



10 zasad planowania kampanii w social mediach

Niezależnie od tego, jaki biznes czy usługę chcesz promować, płatna kampania w social mediach może nie przynieść oczekiwanych efektów bez jej odpowiedniego zaplanowania. Oto 10 rzeczy, na które należy zwrócić szczególną uwagę planując płatne działania w mediach społecznościowych.



10 zasad planowania kampanii w social mediach



1

1. Ustal cel kampanii

Zdefiniuj, co ma być efektem prowadzonych działań. Przykładowymi celami kampanii mogą być np. zbudowanie jak największego zasięgu, przekierowanie użytkowników na stronę www, sprzedaż produktów w sklepie internetowym lub zachęcenie odbiorców do bezpośredniego kontaktu z marką.



2. Określ grupę docelową

Grupa odbiorców powinna być w przemyślany sposób dopasowana do celu kampanii. Zdefiniuj, kim jest Twój idealny odbiorca. W jakim jest wieku, gdzie mieszka, czym się interesuje?



3. Wybierz kanał komunikacji

Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, a może coś innego? Dokonaj wyboru adekwatnie do celu kampanii i grupy docelowej. Po wybraniu kanału lub kanałów dopasuj przygotowany wcześniej profil idealnego odbiorcy do możliwości w zakresie targetowania, jakie oferuje dana platforma.



4. Wybierz cel reklamowy

Kiedy wiemy już, co dokładnie chcemy osiągnąć naszymi działaniami i wybraliśmy platformę, na której chcemy je prowadzić, należy dobrać właściwy cel reklamowy spośród tych, które dana platforma oferuje. Na tym etapie warto zastanowić się, czy ludzie z grupy docelowej znają naszą firmę, produkt lub usługę. Jeśli nie, warto w pierwszej kolejności zbudować świadomość marki wśród potencjalnych klientów.



5. Zaplanuj budżet

Określ, ile pieniędzy chcesz (lub ile możesz) wydać na działania. Sprawdź jaki budżet należy przeznaczyć, aby pokryć wybraną grupę docelową. Wiadomo, że im będzie ona większa, tym więcej pieniędzy potrzebujemy. W odwrotnym przypadku – kiedy z góry wiemy już, ile maksymalnie możemy wydać – sprawdzimy jaki procent określonej wcześniej grupy docelowej możemy pokryć.



6. Sprawdź, co robi konkurencja.

W jaki sposób się komunikuje? Jak wygląda jej identyfikacja wizualna? I wreszcie – jakie reklamy emituje? Taki „przegląd” może ułatwić Ci przygotowanie komunikacji do Twojej kampanii.



7. Przygotuj jakościowe materiały

Materiały powinny być w wymiarach i formatach odpowiednich do specyfikacji miejsc, w których mają być promowane. Nie można pominąć również warstwy tekstowej. Treść promowanego posta powinna być napisana w sposób zachęcający, ciekawy, dostosowany do odbiorcy. Ważny jest również odpowiedni dobór CTA (call to action, wezwanie do działania).



8. Miej na uwadze codzienną aktywność marki w social mediach.

Warto zadbać, żeby niezależnie od prowadzonych działań reklamowych konta marki były prowadzone na bieżąco w staranny, atrakcyjny sposób.



9. Zadbaj o zaplecze analityczne

Jeśli w kampanii chcemy kierować ruch na stronę www, muszą znajdować się na niej piksele (np. piksel Facebooka). Przydatny będzie również Google Analytics.



10. Testuj i wyciągaj wnioski

Optymalizacje prowadzonych działań to właściwie niekończący się proces. Testować można np. skuteczność różnych kreacji lub grup docelowych.

Planujesz działania reklamowe?
Potrzebujesz wsparcia w planowaniu,
realizacji lub analizie postbuy kampanii?

Napisz do nas na:
biuro@fivemedia.com.pl

Agnieszka: +48 606 354 860

Beata: +48 728 475 980

Magda: +48 502 514 381



Obserwuj nas:

