

tegonieuczawszkole.pl

JAK WYBIĆ SIĘ NA FACEBOOKU

PROFIL	4
FANPAGE	7
GRUPA	11



Jednym Facebook daje w kość, a drugim pomaga zarabiać pieniądze. Ten portal społecznościowy może pracować również dla Ciebie jeśli wykorzystasz kilka ciekawych rozwiązań...

Do Facebooka musisz podejść na 3 płaszczyznach: profil, fanpage i grupa. Pamiętaj! Ta kolejność jest złotą zasadą na drodze do sukcesu. Mieszanie pojęć i ogólna nieumiejętność połączenia tych obszarów, to prosta droga do niepowodzenia w fejsbukowych przedsięwzięciach marketingowych.

Tomasz M. Pietrzak
<https://tegonieuczawszkole.pl>



PROFIL

Pierwszy stopień wtajemniczenia! Profil to imię i nazwisko, zdjęcie Twojej twarzy i baner w tle. Ale... To także pole prezentacja, gdzie wpisujesz czym zajmujesz się oraz umieszczasz odnośnik do fanpage, którym zarządzasz i link do strony docelowej (oferty, bloga, projektu itp.). To właśnie na profilu zamieszczasz swoje fotki z życia codziennego, ponieważ pokazują one co reprezentujesz z sobą w odniesieniu do Twojego aktualnego zajęcia oraz kim jesteś po godzinach pracy.

Zdjęcie profilowe powinno zawierać Twój wizerunek, najlepiej gdyby to była twarz z ramionami na białym tle, lekko skierowana na bok. Co mogę Ci polecić? Zrób to zdjęcie u fotografa! Ludzie wstawiają fotki w poszarpanym sweterku na tle płytek w kiblu i piszą, że uczą jak osiągać wolność finansową... Nie mówię tego złośliwie – po prostu nie popełniaj tego błędu. Zdjęcie profilowe oraz imię i nazwisko jest widoczne w każdym miejscu, a ludzie to wzrokowcy – pierwsze wrażenie zostaje na zawsze.

Zdjęcie w tle, to baner, który ma kojarzyć Cię z tym co jest przedmiotem Twojej działalności. Np. jeśli działasz na giełdzie będzie to np. wykres, slogan reklamowy, a nie gołe dupy przypadkowych lasek. Sporo szablonów znajdziesz na canva.com, a jak nie masz czasu lub nie potrafisz, to zamów grafikę na allegro.pl. Ponadto w opisie tych dwóch zdjęć (profilowe i w tle) umieść kluczowy dla Ciebie link z jednozdaniowym opisem czego on dotyczy, ponieważ sporo osób klika w te fotki...

Idąc od góry mamy więc: zdjęcie w tle, zdjęcie profilowe, imię i nazwisko. Czwarty element to prezentacja, gdzie dodajesz swój biogram (100 znaków). Miej świadomość, że czytają to wszystkie osoby, które wejdą na Twój profil. Generalnie część osób wręcz podaje zbyt dużo informacji: szkoły, zakłady pracy, kolor majtek i numer buta. Takie zagęszczenie danych powoduje, że cały ten obszar zwany prezentacją staje się nieczytelny.

Poza tym wpisując tak osobiste dane przemyśl jak koresponduje to z tym, co chcesz osiągnąć. Jeśli piszesz w bio, że uczysz osiągania wolności finansowej, a masz podaną pracę etatową na taśmie lub slogan typu szlachta nie pracuje, to coś tu nie gra. Zamiast górnolotnych frazesów wpisz np. coś w stylu: Od Etatu Do Wolności Finansowej. Kolejnym błędem jest wrzucanie cytatów ludzi, którzy już dawno nie żyją – czemu ma to służyć?



Podsumowując ten wątek – polecam Ci wrzucić link do fanpage, którym zarządzasz, link do strony docelowej i miejsce zamieszkania. Facebook, to nie LinkedIn, więc nie ma sensu tworzyć CV, ponieważ najczęściej działa to na Twoją niekorzyść. Poza tym wywal z profilu wszelkie fotki odbiegające od normy! Co mam na myśli? Wrzucaj foto w jednym formacie, np. 1:1, a jeżeli zdjęcia są w kolorze, to nie śmigaj czarno-białych. Wywal głupkowate memy, które kiedyś udostępniłeś oraz pseudo śmieszne filmiki...

Podam Ci jeszcze jeden przykład. Jeśli masz kota lub psa, to nie wrzucaj fotek samych zwierzaków. Wiem! Ludzie lubią zwierzaki i uważam to za fajny motyw do wykorzystania, ale... Zrób sobie foto ze swoim zwierzakiem w jakiejś nietypowej akcji. Sam zwierzak nie ma sensu na fotce, ale powiązanie go z Tobą jak najbardziej.

Pewnie zastanawiasz się teraz jak budować grono „biznesowych znajomych” w ramach profilu? Jest na to jedna metoda i nie mam tutaj na myśli bycia znajomym cioci, wujka i innych kilku osób z rodziny. Wchodzisz na wpis kogoś z Twojej branży, następnie klikasz w liczbę przy lajkach pod zdjęciem lub wideo i wyświetla Ci się lista osób, które zareagowały na wpis. Ostatnią czynnością jest kliknięcie przycisku – DODAJ ZNAJOMEGO.

Działając (codziennie 50 kliknięć przycisku – DODAJ ZNAJOMEGO) w ten sposób masz szansę na zbudowanie w ciągu miesiąca grupy znajomych, którzy myślą podobnie jak Ty. Wybieraj więc osoby, które mają normalne zdjęcia profilowe, a nie jakieś beznadziejne fotki. Ponadto... Ktoś kto pozostawia reakcję (lajka, serduszko, wow) pod wpisem pokazuje, że jest aktywnym użytkownikiem Facebooka. A oto właśnie chodzi...

Na Facebooku możesz komentować z własnego profilu oraz jako fanpage. Znajdź popularne profile i fanpage w Twojej branży oraz posty promowane (ktoś płaci za reklamę, a Twój komentarz wędruje razem z reklamą) i zostaw tam komentarz, a gwarantuję Ci, że spowoduje to, iż znajdą się osoby, które z ciekawości wdepną do Ciebie.

Ponadto składaj życzenia znajomym na Facebooku! Przecież po to FB wysyła Ci codziennie informację kto ma urodziny. Wiesz jaką uwagę przykładają się do takich gestów i jak buduje to relacje? Przecież jeśli ktoś przeklika do Twojego profilu, to tam może namierzyć czym zajmujesz się. I... Rozważyć podjęcie z Tobą współpracy, pomimo, że nic nie reklamowałeś na siłę.



FANPAGE

Zanim rozpoczniesz działania na Facebooku w celu spopularyzowania swojego fanpage musisz poznać dwa podstawowe czynniki! Systematyczność – żadna metoda nie zadziała jeśli nie będziesz publikował przynajmniej jednego wpisu dziennie zawierającego odpowiednie treści, na które czekają Twoi fani.

Nazwa strony i utworzenie adresu URL, to dwie pierwsze czynności jakie powinieneś zaplanować! By nie tworzyć tu zbędnych wypełniaczy tekstu, powiem tak: jeden, dwa, trzy wyrazy tworzące chwytliwą nazwę lub jeśli to Ty jesteś marką: imię i nazwisko.

Co prawda pozycjonowanie przy użyciu słów kluczowych w nazwie i adresie URL jest jedną z metod, ale jest to tylko jedna z metod. Facebook to portal mający dawać fan, więc pewnie 2/3 przypadków będzie opartych na porywającej nazwie, a nie słowach kluczowych.

Przykład. Zamiast nazwać stronę ZARABIANIE W INTERNECIE, nazwij ją np. zaczynając od swojego imienia: MAREK OD ZARABIANIA W NECIE. Niby banalnie proste, a ma bardziej pozytywny wydźwięk. Dzięki takiej konstrukcji wszyscy wiedzą, że jesteś Marek, a nie jakiś Pan Marek z którym nie ma o czym pogadać – po prostu jesteś Marek, który zarabia w necie.

Mówiąc o optymalizacji fanpage pod SEO, mam na myśli – dodanie linka w polu wprowadź adres witryny oraz krótkiego opisu w sekcji informacje, ale również dodanie linka w opisach do zdjęcia profilowego, zdjęcia w tle i jako przycisk, jak również wypełnienie sekcji nasza historia (około 1000 znaków).

Na tym etapie warto byś utworzył swój markowy hasztag. Jest to dedykowane słowo lub krótki slogan wykorzystywany w social media poprzedzony znakiem #. Pozwala on błyskawicznie zebrać Twoją działalność za pomocą jednego kliknięcia. To bardzo ważne już od samego początku, byś mógł identyfikować się z określonym hasztagiem, ponieważ pomaga on zwiększyć popularność Twoich wpisów.

Tworząc grafiki na fanpage warto oczywiście zachować format kwadratu i przygotowywać je np. w canva.com – to niezbędną minimum. Grafika jest jak baner reklamowy i dlatego powinna zawierać na górze tytuł, podtytuł, zdjęcie oraz adres Twojej strony internetowej.



Poniżej znajdziesz propozycję prostego i szybkiego konkursu, który możesz zorganizować za pomocą dostępnych w necie aplikacji. Komentarze i udostępnienia zapewniają zwiększenie zasięgu, a to jest kluczowe na Facebooku, natomiast zawarcie hasztagu powoduje, że łatwo odszukasz posty konkursowe.

UWAGA #KONKURS

Do zgarnięcia jest ...

Aby wziąć udział w konkursie, należy udostępnić ten post na swoim profilu wraz z własnym komentarzem zawierającym hashtag ...

Zwycięzca zostanie wybrany na podstawie najciekawszego komentarza! Konkurs trwa do xx.xx.xxxx roku, godzina 22.00. Wyniki opublikuję xx.xx.xxxx roku, po godzinie 20.00. Życzę udanej zabawy...

—

Tutaj zarabiam <http://...>

—

Regulamin konkursu <http://...>

Nagrody? Hm... Działasz w MLM? To masz produkty. Możesz kupić monety kolekcjonerskie bitcoina na allegro.pl (od 5 do 20 zł), małe sztabki srebra (to już poważniejszy wydatek – około 100 zł), pendrive w kształcie karty kredytowej (od 30 do 50 zł) itd...

Ciekawą metodą na wykiwanie algorytmów FB jest... Warto stworzyć kilka wpisów (najlepiej wszystkie) zwracając dużą uwagę na stronę graficzną i czasem odświeżyć takiego posta, dzięki czemu będzie on zdobywał nowe polubienia, komentarze i udostępnienia.

A więc... Wracasz do posta, który ma np. dwa tygodnie i edytujesz go, po czym dopisujesz cokolwiek. Może to być znak zapytania, jeden wyraz, trzykropek itp. Facebook zauważa taki zabieg i myśli, że jest to ważna zmiana, więc grafika ponownie staje się widoczna dla Twoich fanów. Tak jak byś wstawił ją przed chwilą. Ponadto możesz wrzucić komentarz, np. emotikonkę lub link i będzie miało to podobny wymiar...

Twórz krótkie posty! Badania pokazują, że najwięcej reakcji otrzymują krótkie posty, a jeśli zawierają pytanie to jeszcze lepiej angażują fanów. Ponadto pokaż się na innych fanpage w Twojej niszy komentując jako fanpage na tych stronach. To zwiększa zasięgi oraz buduje autorytet.



Dodaj swój fanpage do agregatorów treści tj. promujbloga.pl – Twoje wpisy będą automatycznie zaciągane, co da Ci nieco wyświetleń, a może nawet kilka reakcji pod nowo wrzuconym postem.

Metoda numer jeden zdobywania fanów, to zapraszanie do polubienia strony, a konkretnie zaproszenie osób, które zareagowały na post (np. w formie polubienia wpisu). Klikasz w ikonę lubię to przy osobach, które zalajkowały, a następnie klikasz zaprosz. Każda osoba, która zareagowała w jakikolwiek sposób na Twój wpis ma dużo większą skłonność do pozostania fanem niż inna przypadkowa osoba. Świadczy to o zainteresowaniu treściami jakie publikujesz.

Jeśli prowadzisz bloga jest to najlepsza metoda na zdobywanie fanów, czyli kontekstowe użycie przycisku Lubię to! Pamiętaj! Nie mam tu na myśli bezmyślnego używania wtyczek do wordpressa, a zachęcenie do kliknięcia w treści artykułu poprzez umieszczenie tekstu z przyciskiem. Przykład... Chcesz wiedzieć więcej? Polub naszą stronę! PRZYCISK LUBIĘ TO!

Fanpage daje możliwość utworzenia precyzyjnie targetowanych reklam. Po zalogowaniu na Facebooka otwierasz facebook.com/adsmanager i jako cel reklamy wybierasz AKTYWNOŚĆ, POLUBIENIA STRONY. Następnie po utworzeniu kampanii wybierasz fanpage, którego dotyczy reklama. Tworzysz grupę odbiorców: Polska, wiek (zgodnie z branżą), zainteresowania (zgodnie z branżą wpisujesz słowo kluczowe), umiejscowienie: komputer, kanały aktualności.

Na koniec ustalasz budżet, np. 60 zł na miesiąc, klikasz kontynuuj i tworzysz film, np. z przesłanych zdjęć (minimum trzy grafiki). W opisie umieszczasz krótką informację (maksymalnie 3 linijki) z linkiem docelowym. Dzięki tej metodzie masz tysiące wyświetleń w precyzyjne dobranej grupie odbiorców...

Wykorzystując stronę hellobar.com możesz utworzyć przypięty na górze pasek z przyciskiem do polubienia Twojego fanpage. Ponadto zlokalizuj na bocznym pasku swojego bloga widżet Facebooka. Możesz utworzyć go tutaj – developers.facebook.com.



Zamykając temat Fanpage mała podpowiedź, czyli jak sprzedawać na FB w komentarzach? Można by rzec, iż nie ma głupszego pomysłu jak promowanie linków do produktów i usług w komentarzach, dlatego wykorzystaj błyskawicznie potencjał tej metody...

Poniżej przedstawię Ci prosty schemat sprzedaży z wykorzystaniem komentarzy na Facebooku oraz Facebookowych komentarzy na dużych portalach. Przez sprzedaż mam na myśli produkty fizyczne, cyfrowe, ale również promocję wszelkiego typu MLM i programów partnerskich...

Na początek przygotowujesz swój komentatorski Fanpage (chyba, że lecisz z komentarzami z profilu, ponieważ na FB możesz komentować jako profil lub jako Fanpage). Pamiętaj, że wypada, by Fanpage zawierał kilka wpisów (minimum trzy). Oczywiście z kwadratowymi grafikami i przypiętym na górze postem z linkiem docelowym.

Twój Fanpage musi budzić w odwiedzających poczucie naturalności, czyli mieć zdjęcie w tle, zdjęcie profilowe i slogan jako nazwę. Slogan, to hasło reklamowe dopasowane do określonej branży. Jeżeli sprzedajesz na rynkach anglojęzycznych, to polecam Ci generator sloganów gospaces.com/tools/slogan-maker.

Następnie skracasz link. Opcje są dwie! Najlepsza – kupujesz domenę i jakiś tani hosting, instalujesz Wordpress i wtyczkę do skracania linków PRETTY LINKS. Lub... Korzystasz z serwisów typu: bitly.com.

Gdzie komentować? Gdy na Fanpage typu CREATIVE IDEAS (mają miliony fanów i miliony wizyt) zostanie dodany film śmigasz komentarz...

By podkreślić wyżej swój komentarz nabij do niego lajków, np. przez socialmachine.pl. Dzięki lajkom napędzisz koniunkturę dla swojego komentarza, a to spowoduje, że będzie on naturalnie lajkowany. Drugi sposób na zwiększenie atrakcyjności Twojego komentarza, to załączenie do niego fotki (produktu, grafiki dotyczącej usługi) oraz lenny face z generatorów typu textsmili.es i textfac.es jak również symboli pl.piliapp.com/facebook-symbols.



Jeśli masz jeszcze ochotę, poszaleć jako komentator i rozszerzyć tę metodę – oto kilka dużych portali, które mają komentarze Facebookowe. Z pewnością ściągniesz z nich nieco ruchu na swój fanpage. Przykładowe portale: aszdiennik.pl, comparic.pl, innpoland.pl, londynek.net, natemat.pl, shareinfo.pl, sputniknews.com, odkrywamyzakryte.com.

Jak widzisz nie ma znaczenia, czy robisz to w PL, czy w innym zakątku świata! Potrzebujesz trzech rzeczy: tematyczny fanpage pod określoną grupę produktów, linki partnerskie i nieco pomysłu na napisanie ciekawego komentarza. Grunt, by nie wyglądał on jak slogan typu: kup pan cegłę...



GRUPA

Teoretycznie możemy wydzielić dwa rodzaje grup na Facebooku. Ogólnotematyczne, to wszelkie grupy typu ogłoszenia, które tak naprawdę są wysypiskiem wszelkiego badziewia i ściśle tematyczne, tworzone pod określony projekt – dające możliwość bardziej zamkniętej, prywatnej przestrzeni.

Dodatkowym atutem grup jest fakt, iż kiedy zamieszczasz w niej post członkowie są informowani o tym fakcie. Dlatego zachęć ich do notyfikacji (w poście powitalnym). Czyli: kliknięcie w powiadomienia, następnie kliknięcie – wszystkie posty, co powoduje zwiększenie docieralności Twoich wpisów.

Ponadto w grupie możesz przeprowadzić transmisję na żywo, tworzyć notatki, wydarzenia, publikować pliki (jpg, doc, pdf, mp3, mp4). Oraz... Co najważniejsze – sprzedawać produkty.

Możesz również używać grup do komunikacji w swojej sieci poleconych, a wtedy przyjmuje ona charakter budowniczego kultury Twojego teamu. Jej uczestnicy stają się ambasadorami marki z którą współpracują...

Zanim przejdziemy do szczegółów wypada wspomnieć o nieco spammerskiej metodzie! Wystarczy dołączyć na Facebooku do kilku popularnych grup ogłoszeniowych, a następnie codziennie wieczorem kliknąć w zakładkę ROZPOCZNIJ DYSKUSJĘ i dodać wpis.

Ponadto w ten sposób możesz przy okazji wypromować swój fanpage (lub grupę, którą budujesz). Wystarczy kliknąć w datę w poście i otworzy się on w nowym oknie, następnie kopujesz link i wklejasz go w grupach.

Wróćmy jednak do tematu budowania własnej grupy, ponieważ ma to największą wartość marketingową...



Na początek pamiętaj, by informować, że grupa po pierwsze zapewnia dodatkową wartość dla swoich członków i jest miejscem do precyzyjnego rozgryzania określonych tematów oraz testowania nowych pomysłów. Po drugie stwórz poczucie wspólnoty, które w dobie marketingu edukacyjnego jest najlepszym sposobem budowania relacji z publiką w mediach społecznościowych.

Każdy chce czuć się wyjątkowo, a grupa na Facebooku może to zapewnić. Zarówno zamknięte i tajne dają możliwość dużej selekcji administratorowi, co oznacza, że mogą tam być tylko osoby, które zaakceptujesz. Grupa tajna ma taką specyfikę, że tylko członkowie mogą znaleźć grupę, sprawdzić, kto do niej należy i zobaczyć posty. Zamknięta – wszyscy mogą znaleźć grupę, ale tylko członkowie mogą sprawdzić, kto do niej należy i zobaczyć posty.

Obie opcje mogą pomóc Ci w budowaniu poczucia wyłączności dla osób, którym na to zezwolisz. Jednocześnie umożliwiają udostępnianie treści tylko tym, którzy są ich częścią. Jest to świetna opcja jeśli tworzysz np. ciąg wpisów prezentujących temat krok po kroku lub wykorzystujesz moduł – edukacja społecznościowa.

Jako szef grupy miej świadomość, że aktywna grupa, to w dużej mierze Twoja aktywność. Dlatego wrzucaj przynajmniej jeden post dziennie i generalnie ustal, o której godzinie ma miejsce publikacja wpisów, a co najważniejsze staraj się trzymać określonych ram czasowych.

Kilka słów o zasadach wewnątrz grupowych! Po pierwsze zachęcaj do komentowania poprzez zadawanie pytań, ponieważ to budzi zaangażowanie i skłania Facebooka do promowania Twojej grupy na pasku bocznym. Nieaktywna grupa najzwyczajniej nie jest preferowana, czyli nie wchodzi do puli grup proponowanych.

Raz w tygodniu wrzucaj post (w ustalonym dniu), gdzie w komentarzach członkowie grupy będą mogli pochwalić się jakie mają strony, w jakich działają projektach, czyli ogłoś, np. czwartek dniem spamera w grupie.



Po kliknięciu w zakładkę statystyki grupy pojawią się najaktywniejsze osoby. Raz w tygodniu, np. w piątek, podziękuj im za zaangażowanie w rozwój społeczności. Możesz przekazać im bonus lub okolicznościowy gratis, co skłoni pozostałych uczestników do zwiększenia aktywności.

W opisie grupy, który jest zlokalizowany na pasku bocznym (po prawej) zamieść link do zapisu na listę mailingową, czy też innego ważnego dla Ciebie miejsca wirtualnej rzeczywistości. Widoczność tego miejsca spowoduje, że będą to naturalne wejścia osób zainteresowanych tematem.

Po serii ogólnych wskazówek dotyczących prowadzenia grupy przechodzimy do szczegółów. Staraj się umieścić słowo kluczowe w nazwie i linku – w przypadku grup bardziej ogólnych. Jeśli tworzysz grupę wokół określonej marki (projektu, oferty, produktu, usługi) ma to dla Ciebie mniejsze znaczenie i frazy pod pozycjonowanie tracą na wartości.

Po skonfigurowaniu ustawień i dodaniu grafiki stwórz post powitalny, który przypniesz na górze, by każdy mógł się z nim zapoznać. Taki post powinien określać reguły panujące w Twojej społeczności oraz co i kiedy publikujesz. Np. w poniedziałek o 20.00 coś zakulisowego, we wtorek o 20.00 linki do nowych wpisów na blogu, w środę o 20.00 wideo, w czwartek o 20.00 dzień spamera, a w piątek o 20.00 bonus dla najaktywniejszej osoby w grupie.

A teraz jak promować grupę na Facebooku! Po pierwsze powiąż grupę z fanpage. Wtedy jeśli masz ustawiony przycisk na fanpage to jest to widoczne w grupie (na górze, po prawej). Przycisk może przecież przenosić bezpośrednio na stronę przechwytyjącą email lub do sklepu. Ponadto, jeśli ktoś buszuje po Twoim fanpage, więc natrafi na info o grupie i może skusi się na wejście do niej...

Z zapraszaniem znajomych do grup różnie bywa, najczęściej gorzej niż lepiej, ale to pozostawiam do Twojej oceny. Raczej nie polecam tego, a spamerzy powiedzieliby, że to metoda numer jeden. To nieprawda! Jeśli ktoś nie przyjdzie z własnej woli, to co najwyżej możesz wyhodować sobie rasowego hejtera. Zresztą w tym przypadku nie chodzi o ilość osób, a o jakość...



Jeżeli masz inne profile w social media, to wrzucić tam informację, że masz grupę na Facebooku. Niech wszyscy wiedzą, że poza formalnymi działaniami, pokazujesz nieco swój świat biznesowy od kuchni oraz udostępnić link do grupy w innych grupach, np. tych z kategorii ogłoszenia.

Jeśli prowadzisz kanał na YouTube, to zamieszczaj link do grupy pod każdym filmem (możesz również nagrać film lub wrzucić intro promujące Twoją grupę na YT). Ponadto na stronie developers.facebook.com/docs/plugins/group-plugin możesz wygenerować kod widgetu grupy, a następnie umieścić go na swoim blogu – na bocznym pasku.

Na koniec wrzucić wpis promujący grupę na forum.gazeta.pl. Odpowiednio dobrany tytuł z frazą kluczową spowoduje, że Twój wpis w 48h pojawi się w TOP10 Google. A we wpisie będzie oczywiście link do Twojej grupy z krótkim opisem czego ona dotyczy.





Tomasz M. Pietrzak - autor poradników oraz książki pt. JAK ZOSTAĆ SZEFEM. Czyli... Minimalista, który nauczy Cię jak zbudować podziemne centrum propagandy...