



## El podcast de “PrestAyuda vende más y más rápido” con Gert Mellak.

Sesión #020

### Transcripción:

Bienvenido al Podcast de **PrestAyuda.com**, donde te ayudamos con tu tienda de Prestashop y te enseñamos como vender más y más rápido.

Bienvenidos al episodio número 20 del podcast de [prestayuda.com](http://prestayuda.com). Si es la primera vez que nos escuchas, en [prestayuda.com](http://prestayuda.com) ayudamos a los usuarios de tiendas de **PrestaShop** a vender más y más rápido.

### ¿Estás empezando con tu tienda?

Echa un vistazo al blog, verás una gran cantidad de información que te puede ayudar con el arranque.

Si ya llevas tiempo con **PrestaShop** y ya tienes las primeras ventas. Igual te interesa participar en el grupo, allí sí que verás sugerencias que pueden impulsar tu tienda.

Hoy hablaremos de:

### “Facebook”

En concreto, me gustaría hablar sobre *la publicidad en Facebook*; ya que mucha gente me cuenta que no funciona, no sacan ventas, y que creen que no vale para nada.

Creo que **el problema principal está en que se confunde Facebook con Google Adwords**. En Google Adwords, a veces podemos relacionar ventas directamente con lo que estamos promocionando, es decir, le damos a Google dinero y conseguimos clientes a cambio. Esto funciona porque en Google, la gente busca cuando tiene intención de compra. Es como estar en un centro

comercial y preguntar por dónde está la farmacia porque lo más probable, entonces, es que vayas allí a comprar algo. Lo mismo pasa en Google.

En **Facebook**, la cosa cambia:

*Facebook es una herramienta de ocio en primer lugar.* Una herramienta para distraerse, pasar el rato, contactar con amigos, ver sus fotos, cotillear un poquito, compartir páginas y seguir las principales marcas o páginas que te interesan para informarte.

**NADIE**, de momento, **va a Facebook para comprar**. Es decir, hacer publicidad para un zapato en Facebook es como salirte a la plaza del pueblo y promocionar tu oferta gritando. Hablas con gente que no está buscando lo que tienes en este momento.

### **¿Para qué vale Facebook entonces?**

Para mi, ahora mismo, **Facebook** vale para convertir *contactos "fríos"* como se llaman en ventas en *contactos "calientes"*. Si lo comparamos con el método de vender por "puerta fría", que es ofrecer algo a gente desconocida yendo de puerta en puerta, utilizando Facebook bien sería ir primero de puerta en puerta, presentarse, crear confianza, conseguir que la gente te vea como autoridad en tu campo, e intentar conseguir que te llamen cuando te necesitan.

En **Facebook**, compartimos contenidos con el pleno objetivo de crear suficiente confianza como para que los usuarios nos den su correo electrónico para informarles en algún momento de alguna promoción etc. Pero **NO VALE LA PENA promocionar productos a gente desconocida sin saber si les interesa**. Sin saber si están dispuestos a comprar y sin saber si necesitan lo que tenemos para vender.

Antes de promocionar nada, **POR LO MENOS**, lo que recomendaría sería:

- Crear un elemento de alta calidad en tu web y promocionarlo en **Facebook** a tu grupo objetivo.

Imagina, por ejemplo, que tienes una zapatería deportiva y hay un nuevo material que permite el seguimiento de los movimientos del pie mediante una aplicación móvil o algo por el estilo. Algo súper interesante para tu público objetivo:

**“SIN NINGÚN INTENTO DE VENTA. SÓLO INFORMACION ÚTIL”** y eso es muy, muy importante.

Luego, la gente que pincha en este elemento de contenido, podría recibir un **Cookie de Retargeting** para que pocos días después les podrías mostrar ya algo con un carácter más promocional.

Según el sector, a veces hay que dar varios elementos de contenido antes de poder dar el paso y promocionar algo sin molestar demasiado, igual mostrarles otro post en el blog, un vídeo explicativo o algo así.

Los usuarios que ven el primer post, luego el segundo, y luego a lo mejor el vídeo ya te conocerán lo suficiente como para tal vez interactuar con una publicación promocional. Digo **interactuar** porque, como estás promocionando un producto, no todos los seguidores estarán dispuestos a comprarlo ni todos estarán interesados en hacerlo.

Algunos, solamente, lo compartirán. Otros le darán a “Me gusta”. Otros dejarán un comentario.

**Cualquier tipo de interacción es bueno.** Según la interacción o los clicks, luego es posible ofrecer a lo mejor un catálogo, un pdf o algo gratis para descargar a cambio que te den su correo electrónico. Allí sigue luego la **fidelización** de los seguidores para siempre. Y se hará por correo electrónico y así ya vamos aumentando la confianza cada vez más.

Como ves, **Facebook no es Adwords**. En Facebook, la estrategia es completamente diferente, y si dices que no vendes en Facebook, es normal. Poca gente venderá por Facebook directamente. Casi siempre hay que respetar el proceso previo de creación de confianza para luego, en algún momento, poder pasar a una posible venta.

**Facebook** es genial porque te permite contactar con la gente que te interesa:

- ¿Tienes un producto para mayores de 55? Facebook te da acceso directo.
- ¿Quieres dar visibilidad a una marca para que la conozcan las chicas jóvenes de menos de 20 años que viven a 50km de Madrid? En Facebook podrás hacerlo.

Lo mejor sería ver **Facebook** como un megáfono muy dirigido a los usuarios que pueden ser los futuros clientes de tu tienda, dale tiempo a la plataforma y plantea bien tu campaña y conseguirás sacar el retorno de inversión deseado.

Esto ha sido el episodio de hoy, si te gusta lo que hacemos, entra en **iTunes** o **ivoox**, busca **PrestAyuda** y déjanos tu comentario y valoración. Como siempre, si tienes cualquier problema con tu tienda, envía un E-mail a [info@prestayuda.com](mailto:info@prestayuda.com) y nuestro equipo del help desk estará encantado de ayudarte.

Soy Gert Mellak.

¡Hasta el próximo episodio!