

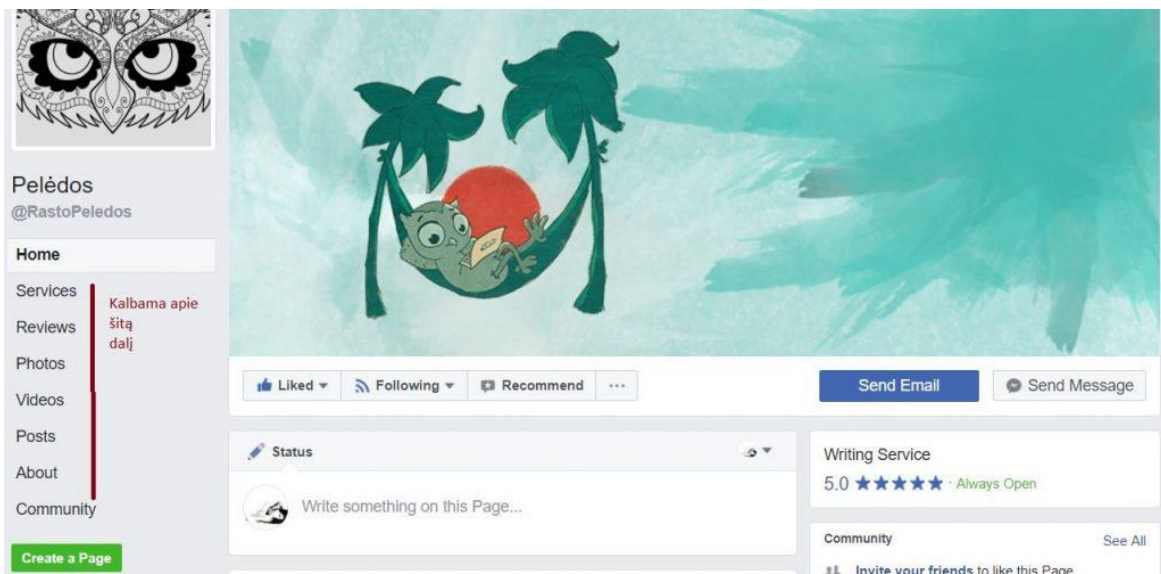
Verslui skirta Facebook paskyra pilna sudėtingų terminų bei funkcijų – Facebook Pixel, conversion rate ir taip toliau.

Tačiau darbas su klientais socialiniuose tinkluose prasideda nuo keleto gerokai mažesnių ir paprastesnių žingsnių – profilio susikūrimo, turinio kėlimo, auditorijos surinkimo... Šį kartą būtent apie tai ir pakalbėkime – su iliustracijomis ir paaiškinimais.

Puslapio susikūrimas

Tavo verslo paskyra socialiniame tinkle – tai vizitinė kortelė, veidas ir viskas, ką apie tave matys klientas. Taigi, prieš pradėdant planuoti biudžetus reklamos kampanijoms ir planuojant pardavimus, reikia pasirinkti prekinę išvaizdą – viršelio nuotrauka arba video, profilio paveiksluko

Kitas žingsnis – puslapio struktūra. Kiekvieno FB puslapio kairėje pusėje yra meniu, kuriame pateikiami veiksmai, kuriuos tavo puslapyje gali atlikti klientas. Galbūt benaršydamas po skirtingas verslo paskyras jau pastebėjai, kad kiekvienu atveju ten pateikiama informacija – šiek tiek kitokia.



Iliustracija Nr. 1

Norėdamas pakeisti šią informaciją ir jos išdėstymą puslapyje, eik į dešinėje viršuje esančius *nustatymus (settings)*, tada – kairėje pasirinkite *redaguoti puslapį (edit page)* ir pasirink tau labiausiai tinkantį **šabloną (template)**, kortelių išdėstymą bei kokių kortelių nori.

Nuo pasirinkto šablono priklauso, kokius meniu pasirinkimus turėsite kairėje pusėje bei kokias puslapio funkcijas galėsite išryškinti.

Kai jau turi puslapį, gali pradėti rinktis ir pirmus puslapio sekėjus – nuomonė, kad pirma reikia daug turinio, o tada bus galima rinkti žmones, klaidinga. Žmonės smalsūs, ir pamatę kažką naujo dažnai nori pasižiūrėti, kas iš to bus. Tiesa, be turinio daug sekėjų nesulauksi, kita vertus, be sekėjų nebus ir kam tavo turinį pamatyti bei įvertinti. Turinio kėlimas ir sekėjų skaičiaus augimas turi eiti koja kojon draugiškai susikibus rankomis.

Beje, čia verta paminėti ir dvi sąvokas – **sekti (*follow*)** bei **patinka (*like*)**.

Žmonės, kurie seka tavo puslapį, organiškai mato tavo keliamas naujienas, tuo tarpu tie, kurie tik paspaudė, kad puslapis jiems patinka, savo sraute nemato visiškai nieko, ką tu keli – jie naudingi tik tuo, kad išsipirkęs mokamą reklamą gali pasirinkti pranešimą rodyti tiems, kuriems puslapis patiko bei jų draugams (*plačiau – ties iliustracija Nr. 3 ir ateities pranešimuose*).

Tau sekėjų skaičius svarbesnis ir naudingesnis negu žmonių, kurie tiesiog paspaudė, kad patinka ir pamiršo apie tavo verslo egzistavimą.

Produktai ir paslaugos

Norėdamas sėkmingai pardavinėti savo produktus ir / ar paslaugas FB, turėtum pasidaryti jų aprašymus. Kad tai padarytum, visų pirma turi parinkti Facebook šabloną, skirtą prekėms arba paslaugoms pristatyti.

Kai tai padarai – meniu kairėje pusėje renkiesi **paslaugas (*services*)** arba **parduotuvė (*shop*)**, susikuri savo teikiamų paslaugų aprašymą, pridedi paveiksluką, jeigu nori – įrašai kainą ir kitas detales.

Tavo įkeltas paslaugas ar produktus vartotojas matys pačiame puslapio viršuje.

Showcase Your Services
Let people know what Pelėdos offers.

[Add a Service](#)

Show services ⓘ

Drag to Reorder

Grupinė konsultacija ▾
Duration varies • 20 Eur. žmogui

Konsultacija skirta grupelėms nuo 3 iki 5 asmenų. Susitikę aiškinamės, kaip pradėti savarankišką veiklą, kaip geriausia pristatyti save ir savo produktą bei kalbėsime apie bendravimą su klientais.

Asmeninės konsultacijos ▾
2 hours • 25 Eur.

Pradėti dirbti sau - rimtas, atsakingas ir daug pasiryžimo reikalaujantis žingsnis. Ir kaskart pradėjus naują veiklą kylą begalė kalusimų! Susitikime, ir padėsiu rasti atsakymus į juos visus!

Iliustracija Nr. 2

Noriu pabrėžti, kad nepasirinkęs reikiamos temos neturėsi galimybės nei kurti, nei rodyti aprašymų savo klientams.

Turinio kėlimas

Turinys valdo socialinius tinklus – manau, visi su tuo sutinka. Bet norint perprasti, kaip, kada ir kokį turinį kelti reikia įdėti laiko bei pastangų.

Tai pasiekti padės apgalvota turinio strategija – ką, kodėl ir kaip dažnai keliate. Taigi, trumpai aptarkime šiuos 3K.

Ką kelti?

Dažnas įsivaizduoja, kad FB puslapis skirtas tik įmonės prekių ir paslaugų pristatymui. Ir jie dalinai teisūs – ši erdvė išties skirta pritraukti naujų klientų, didinti pardavimus. Tačiau užsiimant tik reklama ir savęs pristatymu to nepasieksi. Žmonių atsparumas standartinėms reklamos žinutėms vis auga – kaip ir reiklumas turiniui.

Rengiant savo turinio strategiją jums prioritetas turėtų būti ne įkyrus savo produktų kišimas klientui, bet subtilesnis savo įgūdžių bei kompetencijų pristatymas, vertės sukūrimas vartotojui.

Kodėl?

Kodėl manai, kad turinys, kuriuo daliniesi su klientais, yra jiems aktualus? Ar tau pačiam jis būtų įdomus, jeigu tiesiog užmatytum savo FB naujienų sraute? Ir svarbiausia – ką nori ta žinute pasiekti?

Kiekvieną kartą prieš paleisdamas naują žinutę vartotojams, tiksliai žinok, KODĖL ją parašei ir koks jos tikslas.

Kaip dažnai kelti?

Dažnai naujai paskyras savo verslui susikūrę vartotojai nori su pasauliu pasidalinti viskuo, ką turi – visomis žiniomis, visa patirtimi, visais tekstais, faktais ir papildoma informacija. Vienu ypu, iškart.

Ir jaučiasi laimingas bei patenkintas savo dienos darbu. O štai vartotojas jaučiasi apmėtytas informacijos šiukšlėmis ir neapsikentęs puola slėpti įkyrų turinį, atmėgsta puslapį ir toliau naršo naujienas visiškai pamiršęs apie tavo puslapio egzistavimą.

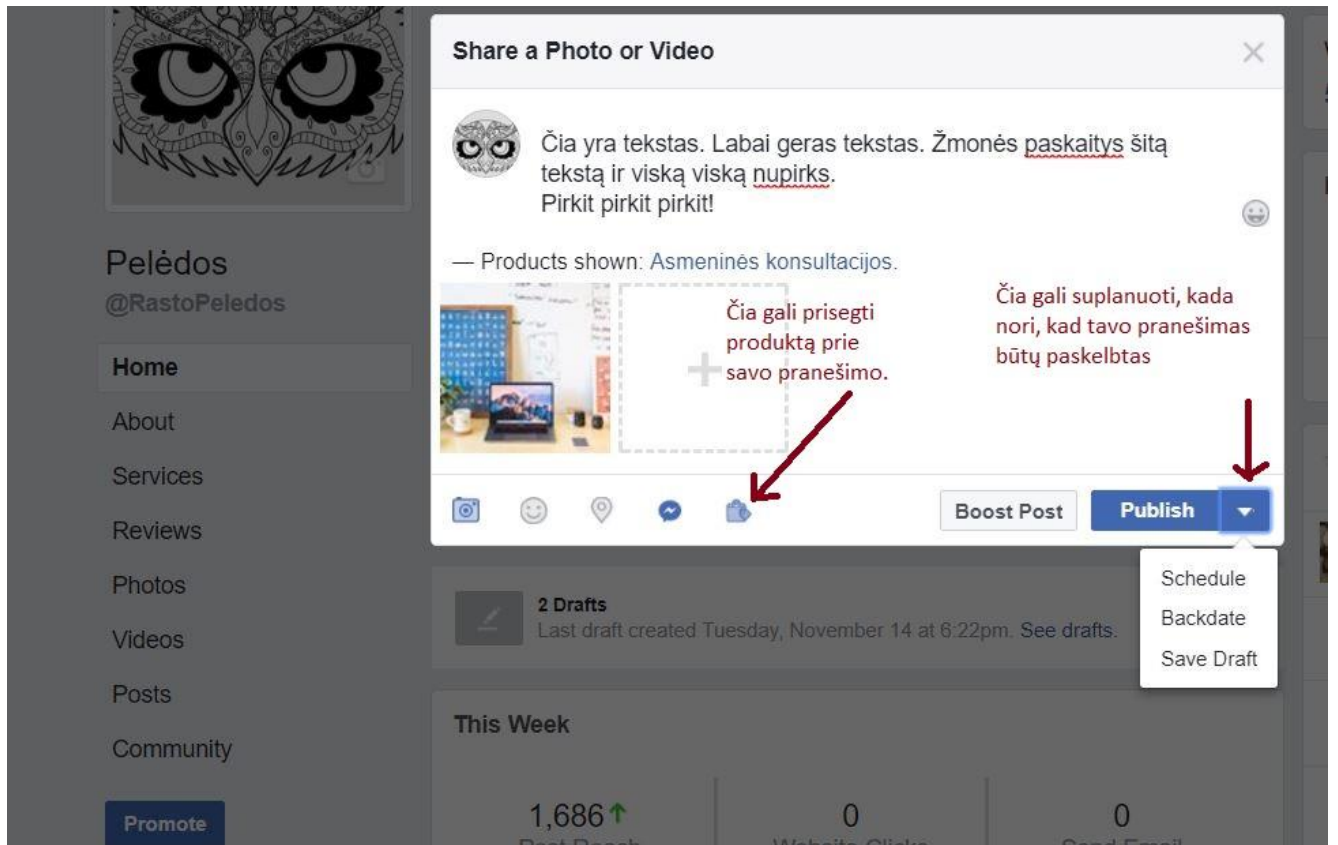
Veiklos pradžioje patariama turinį kelti ne dažniau nei du – tris kartus per savaitę ir kelti kelių žinučių per dieną. Taip turėsi pakankamai laiko paruošti įdomias ir vertingas žinutes savo klientams. Išaugus sekėjų skaičiui bei pamačius, koks turinys veikia, gali pradėti kelti ir dažniau – yra *blogeriu*, kurie sau leidžia ir po tris pranešimus per dieną pateikti sekėjams, tačiau iki to jie užaugo, užsiaugino auditoriją ir paskyrė daug laiko, kad išmoktų atrinkti tikrai įdomų turinį.

Beje, ar žinotai, kad keldamas turinį į FB puslapį gali **koreguoti žinutės kėlimo datą** ir taip **susiplanuoti pranešimus ateičiai**?

Tau tereikia kaip įprasta sukurti pranešimą – pridėti paveiksliukus, nuorodas, video, tekstinę žinutę, jeigu reikia – prisegti paslaugas ar žinutes, kurias rodytų klientui kartu su žinute, ir tad, vietoje to, kad iškart paskelbtum, spaudi dešinėje esančią rodyklytę žemyn ir pasirenki tau reikiamą datą.

Taip prie kiekvieno pranešimo gali prisegti susijusias prekes ar paslaugas bei pridėti raginimą susisiekti žinute.

Kurdami turinį nepamiršk, kad nori savo sekėjams būti įdomus, aktualus ir naudingas – o ne tiesiog naujienų srauto šiukšlė.



Iliustracija Nr. 3

Dalinimasis turiniu

Pranešimu, kurį įkėlei į savo FB puslapį, gali laisvai dalintis grupėse, įvykiuose (*events*), kituose puslapiuose. Norėdamas tai padaryti, spausk **dalintis (share)**. Tau leis pasirinkti – ar tiesiog dalintis, ar dalintis puslapyje (*liustracija Nr. 4*).

write a comment...

Pelėdos
@RastoPeledos

Home
About
Services
Reviews
Photos
Videos
Posts
Community

Promote
Manage Promotions

October 22 -

Sekmadienio vakarui - naujas ir itin naudingas tekstas.
Dalinuosiu interviu su teisine konsultante Kristina Šimkuvienė. Jeigu perskaičius tekstą kils papildomų klausimų - juos Kristinai galėsite užduoti mokymų programos "Įdarink savo hobį!" metu arba susiekę su ja asmeniškai!
Gero skaitymo ir jaukaus sekmadienio vakaro 😊 ... See More

Teisinė konsultantė Kristina Šimkuvienė: "Kreipiasi tik tada, kai šaukštai jau po pietų" | Rašto pelėdos
Vieni nuostabiausių, įdomiausių ir labai įtraukiančių skaitinių – interviu. Vieni duodami interviu dalinasi savo išgyvenimais ir pasiekimais, kiti – atradimais ir netikėtomis...

RASTOPELEDOS.LT [Learn More](#)

2494 people reached

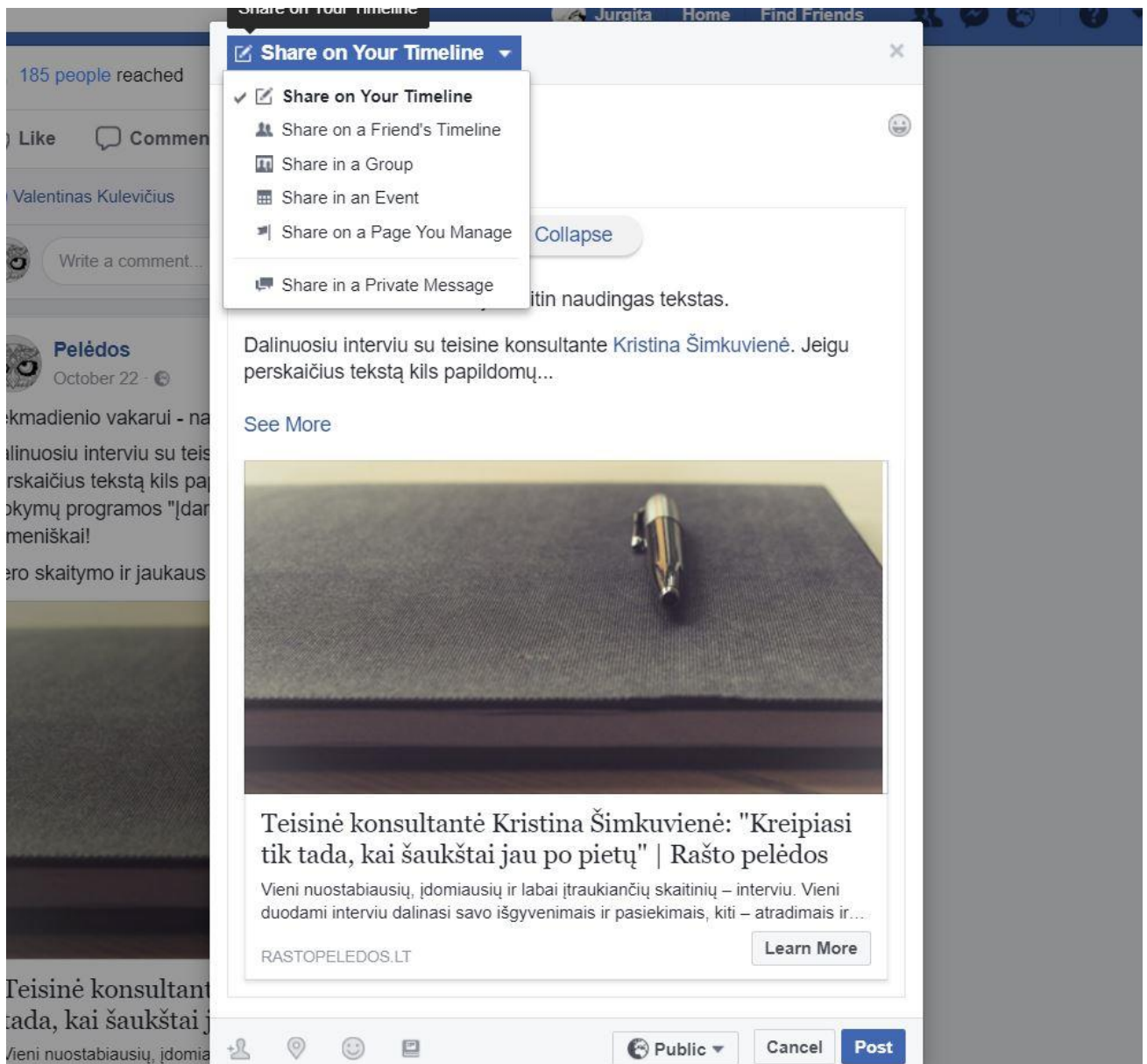
Share...
Share to a Page [View Promotion](#)

Like Comment Share

Kasparas Budrys, Valentinas Kulevičius and 2 others

Iliustracija Nr. 4

Kai paspaudžiate, kad norite dalintis puslapyje, jums išmeta naują formą, kurioje galite pasirinkti tarp visų administruojamų puslapių, grupių, kuriose esate ir panašiai. Taip pat galite parašyti paaiškinimą, kodėl šiuo pranešimu dalinatės ir kuo jis naudingas konkrečiai auditorijai.



Iliustracija Nr. 5

Pranešimu dalinsiesi tu, kaip eilinis žmogus, savo vardu ir per savo asmeninį profilį (*kai aš kur nors dalinuosi Pelėdų įrašais – visi mato, kad Jurgita pasidalino Pelėdų įrašu, anonimiškai čia išlikti nepavyks*), tačiau būna pažymėta, kad pasidalinai konkretaus puslapio įrašu, taigi, kam įdomu ir aktualu daugiau sužinoti – gali eiti tiesiai į puslapį ir matyti visą tavo turinį negaištant laiko papildomoms puslapio paieškoms (*Iliustracija Nr. 6*).



Jurgita Raudonytė shared Pelėdos's post.

1 hr · Kaunas

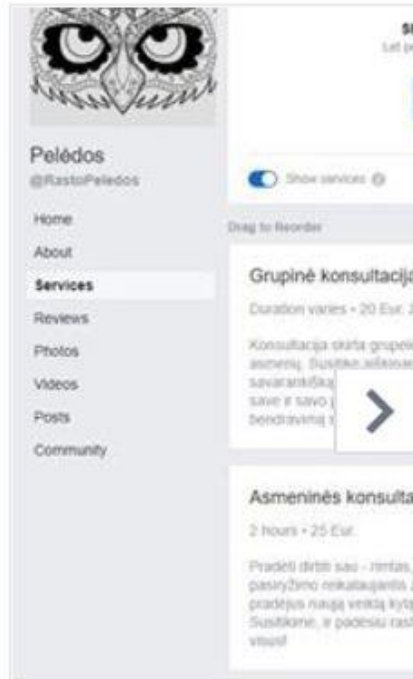
#Facebook #FBpage

Dažnai ir šioje grupėje pamatau diskucijų apie tai, kaip veikia pačios pagrindinės FB puslapio funkcijos.

Reaguodama į poreikį suprasti, kaip veikia FB puslapis, skirtas produktui ar paslaugai pristatyti, parašiau šį pradžiamokslį, kuriame papasakojau apie skirtingas FB funkcijas žengiantiems pačius pirmus žingsnius. ... See More



Facebook pražiamokslis žalesniems už žalius
– Rašto pelėdos



Facebook pražiamokslis žale:
– Rašto pelėdos

Like Comment

7

Iliustracija Nr. 6

Kas yra *paid reach* ir *organic reach*?

Reach, kitaip **pasiekiamumas**, parodo, kiek žmonių pasiekė tavo pranešimas. Čia skaičiuojami visi žmonės, kurie pamato tavo pranešimą savo naujienų sraute, atėję į tavo puslapį ir panašiai.

Pasiekiamumas skirstomas į paid (apmokėtą) ir organinį (organic).

Organiškas pasiekiamumas – tai kiek žmonių tavo žinutė pasiekė vien tik iš paleidimo inercijos. Kitaip tariant – parašėte tekstą, prisegėte nuotrauką, pridėjote paslaugą ir pasidalinote su savo auditorija. Ir visi veiksmai – kiekviena šypsenėlė ar nykštys į viršų, kiekvienas komentaras ir pasidalinimas – prisideda prie žinutės kėlimo aukštyn organiniu būdu – vien todėl, kad žmonės į žinutę reaguoja.

Kuo daugiau teigiamų reakcijų – tuo daugiau žmonių pastebės žinutę. Tuo tarpu atsiradus neigiamoms reakcijom – kažkam pažymėjus, kad nenori matyti tavo turinio, raportavus turinį FB administracijai ir panašiai – organinis pasiekiamumas mažės. *(Plačiau apie neigiamas reakcijas – Ilustracija nr. 8 ir tekstas po ja)*

Apmokėtas pasiekiamumas veikia labai panašiai kaip organinis – parašai pranešimą, žmonės į jį reaguoja, kuo daugiau reakcijų, tuo daugiau žmonių pamato... Tačiau sumokėjęs kelis eurus FB tu išsiperki pranešimą reklamą ir jis būna iškeltas bei parodytas auditorijai, kurią pasirinkai nustatymuose prieš paleidžiant reklamą

Norintiems sužinoti plačiau apie reklamą arba pabandyti surasti jau parašytą tekstą, arba, jeigu tokio straipsnio lietuvių kalba rasti nepavyktų, pati greitai laiku parengsiu pamoką – vėl su vaizdais, kad būtų aišku kas ir kaip.

Informaciją, kiek sekėjų pasiekei, gali matyti po kiekvienu pranešimu. Jeigu pranešimui nebuvo užsakyta reklama, matysi tik organiškai pasiektų žmonių skaičių, jeigu buvo – bus išskirta, kiek žmonių organiškai, kiek apmokėjus *(Ilustracija nr. 7)*. Taip pat gali spausti ant bendro tavo pranešimą pamačiusių žmonių skaičiaus norėdamas gauti daugiau įžvalgų apie savo pranešimo efektyvumą.

Pelėdos
@RastoPelėdos

- Home
- About
- Services
- Reviews
- Photos
- Videos
- Posts
- Community
- Promote
- Manage Promotions

Pelėdos
December 1 at 3:29pm · 🌐

Sveikii!

Šiuo metu renkama nedidelė grupė Vilniuje konsultacijai apie darbą su individualios veiklos pažyma.

Susitikime dalyvautų nuo 3 iki 5 asmenų ir visi prie puoduko garuojančios arbatos susėstume Kaledinei norų įgyvendinimo diskusijai - apie tai, kaip savo idėjas ir talentus paversti realiu verslu, kokie turėtų pirmieji žingsniai tik išsiėmus individualios veiklos pažymą bei kaip efektyviausiai reklamuotis ir pristatyti save.

Susidomėję rašykite žinute. Visiems patogus laikas ir data bus derinama surinkus grupę.

Pelėdos
Writing Service

	Organic	Paid
1023 people	700	323

View Promotion

Like Comment Share

12 Chronological

Pelėdos 3 žmonių grupė susirinko, susitikime kitą antradienį, gruodžio 12 d., 15 valandą Vilniaus centre (vietą patikslinsiu prieš susitikimą). Jei jau norinčių prisijunoti - vra vietos dar orai smalsiu ir versliu


Iliustracija Nr. 7

Šiose išvalgose matyti, kiek žmonių reagavo į tavo pranešimą. Tai ypač naudinga, jeigu daliniesi nuoroda į šaltinį ir nori sužinoti, kiek žmonių paspaudė ant nuorodos, arba pasižiūrėjo paveiksluką ir panašiai. Taip pat čia surašyta informacija ne tik apie pranešimą tavo puslapyje, bet surinkta statistika iš visų pasialinimų – visi šie skaičiai padės tau įvertinti, ar turinys, kuriuo daliniesi, naudingas bei ar ir toliau dirbti nieko nekeičiant, ar jau laikas apgalvoti naujas turinio strategijas.

Pelėdos
November 8 · 🌐

Aš neseniai atradau gana įdomią kūrybiškumo ugdymo techniką, kurios pagrindas – galvoti tarpusavyje nesusijusių žodžių sekas. Išties smegenys yra linkusios visur ir visada ieškoti ryšių, logikos bei sąsajų, tad sugalvoti tokią seką – gana sudėtinga. Pradėjusi šį pratimą pastebėjau, kad dažniausiai į galvą ateina žodžiai, kurie yra aplinka – daiktų ir garsai tuometu supantys mane. Arba dalykai, su kuriais susidūriau dienos eigoje – taigi, ne atsitiktiniai žodžiai, o turintys tam tikras jungtis ir priešastis, kodėl jie yra toje sekoje.

O jūs ar ieškote naujų būdų ugdyti kūrybiškumui? Kokie jūsų mėgstamiausi? Debesyła, gal pasidalinsi ką pats praktikuojai?



Pelėdos
Writing Service

789 people reached

16 Reactions, 1 Comment, 1 Share

789 People Reached

24 Reactions, Comments & Shares

15 Like	15 On Post	0 On Shares
1 Wow	1 On Post	0 On Shares
7 Comments	6 On Post	1 On Shares
1 Shares	1 On Post	0 On Shares

88 Post Clicks

14 Photo Views	1 Link Clicks	73 Other Clicks
-------------------	------------------	--------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post	0 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page

Insights activity is reported in the Pacific time zone. Ads activity is reported in the time zone of your ad account.

Iliustracija Nr. 8

Dar svarbu atkreipti dėmesį ir į **neigiamus atsiliepimus (*negative feed*)**. Mano įkelto pavyzdžio atveju pranešimas sulaukė tik teigiamų reakcijų ir jokių neigiamų, tačiau pasitaiko, kad žmogui turinys nepatinka ir tai paskatina jį nebemėgti puslapio, jį raportuoti ir panašiai. Dėl vieno ar poros neigiamų atsiliepimų neverta pergyventi – niekada visiems neįtiksi. Didelis kiekis žmonių, kurie nenori matyti tavo turinio arba apskritai „atmėgsta“ tavo puslapį – rimtas signalas, kad kažką darai blogai ir reiktų susimąstyti.

Tikiuosi, kad šis tekstas nors daliai jūsų buvo naudingas. Jeigu yra papildomų klausimų – drąsiai komentuok bei rašyk temas, kuriomis norėtum gauti daugiau informacijos!