

7 porad jak tworzyć angażujące posty na Facebooku

Facebook – być czy nie być? Oto jest pytanie. Według informacji od samego portalu, miesięcznie z Facebooka korzystają 2 miliardy osób! Ta imponująca liczba od razu uruchamia w głowie głos, który mówi „zdecydowanie być!”. Trudno się z nim nie zgodzić, warto jednak pamiętać, że na fanpage trzeba mieć pomysł, jest to w końcu swego rodzaju wizytówka firmy. Nie wiesz, jak rozpocząć budowanie swojego profilu, a może już go tworzysz, ale poszukujesz dodatkowych inspiracji? Wychodzimy naprzeciw Twoim oczekiwaniom i przedstawiamy 7 porad na angażujący content!

1. „Zgadnij kto to?”, czyli poznaj swoich odbiorców

Przy opracowaniu strategii komunikacji na Facebooku, musisz zastanowić się, dla kogo tworzysz treści, aby wiedzieć w jaki sposób skutecznie się komunikować. Zapewne „ulubioną” odpowiedzią dla każdego marketera, na pytanie „Jaka jest Twoja grupa docelowa” jest odpowiedź od klienta – wszyscy. Otóż nie. Im szybciej się pogodzisz z tym, że nie każdy jest zainteresowany Twoim produktem bądź usługą, tym prędzej zaczniesz analizować swoją rzeczywistą grupę docelową.

Oczywiście branże są różne, w niektórych łatwiej jest określić grupę odbiorców, w niektórych trochę trudniej, jednak mimo wszystko warto próbować. Podstawowym miernikiem dla określenia Twojej grupy docelowej na Facebooku mogą być już aktualni klienci, którzy kupują Twoje produkty lub korzystają z oferowanych przez Ciebie usług. Wiedząc, kto najchętniej wchodzi w interakcje z Twoją firmą, możesz skuteczniej dostosować komunikaty w postach na Facebooku do fanów oraz podobnych osób, które twoimi fanami mogą dopiero zostać.

2. Wykorzystaj nietypowe święta

A teraz poznasz ciekawą stronę, która może poratować Cię w niejednym miesiącu, jeżeli chodzi o pomysł na wpis - oto Kalendarz świąt nietypowych.

Nie ma co tutaj dużo mówić. W kalendarzu, każdego dnia podane jest co najmniej jedno nietypowe święto. Zazwyczaj jest ich nawet kilka. Cały sekret korzystania z niego polega na tym, aby wybrać święto pasujące do Twojej branży i stworzyć na jego podstawie interesujący post. Niekiedy warto wykorzystać taki dzień do udzielenia klientom rabatu na produkty lub usługi. Na pewno wielu z nich to doceni.

Poniżej przykład wykorzystania „Dnia bez Opakowań Foliowych” na fanpage’u Zamiast – sklep less waste, którego główną ideą jest ochrona środowiska przez odpowiedzialne zakupy.



Źródło: facebook.com/ZAMIASTskleplesswaste

3. Baw się z fanami, twórz dla nich łamigłówki, rebusy, zagadki

Scrollujesz Facebooka, a tam: zdjęcie kotka, pieska, kolejna fotka z wakacji. Zapewne nie jesteś w stanie zliczyć, ile razy w ciągu dnia natrafiasz na post, pod którym nie zostawiasz jakiegokolwiek reakcji. Warto

zwrócić uwagę, że Twoi fani mają tak samo. Codziennie scrollują setki, jak nie tysiące postów i większości z nich nawet nie pamiętają.

Zaangażuj ich dając im ciekawe zadanie! Chcesz, żeby Twój post był zapamiętany? Udostępnij na fanpage'u łamigłówkę, ciekawy rebus, podchwytliwe zadanie matematyczne, a Twoje szanse na zaangażowanie użytkowników wzrosną. U wielu osób tego typu posty pobudzają chęć rywalizacji, sprawdzenia rozwiązania czy po prostu czystą ciekawość. Pamiętaj, że warto, aby łamigłówka odnosiła się w jakiś sposób do Twojej działalności. Im większe powiązanie z marką, tym większa szansa, że odbiorca Cię zapamięta!

Zobacz, jak ciekawie zrobił to McDonald's.



Źródło: facebook.com/McDonaldsPolska

4. Wizyta na backstage'u – czyli pokaż jak działasz!

Być może Twój klient już o Tobie wie, ale czy pokazałeś im, jak wygląda firma od podszewki? To, co Tobie wydaje się codziennością, dla Twoich fanów może być nie lada ciekawostką. Trwa przeprowadzka do nowego biura, a może magazyn przed świętami pęka w szwach od liczby paczek? Zrób kilka zdjęć i uchył rąbka tajemnicy swoim odbiorcom. Pokaż, jak działacie na co dzień, pokaż ludzką stronę swojej firmy!

Zakwasownia stawia mocno na pokazywanie, w jaki sposób oraz przez kogo wykonywane są ich produkty. Buduje to dużą wiarygodność oraz zaangażowanie fanów!



Źródło: facebook.com/zakwasownia

5. Udostępniaj materiały od swoich fanów

To świetny sposób by pokazać im, że są dla Ciebie ważni i doceniasz ich zaangażowanie! Na fanpage'u pojawiła się wiadomość od zadowolonej klientki wraz ze zdjęciem, jak używa zakupionego w Twoim sklepie produktu? Świetnie! Zapytaj, czy możesz udostępnić zdjęcie na swoim fanpage'u, opatrzone ciekawym tekstem z podziękowaniem i wpis gotowy. Wiele osób, które przesyłają takie zdjęcia, właśnie na to liczy!

Wiadomo, że nie zawsze będziesz zalewany setkami zdjęć od zadowolonych klientów, ale możesz spróbować trochę ich zaktywizować. Napisz post, w którym zachęcisz fanów do podzielenia się np. udanym zakupem lub tym, co udało im się stworzyć z zakupionych u Ciebie produktów. Jeżeli Twoi klienci są zadowoleni, na pewno wielu z nich postanowi się w ten sposób odwdzińczyć. Idealnym przykładem firmy, która wykorzystuje tę strategię jest Beds4Dogs. Nie ma lepszego potwierdzenia udanego zakupu legowiska, niż rozkoszny psiak, który w nim śpi. Jak widać, w tym przypadku, nawet post bez wyraźnej zachęty do wykonania działania, generuje kolejne zdjęcia zadowolonych, psich klientów.



Źródło: facebook.com/beds4dogssklep

6. Bądź na bieżąco z popularnymi wydarzeniami

Warto, żebyś był na bieżąco z popularnymi wydarzeniami z kraju jak i ze świata. Wiesz, że zbliża się ważny dla wielu event np. wejście kolejnej części kultowego filmu do kin? Zaplanuj na fanpage'u interesujący post, nawiązujący do tego! Może to być wydarzenie znane na szeroką skalę, a może być i takie, które jest mniej popularne, ale bardziej trafi do Twojej społeczności.

Bardzo dobrze z takimi zabiegami radzi sobie Ikea. Dla przykładu, dzień przed polską premierą ostatniej części „Gwiezdných Wojen” opublikowano taki oto wpis, nawiązujący do filmu oraz kultowego cytatu. Wysoki zasięg organiczny gwarantowany!



Źródło: facebook.com/IKEAplp

7. Jakość ważniejsza od ilości

Odwieczne pytanie wielu osób, posiadających fanpage'e na Facebooku – jak często powinniśmy publikować? W końcu można wykorzystać tyle rozmaitych pomysłów na angażujący content... Moją odpowiedzią jest: „to zależy”. Nie ma sensu popadać w wir tworzenia postów dla samego ich tworzenia. Nie raz spotykamy fanpage, które dziennie publikują nawet po kilka postów, pytanie tylko, czy mają na nie faktycznie pomysł? Warto wyznawać zasady: mów tyle, ile masz faktycznie do powiedzenia oraz zobacz, czy inni chcą tego słuchać. Postaw na to, by Twoje posty były jakościowe dla odbiorców, nawet gdyby miało być ich mniej.

Jeżeli publikujesz często i widzisz zaangażowanie pod postami, to fantastycznie, Twoje treści podobają się odbiorcom. Jeżeli jednak publikujesz często, a wielu Twoich fanów nie zostawi nawet lajka, warto przemyśleć, czy publikujesz na pewno to, co ich interesuje. Czasem mniej znaczy więcej. Dodajesz jeden post w tygodniu? Jeżeli to wszystko co masz, a widzisz zaangażowanie i nie czujesz, że masz coś więcej ciekawego do pokazania, to pamiętaj, nic na siłę! Może z czasem przyjdą do Ciebie kolejne pomysły na angażujący content.

