

# Creación de publicaciones efectivas en Facebook

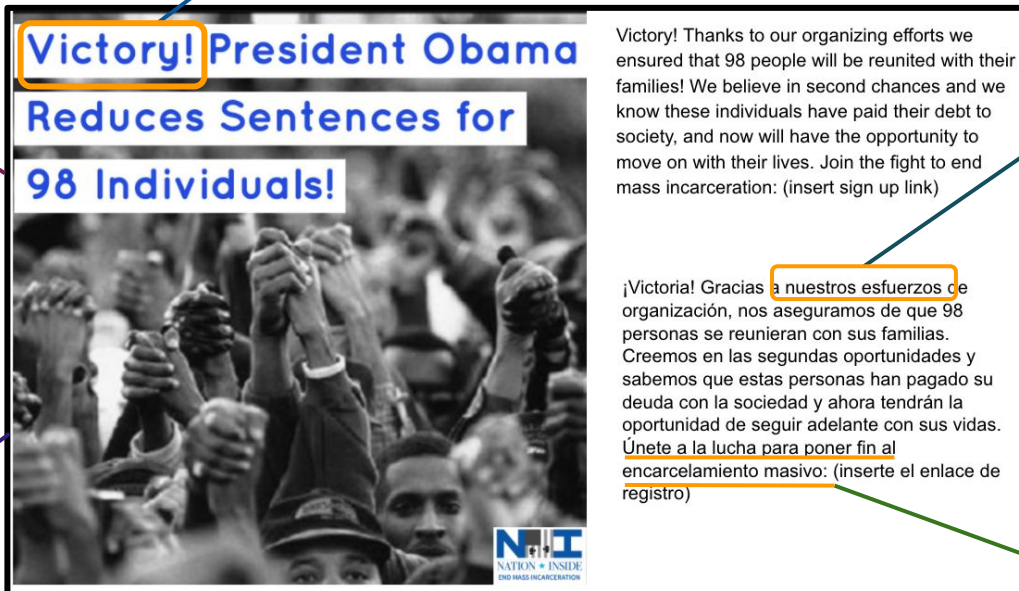
Rose Foundation for Communities and the Environment, en alianza con Social Movement Technologies

## Eleva las victorias, incluso las pequeñas.

Compartir las "malas noticias" puede hacer que las personas se asusten y deseen menos la información, mientras que las historias personales y positivas abren a las personas y les dan esperanza. **Una de las cosas más importantes que nos permiten hacer las redes sociales es contar historias de resistencia y esperanza.**

Trate de evitar demasiada jerga: hable en un lenguaje sencillo para que las personas puedan relacionarse fácilmente con su mensaje.

Permita que su gente (personal, voluntarios, organizadores, etc.) reclame sus victorias; sus seguidores estarán emocionados de ver publicaciones que celebran su arduo trabajo.



**Victory! President Obama Reduces Sentences for 98 Individuals!**

Victory! Thanks to our organizing efforts we ensured that 98 people will be reunited with their families! We believe in second chances and we know these individuals have paid their debt to society, and now will have the opportunity to move on with their lives. Join the fight to end mass incarceration: (insert sign up link)

¡Victoria! Gracias a nuestros esfuerzos de organización, nos aseguramos de que 98 personas se reunieran con sus familias. Creemos en las segundas oportunidades y sabemos que estas personas han pagado su deuda con la sociedad y ahora tendrán la oportunidad de seguir adelante con sus vidas. Únete a la lucha para poner fin al encarcelamiento masivo: (inserte el enlace de registro)

N.I.I. NATIUN • INSLDE 100 HUND INCARCERATION

## Mostrar versus contar (Usar Fotos)

Muestre imágenes de personas y cosas con las que pueda identificarse.

## Crema una sensación de emoción e impulso.

Cuando alguien siente que está sucediendo algo importante, se siente más inspirado para unirse, e incluir un llamado a la acción inmediata les da un camino claro para unirse al trabajo.

Ejemplo de una publicación de Facebook eficaz

## Identifique buenos candidatos para historias convincentes: generalmente un héroe poco probable

Eleva a la gente común que muestra valentía y bondad. Entrevístelos; comience por lograr que cuenten su historia, pero luego no tenga miedo de hacerles las preguntas que profundizan o que pueden parecer incómodas.



## Poniéndolo todo junto: usando Canva

Canva es una gran herramienta para editar imágenes y texto juntos. Puedes conseguir un [cuenta de equipo gratuita](#) para 501(c)3s. Haga clic en el enlace para [videos en inglés de cómo empezar](#).



# Aumentar su alcance a través de Facebook

## Grupos de Facebook

Si ya tiene una página de Facebook para su organización, considere si un grupo de Facebook también puede ser beneficioso para conectar a sus seguidores.

Los grupos de Facebook facilitan que las personas se comuniquen entre sí, ya que los miembros pueden publicar y hacer preguntas en el grupo, lo que no pueden hacer en la página de Facebook de su organización.

Los seguidores ven las publicaciones de un grupo de Facebook con más frecuencia que la página de Facebook del mismo grupo y su suministro de noticias.

**Investigue: Únase a otros grupos de Facebook para obtener más información sobre cómo funcionan y para reclutar personas para su causa.**

- [Usa esta herramienta para rastrear su investigación.](#) Busque palabras clave en Facebook y comience a trazar grupos de Facebook de los que pueda aprender, y tal vez haga que algunos de los líderes de sus grupos se unan.
- **Aprenda lo que le interesa a la gente y sobre lo que la gente podría querer conectar con relación a su grupo.**

## Promoción de publicaciones

**Facebook es gratis, pero...**

Si tiene una publicación realmente importante que desea que le llegue a más personas, considere comprar un anuncio de Facebook para la publicación.

**También puede dirigirse a personas específicas con su publicación. Ejemplos de personas a las que puede promocionarlas:**

- Personas con intereses medioambientales en su área o región geográfica
- **Lista de correos electrónicos de seguidores y sus amigos.**
- Visitantes del sitio web de su organización ([instale Facebook pixel](#) Para rastrear esto) y sus amigos

**Los anuncios de Facebook podrían ser más baratos de lo que cree:**

- Cuando publique su anuncio, solo se le cobrará por la cantidad de clics o la cantidad de impresiones que reciba su anuncio.
- La publicidad de Facebook cuesta, en promedio, \$ 0.97 por clic y \$ 7.19 por 1000 impresiones (vistas).

[YouTube tiene excelentes videos de como hacerlo](#) para comenzar con publicaciones pagas.

