

# Ghid de Marketing pe Facebook

PROVIDED BY **Strategist**<sup>o</sup>

SUPPORTED BY



POWERED BY



HOSTED BY



# Despre Facebook

---

## Ce este Facebook

Facebook este o retea sociala care permite utilizatorilor – prieteni, familie, colegi sau alte persoane cu interese comune – sa fie conectati si sa impartasesca experiente personale prin diverse instrumente si aplicatii de comunicare.

Facebook a luat nastere in 2004 sub forma unei comunitati de studenti la Harvard (obligatorie era inscrierea printr-o adresa de email valabila) dar de atunci s-a extins dincolo de licee, corporatii, retele sociale

Numele website-ului vine de la numele cartilor pe care studentii le primeau la inceputul anului universitar, cu scopul de a-i ajuta sa se cunoasca mai bine. Astazi, orice persoana cu varsta peste 13 ani poate deschide un cont de utilizator pe Facebook.

## Facebook in lume

- 481.103.380 utilizatori la nivel mondial
- 200 milioane de utilizatori il folosesc zilnic timp de aproximativ 55 minute
- 100 milioane de utilizatori activi care acceseaza Facebook prin intermediul telefoanelor mobile
- 550.000+ aplicatii care sunt folosite pe Facebook.
- 70% dintre utilizatori folosesc aplicatii in fiecare luna
- 1.500.000 pagini active 176 miliarde de reclame au fost postate pe Facebook in primul semestru din 2010
- Un utilizator obisnuit are 130 de prieteni, este conectat la 60 de pagini, grupuri si evenimente si genereaza 70 de texte in fiecare luna

## Facebook in Romania

- Romania e pe **locul 6** in lume ca ritm de crestere a numarului de utilizatori
- Romania e pe **locul 49** in lume ca numar de utilizatori
- **1.555.360** de utilizatori Facebook in Romania
- **1.392.080** de utilizatori Facebook peste 18 ani in Romania
- **729 640** de utilizatori barbati pe Facebook in Romania
- **754 560** de utilizatori femei pe Facebook in Romania
- Romania e pe **locul 71** in lume dupa nivelul de penetrare
- Rata de penetrare a retelei Facebook in Romania: **7 %**
- Rata de penetrare a retelei Facebook in Romania raportat la utilizatori online: **20.93 %**

# Cum folosim Facebook

---

## Fan Pages

O pagina de Facebook este un profil public care va permite sa impartasiti informatii despre un brand sau o organizatie cu utilizatorii Facebook. Paginile sunt in mare parte similare cu profilele personale. In pagini exista optiunea de a posta, strange si impartasi continut. Este posibila chiar preluarea mesajelor de pe Twitter sau blog si gazduirea de discutii.

## Community Pages

Aceste pagini sunt menite să fie "cea mai buna colectie de cunostinte impartasite pe un anumit subiect". Ele contin o scurta descriere preluata din Wikipedia, urmata de posturi din partea prietenilor sau comunitatii globale de utilizatori Facebook. Acest tip de pagini sunt create in jurul unor subiecte speciale si isi propun sa obtina sprijin pentru acestea.

## Grupuri Facebook

Grupurile sunt organizate in jurul unui interes real, de viata sau de grup, iar membrii acestor grupuri viziteaza pagini pentru a afla noi informatii. Grupurile pot fi, de asemenea, folosite pentru a promova hobby-uri sau interese speciale. Grupul permite trimiterea "unor comunicari in masa" si sunt potrivite pentru marketing viral.

## Advertising

Facebook ofera promovare prin reclame, care pot fi directionate catre utilizatori in functie de varsta, sex, locatie, stare civila sau interese.

## Causes

Este posibila crearea unor pagini pentru diverse cauze sociale. Cauzele pe Facebook sunt menite sa sensibilizeze opinia publica cu privire la anumite subiecte si sa genereze dezbateri. Cauzele permit folosirea unor aplicatii precum donatii online, recrutare de voluntari sau crearea si utilizarea unor ecusoane speciale, care pot ajuta la promovare.

## Applications

Aplicatiile reprezinta diverse instrumente online ce pot fi adaugate conturilor si paginilor create pe Facebook. De cele mai multe ori, sunt cea mai buna cale de a crea interactiune cu utilizatorii si a susine campanile de promovare.

## Events

Evenimentele ofera posibilitatea de a reuni utilizatorii fie online, fie offline la evenimente speciale legate de brand sau produs. Paginile dedicate evenimentelor permit invitarea utilizatorilor si confirmarea participarii acestora.

## Connect/Share

Facebook Connect si Facebook Share sunt instrumente prin care utilizatorii isi pot folosi si promova profilul de Facebook si prin alte canale de comunicare precum bloguri sau website-uri.

## Messages

Utilizatorii isi pot trimite mesaje prin intermediul functiei de Email specifica Facebook.

## Embedded Media

Utilizatorii pot folosi continut audio, foto si video si chiar pot transmite live pe Facebook.

# Fan Pages

---

## Despre Fan Pages

*Paginile permit institutiilor sau personalitatilor sa transmita informatii despre ele catre consumatori si sa interactioneze cu acestia. Sunt asemanatoare blogurilor, sunt actualizate de catre un administrator si reprezinta imaginea unei institutii/persoane/brand/produs pe Facebook.*

## Unde se afla

<http://www.facebook.com/pages/create.php>

## Cum se promoveaza

- Actualizeaza permanent zona de discutii sau zona YouTube cu informatii interesante si antrenante. Oferă utilizatorilor un motiv sa devina fani si sa intre in dialog cu brandul.
- Foloseste avantajele lumii Facebook – impartaseste cu fanii in mod constant informatii, experiente noi. In acest fel, castigi vizibilitate.
- Inter-conecteaza platformele de comunicare pe care le folosesti. Anunta pe blog, prin e-mail lansarea paginii de Facebook.

## Exemple:

**Vodafone Romania**<http://www.facebook.com/?ref=home - !/vodafonero?ref=ts>  
<http://www.facebook.com/vodafonero>

## Coca Cola

<http://www.facebook.com/cocacola>

## Starbuks

<http://www.facebook.com/Starbucks>

# Groups

---

## Destre Groups

Grupurile au rolul de a starni dezbateri, discutii in jurul unui subiect anume; sunt asemanatoare forumurilor, iar accentul cade pe conversatiile care au loc aici. Grupurile pe Facebook sunt moderate si pot fi folosite pentru a crea o comunitate, pentru a promova o cauza sau chiar pentru a gazdui un protest.

## Unde se afla

<http://www.facebook.com/?sk=2361831622>

## Cum se promoveaza

- Invita prietenii sa se aboneze la grup
- Asigura-te ca grupul are un titlul atragator si scurt, dar eficient, o introducere din care sa reiasa care este scopul si obiectivul grupului
- Foloseste [FacebookBay.com](http://FacebookBay.com) pentru a-l promova
- Inter-conecteaza platformele de comunicare pe care le folosesti. Anunta pe blog, prin email lansarea paginii de Facebook si incurajeaza cititorii sa se aboneze

## Exemple

### Let's Do It, Romania!

<http://www.facebook.com/?ref=home#!/group.php?gid=208947754782>

### Feed a Child with a Click

<http://www.facebook.com/group.php?gid=8481112831><http://www.facebook.com/group.php?gid=8481112831>

## Fan Pages vs Groups

Fan Pages	Groups
Promoveaza institutii/personalitati/ONG-uri si se caracterizeaza printr-un grad mare de interactiune cu fanii	Sunt folosite in general in interes personal, in jurul unui subiect/cauze anume, cu un grad mai redus de interactiune
Poti avea prieteni, continut foto, video, un spatiu comun in care fanii pot impartasi experiente	Ofera mai mult control asupra celor care participa la el
Pot fi mai personalizate si gazduiesc mai mult continut	Sunt indexate de motoarele de cautare
Pot avea mai multi administratori si sunt anonime	Pe grupuri, utilizatorii se reunesc in jurul unui subiect de interes general
Paginile ofera informatii si statistici despre activitatea vizitatorilor.	Exista posibilitatea ca grupul sa fie public sau privat, deschis oricui sau daca este necesara autorizarea membrilor
Nu exista limita de fani	Grupurile se afla in stransa legatura cu persoanele care le-au creat
Vizibil pe profilul fanilor cu text, imagine si link	Vizibil pe profilul membrilor sub forma unor linkuri
Se pot trimite mesaje catre un numar mare de utilizatori	Administratorii grupurilor sunt permanent identificati cu grupul.

# Applications

---

## Despre Applications

*Aplicatia ofera fanilor o noua cale de a interactiona cu brandurile. Aceasta reflecta personalitatea brandului si asigura un grad ridicat de interactiune cu utilizatorii. Succesul unei aplicatii tine de numarul de persoane care aleg sa o impartaseasca prietenilor.*

## Unde se afla

<http://www.facebook.com/apps/directory.php>

## Cum se promoveaza

- Preferabil sa fie o aplicatie "sociala", in care sa poata fi inclusi prietenii
- Inscribe aplicatia in Directorul de aplicatii pentru mai multa vizibilitate (Application Directory)
- Permite utilizatorilor sa isi invite prietenii
- Promoveaza aplicatia pe Facebook
- Trimite in mod regulat notificari prietenilor despre aplicatie
- Foloseste Facebook pentru a promova aplicatia prin feed-uri, ele vor asigura vizibilitatea necesara

## Exemple

### 3D GlassesCool

<http://apps.facebook.com/treidglass/>

### Find your number

<http://apps.facebook.com/yourperfectnumber>

### Date casting

<http://apps.facebook.com/datecasting/>

# Events

---

## Despre Events

*Evenimentele ofera posibilitatea de a reuni utilizatorii fie online, fie offline la evenimente speciale legate de brand sau produs. Paginile dedicate evenimentelor permit invitarea utilizatorilor si confirmarea participarii acestora.*

## Unde se afla

<http://www.facebook.com/events/create.php>

## Cum se promoveaza

- Invita prietenii cu retele extinse de amici, Vei creste astfel posibilitatea de a avea mai multe confirmari
- Asigura-te ca evenimentul are un titlu si o descriere interesante, care sa atraga atentia
- Decide daca evenimentul este deschis tuturor, numai anumitor persoane sau este privat
- Foloseste continut foto sau video pentru a face evenimentul mai atragator
- Foloseste optiunea "Promote event with an Ad"

## Exemple

### Switch Specials-La Biennale Di Venezia

<http://www.facebook.com/group.php?gid=208947754782#!/event.php?eid=142653275747387>

### Campanie de testare a intolerantelor alimentare

<http://www.facebook.com/event.php?eid=110940938936926>

# Connect / Share

---

## **Destre Connect**

*Facebook Connect permite utilizatorilor sa-si "conecteze" identitatea de pe Facebook si alte site-uri si platforme. Acest lucru ofera utilizatorilor ocazia sa gaseasca prieteni care frecventeaza aceleasi website-uri sau folosesc aceleasi aplicatii. In acest fel, alte platforme online pot folosi si promova functiile Facebook.*

# Advertising

---

## **Destre Advertising**

*Reclamele pe Facebook permit utilizatorilor sa-si promoveze brandul/compania, sa aiba fani si sa genereze vanzari. Instrumentele de creare si gestionare a reclamelor pe Facebook sunt asemanatoare interfeței Google AdWords.*

## **Unde se afla:**

<http://www.facebook.com/advertising/>

# Causes

---

## **Ce este si ce poti face**

*Evenimentele ofera posibilitatea de a reuni utilizatorii fie online fie offline la evenimente speciale legate de brand sau produs. Evenimentele Facebook mobilizeaza fanii si integreaza evenimentele sau campaniile traditionale pe Facebook.*

## **Unde se afla**

<http://apps.facebook.com/causes/causes/new?m=4b3b2e26>

## **Cum se promoveaza**

- Invita prietenii sa se alature si sa sustina cauza
- Foloseste continut foto pentru a promova cauza printre prieteni
- Mentine prietenii informati in mod constant in legatura cu cauza

## **Exemple**

### **Help Razvan Zainescu**

<http://www.causes.com/causes/373710?m=4d513973>

### **Abuse an Animal, Go to Jail!**

<http://www.causes.com/causes/343575>

### **Viata dupa colectare**

[http://www.causes.com/causes/274011?recruiter\\_id=20883827](http://www.causes.com/causes/274011?recruiter_id=20883827)

# Facebook Marketing Strategy

---

## Inainte de toate...

- Ce poti oferi publicului in asa fel incat acestia sa considere informatia transmisa valoroasa si importanta pentru ei?
- Esti pregatit sa raspunzi intrebarilor utilizatorilor si sa incurajezi dezbateri pe tema brandului/produsului?
- Cum vei integra celelalte canale de comunicare cu promovarea prin retea Facebook?
- Ce fel de instrumente si informatii vei folosi pentru a atrage atentia?
- Beneficiezi de intregul suport al companiei? Ai resurse pentru a sustine prezenta pe Facebook?
- Cum vei masura succesul comunicarii pe Facebook?

## Strategia in 5 pasi

### Cerceteaza si planifica

- Identifica audienta care te intereseaza
- Care ii sunt preocuparile si interesele, unde o poti gasi, care ii sunt nevoile de comunicare?
- Care sunt asteptarile lor de la tine?
- Ce le poti oferi?
- Ce resurse ai la dispozitie?
- Ce face competitia ta pe Facebook si care sunt elementele de noutate cu care vii?
- Exista deja evenimente, grupuri, pagini sau comunitati care sa te intereseze?

### Actioneaza

- Creeaza contul de Facebook
- Completeza profilul cu informatii relevante despre tine, prezentate intr-un mod succint
- Foloseste continut video/audio/foto interesant si actualizat
- Conecteaza platformele de comunicare pe care le folosesti deja pentru a creste impactul.
- Cauta prieteni pe Facebook, invita-i sa te cunoasca
- Construiești și dezvoltă o comunitate de fani.

### Asculta, invata si aplica

- Urmareste discutiile care se desfasoara in spatiul comun
- Afla ce fel de informatii ar dori publicul virtual de la tine
- Urmareste impactul mesajelor tale si adapteaza-te
- Invata din greseli si nu incerca sa le ascunzi
- Foloseste feedback-ul utilizatorilor pentru a-ti imbunatati prezenta pe Facebook

### Implica-te si comunica

- Transmite informatii constant, intr-un limbaj clar, concis si prietenos
- Intra in dialog cu utilizatorii, porneste dezbateri, afla parerea lor despre subiecte de interes pentru tine
- Oferă linkuri către informații oficiale sau fotografii de la evenimente pentru a mari zona de acțiune
- Cauta formatori de opinie sau lideri in spatiul online si atrage-i catre pagina ta de Facebook. S-ar putea sa fie mai usor decat in viata reala!
- Porneste concursuri, ofera premii, atrage utilizatorii catre pagina ta, interactioneaza cu ei

- Raspunde cat mai prompt la intrebari, fii concis, deschis si ofera posibilitatea unei discutii mai pe larg si fata in fata daca este cazul
- Fii o resursa, obisnuieste utilizatorii sa se interactioneze cu tine pentru informatii noi, de interes pentru ei

### **Evalueaza-te!**

- Alege instrumente de masurare potrivite si urmareste modul in care obiectivele sunt indeplinite
- Foloseste parerea utilizatorilor ca un barometru de performanta si implementeaza cele mai bune sugestii. Vei castiga fani printre utilizatori si iti vei imbunatati imaginea
- Adapteaza constant planul de comunicare la raspunsul utilizatorilor
- Monitorizeaza constant ce se discuta despre tine, ofera solutii, raspunde intrebarelor, foloseste constructiv criticile
- Afla cati fani/prieteni ai. Sunt ei cei potriviti pentru brandul tau? Parerea lor este negativa/ pozitiva sau neutra la adresa ta? De ce? Adapteaza-te

# Scurt glosar de termeni

---

**Application** – *program prin care utilizatorii pot impartasi continut si pot interactiona intre ei*

**Friend** – *contact personal pe Facebook*

**Friend list** – *grup organizat de prieteni*

**Group** – *grup de utilizatori Facebook care au interese comune; orice utilizator poate crea sau se poate alatura unei pagini*

**Network** – *asociere intre utilizatorii Facebook in functie de regiune, scoala sau loc de munca*

**News Feed** – *continut postat in spatiul comun de discutie*

**Page** – *prezenta oficiala a unei persoane publice sau a unei organizatii pe Facebook, cu scopul de a informa si interactiona cu fanii sai*

**Profile** – *zona in care sunt impartasite informatii personale si interactiunile cu prietenii*

**Wall** – *zona comuna de discutii a unui profil sau pagini care aduna orice continut nou sau actiuni recente*

**Filters** – *folosite pentru a diferentia prietenii in categorii. Se folosesc in momentul crearii Listelor de prieteni.*

**Like** – *Aplicatie care apare ca un link in vecinatatea unui text sau anunt, prin care utilizatorul respectiv isi exprima aprecierea fata de continutul oferit.*

**Mini Feed** - *Asemanator cu feed-ul de stiri, cu diferenta ca se axeaza pe o singura persoana. Arata ce s-a schimbat recent in profilul persoanei respective.*

**Poke** – *Cale de a interactiona cu prietenii pe Facebook. Permite unui utilizator sa intre in dialog cu un altul. Este uneori considerat o forma de flirt.*

**Status** – *Trasatura care permite utilizatorilor sa isi informeze prietenii referitor la statusul curent, locul in care se afla, ce fac, care le sunt gandurile etc.*

**Tag** – *Marcarea unei fotografii sau a continutului video cu un text care identifica persoana din imagine.*

<http://www.howdoifacebook.com/glossary.htm>