14 ponturi esentiale pentru o pagina Facebook atractiva

Te-ai hotarat sa pui pe picioare o pagina de companie pe Facebook – sau poate doresti sa o eficientizezi deja pe cea existenta. Avand in vedere ca Facebook are peste 1,4 miliarde de utilizatori activi global si 8,3 milioane in Romania, este o miscare pe care multi o considera esentiala.

Daca insa te astepti ca like-urile, lead-urile si clientii sa vina fara aproape niciun efort, vei fi dezamagit(a). Sansele de a genera vanzari ca urmare a pagini de Facebook sunt destul de mici, mai ales daca nu setezi o pagina usor de inteles, placut de urmarit si dinamica.

Vom incerca sa iti oferim cateva sfaturi „de la firul ierbii”, atat din experienta personala (pagina Facebook a Wall-Street.ro se apropie de 100.000 de like-uri si o intretinem activ) cat si a expertilor din piata locala si internationala.

1. Urmareste ce fac alte pagini

In prima faza, sfatul nostru este de a intra pe Facebrands.ro, cauta domeniul tau de activitate si urmareste cateva zile sau cel putin fa „scroll down” in paginile cel mai bine intretinute. Invata de la concurenta. Vezi ce fac ei si incearca sa vii cu ceva in plus; vino cu idei adiacente, proprii.

De exemplu, daca vinzi biscuiti, poate ar fi util sa urmaresti pagina Oreo – atat international cat si pe Romania.

2. Pune o poza de profil usor de

recunoscut

Vei dori ca fotografia de profil a paginii tale de business sa fie usor de recunoscut (si placuta) de fani.

O idee ar fi chiar sa faci un poll cu fanii paginii/clientii tai si sa le dai de ales ce logo este cel mai interesant sau chiar sa oferi premii pentru cei care iti vin cu un logo personalizat.

Poza poate fi orice, de la logo-ul companiei pentru un brand major (sau „cu priza”) pana la o fotografie cu chipul tau daca reprezinti o firma de consultanta. A fi usor de recunoscut este important si cresc mult sansele de a fi gasit in Facebook Search. Alege gandindu-te bine, intrucat imaginea aceea apare langa toate update-urile Facebook Page-ului tau dar si in comentarii.

3. Alege un cover photo interesant

Urmatorul pas, vei avea nevoie de un cover photo atractiv, cu atat mai mult cu cat aceasta fotografie ocupa cel mai mult spatiu si este cea mai vizibila. Asigura-te ca alegi una de calitate inalta si care, eventual, sa atraga comentarii de la clienti.

Pentru a optimiza marimea, poti folosi, de exemplu, acest instrument.

4. Optimizeaza descrierea de la poza de profil si de la cover photo

In functie de scopurile tale pe Facebook, ar trebui sa incluzi link-uri catre website-ul tau in descrierea pozelor de profil si de cover. Ele duc la cresterea sanselor ca oamenii sa intre de pe Facebook pe pagina business-ului tau.

De asemenea, de anul trecut Facebook permite magazinelor online sa introduca buton de „Shop Now” – este foarte important sa il activati.

Asigura-te ca link-urile de pe fotografii sunt prescurtate – puteti folosi Goo.gl, de exemplu, adaugand parametri UTM acestora, pentru a fi sigur ca functioneaza.



5. Bonus! Integreaza fotografiile

Ne-a atras atentia pagina de Facebook a Coca-Cola (inainte de Craciun). Poti coordona imaginea de profil cu cover photo pentru un efect interesant si care, automat, atrage atentia intr-un mod pozitiv. Joaca-te cu ele – de aceea exista programe de editare.



6. Big data

Probabil nu o sa fie atat de „big” la inceput, insa trebuie sa poti urmari care sunt postarile care atrag cel mai mult trafic, click-uri si asa mai departe. Prin Google Analytics poti urmari ponderea traficului care vine din retele sociale, din cautari sau organic. Este esential sa instalezi pe site, fie blog, fie magazin online, tracker pentru Analytics si, constant, sa urmaresti tendintele.

7. Completeaza sectiunea „About” cu informatii de baza

Nu uita de una dintre cele mai importante sectiuni – cea „Despre”. Un preview al ei este in partea stanga a paginii, sub poza de profil, si este unul dintre primele locuri unde se uita oamenii imediat ce intra si „scaneaza” cu privirile

pagina. Vizitatorii pot dori apoi sa intre sa citeasca mai mult, dand click pe butonul „About”.

Optimizeaza sectiunea prin descrieri succinte, dar clare, acest lucru maximizand posibilitatea ca cei care intra pe pagina ta sa dea si like.

8. Posteaza fotografii si videoclipuri in timeline

De ce fotografii si videoclipuri? Deoarece este dovedit ca acestea sunt cel mai atractiv continut pe Facebook, conform unui studiu realizat de Quintly. Alt motiv pentru a posta acest tip de update-uri este deoarece vei dori ca aplicatiile tale „Photos” si „Videos” – care sunt aplicatii adaugate automat in fiecare Facebook Page – sa fie populate cu fotografii si videoclipuri.

Din experienta noastra, fotografiile si videoclipurile proprii „prind” mult mai bine decat preluarile, asa ca nu neglija deloc continutul 100% propriu, insotit de o descriere cat mai buna.

9. Posteaza continut divers

Nu te limita doar la fotografii si videoclipuri, altfel vei observa ca pagina ta sufera un declin in reach si engagement (cei doi factori pe care „trebuie sa stai cu ochii” constant). Chiar daca fotografiile si videoclipurile sunt cele care atrag cel mai mult, prea multe ar putea dauna.

Incearca sa oferi un mix intre ele si text sau chiar audio. Impartaseste continut si link-uri de pe alte pagini si site-uri, posteaza oferte si asa mai departe. Asigura-te ca fotografiile sunt de dimensiuni agreate de Facebook, altfel ar putea aparea prea mici in feed-urile oamenilor, avand un aspect deranjant.

10. Postari lead si non-lead

Chiar daca scopul tau ar fi acela de a genera lead-uri din Facebook si, ulterior, vanzari, nu ar trebui ca orice update sa fie unul de promovare al business-ului tau, al produselor si/sau serviciilor tale. Asigura-te ca ai un balans sanatos intre postarile lead si cele non-lead.

Este dovedit de asemenea ca cele **non-lead genereaza, in medie, mai mare interactiune pe Facebook**, lucru care creste sansele de a aparea in News Feed-urile oamenilor si deci a atrage mai multe like-uri si vanzari.

Atunci cand pui link catre un produs al tau, asigura-te ca il plasezi inainte de a cincea linie scrisa – de acolo, Facebook trunchiaza mesajul, nemaifiind vizibil „din prima”. In acest fel, fanii nu vor trebui sa apese „see more” pentru a vedea link-ul.Vezi exemplul de mai jos.

11. Determina frecventa cea mai buna a postarilor

Probabil unul dintre cele mai importante lucruri pe care trebuie sa le iei in considerare atunci cand iti faci strategia pe Facebook ar trebui sa fie frecventa postarilor si orele cu cel mai mare engagement.

Prin aceasta decizie afectezi, in final, succesul paginii tale. Atentie insa la multiplele taisuri ale acestei strategii. Daca postezi prea des, poti risca sa inunzi feed-urile oamenilor si, in final, sa pierzi fani. Daca postezi doar o data pe saptamana sau de 3-4 ori, dar cu continut plictisitor sau doar auto-promotional, risti ori sa nu apari in destule feed-uri, ori sa primesti unlike.

Mai mult, daca postezi prea des, **Facebook ar putea sa „iti cupleze” postarile si doar una sa fie vizibila in feed-uri**, asa ca este util sa treaca cel putin cateva zeci de minute intre ele. Experimenteaza cu diferite frecvente si timing, uita-te apoi la performantele anumitor postari si, dupa cateva luni in **Facebook Insights**, poti decide o strategie coerenta.

Desi nu exista o reteta care sa se potriveasca oricarui business, recomandarea noastra este sa aveti minim o postare pe zi, evitand pranzul sau orele in care, in general, lumea se afla in miscare, la volan.

12. Foloseste-te de instrumentele oferite de Facebook

Facebook este, din pacate, un rau necesar; de acest rau este insa util uneori sa ne folosim. Poti plati ca anumite postari care „au prins” cel mai bine sa fie promovate contra cost, astfel incat sa atinga mai multe persoane, anumite grupe de oameni selectati de tine in functie de target-ul business-ului tau.

De asemenea, nu ezita sa programezi postari pe Facebook, fie direct din retea fie dintr-un instrument de publishing extern, precum Social Inbox. Programarea postarilor iti permite sa economisesti timp pentru managementul paginii Facebook.

Totodata, o facilitate mai putin cunoscuta este aceea de a „expira” anumite postari, la o ora aleasa de tine. Aceasta facilitate poate fi excelenta in cazul unor postari care ti-ai dori sa dispara dupa o anumita perioada de timp – in cazul unui concurs, de exemplu, care la o anumita data expira si nu mai este relevant. Facilitatea aceasta poate fi accesata din tab-ul **„Publishing Tools”**din partea superioara a Paginii Facebook.

13. Pastreaza in top postarile importante

Atunci cand postezi continut pe Pagina de Facebook, postarile mai vechi coboara constant in Timeline. Uneori insa, vrei sa evidentiezi mai clar un anumit anunt. Nu uita ca poti sa „pin-uiesti” postarea astfel incat sa ramana sus, chiar daca postezi, constant, ulterior. Poti sa folosesti postari pinned ca modalitate de a promova ceva anume, evenimente care au loc la o anumita data ulterioara sau anunturi importante ulterioare. Nu poti avea decat o postare pin-uita.

14. Monitorizeaza si raspunde la comentarii

Interactioneaza cu fanii si raspunde nevoilor. Nu sterge comentarii care critica, raspunde-le. Poti monitoriza si raspunde comentariile prin sectiunea „Notifications”, deasupra paginii. Desi nu este necesar sa raspunzi la fiecare comentariu, ar trebui in mod clar sa monitorizezi conversatiile si, daca este nevoie, chiar sa le cenzurezi daca limbajul devine prea „colorat”.

Aici, mai multe informatii despre cum sa actionezi pe marginea comentariilor.

Pe langa aceste sfaturi, citeste-le si pe cele oferite chiar de Facebook, aici.

Pe langa acestea, este esential sa incluzi plug-in-uri sociale pe pagina business-ului tau si sa monitorizezi, constant, interactiunile care au loc pe retea.

Succes!

Sursa foto: Alexey Boldin_Shutterstock

Sursa articol: wall-street.ro