

Quanto tempo dedichi alla **gestione della tua pagina aziendale di Facebook** ?

Magari hai creato la tua pagina qualche tempo fa ma non riesci a seguirla regolarmente. Forse non sai che stai perdendo un'occasione per far crescere la tua attività.

Sia che il tuo obiettivo sia aumentare le vendite, interagire con i clienti attuali e potenziali o semplicemente aumentare la fama del tuo brand, una buona pagina aziendale di Facebook ti consentirà di conseguire grandi risultati per il tuo business.

Però non tutti sanno come gestire al meglio la propria pagina aziendale di Facebook. Ecco alcuni suggerimenti per generare contenuti che possano attirare nuovi utenti e interagire nel migliore dei modi con quelli esistenti.

Che tipo di contenuti pubblicare su facebook

La tua pagina Facebook è il luogo ideale per gli aggiornamenti sulla tua attività. Questo non significa che devi comunicare qualunque avvenimento, quindi non lasciarti trasportare. Offri un valore aggiunto combinando un mix di contenuti sulla tua attività (suggerimenti sui prodotti, eventi di vendita, articoli dietro le quinte e foto) con contenuti di terze parti, come link a blog e forum del settore. Questo aumenterà la tua credibilità agli occhi degli utenti. Prova a includere un'attività settimanale o mensile regolare, come ad esempio lo "sconto della settimana" con un'offerta speciale su un prodotto o servizio. Fai sapere ai tuoi follower che questo è un evento che si ripeterà per incitarli a tornare.

Scrivere il post facebook perfetto

Potresti trovare affascinante ogni aspetto della tua attività, ma i post lunghi non raccoglieranno mai molti Mi piace, condivisioni e commenti.

Se vuoi che i fan leggano i tuoi post, fa che siano brevi, generalmente tra 100 e 250 caratteri. Anche i post più brevi di 60-80 caratteri vengono assorbiti più facilmente dai fan. Ricordati che chi legge deve capire subito il messaggio, senza troppi giri di parole.

Oltre a ciò rimanda sempre al sito web della tua attività e agli altri account social. Ciò aumenta il posizionamento nei motori di ricerca della tua pagina, aumentando così la tua visibilità con i potenziali clienti.

Usare inoltre diversi tipi di post. Mescola i contenuti tra post, video, foto, concorsi, sondaggi, ecc. Così facendo manterrai la comunicazione vivace e coinvolgente.

Come coinvolgere i tuoi fan facebook

Come puoi stimolare gli utenti e farli interagire con la tua attività?

Prova a porre domande e a creare sondaggi che invitano a rispondere. Anche i contest sono un ottimo metodo per rendere partecipi i tuoi follower alla vita della tua pagina.

Alla fine di un post, ricorda di invitare i fan a commentare, mettere mi piace o condividere.

Se le persone rispondono, continua la conversazione, darai loro l'attenzione che cercano.

Sii amichevole

Facebook è basato sull'esperienza personale.

Trattarlo semplicemente come uno mezzo promozionale non ti porterà da nessuna parte.

Pubblica notizie e aggiornamenti in modo semplice, informale e divertente. Cerca di non inserire nessuna campagna pubblicitaria o materiale pubblicitario. Anche se è quello il tuo intento devi cercare una formula che non lo faccia percepire.

Dopo questa carrellata di regole di base su come interagire nel modo corretto, vediamo quali mezzi usare per comunicare con i tuoi fan attuali e futuri. Grazie a questi suggerimenti la tua comunicazione sarà efficace e potrà col tempo aumentare molto la visibilità e la notorietà della tua pagina Facebook aziendale.

Racconta la tua storia

Se vuoi che le persone si fidino della tua azienda, il modo migliore è quello di farti conoscere. Pensaci bene, la fiducia è un sentimento che attribuiamo a chi conosciamo bene. Su Facebook vale lo stesso principio.

Puoi iniziare creando video che mostrano la mission del tuo brand ,una breve intervista one-to-one con il CEO, dei video dei dipendenti ecc. Ciò ti consentirà di stabilire una connessione emotiva con il tuo pubblico.

Puoi raccontare storie non solo sulla tua attività, ma anche sulla tua vita. Le persone prima si relazioneranno e poi reagiranno, ed è quello che stai cercando.

Costruisci il tuo brand

Costruire il tuo marchio è il tuo obiettivo. Il settore dei servizi relativo alla diffusione del proprio marchio si chiama [brand reputation](#). Devi quindi mostrarlo di continuo affinché la persone che ti seguono comincino a memorizzarlo e a riconoscerlo. Fai in modo che il logo e i colori del marchio siano sempre ben visibili in tutti i tuoi post. Una **semplice strategia di brand reputation è l'utilizzo del watermark**: ovvero l'inserimento automatico del tuo

logo nelle foto che pubblichi, ecco di seguito un esempio:



Pubblica ciò che è di tendenza

I post su argomenti di tendenza sono in realtà premiati dall'algoritmo di feed di notizie. Puoi cercare argomenti di cui i tuoi fan sono interessati o di cui parlano. Ciò ti darà l'opportunità di interagire con loro ponendo domande, rispondendo a commenti, ecc.

Il tempismo dei post facebook

Il tempismo è importante nella vita, e questo vale anche per i tuoi post su Facebook. La maggior parte dei marketer ti dirà che i periodi migliori per pubblicare sono le 12:00, le 15:00 e le 19:00. Questi sono tempi basati su target medi di attività.

Se vuoi essere preciso e scoprire quando i tuoi fan specifici sono online, puoi utilizzare

strumenti come Facebook Insights che tracciano l'interazione dell'utente. Facebook Insights ti aiuta a decidere il momento migliore della giornata, il giorno migliore della settimana per pubblicare e quale tipo di contenuto è il più popolare.

Foto profilo e di copertina

Cambia la tua foto del profilo e la foto di copertina regolarmente. In questo modo renderai sempre attuale la tua pagina e creerai dinamicità. L'importante però è che le foto del profilo e della copertina includano sempre il logo del tuo brand.

Ripubblica le foto virali

La pubblicazione di foto virali da internet è un'ottima opzione se si esauriscono le idee sui post di Facebook o se si riesce ad adattarli al proprio prodotto. Trova una foto virale rilevante e riadattala per il tuo settore. I tuoi fan apprezzeranno questo guizzo di attualità.

Porta il tuo pubblico dietro le quinte

I video o le foto che mostrano il backstage della tua azienda aiuteranno a umanizzare il tuo brand.

Ad esempio puoi mostrare ai tuoi follower com'è l'interno del tuo ufficio in una normale giornata lavorativa. Questo li farà sentire come se tu gli consentissi di dare una sbirciatina esclusiva.

Questa è una parte vitale della costruzione della comunità del tuo marchio. Pubblicando queste foto, puoi sottolineare l'unicità del tuo marchio e il modo in cui si distingue dai tuoi concorrenti.

Crea una community

Altro strumento molto importante per i tuoi fan è la community. Le persone adorano far parte di un gruppo, meglio ancora se è esclusivo. Proprio per questo creare un gruppo Facebook della tua azienda farà sentire i partecipanti speciali.

La gestione del gruppo deve seguire le stesse regole della pagina ma deve dare dei contenuti esclusivi, altrimenti che gruppo è!

Ora che hai acquisito suggerimenti e idee per la gestione della tua pagina Facebook aziendale non resta che dare spazio alle idee e alla creatività. Sicuramente con impegno e dedizione la tua pagina Facebook scalerà le vette della notorietà su Facebook.

Non hai tempo?

Gestire i social è un vero e proprio lavoro. Per farlo bene occorre tempo, fantasia e un pizzico di conoscenza tecnica. Puoi assumere del personale oppure farlo fare ad agenzie di comunicazione esterne come pma. **Ecco un servizio con tempi e costi di [gestione pagina facebook](#).**

Accettiamo segnalazioni, aiutaci a migliorare le nostre guide, scrivici o commenta.