

## Capítulo 6

## REDES SOCIALES

# Ventas mediante un Fan Page de Facebook

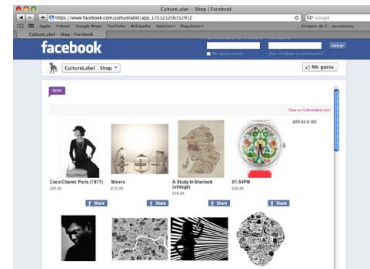
---



Recientemente han surgido **aplicaciones que permiten vender productos y servicios** mediante un perfil o **fan page de Facebook**.

## ¿Cómo funciona?

- 1 El comercio crea un perfil o fan page en Facebook.
- 2 El comercio utiliza la aplicación de un tercero que le ayuda a personalizar su fan page como una tienda online y funciona como una plataforma de ventas online.



- 3 Es necesario conectar la aplicación con algún sistema de pagos.
- 4 Los usuarios compran en Facebook.
- 5 El comercio cobra y recibe el dinero a través de un sistema de pagos.



Existen varias **aplicaciones** para hacer **e-commerce a través de Facebook**.

**Principales características mencionadas por los usuarios:**



- Permite configurar productos, importar fotos, desplegar condiciones de servicio y opciones de envío.
- Una vez configurada la tienda online, esta aparece en una pestaña dentro del perfil.



ecwid

- Se puede desplegar la tienda en diversas redes sociales y blogs simultáneamente y puede ser administrada desde un panel de control único.
- La integración es muy sencilla y no requiere programación.



- Permite integrar una tienda virtual existente con Facebook (mostrar ciertos productos de la tienda virtual en Facebook).
- Aparece en una pestaña dentro del perfil, permite a los usuarios “compartir” los productos con sus amigos.
- Cuando los usuarios hacen click en algún producto son redireccionados a la tienda virtual del comercio.

Es necesario tomar en cuenta los siguientes **aspectos antes de desarrollar un e-commerce** en redes sociales:

## Consideraciones de e-commerce en redes sociales

1

### • **Funcionalidad reducida**

Actualmente existen algunas limitantes para los e-commerce que operan en redes sociales:

- El área de visualización de la tienda es reducida
- El desempeño de la página no es tan rápido como el de un e-commerce con un sitio dedicado.
- No se puede utilizar el botón “atrás”.

2

- Manejar el e-commerce de tal manera que no sea molesto para los usuarios que no están buscando comprar productos sino interactuar con otros usuarios, ver fotos, compartir con amigos y familiares, etc.

3

- Asegurar la protección de la información transaccional y los datos personales para transacciones realizadas a través de los e-commerce en redes sociales.

- Aun cuando las transacciones no se hagan directamente en la tienda de la red social es posible que a partir de ésta se **genere tráfico al sitio dedicado del comercio** (en caso de que exista).
- Es importante ofrecer productos y ofertas exclusivas en redes sociales para **fans del comercio**.
- Realizar **publicidad muy dirigida** a grupos específicos, con intereses específicos.
- Las tiendas en redes sociales pueden ser una opción atractiva para **micro y pequeñas empresas** por el **bajo costo de implantación**.