

Venta de productos a través de una tienda-fanpage online Facebook

Ernestina Anguiano Bello

ernestina.anguiano@iguala.tecnm.mx

Anastacio Carrillo Quiroz

anastacio.carrillo@iguala.tecnm.mx

Areli Bárcenas Nava

areli.barcenas@iguala.tecnm.mx

Yahir Jaimes Jaimes

16670269@iguala.tecnm.mx

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Iguala
Iguala de la Independencia - México

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo desarrollar e implementar una página profesional enfocada y centralizada en Facebook con una página de ventas de productos como publicidad de ventas de productos. Las personas que se interesen por los productos y servicios de Xbox dragones encontrarán fácilmente los detalles como precios, fotos y descripción de cada uno de ellos, los elementos que incluyen están acompañados de botones interactivos y dinámicos para que envíen un mensaje o visiten el sitio para comprar, con una tienda online vinculada a una Fanpage en la red social de Facebook, se resaltan los productos, creación de colecciones para personalizar la tienda y atraer clientes, usar el administrador de ventas para personalizar la tienda, cada colección tiene un nombre, una descripción contenido multimedia. La página muestra lo que vende de Xbox dragones como son: accesorios, juguetes, ropa, accesorios de Nintendo, Play Station y Xbox, todos estos siendo coleccionables de diversos juegos y consolas de video juegos del género.

Palabras clave: Facebook; productos; publicidad

Selling products through a facebook online store-fanpage

ABSTRACT

The present work aimed to develop and implement a focused and centralized professional page on Facebook with a product sales page as product sales advertising. People who are interested in Xbox Dragons products and services will easily find details such as prices, photos and description of each of them, the elements included are accompanied by interactive and dynamic buttons for them to send a message or visit the site to buy, with an online store linked to a Fanpage on the Facebook social network, products are highlighted, creation of collections to personalize the store and attract customers, use the sales manager to personalize the store, each collection has a name, a description multimedia content. The page offers what Xbox dragons sells such as: accessories, toys, clothing, accessories from Nintendo, Play Station and Xbox, all of these being collectibles of various games and video game consoles of the genre.

Keywords: Facebook; products; advertising

Artículo recibido: 10 Setiembre. 2021

Aceptado para publicación: 15 Octubre. 2021

Correspondencia: ernestina.anguiano@iguala.tecnm.mx

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

La empresa Xbox dragones que da el servicio de renta de consolas de videojuegos, reventa de juguetes de colección, ropa de colección, accesorios, juguetes coleccionables, reventa de juegos (físicos y digitales), presta servicio de entretenimiento en forma tradicional, pero los negocios están cambiando sus métodos de comercio debido a la pandemia que se está sufriendo a nivel mundial por el virus Covid – 19 de no poder ir físicamente a los locales, y solamente siguiendo ciertas recomendaciones de la salud como evitar lugares concurridos, o sencillamente porque las personas no tienen el tiempo suficiente para realizar sus compras.

Por lo descrito anteriormente se planteó el objetivo general

- “Desarrollar e implementar una página profesional enfocada y centralizada en Facebook con una página de ventas de productos como publicidad del negocio local.

Y los objetivos específicos

- Crear y administrar una cuenta personal profesional para la empresa Xbox dragones y su vinculación en cuentas comerciales para la suite empresarial de Facebook.
- Crear una página de publicidad (Fan page) en Facebook.
- Implementar una página profesional de venta de productos, promociones y rentas de los servicios que ofrece Xbox dragones.
- Subir y administrar el contenido de la cuenta en la red social de Facebook del negocio ligadas a la cuenta oficial del propietario.

Esto permite que las personas que usan Facebook se pongan en contacto con el dueño del negocio de manera virtual y directa para la compra de distintos tipos de productos derivados de los videojuegos, juguetes coleccionables, ropa y accesorios.

Estar presente de manera virtual en esta gran red social genera que los usuarios puedan seguir a la empresa Xbox dragones por medio de promociones, publicidad, ofertas y mantenerse actualizados en la categoría de estos artículos y hacer frente a la competencia local dentro de la ciudad.

Fundamento teórico

El administrador comercial es una herramienta esencial gratuita de Facebook con la que se puede organizar y administrar para dueños de pequeños y medianos negocios.

Básicamente es el lugar donde se puede administrar todas las actividades de marketing y publicidad en Facebook, también desde este panel se puede controlar el acceso de

múltiples usuarios a recursos adicionales como la cuenta de Instagram y catálogos de productos.

Facebook Business Manager.

Es la herramienta gratuita de Facebook que ayuda a realizar las acciones de marketing de la empresa de manera eficiente, está diseñada para poder gestionar en un solo lugar varias cuentas y trabajar en equipo.

Página de Facebook.

Una página de fans de Facebook es una cuenta comercial que representa a una empresa o una organización, es similar a un perfil de Facebook, pero ofrece herramientas únicas para realizar la gestión y monitoreo de la interacción y participación. Sólo se puede tener un solo perfil de Facebook relacionado con el nombre, se puede tener una cantidad ilimitada de páginas asociadas a la cuenta, a diferencia de los perfiles varias personas pueden administrar y contribuir a una página usando su propia información de inicio de Facebook.

Tienda Online en Facebook.

La tienda en Facebook es una pestaña que se agrega al perfil de la empresa y con la que se puede mostrar los productos que se tiene a la venta en la tienda en línea.

Photoshop.

Sirve para crear cualquier imagen que se pueda imaginar, al ser un programa de edición fotográfica, trabaja con mapas de bits y cualquier formato de imagen, permitiendo hacer montajes, manipular, modificar, editar y retocar cuanto se desee a través de todas las herramientas de las que se dispone. Para cualquier empresa es un software que permite desde crear ilustraciones hasta acompañar sus contenidos con fotografías hechas a medida, hacer banners publicitarios para Internet o para carteles reales. Prácticamente cualquier campaña publicitaria actual ha necesitado de las capacidades de este programa.

Catálogo de productos.

Contiene información sobre los artículos que se requiere anunciar y vender en Facebook, se puede crear catálogos para distintos tipos de inventario, como productos (comercio electrónico), hoteles, vuelos, destinos, viviendas y vehículos; con los catálogos se puede hacer lo siguiente: crear un catálogo para todos los artículos y actualizarlo a medida que cambie el inventario, agregar y administrar la información de los artículos como títulos, imágenes, descripciones, precios, subir artículos de manera individual o masiva y crear

conjuntos para anuncios o colecciones para tiendas de artículos.

Publicidad Comercial.

La publicidad comercial es toda forma de comunicación realizada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta, la contratación de bienes, servicios, derechos y obligaciones.

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

Metodología en Cascada

El método de la cascada es considerado como el enfoque clásico para el ciclo de vida de desarrollo de sistemas, se inicia con la especificación de requerimientos del cliente, continúa con la planificación, el modelado, la construcción y el despliegue para finalizar con el enfoque del software. El modelo está dirigido por documentos y no proporciona resultados tangibles de software hasta el final del ciclo de vida del software.

Es caracterizado por ordenar de manera rigurosa las etapas del ciclo de vida del software, dado que el comienzo de cada etapa debe esperar a la finalización de la inmediata anterior. Cuando la revisión determina que el proyecto no está listo para pasar a la siguiente etapa, permanece en la etapa actual hasta que esté preparado, y debido a que el proceso está planeado es más fácil determina costos y los plazos.

Técnicas de recolección.

Cuestionario. El cuestionario contiene las preguntas que el usuario debe responder para proporcionar la información que busca el analista, el cuestionario se envía al usuario y el analista analiza la respuesta.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se logro terminar la página en Facebook y su tienda Online con el diseño deseado y se cumplió con el objetivo general y específicos planteados en un inicio.

Desarrollo de la página.

En la figura 1 se muestra los álbumes que fueron creados para las diferentes categorías que maneja el negocio, así como sus artículos para una mejor apreciación.

Figura 1. Categorías del negocio.



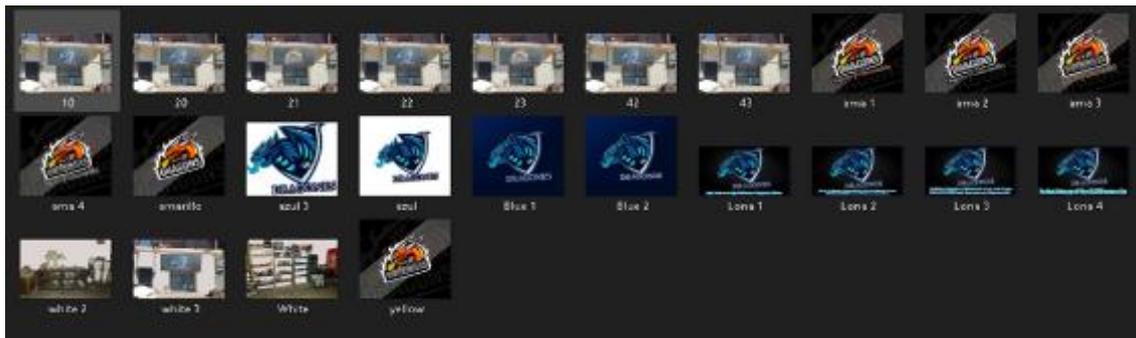
En la figura 2 se observan diferentes presentaciones creadas en photoshop para las categorías del negocio y sus artículos para vender.

Figura 2. Presentaciones en Photoshop



En la figura 3 se visualiza la creación y ediciones de logos del negocio para una impresión de lonas de manera física.

Figura 3. Creación y ediciones de logos



En la figura 4 se aprecia la vista general de la tienda oficial de Xbox dragones terminada.

Figura 4. Vista general de la tienda



En la figura 5 se observa la información personal del negocio para los clientes, como el correo electrónico del negocio y su número telefónico.

Figura 5. Información personal del negocio.



En la figura 6 se observa la transparencia de la fanpage del negocio y de la tienda en facebook para su veracidad y autenticidad.

Figura 6. Transparencia del negocio.



4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

- 1) Los costos de una tienda online son menores que los de la creación de un sitio web.
- 2) La propagación de los contenidos es intensa y constante, las acciones por parte de los usuarios, como me gusta o compartir, generan viralización, aumentado el alcance y la difusión tanto en la ciudad local como a sus alrededores.
- 3) La interfaz es realmente sencilla y amena, permitiendo que pueda ser fácilmente utilizada por cualquier persona, tenga o no conocimientos de compra online en esta red social de facebook.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Soares, F.R. & Monteiro, p. r. r. (2015). Marketing digital. revista tecnología 5(3), 42-59.
- Valerio, g., herrera- murillo, d.j., villanueva puente, f., herrera-murillo, n., & del carmen rodríguez- martínez, m. (2015). relación entre los formatos de publicación y estudio de las páginas de facebook de las universidades mexicanas. rusc universities and knowledge society journal, 12(1), 50-64.
- Treadaway, c. y Smith, m. (2012). marketing de facebook: una hora al día. john wiley & sons.
- Levy, j. (2010). marketing de facebook: diseño de próxima campaña de marketing. educación pearson.
- Hansson, l., wrangmo, a. y soilen, ks (2013). formas óptimas para que las empresas utilicen facebook como canal de marketing. revista de información, comunicación y ética en la sociedad.
- Castello-Martínez, a. (2012). la comunicación de los portales de descuentos y cupones a través de facebook.
- Clavijo, i.g. (2016). facebook para empresas y emprendedores. ic editorial.
- Tunez-lopez, m., & sexto-garcía, j. (2012). un escaño en facebook: política 2.0, marketing viral y redes sociales. vivat academia, 13-32.
- Manovich, l. (2015). dentro de photoshop. cultura computacional.
10. cachero, a.p. (2016). propaganda y publicidad comercial: un principio diferenciador, cuestiones publicitarias. 107-128.
- Llave castillo, m.n. (2016). relación entre las estrategias de marketing digital de empresas de moda y/o entretenimiento arequipeñas, y la decisión de compra de sus clientes, usuarios de facebook.
- Rueda, r., & Giraldo, d. (2016). la imagen de perfil en facebook: identidad y representación en esta red social. folios, (43), 199-135.
- Herreros, m. c. (2015). la web 2.0 como red social de comunicación e información. estudios sobre el mensaje periodístico, 14, 345-361.
- Hevia, garrido-lecca. (2018). sobre coleccionistas y coleccionables.
- Ray, r. (2015). la guía de facebook para el marketing de pequeñas empresas.

- Valentín, H. (2013). *inicie su campaña de marketing con facebook, Twitter, YouTube y Blogger* ASIN: b00ty5xew.
- Calvo m. (2010). *networking: uso práctico de las redes sociales*.
- Fonseca, a. (2012). *marketing digital en redes sociales: lo imprescindible en marketing online en las redes sociales para tu empresa*.
- Kotler, p., y keller, k. l. (2012). *dirección de marketing 14 th. ed.* Naucalpan de Juárez, México: pearson educación.
- El comprador online. 2016, Adimark.