

Cómo mantener a su audiencia comprometida durante tiempos difíciles

FACEBOOK

- Facebook tiene 2.50 mil millones de usuarios activos mensuales a diciembre de 2019.
- Una de cada cinco visitas a páginas en los Estados Unidos ocurre en Facebook.
- Facebook es la plataforma social líder, que llega al 60,6 por ciento de los usuarios de Internet (Facebook, 2018).
- Los usuarios de Facebook pasan un promedio de 58.5 minutos en la plataforma de redes sociales cada día (Recode, 2018).
- El 78 por ciento de los consumidores estadounidenses han descubierto productos minoristas para comprar a través de Facebook (Kleiner Perkins, 2018).



Pestaña personalizada de PADI eLearning en Facebook

¿Tienes más de 2000 Fans de Facebook?

Crea una pestaña personalizada para PADI eLearning

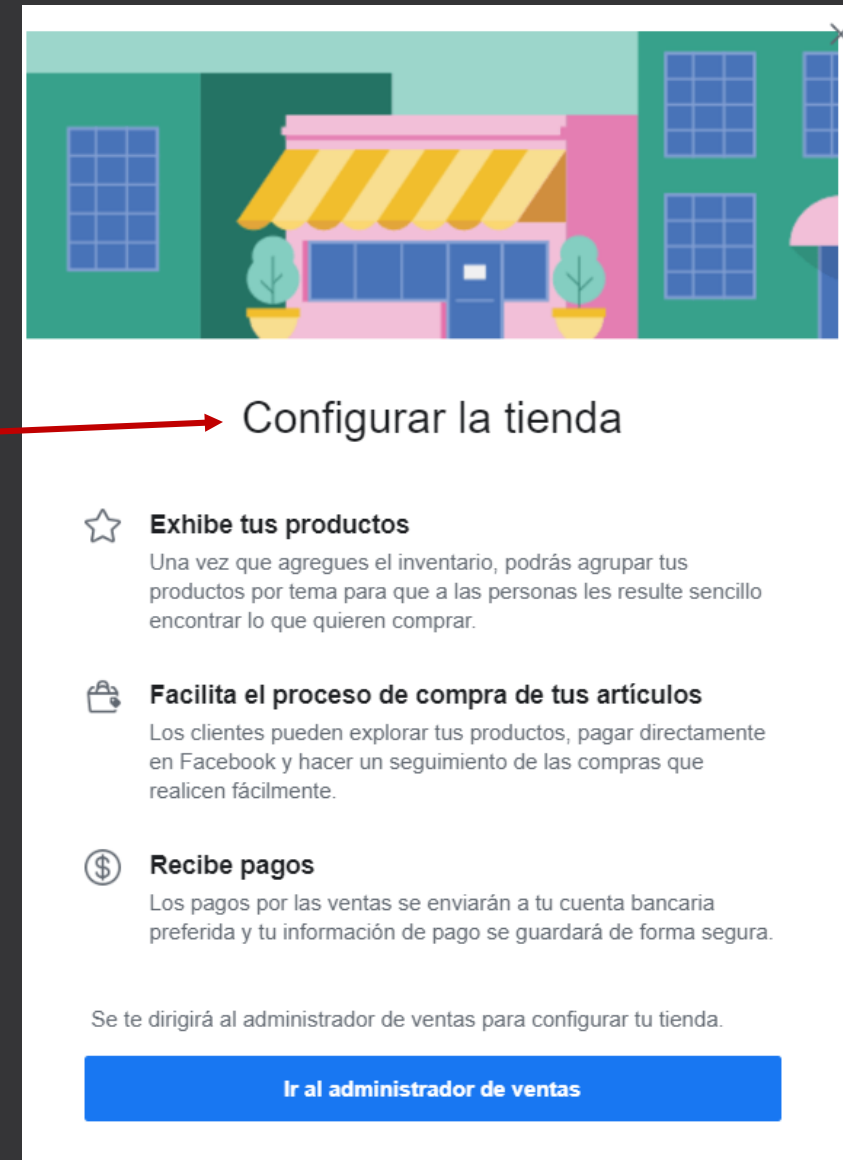
- Visite el sitio web de desarrolladores de Facebook.
- Inicie sesión y cree una nueva aplicación
- Use su enlace de Afiliado de eLearning de PADI
- Pestaña de título - PADI eLearning
- Verificar y lanzar



1. Busca en Google: "crear una pestaña personalizada de Facebook"
2. Filtrar resultados por mes pasado.
3. Lea y siga las instrucciones.

Facebook Shop

- **CONSEJO PROFESIONAL:** es mejor construirlo primero en Facebook y migrar el catálogo a su página de negocios de Instagram.
- La tienda de Instagram solo se puede activar en un dispositivo móvil.
- Configure la sección de la tienda durante tiempos lentos.

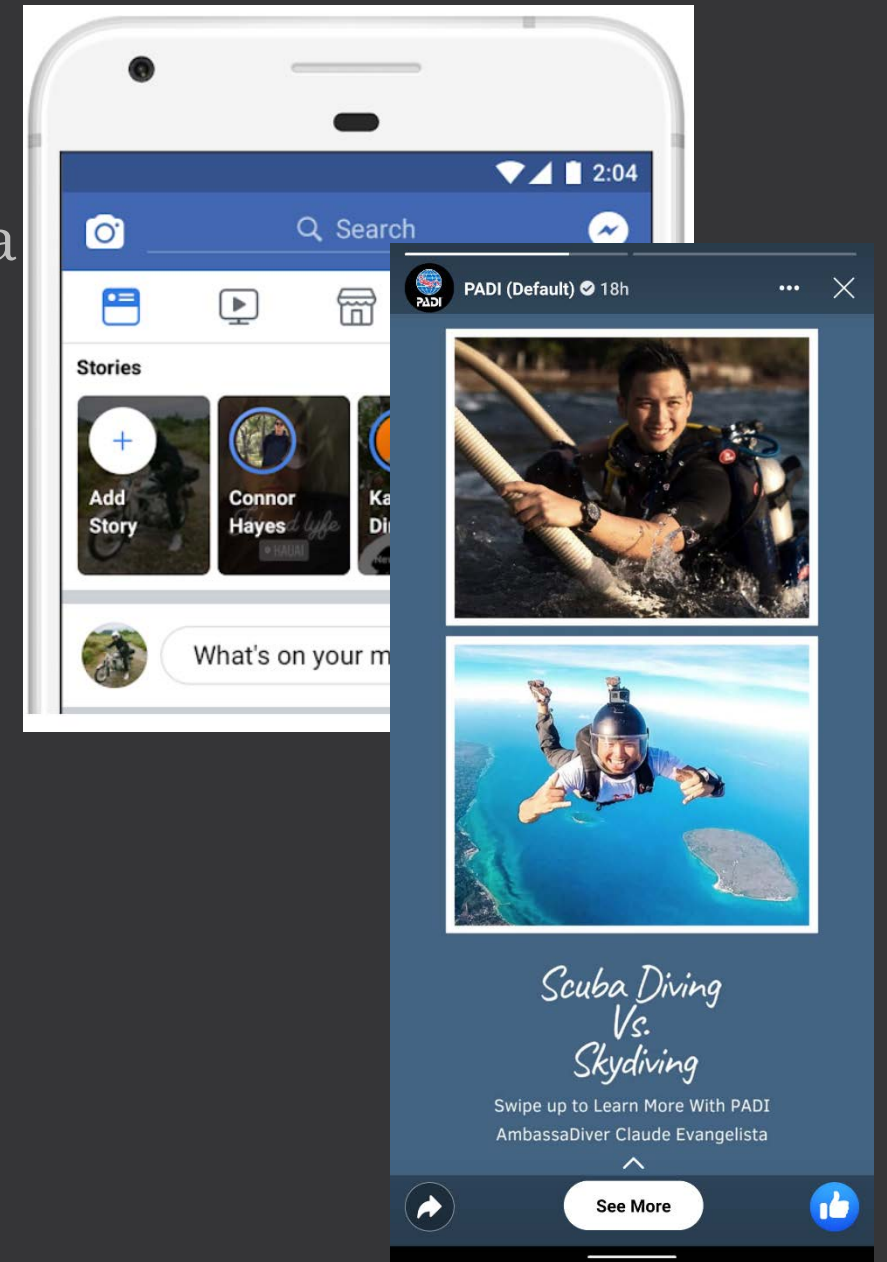


Utiliza Facebook Stories

Las historias de FB tardaron en comenzar, pero ya son mas importantes, ya que brindan a las empresas la oportunidad de agregar enlaces.

Ideas:

- Diversión, capturas del día a día
- Detrás de escena / lo que sucede en la tienda
- Introducción y historias del personal
- Preguntas y respuestas
- Mini encuestas / encuestas
- Exhibición de productos nuevos
- Enlaces a la página de destino con información especial (debe tener 10,000 seguidores)



Solicite reseñas de Facebook de sus clientes leales

Las empresas líderes utilizan reseñas en línea para publicaciones en redes sociales.

- Publica uno por semana.
- Siempre proporcione crédito a la persona proporcionando el comentario.
- Pida que los comentarios de sus clientes leales se publiquen directamente en su página.
- Solicite reseñas de video.
- También podría integrar estas reseñas en su sitio web.



Pídale a su audiencia que publique ...

- Aproveche el contenido generado por sus usuario.
- Si su publicación es contenido de alta calidad que gana mucha exposición, el equipo de medios sociales de PADI podría comunicarse para compartir en nuestros canales.
- La mayoría del contenido que se puede compartir se centra en Educación, Exploración, Comunidad y Conservación o contenido épico de estilo de vida.
- La publicación debe estar etiquetada @padi (FB, Twitter), @padi tv (IG) y / o #padi, #padi tv
- Comparta el contenido de su audiencia, especialmente si está relacionado con viajes pasados, inmersiones, eventos, etc.
- Anima a tus fans a compartir sus recuerdos



@kylextaylor

Shot at Byron Bay, Australia

Utiliza Hashtags Regularmente

Use hashtags regularmente para aumentar las impresiones y seguidores.

Concéntrese en hashtags pequeños, activos y de nicho relacionados con su negocio.

Use hashtags de tendencia para dar a conocer una campaña de ideas afines.

Cree al menos 3 etiquetas únicas para su negocio y dígalas a sus clientes que las usen.

Etiquetas que puedes usar

Use / cree una etiqueta de marca. #paditravel

Y una etiqueta de contenido / campaña. #liveaboard

Y una etiqueta de tendencia. #encasa

Y una etiqueta estacional. #vacaciones

#estamosenestojuntos
#quedateencasa
#PADIstrong
#alonetgether
#dothefive

#travel
#staycation
#vacation
#sunsout
#resortwear
#tourist
#travelbug
#honeymoon
#traveltuesday
#wanderlust
#wanderlustwednesday
#travelgram
#sun

Facebook Messenger

Mantenga abiertas las líneas de comunicación:

- Asegúrate de responder cualquier pregunta que recibas en messenger
- Ayuda a combatir la desinformación con mensajes directos
- Consulta a tus clientes a través de messenger
- Enviar ofertas especiales futuras a sus clientes VIP
- Ofrezca pagos parciales para futuras experiencias a un grupo selecto de clientes
- Chatea con hasta 50 personas

El 70% más de personas están participando en videollamadas grupales usando Facebook Messenger semana tras semana, y la cantidad de tiempo dedicado a esas videollamadas grupales se ha duplicado a nivel mundial.

CNET – Marzo 2020

