

Vamos a ir encendiendo motores, conociendo la primera plataforma que vamos a explorar en este curso y, particularmente, vamos a comenzar a hablar un poco de Facebook, en lo que denominamos "Introducción a Facebook".

Y, particularmente, vamos a ir conociendo no solamente nociones desde el perfil de la persona, sino también, porque es interesante para las empresas y, en este caso, desde nuestro rol de Community Manager conocer esto, está en Facebook. ¿no?

Particularmente, vamos a entender que Facebook también es una manera de llegar a públicos objetivos, adquirir nuevos clientes, generar clientes potenciales o "leads", como se les dice en marketing y retener clientes existentes a través de contenidos, a través de todo lo que tiene que ver con el lenguaje conversacional que la plataforma le permite y, en particular, es interesante de manera de poder tener una presencia frente a públicos que puedan ser objetivos y que estén, en este caso, interactuando en esta red social, si así el negocio lo considera pertinente. Particularmente, vamos a ver que dentro de las funcionalidades de Facebook vamos a encontrar una variedad de cosas que podemos hacer desde el perfil personal y otra variedad de cosas que vamos a hacer desde el perfil de la página de negocios. Así que, vamos a ir explorando cada una de estas instancias, como para conocer algunas distinciones y algunas cosas y situaciones que podemos abordar en este punto y, valga la redundancia, con la plataforma Facebook. Particularmente vamos a hablar de perfiles, de grupos, de eventos y de páginas.

Dentro de los perfiles, uno también puede tener todo lo que tiene que ver con el perfil personal, en donde uno puede compartir un poco de la vida de uno, uno puede compartir algunas historias de lo que viene haciendo a nivel familiar, a nivel empresarial y demás. Muchas personas utilizan el perfil personal como para conectarse de otra manera también con su público objetivo, o para usarlo a nivel personal de contacto con las familias y amigos.

Independientemente del uso, no deja de ser una herramienta de contacto que a veces utilizamos desde páginas, lo cual vamos a ver que tiene algunas consideraciones que son muy interesantes al momento de planteamos el uso de Facebook como herramienta profesional. Pero, también, los perfiles personales tienen lo suyo, tienen su alcance, tienen su manera de conectar lo cual no hay que desestimarlo. ¿no? Y los perfiles personales permiten, ¿no?, dar una mirada un poquito más humana un poquito más cercana de lo que venimos haciendo, independientemente de la profesión a la cual estamos abocados. Luego tenemos, dentro de lo que tiene que ver con la variedad de herramientas, la creación de grupos.

La creación de grupos en función a algún tipo de proyecto en particular, algún interés en particular, los grupos, aún hoy en día, son muy utilizados al momento de generar este formato de foro, al momento de generar consultas, al momento de preguntar a la comunidad sobre algún tema, realmente los grupos son todavía, tienen en sí misma, una riqueza particular al momento de querer conectarnos, no solamente con nuestro público objetivo, sino también, con temáticas de interés en las cuales nos gustaría estar presentes.

Muchas veces los grupos permiten que se sumen páginas de empresas, pero a veces, no hay posibilidades y entonces la única posibilidad de hacerlo es a través de perfiles personales. Si nosotros queremos saber también cómo está resonando nuestra audiencia en base a algún tema crítico, en base a alguna cuestión contextual o algún temático o alguna temática de interés, puede ser interesante estar participando de grupos temáticos o de interés para nosotros, como también, crear los nuestros de manera de atraer a personas a ese tipo de formatos de foros.

Cada uno de los grupos también tiene su manera, sus regulaciones, sus reglas, como cualquier otro tipo de foro digital y es algo interesante también como para tener en cuenta el