

DISTRIBUIDORA

GALILEO 

Alcon

!Hola!

**Iniciamos 7:30pm Chile,
8:30pm Argentina**

DISTRIBUIDORA

GALILEO 

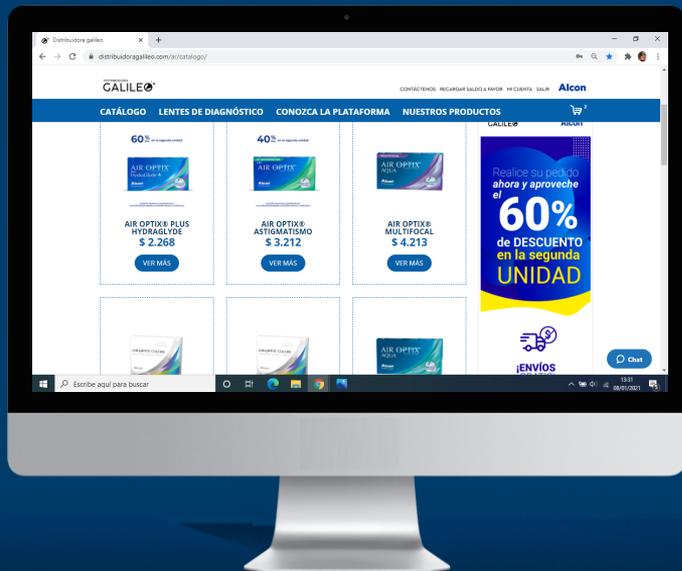
Alcon

!Hola!
Bienvenidos



AGENDA

1. Distribuidora Galileo
2. Capacitación
3. Preguntas
4. Representante Alcon



Galileo es la plataforma tecnológica que le ofrece una mejor experiencia de compra en productos de la marca Alcon.



<https://www.distribuidoragalileo.com/cl/>



<https://www.distribuidoragalileo.com/ar/>



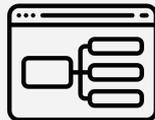
Beneficios Ópticas



Reducción en tiempos de entrega a clientes

La plataforma permite al usuario hacer entregas directamente a sus clientes, 24 horas en capital y 48 al resto del país. (Sujeto a disponibilidad de producto) Buscando así minimizar el impacto generado durante la contingencia por COVID - 19

- Entrega a cliente (Óptica)
- Entrega directa a cliente final.



User Experience

Buscamos ofrecer la mejor experiencia de compra en productos de la marca.



Plataforma 24 / 7

Las ópticas podrán realizar sus pedidos **24/7**



Beneficios Ópticas



Canal de atención y servicio al cliente

- Asesoría Online - Chat
- Email
- Teléfono



CRM

- Acceso a información detallada sobre las compras detalladas de cada uno de sus clientes.
- Posibilidad de realizar un mayor control y seguimiento sobre sus clientes y fechas de recompra de productos .



Administración de perfil

- Creación de sucursales
- Definición de sucursales de entrega
- Centralización de la operación
- Seguimiento de facturación y pedidos



Diferentes métodos de pago

Buscando la mejor experiencia de compra para los usuarios, la plataforma ofrece diferentes formas de pago.



Próximos Desarrollos



Seguimiento fecha de recompra



CRM 2.0

La nueva versión CRM para Galileo 2.0



Envío comunicación clientes

Recordatorio fecha recompra



Social Media

sin invertir una fortuna



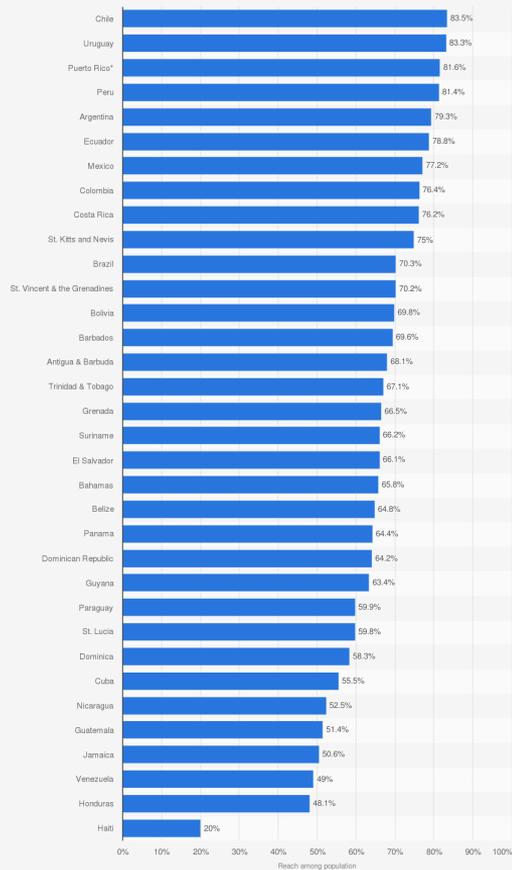
¿De dónde partimos?
OPORTUNIDAD



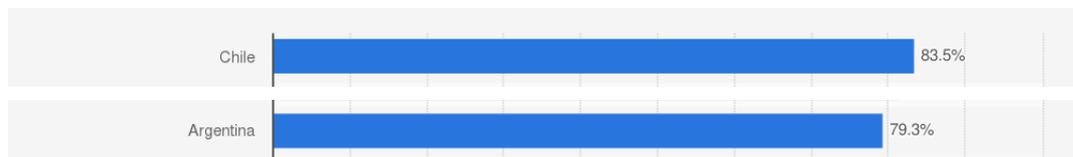


Somos sociales por naturaleza

Percentage of population actively using social media in Latin America and Caribbean as of January 2021, by country



Percentage of population actively using social media in Latin America and Caribbean as of January 2021, by country

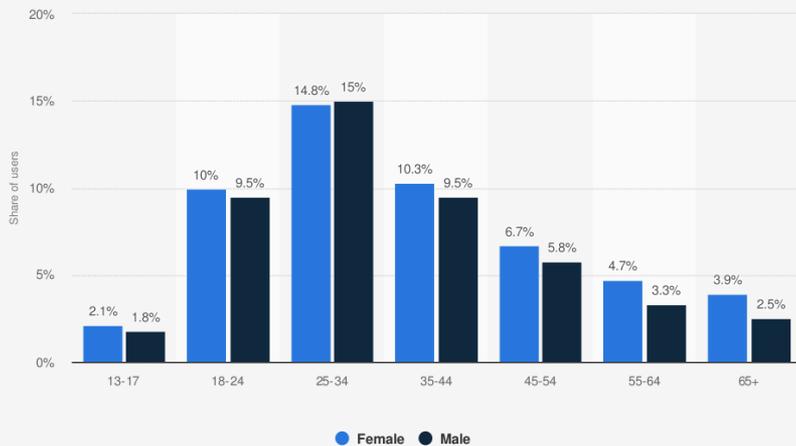


Sources: We Are Social/Hootsuite/DataReportal; Various sources; January 2021; Active social media users as percentage of total population
Additional Information: LAC; DataReportal; Various sources; January 2021; Active social media users as percentage of total population
© Statista 2021

Por lo que es un canal idóneo para hacer transacciones, más en el negocio en que estamos



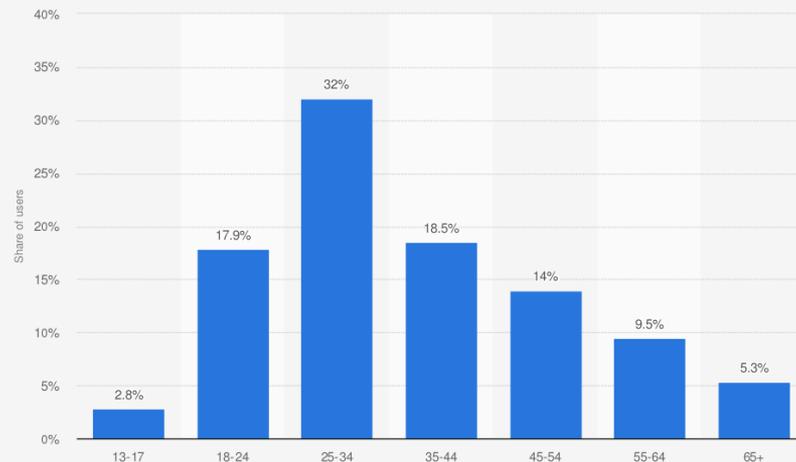
Distribution of social media users in Argentina as of January 2021, by age group and gender



Sources
Hootsuite; DataReportal; We Are Social
© Statista 2021

Additional Information:
DataReportal; January 2021; 13 years and older; based on addressable ad audience

Distribution of Facebook users in Chile as of January 2021, by age group



Source
NapoleonCat
© Statista 2021

Additional Information:
Chile; NapoleonCat; January 2021; 13 years and older



**!Entonces hagamos
social media!**



WHY ISN'T SOCIAL MEDIA
MAGICALLY SOLVING ALL
OF OUR PROBLEMS?



TOM
FISH
BURNE



4 estrategias

para hacer redes sociales sin pagar una fortuna.



1. Escoja en qué red quiere estar

2. No todo lo que brilla es gratis

3. Conecte su negocio con su consumidor

4. Cada dólar invertido cuenta



1. Escoja en qué red quiere estar





**No es cuestión de estar por estar.
!Es entender cómo hacerlo!**

¿Para qué nos sirven?



COMUNICAR
Y COMPARTIR



MANTENER O ESTABLECER
CONTACTO



INFORMARSE O
ENTRETENERSE



VENDER
O COMPRAR

Entonces..

¿Para qué le sirven a mi negocio?



COMUNICAR Y COMPARTIR

- Nuevos productos.
- Promociones.
- Información institucional.



MANTENER O ESTABLECER CONTACTO

- Buscar y llegarle a tu público meta.



INFORMARSE O ENTRETENERSE

- Contenido de valor que impacte a mi cliente potencial.



VENDER O COMPRAR

- Generación de un cliente potencial.
- Cerrar una venta.



Entremos en materia

Redes Sociales + Negocios

ANTES

Las Redes era sinónimo
únicamente de visibilidad.
Conexiones, comunidades.

Redes Sociales + Negocios

ANTES

Las Redes era sinónimo
únicamente de visibilidad.
Conexiones, comunidades.



AHORA

Las Redes son sinónimo de
negocio, visibilidad, cliente
potencial, gestión de ventas,
compra final.

Redes Sociales + Negocios

En la actualidad, estar en las redes es equivalente a:

- Tener presencia de marca.
- Visibilidad para tus clientes.
- Significa estar a un click de distancia de una posible venta cerrada.

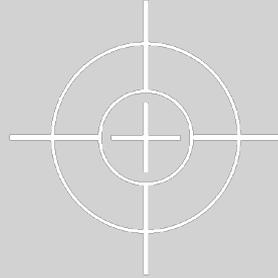
Es por eso que para cualquier negocio es necesario tener al menos 1 canal en redes sociales.

Se preguntarán...

¿Entonces debo estar en todas las Redes Sociales?

La respuesta es sencilla:

NO



**El porqué es simple y se resumen en una palabra: TARGET.
Partiendo de esa palabra nosotros sabremos donde debemos
estar.**

Para definirlo podemos hacernos ciertas preguntas:

- ¿Qué rango de edad tiene mi target?
- ¿Es nativo de las redes sociales?
- ¿Posee un Smartphone?
- ¿Son más mujeres?
- ¿Son más hombres?

Estas respuestas nos ayudarán a encaminarnos a la red, o las redes que necesitamos tener como canales para nuestro negocio.

Dime que generación eres y te diré a qué redes perteneces.

Baby Boomers
¿naciste entre 1946 y 1964?

Generación X
¿naciste entre 1965 y 1980?

Generación Millennial
¿naciste entre 1981 y 1994?

Generación Z
¿naciste después de 1995?



Lo Más Importante: El Contenido

Para la creación de contenido de valor despegamos de un pilar fundamental:

OBJETIVOS DE TU EMPRESA/MARCA



CREACIÓN DE CONTENIDO 101

El proceso sigue un camino sencillo donde debes detenerte a revisar cada uno de estas paradas:



Marca
Influencer
Empresa



Propósito
Filosofía
Reason to Belive
Campaña



Creatividad



Ejecución



Tono de Comunicación
Manual de Marca
Targets

Marca
Influencer
Empresa



Propósito
Filosofía
Reason to Belive
Campaña

¿En qué creen?
Hacia donde van.
¿Qué quieren lograr con sus productos y servicios?

Se procesa la información.
Se crea.



Creatividad



Ejecución

Proyección en medios
Formatos

La mejor forma de comunicar tu marca en Redes Sociales

Estas han revolucionado la manera en la que las personas se relacionan entre sí, pero también la forma en la que interactúan con sus marcas favoritas.

El uso estratégico de las redes sociales es hoy una de las claves para que un negocio tenga éxito. Una marca posicionada es una marca que genera confianza y credibilidad entre los consumidores.



Para lograrlo sigue los siguientes 5 consejos:



1. No todas las redes sociales son las adecuadas

Que existan muchas redes sociales no quiere decir que debes tener presencia en todas. Cada una tiene un propósito y un público determinado, por lo que antes de crear una cuenta oficial o varias, debes evaluar la pertinencia de tu marca en cada red. Pregúntate cuáles son las que más utiliza tu público objetivo, eso te dará luces sobre dónde debes estar.



2. Trabaja en tu marca

Para posicionar tu marca en las redes sociales debes tener claro cuál es la imagen que quieres transmitir a través de sus perfiles oficiales. Esto incluye tanto la parte visual como el mensaje que vas a comunicar:

- Utiliza tu logotipo como avatar.
- Asegúrate que el usuario contenga el nombre de tu empresa.
- Incluye el link de tu sitio web dentro de cada perfil.
- Unifica tu imagen.



3. Publica contenido de valor

Antes de hacer publicaciones, dedica tiempo para conocer tu público lo que más puedas. ¿Dónde están ubicados? ¿Qué profesiones tienen? ¿Cuáles son sus intereses? ¿Qué aspiraciones tienen? Esto te ayudará a encontrar puntos de interés e identificar a través de qué contenido puedes conectar con ellos.



4. Genera una conversación

Las personas buscan en redes sociales identificación e interacción. A la hora de dirigirte a tu público, es importante que generes publicaciones de doble vía, que refleje la personalidad de tu marca e invite a los usuarios al diálogo.



5. No publiques lo mismo en todas las redes sociales

Cada red social tiene su propia naturaleza, así que no se recomienda replicar las mismas publicaciones en todas ellas. Para ello, te recomendamos identificar los roles de cada canal.



Es fundamental entender que cada Red Social tiene una naturaleza propia y por ello un rol en específico.



ROLES DE REDES SOCIALES:

Rol	Objetivo	Cómo hacerlo
FRIEND	Humanizar a la marca y lograr cercanía	<ul style="list-style-type: none">•Comunicar Insights del consumidor, promociones y productos.•Lograr visibilidad de marca.•Capitalizar audiencias. 
TREND HUNTER	Escuchar la voz del cliente en tiempo real	<ul style="list-style-type: none">•Brindar asistencia sobre productos y servicios.•Informar sobre eventos en tiempo real. 
TOOLKIT	Informar sobre herramientas y productos de la marca	<ul style="list-style-type: none">•Tutoriales sobre herramientas, aplicaciones y portales.•Video blogs, entretenimiento. 
LIFESTYLE REEL	Compartir momentos y experiencias	<ul style="list-style-type: none">•Informar sobre eventos en tiempo real.•Contenido basado en la experiencia del usuario. 
PROFESSIONAL	Crear cadenas de valor y formar imagen corporativa	<ul style="list-style-type: none">•Actualidad de la empresa.•Comunicar cultura corporativa.•Oportunidades laborales. 



Y también un tono.



TONO DE REDES SOCIALES



YouTube

LinkedIn

DINÁMICO

ÁGIL

CERCANO

INFORMATIVO

PROFESIONAL



2. No todo lo que brilla es gratis (orgánico)

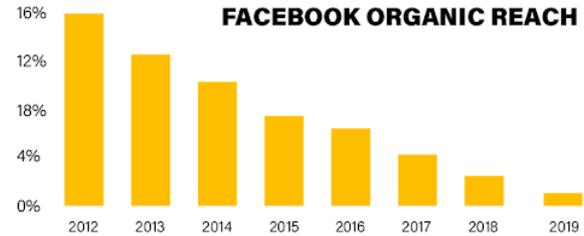




FACEBOOK COMO UN ALIADO EN SU ESTRATEGIA PARA SER PRECISO Y EFICIENTE



Fuimos víctimas de nuestro propio invento







Ley del 95 / 5



**La manera de llegar al 95% de
tu audiencia es invirtiendo.**





Timeline asociado a personas, menos a marcas

- Contenido constante asociado a intereses
- Atención del usuario es clave
- Formatos de marcas asociado a pago
- Alcance se da por inversión



Timeline asociado a personas, menos a marcas

- Instagram no es la excepción.
- Alcance se da por inversión
- Relación a amigos y no a marcas



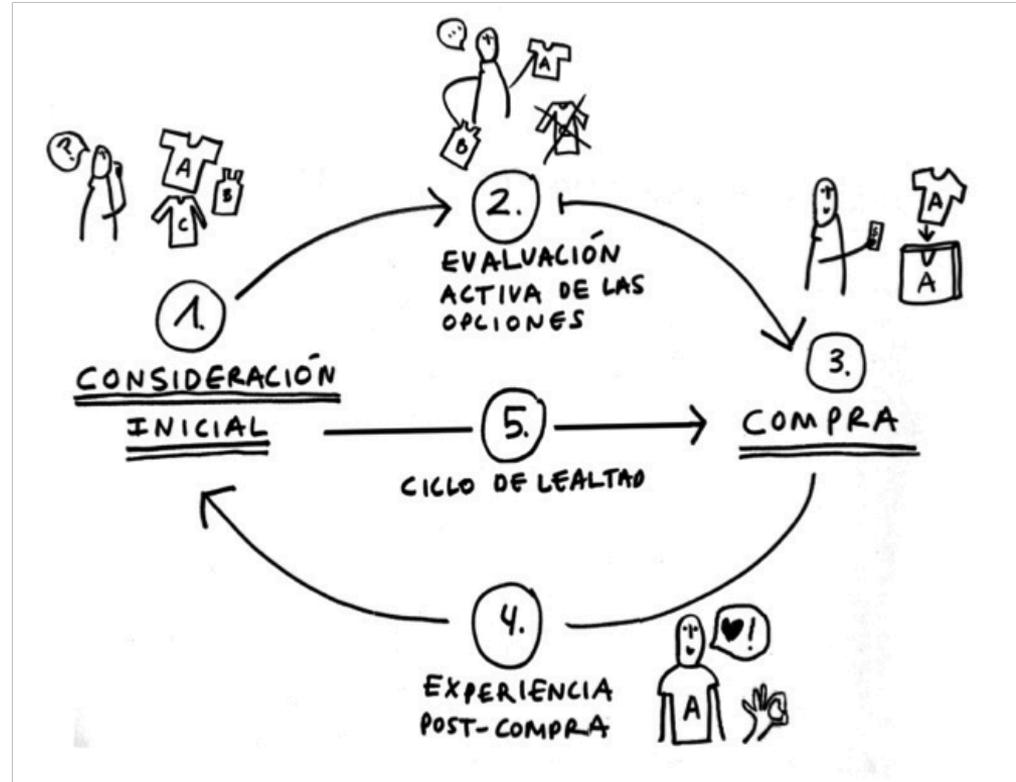
**Audiencia: todo aquel que puede
querer, tener y comprar el
producto de su negocio.**



3. Conecte su negocio con su consumidor



Entendiendo el ciclo de vida de su consumidor



**Entenderlo y aprovecharlo
en su negocio.**

¿QUÉ ES?

Es una herramienta fundamental dentro de una estrategia de Marketing, permite entender cada una de las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa un cliente durante todo el ciclo de compra.





¿CÓMO CONSTRUIRLO?

DEFINIR LAS ETAPAS

Puntos clave a lo largo del Customer Journey. Para ello es necesario crear unos mapas que representen “las sendas” más comunes y críticas

ALINEAR LAS MÉTRICAS CON LAS ETAPAS

Lo que los clientes quieren lograr a medida que se mueven a través de cada fase. Se puede recopilar información de las siguientes fuentes

Comentarios
Encuestas
Servicio al cliente

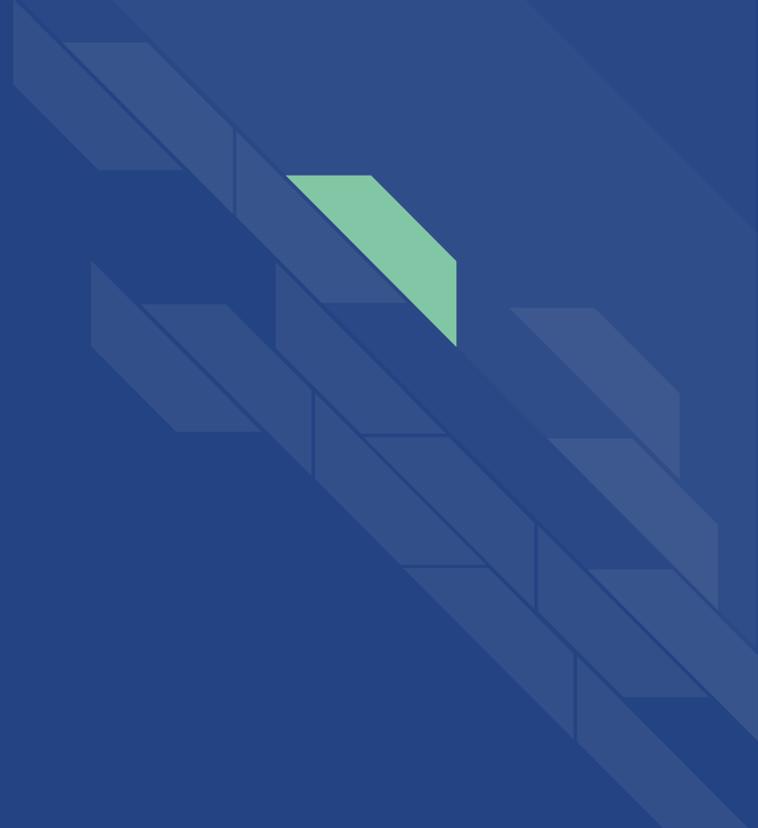
TRAZAR LOS PUNTOS DE CONTACTO

Pensar en los lugares donde los usuarios están participando con la marca en el sitio.

VERIFICAR QUE SE ESTÉN CUMPLIENDO LOS OBJETIVOS

Con los datos recopilados se compara lo que los usuarios hacen con lo que deberían hacer.

CÓMO SE REFLEJA EN SU NEGOCIO



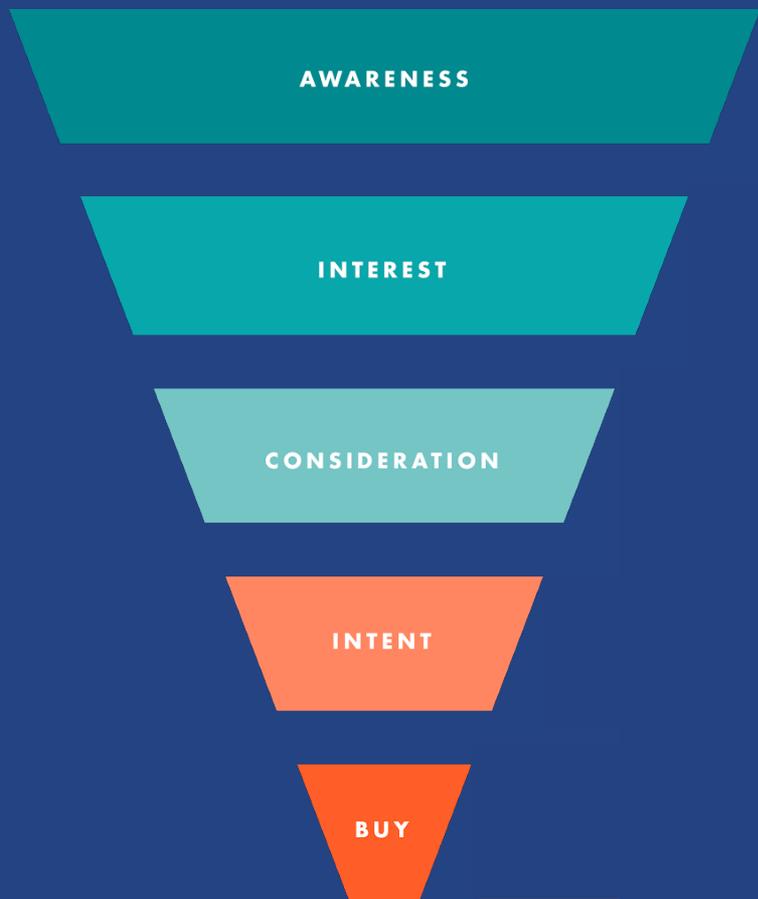


Max Gómez

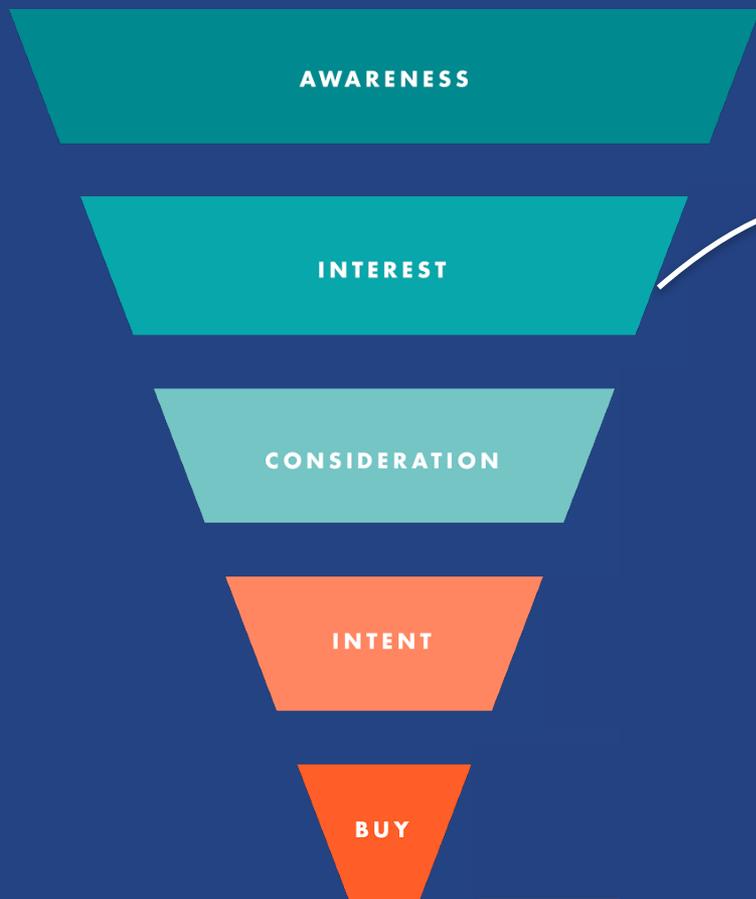
37 Años

**Intereses: música, deportes,
cocina.**

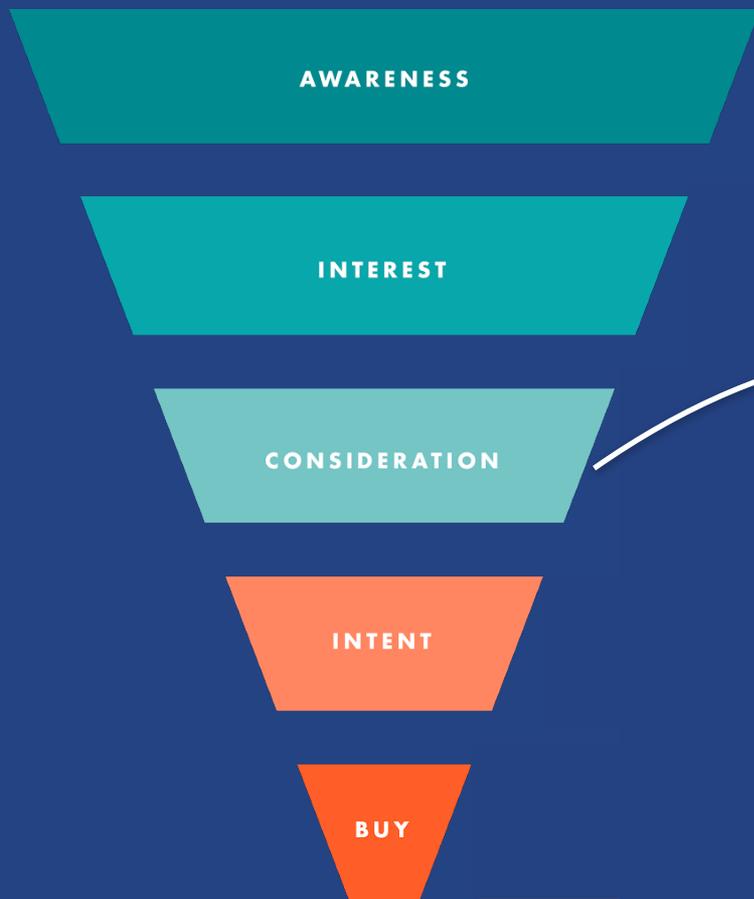
Potencial cliente de su negocio.



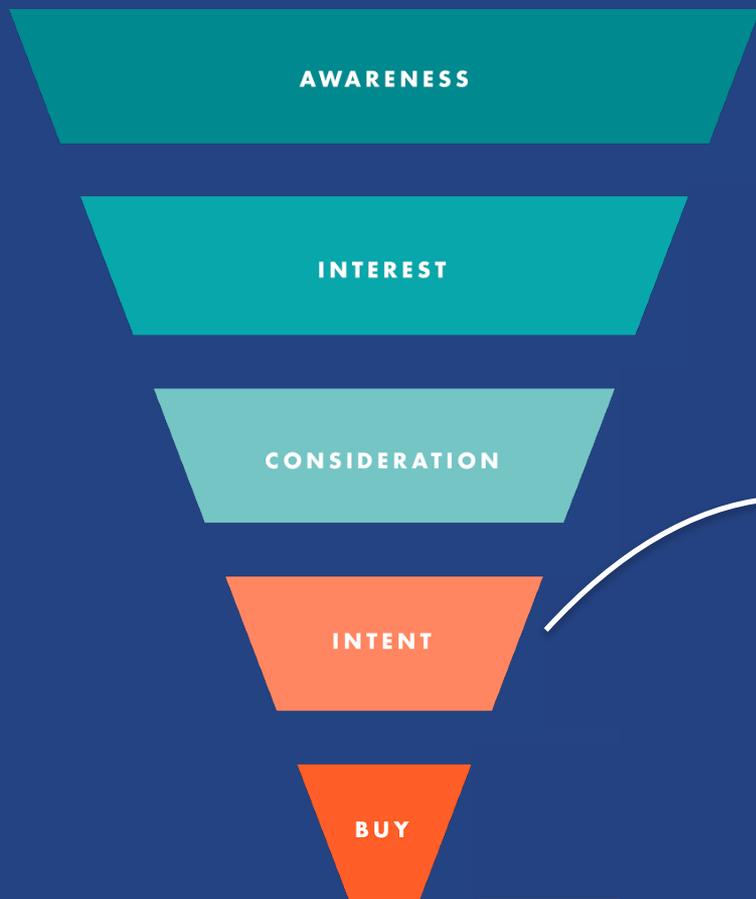
Piensa en
cambiar
sus gafas.



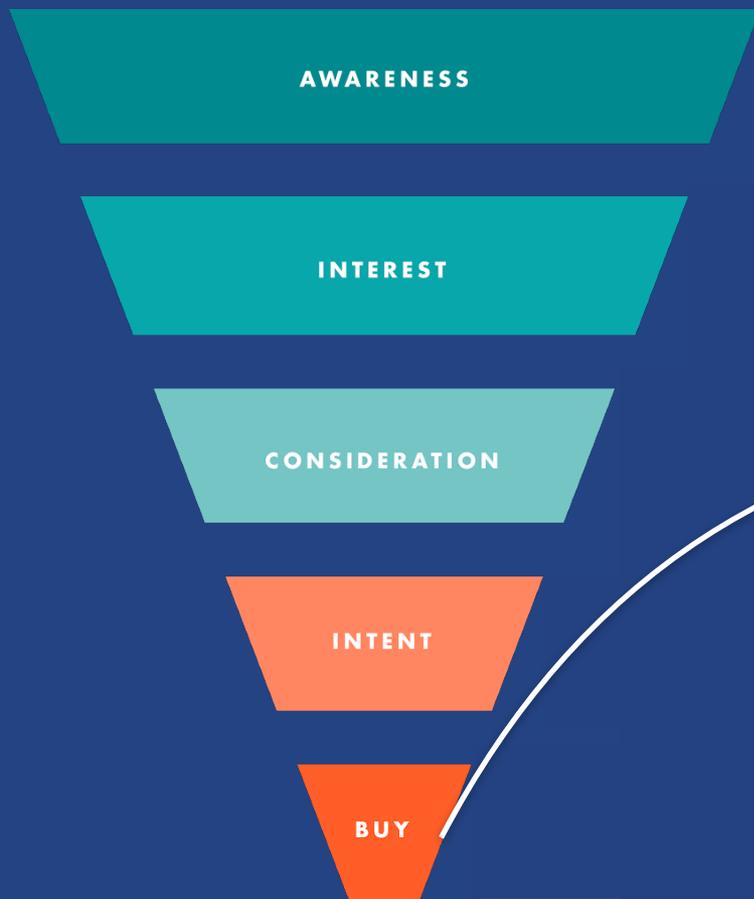
Encuentra
una marca
que le
genera
interés



Ve dos
anuncios
más
asociados
a esto.



Encuentra
una marca
y un buen
precio



Va a óptica
o compra
por
internet.

**ESTE CICLO DE VIDA
SE COMPLEMENTA
CON FORMATOS
PAGOS.**



**!VEAMOS COMO
FORMATOS SE
CONECTAN!**







• **FACEBOOK**

INTERACCIÓN

TRÁFICO

REP. VIDEO

GEOTARGETING

EVENTOS

VENTAS



GLOSARIO CLAVE PARA TENER EN CUENTA

SMM = Social Media Marketing

KPI

Key Performance Indicator: A value used to measure the success of marketing campaigns and projects against business goals. Performance indicators include all data and analytics measurements such as engagement rate, click through rate, etc.

ROI

Return On Investment: A formula used to calculate the profitability and efficiency of a marketing investment (monetary or time-spent).

$$\text{ROI} = (\text{Value of Investment} - \text{Cost of Investment}) / \text{Cost of Investment}$$

CTR

Click-through Rate: A formula used to determine how many people click on a specific link out of the total number of people who view a piece of marketing content (landing page, blog post, email, etc.).

$$\text{CTR} = (\# \text{ of Clicks} / \# \text{ of Impressions}) \times 100\%$$

CTA

Call To Action: Word, phrase, or image designed to provoke a specific act or response from your audience.

PPC

Pay Per Click: A digital advertising payment method in which you pay a certain amount each time someone clicks on your ad. Also referred to as CPC (Cost Per Click). There are other payment methods including CPL (Cost Per Lead), CPA (Cost Per Acquisition), etc.



FACEBOOK PLATAFORMA MULTIOBJETIVO

Reconocimiento	Consideración	Conversión
Alcance	Tráfico	Conversiones
Reconocimiento de marca	Interacción	Ventas del catálogo
	Descargas de aplicaciones	Tráfico en el negocio
	Reproducciones de vídeo	
	Generación de clientes potenciales	
	Mensajes	



**DEPENDIENDO
DEL OBJETIVO**

**RECONOCIMIENTO
(AWARENESS)**

CPM

TRAFICO

CPC

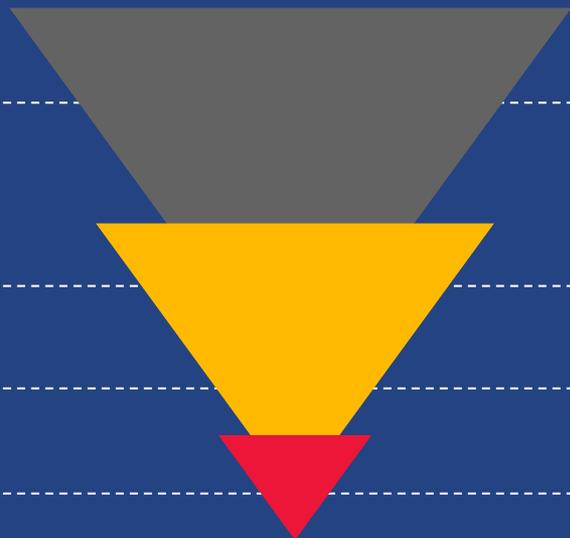
INTERACCIÓN

CPE

CPV

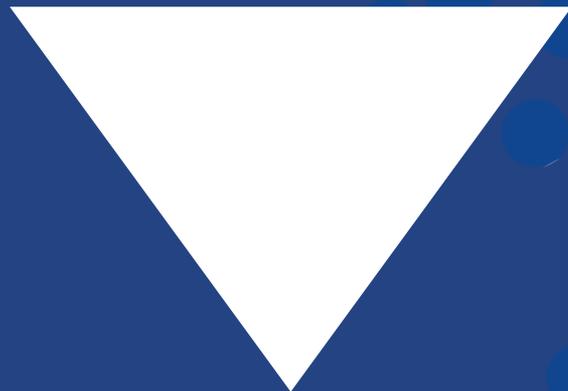
CONVERSIÓN

CPA





**RECONOCIMIENTO
(AWARENESS)**



**FORMATOS PARA
RECONOCIMIENTO DE MARCA**

Se ajustan al cambiante consumo de vídeos

Vídeos en la sección de noticias

Sección de noticias como plataforma centrada en vídeos para móviles

Nuevas experiencias publicitarias

Profundidad de los vídeos



Vídeos verticales en la sección de noticias del móvil



Vídeos in-stream de Audience Network



Vídeos verticales en la sección de noticias de Instagram



Vídeos in-stream de Facebook



Función de expandir automáticamente en la sección de noticias del móvil



Anuncios en Instagram Stories



Reproducción con sonido activado en la sección de noticias



Formato de colección

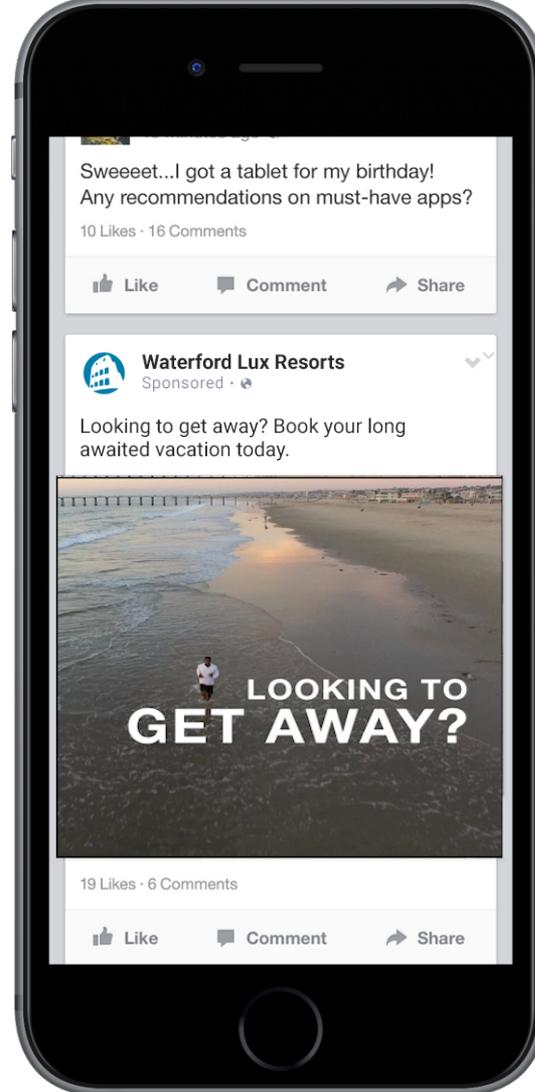
¿Por qué debes crear contenido para menos de 15 segundos?



Para adaptarte al estilo de consumo en móviles

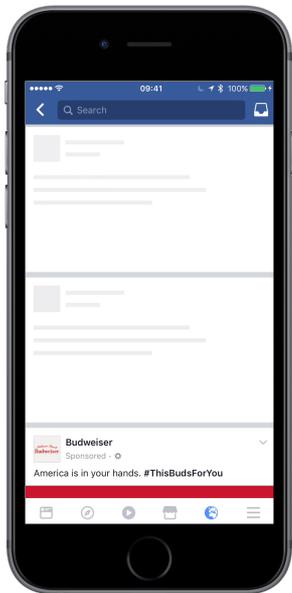


Para conseguir que tus mensajes se vean en su totalidad con más frecuencia

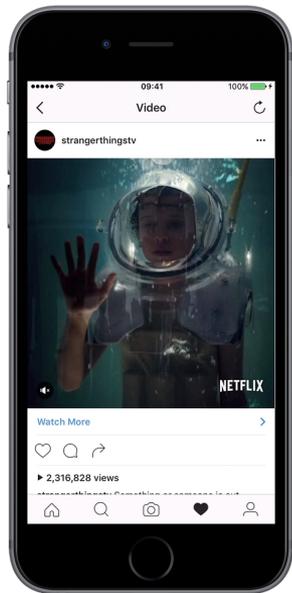




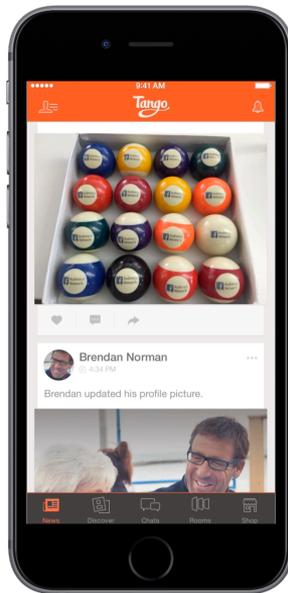
15 SEGUNDOS O MENOS



Vídeos en la sección de noticias de Facebook



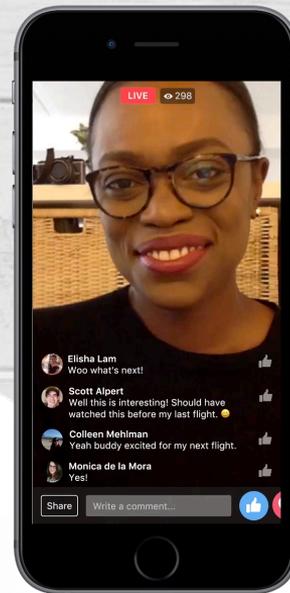
Vídeos en la sección de noticias de Instagram



Audience Network



Instagram Stories



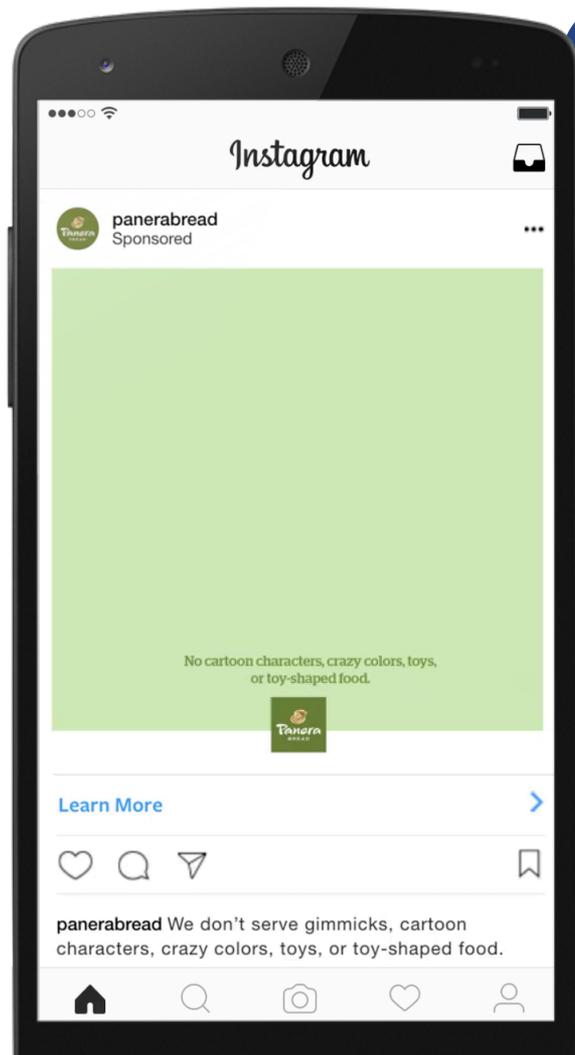
Vídeos in-stream de Facebook

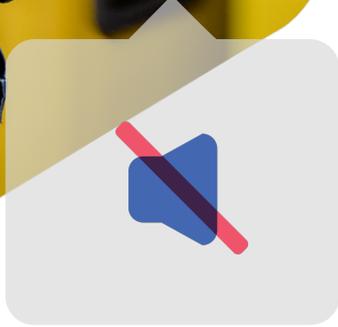


Esta cadena norteamericana de cafeterías usó vídeos cortos con gráficos de texto en movimiento para hablarles a los padres de su nuevo y sano menú infantil.

15 puntos
de aumento
en el
recuerdo del
anuncio

12 puntos
de aumento
en la
asociación
del mensaje





Diseña para vídeos sin sonido



pero sorprende con el sonido activado

NUEVO

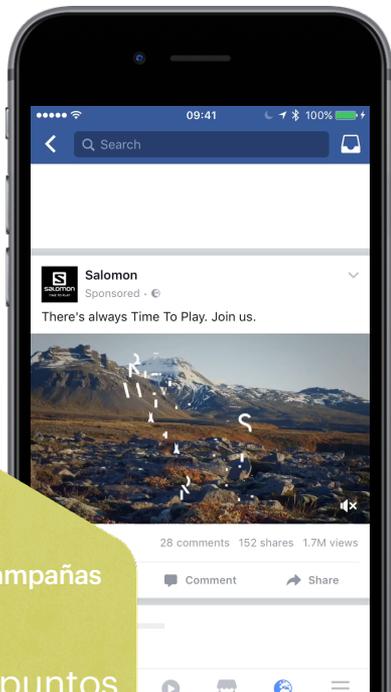




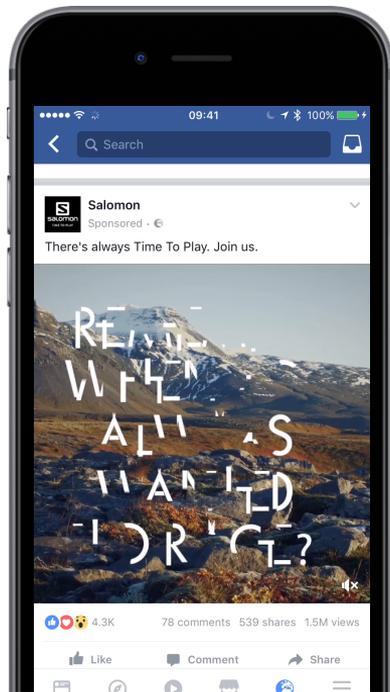
Como resultado del test:

El 70 % del tiempo que se invierte en ver videos, incluidos los anuncios con vídeo, se hace con el sonido activado.

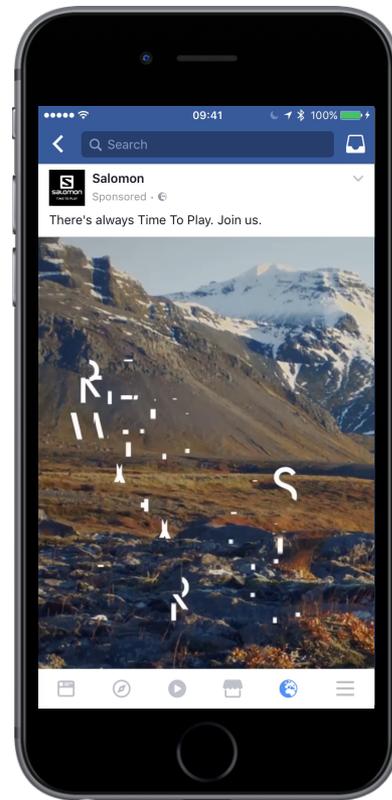
Crear vídeos verticales



16:9 | HORIZONTAL



1:1 | CUADRADO



9:16 | VERTICAL

2:3 | RELACIÓN DE ASPECTO RECOMENDADA
PARA LA SECCIÓN DE NOTICIAS

7 de cada 10 campañas

3-9 puntos

más de recuerdo del anuncio

con vídeos verticales en comparación con los horizontales

Vídeos verticales en todas las ubicaciones

FACEBOOK E INSTAGRAM

4:5



facebook



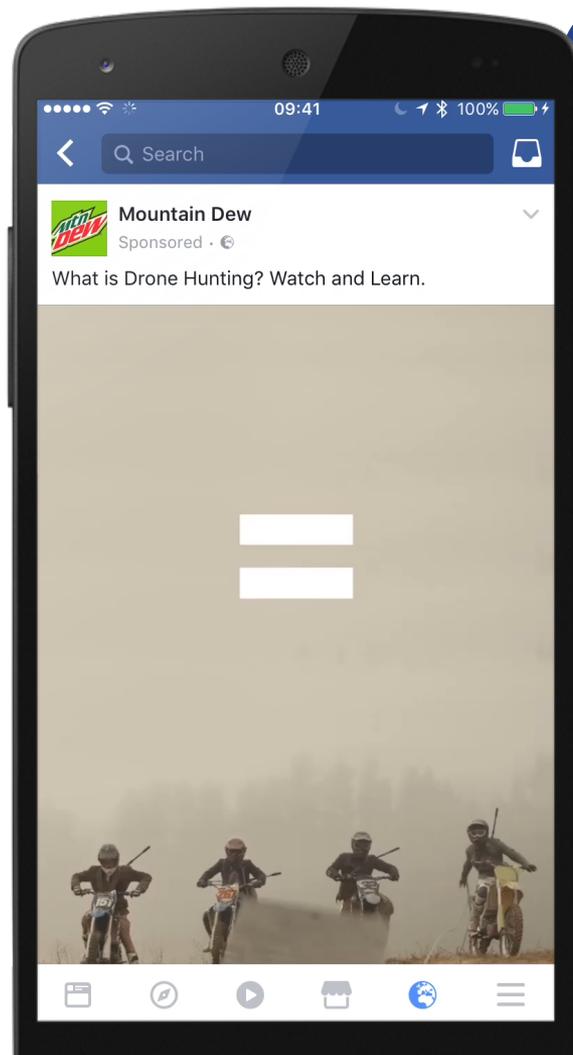
Instagram



Al usar activos de vídeos verticales, esta empresa de bebidas pudo elaborar contenido diseñado para la sección de noticias del móvil para la campaña Drone Hunting. Gracias a ella, aumentaron el recuerdo del anuncio y la valoración positiva, lo que supuso una notable mejora de la marca.

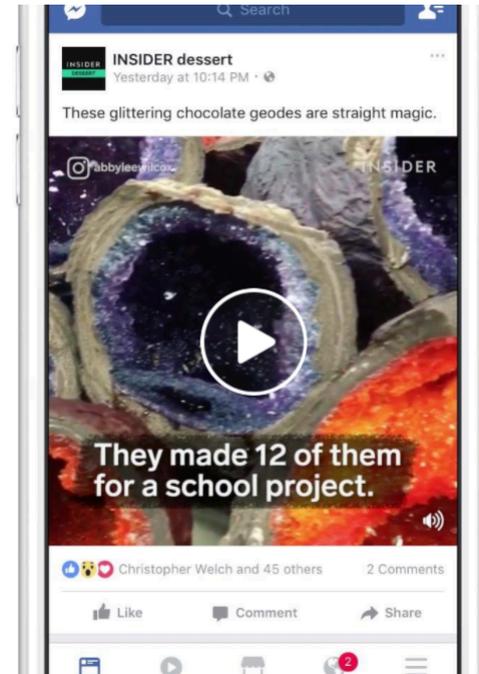
7 puntos
de aumento
del recuerdo
del anuncio

8 puntos
de aumento
de la
valoración





Los **videos in-stream** permiten a los anunciantes entregar anuncios con video de entre 5 y 15 segundos en mitad del contenido tanto en los videos en vivo como en los que no son en vivo en Facebook.



El anunciante puede elegir si quiere que

Device Types All Devices (Recommended) ▾

Platforms ▾

Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>
Feeds	<input checked="" type="checkbox"/>
Instant Articles	<input checked="" type="checkbox"/>
In-Stream Videos	<input checked="" type="checkbox"/>
Right Column	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
Audience Network	<input checked="" type="checkbox"/>
▶ Messenger	Ineligible

ADVANCED OPTIONS

- [Specific Mobile Devices & Operating Systems](#)
- [Exclude Categories for In-Stream Videos](#)
- [Apply Block Lists for Audience Network](#)

OBJETIVO DE CAMPAÑA

Reproducciones de Video

Reconocimiento de Marca

Interacciones con la publicación

Genera reconocimiento



OBJETIVO DE CAMPAÑA

Alcance

Tráfico

video views

Website
Conversions

Instalación de la
App



2.84X

higher return on ad spend
compared to previous
Instagram video
campaigns

5X

increase in video
completion rate compared
to previous Instagram
video campaigns

10%

lower cost per view
compared to previous
Instagram video
campaigns

Seize the holiday





TRAFICO
INTERACCIÓN

CONSIDERACIÓN

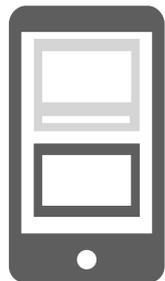


Objetivo de visitas en el negocio

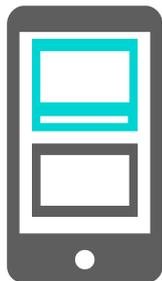




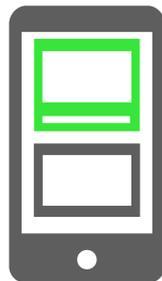
1
PLANTILLA DE CONTENIDO



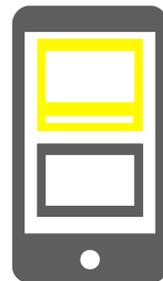
BARRIO A



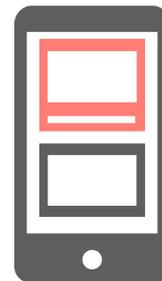
BARRIO B



BARRIO C



BARRIO D



BARRIO E



BARRIO F

Las llamadas a la acción, los mapas y el texto siempre se basarán en la ubicación del negocio más cercano a la persona a la que se le muestra tu anuncio



Anuncio basado en proximidad



Jasper's Market

Sponsored · 🌐

Learn authentic Italian cooking around the corner at 660 Market St!



Free authentic Italian cooking classes!

Get Directions

👍❤️😂 434

22 Comments



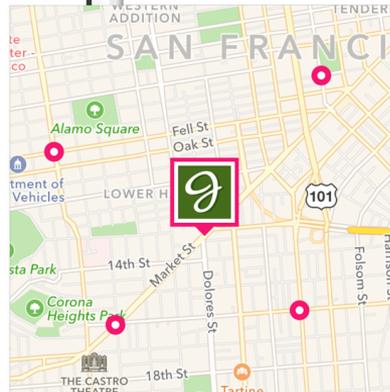
Like



Comment



Share



660 Market St

0.4 mi · 5 Locations Nearby
Open · 7AM - 10PM

Mapa en secuencia basado en proximidad

Destino de llamada a la acción basado en proximidad

Visitas a la tienda (Local Awareness) en Instagram



Anuncio basado en proximidad



Jasper's Market
Sponsored · 🌐

Learn authentic Italian cooking around the corner at 660 Market St!



Free authentic Italian cooking classes!

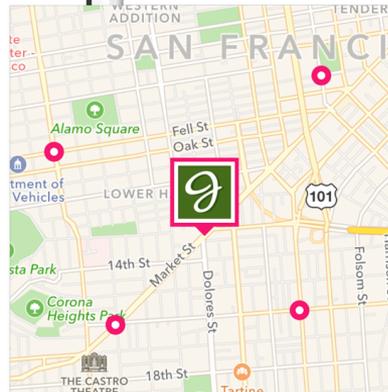
Get Directions

👍❤️😂 434

22 Comments



Mapa en secuencia basado en proximidad



660 Market St

0.4 mi · 5 Locations Nearby
Open · 7AM - 10PM

Destino de llamada a la acción basado en proximidad



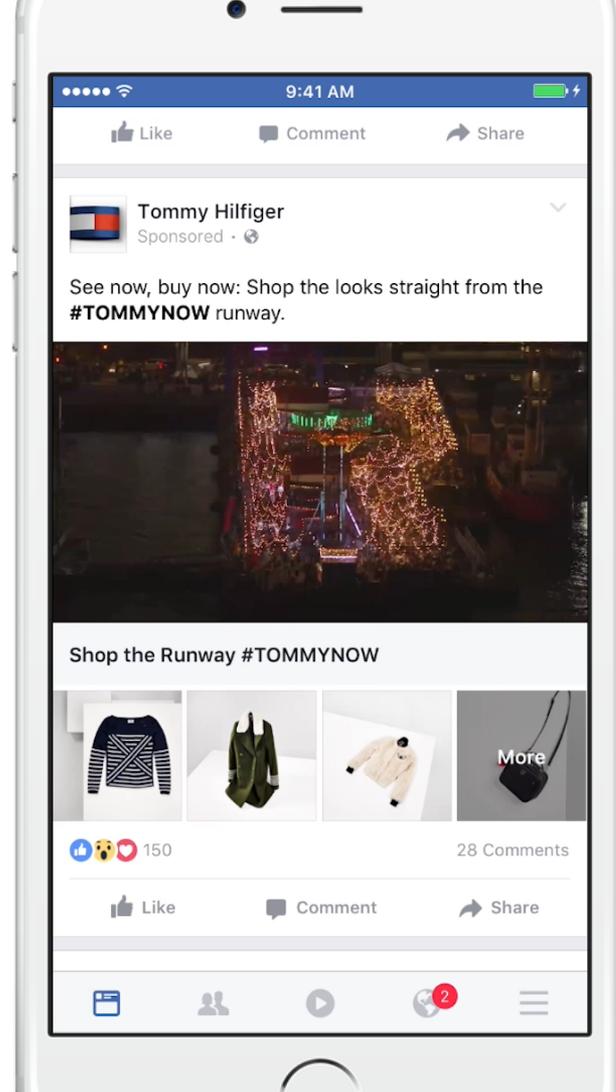
ACCIÓN

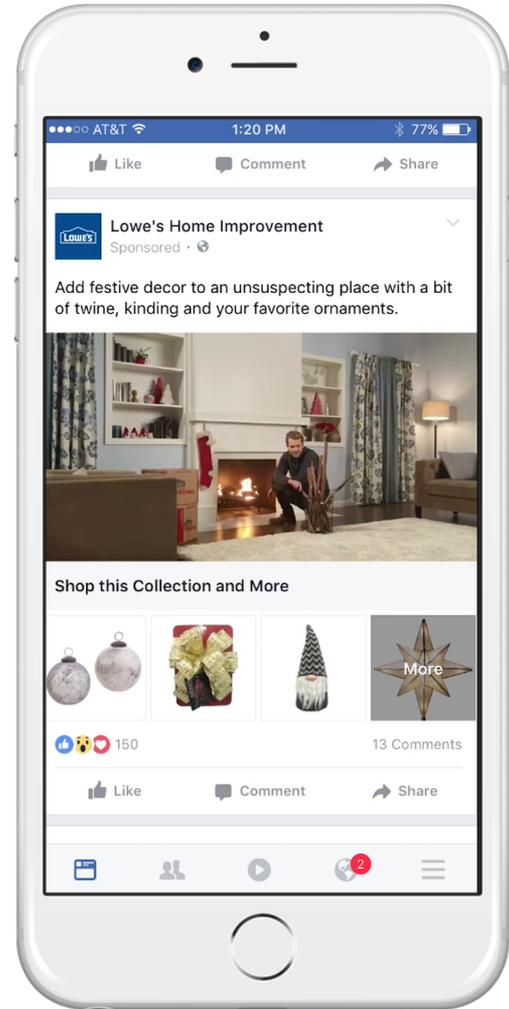
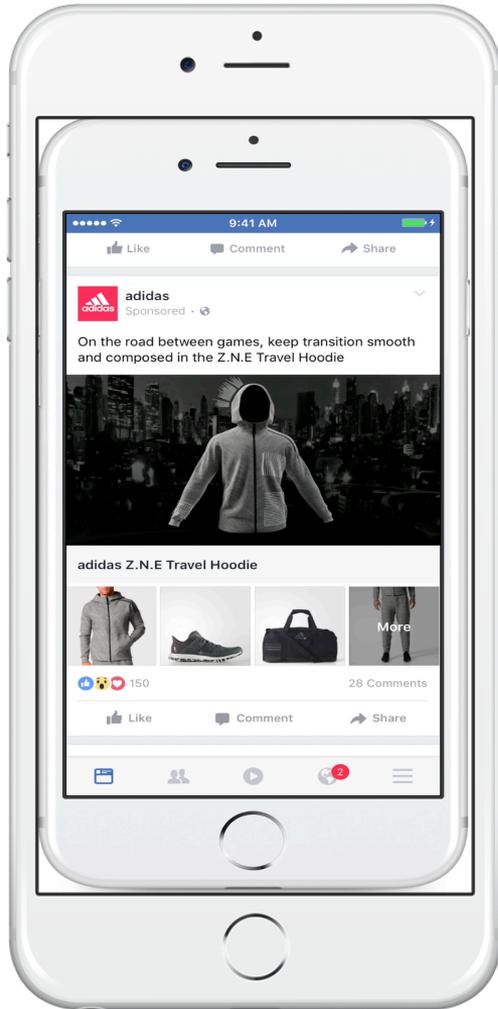
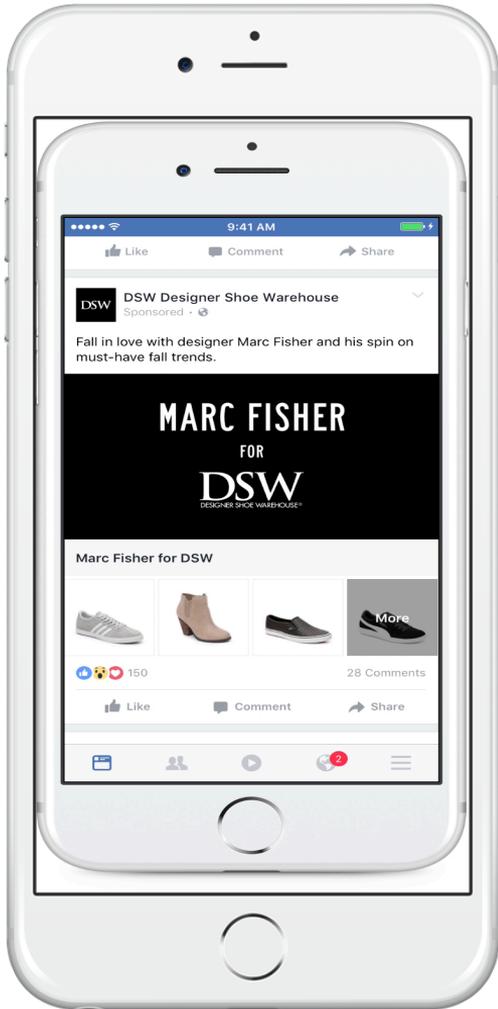
CONVERSIÓN



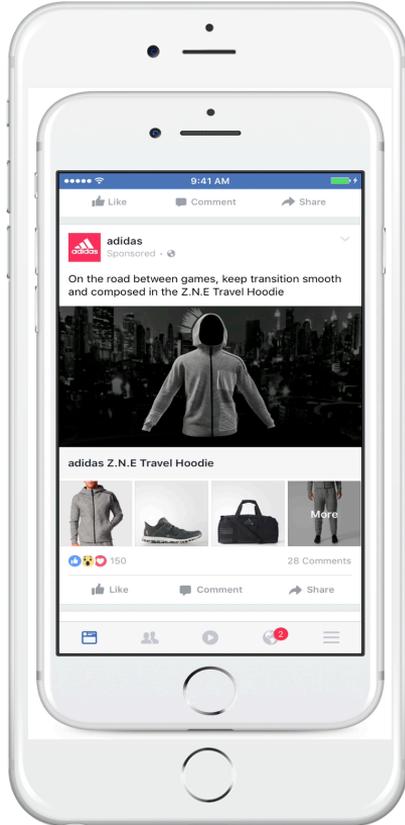
COLLECTIONS

Une un poderoso video o imagen con productos relacionados de tu catálogo — todo en un solo anuncio



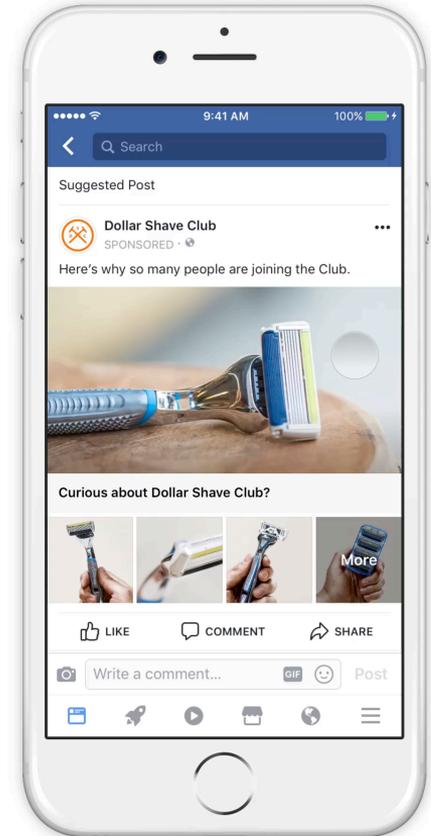


Introducción

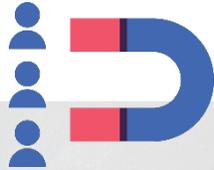


FIND IT IN-FEED
Aproveche el poder de la foto y el video

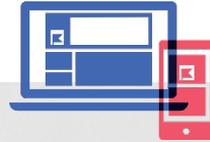
FALL FOR IT IN FULL-SCREEN
Menos tiempo de carga comparado con un website



Una experiencia Full Pantalla, para varios objetivos de negocio



Nuevos clientes
para su negocio



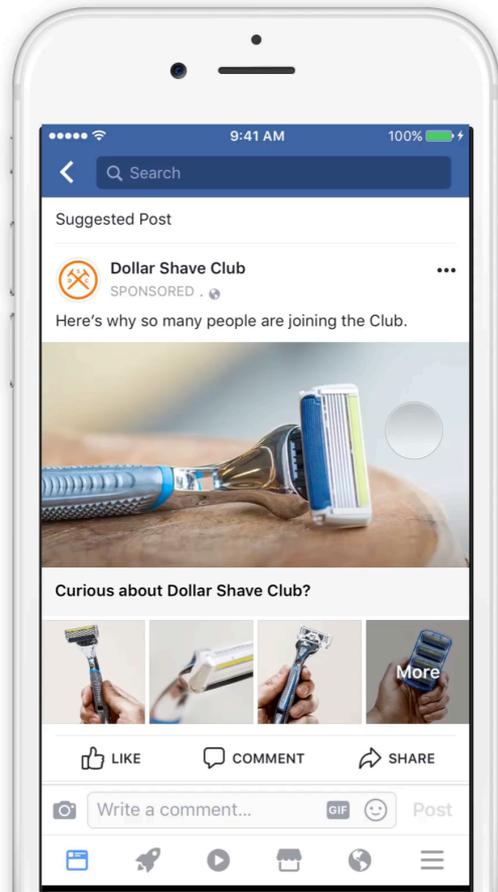
Interés e
Intención



3) INSPIRACIÓN

Compra en
Mobile

Adquiera nuevos clientes



CAPTURE

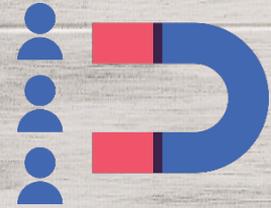
Al mostrar características, beneficios y testimonios de su producto / servicio

CONECTE

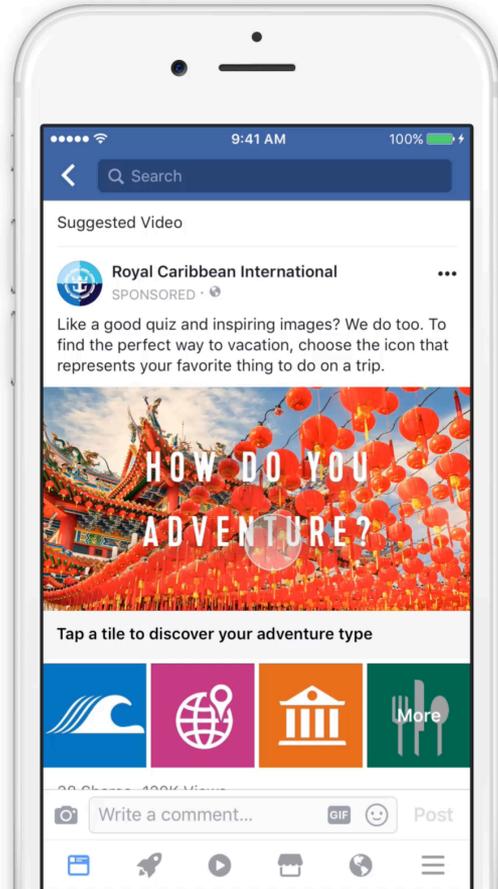
Usando un fuerte llamado a la acción

CONVIERTA

Al llevar a la gente a la página de su aplicación,



Alcance Reconocimiento de marca



Creando

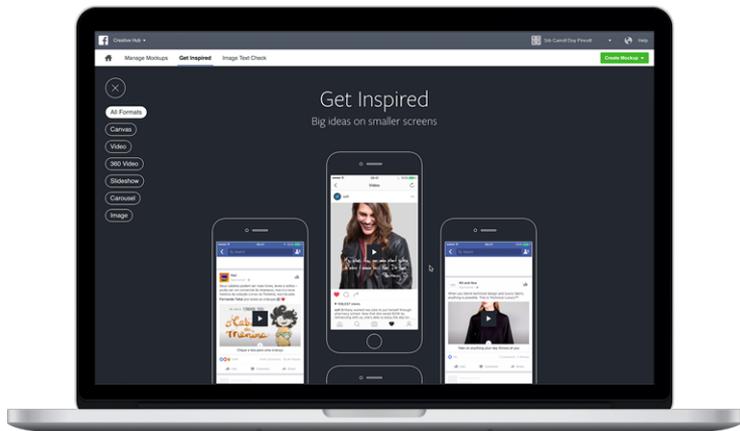
Momentos atractivos y memorables

CULTIVANDO

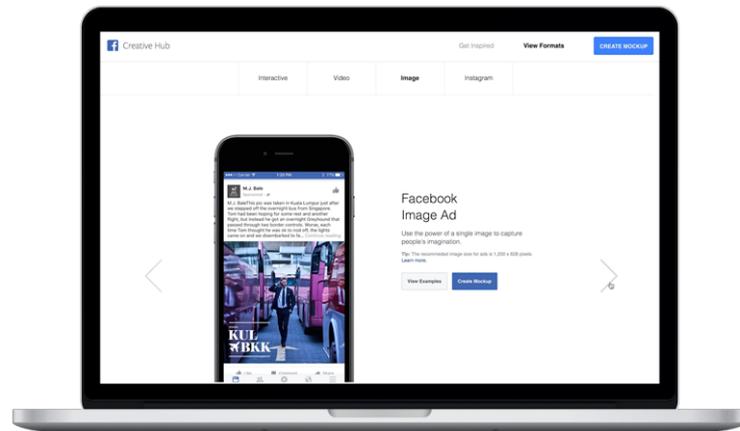
Interés e intención de compra

COMUNICANDO

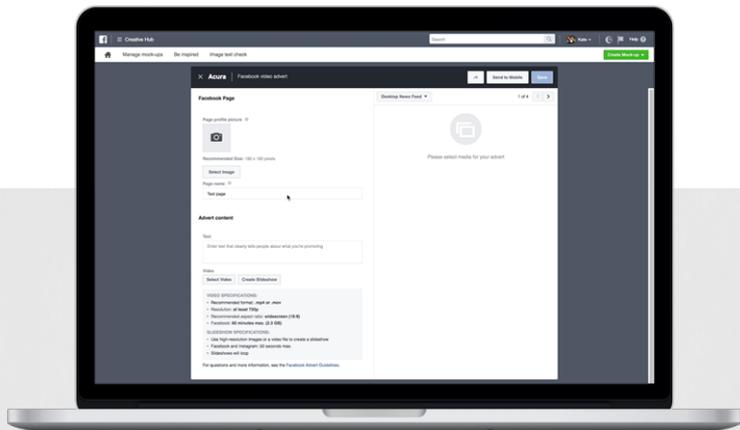
Una historia más profunda



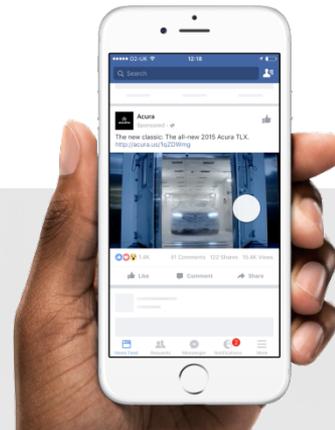
INSPIRATE



DESCUBRE LAS POSIBILIDADES



CREA Y PRUEBA



COMPARTE TUS IDEAS





**4. Cada dólar invertido
cuenta y se debe optimizar**





FACEBOOK COMO UN ALIADO EN SU
ESTRATEGIA PARA SER PRECISO Y
EFICIENTE



FACEBOOK



00:00 | 00:38

Video player controls including volume, play/pause, and progress bar.

Facebook Business Suite

Con Business Suite, puedes administrar todas tus actividades en el mismo lugar, lo que te permite volver a centrarte en otros aspectos de tu negocio.

Actualmente, incluye herramientas para:

- Publicar
- Programar
- enviar mensajes
- conocer estadísticas
- funciones para hacer publicidad

The screenshot displays the Facebook Business Suite dashboard for user Camilo. The interface is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options such as 'Inicio', 'Ariadna Colombia', 'Administrador de ...', 'Públicos', 'Informes publicita...', 'Configuración de L...', and 'Administrador de ...'.
- Header:** Greeting 'Buenos días, Camilo'.
- Main Content Area:** Titled 'Rendimiento de la cuenta publicitaria', it shows a table of recent ad campaign performance. The table includes columns for campaign name, spend, reach, and impressions, along with percentage changes.
- Alerts Panel:** Located on the right, it states 'No hay alertas nuevas.' and includes a button 'Ver todas las alertas'.
- Bottom Bar:** Features a 'Crear informe' button.

Campaña	Identificador	Gasto	Alcance	Impresiones	Cambios
Red Bull Colombia - Agency Paid So...	10160283524430352	\$0	0	0	
Posgrados	611299479655410	\$4.987.945 ↓ -10,78%	1.252.002 ↑ 0,29%	3.970.735 ↓ -1,43%	
Compañía de financiamiento Tuya - ...	3908063312648626	\$0	0	0	
Socios Online - Tigo Panamá	293665716879532	\$487.860	23.939	37.813	
Unidades Admin Pregrados - COP	3623476941097873	\$0	0	0	
Socios Online - WOM	464310768021811	\$3.946.382 ↓ -8,38%	311.507 ↓ -5,58%	555.913 ↓ -11,48%	

Empezando: Business Suite

Ver las actualizaciones de un vistazo: Visualiza en la pantalla de inicio de Business Suite todas las alertas, mensajes, comentarios y otras actividades en Facebook e Instagram que necesiten tu atención. Esto te permite priorizar y administrar fácilmente tu actividad empresarial a lo largo del día. Prueba configurando una respuesta guardada personalizada para las preguntas más comunes y crea un atajo para agilizar las respuestas.

FACEBOOK

Inicio

Ariadna Colombia

Administrador de ...

Públicos

Informes publicita...

Configuración de L...

Administrador de ...

Buenos días, Camilo

Rendimiento de la cuenta publicitaria Actualizadas recientemente Últimos 7 días

Red Bull Colombia - Agency Paid So... Identificador: 10160233524430352	\$0 Gasto	0 Alcance	0 Impresiones	>
Posgrados Identificador: 611299479655410	\$4.987.945 Gasto	-10,78% 1.252.002 Alcance	0,29% 3.970.735 Impresiones	>
Compañía de financiamiento Tuya - ... Identificador: 3908063312648626	\$0 Gasto	0 Alcance	0 Impresiones	>
Socios Online - Tigo Panamá Identificador: 293665768795332	\$487.860 Gasto	23.939 Alcance	37.813 Impresiones	>
Unidades Admin Pregrados - COP Identificador: 3623476941097873	\$0 Gasto	0 Alcance	0 Impresiones	>
Socios Online - WOM Identificador: 464310768021811	\$3.946.382 Gasto	-8,38% 311.507 Alcance	-5,58% 555.913 Impresiones	>

Crear informe

Alertas

No hay alertas nuevas.

Ver todas las alertas

Empezando: Creator Studio

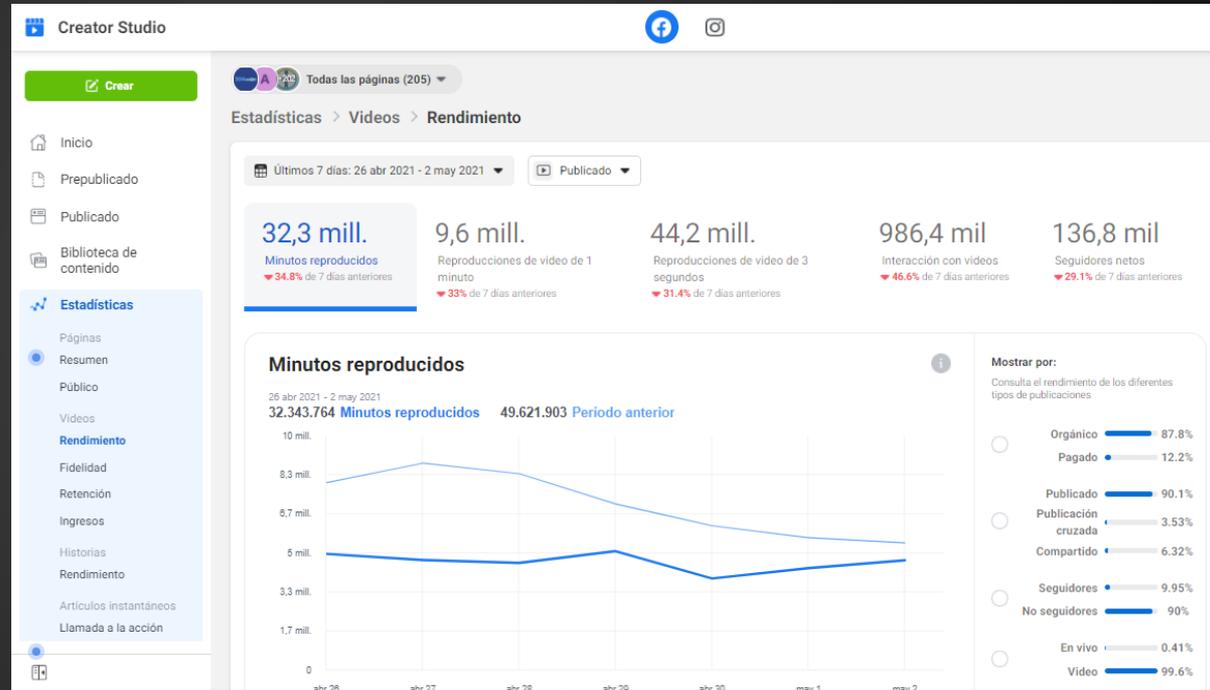
Compartir con tus comunidades de Facebook e Instagram: Prepara una nueva publicación para el Feed de Facebook e Instagram de tu negocio, y luego prográmala para ser publicada en un momento que tenga sentido para tu audiencia principal.

The screenshot displays the Facebook Creator Studio dashboard. On the left is a navigation menu with options: Crear, Inicio, Prepublicado, Publicado, Biblioteca de contenido, Estadísticas, Bandeja de entrada+, Monetización, Herramientas creativas, Configuración, and Recursos. The main area is titled 'Inicio' and features a post creation bar with 'Publica algo...', 'Agregar historia', 'Subir video', and 'Transmitir en vivo'. Below this is a 'Publicaciones recientes' section. On the right, there are three summary cards: 'Monetización' (Ingresos estimados por anuncios instream: --), 'Estadísticas' (Rendimiento), and 'Estadísticas' (Rendimiento). The 'Rendimiento' card shows four metrics with their respective values and percentage changes:

Metric	Value	Change
Reproducciones de video de 3 segundos	44.249.663	▼ 31.4%
Reproducciones de video de 1 minuto	9.581.356	▼ 33%
Minutos reproducidos	32.343.748	▼ 34.8%
Promedio de minutos reproducidos	0:19	▼ 11.4%

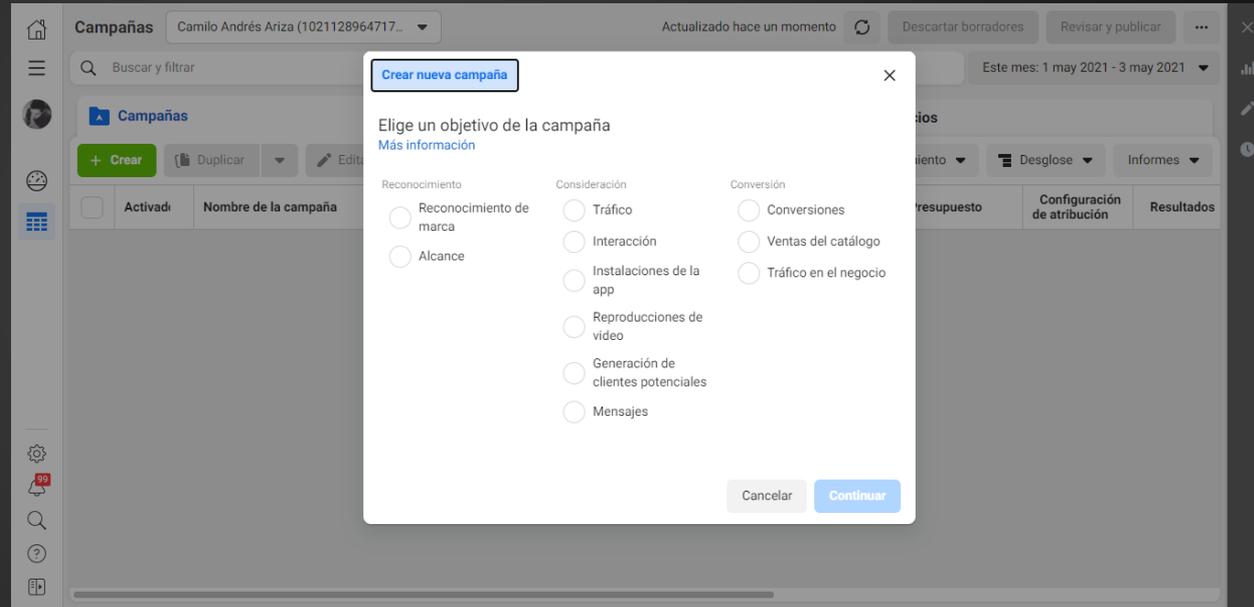
Empezando

Entender lo que está funcionando: Navega a la pestaña de “Insights” para descubrir información clave sobre el alcance, interacciones y comportamiento de tus publicaciones en Facebook e Instagram. Descubre lo que está llamando la atención de las personas y optimiza tus esfuerzos en cada plataforma.



Empezando

Crece tu audiencia: Revisa la posibilidad de potenciar una publicación o de crear un anuncio para que más personas la vean e interactúen con tu contenido.



DEMO EN VIVO

**COMO HACERLO EN SU
NEGOCIO**



SPECIALIZED es una de las marcas de bicicleta líderes en el mercado y ahora necesita adaptarse a la nueva normalidad. Por esta razón debe buscar formas innovadoras de atraer clientes a sus nuevas tiendas.

Alianza

Alianza con gastrobar local.

Interacción

Posicionar la marca en los alrededores





Braedt busca adaptarse con contenidos relevantes para un público en una realidad cambiante.

3x reacción

Uso de contenidos interactivos

Interacción

Creatividad vertical



RECAPITULANDO



1. Escoja en qué red quiere estar

2. No todo lo que brilla es gratis

3. Conecte su negocio con su consumidor

4. Cada dólar invertido cuenta



Gracias!!!





Alcon

Esteban Ehul Ayerza

Commercial Head

Vision Care Business Unit



5. Q/A



¿Tiene dudas?

¡Contáctenos! Estamos para ayudarlo



Chile

+56 2 32411931

servicioalcliente@distribuidoragalileo.com

<https://www.distribuidoragalileo.com/cl/>

 Chat



Argentina

+54 1151686159

servicioalclientear@distribuidoragalileo.com

<https://www.distribuidoragalileo.com/ar/>

 Chat

Horario de atención

Lunes a viernes: 08:00 - 18:00



!GRACIAS!

