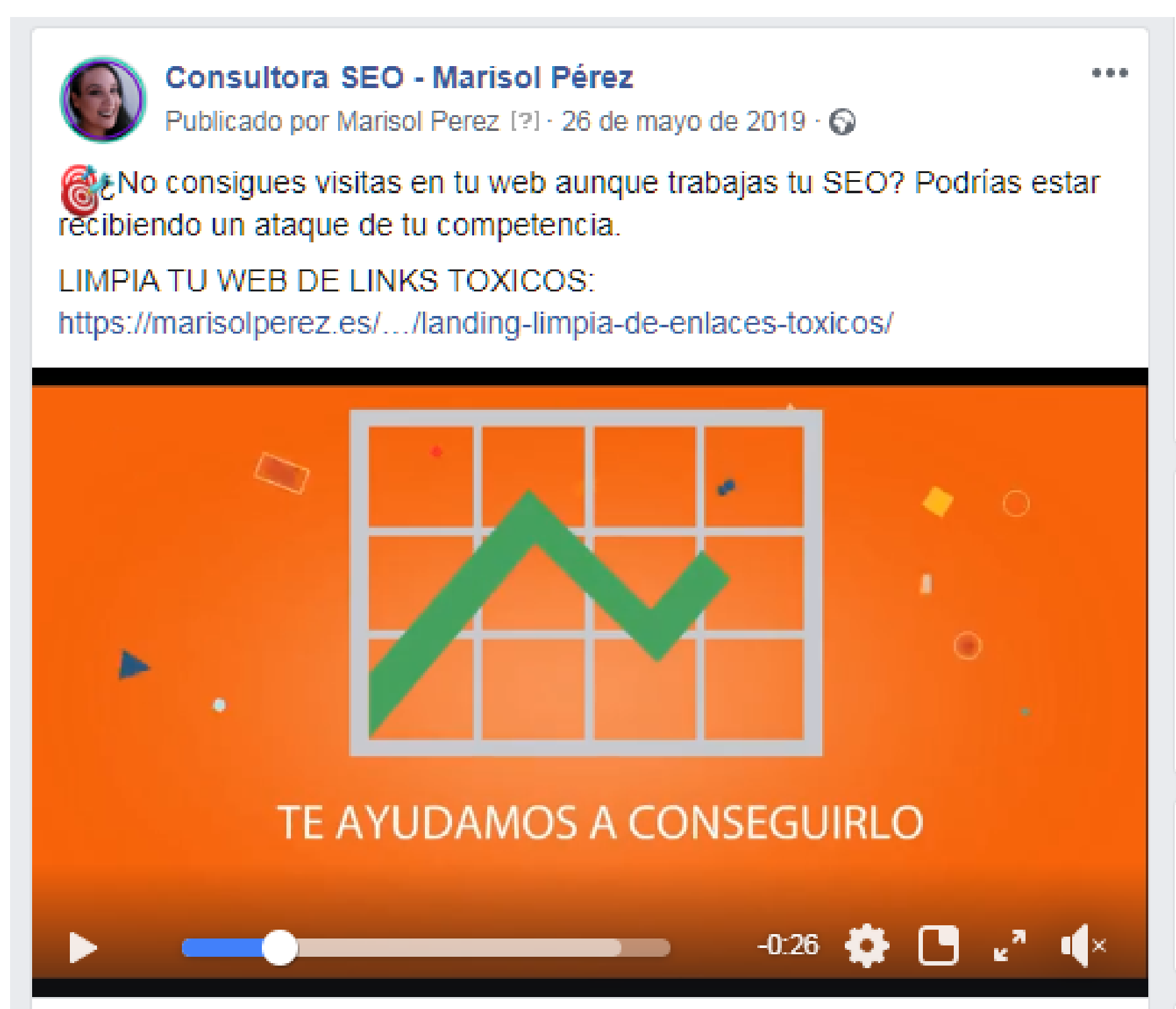


Vídeo

Los vídeos en Facebook consiguen un 65% más de interacciones que las imágenes en 2019, por lo que es muy recomendable que incluyas este tipo de formato de forma habitual en tus perfiles de marca. Facebook nos da, además, la posibilidad de crear publicaciones como “Album de Fotos”. La relación de aspecto del vídeo en Facebook es de 9:16 a 16:9.

Herramientas recomendadas:

Wondershare Filmora: Una herramienta muy sencilla para crear vídeos profesionales sin ser un profesional.



Vídeo 360°

Facebook proporciona una plataforma interactiva y envolvente para los videos 360°. Los usuarios pueden girar sus dispositivos o arrastrar el dedo por el contenido para ver estos videos.

Herramientas recomendadas:

La creación de vídeos 360° es un poco más compleja y para ella deberás tener un sistema de grabación de varias cámaras y un software de edición especializado.

Gifs animados

Aunque si nos referimos estrictamente a su formato, el gif es diferente al vídeo, en 2020 las publicaciones en Facebook a modo de gif, en muchas ocasiones, no son otra cosa que vídeos de pocos frames repetidos en bucle, simulando el efecto de este formato.

Herramientas recomendadas:

Aunque hace unos años la creación de gifs estaba limitada a los editores de animación, hoy en día tenemos muchas opciones de crear gifs animados sin necesidad de aprender programas complejos.

Por ejemplo, podemos exportar a formato gif una secuencia de vídeo corta mediante cualquier programa de edición de vídeo o utilizar la función “Crear presentación para realizar fundidos entre varias imágenes estáticas que nos da Facebook en nuestras Fanpages. Aunque, sin duda, la herramienta para crear gifs animados más novedosa de 2020, por su sencillez y acabado profesional, es la nueva “Animator Canva”, funcionalidad que Canva, herramienta de la que ya hemos hablado, acaba de incluir en su plataforma.



Embebida

Las publicaciones embebidas son aquellas que se forman automáticamente cuando pegamos un enlace en una caja de publicación. Son las más antiguas y menos personalizadas y quizá, por ese motivo, llaman menos la atención. Si vas a incluir un post embebido en tu perfil de Facebook, asegúrate de que realmente tiene valor para tus seguidores.

Herramientas recomendadas:

No hace falta ninguna herramienta adicional, simplemente pega el enlace o URL de la página que quieres embeber y Facebook creará una caja de contenido con texto y, en la mayoría de los casos, imágenes.



Carrusel

El carrusel es una herramienta de la propia red social Facebook, que nos permite crear un formato por secuencia de varias imágenes que van sucediéndose, dando un efecto de carrusel.

Herramientas recomendadas:

La propia red social de Facebook nos facilita la creación directa del carrusel de imágenes, sin necesidad de utilizar herramientas intermedias.



03

CONTENIDO

03

2. CONTENIDO DE LAS PUBLICACIONES

Quizá algo más importante que el formato y medidas de las publicaciones, es el contenido de las mismas. Aquí tienes algunos trucos para incluir el mejor contenido en tus publicaciones.

Curación de contenidos

Te recomiendo que para saber qué es lo que más le interesa a tu audiencia, antes de nada, realices una investigación, análisis y filtrado de información interesante.

Herramientas recomendadas:

Personalmente me gusta usar Evernote (agrupador de información), Feedly (agregador de RSS) y Google Alerts... aunque lo cierto es que cada persona tiene su forma de buscar y guardar su información. ¿Tu cómo guardas el contenido que te interesa para más tarde?

Comerciales

Quizá el contenido más tradicional de todos. El objetivo es vender un producto o servicio al receptor del contenido. Lo podríamos comparar a un anuncio tradicional

Evocadores/Emocionales

Dentro de este tipo de publicación la intención ya no es la de venta. Esta técnica de marketing es mucho más sutil y busca una conexión emocional entre el receptor y la marca. En estas publicaciones se asocia así, de forma subconsciente, la marca a valores humanos y emocionales. Por ejemplo, una zapatería podría intentar conectar a través de sensaciones como la “comodidad” o una cerrajería a través de sensaciones de “seguridad”, por poner algunos ejemplos sencillos.

Actividad de la empresa

Otro de los contenidos estrella que no debe faltar en tus publicaciones es el de actividades de tu empresa o acciones de tus empleados o marca. Este tipo de contenido suele generar bastante engagement por lo que te recomendamos que lo explotes cuando tengas la ocasión.

Informativos sector

Un tipo de contenido adicional que le encantará tus fans es el de noticias o novedades relacionadas con tu sector.

Blog

Finalmente, una de las armas más potentes que tienes en tu mano para dar a conocer en tus redes sociales todo lo que puedes ofrecer es tu blog, es crear contenido de calidad que genere valor añadido y compartirlo en tus redes sociales (de forma embebida o no) para darle un empujón más al interés de tus seguidores.



04



OBJETIVO

04

3. OBJETIVO DE LAS PUBLICACIONES

Tener un buen diseño y un buen contenido no nos sirve de mucho si no tenemos claro lo que queremos conseguir y cuál es el camino para conseguir dicho objetivo. Cada publicación debe de tener un objetivo concreto y una intención. Algunas de las más interesantes son:

Crear curiosidad

También para una marca, un poco de misterio nunca viene mal. Prueba a crear una publicación viral que cree curiosidad por tu marca, seguro que consigues resultados interesantes.

Dar información

A veces las redes sociales son medios de comunicación más sencillos y directos que un sitio web para enterarnos de las últimas novedades de una marca. Aprovecha su carácter segmentado para informar de todas aquellas pequeñas ventajas que tu marca tiene pero que no destacan tanto en tu sitio web o blog.

Crear lazos con tus fans

Gracias a contenidos emocionales, conseguimos crear lazos con nuestros seguidores que quedarán en su mente perfilando el branding de nuestra marca. Utiliza esta herramienta para potenciar tu Identidad digital.

Destacar ventajas de la marca

Destaca todas las ventajas que tiene tu marca, dándole la importancia que tiene cada una, de forma individual.

Crear necesidad

Por supuesto, otro de los objetivos de nuestras publicaciones en redes sociales es la de crear necesidad.

Orientar a servicios preferidos

Dedica tus publicaciones comerciales a enviar a tus fans hacia aquellos servicios o productos que más convienen a la marca.

Orientar a puntos calientes de la web

Asimismo, otro de los objetivos de nuestras publicaciones podrá ser el envío de tráfico social a puntos de nuestro sitio web que consideremos más importantes como pueden ser landing pages, formularios, tienda, presentaciones de productos, etc.



05

TÉCNICAS SEO

05

4. TÉCNICAS DE SEO Y MARKETING APLICADAS A PUBLICACIONES

Ya disponemos de un buen contenido con un buen diseño orientado a un objetivo pero... ¿cómo damos un empujón a todo esto para que REALMENTE afecte a nuestras gráficas y nos reporte un beneficio extra REAL? Algunos de las acciones técnicas para potenciar nuestro alcance y efectividad son:

Keywords SEO

Si, las keywords también son importantes en Redes Sociales. He aquí un pequeño truco: si utilizas keywords potenciales (con búsquedas altas y poca competencia) en Redes Sociales, también aumentarás el número de resultados en tus búsquedas que frente a otras palabras escogidas al azar... ¿lo sabías?

Herramientas recomendadas:

Hay muchas pero, personalmente, siempre me quedo con la clásica Keyword Planner de Google que, a día de hoy, sigue dando los resultados más ajustados en cuanto a número de impresiones, CTR y competencia.

Calendario de Contenidos

Si creamos un calendario de contenidos para nuestro blog en base a nuestras keywords... ¿por qué no hacerlo también con nuestras redes sociales? Es muy buena idea seleccionar algunas de las keywords potenciales principales de tu sitio web y dedicar algunas publicaciones a las mismas en tu Fanpage.

Hashtags

Aunque en Facebook se usan menos que en otras plataformas como en Instagram o Twitter, los hashtags, bien utilizados y sin abusar, aumentan el alcance de tus publicaciones en Redes Sociales.

Herramientas recomendadas:

Existen algunas herramientas especializadas en buscar hashtags relacionados con temas concretos que son realmente útiles. Por ejemplo, una que me gusta usar normalmente es [Hashtagify.me](https://www.hashtagify.me)

URLs optimizadas

Aunque parezca obvio, procura no incluir URLs poco optimizadas en tus enlaces, dentro de tus publicaciones. Si no te queda más remedio que enlazar a una URL poco amigable, siempre puedes ayudarte de alguna herramienta acortadora de URLs como Bitly.com.

Señales Sociales

A mayor cantidad de señales sociales envíes a través desde tus redes sociales, mejor “puntuación” recibe Google de la valoración que tiene de ti tu comunidad. Esfuérzate en conseguir interacciones auténticas y de calidad (y procura huir siempre de likes falsos o compra de señales sociales; hoy en día no son detectados o penalizan, pero ten en cuenta que es posible que “mañana” sí lo hagan).

Influencers

Como seguramente ya sabes, conseguir menciones o interacciones de valor con los influencers de tu sector o seguidores es otro de los pilares para mejorar tu comunidad y tu presencia en redes sociales, lo que beneficia a la totalidad de tu presencia en redes sociales.

Viralización

Que no es otra cosa que “mover” tu contenido a través de tu red social. Consíguelo gracias a contenido que llame la atención e invite a compartir. Infografías, tendencias emergentes, transmisiones en vivo, creación de grupos en torno a intereses comunes...

Horario de publicaciones

Consulta las estadísticas de tu FanPage para publicar en las horas de mayor alcance para tus fans... notarás la diferencia en tus informes de fin de mes.

Geolocalización de publicaciones

Otro truco para aumentar tu alcance es utilizar las opciones de localización de tus publicaciones de Facebook, ampliarán el alcance de tu publicación y te acercarán más a las personas más próximas a tu negocio.

Un último truco... geolocalización de imágenes

Un truco interesante que te tenía guardado para el final... Si geolocalizas tus publicaciones, ¿por qué no geolocalizar también tus imágenes? Prueba con Geotagonline.com, es muy, pero muy sencillo de utilizar. ;)



Espero que mi eBook te haya gustado

¡GRACIAS!

SI HAS DISFRUTADO CON ESTA LECTURA,
PUEDES SEGUIR LEYÉNDOME EN MI BLOG:

WWW.MARISOLPEREZ.ES

O ESCRIBIRME A

CONTACTO@MARISOLPEREZ.ES



Antes de irte...

¿NECESITAS AYUDA CON TU SEO?

Soy Consultora en SEO y Marketing Digital. Ayudo a mejorar la presencia en Internet de profesionales y marcas, a través del diseño web, el SEO, las redes sociales y el marketing online.

SEO // Posicionamiento web

Posiciono tu sitio web en Google con técnicas White Hat y resultados que perdurarán en el tiempo.

DISEÑO WEB

Diseño o rediseño tu web de forma muy profesional y orientada a SEO desde el primer momento.

REDACCIÓN SEO

Estudio de Keywords, calendario de publicaciones y redacción SEO.

Analizo tu web de forma gratuita 

Descubre los puntos flacos de tu sitio web de forma gratuita y sin compromiso. Escríbeme a:
contacto@marisolperez.es