

## **Kuidas strateegia koostada terveks aastaks? Süsteemsus - sisuplaan**

Õige ongi lähtuda strateegiast, saada aru, kas ja kui palju on mõistlik luua sisu ise, kui palju kasutada klientide loodud sisu, võibolla üldse bannereid. Teha konkreetne kuuplaan - nt google drive'i excelisse, kus postituste tüübid ja teemad ees. Planeerida sisu tootmine (foto ja videotööd) ja meediaelarve. Postitused saab ette valmistada Facebookis Schedule abil ja Instagramis Later.com rakendusega.

## **Kuidas valda turundada?**

Vastavalt eesmärkidele. Jällegi esmalt strateegia. Kellele, miks ja mida? Võibolla on vaja turundada valda välja, võibolla sisse, võibolla kujundada mainet võibolla saada juurde sissekirjutusi jne... Facebook info edastuseks väga ok, eriti Grupp funktsionaalsus - valdade, külade, linnaosade jne grupid on väga aktiivsed kohad suhtlemiseks ja vald peaks seal oma infoga väljas olema.

## **Koostöö ja millist sisu toota?**

Koostöö ühe piirkonna ettevõtete vahel on väga oluline. Tehke ühiskampaaniaid, jagage teineteise sisu (koos selgitusega oma fännidele, miks see neile oluline peaks olema). Kasutage ära klientide ja külaliste loodud sisu ja repostige.

## **Kuidas jälgijad viia ostuni?**

Kui see on sotsiaalmeedia strateegia peamine eesmärk - saada ost, siis sisuliselt iga postitus peaks olema linkpostitus veebi, kus saab ostu teostada. Tuleks luua pidevalt sellist väärtust pakkuvat sisu, mis paneks inimest toodet või teenust järjest rohkem tahtma ja tekitaks järjest rohkem usaldust ettevõtte vastu, kuni ta lõpuks ära ostab. Kõige mõistlikum lahendus on conversion optimized bannerid ja remarketing fännibaasile ja kodulehte külastanud inimestele.

## **Kuidas teha ägedaid postitusi?**

Vaata seda Content Marketing perioodilisuse tabelit. Äge visuaal, video, animatsioon, äge foto, peputurundus, traktor loosiks, cinemagraph, droonifoto jne... hakkab silma esmalt ja siis äge tekst, mis kutsub üles engagementi - like, share, comment.. ja siis juba hakkab postitus ka levima ja kui levib hästi, siis pange boostiraha ka peale suunatult soovitus sihtgrupile.

## **Instagrami ja Facebooki seosed ja erisused? Kaasaegne turundus?**

Instagram on peamiselt visuaalil põhinev sotsiaalmeediakanal. Algselt vaid fotol, praegu foto, video, stoori, live. Noored ei viitsi teksti lugeda, nad omandavad infot pildi või video pealt. Seega pange oma visuaalid oma kasuks rääkima ja tekstiga vaid kergelt toetage või suunake.

Facebook on rohkem selline multimedia sotsiaalmeedia kanal, kus loetakse ka pikki tekste, jagatakse jne. Erisus on see, et Facebookis pole mõtet hashtage kasutada, kui siis ainult oma peamise hashtagi kommunikeerimiseks, et inimesed seda pärast instas ise kasutada teaks.

## **Videopostitused - tegemine ja levitamine? Ideed ja inspiratsioon?**

Väga keeruline ühest soovitus anda. Videosid vaadatakse nii Facebookis kui Instas peamiselt ilma helita, seega peaks olema videos subtiitrid või suured tekstid graafikas. Youtube'i nt ei vaata keegi ilma helita. Facebooki seina aga keritakse ilma helita ja kui sul video peal pole suuri tekste, mis kohe silma hakkavad, siis ei vaata keegi neid videosid edasi ega häälega.

### **Kuidas jõuda õige sihtgrupini?**

Boostiga ja banneriga, kus õige sihgrupp defineeritud.

Auhinnamänguga, kus auhinnaks on teie oma toode.

### **Kuidas uue tulijana välja paista?**

Olla julge ja eristuv, teha midagi, mida teised pole veel teinud.

Kõmu, sensatsioon - vaata seda tabelit, mis sisu levima hakkab.

Paha ei tee kohe alustades teha jõuliselt tasulist reklaami ja loosi.

### **Trendid!**

Neist sai natuke räägitud :)

### **Kuidas värki teha Instagramis :)**

Instagramis peab sisu olema visuaalselt ilus. Kasutage fotograafi, kes teeb teie tootest teenusest suure galerii pilte ja siis postitage neid automatiseeritult (nt Later.com) rakendusega regulaarselt koos ägedate tekstide ja hunnikute hashtagidega. Ärge unustage siis jooksvatest tegemistest kõvasti ka stoorisid teha ja Instagrami auditorium tavapostituste rahalise boostimise tulemusel ei kasva, boostida tasub pigem loosimängu. Kaasata influencersid jne.

### **Facebooki pixel ja mängud**

Mängudest rääkisime, näited presentatsioonis.

Facebooki pixel on oluline vaid neile, kes kasutavad rahalisi lahendusi. Bannereid ja postituste boosti, et näiteks oma kodulehte külastanud inimestele näidata reklaami ja nad tagasi kutsuda või siis mõõta bannerite puhul klikkide asemel conversionit - nt oste või broneerimisi.

### **Kust tulevad jälgijad Instagrami?**

Manuaalse töö tulemusel - "follow - unfollow" strateegia

Loosimängude abil

Instagrami influencerite abil

Sinu teistest kanalitest

Vähem sisu boostimise abil

Klientide loodud sisu abil

### **Kuhu kaob raha?**

Kui strateegiat pole ja ei tea mida mõõta, siis kaobki kõik raha ära ja ikka Facebookile.

### **Kui oluline on kliendi jaoks ilus feed?**

Väga oluline, kui ta märkab sinu mingit mängu, postitust või seda, et sa teda jälgima hakkasid ja like'isid, vaatab su feedi ja ei saa kohe aru, millega on tegu või ei hinda su sisu piisavalt atraktiivseks, siis ta ei follow sind.

### **Mis juhtub aastavahetusel? :)**

Vist mingi suuremat sorti pidu! Tehke pilte ja stoorisid ja live'e :)

**Kas mul on seda jama vaja? :)**

Ei pruugi olla, tööta strateegia välja, saad teada. Äkki on muid kanaleid pidi lihtsam kliente saada ja raha teenida! :)

Marko Saue,  
Goal Marketing OÜ juhataja  
+372 552 5757  
[marko@goal.ee](mailto:marko@goal.ee)  
[www.goal.ee](http://www.goal.ee)