

TOP 10 błędów w Facebook Marketingu

2015-07-29

Większość firm zdążyła zorientować się, jak ważny jest Facebook Marketing. Jednak wiele z nich nadal nie potrafi korzystać z mediów społecznościowych we właściwy sposób.

Nie trzeba długo szukać, żeby znaleźć profile na Facebooku i Twitterze, na których znajdują się promowane treści, które nijak inspirują swoich odbiorców. Jeśli Twój marketing na Facebooku nie przynosi rezultatów, sprawdź, czy nie popełniasz jednego z kardynalnych błędów.

1. Zły wybór grafiki głównej Twojego profilu

Pierwsze wrażenie liczy się ogromnie, ponieważ przeciętny użytkownik Internetu potrafi tylko przez krótki czas skupić swoją uwagę na konkretnej rzeczy. Główna grafika Twojego profilu na Facebooku jest zazwyczaj pierwszą rzeczą, którą ludzie zauważą. Upewnij się, aby wybrać coś, co odzwierciedla markę i zachęci ludzi do polubienia strony. Jednocześnie pamiętaj, aby, zgodnie z zasadami Facebooka, nie umieszczać tam żadnych informacji promocyjnych.

2. Brak budowania wizerunku marki na stronie

Chociaż stopień, w którym możesz zadbać o kreację marki i odpowiednio dostosować do niej profil firmy, jest ograniczony, ważne jest, aby korzystać z każdej możliwej okazji, aby to zrobić. Najlepiej, jeśli styl Twojego profilu będzie spójny ze stroną firmy, a także z innymi profilami w mediach społecznościowych. Dzięki temu ludzie łatwiej rozpoznają Cię w sieci. Pamiętaj - jako zdjęcie profilowe ustaw logo swojej firmy.

3. Niepełne informacje na profilu

Niekompletne informacje o profilu powodują, że wygląda on nieprofesjonalnie. To, jak istotne jest wypełnienie każdego możliwego pola, powinno być oczywiste. Pola, które należy uzupełnić, mogą się różnić w zależności od rodzaju prowadzonego biznesu, jednak powinieneś wprowadzić tyle informacji, ile tylko jest możliwe. Dzięki temu unikasz zmuszania każdego do odwiedzenia Twojej strony internetowej w celu poszukiwaniu informacji o Tobie.

4. Brak interakcji

Tak jak fora internetowe czy portale społecznościowe, Facebook jest platformą do konwersacji i powinien być traktowany jako publiczna przestrzeń służąca promocji własnej. Jak w przypadku każdego obszaru mediów społecznościowych, musisz być obecny tak często, jak to możliwe, aby odpowiadać na komentarze użytkowników, odpowiadać na ich pytania i dziękować za ich opinie.

5. Umieszczanie tylko postów promowanych

Nie więcej niż 20% postów, które publikujesz na Facebooku, powinno być z założenia promowane. Jednocześnie nie mniej, ponieważ zasięg postów niepromowanych jest mniejszy niż kiedyś, ze względu na zmiany w algorytmie. Firmy powinny myśleć o Facebooku jako o sposobie na dostarczanie wartościowych treści, dzięki którym marka będzie mogła kreować swój wizerunek.

6. Brak udostępniania treści

W Facebooku chodzi o to, by dzielić się treściami i nie oznacza to udostępniania wyłącznie swoich treści. Tak naprawdę, większość treści, którymi się dzielisz, powinno należeć do innych. Dziel się istotnymi treściami z innych źródeł w sieci, aby pokazać, że jesteś aktywnym członkiem społeczności swojej dziedziny. Czasami ludzie odwzajemniają się, w zamian udostępniając Twoje treści na swoich profilach i stronach.

7. Brak konsekwencji

Każdy obszar marketingu internetowego wymaga wytrwałego, długoterminowego poświęcenia i Facebook nie jest wyjątkiem. Choć nie powinieneś postować zbyt często, należy robić to konsekwentnie i regularnie, tak, aby Twoi odbiorcy wiedzieli, że nie zniknąłeś i zabiegasz o ich uwagę. Poświęć czas na stworzenie harmonogramu publikacji, aby mieć pewność, że profil na Facebooku nie rozplynie się za chwilę w powietrzu.

8. Łamanie regulaminu

Facebook ma bardzo restrykcyjny regulamin, który należy przestrzegać, jeśli nie chcesz, aby Twój profil został zablokowany. Zawsze powinieneś na bieżąco go sprawdzać, aby utrzymać swój wizerunek. Co najważniejsze, upewnij się, że Twoje zdjęcie w tle nie zawiera cen, informacji kontaktowych lub wezwania do działania. Zawsze stosuj się do zasad regulaminu, kiedy przeprowadzasz konkurs, czy inne akcje promocyjne.

9. Koncentrowanie się wyłącznie na polubieniach

Polubienia są na pewno ważną częścią marketingu na Facebooku, ponieważ dają Ci pogląd na to, do ilu osób dociera Twoja wiadomość. Jednak polubienia nie są aż tak istotne. To dopiero pierwszy krok, jeśli chodzi o monitorowanie poziomu zaangażowania. Ważniejsza jest liczba udostępnień i komentarzy, ponieważ pokazują one o wiele wyższy poziom zaangażowania, niż tylko kliknięcie przycisku "lubię to".

10. Brak treści wizualnych

Badania pokazują, że odbiorcy chętniej reagują na treści wizualne, takie jak zdjęcia, infografiki i wideo. Podczas gdy treści pisane są ważne, każda firma powinna także udostępniać w swoich wpisach dużo treści graficznych, aby przyciągnąć uwagę odbiorców. Poza tym, grafiki są o wiele częściej udostępniane ponownie.