

SOCIALPOWER

Facebook

skuteczne strategie rozwoju social media

Poradnik część 1



Spis treści

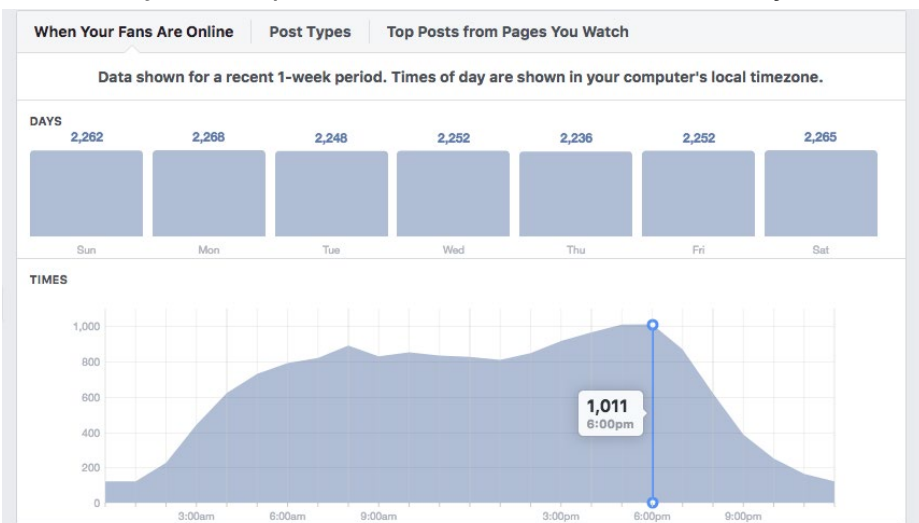
Przed nadejściem sztormu, czyli zanim zaczniesz	4
#1 Twoje DLACZEGO?	4
#2 Kiedy?	5
#3 Ale CO wrzucać?	6
#4 JAK wyglądam?	7
#5 Czy JESTEM czytelny?	9
#6 Czy Facebook mnie PROMUJE?	9
#7 Know me, Like me, Trust me, Pay me	10
#8 Poznajcie mnie i polubcie.	11
#9 Zaufajcie Mi	11
#10 Jak dojść do sprzedaży?	12
#11 Punkt A	12
Nadchodzi sztorm, czyli co wrzucamy, a czego należy unikać	13
#12 #hash #tag #co #każdy #post	13
#13 hihi i heheszki	13
#14 Cytaty	14
#15 Buduj zaangażowanie	14
#16 Za wielką kurtyną	15
Po sztormie, czyli jak zdobyć rozgłos	16
#17 Konkursy	16
#18 Wydarzenia	16

Wielkie sprzątanie, czyli ułatw sobie pracę	17
#19 Canva i free stock	17
#20 polski czy angielski	18
#21 Styl jest rozpoznawalny	18
#22 RTM	19
#23 tabela wymiarów	19
Przygotuj się na kolejny sztorm	21
@HOMEWORK #1	21
@Co dalej?	21
@Czy wszystko muszę sam robić?	21

Przed nadejściem sztormu, czyli zanim zaczniesz

Jesteś lub nie jesteś jeszcze na Facebooku. Ważne, abyś był na tym portalu, ponieważ należy on do jednych z najłatwiejszych mediów do zdobywania zainteresowanych osób. Jednak zanim zaczniesz działać na nim, ważne jest, co chcesz na nim osiągnąć. W tym poradniku znajdziesz bezpłatne i płatne strategie. Część porad jest dla początkujących, a część dla zaawansowanych.

Wiele książek zaczyna od ustalania celów. Mało osób je ustala, a



kiedyś sam byłem jednym z nich. Dziwiłem się, że coś mi nie wychodzi i poniosłem przez to ogromne straty.

#1 Twoje DLACZEGO?

Siadasz do telewizora, idziesz na zakupy, wsiadasz do samochodu i wiesz, jakie jest Twoje DLACZEGO. Wiesz, co chcesz dokładnie zrobić. Rzadko kiedy działasz spontanicznie. Dlaczego miałyby być inaczej w przypadku Facebook'a czy innego medium społeczności-

wego?

Jaki jest cel prowadzenia fanpage na Facebook'u?

Celem może być wiele opcji. Jedni chcą przyciągnąć potencjalnie zainteresowanych klientów. Innym zależy na świadomości marki, że taka w ogóle istnieje. Czy wzbudzenie zaufania, co pozwoli na zwiększenie chęci podjęcia decyzji współpracy z Tobą potencjalnemu klientowi?

#2 Kiedy?

Ustalając strategię na Facebook, nie możesz publikować wtedy, kiedy masz do tego wenę. Wykorzystać możesz spontaniczność do zebrania materiałów na co najmniej tydzień, a następnie je publikować. Ten portal wymaga systematyczności i stałych godzin publikacji. Kiedy publikować znajdziesz w statystykach swojego fanpage. Dotrzesz do miejsca statystyk przez FanPage i kolejno na górnej belce Insights, a następnie po lewej stronie Posts.

Z wykresu można dojść do wniosku, że najwięcej osób pojawia się po godzinie 18:00 w przypadku jednego fanpage prowadzonego przez moją agencję marketingową. Publikując posty, postaraj się przygotować materiał tak, aby czekał już na Twoich odbiorców. Możesz go zaplanować 30 minut wcześniej.

Miej na uwadze: większość agencji, które prowadzą fanpage, nie zwracają uwagi na godzinę publikacji i wrzucają posty w godzinach pracy. Najczęściej od 9:00 do 17:00.

A co jeśli dopiero zaczynam? Eksperymentuj. Możesz spróbować publikować od 18:00 do 23:00, a z każdym dniem będziesz budował swoje statystyki. Sprawdzaj też zasięgi pojedynczych postów.

#3 Ale CO wrzucać?

Sprawdź, co wrzucają inne marki na Facebook'u. Ja przyjąłem zasadę, że badam swoją grupę docelową. O grupach docelowych czy grupach odbiorców przeczytasz w kolejnych częściach poradnika.

Znając grupę docelową, jesteś w stanie znaleźć, co interesuje Twoich odbiorców. Na tej podstawie tworzysz listę tematów, o których będziesz pisał i zainteresują Twojego czytelnika. Przede wszystkim zadaj pytanie, jaką wartość da to Twojemu czytelnikowi. Możesz wrzucać śmieszne obrazki. Pytanie, kogo przyciągniesz i czy oni staną się Twoimi klientami?

Posty powinny być tak pisanie, aby wzbudzić zainteresowanie czytelnika. Np. jeżeli sprzedajesz ubranie to bez sensu publikować posty o samochodach. Natomiast takie osoby mogą być zainteresowane stylami na najbliższy okres, gatunkami materiałów, czy jak dobrać odpowiednio ubrania pod daną osobę.

Przy postach musisz usiąść i przemyśleć całą strategię co będziesz tworzył. Treści, które tworzysz, powinny pomóc rozwiązać jakiś problem, dać wskazówkę czy pomóc w jakikolwiek inny sposób. Dlatego odrzuć całkowicie spontaniczność i zaplanuj np. że przez najbliższy tydzień publikujesz porady odnośnie do mody na najbliższe 2 tygodnie, na następny tydzień skupisz się jak dobrać ubrania pod

konkretny typ urody. W ten sposób unikniesz spontaniczności.

#4 JAK wyglądam?

Zanim zaczniesz cokolwiek publikować, musisz uzupełnić cały swój profil.

The screenshot shows a Facebook search results page for the name 'mariusz'. The search bar at the top contains the name 'mariusz' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for 'All', 'Posts', 'People', 'Photos', 'Videos', 'Marketplace', 'Pages', 'Places', and 'Groups'. The 'Pages' tab is selected. On the left side, there is a 'Filter Results' section with two categories: 'VERIFIED' (with a checkbox for 'Verified') and 'CATEGORY' (with radio buttons for 'Any category', 'Local Business or Place', 'Company, Organization or Institution', 'Brand or Product', 'Artist, Band or Public Figure', 'Entertainment', and 'Cause or Community'). The main content area displays a list of search results. Each result includes a profile picture, the name of the page, the number of likes, the location, and a brief description. The results are as follows:

- MS Team Mariusz Szuba**: 6.1K like this · Wilanów, Warszawa, Poland · Education. Adam Mrowiec and 15 other friends like this. Widocznie Budzimy Liderów. (Status: Liked)
- Mariusz Kałamaga**: 31K like this · Comedian. Beata M-k and 3 other friends like this. Oficjalna Strona [Mariusz](#) Kałamaga Komik, Śląska Scena Stand up K... (Status: Like)
- Mariusz Tomczuk**: 31K like this · Athlete. Trzy krotny Mistrz Polski w kulturystyce federacji IFBB, trener, diete... (Status: Like)
- Mariusz Dykas - Trener Rozwoju Biznesowego i Osobistego**: 3.3K like this · Public Figure. Andżelika Bieńkowska and 35 other friends like this. [Mariusz](#) Dykas - przedsiębiorca, artysta Pokazuje inną drogę życia. ... (Status: Liked)
- Mariusz Łodyga**: 8.3K like this · Education Website. Szymon Zacharski and 15 other friends like this. Kreuję Silne Marki oraz projektuję i wdrażam strategię komunikacji d... (Status: Like)
- Mariusz "Loord" Cybulski**: 31K like this · Public Figure. Official fanpage of [Mariusz](#) "Loord" Cybulski. Currently working for ... (Status: Like)

1. Avatar (miniatura) w zależności czy budujesz markę osobistą, czy brand firmowy musisz odpowiednio stworzyć kwadratową grafikę, która będzie Cię promowała. Zadbaj o to, aby Twoje zdjęcie czy logo nie został ucięty. Tak. Widziałem wiele takich logotypów na Facebook'u. Odpowiednie wymiary grafik znajdziesz na końcu tej części poradnika. Jeżeli jesteś freelancerem, działasz w mlmie zdecydowanie lepiej jest umieścić Twoje zdjęcie.

2. Zdjęcie w tle. To zdjęcie jest najważniejsze i musisz przyłożyć dużą wagę do jego zaprojektowania. Zwłaszcza że część obrazu posiada tzw. spady, które nie są widoczne na urządzeniach mobilnych.

Każda osoba, która wejdzie na Twój fanpage przez te zdjęcie, będzie wiedziała CZYM konkretnie zajmujesz się i czy ta tematyka jest dla niej. Jeżeli nie kupisz użytkownika w ciągu sekundy, wtedy są marne szanse aby została u Ciebie dłużej. Jest kilka odstępstw od tej reguły, ale o nich w dalszej części.

3. O posty były wrzucone rok temu, nic nowego nie pojawia się na tym fanpage. Spotkałeś się z taką sytuacją? Jeżeli tak zadbaj o to, aby posty widoczne na stronie nie były starsze niż 14 dni, a najlepiej 7 dni. Nic tak bardziej nie odstrasza, jak biała rękawiczka z całym kłębem czarnego kurzu.

4. Nazwa profilu powinna również od razu mówić czym się zajmujesz. Ułatwi to znalezienie Twojej marki w wyszukiwarce Facebook'a. Poniżej screen z wyszukiwania stron na Facebook.

#5 Czy JESTEM czytelny?

W tym kroku otrzymujesz checklistę jak w samolotach. Jeżeli, któryś krok jest źle wykonany wtedy musisz go poprawić. Inaczej NIE MOŻESZ podnieść się z pasa startowego, a jak spróbujesz, to najczęściej doprowadzisz do katastrofy. Sprawdzaj listę co najmniej raz na tydzień.

ROZRUCH

Czy Twoje grafiki są wyraźne?

Czy Twój profil przedstawia, to co oferujesz?

Czy na pierwszy rzut oka widać czym się zajmujesz?

Czy masz wrzucony Avatar? Zdjęcie w tle?

Czy nazwa profilu mówi czym się zajmujesz?

ROZBIEG

Czy Twój ostatni post jest wrzucony wcześniej niż 7 dni?

Czy w ciągu tygodnia był min 1 post sprzedażowy?

Czy opublikowałeś 1 post z dłuższą wartością?

Jaką nową wskazówkę wykorzystasz w tym tygodniu?

V1, ROTACJA

Tu wieża kontrolna. Czytelniku, możesz podnieść dziób samolotu i wystartować z pasa. Przez najbliższy tydzień możesz dalej działać.

#6 Czy Facebook mnie PROMUJE?

Czy wiesz, że Facebook może bezpłatnie Cię promować w wynikach wyszukiwania? Po pierwsze musisz uzupełnić dane Twojej firmy na

Fanpage. Absolutnie wszystkie dane są wymagane, aby wzbicić się wyżej w wynikach wyszukiwania. Facebook za to nie chce żadnych pieniędzy... ale chce w zamian zapłatę Twoimi danymi. Zawsze istnieje jakaś cena, a często płacimy za to prywatnością.

Mała ciekawostka: Sprawdź, do jakich zainteresowań przypisał Cię Facebook:

<https://www.facebook.com/ads/preferences/edit/>

#7 Know me, Like me, Trust me, Pay me

Niezależnie czy tworzysz brand firmowy, czy markę osobistą. Za każdym brandem stoi człowiek i ludzie tworzą brand. Dlatego tworząc fanpage, powinieneś skupić się na drodze od poznania (know me) do sprzedaży (pay me).

Przez każdy etap przejdziemy z osobna. Natomiast w tym kroku pokrótce.

Know me - Najpierw daj się poznać. Niech o Tobie usłyszą, zobaczą, co masz do przekazania.

Like me - daj polubić się ludziom. Zainteresuj ich czymś, co ich zatrzyma.

Trust me - każdy z czasem i przy regularnym publikowaniu postów zaufa Tobie.

Pay me - zrobiłeś TO! Od zimnego leada do ciepłego kontaktu prze-

szedłeś przez całą drogę. Twój klient jest gotowy do zakupu Twojego produktu.

#8 Poznajcie mnie i polubcie.

Zanim ktoś Cię polubi musi Cię poznać. Musisz skupić się na tym, aby Twoje posty były publikowane dalej. Pisz na grupach, udzielaj się na nich. Wtedy zwiększysz swoje szanse na poznanie Twojego brandu. I przede wszystkim twórz wartościowy контент.

Obserwuj inne osoby i zobacz, co robi konkurencja, a nawet inne branże. Czym więcej osób Cię zobaczy tym lepiej. Rozwiązując problemy innych, dając porady czy wskazówki na swoim fanpage, dasz się polubić. To już krótka droga do zaufania.

#9 Zaufajcie Mi

Najzwyczajniejsze podziękowania w komentarzach, komentarze, lajki to wszystko przybliży Cię do zaufania. Jedni powiedzą, że lajki się nie liczą. Dla nas - marketerów - nie mają znaczenia, ponieważ patrzymy, na to ile osób kupuje, ile osób angażuje się na fanpage. Dla zwykłego Kowalskiego mają ogromne znaczenie. To on decyduje na podstawie liczb czy można komuś zaufać i z drugiej strony aspekt wzajemności. To jest podstawowa myśl, którą inni mają w głowie - skoro większość osób go lubi to ja też. Liczby też pokazują, że posiadasz dużą ilość klientów.

Postaraj się o dużą ilość opinii w komentarzach, na profilu firmowym. Na Facebook'u łatwo jest zweryfikować czy to fake konto, czy

prawdziwa osoba. Więcej strategii w kolejnych częściach.

#10 Jak dojść do sprzedaży?

Czy Facebook sprzedaje? Tak jak wspominałem we wstępie, Tak. To nic, że wiele osób przychodzi po kontakt ze znajomymi. Jest wiele osób, które szukają na różnych grupach, w reklamach jakiejś wartości. To, że jest pełno 15 latków, którzy oglądają różnego śmieszki, nie oznacza, że tylko po to tutaj się przychodzi. Na Facebook'u jest cała masa wartościowej treści.

Ludziom trzeba wręcz wskazać palcem, że są tutaj wartościowe materiały. Tworząc odpowiednie strategie, wyciągasz ludzi poza portal i sprzedajesz w swoim sklepie internetowym. Szczegółowe strategie i kampanie pokażę Ci w kolejnych wskazówkach. Na początku, w pierwszym tygodniu chcę żebyś skupił się na tym, aby ludzie Ciebie zobaczyli, poznali i polubili. Następnie można przejść do sprzedaży.

#11 Punkt A

Zapisz, w tym momencie ile masz lajków, ile osób Cię obserwuje, ile miałeś wejść na stronę. Ile leadów, jaką kwotę generujesz z social media. Grasz w gry komputerowe? Większość graczy przed ważnym momentem w grze zapisuje swój zapis. Dzięki temu jesteś w stanie powrócić do ważnych liczb i zauważyć zmiany. Dlatego raz w tygodniu, w poniedziałki z samego rana zapisuj swój stan gry. Jeżeli sprawdzasz i wprowadzasz nowe strategie, jesteś w stanie z łatwością sprawdzić czy nowe metody przyniosły Ci korzyść lub stratę. Gdy już zapisałeś stan swojej gry, określ co chcesz zmienić. Podam

Ci przykład.

Zwiększyć ilość lajków o 10% w ciągu 30 dni. Wygenerować leady w postaci emaili w ilości 150 sztuk. Mając tak precyzyjne cele łatwiej Ci będzie dobrać odpowiednie metody. Celem może być również zwiększenie świadomości, że Twoja marka istnieje.

Nadchodzi sztorm, czyli co wrzucamy, a czego należy unikać

#12 #hash #tag #co #każdy #post

Wybacz, ale nie na Facebook'u z hashtagami. Raz, że one nie działają dobrze na tym portalu. Dwa w niczym nie pomagają, a bardziej odstrasza. Pozostaw je np. na Instagramie, gdzie one działają i są siłą napędową profilu.

#13 hihi i heheszki

Inaczej zwany lol kontent. Coraz częściej zauważam, że wrzucane są żarty o klientach, czy kawały. Nie przekazują one żadnej wartości, a są traktowane jako luźna zawartość. Często takimi rzeczami pogarszamy sprawę. Ktoś może nie mieć takiego samego poczucia humoru co Ty i źle coś zrozumieć. W związku z tym możesz kogoś odstraszyć. Takie posty nie przełożą się na sprzedaż mimo, że wywołują zaangażowanie w postaci lajków i komentarzy. Czy kupiłeś kiedykolwiek jakąś rzecz, widząc śmieszne treści?

#14 Cytaty

Cytaty... prawie każdy to wrzuca, ale budują społeczność w mniejszym bądź większym stopniu. Są też zawsze aktualne, a znalezienie ich jest niezwykle proste. Wystarczy znaleźć je w wyszukiwarce Google. Sprawdź, czy znajdziesz je pod swoją branżą. Wystarczy, że wpiszesz „nazwę Twojej branży + cytaty”.

Jeżeli zdarzy się, że nie znajdujesz cytatów pod swoją branżą, możesz zastosować jeden mały trick. Możesz podmienić jeden lub kilka wyrazów z innych cytatów, zmieniając całkowicie sens danego cytatu. Krótko mówiąc, dostosować go pod siebie.

Nie zapomnij obrobić graficznie cytatu, aby prezentował się dużo lepiej. W dalszej części poznasz bezpłatne narzędzie do samodzielного tworzenia grafik.

#15 Buduj zaangażowanie

Zadaj pytanie pod zdjęciem, a ludzie rzucą się do pisania komentarzy — pomyślał każdy rozpoczynający pracę nad fanpage. Zadawanie pytań typu „co o tym sądzicie?” Często przynosi odwrotny skutek, niż zamierzaliśmy.

Dlaczego tak się dzieje? Dzisiaj ludzie żyją przepętni treściami, z każdej strony atakują nas różnego rodzaju reklamy, treści. Często też ludzie nie wiedzą co powiedzieć, a łatwo wtedy przyciągnąć tzw. Hejterów, którzy zaczną krytykować.

Wypełniałeś kiedyś ankietę? Chętniej wypełniłeś pytania otwarte czy zamknięte? Tak samo jest w internecie. Łatwiej jest stworzyć grafikę z wyborem, czyli zdjęcie podzielone na pół. Z lewej strony modelka A prezentująca strój X, a z prawej strony tego zdjęcia modelka A prezentująca strój Y. Pod takim zdjęciem zadajesz pytanie „Na dzisiejszy wieczór biznesowy lepszy będzie strój Y (1) czy strój X (2)? Napisz w komentarzu 1 lub 2”. Prawda, że łatwiej wpisać w komentarzu cyfrę niż napisać co o tym myślisz?

#16 Za wielką kurtyną

Często obserwujący nas ludzie lubią wejść w nasze życie i sprawdzić co robimy. Pakujesz może paczki? Zrób krótki filmik lub relację zdjęciową, jak to odbywa się od zaplecza. Raz, że pakując większą ilość paczek, wzbudzisz zaufanie, że ludzie u Ciebie kupują. Dwa, że pokażesz normalnego człowieka stojącego po drugiej stronie.

Ludzie są zawsze ciekawscy i interesuje ich co dzieje się za kurtyną, przez którą nie mogą przejść. Pokazuj im rąbek tajemnicy. Zaproowiedz, co wkrótce zostanie odkryte. Kojarzysz seriale telewizyjne? Jak budują ciekawość i napięcie pod koniec odcinka? Ucinając najważniejszy moment. Później nie możemy doczekać się na kolejny odcinek, żeby zobaczyć co będzie dalej. Tak samo możesz robić, a nawet powinienes na fanpage.

Po sztormie, czyli jak zdobyć rozgłos

#17 Konkursy

Konkursy są jedną z najszybszych i najbardziej popularnych metod zwiększania zasięgu postów. Jest wiele rodzajów konkursów. Jednym z najpopularniejszych są polubienia. Nie każdy konkurs jest zgodny z regulaminem Facebook'a.

Wyróżnia się konkursy następującego typu:

- z przekierowaniem do strony
- polubienia
- obejrzenia zdjęć, albumów
- przejścia do fanpage
- dedykowane aplikacje z konkursami.

Dając czym bardziej wartościową nagrodę, zwiększasz szansę na zdobycie większej ilości kliknięć.

#18 Wydarzenia

Unikaj przede wszystkim wydarzeń typu: „wielkie otwarcie”, ponieważ one bardzo słabo pokazują się w liście wydarzeń. Zdecydowanie lepiej jest stworzyć wydarzenie o nazwie „Escape Room – otwarcie pokoju zgrozy”. Od razu widać co to jest za wydarzenie. Zainteresowane osoby escape room przeczytają opis takiego wydarzenia. Do tego należy zadbać o dobrą grafikę.

Jeżeli możesz, dodaj również coś bezpłatnego, np. Pierwsze 30 minut zabawy całkowicie bezpłatne. Dlaczego ludzie mają zapisywać się do tego wydarzenia? Dlaczego mają zapraszać znajomych, aby poszli razem z nimi? Czym bardziej odpowiesz na pytanie, DLACZEGO jesteś w stanie zwiększyć wirusowe, bezpłatne zasięgi takich wydarzeń. Pamiętaj, że tutaj również działa aspekt społeczny „skoro oni idą, to czemu ja mam być gorszy? Też pójdę!”.

Wielkie sprzątanie, czyli ułatw sobie pracę

#19 Canva i free stock

Zapewne słyszałeś o portalu canva.com? Jeżeli nie poznasz ten portal i najprawdopodobniej zaprzyjaźnisz się z nim. Jest to jedno z najprostszych i najlepiej wyglądających bezpłatnych narzędzi do tworzenia grafiki.

Nie musisz wydawać setek złotych na grafików i grafiki. Na Canvie znajdzie setki różnych wzorów, gdzie wystarczy tylko podstawić odpowiednie treści i zmienić grafiki na dostępne ze free stock photo. Takie bezpłatne banki zdjęć znajdziesz w Google, a kilka linków umieściłem na końcu tej porady.

Na początku lepiej jest tworzyć więcej materiałów niż skupiać się nad jakością. Stań się dziennikiem, który często publikuje, a powoli stawał się tygodnikiem, gdzie skupisz się nad jakością materiałów.

Nie zapominaj o motywie 3 kolorów i trzymaniu się jednego wzorca.

Obiecane 3 free stock photo to:

<https://pixabay.com/pl/>

<https://unsplash.com/>

<https://stocksnap.io/>

#20 polski czy angielski

Jest jedna bardzo ważna rzecz, którą powinieneś zrobić od razu na Facebook'u. Zmienić język na Angielski US. Dzięki temu jednemu zabiegowi zyskasz dostęp do większej ilości funkcji i dużo szybciej otrzymasz nowości na portalu. Spowodowane jest to tym, że Angielski US można powiedzieć, że jest grupą testową. Dostają oni często funkcje, które nie pojawiają się później w innych językach.

#21 Styl jest rozpoznawalny

Nic tak bardziej nie dekoncentruje, jak rozproszenie motywu przewodniego, dzięki któremu zbudujemy markę. Zadbaj o maksymalnie 3 kolory przewodnie. Staraj się używać cały czas tej samej czcionki. Jeżeli publikujesz swoje zdjęcia, one również mają znaczenie dla rozpoznawalności.

Dzisiaj jesteśmy rozproszeni wieloma komunikatami. Zauważ, że większe marki cały czas mają ten sam motyw przewodni. Dzięki temu małemu zabiegowi Twoje posty zaczną rzucać się w oczy i ktoś łatwiej skojarzy, że dana rzecz pochodzi od Ciebie. Warto też wrzucić raz na jakiś czas inną grafikę, aby nie zanudzić czytelników ciągle takim samym wzorem.

W dowolnym miejscu skup się na sprawdzeniu kilku marek. Będąc

na zakupach, w markecie czy wyszukując fanpage innych firm. Zauważysz dokładnie 3 kolory przewodnie i... Tutaj Cię zostawiam z tym tematem, abyś sam znalazł co ma znaczenie dla innych marek. Znajdź co u Ciebie będzie motywem przewodnim.

#22 RTM

Marketing czasu rzeczywistego, czyli zareaguj szybko, na coś, co pojawiło się na świecie. Często wychodzą nowe aplikacje graficzne. W pewnym momencie praktycznie każdy zrobił swoje zdjęcie w stylu cartoon lub przerobił w aplikacji Prisma.

Innym sposobem na reakcję RTM (Real Time Marketing) są różnego rodzaju wydarzenia jak Ice Bucket Challenge. Szukaj, do czego możesz nawiązać i to wykorzystaj.

Jeszcze jeden przykład. Pamiętasz, jaki był szal na grę w zbieranie Pokemonów? Wiele restauracji wykorzystało do tego płatny element gry polegający na przyciąganiu rzadkich Pokemonów. Pozwoliło to restauracjom na przyciągnięcie ludzi w ich okolice, ponieważ ten element gry, stawiał tzw. Wabik stawiało się w wybranym miejscu. Lokalne firmy wcześniej powiadamiany na Social Media, kiedy taka akcja wydarzy się, a także w samej grze był widoczny wabik.

#23 tabela wymiarów

Na następnej stronie zamieszczam sugerowane i zalecane wymiary grafik na fanpage.

SOCIALPOWER

320x320

(BĄDŹ 7-SEKUNDOWY FILM)

ZDJĘCIE W TLE
820X462

MOŻNA WYKORZYSTYWAĆ TAKŻE
ZDJĘCIA 360°

SOCIALPOWER

FILM VIDEO
820x312

(20-90 SEKUND)

ZDJĘCIE PIONOWE
640X960

**SOCIAL
POWER**

111X74

ZDJĘCIE POZIOME
1200X628

FILM VIDEO

MIN. 600PX SZEROKOŚCI

MAX. 1.75GB

ODNOŚNIK DO STRONY WWW
1200X628

Przygotuj się na kolejny sztorm

@HOMEWORK #1

Zanim przejdziesz dalej, poświęć 15-60 minut na wybraniu porad z tej części poradnika i NATYCHMIASTOWYM ich zastosowaniu. Najgorsze co możesz zrobić to odłożyć poradnik na półkę i powiedzieć jeszcze wiem za mało na temat Facebook'a. Tylko praktyka nauczy Ciebie dobrych i efektywnych działań. Więc przestań wymyślać wymówki i narzekać, a przejdź do działania.

@Co dalej?

Przeczytałeś i mam nadzieję, że zastosowałeś/aś wiedzę z pierwszej części poradnika. Przygotowałem ponad 150 porad. Co tydzień będę przydzielał dostęp do kolejnej części. Jeżeli jeszcze nie wykupiłeś całego poradnika, możesz to zrobić w tej chwili.

>> [Kliknij w poniższy link, aby sprawdzić aktualną ofertę na ten poradnik i dowiedzieć się więcej o nim.](#) <<

@Czy wszystko muszę sam robić?

Pamiętaj, że nie musisz sam prowadzić profilu na Facebook'u. Jest wiele agencji, które zajmują się tym tematem. Również ja wraz z moim zespołem prowadzimy dla naszych klientów fanpage. Jeżeli chciałbyś poznać ofertę, wyślij do mnie wiadomość: info@mariuszdykas.pl a opowiem Ci więcej o prowadzeniu Facebooka przez mój zespół.