



Comunicación

MARTES DE TIPS

EN FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Nuevo algoritmo de Facebook para 2018



Tecnológico



Administrativo



Legal



Asistencial



Análisis y Supervisión



Financiero

Desarrollo
Institucional

Como ya es habitual, Facebook está cambiando nuevamente las reglas para quienes administramos comunidades digitales. En los primeros días de 2018, Mark Zuckerberg -fundador de esta red social- anunció que la jerarquización de contenidos para el News Feed (línea de tiempo) de los usuarios se modificará, de modo que se privilegiarán los contenidos de los clientes comunes sobre los que generen las páginas de empresas, marcas o medios de comunicación. La intención es que las personas vean en su News Feed más contenido de sus amigos, familiares y grupos, para generar “interacciones sociales más profundas”, como lo expresó el mismo Zuckerberg.

Facebook jerarquiza los contenidos que publican sus usuarios a través de una serie de **instrucciones y parámetros predeterminados y automatizados que distribuyen los contenidos de acuerdo a diferentes factores** –como relevancia del contenido, autor, intereses de los usuarios, zona geográfica, etcétera- dentro del News Feed de cada perfil. A este conjunto de instrucciones se les conoce como **algoritmo**.



Lo anterior supone que nuestra estrategia digital debe tomar un nuevo rumbo, de cara a una posible baja considerable en nuestras métricas de alcance e interacción. Por ello, aquí ofrecemos cinco tips para la elaboración de tu estrategia digital para el año en curso.



Fomenta la conversación activa

De acuerdo con Zuckerberg, ver videos, leer noticias u observar actualizaciones de una página que seguimos se convierte, a menudo, en una actividad pasiva. Entonces, ofrece contenido que favorezca la conversación entre tus seguidores y opta por publicaciones que puedan ser “compartibles”. Además, interactúa directamente con las comunidades que tienen que ver con tu página.

El contenido que generes debe causar interacciones significativas entre las personas.



Opta por hacer videos en vivo

Usar Facebook Live permite a tus usuarios tener una discusión activa en tiempo real mientras te comunicas de una forma más directa con ellos. Si tienes un evento importante o algún mensaje para compartir con tu comunidad transmítelo en vivo.

Los videos en vivo consiguen, en promedio, seis veces más interacciones que los videos comunes.



Evita el Engagement Bait

De acuerdo con especialistas de Facebook, a las personas no les gusta ver publicaciones que parezcan spam, como las que piden *likes* o comentarios abiertamente sin ofrecer un verdadero contenido de valor. A esta práctica se le conoce como *engagement bait* y debemos evitarla a toda costa, pues, desde diciembre de 2017 el algoritmo de Facebook comenzó a degradar estas publicaciones de forma paulatina.

La buena noticia, al menos para nuestro rubro, es que las publicaciones que se hacen en busca de recomendaciones, para reportar niñas y niños desaparecidos o para procurar fondos a favor de una causa, no son susceptibles de esta actualización.



El Storytelling será tu mejor aliado

Ofrecer el contenido de tu página contando una historia hará que tus publicaciones sean más exitosas. El *Storytelling* consiste en transformar la información que queremos comunicar en una narración emotiva, cercana, atractiva y práctica, con la intención de que los usuarios se sientan identificados con ella y participen de una manera más activa.

Abunda en detalles, imprime emociones y ve de lo general a lo particular con tus historias.



Invierte en anuncios para garantizar tu alcance e interacción

Los tiempos en los que era fácil hacer crecer una comunidad en Facebook sólo con contenido de calidad, ya quedaron atrás. Si quieres mejores resultados, más rápidos, pon en marcha una estrategia de pauta comercial para tu página y sus publicaciones. Existen diferentes formatos que pueden ayudarte a lograr diferentes objetivos.

Para conocer toda la gama de posibilidades que ofrece Facebook para promocionar páginas y sus contenidos, visita:

<https://www.facebook.com/blueprint>

Todos los cursos son gratuitos y a través de ellos puedes certificarte en línea.

Referencias:

Mosseri, Adam. 11 de enero de 2018. News Feed FYI: Bringing People Closer Together. Facebook Newsroom. <http://bit.ly/2CSwaWC>

Silverman, Henry. 18 de diciembre de 2017. News Feed FYI: Fighting Engagement Bait on Facebook. Facebook Newsroom <http://bit.ly/2yRQhBq>

Este documento fue elaborado por **Sergio Esteban Delgado Torres**, Asistente de la Coordinación de Comunicación, Tel. 5279 7270 ext. 7209 sdelgado@jap.org.mx

Contacto Martes de Tips

Katya Butrón Yáñez

Tel. 5658 5897 ext. 8014 kbutron@jap.org.mx