

Чек-лист по оформлению личной страницы в Фэйсбук

Как превратить
личную страницу в
генератор продаж.



Настраиваем личную страницу.

Зачем «прокачивать» личную страницу в Фэйсбук?

Все просто. Год за годом соцсеть снижает охваты бизнес-страниц. Поэтому размещая нужные материалы на личной странице, вы сможете охватывать значительно больше представителей вашей целевой аудитории (ЦА).

Настраиваем личную страницу.

1. Аватар.

Вас должны узнавать. Сделайте фото, где вас хорошо видно. Никаких непонятных героев фильмов, абстракционизма и котиков.

Хотите привлекать клиентов через личный профиль? Тогда ведите себя в Фэйсбук профессионально. И начните с аватарки.

Настраиваем личную страницу.

2. Баннер личной страницы. Должен быть «говорящим».

Часто на баннере размещают прост красивые фото. А ведь «здесь могла быть ваша реклама»(с).

Зачем пустовать отличному рекламному месту? Тем более, что баннер видно при предпросмотре. Когда люди где-то видят ваш профиль и просто наводят на него курсор.

Если вы разместите на баннере информацию о себе или своей компании – люди будут это видеть, даже не заходя на вашу страницу.

Настраиваем личную страницу.

3. Обязательно укажите должность!

Как и в предыдущем пункте- она будет видна, если люди наведут курсор на ваше имя. Например вы оставите где-то свой комментарий и люди, наводя на ваше имя курсор, сразу будут знать вашу должность и знать чем вы занимаетесь (см п. 2)

Настраиваем личную страницу.

4. О себе. Какую пользу вы несете вашей ЦА?

Часто люди просто пишут должность и на этом успокаиваются. Но этого не достаточно, чтобы заинтересовать потенциальных клиентов. У них есть свои проблемы.

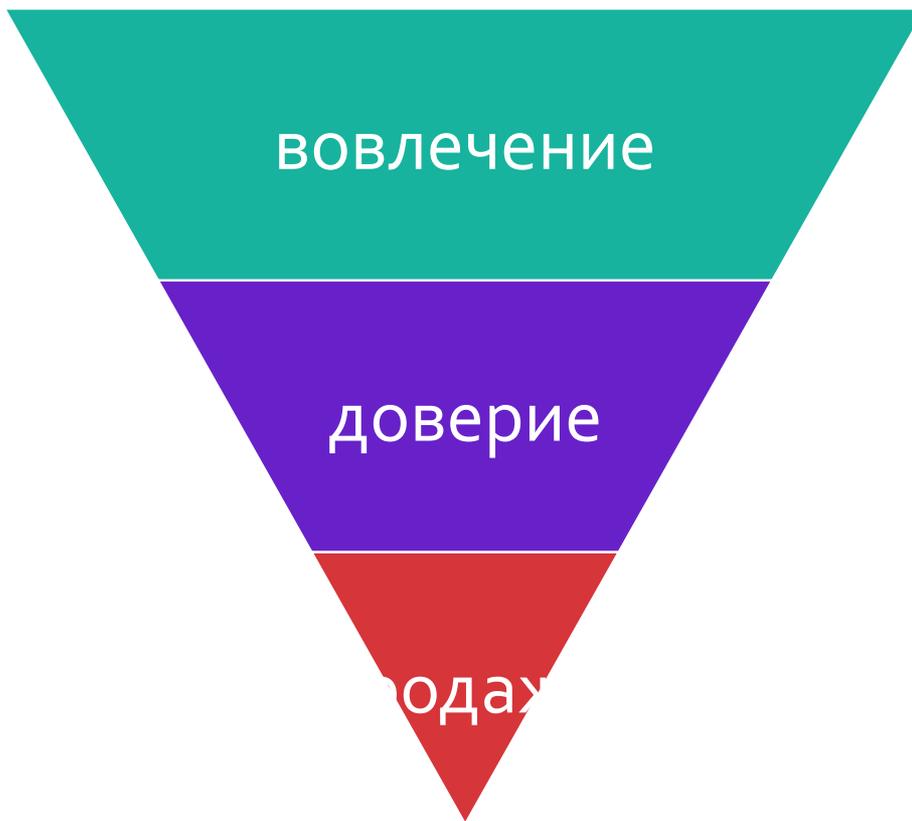
Напишите в разделе «О себе», какие проблемы вашей ЦА вы можете решить. Тогда люди к вам потянутся)

Настраиваем личную страницу.

5. Посты на стене.

Не только развлекательный, но и полезный контент. Ниже рассмотрим вооронку продаж через контент. Она подойдет как для личной, так и для бизнес страницы.

Воронка
продаж через
контент



Темы постов на разных этапах воронки

Вовлечение: полезные инструменты; руководство по использованию вашего продукта; ответы на частые вопросы и т.д.

Доверие: кейсы; отзывы; интервью; воодушевляющие истории; исследования и результаты опросов.

Продажи: 80% времени – на вовлечение и выстраивание отношений с аудиторией, 20% времени – продажи.

Примеры хорошо оформленных страниц:

<https://www.facebook.com/bechitrov>

<https://www.facebook.com/olga.kireenko>