Praktyczny przewodnik Sprzedaż usług na Facebooku

W tym przewodniku pokażę ci jak ustawić skuteczną strategię sprzedaży za pomocą Facebooka dla lokalnej firmy. Jak się domyślam nie prowadzisz firmowego Facebooka dla przyjemność. Chcesz promować i sprzedawać swoje usługi na których zarabiasz. Niestety z mojego doświadczenia jak i z doświadczenia setek moich klientów i innych przedsiębiorców wiem, że standardowa aktywność na Facebooku rzadko kiedy wpływa na zwiększenie sprzedaży. Jeśli nie prowadzisz sprzedaży w internecie tylko masz lokalną firmę do której klient musi przyjść osobiście, to pisanie tradycyjnych postów rzadko kiedy widocznie wpływa na sprzedaż.

Żeby klient podjął decyzję o zakupie w twojej firmie musi przede wszystkim otrzymać szereg informacji i dopowiedzi na różne pytania. Klient ma zwykle mnóstwo watpliwości i pytań: po co mi ta usługa, czy to jest dla mnie dobre, dlaczego mam ci ufać, kim ty jesteś, kim są twoi klienci, kto jeszcze z tego korzysta, ile to kosztuje? Tych pytań jest bardzo dużo i jeśli klient nie ma na nie odpowiedzi to na pewno nie kupi.

Druga kwestia jest taka, że klient musi zjawić w twojej firmie fizycznie. Musi wstać z fotela, wyjść z domu i przejechać przez miasto, znaleźć twoją firmę i wejść do środka, a przynajmniej powinien skontaktować się telefonicznie.

Trudno te warunki uzyskać wiedząc jak klienci korzystają z social mediów. Przeglądają przypadkowe posty poświęcając na poszczególne z nich zaledwie ułamki sekund. Tych postów jest tak dużo, że utrzymanie uwagi na dłużej tak, aby przekazać klientowi wszystkie niezbędne informacje i zachęcić go do wizyty jest w zasadzie niemożliwe.

Co zatem można zrobić? Przede wszystkim nauczyć się jak podążać za klientem, aby przekazać mu wszystkie niezbędne informacje i jak zmotywować go do działania.

Dobra wiadomość jest taka że jeśli prowadzisz fanpage według moich wcześniejszych wskazówek, czyli masz poprawnie uzupełniony profil, wiesz jak prawidłowo konstruować treść i wygląd posta oraz trzymasz się swojej

określonej tematyki, robisz plan postów według moich wskazówek to w zasadzie wszystkie te niezbędne informacje są już tam zawarte.

No może nie w jednym poście, ale w dłuższej perspektywie pisząc na te określone konkretne firmowe tematy odpowiadasz klientom na pytania i wątpliwości. Problemem jest tylko to, żeby konkretne osoby, które są w grupie docelowej twojej firmy widziały te wszystkie posty jak najczęściej. Pisząc zwykłe posty na fanpage trafiasz tylko do garstki swoich fanów, którzy niekoniecznie są teraz w grupie docelowej. To że ktoś kiedyś polubił twój fanpage nie oznacza, że rozważa teraz zakup usługi czy też w ogóle mógłby ją kiedyś kupić.

Dlatego w tym celu promujemy posty przez managera reklam do określonych grup odbiorców. Facebook doskonale wie kto obecnie interesuje się twoimi usługami i tą wiedzę możemy wykorzystać tworząc zdefiniowane grupy odbiorców.

Zainstaluj piksel Facebooka

Pierwszym etapem tworzenia strategii sprzedaży na Facebooku jest przygotowanie odpowiednich grup odbiorców. W tym celu konieczne jest skonfigurowanie i zainstalowanie na stronie internetowej piksela Facebooka, Otwieramy managera reklam i z menu bocznego wybieramy zakładkę "Menadżer zdarzeń".

Krok 1.

- wejdź na stronę: facebook.com/adsmanager
- kliknij boczne menu rozwijane (trzy poziome kreski)
- w rozwiniętym menu odnajdź zakładkę "Menadżer zdarzeń"

۲	Wszystkie narzę	dzia								Zaktualizowan
Ξ	Skróty									
	٥	*	63			estawy	/ rekla	m		
-	Menedżer reklam	Menedżer zdarzeń	Posty na stronie	A/B	Ê	5	ŵ	6 3	•	Reguły 💌
				~	Reali	zacja ↑				Strategia składania ofert
		** *	•							
	Rozliczenia	Odbiorcy	Ustawienia firmowe						0	2
	Zama da ania Gana				Prz	zeprow	adź k	onfigu	rację,	aby wyświetlać i
	Zarządzanie firmą			zczegółowych informacji w sekcji Przegląd konta, aby opubli					l konta, aby opublike	
	Bezpieczeństw	o marki		Bezp	ieczeńs	stwo ma	arki P	rzejdź o	io prze	eglądu konta
	📳 Biblioteka mult	imediów								
	Jakość konta									
	O Lokalizacie skl	enów								

Krok 2.

Jeśli jeszcze nie masz piksela na swoim koncie, system poprosi o jego skonfigurowanie. Na kolejnym ekranie wybierz źródło "Internet", następnie wpisz swoją nazwę piksela.

ß	Podsumowanie w Menedżerze zdarzeń 🛛 🕬	cz, jak to działa		GE Michał Kowalski ZF (1113834572 👻
Ξ				
	Witamy w Mene Skonfiguruj narzędz	edżerze zdarzeń ia biznesowe pomocne w optymaliza	*	
0	Utwórz nowe źródło danych			×
0	Wysyłaj informacje o interakcjac prowadzenia kampanii, optymali	h klientów z Twoją firmą. Informacje t zacji wyświetlania reklam i innych zad	e mogą być następnie wykorzystane ań. Wybierz źródło danych, aby rozp	do tworzenia grup odbiorców, ocząć.
A				
Ť	-			
*	Internet Połącz swoją witrynę internetową, aby udostępniać informacje o aktywności online, w tym o przeglądaniu zawartości, dodaniach do koozyka i zakupach.	Aplikacja Podlącz aplikację, aby udostępnić informacje o aktywności w aplikacji, w tym o instalacjach i zakupach.	Offline Połącz informacje w trybie offline, aby wysyłać informacje o aktywności w sklepach lub w innych miejscach poza Internetem.	System CRM Połącz z systemem CRM, aby wyświetlać reklamy kontaktowe osoborn, w przypadka których jest największe prawdopodobieństwo korwersji.
	Erzekaž opinie			Anuluj Połącz
Ø				
4				
Q				
0				

ß	Podsumowanie w Menedżerze zdarze	ń Zebacz, jek to działa	GE Michał Kowalski ZF (1113834572 •
Ξ			
	Witamy Skonfigu	w Menedżerze zdarzeń uj narzędzie biznesowe pomocne w optymalizacji	
Ð	e Poi	Utwórz piksel ×	
•	Sko udo	Utwórz piksel, aby przesyłać zdarzenia webowe i parametry z witryny, takie jak działania klientów i nawyki dotyczące przeglądania. Dowiedz się więcej	
A	apli	Nazwij piksel	
ا	S Uz Mie	Piksel moja firma	
*	wej ③ Op rze Iden osc pra	Aby zapewnić zgodność z naszymi zasadami i chronić prywatność swoich użytkowników, nie udostępniaj nam poufnych danych użytkowników w ramach konfigurowania wydarzeń. Odwiedż Centrum pomocy, aby dowiedzieć się więcej o danych poufnych. Kontynuując, akceptujesz Regulamin korzystania z narzędzi biznesowych Meta Przekaż opinię Wstecz Utwórz piksel Połącz dane	M
573			
\sim			
q			
0			
:			

Krok 3.

Po utworzeniu pojawi się możliwość dalszej konfiguracji.

- kliknij polecenie Kontynuuj konfigurację piksela
- wybierz polecenie Zainstaluj kod ręcznie
- skopiuj kod podstawowy piksela.



Kod piksela należy wkleić w odpowiednim miejscu na stronie internetowej. To zadanie najlepiej przekazać osobie, która technicznie opiekuje się twoją stroną internetową. Na tym widoku jest opcja "Wyślij maila z instrukcjami" dzięki której automatycznie możesz przesłać cały kod administratorowi witryny.



Stwórz odpowiednie grupy odbiorców

Kolejny etap to tworzenie konkretnych grup odbiorców. Na tym etapie tworzymy trzy grupy odbiorców:

 osoby które odwiedzają witrynę firmową - jeśli ktoś wchodzi na twoja stronę to jest wielce prawdopodobne że rozważa zakup usługi

 osoby które reagują na posty i reklamy - jeśli ktoś lajkuje, komentuje czy kilka w posty to znak, że ten temat go interesuje - Facebook zapamiętuje wszystkie osoby które to robią

- trzecia grupa to osoby, które polubiły twój fanpage

Otwieramy managera reklam i z menu bocznego wybieramy zakładkę odbiorcy.

Krok 1.

- wejdź na stronę: facebook.com/adsmanager
- kliknij boczne menu rozwijane (trzy poziome kreski)
- w rozwiniętym menu odnajdź zakładkę "Odbiorcy"



Krok 2.

W kolejnym widoku wybieramy "Utwórz grupę niestandardowych odbiorców"



Krok 3.

Po kliknięciu w "Utwórz grupę niestandardowych odbiorców" otwiera się okno w którym zaznaczamy źródło "Witryna".



Następnie konfigurujemy grupę:

- źródło - wybieramy aktywny piksel Facebooka, który wcześniej skonfigurowaliśmy

- zdarzenia - wybieramy osoby, które odwiedziły konkretne strony internetowe

- retencja - z ilu dni maja być zbierane dane - jeśli masz bardzo dużo

odwiedzin można wpisać 30 lub 60, jeśli strona jest rzadko odwiedzana można ustalić dłuższy okres

- adres url - wybieramy "zawiera" i wpisujemy domenę strony internetowej

- nazwa - wpisujemy nazwę która będzie dla na zrozumiała

Michał Kowalski ZF (11136345725569	Tworzenie grupy niestandard	lowych odbiorców z witr	упу	×	
Targetuj osoby, które są dla Ciebie isto	Źródło				
Twórz i zapisuj grupy odbiorców, aby targetować e	🗧 Piksel moja firma			•	
istotne dia Twojej Tirmy.Dowiedz się więcej	Zdarzenia				
Grupy niestandardowych odbiorców	Osoby, które odwiedziły konk	retne strony internetowe		•	
lub produktem dzięki grupom niestandardowych od	Retencia O				
Możesz tworzyć grupy odbiorców na podstawie swo kontaktów biznesowych, ruchu w witrynie oraz aplik mobilnych.	30	dni			
Utwórz grupę niestandardowych odbiorców	Adres URL	▼ zawiera	•	×	
Grupy podobnych odbiorców Targetuj nowe osób podobne do istotnych dla Ciebia	Q mgojastrona.pl ×				
odbiorców. Grupy podobnych odbiorców możesz tw podstawie osób, które polubiły Twoją stronę, pikseli konwersji oraz dowolnych istniejących grup	+ oraz				
niestandardowych odbiorców.	Zawęź dodatkowo wg 💌				
Utwórz grupę podobnych odbiorców					
Zanisana grupa odbiorców	Uwzględnij więcej osób	 Wyklucz osoby 			
Zapisana grope odoborcow Zapisz często używane opcje wyboru grupy odbiorc można ich było łatwo użyć ponownie. Wybierz dane	Nazwa grupy odbiorców				
zapisz do wykorzystania w przyszłych reklamach.	Odwiedzający stronę			19/50	
Utwórz zapisaną grupę odbiorców			10 million and 10 million		
Grupa odbiorców reklamy szczególnej kategorii	0	Wstecz	Otworz grupę o	abiorcow	

Krok 4.

Teraz tworzymy grupę osób reagujący na posty. Ponownie wracamy do wyboru "Utwórz grupę niestandardowych odbiorców" i wybieramy opcję źródła "Strona na Facebooku".

Utwórz grupę odbioro	ów 👻			III Kolumny
Q. Wyszukaj według	nazwy lub id	Wybierz źródło grupy niestandardowy Nawiąż kontakt z osobarni, które już wykaza	ch odbiorców X ly zainteresowanie Twoją firmą lub produktami.	
All Audiences		Twoje źródła		G
Wygasające grupy	odbiorców	💮 🌐 Witryna	🔄 🐣 Lista klientów	
Filter		Aktywność w aplikacji	Aktywność offline	
Status	Ý	Katalog		
Туре	~			
Availability	~	Meta Sources		
Source	~	D Film	Konto na Instagramie	
		📄 📃 Formularz kontaktowy	🔿 🗇 Wydarzenia	
		🖉 🔌 Materiał błyskawiczny	💽 🔝 Strona na Facebooku	
		Zakupy	Ogloszenia na Facebooku	
		0	Anuluj Dalej	

Konfigurujemy grupę:

- strona wybieramy odpowiedni fanpage jeśli masz ich więcej
- zdarzenia wybieramy "Osoby, które zareagowały na post lub reklamę"
- retencja tutaj może być dłuższa nawet 180 dni
- nazwa wpisz zrozumiałą nazwę

Grupa odbiorców			Michał Kowalski (301883787753804)
	Utwórz grupę niestandardowych odbiorców dla strony na Facebooku	×	
Utwórz grupę odbiorców 👻	Nowy sposób, aby dotrzeć do osób, które obecnie lubią lub obserwują Twoją stronę Tarza możneg dotrzeć do osób, które obecnie lubia lub obserwują Twoją		🚻 Kolumny 👻
🔍 Wyszukaj według nazwy lub id 📃 🕨	wybierając tę opcję w menu rozwijanym Zdarzenia.	0.5	6¢
All Audiences Vygassijące grupy odbiorców 🖲	Uwzględnij osób, które DOWOLNE 👻 z następujących kryteriów:	va	0
Filter	Strona	. 1	
Status 🗸	🎄 Studio Urody Finesse. Z nami zawsze będziesz piękna 👻		
Type 🗸	Zdarzenia		
Availability 🗸	Osoby, które zareagowały aktywnie na post lub reklamę -		
Source ~	Retencja 🤁		
	180 dni		
	 Uwzględnij więcej osób Wyklucz csoby 		
	Nazwa grupy odbiorców		
	Reagują na posty 16	50	
	Opis · Opejonalnie	- 1	
	0/1	00	
	Wstecz Utwórz grupę odbiorcó	~	

Krok 5.

Tworzymy grupę osób, które lubią fanpage. Wracamy do kroku 4 - wybieramy źródło "Strona na Facebooku" i zamiast osoby, które reagują na posty wybieramy opcję "Osoby, które obecnie lubią lub obserwują twoją stronę". Wpisujemy oczywiście swoją nazwę.

Ъ.	Grupa odbiorców		Michał Kowalski (301883787753804) 🔹 🔻
Ξ		Utwórz grupę niestandardowych odbiorców dla strony na Facebooku $\qquad imes$	
•	Utwórz grupę odbiorców 👻	Nowy sposób, aby dotrzeć do osób, które obecnie lubią lub obserwują Twoją stronę	🚻 Kolumny 👻
Ð	Q. Wyszukaj według nazwy lub id	N Teraz możesz dotrzeć do osób, które obecnie lubią lub obserwują Twoją stronę, wybierając tę opcję w menu rozwijanym Zdarzenia.	
	All Audiences		U
š.	Wygasające grupy odbiorców 🛛	Uwzględnij osob, ktore DOWOLNE - z następujących kryteriów:	0
	Filter	Strona	
	Status 🗸	Studio Urody Finesse. Z nami zawsze będziesz piękna •	
	Туре 🗸	Zdarzenia	
	Availability 🗸	Osoby, które obecnie lubią lub obserwują Twoją stronę 🔹	
ම <mark>ස</mark> ි උ ම 🗉	30000 ·	Choży, Które obecnie lubią lub observują Twoją strone Okaryuje to osoby, które obecnie lubią ub observują Twoją strone posładowa za observują troje strone pub podęł vostec posta lub rektary dalawa za observują które odwiedzi Twoją strone pub podęł vostec posta lub rektary dalawa za observują które odwiedzi Twoją strone procesanięcie posta lub rektary dalawa strone do observują które odwiedzi Twoją strone, niezależnie od wykonanego dalawa. Op Observate za wszystkał oszby, które odwiedzi Twoją strone, niezależnie od wykonanego dalawa. Opo Ustrone w zasystkał oszby, które odwiedzi Twoją strone, niezależnie od wykonanego dalawa. Opo Ustrone w zasystkał oszby, które odwiedzi Twoją strone, niezależnie od wykonanego dalawa. Opo Ustrone w zasystkał oszby, które odwiedzi Twoją strone, niezależnie od wykonanego dalawa. Opo Ustrone w zasystkał oszby, które odwiedzi Twoją strone, niezależnie od wykonanego dalawa. Opo Observate za observate za udostargeniewa, którejecie liniu, boźt presunięcie patem po karuzeł. Opo Observate za observate za udostępniewa, którejecie liniu, boźt presunięcie patem po karuzeł. Opo Observate za observate za udostępniewa, którejeci liniu, boźt presunięcie patem po karuzeł. Opo Observate za	

W ten sposób powstały trzy grupy odbiorców, które będziemy wykorzystywać w promowaniu postów i reklam.

र्श्व ॥	Grupa odbiorców		м
•	Utwórz grupę odbiorców 👻		
Ð	Q Wyszukaj według nazwy lub id	Nazwa	Dostępność
	✓ All Audiences	Lubią stronę	Gotowa
•	Wygasające grupy odbiorców	Reagują na posty	Gotowa
	Filter Status	Odwiedzający stronę	Gotowa
	Туре 🗸		
	Availability ~		
	Source 🗸		

Promowanie postów przez managera reklam

Mając określone grupy odbiorców można już promować posty do określonych użytkowników. Jeśli publikujesz wartościowy post to zamiast promować go bezpośrednio z fanpage lepiej zrobić to przez managera reklam kierując go do stworzonych grup odbiorców.

Wejdź do managera reklam i utwórz nową kampanię klikając w zielony przycisk "Utwórz". Pojawi się okno wyboru celu kampanii.



Zaznacz opcję "Ruch" jeśli w poście zamieszczasz link do strony zewnętrznej. W pozostałych przypadkach zaznacz opcje "Rozpoznawalność". W następnym kroku nazwij kampanie np. "Moje posty". W tej kampanii znajda się wszystkie posty, które uznasz za warte promowania.

ය ≡	لة ×	Moje posty	 Moje poety > 231 Zestaw reklam > 1 1 Reklama Edynaj	Sprawdž	o Wensja robocza 🛛 🦲 👘
8	2	📋 Nowa reklama z celem Rozpozna	 Nazwa kampanii		
0		+ Ubwórz zestaw reklam	Moje posty	Utwórz szabion	
			Szczególne kategorie reklam Cárelá, czy Twoje reklamy dotyczą kredytów, zatrudnienia lub nieruchom społecznych, wyborów lub polnyki. Wymagania róźnią się w zależności o się więcej Kategorie	ości albo kwestii d kraju. Dowiedz	
			Nie zdeklarowano kategorii	•	
			informacje o kampanii Typ zakupu Aukcja		
_			Cel kampanil 🛛 Razpoznawalność Wydwieli więcej opcji +		
0 0 0 0 0 0			Test A/B Utw Wypróbu różne obrazy, tekst reklarny, grupy odbiorców i inne elementy, a ostąpają naglepsze wyniki. Dowiedz się więcej	órz test A/B	
Ð			Zamknij 🗸 Wiszystkie zmiany zapisane		Dalej

Klikając "Dalej" przechodzisz do edycji zestawu reklam.

ផ	×	C Mole postv	***	Moje posty > Grupy odbiorców	🔹 > 🗖 1 Reklama		• Wersja robocza 🛛 🚺 …
\equiv	ad	Course arthiografies			Ø Edytuj	Sprawdź	
		Nowa reklama z celem Rozpozna		Nazwa zestawu reklam			💤 Wyniki mogą być zagrożone
O	•	+ Utwórz zestaw reklam		Grupy odbiorców		Utwórz szablon	Ciągle zmiany w ekosystemie reklam mogą wpływać na wyniki i raportowanie.
_							Zestawy reklam, które obejmują region europejski 💦 🔿
				Strona Wybierz stronę na Facebooku, którą chcesz pro Strona na Facebooku	mować.		Poniewsź osoby w regionie europejskim korzystają z naszych ustawień prywatności, możesz zaobserwowsć zmiany w wyerkach lub raportowanku. Dowiedz się więcej
				😒 Od-Nova profesjonalne masaže Łódź		• +	
				Dynamiczny materiał reklamowy Przebil elementy materiałów reklamowych, tak automatycznie wygenetjemy kombinacje zoby odbioroów. Warianty mogą zawierać różne form jeden element. Dowiedz się więcej	ie jak obrazy i nagłówki, dził ymalizowane pod kątem Tv naty lub szabiony w oparciu	Wył. O ięki którym wojej grupy u o przynajmniej	Charakterystyka grupy odbiorców Grupe docelowa wybrana przez Cebre jest dość szeroka. Zawężony Szeroki
				Budżet i harmonogram			Szacowana wielkość grupy 20 100 000 - O odbiorośw: 23 600 000
				Budžet ()			Potencjalny zasięg to teraz szacowana wielkość grupy odbiorców
٢				Budżet dzienny 👻	10,00 zł	PLN	Szacowana wielkość grupy odbiorców to
4 0 0				Nie wydasz więcej niż 12,50 zł w niektóre dni, a w inne nie więcej niż 70,00 zł w tygodniu kalendarzowym. Dow Harmonogram 6	wydasz mniej. Wydasz średnio 1 wiedz się więcej	10,00 zl dziennie, ale	szacunkowy przedział csob, które odpowiadają kryteriom targetowania. Wartość ta może zmieniać się w czasia w zależności od danych i pozwala lepiej zrozumieć wpływ wybranych opcji
Ð				Zamknij 🗸 Wszystkie zmiany zapisane			Wstecz Dalej

Wpisz nazwę zestawu "Grupy odbiorców", wybierz odpowiedni fanpage jeśli masz ich więcej, oraz okres budżet dzienny. Na takie promowanie postów powinno wystarczyć 5-10 zł dziennie.

Zjeżdżając niżej przechodzimy do określenia grupy docelowej. W oknie "Grupy niestandardowych odbiorców" wybieramy wszystkie trzy stworzone wcześniej grupy.

upy niestan	dardowych odbiorców	Utwórz nową 🔻
Q (Szukaj i	stniejących grup odbiorców	
Wszystkie	Grupa podobnych odbiorców Grupa	a niestandardowych odbiorców
Lubią stronę		Aktywność – strona
Reagują na po	osty	Aktywność – strona
Odwiedzający	stronę	Strona internetowa

Na etapie edycji reklamy, zamiast utworzenia reklamy wybieramy opcję "Użyj istniejącego posta" i wybieramy z listy post, który został opublikowany na fanpage.

Nowa kampania z celem Ruch > 🔡 Nowy z	zestaw reklam z	celem Ruch	> 🔁 2 Reklamy	Mie
	🖉 Edytuj	Spraw	/dź	
Konfiguracja reklamy dla 2 reklam				
Użyj istniejącego posta	•	Podgląd reklamy	Udostępnij 👻	1 z 2 rekla
Utwórz reklamę				
 Użyj istniejącego posta 				
Użyj wizualizacji Centrum reklam				
niejscowienia. Dowiedz się więcej				
 Wybierz post + Utwórz post 				
Post jest wymagany. Dodaj lub utwórz post, aby opublikować.				
/prowadź identyfikator posta				
Co poimpioi iodno wykrano roklamo korzysta z				

Możesz też stworzyć post reklamowy w managerze reklam, a potem dodatkowo umieścić go na swoim fanpage. Jak to zrobić pokazałem w lekcji "Publikowanie" w module "Działania".

Jakie posty warto promować?

Wszystkie które są bezpośrednio związane z usługami, promocjami i wzywają do określonego działania: wejdź na stronę, zadzwoń, zarezerwuj itp.

W bonusie "Bank pomysłów na posty" opisałem kilkadziesiąt tematów na które warto pisać. Najlepsze posty warto regularnie promować właśnie do tych określonych grup odbiorców. Daje to nam gwarancję, że osoby które rzeczywiście interesują się naszymi usługami będą regularnie widzieć nasze komunikaty. jeśli tworzysz każdy post zgodnie z opisanymi wcześniej regułami to szanse na sprzedaż rosną. Jeśli post ma ciekawy nagłówek, interesujący tekst, atrakcyjną grafikę i co najważniejsze - konkretne wezwanie do działania, czyli zachętę do kontaktu czy wejścia na stronę, to w końcu zainteresowane osoby zaczną robić to o co ich prosisz.

Reklama na okolicę

Promowanie postów do grup zagwarantuje stałe przekazywanie informacji potencjalnym klientom, którzy już natrafili na naszą firmę (weszli na stronę internetową, polubili fanpage czy kliknęli w jakiś inny post). Niemniej jednak to zdecydowanie za mało. Potrzebujemy cały czas nowych osób, które są w gronie potencjalnych klientów. W tym celu warto promować wybrane posty do szerszej grupy osób w bezpośredniej okolicy firmy.

- kliknij w managerze reklam zielony przycisk "utwórz"
- wybierz istniejącą kampanię "moje posty"
- ustaw nową grupę o nazwie "okolica"

ä ≡	Kampanie	Michał Kowalski (179449103057083 ie tywnych kontach można tworzyć i ed	3) 👻 Zaktualizowano przed chwilą 🔘 Ocrza rtować reklamy.	ić wersje robocze (Przyrzy i opublikuj (b)) ***
Image: Second system Image: Second system Image: Second	Q Wyszukiw	anie i filtrowanie		Ten miesiąc: 1 sie 2022 – 11 sie 2022 👻
9	Kampar	nie	ki (1794491030570833) • Zaktualizowano przed ohwiji 🔘 Odrzuć wersje roboce: Przeprzy i systekluj (d) *** ch można tworzyći i edytować reklamy. * Edytuj • Utwórz nową kampanię Użyj istniejącej kampanii × migurację • III • • Raporty • * Edytuj • Utwórz nową kampanię Użyj istniejącej kampanii × migurację • III • • Raporty • * Edytuj • * * Edytuj • * * Edytuj • * * Edytuj • * * * * * * * * * *	
	+ Utwórz	(🖺 👻 🖍 Edytuj 👻	Moje posty X	ngurację 🌒 🔢 👻 📲 👻 Raporty 👻
	Wył. / Wł.	Kampania	문 Zestaw reklam tr	istawienie Wyniki - Zasięg
		Moje posty	Utwórz zestaw Okolica	
		Nowa kampania z celem Ruch	Reklama	
		Wyniki z 2 kampanii	Currols row. • reaching to recearing Analuj Kontymuuj	ىنا
ම ² ර ල				

W edycji zestawu reklam zamiast wyboru grup odbiorców ustawiamy lokalizację.



- wybierz opcję "osoby mieszkające w tej lokalizacji"
- wpisz miasto
- określ promień ilości kilometrów działania reklamy

Jeśli chcesz ustalić mały promień wpisz oprócz miasta także ulicę na której znajduje się firma.

Poniżej warto ustalić także wiek grupy docelowej oraz płeć jeśli jest to adekwatne do charakteru twoich usług.

W tym zestawie promujemy najlepsze posty prezentujące usługi i atrakcyjne oferty. Ważne, aby każdy post promowany w tej grupie posiadał link do strony. Najlepiej zrobić go od razu w managerze reklam.

Reklama na formularz - aktywator sprzedaży

Jest to najbardziej efektywna forma reklamy dla lokalnego biznesu. Promowanie postów do grup i na okolicę nie zawsze daje szybkie i widoczne rezultaty w postaci nowych klientów w firmie. Dobra reklama na formularz z aktywatorem sprzedaży w postaci bonu zniżkowego daje widoczne efekty praktycznie od razu.

Zwykłe posty informacyjne nie motywują do działania. Klient przegląda posty, czasami coś kliknie czy polubi, ale nie zrobi nic więcej. Z kolei reklama z bonem na formularz motywuje klienta do przesłania formularza, daje obietnicę atrakcyjnej oferty i co najważniejsza pozwala przejąć inicjatywę. Mając kontakt do klient można do niego od razu zadzwonić i rozpocząć proces sprzedaży. w wielu biznesach usługowych zakup poprzedza zawsze rozmowa. Szybka rozmowa z klientem od razu poprzesłania formularza przyspiesza proces decyzyjny. Klient często ma wątpliwości, pytania czy też potrzebuje dodatkowej zachęty.

Kontakt z klientem w ciągu 5 minut od kliknięcia w reklamę wielokrotnie zwiększa szanse na sprzedaż, a 70% klientów kupuje w firmie, która pierwsza się z nimi skontaktuje. Nawet jeśli klient nie podejmie teraz decyzji to te 30 sekund bezpośredniej rozmowy jest najlepszą formą reklamy, podczas której można zrobić dobre wrażenie i sprawić, że klient długo o nas nie zapomni!

Pomyśl tylko, że podczas gdy konkurencja zostaje na etapie kontaktu internetowego, ty już możesz być po pierwszej rozmowie z klientem, podczas której pewnym i kompetentnym głosem dajesz jasne sygnały, że firma działa profesjonalnie i dba o klientów. To właśnie dzięki takim mechanizmom mało skuteczna do tej pory reklama na Facebooku staje się prawdziwą maszynką do zdobywania klientów.

Dla biznesów, które nie sprzedają przez rozmowę taki kontakt można wykorzystać do automatycznego wysyłania dodatkowych informacji budującymi zaufanie. To mogą być opinie zadowolonych klientów czy dowody skuteczności.

Przygotowanie reklamy na formularz

Ustaw nową kampanie z celem "Pozyskiwanie kontaktów"

70.0	Fizejuz αυ pizegiątu konta						
	Wybierz cel kampanii			amy			
uj 👻	Domedz się mięcej			nfigurację 🌘			
	Świadomość	Działania	Konwersja				
	Rozpoznawalność	Ruch	Konwersje)statnia isto			
		Aktywność	Sprzedaż z katalogu	-			
	- zacięg	Instalacje aplikacji	Ruch w firmie				
		Wyświetlenia filmu	_				
m z celem Ruci		Pozyskiwanie kontaktów					
w reklam 🚯		Wiadomości		-			

Ustaw Zestaw reklam tak samo jak poprzedni na okolicę - edytuj adres, promień oraz wiek i ewentualnie płeć klientów.

Grupy niestandardowych odbiorców Utwórz nową 💌	🔊 Wyniki mogą być zagrożone
Q Szukaj istniejących grup odbiorców	Ciągłe zmiany w ekosystemie reklam mogą
Wyklucz	wpływać na wyniki i raportowanie. Zestawy reklam, które obejmują region europejski 🛛 🗸
Lokalizacje	
Osoby mieszkające w tej lokalizacji lub które niedawno w niej były 👻	Charakterystyka grupy odbiorców
Polska	Grupa docelowa wybrana przez Ciebie jest dość szeroka.
💙 ulica Długa, Gdańsk, Pomeranian Voivodeship, P + 9 km 👻	Zawężony Szeroki
Uwzględnij v Q Szukaj lokalizacji Przeglądaj	Stacowano wielkość grupy 446 000 o
	odbiorców: 524 800
Banino Port istniczy	Szacunki mogą się róźnić znacząco w miarę upływu czasu w zależności od wyborów targetowania i dostępnych danych.
Zukowo Lecha Waley GCOINSK	Szacowane wyniki dzienne
	Zasięg 🚯
Pruszcz Upuść pinezkę	2,9К – 8,3К
Dodaj lokalizacje zbiorcze	Kilimiania linku A
Wiek	

Przygotuj reklamę która promuje popularną usługę, jednocześnie oferując zniżkę na pierwszy zakup, bezpłatną konsultację, lub inna atrakcyjną dla klienta zachętę.

ZyskownaFirma.pl

Przykładowa reklama na bon zniżkowy:

Atrakcyjna grafika prezentująca usługę lub efekt działania, hasła opisujące usługę i oferta promocyjna. Dla za bieganych kobiet z Gdańska: zniżka
 100 zł na zabiegi modelowania sylwetki!
 ... Zobacz więcej



Pierwsze zdanie tekstu: kierujemy się bezpośrednio do grupy docelowej dając obietnicę oferty.

Nagłówek z wezwaniem do działania.

Opis problemu klienta.

Prezentacja oferty.

Korzyści i dodatkowe argumenty.

Wezwanie do działania: napisz co konkretnie klient ma zarobić.

Na końcu dane adresowe - klient musi wiedzieć, że oferta dotyczy firmy w jego okolicy.

🌽 Dla za bieganych kobiet z Gdańska: zniżka 100 zł na zabiegi modelowania sylwetki! 🌽

 Jesteś zainteresowana redukcją tkanki tłuszczowej, ale nie masz czasu na siłownię?
 Chcesz zminimalizować widoczność cellulitu i poprawić wygląd ciała?
 Potrzebujesz ujędrnić skórę jeszcze przed urlopem?

Skorzystaj z okazji i pobierz bon zniżkowy o wartości 100 zł na skuteczne zabiegi modelowania sylwetki w studio urody Finesse w Gdańsku!

✓ Innowacyjne technologie i nowoczesne urządzenia: Icoone Laser, Karboksyterapia, lifting skóry Elissys Duo, fale akustyczne i wiele innych.

Wykwalifikowany zespół ekspertów i ponad 8000 zadowolonych klientów.

Bezpłatna konsultacja przed zabiegiem, kosmetolog dobierze dla Ciebie najlepsze zabiegi.

Skorzystaj z okazji, kliknij poniżej w zdjęcie lub przycisk "Pobierz" i odbierz bon zniżkowy 100 zł na pierwszą wizytę!

Studio Urody Finesse Gdańsk, ul. Długa 1 🖀 645-998-223 Na stronie edycji reklamy zjeżdżając niżej przechodzimy do tworzenia formularza kontaktowego.



Klikając "Utwórz formularz" otwiera się okno edycji.

â	×	D Newsky	Nowa kampania z celem Poz > 🗄 Nowy zestaw rek	klam z celem 🗧 📔 Nowa reklama z celem Pozy: 🛛 🗰	rsja robocza 🛛 💿 \cdots
=			Utwórz formularz	×	
		EE Nowy	Zawartość Ustawienia	Podgląd formularza typu "Więcej kontaktów"	a second second
~	0	No No	Nazwa formularza	Wprowadzenie 1 z 4 4 🕨	i rolki
9			Formularz na bon zniżkowy	8	A
					0
			RODZAJI IOITILIIIIZZA III. Orazili IOITILIIIZZA III. III. III. III. III. III. III	Tutaj będzie widoczny materiał reklamowy z obrozem u preklawie.	
			Większy walumen Użyj formularza, który szyóko się wypełnia i przesyła na urządzeniach mobilnych.	Studio Urody Finesse, Z na	
			Mocniejszy zamlar Dodaj etap sprawdzenia, eby użytkownicy mogli potwierdzić swoje dane.	Tekst nagłówka	
			Wprowadzenie ~		od urządzenia, formatu i innych
			Pytania ~		zamlar"
			Prywatność ~		
			Ukończenie ~		
() 				Next →	
a					
?				🕒 Zapisz wersję roboczą 🛛 🏹 Opublikuj	
en l			Zemknii . / Wezustkie zmienu zanisene		Watanz Onublikul

- wpisujemy swoją nazwę formularza
- w zakładce "Ustawienia" zmieniamy język na polski
- w zakładce "Zawartość" przechodzimy do pola "Wprowadzenie"
- zaznaczamy "Użyj obrazu z reklamy"

 w sekcji "Pozdrowienie" wpisujemy nagłówek opisując czego dotyczy oferta, np. "Bon zniżkowy 100 zł na pierwszy zabieg w salonie urody Finesse w Gdańsku" - w polu "Opis" dodajemy wyjaśnienie. np. "Zapisujesz się na nasz newsletter i odbierasz bon zniżkowy o wartości 100 zł na pierwszy zabieg. Zadzwonimy do Ciebie raz, aby zaproponować termin bezpłatnej konsultacji."

-w sekcji "Pytania" wybieramy "Pytania z propozycjami odpowiedzi"

- wpisujemy opis: "Podaj dane kontaktowe na które wyślemy bon zniżkowy"

- dodajemy kolejne pole formularza "Numer telefonu"

] Nowa kr	Utwórz formularz				×			
88 Nowy	Zawartość Ustawienia		Podgląd formularza typu "Więcej kontaktów"					
🔚 No	+ Dodaj pytanie 👻			Wypełniane wstępnie informacje 2 z 4 4 🕨	i rolki			
				0 0				
	Pytania z propozycjami odpowiedzi Poproś o informacje o użytkowniku. Zostaną one	e wstępnie wypełnione z jego konta na Faceb	ooku.	ooku.				
	Opis Poinformuj użytkowników, w jaki sposób informacje, l Zobacz przykłady	ttóre Ci podają, będą wykorzystywane lub udostępni	ane.	Tutaj będzie widoczny materiał reklamowy z obrazem używany w reklamie. Informacje kontaktowe ①				
	Wprowadź wiadomość			Adres e-mail				
	Wybierz rodzaj potrzebnych informacji			Wprowadź odpowiedź.				
	Adres e-mail	Contact Fields	ŵ	lmię i nazwisko Wprowadź odpowiedź.	od urzą:			
	🗄 Imię i nazwisko	User Information	Ċ		zamia			
	+ Dodaj kategorię 💌							
	Pola danych kontaktowych	Adres e-mail						
	Informacje o użytkowniku	Adres pocztowy		Dalej				
	Pytania demograficzne >	Miasto						
	Kraiowy numer identyfikacyjny	Region		🗋 Zapisz wersję roboczą 🛛 🛪 Opubliku				
	Zamkr	Województwo zapisane			Wste			

- w sekcji "Prywatność" wklejamy link do polityki prywatności

- w sekcji "Ukończenie" możemy wkleić link do strony internetowe

Obsługa kontaktów

Zebrane kontakty znajdziesz w Meta Business Suite <u>https://business.facebook.com/</u> w zakładce **Wszystkie Narzędzia > Centrum kontaktów**

∞	Wszystkie narzędzia						
	Zwiększ aktywność odbiorców		Utw	órz			
		Skrzynka odbiorcza	•	Ø	Post		
•		Terminarz		Ð	Relacja		
<u>ب</u>		Zawartość			Reklama		
.	Zarz	ądzaj				*	
	Û	Aplikacje biznesowe				toruj postępy i ucz się na mocnych wskazówek,	
₽	Ū	Jakość konta	ø			m osiągniesz sukces awodowy.	
	Ē9	Rozliczenia	C			lozpocznij	
al	٥	Ustawienia strony	C				
≡	۳	Zobacz stronę	ß				
	Rek	ama				15 lipca-11 sierpnia	
	8	Centrum kontaktów				icebooku 0 561 ↑ <u>34%</u>	
	R	Formularze błyskawiczne					
	0	Menedžer reklam	ø			estronę na 1,3 tys.	

Znajdziesz tam wszystkie zebrane formularze i wszystkie dane klientów niezbędne do dalszej obsługi.

Co należy zrobić?

- W pierwszej kolejności trzeba wysłać na maila potwierdzenie i obiecaną zachętę (bon zniżkowy, zaproszenie na konsultację itp). Podziękuj za wypełnienie formularza, dołącz bon i zaproś do kontaktu.
- 2. Jeśli sprzedajesz usługi, których zakup poprzedza rozmowa zadzwoń jak najszybciej do klienta. Często klienci mają watpliwości, pytania czy też potrzebują dodatkowej zachęty. Szybki kontakt przyspieszy decyzję.
- W każdym przypadku dodaj adres mailowy klienta do newslettera z opracowaną strategia komunikacji. Stały kontakt z klientami gwarantuje że wielu z nich, którzy do razu nie skorzystali z oferty zakupi usługę w późniejszym czasie.

Sposób na automatyzację

Ręczne kopiowanie danych z Facebooka i wysyłanie pojedynczych wiadomości może być uciążliwe przy dużej liczbie kontaktów. Ja w codziennej pracy stosuję automatyzację łącząc Facebooka z systemem Boneter.

System Boneter automatycznie pobiera dane klienta z Facebooka i od razu wysyła przygotowane wiadomości. Automatycznie generuje unikalny bon zniżkowy dla każdego klienta.

Bon ma określona datę ważności, a tykający zegar uruchamia potrzebę pilności. Wysłany sms jest też dodatkowym bodźcem, który utrwala ofertę w pamięci klienta. Nie każdy odczyta maila, ale każdy odczyta wiadomość sms.

Klient na bonie znajdzie wszystkie informacje - opis oferty, szybki kontakt telefoniczny, interaktywna trasa dojazdu, a także opinie zadowolonych klientów podnoszą wartość oferty w oczach potencjalnych klientów.



W tym samym czasie system wysyła powiadomienie do firmy. Tak więc można od razu dzwonić do klienta, wtedy kiedy jeszcze myśli o naszej ofercie. To najlepszy czas na kontakt.

Kontakt z klientem w ciągu 5 minut od kliknięcia w reklamę kilkukrotnie zwiększa szanse na sprzedaż, a 70% klientów kupuje w firmie, która pierwsza się z nimi skontaktuje.

W systemie zarządzasz bazą klientów potencjalnych w wygodnej tabeli z funkcjami oznaczania i przypisywania zadań i notatek.

•									
=	Konto:	gla							
٥	P	10:44	.ıl ≑ 🗈						
쓭									> Wyszu
¥		Glamour >							
=	F	Wiadomość			Polecenie	Kampania	Status		Wyszukaj k
•	C	Dzisiaj, 10:42		٤		Fb 100	Kompletny	1	
Ŧ	C	Boneter: Strona www, Karolina <u>669922677</u>				Strona www	Kompletny	A 11	
F 3	С	Boneter: Strona www, Monik	a	\$		Fb 100	Oczekujący	e 🗇	
ŵj	C	507887349		5		Fb 100	Kompletny	ø	
Ü	C	Boneter: Facebook, Julia 508997414		2		Fb 100	Odrzucony	e 1	
4	З	Boneter: Facebook, Marta				Strona www	Kompletny	e 🗇	
¢\$	2	0/004000		3		Fb 100	Kompletny	ø û	
	2			5		Fb 100	Kompletny	e 1	
	2					Strona www	Kompletny	e 🗉	

Możesz zwiększyć skuteczność ustawiając automatyczne wiadomości przypominające o ofercie i zachęcające do zakupu.

Jeśli chcesz wdrożyć system w swojej firmie skorzystaj z tego kodu zniżkowego, aby uzyskać zniżkę 200 zł przy zakupie abonamentu rocznego.

Kod zniżkowy 200 zł: **ZYSKOWNYFANPAGE200**

Wpisz kod w formularzu zamówienia zamawiając system na stronie:

https://boneter.pl/info/