

EdgeRank, el secreto en Facebook para acrecentar tu Imagen

Los principales factores de Facebook EdgeRank

Nadie conoce el funcionamiento exacto del Facebook EdgeRank, ni cuáles son todos los parámetros de influencia, así como tampoco el peso de cada uno de ellos en la fórmula final (en esto también se asemeja al algoritmo de Google).

Nuestra empresa, le asesorará en una estrategia integral: Desarrollo de su página web comercial, posicionamiento en Google, Facebook, Instagram, Desarrollo de contenidos creativos y creación de software a la medida para su Empresa. Si tiene interés en nuestros servicios, escriba a presidencia@dineroclub.com



Alvaro Abril, CEO
Dineroclub.com

Un dato a tener en cuenta es que las publicaciones de nuestras páginas de Facebook solo se muestran en el 17% de los timelines de los usuarios que nos siguen; y la causa de esto es el **EdgeRank** que tengamos.

No obstante, **sí que están identificados 3 factores básicos:**



A smartphone user shows the Facebook application on his phone in the central Bosnian town of Zenica, in this photo illustration, May 2, 2013.

Facebook Inc's mobile advertising revenue growth gained momentum in the first three months of the year as the social network sold more ads to users on smartphones and tablets, partially offsetting higher spending which weighed on profits. REUTERS/Dado Ruvic (BOSNIA AND HERZEGOVINA – Tags: SOCIETY SCIENCE TECHNOLOGY BUSINESS)

1. Afinidad

Uno de los aspectos más determinantes es el grado de interacción entre el usuario y la persona o empresa que publique o cree el contenido. La forma de medir dicha interacción es, esencialmente, las veces que pulsa el botón de "Me gusta", los comentarios y si comparte o no sus publicaciones.

2. Relevancia del contenido

Se trata de una valoración de cada contenido publicado realizada por el propio Facebook. Para otorgarle una "nota" a cada contenido, Facebook tiene muy en cuenta la calidad del mismo y, sobre todo, la variedad de formatos utilizados. Unos contenidos con imágenes y vídeos tienen un mayor "peso" que otros con solo texto.

3. Tiempo

A medida que pasa el tiempo de la publicación, su relevancia disminuye. Por eso es importante actualizar los contenidos con frecuencia, ya que Facebook valora especialmente la actualidad, es decir, la información más reciente.

¿Cómo conseguir el mejor EdgeRank?

Como marca o empresa, o incluso como profesionales individuales con una estrategia definida de social media, o bien que simplemente queramos promocionarnos o tener una cierta visibilidad en Facebook, obviamente **nos interesan dos cosas**:

1. Que nuestros contenidos aparezcan en el mayor número de muros de nuestros contactos.
2. Que nuestras publicaciones aparezcan con la mayor frecuencia posible y en los primeros lugares.

12 consejos para aumentar el EdgeRank en Facebook

En este post quiero dar unos consejos de cómo mejorar el **EdgeRank** para aumentar la visibilidad de las publicaciones y la interacción (engagement) de tus seguidores con tu página en Facebook.

- **Publicar contenido interesante y multimedia.** Nuestros contenidos deben tener valor para el usuario y no limitarse a promociones u ofertas (que, además, pueden ser consideradas spam). También es crucial priorizar las fotos y los vídeos sobre el texto.
- **Actualizar con frecuencia.** Además de la calidad y variedad de los formatos, nuestras publicaciones deben tener una tercera característica: ser novedosas y actualizarse con regularidad.
- **Interactuar con el usuario.** Es fundamental que el usuario haga comentarios (y, por supuesto, contestarlos de la mejor forma posible y cuanto antes mejor) y que comparta nuestro contenido. Para ello, debemos publicar cosas que le llamen la atención, así como animarle a que comparta opiniones y dudas con nosotros.
- **Dale a tus publicaciones en Facebook un toque personal:** no tienes que olvidar que la gente en las redes sociales, y sobre todo en Facebook está para hablar con personas, no con máquinas que publican o auto publican post desde feeds, ya sean desde tu blog o de tus ofertas de productos. Habla con ellos, comenta historias, experiencias de otros clientes o tuyas propias.
- **Usa contenidos visuales (imágenes y vídeos):** está demostrado que los contenidos audiovisuales son los que más enganchan a los usuarios, son los más compartidos, comentados y reciben la mayor cantidad de “me gusta”, así que no los olvides y úsalos adecuadamente para mejorar tu EdgeRank.
- **Realiza concursos en tu fan page:** los concursos y promociones son herramientas muy utiles para aumentar el “engagement” con tus seguidores, en primer lugar no olvides cumplir con los requisitos y normas que impone Facebook para este tipo de acciones. Ten en cuenta también el definir bien cual es tu objetivo para esta acción, como vas a medir si se cumple o no lo que vas a

medir, no es lo mismo conseguir nuevos seguidores, que aumentar los comentarios, o que se hable más de la marca en la red. Es muy aconsejable hacer estas acciones a través de una App en una pestaña de la fan page de la marca.

- **Utiliza el humor:** no todo tiene que ser serio en lo que púlicas en la red, los usuarios también buscan este tipo de posts en las redes sociales, y es más probable que se comparta este tipo de contenido que una “súper oferta” en el mejor de tus productos, aprovecha para que se comparta más tu página y marca, puede ser tan sencillo como una foto con un texto que te alegre el día a ti y a tus seguidores.
- **Convierte a tus empleados en protagonistas:** los usuarios quieren hablar con personas, así que si realizas eventos donde participan tus empleados es buena oportunidad para mostrar esas fotos y que tus seguidores le pongan cara a aquellos que le dan soporte técnico, o le asisten en la compra de sus productos.
- **Responde a todos los comentarios y preguntas:** más del 90% de las empresas que tienen una página profesional en Facebook no responde a preguntas y comentarios de sus seguidores, esto crea una sensación de abandono por parte del seguidor, dándole un mal servicio donde debería de prestársele. Se debe de tener en cuenta que al igual que en servicio de atención al cliente, si tienes presencia en las redes debes de darles el mismo soporte y responder a las dudas y comentarios que aquí se planteen.
- **Planifica el horario de publicación:** esta demostrado que los seguidores tienen unas costumbres y horarios más que definidos, y existen unas horas en las que una publicación tendrán más impactos que en otras, por eso es necesario hacer un estudio y posterior planificación

de las publicaciones que se hacen en las redes sociales, sólo este detallé hace aumentar varias veces el engagement con tus seguidores.

- **Publica con frecuencia:** la vida en el timeline de una publicación es corta, se dice que como máximo una publicación está 3 horas de forma visible en cada usuario, así que considera publicar como mínimo 2 veces al día con un espacio de unas 3 horas para lograr una mejor cobertura en el timeline de los usuarios donde se publique.
- **Haz preguntas a tus fans:** Las encuestas y preguntas a tus seguidores son un llamado directo a la interacción con tu página profesional, aprovecha esto y realiza consultas sobre tus productos o servicios, sobre los gustos de tus seguidores y algún otro tema que creas que será de su interés.
- **Conoce a fondo a tus seguidores:** mira bien las estadísticas de tu página, así podrás llegar a saber con más exactitud quienes son los que te siguen, donde viven, que idioma hablan o prefieren para comunicarse, rango de edad; eso te ayudará a crear contenidos más específicos y dirigidos a tu mayor público, además de comprobar si de verdad te siguen a quienes quieres dirigirte en las redes.
- **Combina los tipos de publicaciones:** no publiques siempre acerca del mismo tema, combina tus artículos del blog con tus ofertas, con imágenes, vídeos, humor, encuestas, concursos y promociones. Intenta no repetirte cada día.
- **Incentiva a tus seguidores:** Por muy grande que sea el botón de “Me gusta” en tu web no será motivo suficiente para que te sigan en tu página en Facebook, si ya lo hacen en tu web para que van a ir a otro canal a seguirte escuchando, leyendo o viendo; por ello debes de

dar algo a cambio, un trato diferente, una mención, un contenido diferenciado, una oferta diferenciada; eso es lo que buscan los usuarios al seguirte en una red social, otro trato, otra relación lo demás ya lo tiene en su sitio habitual.