GRUPOS FACEBOOK

FUENTE: META & VILMA NUÑEZ

Desde hace algunos años, las comunidades en Facebook son el **“corazón”** de la plataforma

Cómo funcionan los grupos

Los grupos de Facebook están especialmente **diseñados para potenciar la conversación entre un conjunto de personas**

A diferencia de las fan pages, donde la marca es el emisor y los usuarios son receptores del mensaje ante el cual pueden reaccionar y comentar, **en los grupos tanto el administrador/marca como cada uno de los usuarios se convierten en emisores de mensajes.**

Cómo funcionan los grupos

- Existen grupos públicos o cerrados.
- Solo en caso de que sean privados se puede elegir que sean visibles u ocultos.
- También puedes seleccionar la temática (compraventa, mejores amigos, club, eventos y planes, familia, videojuegos, vecinos, padres, proyecto, centro educativo o clase, grupo de estudio, aprendizaje social, ayuda, equipo deportivo, viajes o personalizado)
- vincularlo a tu fan page y modificar las preferencias respecto a si los miembros del grupo pueden invitar a otros usuarios y publicar comentarios con o sin aprobación previa, entre otras acciones.

Tipos de grupos de Facebook

- **Grupos al estilo comunidad,** los administra un grupo de personas, pero tienen un estilo comunidad porque todos comparten. Hay comunidades de vecinos que tienen sus propios grupos a través de los cuales se comunican con vecinos y promocionan sus servicios o comentan cuando encuentran objetivos perdidos.

- **Grupos para alumnos de cursos online o presenciales**. A través de estos grupos puedes ayudar a tu comunidad con actividades diarias, relacionadas con tu curso.

- **Grupos temáticos.** Estos grupos se crean para intercambiar opiniones y compartir con otros profesionales iguales.

- **Grupos exclusivos.** Estos grupos se crean para compartir información exclusiva y van de la mano con una compra o alguna acción

Lo que NUNCA debes hacer en grupos que NO son tuyos

- Publicar a modo SPAM premociones de tus productos y servicios. Si quieres promocionar algún producto tuyo, deberás aportar o demostrar que lo que vendes en realidad solucionará problemas de los usuarios del grupo.
- Pedir ayuda constantemente en los grupos sin un por favor o sin educación.
- Preguntar cosas que no tienen nada que ver con la temática u objetivo del grupo
- No compartas enlaces tuyos de afiliación en grupos que son liderados por otros profesionales a no ser que te lo pidan o que puedas compartir una oferta que ayudará a los del grupo.

Lo que PUEDES hacer en grupos que no son tuyos

- Recuerda que un grupo de Facebook es sinónimo de AYUDAR y COMPARTIR. Esto significa que deberás aportar tus conocimientos cada vez que puedas, pero siempre basándote en experiencias reales.
- Sé honesto siempre y comparte experiencias reales.
- Comparte tus experiencias positivas y negativas con ejemplos para que otros aprendan.
- Pide opiniones cuando te encuentres estancado y no te olvides de agradecer siempre.
- Haz comunidad y conexiones con los miembros del grupo.

¿Para qué sirven?

- Dar soporte a clientes para un tema, curso o producto por el que fue creada la comunidad.
- Aportar valor con contenidos gratuitos sin necesidad de tener tu propia plataforma.
- Investigar y conocer las necesidades de tu audiencia.
- Promocionar otros productos que se relacionen con el propósito de esa comunidad.
- Incrementan la retención y lealtad de los clientes.
- Permiten pedir feedback sobre productos y servicios.

Guía para crear tu propio grupo de Facebook de forma exitosa

1. Define qué tipo de grupo quieres

- **Un grupo abierto** para potenciar tu visibilidad y potenciar la temática en la que profundizas y en la cual te quieres posicionar.

- **Un grupo cerrado** que crecerá poco a poco y a través del cual irás compartiendo cosas relevantes; y, sobre todo, un grupo que tendrás que dinamizar para que no se quede muerto.

- **Un grupo secreto** (que no aparece en buscadores) para crear una comunidad exclusiva de usuarios. Esto es lo que uso yo para mis cursos online.

Da click aqui para entender las funcionalidades (Artículo de Facebook)

Guía para crear tu propio grupo de Facebook de forma exitosa

2. Crea tu grupo y configura lo básico

Cuando eliges la opción de crear un nuevo grupo en Facebook tendrás que completar varios campos y preparar algunos contenidos que te detallo a continuación:

- Entra en ***facebook.com/groups*** y dale al botón de crear un grupo.
- Al momento de crear el grupo te pedirá el nombre, primeros miembros y tipo de grupo.
- Crea la cabecera de tu grupo
- Crea una publicación de bienvenida para tus nuevos usuarios y destácala. Usa una imagen atractiva y comparte un texto detallando lo más importante, aquí inclusive puedes pedirle a los usuarios que se presenten.
- Sube un primer vídeo o contenido relevante antes de abrir tu grupo.

Cómo tener un grupo dinamico

Dinamizar un grupo es imprescindible para poder aprovechar esta funcionalidad que Facebook nos ofrece de forma gratuita.

Me gustaría compartirte algunos tips para dinamizar tu grupo:

- Define una frecuencia de publicaciones
- Crea una estrategia de contenidos. Algunos profesionales que tienen grupos optan por asignarle un objetivo a algunos días de la semana. Ejemplo:
  - Domingo de reflexión
  - Lunes de motivación
  - Miércoles de Networking
  - Jueves tutoriales
  - Viernes promociones

Cómo tener un grupo dinamico

- Explota los formatos de contenidos que nos ofrecen los grupos:
    - Encuestas
    - Subida de contenidos tipo PDF´s
    - Sube vídeos
    - Haz un Facebook Live
    - Crea una nota/documento al igual que si tuvieras un blog
    - Crea un evento
    - Pide recomendaciones a tus miembros

Cómo tener un grupo dinamico

- Responde rápidamente a las dudas de tus usuarios y sé honesto cuando no sepas algo.
- Sorprende a los miembros de tu grupo con contenidos exclusivos y relevantes. Ejemplo:

-Un Facebook Live para demostrar algo interesante en directo
-Un Facebook Live para responder a dudas
-Vídeos tutoriales para responder a las dudas de tus clientes
-Premia a los miembros más activos de tu grupo.

  -

Consejos

- ¡Planifícate de forma estratégica! No hagas un grupo de Facebook sin una estrategia y objetivos claros. Si lo haces, lo único que conseguirás será perder el tiempo. Piensa muy bien cuál es tu modelo de negocio y qué quieres y puedes conseguir creando una comunidad de personas en torno a un tema relacionado con tu sector.

- Antes de crear tu grupo de Facebook valora todas las posibilidades de configuración que ofrece, tanto por tipo, como por si es público, cerrado o secreto, y otras posibilidades respecto a la moderación y participación del resto de integrantes.

Consejos

- Una estrategia que funciona muy bien es crear un grupo por cada tipo de avatar que tenga tu negocio. Sin embargo, antes de lanzarte a crear varios grupos te recomendamos comenzar con el perfil de cliente más rentable que tienes, y una vez que cuentes con un grupo en funcionamiento y reportándote beneficios, podrás comenzar a valorar la creación de nuevos grupos partiendo de tu experiencia previa.

- No te centres únicamente en tu grupo, aprovecha otras comunidades que versen sobre temáticas relacionadas con tu negocio para darte a conocer.
- Participa activamente y evita la autopromo demasiado obvia para que no te marquen como spam y puedas tener problemas de bloqueos.

Consejos

- Busca el equilibrio a la hora de moderar comentarios. Está claro que no podemos permitir que nuestro grupo se llene de spam pues dejaría de ser útil y atractivo para nuestros potenciales clientes, pero tampoco debemos limitarnos a ser los únicos emisores de mensajes, pues en ese caso estaríamos actuando como en una fan page y no como en un grupo de personas con un interés común.

- Organiza tus contenidos aportando valor y no únicamente autopromoción. Recuerda que es un espacio cuyas funciones en primera instancia son compartir, debatir y ayudar. Por ello, debes buscar un lenguaje de venta muy neutro, evitando los mensajes demasiado agresivos y la venta directa.

Consejos

- Responde lo más rápidamente posible a las dudas de tu comunidad y agradece a aquellos usuarios que se suman a la conversación, aportando información útil tanto para ti como para el resto de personas del grupo.

- Revisa a menudo las solicitudes de los usuarios para unirse al grupo. Si los haces esperar demasiado, probablemente se olvidarán de tu grupo y el entusiasmo de formar parte de él se disipará poco a poco con el tiempo.

- Si en algún momento notas que baja la participación, busca formatos de contenidos que la incentiven, como por ejemplo las encuestas o los Facebook Lives