

TO DO LIST: FACEBOOK BUSINESS PAGE: POSTY KTÓRE POZYSKUJĄ DLA CIEBIE KLIENTÓW

Masz już założoną Fan Page / Business Page na Facebooku. Teraz zapewne zastanawiasz się jakiego rodzaju posty na niej umieszczać by pozyskiwać coraz to liczniejszą grupę klientów.

Lista z wytycznymi do sukces jest zamieszczona poniżej. Wykorzystał ją WalMart do budowy 31 mln bazy klientów, więc musi działać.

Każda z wytycznych ma swoje odbicie w przykładach prezentowanych we wpisie na blogu zamieszczonym pod tym linkiem <http://www.agnieszkagrodzka.com/jak-zdobyc-31mln-likow-na-facebooku-walmart-success-story-strategia-ktora-twoj-biznes-moze-zaimplementowac>.

Forma

85% wszystkich postów jest w formie imagów lub filmów

Częstotliwość

Zamieszczanie 5-6 postów dziennie. W przypadku małych firm jest to karkołomne zadanie, dlatego nastaw się tu na jakość, a nie ilość postów. Jeden dobry post dziennie też zrobi swoje.

Przekaz

Umieszczany content jest uniwersalny i prosty w przekazie. Na jego temat mogą wypowiadać się wszyscy bez specjalnej wiedzy w danej dziedzinie. Na przykład: *Jak ugotować posiłek za mniej niż \$2. Czy jest to możliwe?*

Wartości

Content promuje wartości za którymi stoi firma, na przykład zadowoleni pracownicy, miła obsługa. Taki rodzaj zdjęć jest promowany na stronie wraz z innymi akcjami takimi jak: *Zagłosuj na najmiłą osobę z obsługi*, etc.
Posty informujące o ważnych eventach lub wydarzeniach wspieranych przez firmę. Mogą to być kampanie na rzecz organizowanych zbiórek dla dzieci, osób starszych , etc.

Przyjemność

Zamieszczane posty bawią i sprawiają, że inni chcą się nimi dzielić. Nie są one bezpośrednio związane z ofertą firmy.

Zaangażowanie

Angażowanie w konwersację za pomocą zadawanych pytań w formie: *Jeśli biegasz w maratonach, jak wyglądają Twoje posiłki na jeden dzień przed startem?* Images przedstawiające produkt i zachęcające do głosowania lub wypowiedzania się na jego temat w generalnym kontekście.

Nie jestem wirtualnym sprzedawcą

Lepsze skutki przynosi umieszczanie produktów na stronie bez komentarzy zachęcających do zakupów. Pokazanie produktu z niskim nastawieniem na podkreślenie brandu i ceny jest efektywniejsze niż twarda sprzedaż. Nic na siłę.

Dołącz do mnie:



www.agnieszkagrodzka.com



<https://twitter.com/gnieszkagrodzka>



<https://www.facebook.com/AgnieszkaGrodzkaOnlineMedialab>



<https://plus.google.com/u/0/111033905442964826486/about>