Írta: Vida Ágnes

Bevezető

Nemrégiben jelentette be a Facebook, hogy mostantól előnyben részesíti a hírfolyamban azokat a posztokat, amik alatt élénk párbeszéd alakul ki. Hol alakul ki élénk párbeszéd? Leggyakrabban a csoportokban! Miért?

- mert az oldalakon a hozzászólások a hozzájuk tartozó posztokra adott reakciók,
- a csoportokban viszont maguk a tagok is tehetnek ki új posztokat, vethetnek fel új témákat,
- sokan nem szívesen beszélnek olyan nyíltan egy nyilvános oldalon, ahol az ismerőseik, rokonaik is láthatják, amit írtak, mint egy zártabb közösségben pl. egy csoportban.

Egy aktív csoport tehát remek közösségépítő eszköz, mégis sok esetben megragad a „néhány lelkes rajongó cseveg”-szintjén.

Hányféle csoport van?
Milyet érdemes indítanod?
Mit tegyél, ha van egy régi, de nem túl aktív csoportod?
Nyitott, zárt vagy titkos legyen a csoport?
Hogyan moderáld?
Hogyan legyél benne aktív úgy, hogy ne csevegéssel teljen a napod?

Ebben segít ez a tanulmány!

Jó tanulást :)

Vida Ági

Milyen csoportot indíts?

Attól függ, mi a célod. Egy csoport lehet nyilvános, zárt vagy titkos.

A nyilvános csoportokat használhatod arra, hogy érdeklődőket szerezz, egy lazább közösséget építs, amelyben összegyűlnek az egy téma iránt érdeklődők. Például, ha egészséges életmóddal foglalkozol, indíthatsz egy Életmódváltók receptjei csoportot, ahol az érdeklődők tapasztalatot cserélhetnek egymással.

A nyilvános csoportoknál a tagokat és a posztokat bárki láthatja. Ezekhez a csoportokhoz bárki csatlakozhat és a bejegyzések nyilvánosan is megoszthatók, ezért ez alkalmas arra, hogy összegyűjtse a témád iránt érdeklődőket és egy-egy jól sikerült poszt megosztása révén újabb érdeklődőket szerezz. Azonban, mivel a csoportba bárki csatlakozhat, sokkal jobban oda kell figyelni a párbeszédre, kiszűrni a spameket, moderálni az oda nem illő párbeszédeket és a reklámozgató konkurenciát. Mindenképpen javaslom, hogy írj házirendet, amit rögzíts az oldal tetején és szigorúan tartasd be a benne foglaltakat, ez a csoporttagok érdekeit is védi. A nyilvános csoportokban meg lehet másokat (személyeket vagy oldalakat) jelölni a posztokban és a hozzászólásokban.

A zárt csoportokhoz csak moderátori jóváhagyást követően lehet csatlakozni. A csoport a keresőben elérhető és a tagok is láthatóak, a posztok azonban csak a belépést követően elérhetőek. Ilyen csoportokat hozhatsz létre az ügyfeleidnek, a követőidnek, rajongóidnak vagy azoknak, akik érdeklődnek a témád iránt, de szeretnének védett környezetben megvitatni az őket érdeklő témákat. A zárt csoportokban a felvételkor meg lehet adni kérdéseket is, amikre válaszolni kell a jelentkezőknek, ez segíthet abban, hogy megtudd, miért szeretnének csatlakozni a csoporthoz, illetve kiszűrheted általa azokat, akik nem illenek a közösségbe, valamint távoltartható vele a konkurencia is. A zárt csoportokban található posztok nem megoszthatóak, a posztokban és a hozzászólásokban csak olyanokat lehet bejelölni, akik tagjai a csoportnak (ha nem tagjai, megjelölés után a nevük nem kattintható). Moderációra itt is szükség van, minél nagyobb a csoport, annál inkább szükséges lehet ez.

A titkos csoportok a zárt csoportokhoz hasonlóan működnek azzal az eltéréssel, hogy a Facebook keresőjében nem megtalálhatóak és az adminisztrátor csak azokat veheti fel tagnak, aki az ismerőse. Titkos csoportot hozhatsz létre az ügyfeleidnek vagy egy-egy adott terméked-szolgáltatásod vásárlóinak, előfizetőinek. A csoport célja, hogy védett helyen, mások által nem látható módon kommunikálhassanak a tagok és illetéktelenek ne jöhessenek be a csoportba.

Fontos tudni, hogy a csoportok adatvédelmi beállításai csak felülről lefelé állíthatóak, tehát a nyilvánosból lehet zárt vagy titkos csoport, a zártból titkos, visszafelé viszont nem lehet állítani, tehát a titkos csoportból nem lehet zárt vagy nyilvános, a zártból nem lehet nyilvános.

A Facebook csoportot érdemes rögtön a végleges adatvédelmi beállítással létrehozni egy jó borítóképpel és a csoport leírásával, hogy mások is tisztában legyenek a csoportcéljaival. Érdemes saját házi rendet készíteni, amit a belépőknek illik tiszteletben tartani. Érdemes leírni, hogy mi engedélyezett és mi nem a csoportban. A megjelenő spamelőket (oda nem illő tartalamakat, reklámokat megosztó tagokat) ki lehet zárni a csoportból.

Csoportot létrehozhatsz magánszemélyként vagy oldalként is, ezesetben az oldaladon megjelenik a Közösség fül és azalatt megtalálhatóak az oldal által létrehozott csoportok. A csoportokat össze is kapcsolhatod egymással, így, ha van egy nyilvános csoportod a témád iránt érdeklődőknek, azoknak jelezheted, hogy milyen egyéb csoportokhoz csatlakozhatnak még (pl. egy termékeidhez, szolgáltatásaidhoz, rendezvényeidhez létrehozott kisebb közösségek)

Néhány apróság, ha csoportot hozol létre:

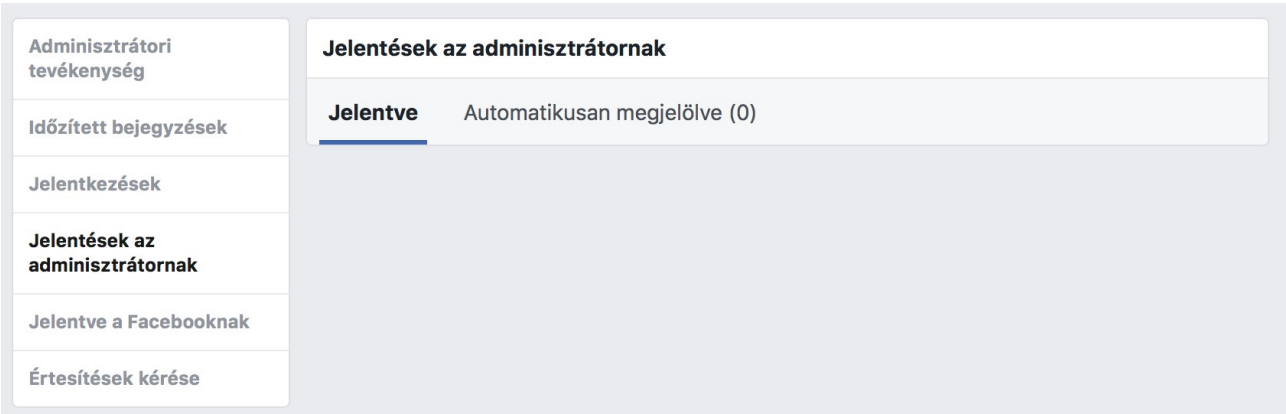
– Állítsd be rögtön induláskor, hogy bárki írhat-e a csoportba vagy csak moderáció után jelenjenek meg a bejegyzések!

– Állítsd be azt is, hogy bárki hozzáadhat új tagot a csoporthoz vagy csak az adminisztrátorok tehetik ezt meg! Nyilvános csoportnál a terjeszkedési stratégia része lehet, hogy bárki hozzáadhat ismerősöket a csoporthoz, ha szeretné velük is megosztani az oldaladat.

– Jó, ha már kezdettől fogva van egy másik adminisztrátora is a csoportnak rajtad kívül, ha ugyanis bármi történik a hozzáféréseddel, így nem veszíted el a csoporthoz való hozzáférés lehetőségét. Ezt megoldhatod úgy, hogy regisztrálsz egy Facebook hozzáférést, amit csak erre a célra használsz, vagy úgy, hogy megkérsz egy barátot,

ismerőst, akit hozzáadsz adminisztrátorként az oldalhoz.

– Minél több tag van a csoportban annál nagyobb munkát jelent a posztok követése és a moderáció, ezért érdemes idővel megkérni néhány lelkes tagot, hogy segítsék a szabályok betartását, illetve az olvasóidat is megkérheted, hogy ha oda nem illő bejegyzést vagy hozzászólást látnak, jelezzék azt neked, így nem kell átböngészned a csoportot oda nem illő hozzászólások után kutatva, hanem elegendő a jelentett posztok listáját megnézed. A Facebook maga is segíti ezt a folyamatot azzal, hogy a túl sok linket vagy trágár szavakat tartalmazó párbeszédeket automatikusan beteszi a Jelentett bejegyzések listájában, amit a „Csoport kezelése" menüpontban találsz meg:



Milyen típusú csoportot hozz létre, ha a vállalkozásodat szeretnéd népszerűsíteni?

1. Ügyfelek csoportja: ezt mindenképpen érdemes létrehozni, hiszen ezen keresztül tudod újra elérni az ügyfeleidet, erősebbé tenni a márkádat és megtartani a régi ügyfeleket.

2. Közösségi tartalom: ez általában egy nyilvános csoport (de lehet zárt is), ahol egy adott téma iránt érdeklődők gyűlnek össze és megosztják a saját tapasztalataikat, receptjeiket, ötleteiket. Mivel itt sokféle tartalom kikerül, szorosan még nem kapcsolódik az oldal a márkádhoz, sokkal inkább az a cél, hogy összegyűjtsd azokat, akik a célcsoportodba tartozhatnak és felhívd a figyelmüket a posztjaidra, videóidra, egyéb csoportjaidra, oldaladra, valamint a hírleveledre.

3. Kihívás: 120 napos közös edzés naponta új edzésterv, "Idén lefogyok!", "Megtanulok futni" Ezt akkor érdemes használnod, ha szeretnéd összegyűjteni és közösséggé kovácsolni azokat, akik most fognak bele valami újba, majd a végén van számukra egy ajánlatod, ahol folytathatják, amit a kihívás során elkezdtek. A kihívás időtartamát te döntöd el, általában 2-6 hét elég szokott lenni, de lehetnek hosszabb akár éves kihívások is. A kihívás során minden nap vagy hetente előre meghatározott napokon tartalmakkal segíted azokat, akik csatlakoztak (pl. élő videók, blogposztok, napi receptek, ötletek stb.)

4. Esküvő/Babavárók/Lakásfelújítás 2018: Ezek a típusú csoportok akkor válhatnak a hasznodra, ha szeretnéd összegyűjteni azokat, akik aktuálisan érdeklődnek a témád iránt (pl. idén házasodnak, most fogják felújítani a lakást, most megy iskolába a gyerekük stb.)

5. Csere-bere: ha pl. stylist vagy, indíthatsz egy “divatos és különleges cuccok” csere-bere vagy apróhirdetés csoportot, ahol összegyűlnek azok, akik fogékonyak a témára.

6. Hasonló problémákkal küzdők “segítsünk egymásnak” klubja

7. Kérdezz szakértőktől – csoport! Ezeket a csoportokat sokan szeretik és szívesen ajánlják az emberek, mert itt lehet hozzáértőktől kérdezni 1-1 témában.

8. Imádom a kutyákat! – csoport Népszerű csoportfajta és sokan lájkolják is, az egyetlen veszélye, hogy ha túl általános a téma, akkor talán nem pont a célcsoportodat éred el. Pl. a “Szeretem az anyukámat” című oldalt sokan lájkolják, de a célcsoport nem körvonalazható, hiszen elég sok embernek van anyukája, akit szeret :) Persze, ha az oldal Anyák-napi ajándékokat kínál, akkor eléri a célját.

Hogyan fogják az emberek megtalálni a csoportodat?

1. **Válassz jó nevet a csoportodnak, hogy a keresőben megtalálható legyen!**

A Facebook keresője nem túl “okos”, de azért sokan használják és keresnek benne különféle témakörökre, tehát érdemes úgy elnevezned a csoportodat, hogy abban benne legyen a fő téma, amiről szól vagy a probléma, amin segít.
Amiatt ne aggódj, ha a márkaneved vagy az oldalad neve egészen más: nem kell ugyanazt a nevet használni mindenhol! A csoport célja, hogy elérje a célcsoportot és kiszűrje a témád iránt valóban érdeklődőket, az oldalad és a honlapod pedig azoknak szól, akiket valóban érdekel, amivel foglalkozol, akik a potenciális vásárlóid.

Mondok egy példát: ha van egy webáruházad, ami konyhai kiegészítőket forgalmaz és a neve “Édesszájúak Shopja”, a Facebook oldalad neve lehet “Édesszájúak Klubja”, a csoporté pedig: “A legjobb sütireceptek egy helyen (csak édesszájúaknak!)”
Fontos, hogy mi is ez a csoport, amit indítasz. Akár több csoportod is lehet! Akkor terjed a legkönnyebben a csoport híre, ha a csoportnak van célja és ez egyértelmű.

Meghívd-e az ismerőseidet a csoportba? A csoport létrehozásakor a rendszer felajánlja ezt a lehetőséget és érdemes élni vele. De nem úgy, hogy boldog-boldogtalant meghívsz, hanem úgy, hogy kiválogatod azokat az ismerőseidet, akikről tudod, hogy érdekli őket a téma (pl. rendszeresen sütnek)

2. **Használd ki a többi felületedet!**

Van blogod? Amikor új cikket írsz, amihez kapcsolódik a csoport, linkeld be a csoportot! Tedd ki a honlapod oldalsávjába a Facebook oldaldobozt (ezt ezen az oldalon tudod beállítani)!
Küldd ki hírlevélben, ha elindult a csoportod, hogy tudjanak róla az olvasóid!

3. **Ismerkedj!**

Állíts össze egy listát azokról az oldalakról, amik a témádhoz kapcsolódnak és ha úgy alakul, ajánld a csoportodat kommentben (pl. ha valaki pont arról ír, hogy sehol nem talál jó recepteket, javasod, hogy jöjjön a csoportba ott egy csomót összegyűjtöttek már)

Keresd a célcsoportodat összegyűjtő csoportokat, csatlakozz és ismerkedj másokkal! Fontos, hogy ez ne spammelés legyen, tehát nem arról van szó, hogy mindenhova egyenszöveg kíséretében tedd ki a linkedet, hanem arról, hogy ha adódik a helyzet, amikor egy hozzászólásban ajánlani tudod a csoportodat, akkor tedd meg!

Nem gond, ha a csoportomat ajánlgatom? Míg a Facebook oldaladat vagy a honlapodat ajánlani önmagában is kéretlen tartalomnak tűnhet, addig egy csoportot ajánlani nem tűnik annak, hiszen a csoportok alapvetően nem üzleti célú közösségek, hanem hasznos közösségi felületek.

4. **Keress partnereket, akikkel kölcsönösen ajánlhatjátok egymást!**

Nézz körül kik lehetnek azok, akik hasonló célcsoportot szeretnének elérni, mint te, de nem vagytok egymás közvetlen versenytársai és segítsetek egymásnak!
Például tegyétek be egymást az oldalkedvencek közé, készítsetek egymással kölcsönösen interjút, beszéljétek meg, hogy te is megosztasz az ő oldaláról 1-1 tartalmat és ő is megoszt tőled.

5. **Legyen blogod és rendszeresen frissítsd!**

Míg a Facebookon bizonytalan a kimenetele annak, hogy beindul-e az oldalad és lesznek-e hamar sokan a csoportodban, addig a blogodat, ha rendszeresen (akár napi szinten) frissíted, hamar a szárnyára kapja a Google, a találati listában megjelennek a bejegyzéseid és egyre több és több látogatód lesz. Nyilván ehhez minőségi és hasznos tartalomra van szükség, tehát nem elég csak “valamit, ami megtetszett” kitenni és nem árt egy rendes kulcsszókutatás sem, azonban, ha foglalkozol vele, olyan olvasói bázisod lesz, ami aztán nagyban elősegíti azt is, hogy fejlődésnek induljon a Facebook oldalad és a csoportod.

Hogyan szerezz tagokat, ha már vannak a csoportodban?

Ahhoz, hogy egy oldal növekedésnek induljon szükség van arra is, hogy a tagok aktívak legyenek és szívesen adják tovább a hírét azaz:
- hívjanak meg másokat is a csoportba,
- osszák meg a tartalmakat.

Mit kell ehhez tenned?

1. **Rendszeresen tegyél ki új tartalmakat!**

- hasznos ötleteket,
- érdekességeket,
- saját blogbejegyzéseket,

- Válaszolj 1-1 kérdésre, ami a hozzászólások között felmerült nyilvános posztban,
- videókat és élő adásokat,
- hogyan csináld…? – anyagokat

2. **Vond be a csoporttagokat a párbeszédbe!**

   - Tegyél fel 1-1 kérdést, amire válaszolhatnak vagy leírhatják a véleményüket (pl. Hogyan választottál nevet a gyermekednek? Van saját recepted, amit te találtál ki? Mi a kedvenc könyved és mit tanultál belőle?)

   - Aktívkodj: pl. szervezz játékokat, szervezz kérdezős napokat, indíts kihívásokat, amikhez csatlakozni lehet! (fontos: csoportban nyereményjátékot nem indíthatsz, ez nem szabályos, le is tilthatják miatta a csoportot)

   - Kérd meg őket, hogy ha tudnak olyanról, akinek hasznos lehet a csoport, hívják meg!

3. Kérd meg a csoporttagokat, hogy ha tudnak olyanokról, akiknek segíthetne a csoport, annak meséljenek róla, terjesszék a csoport hírét!

4. Legyen több csoportod: egy nyilvános, amibe bárki csatlakozhat és amit bárki megoszthat és egy zárt azoknak, akiket mélyebben érdekel a témád.

5. Kényeztesd a csoporttagokat!

   Adj kedvezményeket, különleges lehetőségeket csak csoporttagoknak, hogy aktívak maradjanak. Bizonyos időközönként szervezhetsz személyes csoporttalálkozót is, ahova el lehet jönni, ismerkedni a többiekkel vagy virtuális beszélgetést élő adáson keresztül, ahol kötetlenül lehet kérdezni tőled és beszélgetni a többiekkel.

A csoport akkor fog beindulni, ha ápolod, legalább 2-3 hónapot érdemes rászánni, mire beindul és magától is aktívvá válik a csoport és ahogyan más közösséget sem hagyhatsz teljesen magára, úgy a csoportot sem.

Milyen tartalom legyen a csoportban?

A tartalommarketing mindig rengeteg munka, de míg a blogodra, a hírleveledbe, a Facebook oldaladra sok egyedi tartalmat kell fejlesztened, addig a csoportokban elég 1-1 gondolatot felvetni, kérdéseket feltenni és aztán hagyni, hogy a közösség tegye a dolgát :) Nem kötelező minden nap egyedi új tartalmakat készíteni a csoportba, hiszen ez nem egyirányú kommunikációs csatorna, a csoporttagok nem csak a te bejegyzéseidre reagálnak, hanem egymással is beszélgetnek, azonban rendszeresen kommunikálnod kell a tagokkal, hogy lássák, nem hagytad magára a csoportot. Milyen tartalmak lehetnek egy csoportban?

1. Közösségi tartalom: Bíztasd az olvasókat, hogy osszák meg az élményeiket, az általuk talált érdekes vagy hasznos cikkeket, képeket, videókat, valamint tegyenek fel saját élménybeszámolókat, írásokat, véleményeket, tapasztalatokat!

2. Saját posztok: A csoport számára írhatsz exkluzív bejegyzéseket is, amiket csak a csoporttagok olvashatnak.

3. Blogbejegyzések: A friss blogbejegyzéseidet mindig tedd ki a csoportba és az oldalad által szervezett eseményeket, a posztjaidat, videóidat is megoszthatod, így ha valaki a Facebook hírfolyamban nem találkozna a poszttal (annak ellenére, hogy lájkolta az oldaladat) de tagja a csoportodnak, nagyobb eséllyel látja a posztjaidat. (fontos tudni, hogy a csoporttagság sem jelenti azt, hogy az olvaósk 100%-ban látni fogják minden posztodat a csoportban, csupán az esélyt növeled vele, valamint minél aktívabb valaki egy csoportban, annál nagyobb az esélye, hogy találkozik a feltett új bejegyzésekkel)

4. Akciók, ajánlatok: Ha van valamilyen új terméket/szolgáltatásod, kampányod, mindenképpen tedd be a csoportba és adhatsz egyedi kedvezményeket is csak csoporttagoknak vagy egyfajta exkluzivitást a kampányoknál (pl. elsőként minden újdonságból csak a csoporttagok rendelhetnek és csak akkor teszed ki a lehetőséget nyilvánosan, ha maradt még hely)

5. Hírlevélfeliratkozás: ha van hírleveled, rendszeresen kommunikáld a csoportban a feliratkozási lehetőséget, írj arról, mit adsz ajándékba a feliratkozóknak, milyen hírlevelet küldesz ki hamarosan stb.

6. Interaktív posztok: ilyeneket osztottam meg veled az előző tanulmányban

7. Élő videók: a csoport exkluzivitását növelheted azzal, ha csak a tagok számára is készítesz élő videókat. Ez lehet egy rövid közvetítés 1-1 fontos és aktuális témáról, kérdezz-felelek alkalom, amikor a tagok kérdezhetnek tőled vagy elhívhatsz 1-1 szakértőt, aki válaszolni tud bizonyos speciális kérdéseikre (jogi problémák, orvosi kérdések stb.)

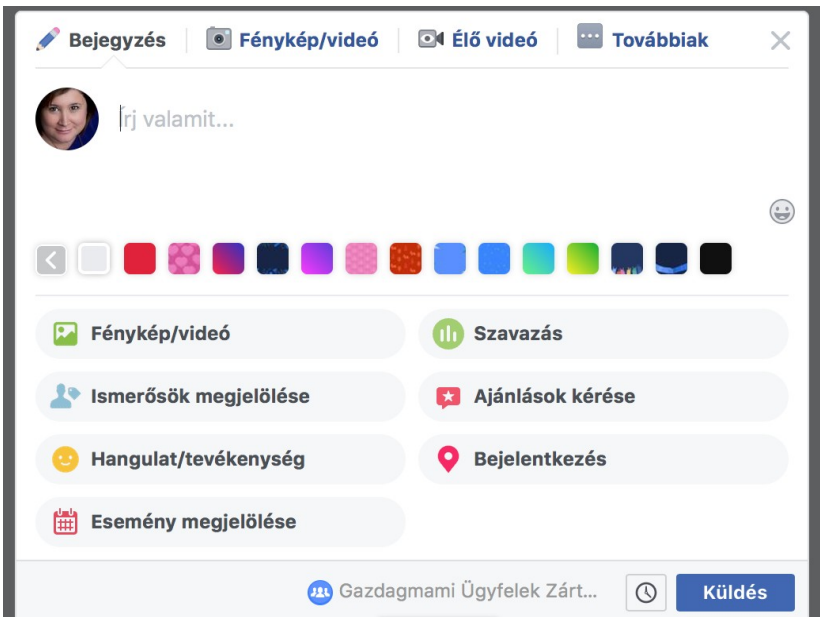
Korábban már létrehoztam egy csoportot, de nem túl aktív, mit tegyek?

Önmagában a csoport nem jelenti azt, hogy nagyobb lesz a posztjaid elérése, csak akkor látják többen a bejegyzéseket, ha a csoportod aktív is, éppen ezért, ha van egy régi, de már egy ideje inaktív csoportod, először „fel kell ébresztened” a tagokat. Ezt úgy tudod elérni, ha elkezdesz újra aktívan posztolni a csoportban, felvetsz új, érdekes témákat, ösztönzöd a tagokat, hogy kérdezzenek, szóljanak hozzá. Ha 2-3 héten át minden nap kerül ki új poszt, a csoport ismét életre kel.

Hogyan legyél aktív a csoportban anélkül, hogy minden időd ezzel menne el?

A csoportok legnagyobb hátránya, hogy itt kétirányú a kommunikáció, azaz nem csak te osztasz meg új posztokat, témákat, amikre aztán az olvasók reagálnak, hanem ők is felvetnek új kérdéseket, elindítanak új témákat, amiknek a kapcsán párbeszéd alakul ki és ez időben kevésbé irányítható, mint az egyoldalú „kiteszek egy posztot”-típusú kommunikáció. Ráadásul itt sokszor fontos is azonnal reagálni, válaszolni, moderálni, figyelemmel kísérni mi minden került fel. Kisvállalkozóként viszont nem töltheted minden idődet ezzel: hogyan csináld hatékonyabban?

1. Időzítsd be előre a posztjaidat! Ezt a Küldés gomb melletti kis óra ikonra kattintva teheted meg:



2. Készíts házirendet és abban kommunikáld, hogy a kérdésekre mennyi időn belül tudsz válaszolni!

3. Szabályozd, milyen kérdésekben kereshetnek téged a csoportban! (pl. ügyfélszolgálati, szállítással, fizetéssel, garanciával kapcsolatos kérdéseket ne ide tegyenek ki, hanem írjanak emailt, személyes kérdésekkel ne itt keressenek stb.)

4. Ha szabadságra mész, előre közöld a csoporttagokkal, így elkerülhetőek a félreértések!

5. Ha sok a kérdés, szervezz „fogadóórát” hetente, kéthetente vagy havonta 1x, amikor ott vagy 1 órán át a csoportban és akkor lehet feltenni neked kérdéseket.

6. Tervezd be a napirendedbe, hogy a nap folyamán mikor nézel fel a csoportba és olyankor válaszolj minden kérdésre, reagálj a hozzászólásokra stb., ne figyelgesd egész nap állandóan, mi minden kerül fel, hanem egy nap egyszer egyben reagálj mindenre!

7. Kérj fel 1-1 törzstagot vagy az asszisztensedet moderátornak, így nem kell minden nap még ezzel is foglalkoznod!

Mi az, amivel ezentúl biztosan eléred a követőidet? A Facebook Élő Közvetítés! Már csak az a kérdés hogyan fogj bele, miről beszélj, mit mutass meg, hányszor csináld...
Ezekben segítek majd a sorozat 3. részében, január 22-én!