

Xây dựng nội dung
Fanpage hiệu quả
và khác biệt

MIX DIGITAL

facebook

Author : Ms Nguyen Hai – Content Strategist
From Mix Digital Agency

Facebook

Overview Details Reviews

f

Những yếu tố quyết định hiệu quả của Fan page

Sáng tạo nội dung Fan page hiệu quả

Sự khác biệt trong xây dựng nội dung Fan page

Những thống kê thú vị cho người quản trị Fan page

Facebook

Overview Details Reviews



f

Những yếu tố quan trọng

220

f Share

f Share 377

f Share



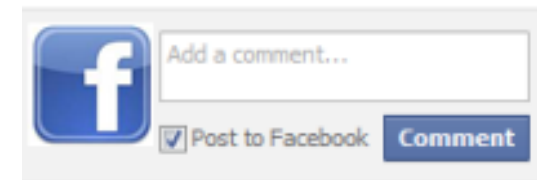
Like my page

2000 like

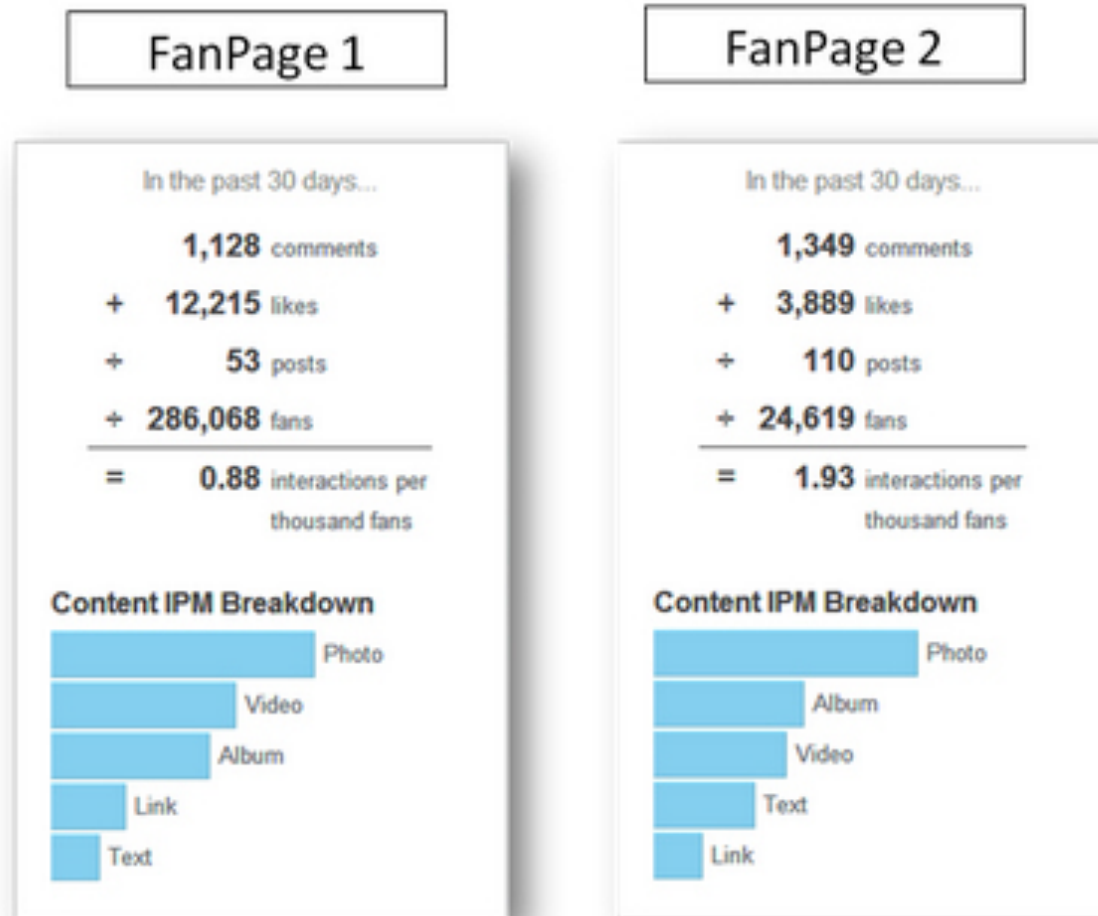
facebook

Nội dung để gây được sự chú ý thì hoàn toàn đơn giản.

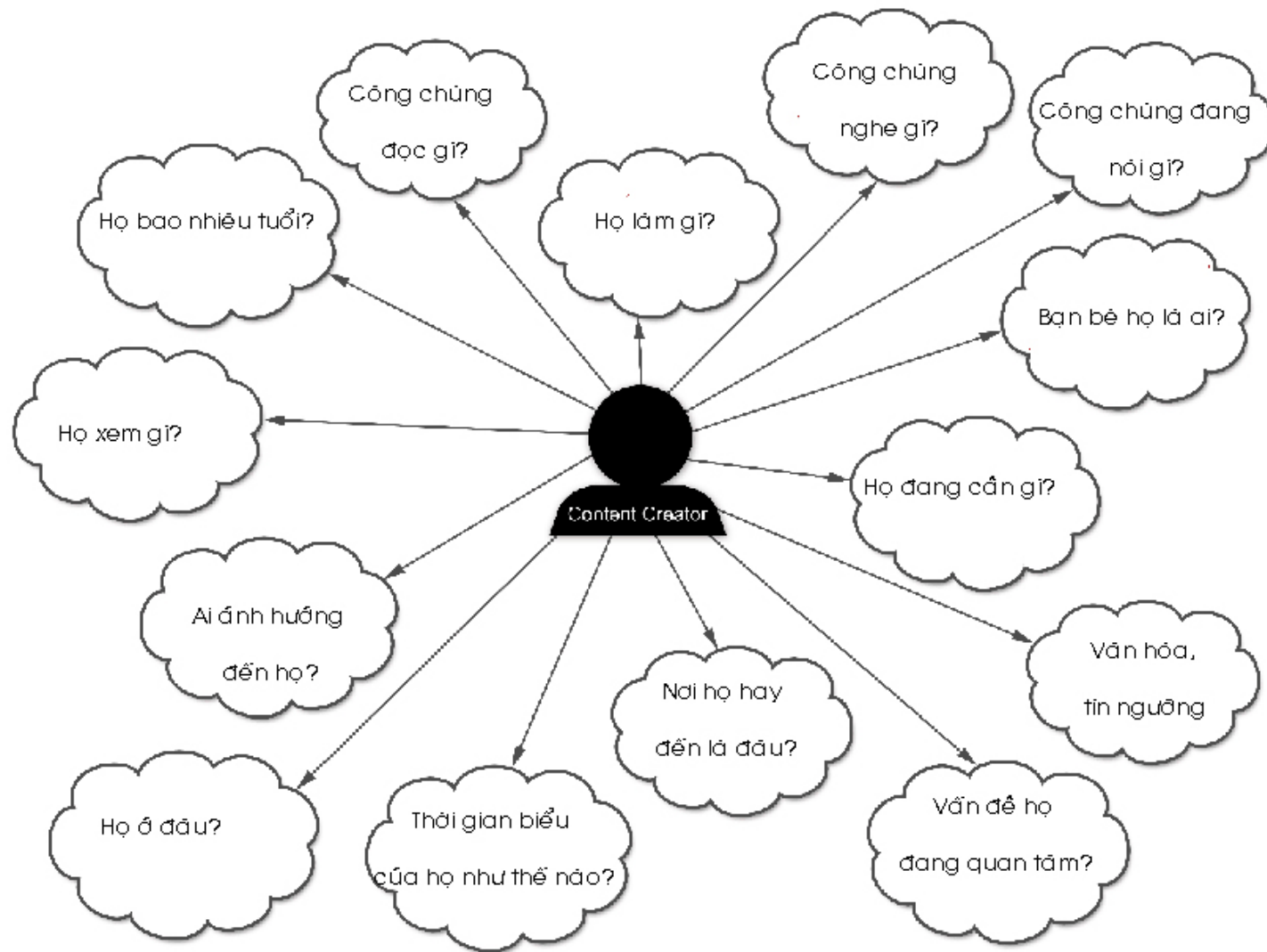
Nội dung để công chúng quay lại, duy trì và tương tác với Fan page mới là điều thử thách đồng thời là mục tiêu của nhiều nhãn hàng và thương hiệu.



CHẤT LƯỢNG luôn luôn là tốt hơn so với SỐ LƯỢNG



Hãy tương tác với Fans, đừng chỉ thu thập Fans



- Trung bình 1 người phải tiếp nhận 3000 quảng cáo mỗi ngày
- Khách hàng của bạn không quan tâm về slogan của bạn, họ lại càng không muốn nghe về các hoạt động tiếp thị quảng cáo.
- Những gì họ muốn nghe là những thông tin xác thực.



One happy **FAN** = more new **FANS**



Facebook

Overview Details Reviews

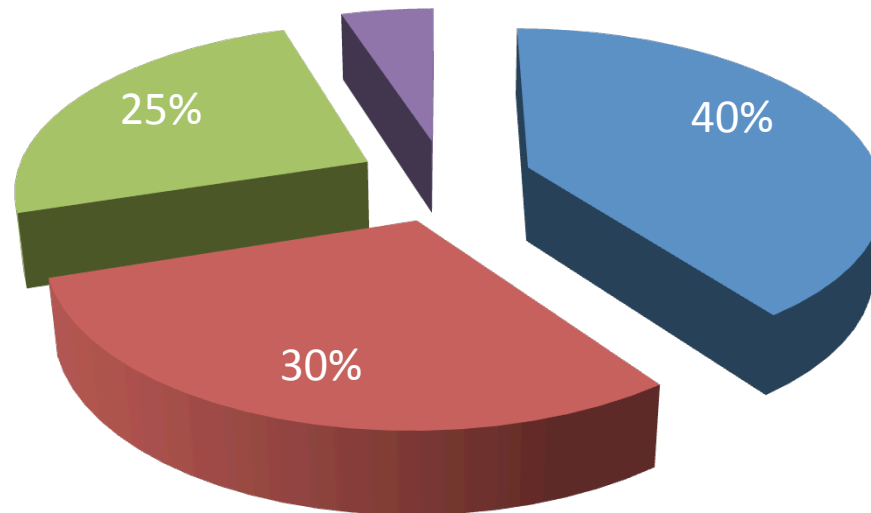


f

Sáng tạo nội dung

Tổ chức nội dung

- Nội dung tương tác
- Người dùng xây dựng nội dung
- Giáo dục
- Promotion



Hoạt động tương tác

- Chia sẻ hình ảnh, video và tin tức những câu chuyện và call action
- Tạo ra một cuộc thi
- Đề nghị người hâm mộ đưa ra lời khuyên để cải thiện sản phẩm và dịch vụ của bạn
- Yêu cầu người hâm mộ vote về 1 chủ đề
- Đặt câu hỏi
- Yêu cầu người hâm mộ đặt câu hỏi
- Chia sẻ các chủ đề và đưa ra các tư vấn
- Sử dụng các quiz để thử thách công chúng
- Tạo những cuộc thăm dò



**Build,
Promote,
Engage**



Người dùng xây dựng nội dung

- Ý kiến khách hàng
- Hình ảnh của chính khách hàng với sản phẩm
- Đưa những câu hỏi thường gặp
- Chia sẻ các vấn đề chung của một thành viên để các thành viên cùng đưa ra giải pháp



Giáo dục

- Lịch sử của tổ chức
- Thông tin về sản phẩm và dịch vụ
- Các cuộc phỏng vấn để chứng tỏ sản phẩm tốt, an toàn hoặc thành công
- Sự kiện sẽ diễn ra
- Giới thiệu các hội thảo hoặc chương trình tư vấn
- Hướng dẫn sử dụng sản phẩm / dịch vụ của bạn
- Những yếu tố nổi bật và duy nhất của sản phẩm / dịch vụ
- Những kiến thức và thủ thuật
 - 5 bước để??
 - 10 cách để có được??
 - 7 kỹ thuật??



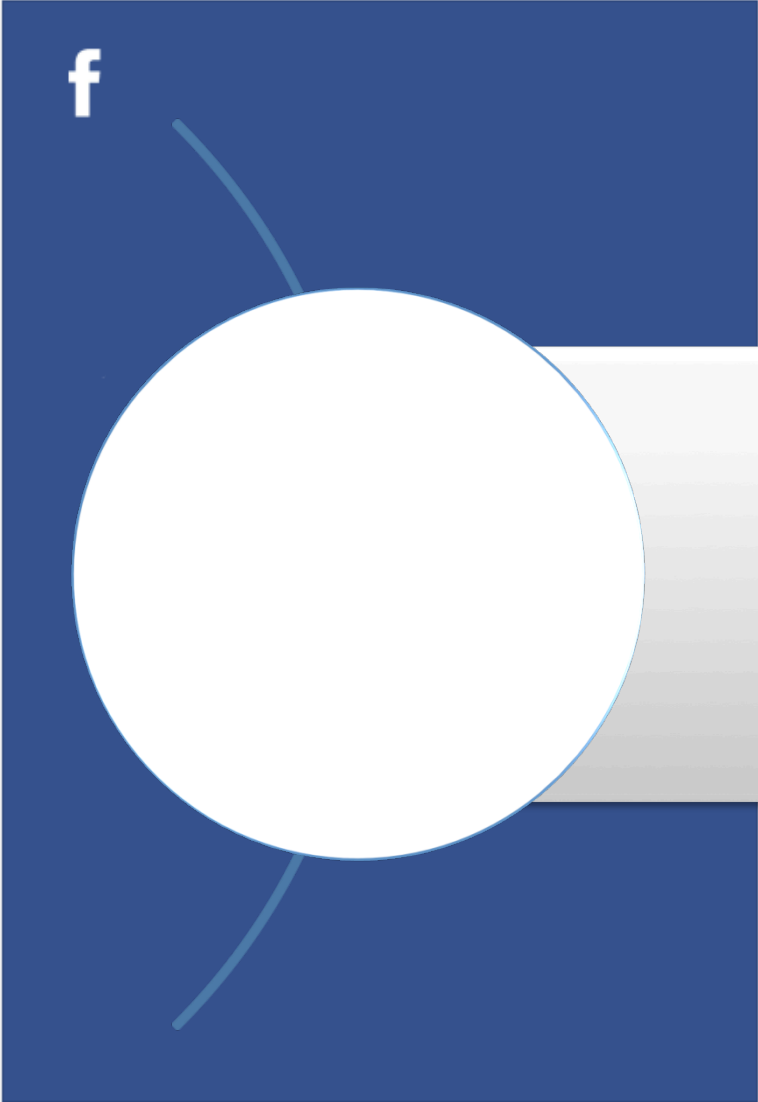
Promotion

- Điều gì làm cho tổ chức/ dịch vụ/ sản phẩm của bạn ưu việt hơn
- Giải thưởng, chứng nhận, thành tích đã nhận được
- Khách hàng hiện tại và các nhà cung cấp
- TVC
- Các bài PR, quảng cáo sản phẩm
- Lời chứng thực
- Cuộc thi
- Thảo luận hội nghị, sự kiện



Facebook

Overview Details Reviews



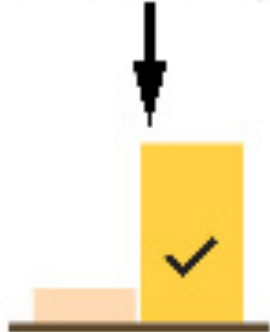
Sự khác biệt trong xây dựng nội dung
Fan page

Hiệu quả

Post



Tối đa 3 dòng



Tăng 60% Like Comment & Share



ít nhất 5 post/ tuần



Lựa chọn thông điệp chính cho mỗi tuần



Duy trì trong tâm trí fans



Đúng thời điểm



Phần lớn organic reach nhận được trong 1h sau khi post



Khác biệt

Hiểu công chúng

Đưa thông tin để công chúng thấy bản thân họ và lợi ích



Thời điểm

Cập nhật các sự kiện sớm nhất tin cộy nhất



Có kết nối

Liên kết fans trong cộng đồng tạo sự thống nhất



Fanpage của bạn luôn dẫn đầu thông tin, kết nối



Đưa giá trị đến Fans



Đưa các giá trị lợi ích từ sweepstakes, coupons, voucher, contest...

Thu hút

Thể hiện tiếng nói thương hiệu



Sử dụng những từ khóa, hình ảnh để khắc họa tính cách thương hiệu

Thể hiện vị trí thương hiệu



Chỉ ra thương hiệu có sức ảnh hưởng

Đưa tới fans những nội dung, sự kiện, độc nhất



Hãy để Fanpage của bạn là nguồn thông tin đầu tiên, sự kiện mới nhất fans tiếp nhận được



Tác động trực quan

Hình ảnh & Video

Tăng 120 - 180% Engagement



Hình ảnh gắn thương hiệu

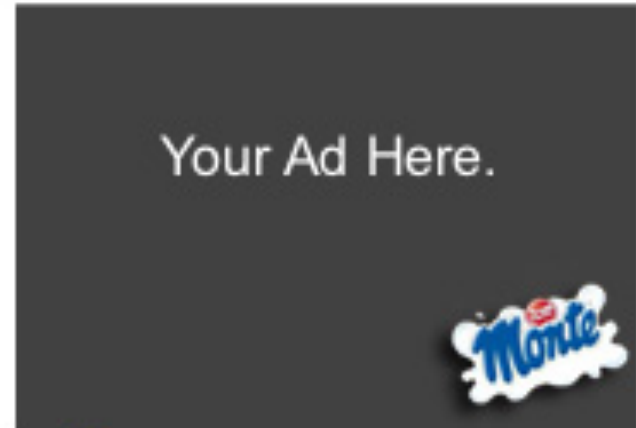


1.

Thiết kế logo
của thương hiệu

2.

In đậm hình ảnh
Nên để logo nổi bật
trong một màu đơn sắc



Your Ad Here.

3.

Hãy tạo nhận diện thương
hiệu của bạn trong các mẫu
hình ảnh





Tạo nội dung để Fans tham gia

Fans tương tác



???

Đặt câu hỏi



Tạo thảo luận và phản hồi từ Fans với sản phẩm

✍️

Viết tiếp



"Mẹ hạnh phúc khi con _____"



Tăng 90% engagement so với post text thông thường

Facebook

Overview Details Reviews



f

Những thống kê thú vị cho người quản tr
Fan page

Không phải tất cả các biểu tượng cảm xúc đều giống nhau

Bài đăng sử dụng Emotions nhận được 52% tỉ lệ tương tác nhiều hơn các bài đăng không sử dụng chúng

:-)

+ 35% tỉ lệ tương tác

;))

+ 38% tỉ lệ tương tác

<3

+ 50% tỉ lệ tương tác

:))

+ 52% tỉ lệ tương tác

;-)

+ 60% tỉ lệ tương tác

:(

+ 60% tỉ lệ tương tác

:-D

+ 80% tỉ lệ tương tác

:P

+ 102% tỉ lệ tương tác

:D

+ 138% tỉ lệ tương tác



80

Bài đăng có số kí tự nhỏ hơn 80 nhận được 23% tỉ lệ tương tác nhiều hơn so với những bài đăng có độ dài lớn hơn. Vấn đề là khi sử dụng Facebook các thương hiệu đều vượt qua con số này khiến tương tác với fans bị ảnh hưởng



48%

Các biện pháp call-to-action hiệu quả nhất bao gồm :
"like" - "share" - "caption this" - "yes or no" - "thumbs up". Chúng mang lại hiệu quả tương tác đến 48%. Các từ call-to-action như "take" - "submit" - "check" làm giảm tương tác.



+68%

URL ngắn gọn và đầy đủ nhận được 68% tương tác nhiều hơn những URL đã được rút gọn bởi vậy bạn nên đăng có URL đầy đủ và chỉ rõ được điểm đến của URL đó.



+92%

Mặc dù các bài đăng đi kèm câu hỏi thường làm giảm tỉ lệ tương tác, những chúng nhận được 92% tỉ lệ bình luận so với những bài đăng thông thường. Điểm mấu chốt ở các bài đăng này là thông tin có được khi phân tích bình luận của fans

+15%

Bài đăng đi kèm một câu hỏi ở cuối nhận được 15% tương tác so với các bài đăng đặt câu hỏi ở giữa.

+100%

Bài đăng đi kèm một câu hỏi ở cuối nhận được lượng bình luận nhiều gấp 2 lần các bài đăng đặt câu hỏi ở giữa.



<http://www.mixdigital.vn>



<http://www.facebook.com/mixdigital.vn>



contact@mixdigital.vn



Room 601, 133/1194 Chua Lang, Dong Da, Hanoi, Vietnam

WE ARE DIGITAL MARKETING AGENCY

We are HAPPY TO

OFFER

OUR SERVICE