



Analýza komunikace na Facebooku China Care, s.ro.

Facebook je bezesporu jedním z nejsilnějších nástrojů pro vaši propagaci. Každý den ho aktivně využívá víc jak 5,4 milionů Čechů. Díky tomu je Facebook místem, na kterém lze v krátký čas oslovit velké množství lidí.

A v čem je Facebook výjimečný? Facebook ví o svých uživateli velké množství informací. Díky tomu můžeme cílit naši reklamu na přesné (námi definované) publikum lidí. Tzn. víme jaký je motiv potenciálních klientů k využívání služeb China Care. V reklamě tento motiv „správně řešíme a uspokojí ho“ a na závěr, reklamu zobrazíme přesně těm lidem, kterých se motiv týká. Tyto kroky jdoucí za sebou, pokud jsou správně nastavené, vedou k vysoké konverzi. Mimo jiné, Facebook umožňuje také vytvářet podobná publika, která dobře interagovali s naší reklamou. Tím nám umožní Facebook cílit reklamu na další, správný okruh lidí.

China Care má zajímavou nabídku služeb a kurzů, které lze jednoduše v krátkých videích představit přesně definovaným skupinám lidí (řekneme jim: s čím jim pomůžeme, jak to uděláme a kdo jsme. Plus jasná výzva k akci). Takovou reklamu můžeme spustit nejen na Facebooku, ale i na Instagramu, který je stále více populární. S lidmi, kteří s námi budou interagovat budeme dál pokračovat v komunikaci ohledně bližších informací, které je zajímají a budeme s nimi řešit jejich individuální problémy formou chatování přes Facebook Messenger. Další obsah, který už dnes na Facebook přidáváte, jako jsou soutěže, citáty a články, by měly být „pouze“ podporou těchto konverzních kampaní. Každopádně, tento stále zajímavý obsah budeme zobrazovat lidem, kteří interagovali s našimi FB+IG profily nebo navštívili web China Care (to všechno lze nastavit). Tím dále rozšíříme povědomí o vaší značce a publikum, pro které bude sdílený obsah zajímavý a užitečný,

Facebook profil, obsah na zdi a placená reklama

Co je správně

- Harmonický a čistý grafický design facebook profilu.
- Časté sdílení zajímavých příspěvků obohacených o emoji ikonky a události na kurzy
- Vyhlášení soutěží a točení videí s jejich vyhlášením

Co je špatně

- Nedostatečná propagace současného obsahu na zdi, který vidí pouze malý okruh vašich fanoušků!
- Chybí sdílení do zájmových Facebook skupin.
- Každý služba, kterou nabízíte od akupunkturačních bodů až po psychologické konzultace by měla mít natočené krátké video, ve kterém představíte užitek této služby a její průběh.



- Pro získání objednávek lidí z Facebooku chybí zapojení Facebook Messenger chatování. Je to zajímavý nástroj, který místo neživého webu nebo příliš naléhavého telefonátu, přesvědčí větší počet zájemců o služby ke koupi.

Pro dosažení cílového stavu navrhuji (seřazeno dle důležitosti)

1. Spustit reklamu na objednávku služeb pomocí Facebook Messengeru

- Po kliknutí na FB nebo IG reklamu se zájemce nedostane na web, ale na automatizované představení služeb pomocí chatbota, který může zákazníkovi odpovědět na všechny důležité informace, které potřebuje znát před koupí služby. To vše doplněné o lidskou individuální radu. Což má za cíl přinášet opakované objednávky díky kontinuální komunikaci s lidmi i po nákupu.

2. Propagovat příspěvky na zdi pomocí reklamy na větší okruh cílených uživatelů

- Vytvoření každého příspěvku na zdi stojí velkou spoustu času a my chceme, aby obsah lidé viděli a četli. Takovýto obsah je důležitou součástí budování povědomí o značce a potvrzení kvality služeb. Každý příspěvek by měl být zapropagovaný na studená publika pomocí jejich oblíbených zájmů nebo formou remarketingu návštěvníky webu China Care, Facebooku a Instagramu.

3. Natočit krátké upoutávky s představením služeb

- Natočit krátké reklamní spoty na představení nabídky služeb (vytvořit krátký scénář, vybrat kdo a kde video natočí plus jednoduchá postprodukce: střih a hudba).