

6 najlepszych sposobów na wypromowanie eventu w social media

2015-06-01

Organizujesz różnego rodzaju wydarzenia? Twoja firma bierze udział w targach branżowych? Chcesz dotrzeć do jak największej liczby zainteresowanych odbiorców i sprawić, by wydarzenie nabrało rozmachu?

Okazuje się, że media społecznościowe to doskonałe narzędzie, pozwalające na pozyskanie uczestników niezależnie od tego, czy jesteś gospodarzem tradycyjnego spotkania branżowego, czy eventu online. Jeśli chcesz zwiększyć zaangażowanie odbiorców i wpłynąć na sprzedaż biletów, skorzystaj z kilku sposobów na skuteczną promocję wydarzenia w social media.

1: Wykorzystaj remarketing na Facebooku, aby dotrzeć do wybranej publiczności

Obecnie Facebook – dzięki plikom cookies – pozwala na wyświetlanie reklam użytkownikom, którzy już wcześniej odwiedzili Twoją stronę internetową. Nazywamy to remarketingiem (lub retargetingiem). Dzięki temu możesz łatwo dotrzeć z reklamą promującą event do użytkowników Facebooka, którzy wcześniej opuścili Twoją stronę internetową bez dokonania zakupu.

Remarketing może okazać się bardzo skuteczną strategią, ponieważ klienci rzadko podejmują decyzję zakupową po pierwszym kontakcie z ofertą. Jest to tym bardziej ważne dla produktów i usług o wysokiej wartości i cenie (takich jak konferencja lub targi branżowe).

2: Stwórz listę najważniejszych atrakcji z poprzednich wydarzeń

Twój poprzedni event był naprawdę dobry? Świetnie! Pokaż wideo "the best of" z ostatniego wydarzenia! Dopracowane treści wizualne i dobrze przygotowana ścieżka dźwiękowa to doskonały sposób na przyciągnięcie większej liczby uczestników na kolejną konferencję. Film zwiększa również poziom zaangażowania, ponieważ klienci znacznie częściej dzielą się treściami wizualnymi niż np. artykułami.

Kilka wskazówek odnośnie tworzenia filmów: Pamiętaj, aby dopasować treść do potrzeb publiczności. Film powinien w jasny sposób przedstawiać korzyści płynące z uczestnictwa w evencie. Umieść wideo zarówno na YouTube, jak i na Vimeo. Intensywnie promuj nową treść. Miejsc na pokazanie materiału jest wiele: strona internetowa, landing page, newsletter, artykuły. Film możesz również rozesłać wśród partnerów biznesowych lub wykorzystać do promocji media społecznościowe (pamiętając jednak, że Instagram pozwala wyłącznie na prezentację 15-sekundowych klipów).

Algorytmy Facebooka uwielbiają filmy. Pamiętaj, że załadowanie filmu bezpośrednio na Facebookowej tablicy znacznie zwiększa Twój zasięg. Według Socialbakers treści wideo na Facebooku wywołują dziesięciokrotnie wyższy poziom zaangażowania niż linki wklejane z YouTube'a. Możesz również promować film, wykorzystując targetowanie reklamy, czyli skupiając się na grupie użytkowników, do których chciałbyś dotrzeć.

Przeczytaj cały artykuł