

I quattro obiettivi su facebook

Sono quattro i principali obiettivi di marketing da porsi quando si è su facebook

Obiettivo 1 Massimizzare le visite al sito web

Lo si realizza normalmente pubblicando link al proprio sito sotto forma di post.

Normalmente è opportuno evitare di pubblicare i lunghi url (indirizzi) dei siti ed utilizzare un shorter url. Io consiglio di utilizzare goo.gl che, tra l'altro, vi dà un esatto numero dei click ricevuti da una singola pagina con un dettaglio di tipo analitico sul traffico.

Goo.gl è un servizio offerto da google. Per utilizzarlo occorre un profilo google attivo e connesso.

Esiste una funzione di facebook per pubblicizzare (a pagamento) pagine di siti al di fuori di facebook.

Il costo è a click, ed il costo del singolo click dipende dal livello di concorrenza sull'argomento specifico, oltre che dal target demografico e geografico.

Obiettivo 2 Massimizzare la visibilità della pagina

Significa cercare di portare più persone possibili a visitare la nostra pagina facebook.

È un obiettivo importante quando la pagina è uno degli elementi cardine della nostra comunicazione sul web.

Avere molte visualizzazioni della propria pagina facebook consente di lanciare messaggi molto evidenti, ovvero di promuovere singoli prodotti, o ancora di utilizzare facebook come amplificatore della visibilità offline con le funzioni legate ai luoghi.

Facebook consente di utilizzare la funzione (a pagamento) promuovi pagina, con la quale è il sistema, una volta definito un target demografico e per interessi, a ottimizzare le visualizzazioni di un post il cui obiettivo sarà massimizzare i mi piace sulla vostra pagina.

Obiettivo 3 Massimizzare la visibilità dei singoli Post.

Ovvero cercare di fare in modo che il singolo post venga visto da più persone possibili.

Parliamo qui di visibilità pura e semplice, non di numero di interazioni o di efficacia del post.

Quando l'obiettivo è di migliorare, o addirittura di creare, una brand identity, allora la visibilità dei singoli post diventa il parametro più importante per misurare l'efficacia della nostra comunicazione.

La funzione promuovi post (a pagamento) consente di far visualizzare il vostro post ad un più vasto numero di persone.

Per aumentare la visibilità dei post delle proprie pagine, io consiglio di creare un gruppo e ad esso iscrivere i nostri amici. Chi non gradirà potrà dis iscriversi con facilità, ma la maggior parte rimarranno nostri fedeli followers.

Quando condividerete un post nel vostro gruppo pubblico, i vostri followers verranno avvertiti via email, e se hanno uno smartphone connesso, riceveranno una modifica push.

Obiettivo 4 Massimizzare le vendite

Le vendite, tanto off line quanto on line, aumentano tanto più è invitante ciò che facciamo su facebook.

I tre obiettivi citati prima concorrono tutti al raggiungimento dell'obiettivo più grande, ovvero l'aumento del business.

Per aumentare le vendite utilizzando facebook occorre pertanto tenere sotto controllo tutti e tre i parametri sopra citati, ed avere chiaro che il sito non è l'unico elemento con il quale si può generare fatturato con internet, ma che vi sono molteplici formule per ottenere risultati nel web marketing.

- E-shop (negozi sul proprio sito)
- Tab di facebook
- E shop di terze parti (amazon, ebay, storeden ...)
- Comparatori di prezzo (trovaprezzi, google shop ..)
- Il vostro negozio offline

A seconda di quale sia il vostro prodotto (o Servizio) e di quali caratteristiche abbia (per esempio il suo prezzo e la sua qualità) alcuni sistemi funzioneranno meglio di altri.

Su facebook portare gli utenti a comprare direttamente sul sito non funziona sempre (anzi quasi mai), il problema discende soprattutto dal modo con il quale è organizzato il social blu e da come sono le sue regole di ingaggio.

- 1) Chi è su facebook non ama uscire dalla piattaforma.
- 2) Chi è su facebook non sta' cercando prodotti da comprare.
- 3) Chi è su facebook nella maggior parte conosce realmente coloro che sono nella lista degli amici.

Quindi occorre fare attenzione, poiché è un ambito nel quale i nostri interlocutori se non sono Nerd, poco ci manca. Ovvero siamo in un ambiente nel quale o esiste una reale, forte motivazione per seguire qualcuno o una azienda, gli utenti scappano con un semplice click su non mi piace più.

Sollecitare i nostri fan in modo improprio o troppo spesso, può indurli a fuggire da noi.

Viceversa il sollecitare la loro curiosità e il soddisfare i loro bisogni può produrre grandi risultati.

Facciamoci tre Domande:

- 1) Chi sono i nostri fan su facebook?
- 2) Come possiamo noi soddisfare loro bisogni?
- 3) Quale è il modo migliore per comunicarglielo?

La risposta alla prima domanda possiamo cercare di darla utilizzando gli insights di facebook. Le statistiche che una pagina Facebook produce, sono una vera miniera di informazioni utili a capire quale sia il nostro target (effettivo) e quali siano le nostre azioni che piacciono di più.

In ogni caso sarà da un esame puntuale sull'elenco dei nostri fan che ci renderemo conto più esattamente di chi sono:

Un post su facebook funziona quando chi lo legge ha la sensazione che stiate dialogando proprio con lui e non con la massa. Non funzionano i comizi o gli spot televisivi, funziona il dialogo one to one.

Se nel testo a corredo di un post utilizzate il plurale nel rivolgervi al vostro pubblico, otterrete un engagement minore che non utilizzando il singolare (metti il tuo Mi Piace è più efficace di Mettete il vostro Mi Piace)