

11 CONSEJOS PARA ALCANZAR EL ÉXITO EN TUS PROMOCIONES DE FACEBOOK

Guía práctica para optimizar la efectividad
de tus promociones en facebook.

Una publicación de
Cool-Tabs.com



¿QUÉ VAS A ENCONTRAR EN ESTA GUÍA?

Consejos prácticos que debes tener en cuenta a la hora de diseñar e implementar un concurso en facebook, empezando por:



Consideraciones previas sobre el papel: antes de tocar una sola tecla, conceptos que tengo que definir.



Consejos de implementación: una vez que me pongo manos a la obra, qué aspectos tengo que considerar.



Análisis posterior: parece que todo ha ido a genial, pero, ¿qué puedo mejorar?

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

1. DEFINE LOS OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN



SET
GOALS!



Antes de lanzarte a la creación de un concurso en Facebook, y en general cualquier acción de marketing, tienes que definir antes cuál es el objetivo que quieres alcanzar. Obviamente el fin último de toda acción promocional es la venta, ahora bien, las acciones que se definan pueden estar orientadas a corto, medio y largo plazo, cuyos resultados en tiempo y esfuerzo dependerán de la acción elegida.

De esta forma, podemos diferenciar entre:

- Objetivos de venta y difusión a corto plazo.
- Objetivos de imagen y notoriedad.
- Objetivos de aumentar la fidelidad de tus fans y captación de nuevos seguidores.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



1. Objetivos de venta y difusión a corto plazo

Si tu objetivo es el lanzamiento de un nuevo producto o la promoción de otros ya existentes, el concurso que definas en facebook tiene que incitar claramente a la acción. Puedes ofrecer cupones descuento, regalo de muestras o invitaciones de prueba de producto. En la propia aplicación del concurso puedes establecer el periodo de validez o bien cerrar la promoción una vez se alcance un número determinado de participaciones.

Si lo que quieres es atraer visitas a tu web o aumentar tu base de datos y suscriptores, siempre podrás añadir una condición para que los usuarios que participen en la promoción pasen a formar parte de tu base de datos. Para este tipo de promoción te recomendamos [Cool Promo](#) (disponible también con opción [White Label](#)). Puedes encontrar más información en: [Cómo crear un concurso para regalar cupones de descuento](#)



2. Objetivos de imagen y notoriedad

Si lo que persigues es generar mucha viralidad y aumentar de forma rápida tu número de fans, lo que debes diseñar es una promoción muy potente, con un premio muy jugoso y que incite al usuario a compartirla con el mayor número de amigos. Como ya explicaremos con detalle en el siguiente capítulo, para realizar esta acción y según el nivel de participación que exijas a tus fans, puedes optar por cualquiera de las tres promociones que ofrecemos: [Get Fans Promo](#), [Cool Promo](#) o [Buzz Promo](#), también con la opción White Label.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

3. Objetivos de aumentar la fidelidad de tus fans y captación de nuevos seguidores

Si lo que persigues es reforzar el vínculo con tus seguidores o bien romper la monotonía y sorprenderles con una acción original, puedes optar por lanzar un concurso en el que se premie la creatividad de los usuarios a la vez que ofreces un premio atractivo. No hace falta que la cuantía del premio sea demasiado elevada, lo más importante en este caso es que atraigas la atención de tus fans con una promoción que despierte su interés. Para este tipo de acción te recomendamos [Cool Promo](#) o [Buzz Promo](#), también con la opción White Label.



Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



2. DEFINE EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN QUE VAS A PEDIR A TUS FANS



En todos los concursos que se realizan en Facebook uno de los objetivos de base es **crear viralidad y captar nuevos fans**. Una vez que hayas definido tu público objetivo y lo que quieres conseguir, puedes optar por realizar un concurso sencillo en el que sólo pides a tus fans que se apunten a tu promoción, o bien optar por un concurso en el que se premia sobre todo la participación. Según esto, estarás demandando más o menos esfuerzo a tus fans, pero también estarás consiguiendo que difundan en mayor o menor medida tu promoción.

Por ejemplo, si lo que quieres es regalar una muestra de tu producto a tus fans, tiene más sentido que optes por un concurso sencillo, por ejemplo: regalo solo por participar, a los primeros en apuntarse, a quien invite a un determinado número de amigos a la promoción... etc. Pero si lo que quieres ofrecer es un premio de mayor cuantía, sí que podrías diseñar un concurso en el que se requiera mayor nivel de participación, por ejemplo: Concurso al vídeo más votado, un concurso de relatos, fotografía..., o bien optar por soluciones mixtas, como por ejemplo, el video del concursante más votado y que a su vez más fans atraiga a tu promoción.

Una vez que hayas definido el funcionamiento del concurso, sólo tienes que escoger la promoción que más se adapta a tu idea y configurarla. A continuación te proporcionamos una pequeña guía que te ayudará en la selección de la promoción que más se ajusta a tus necesidades.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



¿Qué tipo de concursos puedo realizar con Cool Tabs?

¡Te sienta como un guante!

Menor
participación
del usuario

Regalo directo sólo por participar.

Porque lo que buscas es premiar la fidelidad de tus fans y fomentar que se unan otros nuevos.



Cool Promo

Códigos de descuento.

Este tipo de promoción es perfecta si lo que quieres es promocionar un nuevo producto o incentivar la compra de otros entre tus seguidores de Facebook.



Cool Promo

Premio a los usuarios que más concursantes atraigan a tu promoción.

Si tu principal objetivo es aumentar de forma rápida y sencilla tu número de fans y crear viralidad.



Get Fans Promo

Concurso de contenidos (texto, imágenes o vídeos).

Fomenta la participación y la interacción de los fans con la marca permitiendo comentarios y votos en las participaciones. Crea viralidad y propicia la captación de nuevos seguidores.



Cool Promo

Premio al usuario más viral.

Aumenta el número de fans y potencia al máximo la difusión de tu marca en Facebook. Incentiva la participación del usuario de forma que cuanto más difunda tu promoción más puntos recibirá y por tanto más opciones de ganar. Puedes optar por diseñar un concurso de contenidos y/o premiar al usuario que más concursantes atraiga a tu promoción. Requiere una mayor participación del usuario pero a la vez es la que más interacción y más viralidad genera entre tu comunidad de fans.



Buzz Promo



Mayor
participación
del usuario



**3. LANZA UN RETO ORIGINAL Y
OFRECE UN PREMIO ATRACTIVO**



Cuando diseñas un concurso, es obvio que el premio que ofreces puede influir en el número de participantes que acudan a tu promoción, no obstante a veces resulta más importante o atractivo para tus fans la participación en sí en el concurso que el premio que puedas llegar a ofrecer. Una buena combinación de ambas sin duda marcará decisivamente el éxito del concurso.

Para concretarlas tienes que tener siempre presente a qué público objetivo te diriges y qué nivel de participación esperas de tus fans. Definir bien el usuario también nos va a permitir adaptar el mensaje de la promoción, el tono de la comunicación e incluso su difusión.

Una vez hayas definido adecuadamente estas dos variables tendrás asegurado un nivel de participación mayor.



Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



And the
winner is...

4. DEFINE EL MÉTODO DE SELECCIÓN DEL GANADOR.



Una vez establecidas la dinámica del concurso y la naturaleza del premio, ahora llega la hora de determinar el método de selección del ganador. Las opciones son ilimitadas, pero sí que es importante tener en cuenta unas consideraciones básicas según el método de selección:

- Siempre que realices un sorteo que sea ante **notario**. Esto hará que tu concurso no pierda credibilidad entre los participantes.
- Si es la organización o empresa la que escoge al ganador (como en el caso de concursos de contenidos como fotos, vídeos o relatos), **establece de forma clara en las bases los criterios de selección**. También puede ser aconsejable **no fijar un único premio sino varios de diferente cuantía**, para que no decaiga la moral de algunos participantes.
- Si el ganador se establece mediante los votos de otros usuarios, te recomendamos **no designarlo siempre de forma directa**, sino realizar una selección de los N participantes con más puntos o aquellos que superen más de un determinado número de votos, y entre ellos realizar un sorteo ante notario para seleccionar al ganador definitivo. Aunque las aplicaciones Cool Tabs disponen de un control de fraude, evitando el premio directo disuades de posibles malas prácticas como votos fraudulentos por **duplicidad de cuentas, perfiles falsos o redes de intercambio de votos**.

Más adelante explicaremos con más detalle los mecanismos de detección de fraude implícitos en aplicaciones Cool Tabs.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

A decorative border made of multiple concentric, slightly wavy lines in various colors including red, orange, yellow, green, blue, and purple, surrounding a central white area.

5. CUIDA EL DISEÑO DE TU PROMOCIÓN



Ofrecer un diseño atractivo es un básico de tu promoción que siempre debes cuidar. Por ello, dentro de nuestras aplicaciones [Cool Promo](#) y [Buzz Promo](#), te ofrecemos la posibilidad de elegir entre varios temas diferentes para tu promoción.

Además si ninguno de los temas se adaptan 100% a lo que estas buscando, puedes hacer pequeñas mejoras y ajustes, o cambiarlo por completo usando una **css personalizada**.

De esta forma, siempre tendrás la opción de incluir un fondo de color corporativo, el tipo o estilo de letra que quieras e infinidad de opciones si tienes unos conocimientos básicos de css.

Si no dispones de conocimientos css, Cool Tabs también te ofrece la opción de incluir un **color de fondo personalizado** e incluso una **imagen de fondo** para tu promoción, para potenciar al máximo tus habilidades creativas.

Una vez diseñada la promoción, con la opción de **previsualización**, podrás ver el boceto de lo que vas a mostrar a los participantes y poder efectuar así cualquier cambio que desees antes de la publicación definitiva del concurso.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

Estos son algunos ejemplos de las promociones que puedes crear con Cool Tabs:



COMPARTE TU MOMENTO HIT

PÁSALA FINO PÁSALA HIT

Tu Momento HIT

- 1 Participa y comparte tu momento ¡Pásala fino, Pásala Hit!
- 2 Invita a tus panas a votar por tu momento en nuestro Facebook
- 3 Acumula puntos por participar, invitar, votar a otros y comentar
- 4 Pásala fino con sorpresas semanales que tenemos para quienes acumulen puntos

Details

You can participate until: **Voting open until:**
16 September, 2012 10:30 16 October, 2012 11:00
Timezone: Caracas Timezone: Caracas

[View legal bases](#)

[Publish to your wall](#) [Tweet](#)

[View entries and vote](#) [View my entry](#)

Like Send 26,932 people like this. Sign Up to see what your friends like.

This promotion is in no way sponsored, endorsed or administered by, or associated with, Facebook. You are providing your information to the owner of the page and not to Facebook.



Antes... si que molabamos!!

Envíanos fotografías de objetos antiguos que molan y ganas un iPad

- 1º Hazlo fan de EL ABUELO DE LOS MELONES + ¡ÚNICA EN PARTICIPA!
- 2º Sube una foto de un objeto antiguo que mole mucho
- 3º Compartelo con tus amigos y ganarás puntos
- 4º El concurso lo gana el que más puntos obtenga

¿Cómo consigas puntos?

100 Puntos Por cada participante en el concurso.
Hasta 100 puntos y 4000 10 puntos por cada uno de los que participen.
Puntos por cada comentario que tengas a la promoción a 8 euros del resto en la mano: 10 Puntos.
Puntos por cada foto que recibas la participación en el concurso: 10 Puntos.

GANAR UN IPAD!!!!

Details

You can participate until: **Voting open until:**
02 September, 2012 00:00 02 September, 2012 00:00
Timezone: Madrid Timezone: Madrid

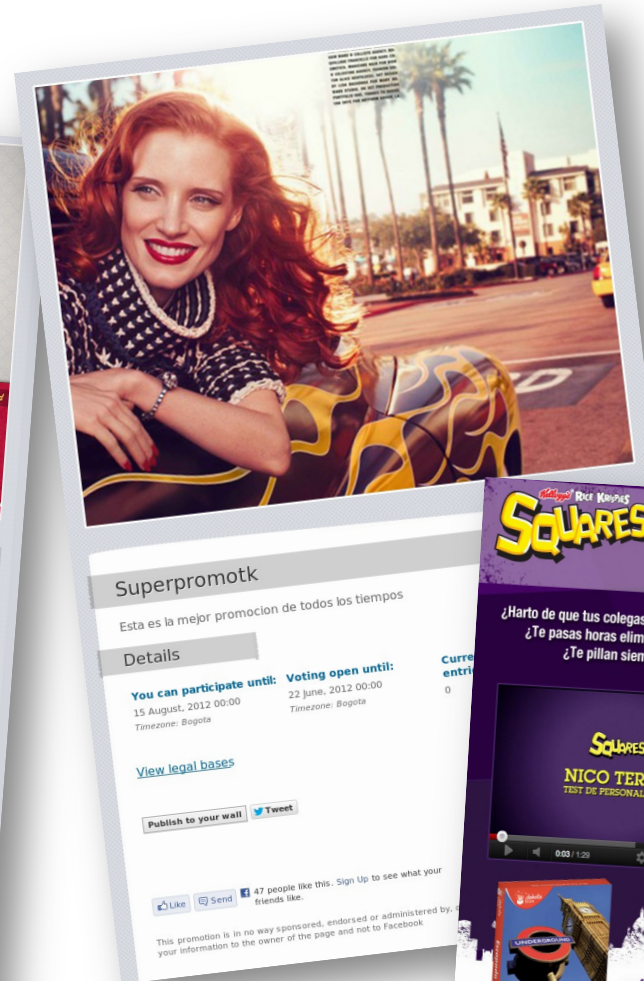
[View legal bases](#)

[Publish to your wall](#) [Tweet](#)

[View entries and vote](#) [View my entry](#)

Like Send 4,359 people like this. Sign Up to see what your friends like.

This promotion is in no way sponsored, endorsed or administered by, or associated with, Facebook. You are providing your information to the owner of the page and not to Facebook.



Superpromotk

Esta es la mejor promocion de todos los tiempos

Details

You can participate until: **Voting open until:**
15 August, 2012 00:00 22 June, 2012 00:00
Timezone: Bogota Timezone: Bogota

[View legal bases](#)

[Publish to your wall](#) [Tweet](#)

Like Send 47 people like this. Sign Up to see what your friends like.

This promotion is in no way sponsored, endorsed or administered by, or associated with, Facebook. You are providing your information to the owner of the page and not to Facebook.



Squares

Te lleva a Europa, ¡por la cara!

¿Harto de que tus colegas cuelguen tus peores fotos de fiesta?
¿Te pasas horas eliminando tu etiqueta en Facebook?
¿Te pillan siempre comiendo en la foto?

Details

You can participate until: **Voting open until:**
15 August, 2012 00:00 15 August, 2012 00:00
Timezone: Bogota Timezone: Bogota

[View legal bases](#)

[Publish to your wall](#) [Tweet](#)

Like Send 47 people like this. Sign Up to see what your friends like.

This promotion is in no way sponsored, endorsed or administered by, or associated with, Facebook. You are providing your information to the owner of the page and not to Facebook.

6. RESPETA LAS REGLAS DE FACEBOOK





Te recomendamos que consultes la normativa de facebook relativa a promociones a través de este [link](#). Pero en resumen, lo más importante que tienes que tener en cuenta es:

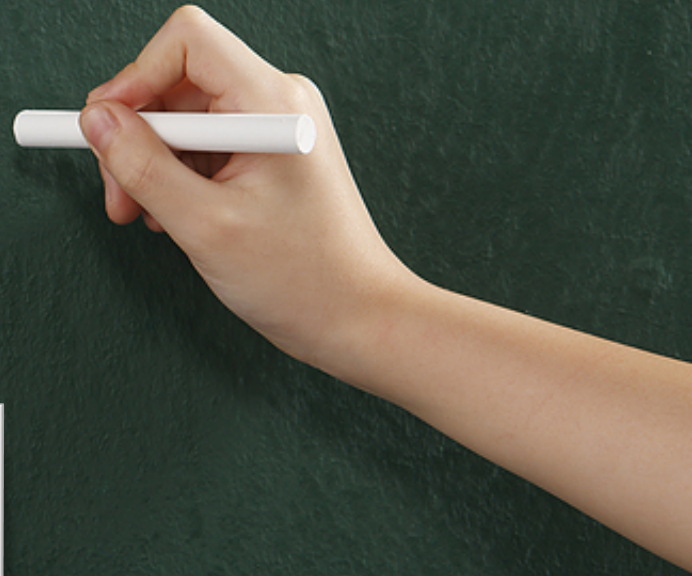
- Independientemente de que la promoción la lances en facebook, tienes que respetar también las normas de tu país.
- Facebook prohíbe terminantemente la realización de promociones en el muro de la página de fans, y obliga a que estas promociones se realicen a través de **aplicaciones externas** creadas para este fin. Esto implica que no puedes pedir al usuario que realice una acción directamente en su muro sino que todo se debe realizar a través de una aplicación externa. Las promociones y concursos de Cool Tabs están especialmente desarrolladas y diseñadas para este fin y cumplen plenamente con las normas de facebook.
- Dentro de las bases de la promoción, debemos indicar que **facebook no la patrocina, avala ni está asociado a esta promoción** e indicar que cualquier dato que proporcione el participante no irá nunca destinado a facebook.
- **No debes notificar a los ganadores por medio de facebook**, para ello nuestras aplicaciones siempre te dan la opción de que el usuario introduzca el mail por el que quiere ser notificado en caso de ser el ganador del concurso.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

Rules...



**7. REDACTA UNAS NORMAS
CLARAS Y SENCILLAS**



Además de las reglas de facebook que tenemos que cumplir para realizar una promoción, debemos incluir otras normas que irán dirigidas a los participantes. Estas deberán incluir:

- Normas relativas a la normativa vigente del país.
- Condiciones de facebook para la realización de promociones.
- Normas particulares de tu concurso o promoción.

Todas nuestras aplicaciones cumplen 100% la normativa de facebook, y además incluyen un apartado en el que puedes redactar las normas particulares de tu concurso de forma fácil y sencilla.

A continuación te proporcionamos algunas de las cláusulas legales que son convenientes incluir en tu promoción:



Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



- Identificación de la empresa organizadora del concurso.
- Edad legal de participación.
- Coste de participación (si la participación en el concurso fuese gratis no hace falta especificarlo, por el contrario y en algunos países como España, si los participantes tuviesen que pagar por participar en el concurso, la empresa tendría que cumplir con otros requisitos legales adicionales y conseguir la licencia correspondiente).
- Ámbito, duración y fecha de comunicación del ganador.
- Mecánica del concurso y método de elección del ganador.
- Descripción del premio.
- Método de notificación del ganador (por política de facebook, nunca podrás comunicar los ganadores a través de esta red).
- Aceptación por parte de los participantes de la cesión de derechos de imagen y propiedad intelectual.
- Protección de datos.
- Reservas y limitaciones:
 - Posibilidad de descalificar a usuarios que incumplan las normas, y penalizaciones en caso de participación fraudulenta).
 - Posibilidad de suspender o modificar el concurso, así como la sustitución del premio por uno de cuantía similar.
- Incluir normas específicas de facebook (como ya hemos detallado anteriormente):
 1. Una exoneración completa de facebook de toda responsabilidad por parte de cada concursante o participante.
 2. Un reconocimiento de que la promoción no está patrocinada, avalada, administrada ni asociada en modo alguno a facebook.
 3. Un aviso de divulgación que indique que el participante proporciona información a [destinatarios de la información] y no a facebook.

10. HAZ PROMOCIÓN DE TU PROMOCIÓN





Una vez que has decidido realizar un concurso en facebook, aprovecha al máximo todas las sinergias que te ofrecen las redes sociales. No te limites a postearlo simplemente en tu muro, sino que emplea todos los canales de comunicación que tienes con tus seguidores: **twitter, pinterest, linkedin, newsletter, incluso tu propia web** son algunos de los medios que puedes emplear para difundir al máximo tu concurso.

Invertir Invertir en **Facebook Ads** también es una buena forma para aumentar el alcance de tu promoción. Recuerda que los espacios publicitarios de facebook son bastante reducidos, por lo que resulta esencial que los anuncios sean fáciles de comprender y bastante llamativos.

En general es aconsejable que la promoción forme parte de una estrategia de marketing bien integrada para asegurar la máxima efectividad de la misma.

Informa a los **bloggers** del lanzamiento de tu concurso, invítalos a participar y explota al máximo tu red de **networking**, porque si tu promoción es atractiva para estos medios, ellos mismos se encargarán de difundirla como la pólvora.



Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



8. CONTROLA EL FRAUDE



En las promociones creadas dentro de facebook es común encontrarse con diferentes tipos de fraude por parte de los usuarios que participan en los concursos. El más habitual es el **incremento del número de votaciones** de una participación de manera inusual, normalmente conseguidas a través de peticiones de intercambio de votos, perfiles falsos, etc.

La primera práctica recomendada para intentar mitigar estos fraudes en las promociones y como ya hemos comentado, es no otorgar un premio directo a la participación más votada, esto fomenta que los usuarios intenten todo tipo de trucos para llevarse el premio, por lo que para escoger al ganador es muy recomendable por ejemplo hacer un sorteo entre las N participaciones más votadas. De esta manera evitaremos en gran medida otorgar de manera directa el premio a una participación que ha podido ser fraudulenta.

No obstante, desde Cool Tabs hemos introducido una serie de funcionalidades en nuestras aplicaciones [Cool Promo](#) y [Buzz Promo](#) para poder gestionar y controlar las votaciones en las promociones y evitar cualquier posible caso de fraude:

- Control de IP.
- Limitación de votos por IP en un rango de tiempo.
- Control de identificador único de usuario y/o navegador.
- Limitación de votos por mismo usuario y/o navegador.
- Eliminación de votaciones

Todo esto lo encontrarás detallado en nuestros blog:

[Sistema de control de fraude en promociones de facebook](#)



Comparte esta guía



Cool-Tabs.com



9. ¡FUERA TROLS!



En la jerga de Internet, un troll o trol describe a la persona que publica mensajes provocativos, irrelevantes y no tiene otro propósito que el de provocar al resto de usuarios.

Puede ocurrir que durante el transcurso de tu promoción, alguna de las participaciones esté cargada de ciertas connotaciones desagradables que puedan perjudicar la buena marcha del concurso, desviando la atención de los usuarios hacia otros temas y provocando cierto malestar entre el resto de participantes.

¿Qué hacer en estos casos?

Lo aconsejable es incluir en las normas del concurso una clausula en la que te reservas el derecho de anular las participaciones que resulten ofensivas, y una vez se produzcan, eliminarlas de tu promoción.

Otra opción pasa por prevalidar cualquier participación de los usuarios. Nuestras aplicaciones [Cool Promo](#) y [Buzz Promo](#) incluyen esta opción de prevalidación, por lo que así te asegurarás de que no se publique sin tu consentimiento ninguna participación que incumpla las normas del concurso.

Con estas aplicaciones [Cool Promo](#) y [Buzz Promo](#) también podrás administrar las participaciones, es decir, podrás borrar aquellas que incluyan cualquier tipo de comentario cuya única finalidad sea la de "troleo".

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

11. MIDE EL ÉXITO DE TU PROMOCIÓN Y BUCEA EN LAS ESTADÍSTICAS





Este es el eterno dilema al que se enfrentan constantemente los profesionales del marketing

¿cómo medir el éxito de una promoción?

Lo más lógico, sensato y práctico sin duda sería poder responder sin vacilación a la pregunta:

¿cuántas ventas o beneficios se han generado de mi promoción?

Sin embargo no siempre es fácil responder de forma directa a esta cuestión si los objetivos que perseguíamos se orientaban más al largo plazo, es decir a conseguir aumentar mi notoriedad de marca en los medios sociales.

Lo recomendable en estos casos es medir qué nivel de participación ha alcanzado mi promoción, ya que no olvidemos que hay numerosos estudios que afirman que **los usuarios que son fans de una marca en facebook son más propensos a adquirir productos de la misma**. Para ello te recomendamos que bucees en las estadísticas para obtener una serie de indicadores básicos tales como:

- ✓ ¿Cuántas personas han visitado la promoción?
- ✓ ¿Cuántos usuarios han participado?
- ✓ ¿Cuántos nuevos fans hemos captado con la campaña?
- ✓ ¿Qué aceptación ha tenido el concurso en otras redes sociales: twitter, pinterest, linkedin... ?

Nuestras aplicaciones [Cool Promo](#), [Buzz Promo](#) y [Get Fans Promo](#) os permitirán incluir vuestra propia huella de **Google Analytics** para medir con esta herramienta el impacto que esta teniendo la campaña.

Además con la opción **White Label** de cualquiera de nuestras promociones, podréis instalar la promoción en vuestra propia aplicación de facebook y así tener acceso total a los propios insights de facebook.

Comparte esta guía



Cool-Tabs.com

COOL TABS

Ayudamos a tu marca a crecer en facebook



Si quieres probar cualquiera de nuestros planes de precios de forma gratuita y sin compromiso, no dudes en contactarnos a info@cool-tabs.com