



Plan de mejoramiento en visualizaciones en Facebook:

Esto en base a los conciertos que serán transmitidos de manera online y se quiere llegar a un espectro amplio de vistas. Esta propuesta es sin la modalidad de pago por publicidad en esta red social.

Para comenzar hay que entender como funciona y que es el algoritmo de Facebook, ya que es gracias a esto donde se logra mayor o menor visibilidad e interacciones en una página.

Algoritmo: Es un conjunto ordenado de operaciones sistemáticas que permite hacer un cálculo y hallar la solución de un tipo de problemas.

Pero, ¿cómo funciona el algoritmo de Facebook?

Muchas veces no se logran ver todas las publicaciones que se realizan en nuestra página y es porque el muro no es cronológico, esto quiere decir que no se muestra desde lo primero a lo último que se ha compartido, sino que se rige por un algoritmo llamado **Edge Rank**.

Esto significa que va enfocado en nuestro publico, a ellos se le mostrarán páginas y publicaciones con los contenidos que hayan **interactuado más**, también se enfoca en **quién** publica cada post, se rige por la **temática más afín e interesante** para cada usuario y por último valora la fecha de **publicación. Todo esto en ese orden específicamente.**

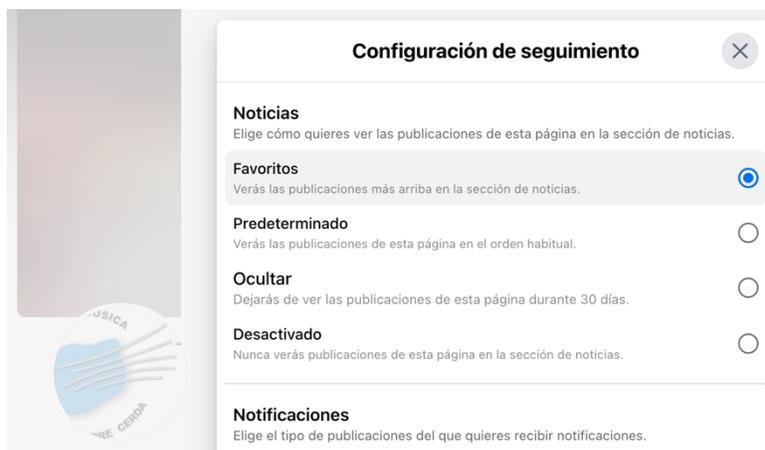
Otro punto a consideración es que cada usuario de Facebook tiene una valoración y puntuación de relevancia, eso también incide en quien comparte nuestro contenido, la idea es lograr que nuestras publicaciones sean compartidas por personas naturales que tengan **gran interacción**.

El algoritmo no se puede controlar del todo, ya que es manejado por Facebook, pero las personas que nos siguen si pueden seleccionar que contenidos ver primero, es por esto que sugiero una campaña comunicacional (afiche), para que



nuestros seguidores nos dejen en su categoría de “**ver primero**” o “**favoritos**”, dependiendo de cómo aparezca en cada perfil. (Adjunto imagen ejemplo)

**Pasos a
para lograr
interacción**



**seguir
mayor
y**

visualizaciones:

- Asegurarse de compartir contenido con regularidad, tener constantemente una publicación marcada o fijada, que sea relevante o importante para que sea lo primero que vean cuando ingresan a la página, sea público nuevo o recurrente. Esto último se puede utilizar para el último concierto compartido, así este tendrá cada vez más interacción, esto será parte de la búsqueda consciente o inconsciente.



los



- Contestar mensajes que lleguen a la



bandeja de entrada lo antes posible. Esto es porque la página informa el nivel de respuesta a los mensajes que ingresan, así los usuarios también podrán confiar en que si dejan un mensaje, será contestado. Otro dato es siempre ser quienes acaben la conversación, porque de otra forma Facebook lo tomará como mensaje no contestado.

- Mejor horario para publicaciones según estadísticas generales y estadísticas de la página “Academia de música Pedro Aguirre Cerda”, son a las 09:00 hrs, a las 12:00 a 16:00 hrs, 18:00 hrs y entre semana específicamente entre 20 y 21 hrs, esto aplica para la publicación de conciertos por streaming o transmisión en vivo, este último horario sería estratégico para tener la mayor cantidad de visualizaciones en tiempo real. Esto tiene una explicación de estudio y es que dichos horarios mencionados son los de descanso para las personas que trabajan o tienen su horario de almuerzo y para relajación utilizan las redes sociales, es por eso que los horarios más potentes son entre las 20 y las 21 hrs, pero sin sobrepasar este límite, ya que los índices vuelven a bajar. Sin embargo, de vez en cuando (sugerencia cada 3 meses) hay que hacer revisión del momento del día en que los fans de la página están más activos.



Esto también depende del

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance
22/02/2021 13:49	 https://www.facebook.com/wat			158 
19/02/2021 18:44	 Si tienes más de 12 años y			480 
19/02/2021 13:35	 Si tienes entre 14 y 18 años y			723 
18/02/2021 17:14	 Aun abiertos cupos para ser			450 
18/02/2021 17:12	 Clases y ensayos por			486 

día



de la semana, así que es necesario revisar estadística semanal para descifrar que día y que hora se logra mayor interacción.

- A diferencia de Twitter, para ser activo en Facebook no se debe exceder en las publicaciones. Para esto se debe realizar un mínimo de 3 veces a la semana y un máximo de 5 publicaciones semanales. Como toda red social es algo que se va modificando constantemente, tal como el contenido interesante para este, se sugiere que lo que se comparta sea original, que se pueda compartir fácilmente y que aporte valor y calidad a la comunidad, en esto tendríamos un punto a favor. Como va avanzando la forma de ser interesante para el público, el último dato a utilizar es publicar con emoticones, así ser más llamativo, esto es un hecho comprobado.
- El contenido multimedia es muy importante y en este punto también debemos enfocarnos y además realizar transmisiones en vivo, eso logrará posicionar aún más la página y acostumbrará a los usuarios a ingresar inmediatamente cuando se esté realizando un concierto en vivo.
- No repetir links es muy importante, al momento de compartir un enlace en Facebook cuando aparezca la previsualización del video con el texto, hay que borrar inmediatamente ese enlace, ya que será contenido duplicado y ya se tiene al momento de compartir algo. (Adjunto imagen referencial de lo que no debe suceder)

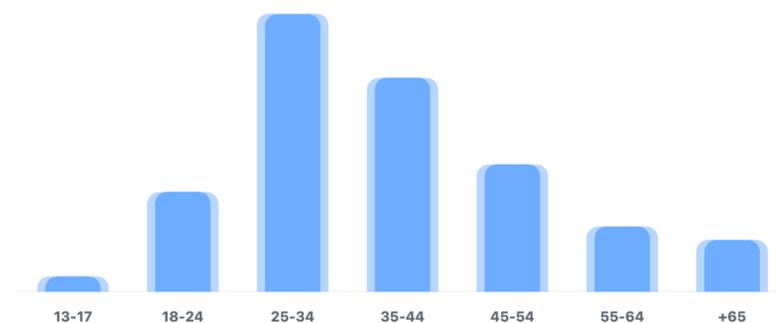




- Hablamos de la página como una marca y es importante humanizarla, es por esto por lo que al menos 2 veces al mes se debe compartir un tipo de contenido que sume a este punto en lo posible audiovisual. En este caso se deben tomar en cuenta ensayos, conversaciones con parte del elenco y acciones que muestren el día a día del trabajo en la academia. Las entrevistas al elenco están dentro de esta categorización. Es importante que los usuarios vean más allá del producto final, que en este caso serían los conciertos.
- Al momento de firmar los mails de cualquier tipo, sean corporativos, directivos o comunicacionales se debe anotar las redes sociales activas, así quien reciba puede ir directamente a ver el contenido que se está produciendo, esto también ayuda a captar más público adherente.
- Ampliar el target o rango etario de las personas que siguen la página, así se puede hacer más visible. **Este es nuestro rango actual:**

Edad y sexo de los seguidores

19 feb 2021 - 25 feb 2021 en comparación con el período anterior.



Esto se

puede ampliar interactuando desde la página con otras páginas o usuarios, dando “me gusta”, comentando, compartiendo publicaciones, así se da más visibilidad y acciones, por supuesto dar a conocer la academia es parte de esta propuesta. Esto se puede hacer con páginas que sean de similar categoría o compartan contenido que sea idóneo con nuestra página.



o Respecto al último punto se debe añadir el ser parte de grupos públicos y/o cerrados en Facebook que sean de interés y vayan acordes a nuestro contenido, así al momento de querer compartir algo relevante estos pueden ser de gran ayuda, obviamente se debe prestar la misma atención a lo que ellos quieran entregar para lograr una retroalimentación positiva, sin abusar. Lo importante es siempre estar en contacto: comentar, compartir y publicar, en ese orden para lograr lo que se está buscando.

Dato clave a la hora de compartir una publicación de una página afín es mencionar la página o persona del cual se está compartiendo, ya que eso hará que cuando distribuyan nuestro contenido también lo harán y generaremos gratuitamente una ganancia de seguidores.

Publicidad última semana previa a un concierto:

Para lograr un enganche del público previo al concierto, es necesario tomar 7 días para hacer un “bombardeo publicitario”, término utilizado en español para referirse a spam, esto quiere decir que dentro de esos días es importante mantenerse visibles y tener a la gente expectante con lo que sucederá. Hay que lograr el “top of mind” de marketing, esta expresión es ser más que nada la marca o producto que surge primero en la mente del consumidor al pensar algo específico, en este caso sería lograr que la gente tenga en mente estos 7 días el concierto que se aproxima, mientras más se acerca la fecha es cuando hay que hacerlo más frecuente.

En este ítem se recomienda publicar afiches 2 veces al día en los horarios más visitados, es decir, a las 12:00 y a las 20:00, puede ser el mismo afiche o fotos alusivas a la preparación del concierto, todo lo que facilite el marketing es viable para obtener grandes resultados, también agregar que 2 días antes este “bombardeo publicitario” debe ser con fuerza y frecuencia, esto quiere decir más publicaciones en el día, con mayor énfasis en la fecha y el horario, además de



potenciar hashtag relacionados al evento, que también deben crearse al momento de la primera publicación y estos deben repetirse de la misma forma cada vez que se publique, esto también hará que quede en la memoria de las personas y también se verá más uniforme en las redes sociales que es otro punto a lograr.