

Video tutoriál "Bloguj, má to smysl" #18: Jak na Facebook

Co se dozvíš v tomto videu:

- Kdy založit fanpage a kdy skupinu
- Na co myslet před založením Facebooku
- Jak získávat fanoušky na Facebooku
- Jaké příspěvky pomohou lepšímu vtáhnutí fanoušků do děje (aneb jak na engagement)
- Co je to remarketing na Facebooku
- Jak na boostování příspěvku

V 18. díle navážeme na předchozí díl, který se obecně věnoval sociálním sítím. Dneska se zaměříme pouze a jen na Facebook.

Rozdíl mezi fanpage a skupinou

Ujasni si, zda chceš založit FB fanpage, nebo uzavřenou/veřejnou skupinu = komunitu. Fanpage obvykle moderuješ pouze ty, jen ty můžeš přidávat příspěvky. Slouží na podporu tvého brandu a můžeš skrze ní nabízet produkty a služby. Lépe se jí propaguješ v online světě.

Komunity slouží spíše pro zákaznickou péči (fáze CARE ve strategii SEE-THINK-DO-CARE). Ve skupinách je více moderátorů a ostatní mohou přidávat příspěvky. Ty je můžeš ale editovat a mazat. Skupina může být otevřená i uzavřená pro určitou skupinku lidí se stejnými zájmy.

Můžeš mít samozřejmě oboje k blogu, ale bude tě to stát až dvojnásobek času (na jejich správu).

Co si nastavit při založení Facebooku

Měl by ses zamyslet nad následujícím:

- **Co je účel tvého Facebooku?** Bude sloužit pro zábavu, šíření know-how, podpora branding, nebo jako prodejní kanál? Pracuj s tzv. funnelem (Nepamatuješ si? Mrkni na strategii S-T-D-C). Zasadíš FB do fáze see (šíření hubbuku, že existuješ), think (sdílení know-how), do (reklama na produkty) nebo care (pozákaznická péče v komunitě)?
- **Jaký budeš mít vizuál?** Je to tvůj rukopis, na základě toho tě každý pozná na zdi. Jednoznačné barvy, čistá grafika a logo. Sem patří i komunikační tón (tone of voice).

Co dále nastavit:

- **Malý cover obrázek** - nejčastěji logo, případně osobní profilovou fotku.
- **Velký profilový obrázek** - tady můžeš mít i krátké video. Buď sem dej něco, co tě charakterizuje, nebo umísti novinky (například eBook, kurz, nová služba).
- **Tvůj příběh** (Our story), prokliky na další soc. sítě - v Nastavení, nebo jdi na www.facebook.com/odkaz_na_tvou_fanpage/about (tady je stránka Informace, kde můžeš vyplnit celou řadu dalších informací - kdo jsi, milníky, životopis, ocenění...)

Hodně lidí nevyužívá možnost umístění popisků a odkazů ke zmíněným obrázkům. Klikni na ně a uvidíš možnost přidat Popisek. Přidej minimálně odkaz k tobě na blog.

Přehledy na Facebooku

Přímo na tvé fanpage existují statistiky (sekce Přehled), kde můžeš sledovat, jak si vedeš - nové lajky, kolik máš videí, jaké jsou dosahy, přehled příspěvků, přehled propagovaných příspěvků, atd.

Dále si tu můžeš nastavit sledování konkurence. Podíváš se, jak byly úspěšné jejich příspěvky a inspiroješ se. Zkusíš vytvořit podobný úspěšný příspěvek.

Najdeš tu také, **kdy tě lidé nejvíce sledují**, tj. časy po celý týden, kdy k tobě fanoušci chodí. Podle toho zjistíš, kdy máš sdílet příspěvky. V záložce Lidé (pod Přehledem) vidíš statistiky o fanoušcích - sledují tě ženy? Kolik jim je? Skvělé si porovnat s tebou definovanou cílovkou v dřívějším videu.

Jak zvýšit počet fanoušků na FB

1) Využij magnety

U mě na webu se po stažení magnetu dostaneš na děkovací stránku. Tam máš možnost dále pokračovat na mou fanpage.

2) Umísti plugin do sidebaru

V sidebaru na blogu přidej grafický plugin, který lidi přesměruje na tvou fanpage. Můžeš tady mít i pouze follow tlačítko, ale za mě je účinnější obdélníkové okno s tlačítkem. V okně je mimo jiné vidět, kolik lidí už tě sleduje, zda nějakí přátelé a jaký poslední příspěvek si umístil na Facebooku.

3) E-mailing

Mám nastaveného automatického respondera na e-maily, tzv. smart kampaně. Například dva dny po nákupu eBooku (po vstupu do kurzu) odesílám automatický e-mail zákazníkovi s prosbou o referenci a mimo jiné se zeptám, zda zná mou fanpage a nechce se přidat...

Rovněž můžeš umístit odkazy na tvé sociální sítě do patičky každého e-mailu. Nejhezčí jsou grafická loga. To láká k prokliku.

4) Křížové pozvánky

S kamarádem, co má také fanpage (ale není to podmínkou), si můžeš vyměnit (nalákat) známé na fanpage. Jdeš na kamarádovu stránku, zmáčkneš tlačítko se 3 tečkami a zvolíš Pozvat přátele. Následně vybereš své známé, kteří by mohli mít zájem o tuto kamarádovu fanpage. Rozešlou se pozvánky a je pouze na dotyčném, zda ji přijme a stane se fanouškem.

Klíčové je vybrat **relevantní zájemce o fanpage**. Ptej se kamaráda, o čem je jeho blog/fanpage a jaká je jeho cílovka.

5) Nákup fanoušků

Na službě Stovkomat najdeš možnosti si koupit určité množství fanoušků pro různé typy sociálních sítí. Já toto nedělám, protože to není podle mě výhodné. Nakoupení fanoušci nemusí mít o tebe vůbec zájem. Nebuduješ si z nich kmen.

To celé souvisí s tím, jak funguje FB algoritmus zobrazování příspěvků na zdi. Algoritmus si vybere podmnožinu (cca 10 %) z tvých fanoušků a těm zobrazí příspěvek. Pokud ho lajkují/komentují, bude se organicky příspěvek šířit dále a uvidí ho více lidí. Co když se ale příspěvek zobrazí zrovna nakoupeným fanouškům, kteří o tebe nemají zájem? Nelajkují ani nekomentují. Pak se příspěvek zmrazí a uvidí ho méně lidí.

6) Prosdílej příspěvky do skupin

Příspěvky z tvé fanpage můžeš dále sdílet do jiných skupin, stránek i na veřejnou timeline. Ti, co ještě nejsou tví fanoušci, uvidí u takto sdíleného příspěvku tlačítko Dát like této stránce. Já toho moc nevyužívám.

7) Nakopávači facebookových stránek

Skupina, kam umístíš svůj příspěvek a poprosíš všechny členy o komentáře a lajky. Je to podobný princip jako tzv. instapody na Instagramu. Odkaz na skupinu najdeš dole v materiálech.

Jak na větší dosah tvé fanpage

Anglicky se dosahu říká engagement, což jsou vlastně lajky a komentáře tvých fanoušků. Získat pěkný engagement trvá. Magickou hranicí je cca 1000 fanoušků. Musíš vytrvat, ale možná děláš nějakou chybu. Jak můžeš tento engagement podpořit?

1) Dávej výzvy (CTA)

Řekni fanouškům, co mají udělat - sdílej, lajkuj. Nebo pokládej otázky - napiš, ať se pochlubí do komentářů, ať napíší svůj názor.

2) Používej ankety

Nejlépe takové, kde nemusí nikdo nic dlouhého ptát. Dej tudíž na výběr z možností - napsat jen číslo nebo písmeno, co chtějí. Lidé tím navíc získají pocit, že se mohou zapojit do dění na tvé fanpage i eBooku. Vytváříš si tak kmen.

3) Citáty

Lidé milují hezké obrázky a citáty, například ten s kočičkami. Ale ty dávej relevantní citáty k tématu, o kterém bloguješ. Nebo zase jen získáš "mrtvé" (neaktivní) fanoušky.

4) Soutěže

Rozmysli si ceny, nedávej iPhone a podobné, pokud to není tvoje nabídka produktů. O tyto ceny bude sice usilovat hodně lidí, ale oni se zapojí jen a jen kvůli soutěži a nestanou se zapálenými fanoušky.

5) Placená reklama

Facebookový algoritmus **sníží dosahy příspěvků, ve kterých jsou odkazy na 3. strany**. Nutí tě tak kupovat si reklamu. Měj na paměti, že s tvorbou reklam bys měl přiznávat DPH a platit ho, pokud uvedeš v platebních údajích tvé IČO. Využívej tedy Facebook jako soukromník, pokud ho nemáš založený pro firmu. Pak už opravdu jsi osoba identifikovatelná k DPH a neriskovala bych kontrolu z Finančního úřadu.

Co dělám já? Dříve jsem dělala remarketing a nastavovala komplikované reklamy v Business manageru. Dneska se věnuji pouze boostování už vysdílených příspěvků, obvykle těch s články na můj blog.

Jak na Facebook reklama

Dole na Facebooku v pravém dlouhém menu je Reklama. To tě přesměruje buď do Správce reklam, nebo Business manageru (pokud ho máš k fanpage založený).

Ve Správci reklamy nastavuješ:

- **Účel reklamy** - například zvýšení návštěvnosti, prokliky na web, atd.
- **Cílovou skupinu** - okruhy lidí (znáš z FB pixelu), nebo si cílovku vyklikáš ručně (pohlaví, věk, zájmy, lokalizace)
- **Rozpočet** - denní x dlouhodobý
- **Text reklamy**
- **Obrázek reklamy** - mysli na správné rozměry, ať se ti obrázek hloupě neořeže. Na obrázku reklamy by nemělo být víc než 20 % textu, jinak bude mít horší dosahy. Existuje nástroj, kterým si to můžeš zkontrolovat (v Materiálech).

Co je to FB pixel?

Tuto techniku najdeš ve Správci reklamy. Vygeneruješ si kus kódu, který umístíš do hlavičky webu. Pak už umí Facebook rozpoznat, kdo z FB přišel na tvůj web a na jakou stránku. Tuto skupinu lidí si uloží do interních souborů a ty je můžeš použít v reklamě. Vytvoříš pak dynamický remarketing ("pronásledování" lidí, co přišli na tvou prodejní stránku s tvou reklamou, je to přesnější zacílení).

Boostování příspěvků

Placení si reklamy na pár dnů pro příspěvek. Ten si klasicky vysdílej na fanpage (žádné vytváření reklamy ve Správci). Počkej hodinku dvě, až se příspěvek "rozjede". Na tomto příspěvku později stiskni tlačítko Propagovat příspěvek.

Co můžeš zadat v Boostování zadat?

- **Komu se má zobrazit** - okruhy předdefinovaných lidí (máš-li FB pixel), nebo si to vydefinuješ sám, případně dáš zobrazovat fanouškům.
- **Zda chceš, aby se reklama zobrazovala i na Instagramu.** Standardně je přednastavené, že to chceš. Proto checkbox nezapomeň odškrtnout.
- **Rozpočet.**

Opět se reklama nespustí ihned. Probíhá nějaká kontrola ze strany Facebooku. O tom, zda se reklama potvrdila a spustila, ti přijde notifikace.

Další materiály k prostudování

- ▶ eBook Jak se z nezaměstnané matematicky stala cestovatelka s propiskou v ruce - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-zdarma-z-matematicky-copywriterkou/>
- ▶ eBook Jak se stát blogerem z povolání - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-jak-se-stat-blogerem-z-povolani/>
- ▶ Má fanpage pro inspiraci - <https://www.facebook.com/nanomadskestezce/>
- ▶ Ukázka, jak vypadá uzavřená komunita (skupina) - <https://www.facebook.com/groups/179692522867409/>
- ▶ Článek 5 zlepšováků pro správu fanpage - <https://nanomadskestezce.cz/5-vylepseni-pro-jeste-lepsi-spravu-facebook-stranky/>
- ▶ Článek, proč se věnovat Facebook (zmínka o FB pixelu) - <https://nanomadskestezce.cz/facebook-bud-videt-nebo-zemri/>
- ▶ Skupina Nakopávači Facebook stránek - <http://bit.ly/2BAoOuB>
- ▶ Stránka pro vytvoření Facebook pluginu na tvůj blog - <https://developers.facebook.com/docs/plugins/>
- ▶ Nástroj pro kontrolu texty na reklamě - https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

Co si odnést z dnešního dílu

- Facebook je dobrá **začátečnická sociální síť**, kde můžeš rovněž nastavovat reklamy.
- Vyber si, zda chceš mít **fanpage**, nebo **komunitu** (skupinu).
- Přispívej pravidelně a měj svůj daný **vizuál**.
- Seznam se s problematikou FB pixelu, pokud chceš přesněji cílit své reklamy.
- Facebook algoritmus se rychle mění. Snižuje dosahy příspěvků s odkazem na 3. strany, tj. i na tvůj blog.
- **Engagement** (lajky a komentáře) **nepřijdou hned**. Chce to alespoň 1000 fanoušků. Tak je sbírej.