

E-VODIČ

STRATEGIJA ZA USPEH NA FACEBOOKU V LETU 2023



Prisotnost na družbenih omrežjih ni več izbira, ampak s podjetjem morate biti prisotni tam, kjer se nahajajo ljudje. In kot narekuje trend, komunikacijski kanali, kjer je največ ljudi, so **družbena omrežja** (Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube,...) Zadnje statistike kažejo, da je na teh novodobnih komunikacijskih kanalih že več kot 2,5 milijarde ljudi. Torej, kje se nahajajo **vaše potencialne stranke?**

Trenutno najbolj popularen in z največ uporabniki je družbeno omrežje **Facebook**. V Sloveniji je na Facebooku že več kot **polovica Slovencev**. Najpogostejša starostna skupina ljudi je **med 25 in 39 let**. Se pa populacija ljudi na Facebooku stara. Sedaj že tudi babice in dedki vedo, kaj se dogaja po svetu.

KAKO NAREDITI ODLIČNO STRATEGIJO ZA VAŠ POSEL S POMOČJO FACEBOOKA?

- Najprej se morate odločit, da to želite.
- Nato morate biti konsistentni in vztrajni.
- Morate testirati stvari.
- Spremljat analitiko in rezultate.
- Analizirat konkurenco in izboljšat tisto, kar konkurenca ne dela dobro.

KORAK 1: DEFINIRAJTE GLAVNE CILJE, KI JIH ŽELITE DOSEČI PREKO FACEBOOKA?

NA PRIMER:

- Prepoznavnost vaše blagovne znamke.
- Seznaniti ljudi z vašimi produkti/storitvami.
- Privabiti nove potencialne kupce.
- Izboljšati nego strank (customer service).
- Izboljšati komunikacijo s sedanjimi strankami.
- Vzpostaviti novi, boljši odnos s sledilci in strankami.
- Vašo zgodbo povedati čim večim ljudem.

Naštej 3 razloge zakaj uporabljate Facebook za posel?

Zapišite 3 svoje velike, drzne cilje. Npr: *povečati prepoznavnost na Facebooku (št.sledilcev), povečati prodajo,...*

Napišite 3 rezultate, ki jih boste dosegli, če se boste fokusirani na cilje, ki ste jih prej zapisali. Npr: *Povečanje prihodkov za 20%, 100 novih e-mailov naslovov*

KORAK 2: OCENITE SVOJE TRENUTNO STANJE NA FACEBOOKU

Pojdite na Facebook in pogledjte vaše vsebine zadnjega tedna. Nato odgovorite na spodnja vprašanja. Ocenili boste, kako te vsebine vplivajo na vaš posel.

1. *Katere objave prejmejo največji odziv - engagement? (slike, videji, linki, teksti,.. itd.)*

2. *Katera je vaša **ciljna skupina** na Facebooku?*

3. *Imate takoj občutek, da vaše objave odražajo vašo kulturo podjetja, izdelka in / ali storitve?*

DA / NE

4. *Ali vaše objave prikazujejo zgodbo podjetja?*

DA / NE

5. *Ali so vaši klici k dejanju (CTA) jasni?*

DA / NE

KORAK 3: POZNATE SVOJO OBČINSTVO?

Ste že kdaj prebrali objavo na Facebooku in se počutili, kot da je bilo napisano samo za vas?

To je to, če poznate svojo **pravo občinstvo**, veste kako napisati vsebino. Ko enkrat poznate svoje občinstvo in veste, kakšne probleme ima, kaj si želi, lahko greste na drugi korak in sicer, da se občinstvu **vtisnete v spomin** (se zapišete v njihovo srce). **TUKAJ** si lahko prenesete e-priročnik, **Kako najti svojo idealno stranko**.

1. Navedite prednosti, ki jih ponuja vaš izdelek/storitev (bodi natančen):

2. Naredite seznam ljudi, ki potrebujejo vašo ugodnost, ki ga ponuja izdelek/storitev (napišite v kakšni industriji delajo, vrsto dela, izobrazba itd.).

3. Kdo so vaši konkurenti? Kdo so njihovi sedanji kupci?

4. Katero občinstvo želite doseči?

- pretekle stranke
- potencialne stranke
- strokovnjake iz posameznih področij
- poslovne partnerje
- obstoječe sledilce na družabnih omrežjih

5. Kdo je vaša **idealna stranka**? (Pomagajte si z e-vodnikom **TUKAJ!**)

KORAK 4: OBLIKUJTE SVOJ VSEBINSKI PLAN NA FACEBOOKU

Preden začnete ustvarjati ali deliti vsebino, morate imeti načrt. Ta načrt postane vaš zemljevid za uspeh na družabnih omrežjih.

TOČKA 1: IDENTIFICIRAJTE KATEGORIJE VSEBINE

Kakšno vsebino objavljate trenutno in kaj še imate v planu?

! Da postanete zanimivi za občinstvo, morate objavljati vsebino, ki bo zanimiva in jo bodo ljudje z veseljem delili naprej.

VSEBINSKI BRAINSTORMING

Najpomembnejše je, da ugotovite kakšne vsebine zanimajo vaše sledilce. Na podlagi tega boste lahko ugotovili želje in potrebe vaših **potencialnih uporabnikov, strank, sledilcev**.

Tukaj **Google Analytics** postane vaš dober prijatelj.

Določite najpogostejše ključne besede in fraze, ki ga vaše občinstvo aktivno iščejo na spletu.

Iz tega boste našli temo, ki bo glavna pri objavah na **FACEBOOKU**.

Kako to naredite?

Ustvarite vsebinske zamisli z blogom s storitvijo **Google Analytics**.

Google Analytics (Google, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram) je odličen vir informacij in inspiracija.

Prijavite se v Google Analytics in pogledajte sledeče:

1. Katera objava v spletnem dnevniku (blogu) je prejela največ ogledov?
2. Oglejte si vaših **50 objav** in jih filtrirajte po kategorijah

Zdaj vprašajte: Ali obstaja možnost, da ...

- ustvarite 10-20 tweetov iz te vsebine (bloga)?

- načrtujte slike s citati iz vaše vsebine?

- napišite dodatno vsebino okoli te teme?

Odgovor na vse navedeno zgoraj je skoraj vedno - **DA!**

To vam bo pomagalo oblikovati dve stvari:

- teme ali tedenske/mesečne teme na Facebooku,
- mnenje o vrsti vsebine, ki je najbolj zanimiva za vaše občinstvo.

Ko to veste, se lahko osredotočite na ustvarjanje več tistega, kar jim je všeč in manj tega, kar jim ni.

OPAZUJTE SVOJO KONKURENCO

Ne omejte se na lastno vsebino - oglejte si bloge in spletne strani drugih ljudi iz **vašega področja**. Oglejte si, kakšne vsebine delijo vaši konkurenti in katere vrste objav se najbolj deli.

BuzzSumo (<http://buzzsumo.com/>) je odlično orodje za uporabo in zagotavlja hiter vpogled okoli katere koli teme, ključne besede ali spletnega mesta.

Pojdite na kartico »Raziskava vsebine« (*Content research*), vnesite kateri koli URL in nato poiščite sodelovanje (engagement) na družabnih omrežjih. Ste našli kakšno temo o kateri lahko pišete?

Če je njihova publika podobna vaši, ste našli vsebino, ki vam bo pomagala pri sodelovanju vaših sledilcev.

NE ODKRIVAJTE AMERIKE

Ne skrbite, da boste vse ustvariti iz nič. Začnite z ugotavljanjem, kaj imate in kako lahko ga popravite vaše spletno trženje.

TOČKA 2: POSTAVITE SVOJO VSEBINO V SISTEM

Zdaj se zabava začne! Raziskavo, ki ste jo naredili, dopolnite z izvedljivim načrtom.

In tako začnete z planiranjem in vpisom v koledar. Pomagate si lahko z **Excel**, **Google Drive** ali **Word doc**, odvisno od vašega znanja in kaj vam najbolj odgovarja.

1. Osredotočite se na svojo **tedensko temo**. Vaša tema temelji na ključnih dogodkih, podjetju, vašem področju, promocijah ali oglaševalskih akcijah. Upoštevajte tudi raziskavo, ki ste jo naredili zgoraj. Katere vrste vsebine išče vaše ciljno občinstvo?

2. Sedaj boste ustvarili temo za vsaki dan na podlagi teme.

PRIMER: Facebook oglaševanje za start up podjetja (posebej usmerjeni k občinstvu - ne objavljati splošno)

3. **Določite cilj:** npr. Prepoznavnost podjetja
4. **Določite namen lijaka.** Kako boste gradili prepoznavnost in negovali odnos na Facebooku? Kaj jih aktivira in navdihuje, da sodelujejo in naredijo akcijo?
5. **Katere povezave boste vključili?** To so povezave do vsebine - objave v spletnem dnevniku (blogu), ciljne strani (landing pagea), videoposnetka itd.

Vaš cilj je da vse, kar boste potrebovali imate na dosegu prstov. Verjetno ne želite porabiti preveč časa za objavo. Poenostavite tako, da shranite vse na eno mesto (npr. google Drive)

! NASVET: Pišete za vašega bralca (ne vas)

Ste že kdaj prebrali objavo na Facebooku in se počutili, kot da je bilo **napisano samo za vas?**

To JE TISTO, KAR BO VAŠE OBČINSTVO PRITEGNILO.

Ko ste naredili **KORAK 1** in raziskali, kaj želijo, je čas, da pišete z mislimi vašega občinstva. Ti dve sestavini sta recept za **zmagovalno vsebino!**

Ko enkrat razumete njihovo perspektivo, lahko komunicirate v njihovem jeziku.

5. KORAK: USTVARITE SVOJO DNEVNO STRATEGIJO NA FACEBOOKU

Če želite pospešiti sodelovanje, promet in prodajo, boste morali imeti načrt. Zato vam priporočam dnevno **check listo za FACEBOOK (TO-DO lista)**

Ne samo, da vam bo prihranilo čas, ampak vam bo zagotovilo, da boste dosledno spremljali proces vsakodnevnih

TO-DO jev.



Tukaj je seznam TO-DOjev, ki vam bo pomagal razvijati svojo dejavnost na Facebooku.

FACEBOOK

- Redno objavljajte (priporočeno pred 8h uro pred službo oz. po 20h zvečer, najboljši čas za vaše objavljanje pa vidite v vaši statistiki)
- Odgovorite na vse komentarje pod objavo (*Bodite hvaležni, radodarni v svojem odgovoru*) Zahvalite se vsem, ki so delijo vašo vsebino. (*Spremljajte vaše sledilce*)
- Dnevno všečkajte in komentirajte 3-5 podobnih strani (*Ne napišite samo "Lepo" ali "Odlično!" Napišite premišljen odgovor*)
- Delite svoje objave v ustrezne zaprte skupine, ki bi jih lahko vaša vsebina zanimala (*ne samo-promocija, ampak nekaj koristnega in dragocenega*)
- Če uporabljate Facebook oglase, si oglejte statistične podatke in jih ustrezno prilagodite.
- Lajkajte ustrezne poslovne strani in začnite interakcijo.
- Dnevno uporabljajte Story vsebine (na osebni in poslovnem profilu).
- Med vašimi objavami naj bodo tudi **video vsebine** (dosežete največ ljudi).

Če pa želite še konkretne primere s prakse in nasvete iz prve roke, vas vabim na spletno praktično delavnico Facebook strategija v letu 2023!



Spletna delavnica
**FACEBOOK
STRATEGIJA V
LETU 2023**
Zadnji trendi, novosti in triki
OD 17. 3. DO 24. 3. 2023
[www.marketingmalihpodjetij.com/
spletna-delavnica-facebook-strategija](http://www.marketingmalihpodjetij.com/spletna-delavnica-facebook-strategija)



PRIJAVA NA DELAVNICO!