



Càpsules de formació en dues hores



L'ús de la xarxa per fer relacions públiques i propiciar una percepció favorable del nostre mitjà

15/09/2016

Miquel Serrabassa
Director de Tecnologia de **NacióDigital**
miquelserrabassa@naciondigital.cat

De què parlarem?

1. Facebook i els mitjans
2. Pàgines de Facebook, opcions i funcionalitats
3. Com fidelitzar lectors i arribar a més audiència
4. Facebook i les altres xarxes socials
5. Instant Articles: quan ens convé utilitzar-los?
6. Comunicació directa (Facebook Messenger) i *bots*
7. Vídeos en directe i realitat virtual
8. Conclusions

1. Facebook i els mitjans

- Què vol Facebook?
 - Continguts interessants i com més exclusius millor
 - Nous formats: creació i recerca
 - Atreure usuaris perquè utilitzin més temps la plataforma

1. Facebook i els mitjans

- Què volen els mitjans?
 - Audiència
 - Difusió
 - Plataformes que facilitin la publicació
 - Nous formats

1. Facebook i els mitjans

- Avantatges
 - Viralitat
 - Difusió
 - Presència en xarxes
 - Comunicació bidireccional

1. Facebook i els mitjans

- Inconvenients
 - Manca de control del contingut
 - Dependència d'una plataforma externa
 - Menys informació personal de l'audiència
 - Dedicació a la comunicació bidireccional

2. Pàgines de Facebook, opcions i funcionalitats

- Obligatòries si no es tracta d'un perfil personal.
- Eliminen els amics i el límit de 5.000, i ho converteixen en “admiradors” o “seguidors”.
- Permeten aparèixer al *timeline* dels usuaris que hi facin M'agrada.
- Més eines de publicació.
- Analítiques de visualització i interacció amb les publicacions.
- Publicitat de pagament dins de Facebook

2. Pàgines de Facebook, opcions i funcionalitats

News Feed Targeting Audience Restrictions ×

Choose who can see this post in News Feed. If someone engages with this post, their friends may see it too.

Interessos ⓘ

e.g. "baseball" "daycare" "chicago" "Kendrick Lamar"

Edat ⓘ

13 ▾ - 65+ ▾

Sexe ⓘ

Tot Homes Dones

Poblacions ⓘ

Idiomes ⓘ

More Demographics ▾

- Estat civil
- Education Level

Cancel·la Desa

Possibilitat de dirigir certes publicacions només a un determinat perfil d'usuari, segons els seus interessos, l'edat o sexe, la població o idiomes, entre d'altres.

2. Pàgines de Facebook, opcions i funcionalitats

Schedule Post ×

Publishing Schedule

Publication
Select a date and time in the future for when you want your post to publish.

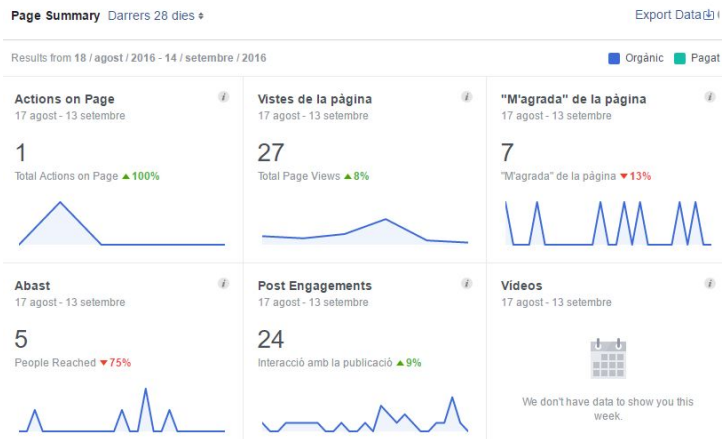
UTC+02

Distribution Schedule

Stop News Feed Distribution
Select a date and time in the future for when you want your post to stop showing in News Feed. The post will still be visible, but News Feed distribution will end.

Programació temporal d'articles, amb la possibilitat d'escollir quan apareixeran i en quin moment s'han de deixar de veure al *timeline* dels usuaris sense desaparèixer de l'històric de la pàgina.

2. Pàgines de Facebook, opcions i funcionalitats



Control de les visualitzacions, m'agrada, abast o interaccions de les publicacions de la pàgina, amb filtres i informació per a fer un seguiment del ressò de cadascuna de les publicacions.

3. Com fidelitzar lectors i arribar a més audiència

- Tipus de publicacions
 - Publicacions de text
 - Textos amb imatge
 - Vídeos
 - Vídeos en directe
 - ...

3. Com fidelitzar lectors i arribar a més audiència

- Formes d'adreçar-nos a l'audiència
 - Tractament
 - Tu
 - Vós / Vostè
 - Neutre (Nosaltres)
 - Tipus de llenguatge
 - Formal
 - Informal

3. Com fidelitzar lectors i arribar a més audiència

- Concursos, promocions
 - Basats en “M’agrada” a una publicació determinada
 - Amb eines externes (easyPromos, ...)
 - Cal tenir molta cura amb les bases
 - No intentem aconseguir M’agrada a qualsevol preu: hem de rendibilitzar els esforços

4. Facebook i les altres xarxes socials

- Evitar *cross-publishing* excessiu:
 - Cada xarxa té unes particularitats, aprofitem les de cadascuna encara que demani més temps
- Tipus d'audiència:
 - L'audiència de Twitter o Instagram pot coincidir parcialment amb la de Facebook, però normalment el llenguatge emprat i les limitacions d'espai determinaran quin tipus de publicació farem en cada cas
- Convivència:
 - Podem anunciar una nova xarxa des d'altres, però hem de tenir en compte d'oferir continguts diferenciats entre elles, ja que en cas contrari no oferim res diferent als usuaris per seguir-nos a totes.

5. Instant Articles: quan ens convé utilitzar-los?

- Només visibles a l'app mòbil de Facebook
- Requereixen d'una tasca d'adaptació sovint manual
- Augmenten la velocitat de càrrega
- Incrementen la ràtio de clics en publicitat, que ha de ser pròpia o de Facebook -descartant sovint opcions com AdSense.
- Limiten les possibilitats d'interacció i inserció de continguts a favor de la velocitat de càrrega

5. Instant Articles: quan ens convé utilitzar-los?

- Audiència mòbil considerable
- Problemes de velocitat a la versió web
- Independència de Google AdSense
- Continguts virals o interessants en una xarxa més distesa
- Possibilitat de comentaris en plataforma de Facebook

6. Comunicació directa (Facebook Messenger) i *bots*

- Missatgeria en pàgines
 - Si la utilitzem hem de ser curosos i respondre a tothom qui ens envii missatges esperant resposta
 - Intentem no caure en *spam* o missatges amb mala intenció -per fer-nos accedir a webs maliciosos o per enviar-nos informació falsa
 - Recordem que el to ha de ser el que haguem escollit per a la pàgina: tractament, tipus de llenguatge...

6. Comunicació directa (Facebook Messenger) i *bots*

- *Bots*

- Es poden programar per a respondre automàticament els usuaris
- Cal que siguin útils: si són només curiosos, acabaran molestant els usuaris que vulguin comunicar-se amb nosaltres
- Poca comprensió del llenguatge escrit si té faltes i sobretot si no és en anglès
- Cal deixar clar que estan parlant amb un *bot*

7. Vídeos en directe i realitat virtual

- Facebook Live

- Vídeos en directe. Disposem d'eines per a fer-los més atractius, però sovint el més important és la qualitat del contingut
- Assegurem-nos de disposar de connexió mentre emetem
- A més de l'emissió, pot ser interessant algú a redacció responnent comentaris
- Es pot emetre des de mòbil o càmeres. En cas de mòbil, tenir en compte el moviment i l'ús del mateix, per no marejar els espectadors.

7. Vídeos en directe i realitat virtual

- Realitat virtual i vídeos 360
 - Si disposem de càmera 360, podem fer vídeos pels que l'usuari es pugui desplaçar
 - Recomanable l'ús de trípode o estabilitzador, i tenir en compte que estarem gravant tot l'entorn -fins i tot, si es desplaça, potser el càmera.

8. Conclusions

- Facebook és una eina interessant i sovint necessària
- No sobreutilitzar-la ni sobrevalorar-la: és una plataforma de difusió
- Experimentar amb les novetats amb cura
- Escollir el to de comunicació segons el contingut que publicarem
- Pensar en els anuncis de pagament com una opció per destacar contingut d'interès que necessiti d'una difusió addicional
- Considerar la segmentació i programació en publicacions, i si programem, intentar que siguin publicacions atemporals o controlar l'actualitat per si cal eliminar-les abans que apareguin, o canviar-les de data