Wirtualna Asystentka i Fanpage klienta

- jak z sukcesem współpracować z klientem na jego stronie na Facebooku?

Agnieszka Pojda

CZERWIEC 2021

worqAssist

Kim jestem?



Agnieszka Pojda
CEO worqAssist

Jestem kreatywną Wirtualną Asystentką i pomagam małym biznesom, tworzyć duże treści.

Działam głównie w obszarze Social Mediów, tworząc content (treść i grafiki) oraz wewnątrz biznesów, gdzie pomagam tworzyć e-booki, kursy on-line, newslettery i wiele innych.

worqAssist

Rozkład jazdy szkolenia:

CZĘŚĆ 1

DO BIEGU → czyli przed rozpoczęciem współpracy

- ★ formalności
- ★ dostępy
- ★ analiza

CZĘŚĆ 2

GOTOWI → rozpoczęcie współpracy

- ★ plan działania
- ★ content
- ★ „baza” od klienta

CZĘŚĆ 3

START → działamy na Fanpage’u Klienta!

- ★ tworzymy treści
- ★ planujemy posty na FB
- ★ wskazówki

FORMALNOŚCI

1. Umowa o współpracy / prowadzeniu Fanpage'a.
2. Zakres obowiązków Wirtualnej Asystentki - najlepiej określić w umowie, następnie w przypadku ich rozszerzenia - aneksować.
3. Umowa powierzenia i przetwarzania danych osobowych RODO.
4. BEZPIECZEŃSTWO!!

- Dwuskładnikowe logowanie się do Facebooka na Twoim prywatnym koncie!
- Zabezpieczenie komputera (hasło!).
- Zabezpieczenie telefonu.
- Zabezpieczenie tabletu.

DOSTĘPY – Role na stronie (1)

Role na stronie, które może przydzielić Ci klient – najczęściej wykorzystywane:

1. Administrator
2. Redaktor
3. Moderator

	Administrator	Redaktor	Moderator	Reklamodawca	Analityk
Zarządzanie rolami na stronie oraz ustawieniami	✔				
Edycja strony i dodawanie aplikacji	✔	✔			
Tworzenie i usuwanie postów w imieniu strony	✔	✔			
Wysyłanie wiadomości w imieniu strony	✔	✔	✔		
Odpowiadanie na komentarze i usuwanie komentarzy oraz postów ze strony	✔	✔	✔		
Blokowanie osób i usuwanie ich ze strony	✔	✔	✔		
Tworzenie reklam, promocji i promowanych postów	✔	✔	✔	✔	
Wyświetlanie statystyk	✔	✔	✔	✔	✔
Wyświetlanie karty Jakość strony	✔	✔	✔	✔	✔
Sprawdzanie, kto zamieścił post w imieniu strony	✔	✔	✔	✔	✔
Publikowanie ofert pracy i zarządzanie nimi	✔	✔			
Włączenie funkcji ofert pracy w poście	✔	✔			

ŹRÓDŁO: https://www.facebook.com/help/289207354498410/?helpref=search&query=role%20na%20stronie&search_session_id=ef27e502c6da0af8a4a0ff3342cc5803&sr=3

DOSTĘPY – Role na stronie (2) – Nowe środowisko stron

Role na klasycznej wersji strony zostały zaktualizowane, ale nie działają jeszcze na wszystkich stronach! [stan na 9.06.2021 roku]

Zamiast ról na stronie użytkownicy mogą mieć **dostęp do Facebooka** lub **dostęp do zadań**.

Role na klasycznej wersji strony	Dostęp do strony w nowym środowisku stron
Administrator	Dostęp do Facebooka z pełną kontrolą
Redaktor	Dostęp do Facebooka z częściową kontrolą
Moderator	Dostęp do zadań: Odpowiedzi na wiadomości, Aktywność w społeczności, Reklamy, Statystyki
Reklamodawca	Dostęp do zadań: Reklamy, Statystyki
Analityk	Dostęp do zadań: Statystyki

DOSTĘPY – Role na stronie (2) – Nowe środowisko stron

Dostęp do Facebooka

Użytkownicy z dostępem do Facebooka z pełną lub częściową kontrolą mogą zarządzać następującymi elementami:

- **Zawartość:** Tworzenie i usuwanie dowolnych treści na stronie (np. postów, relacji) oraz zarządzanie nimi.
- **Wiadomości:** Odpowiadanie na wiadomości Direct jako strona w Skrzynce odbiorczej.
- **Komentarze:** Odpowiadanie na komentarze na stronie oraz edytowanie lub usuwanie istniejących komentarzy strony.
- **Powiązane konta:** Dodawanie i usuwanie powiązanych kont (np. na Instagramie) lub zarządzanie nimi.
- **Reklamy:** Tworzenie i usuwanie reklam oraz zarządzanie nimi.
- **Statystyki:** Wykorzystywanie statystyk strony, postów i reklam do analizowania skuteczności strony.
- **Wydarzenia:** Tworzenie, edytowanie i usuwanie wydarzeń przez stronę.
- **Usuwanie i blokowanie:** Blokowanie osób lub usuwanie ich ze strony.

Użytkownicy z dostępem do Facebooka z pełną kontrolą mogą zarządzać następującymi elementami:

- **Ustawienia:** Zarządzanie i edytowanie wszystkimi ustawieniami, takimi jak informacje o stronie i usuwanie strony.
- **Dostęp:** Przyznanie lub usunięcie dostępu do Facebooka lub do zadania stronie lub powiązanemu kontu na Instagramie, w tym osobom z dostępem do Facebooka z pełną kontrolą.

Zasady działania z Klientem

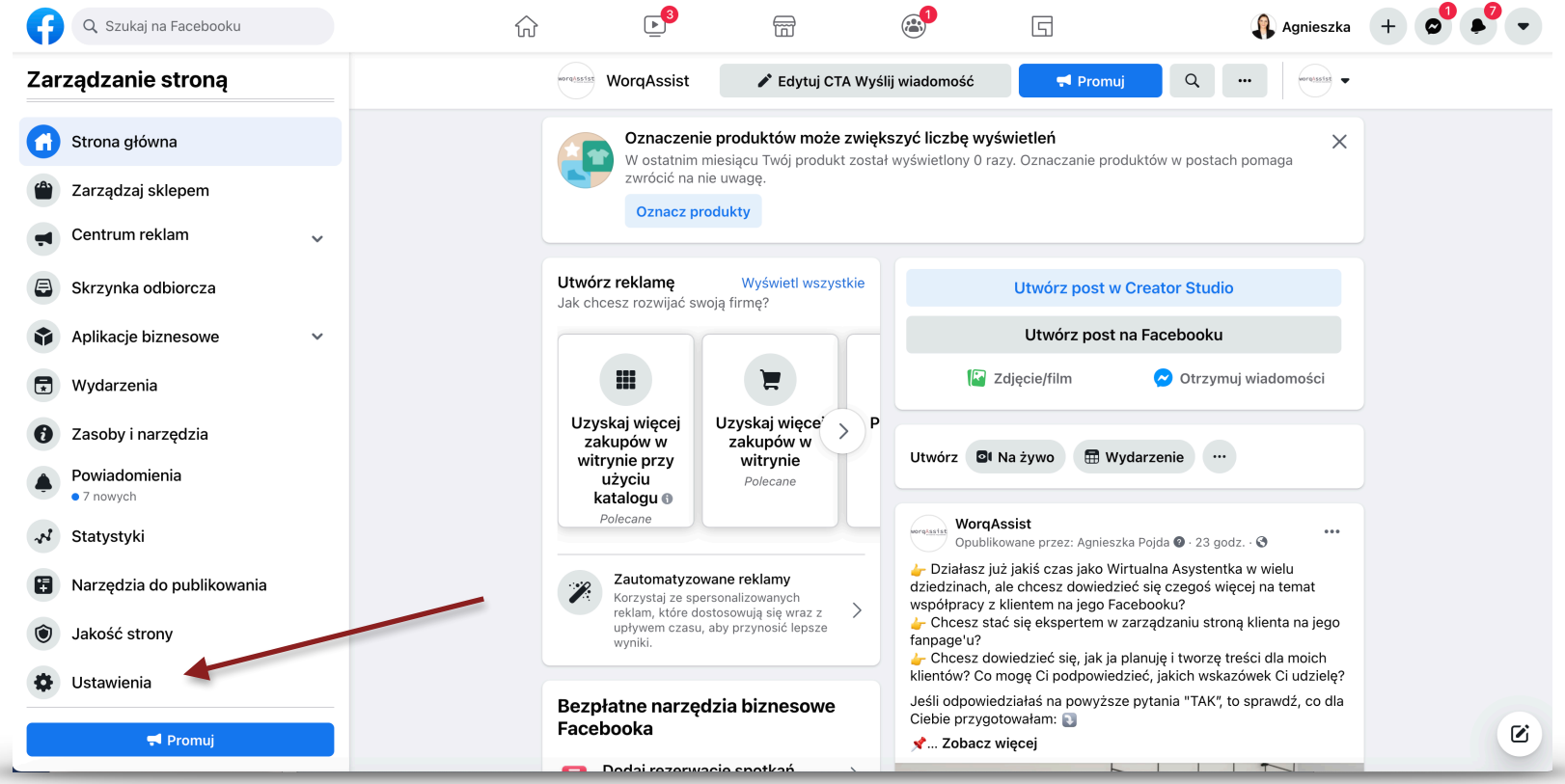
Dostęp do zadań

Użytkownicy z dostępem do zadań mogą zarządzać stroną z poziomu innych narzędzi do zarządzania, takich jak **Facebook Business Suite**, **Creator Studio**, **Menedżer reklam** lub **Menedżer firmy**.
To oznacza, że osoby te **nie mogą przełączyć się na stronę ani zarządzać nią na Facebooku**.

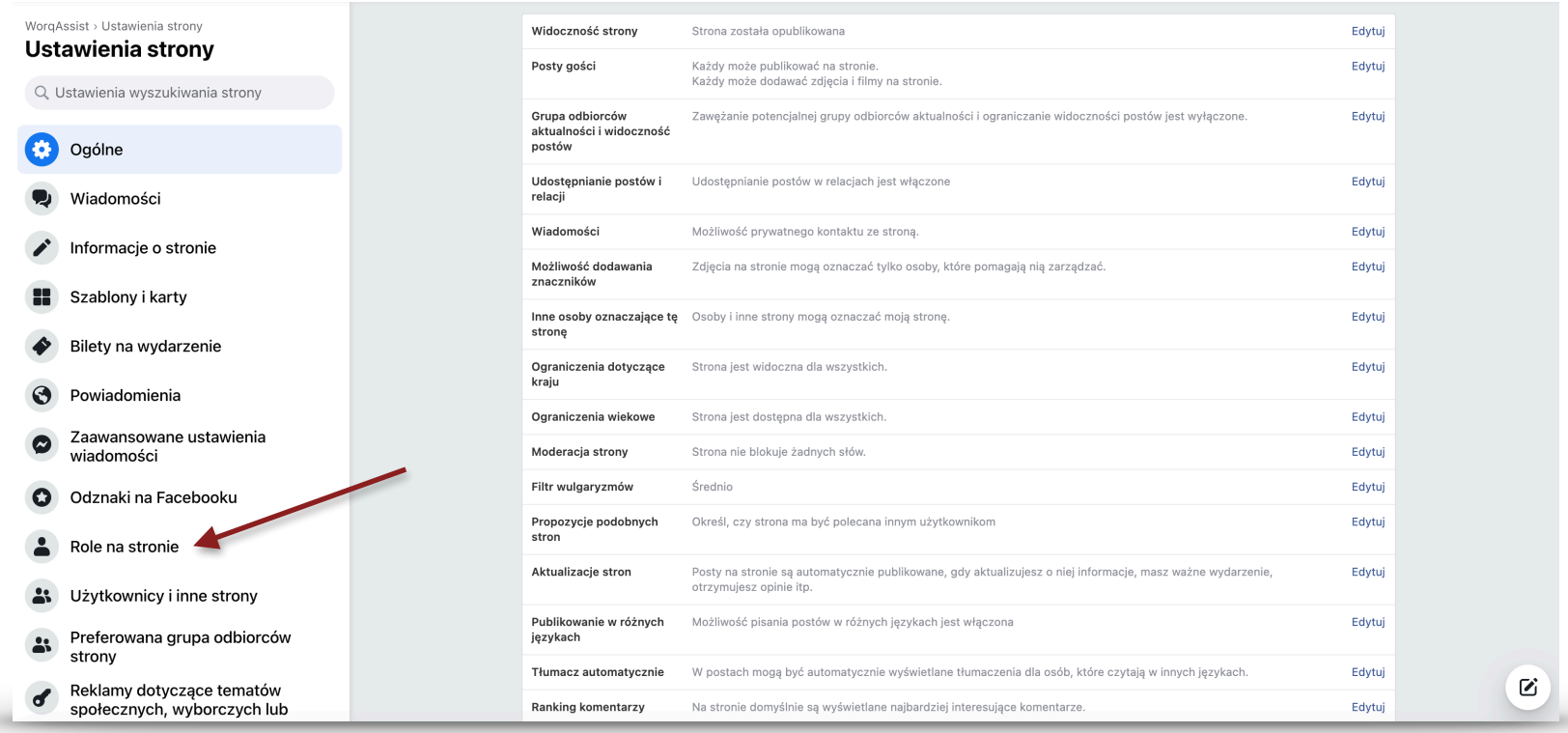
Mogą zarządzać następującymi elementami:

- **Zawartość:** Tworzenie i usuwanie postów, relacji itp. oraz zarządzanie nimi. Odpowiadanie na komentarze i aktualizowanie informacji o stronie.
- **Wiadomości i Aktywność w społeczności**: Odpowiadanie na wiadomość Direct jako strona w skrzynce odbiorczej, komentowanie, zarządzanie niepożądaną zawartością, zgłaszanie aktywności na stronie itp.
- **Reklamy:** Tworzenie i usuwanie reklam, zarządzanie nimi oraz wykonywanie innych zadań związanych z reklamami.
- **Statystyki:** Wyświetlanie wyników strony, zawartości i reklam oraz innych wskaźników.

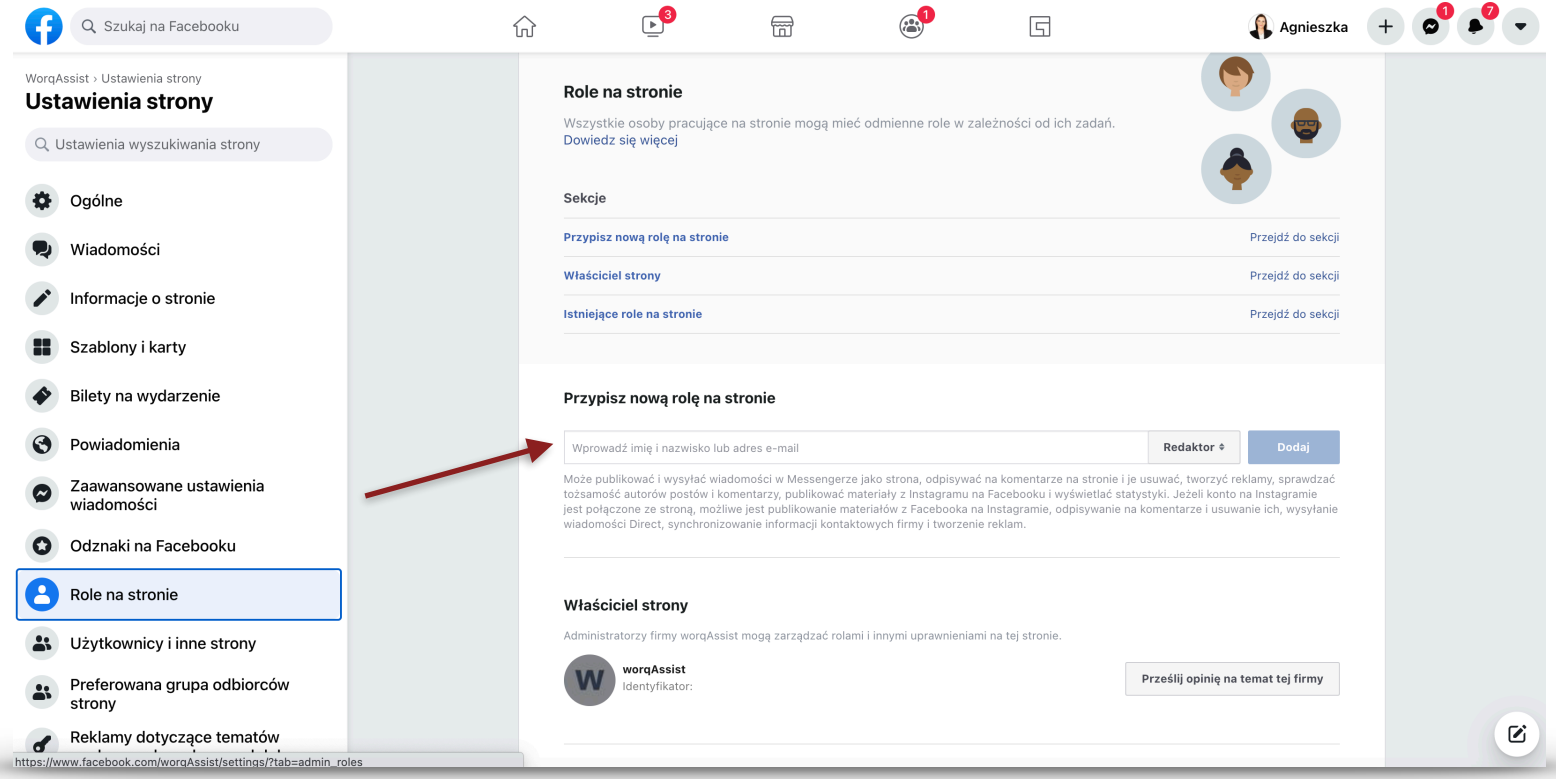
Jak klient przyzna Ci dostęp do swojego Fanpage'a?



Jak klient przyzna Ci dostęp do swojego Fanpage'a?

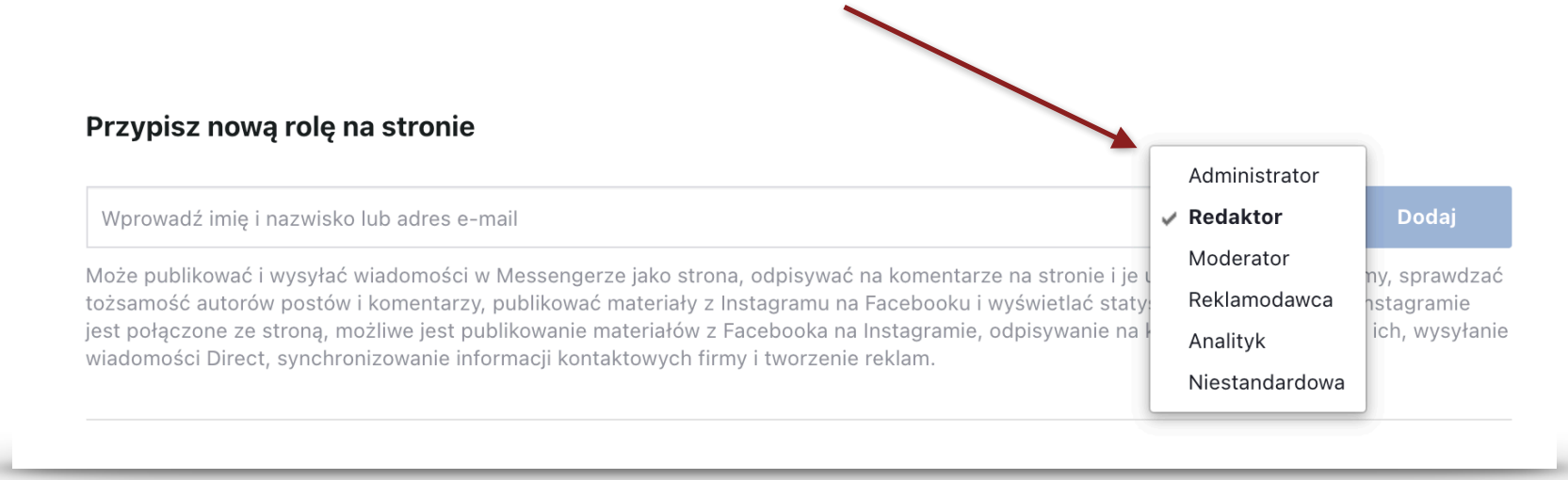


Jak klient przyzna Ci dostęp do swojego Fanpage'a?



worqAssist

Jak klient przyzna Ci dostęp do swojego Fanpage'a?

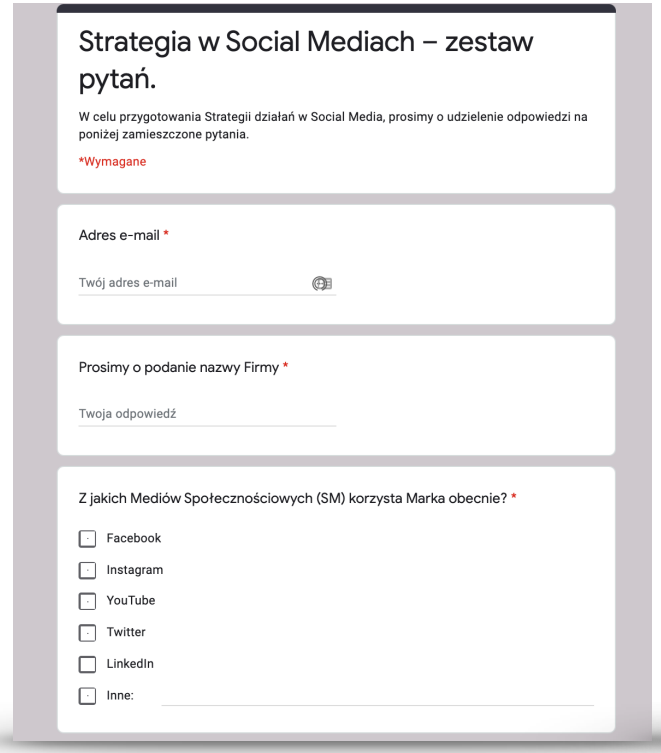


ANALIZA – zajrzyj, zanim zaczniesz

Analiza dotychczasowych treści publikowanych na Fanpage'u Klienta w ostatnim i/lub przedostatnim kwartale:

1. Jaki typ treści ma największy zasięg?
2. Jakie treści cieszą się największym zaangażowaniem?
3. Które treści uzyskują najwięcej udostępnień?
4. Czy lepsze są treści ponadczasowe czy newsowe?
5. Jaki ton treści sprawdza się najlepiej i najbardziej angażuje?
6. Jaka długość treści działa najlepiej?
7. Która tematyka cieszy się największą popularnością?
8. Czy teksty są odpowiednio dopasowane do person tematem i stylem?
9. Czy w treściach znajdują się CTA (wezwania do działania – call to action)?

ANALIZA – pytania do klienta



Strategia w Social Mediach – zestaw pytań.

W celu przygotowania Strategii działań w Social Media, prosimy o udzielenie odpowiedzi na poniżej zamieszczone pytania.

*Wymagane

Adres e-mail *

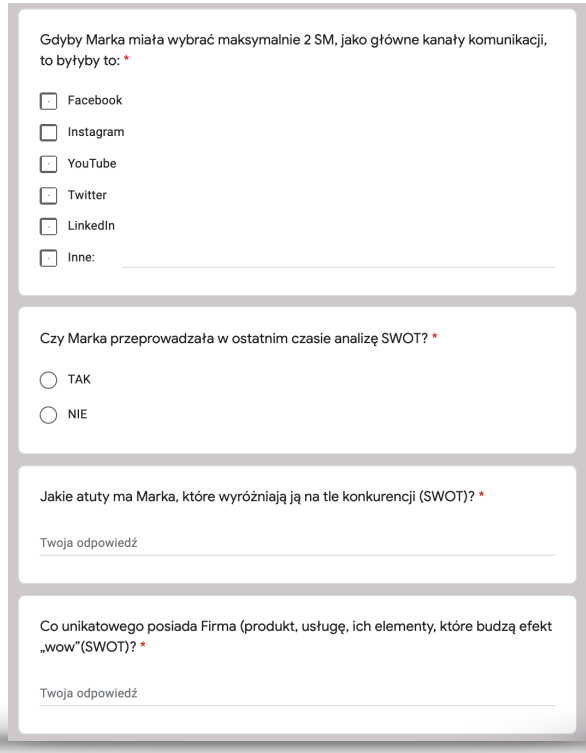
Twój adres e-mail

Prosimy o podanie nazwy Firmy *

Twoja odpowiedź

Z jakich Mediów Społecznościowych (SM) korzysta Marka obecnie? *

- [ ] Facebook
- [ ] Instagram
- [ ] YouTube
- [ ] Twitter
- [ ] LinkedIn
- [ ] Inne:



Gdyby Marka miała wybrać maksymalnie 2 SM, jako główne kanały komunikacji, to byłyby to: *

- [ ] Facebook
- [ ] Instagram
- [ ] YouTube
- [ ] Twitter
- [ ] LinkedIn
- [ ] Inne:

Czy Marka przeprowadzała w ostatnim czasie analizę SWOT? *

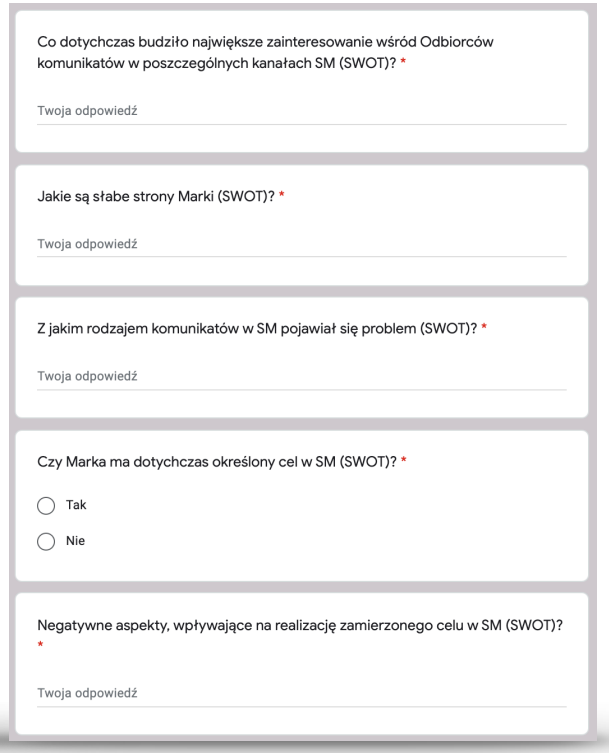
- ◯ TAK
- ◯ NIE

Jakie atuty ma Marka, które wyróżniają ją na tle konkurencji (SWOT)? *

Twoja odpowiedź

Co unikatowego posiada Firma (produkt, usługę, ich elementy, które budzą efekt „wow"(SWOT)? *

Twoja odpowiedź



Co dotychczas budziło największe zainteresowanie wśród Odbiorców komunikatów w poszczególnych kanałach SM (SWOT)? *

Twoja odpowiedź

Jakie są słabe strony Marki (SWOT)? *

Twoja odpowiedź

Z jakim rodzajem komunikatów w SM pojawiał się problem (SWOT)? *

Twoja odpowiedź

Czy Marka ma dotychczas określony cel w SM (SWOT)? *

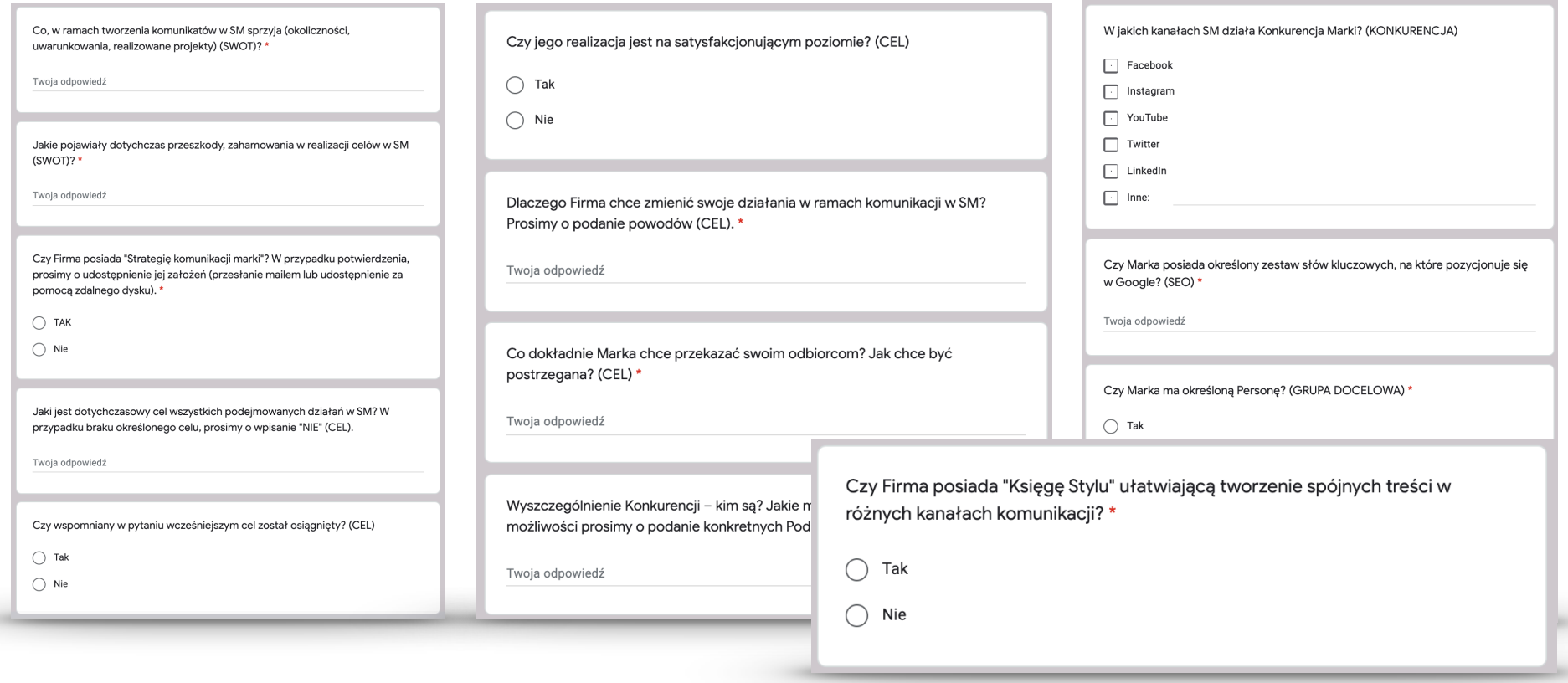
- ◯ Tak
- ◯ Nie

Negatywne aspekty, wpływające na realizację zamierzonego celu w SM (SWOT)? *

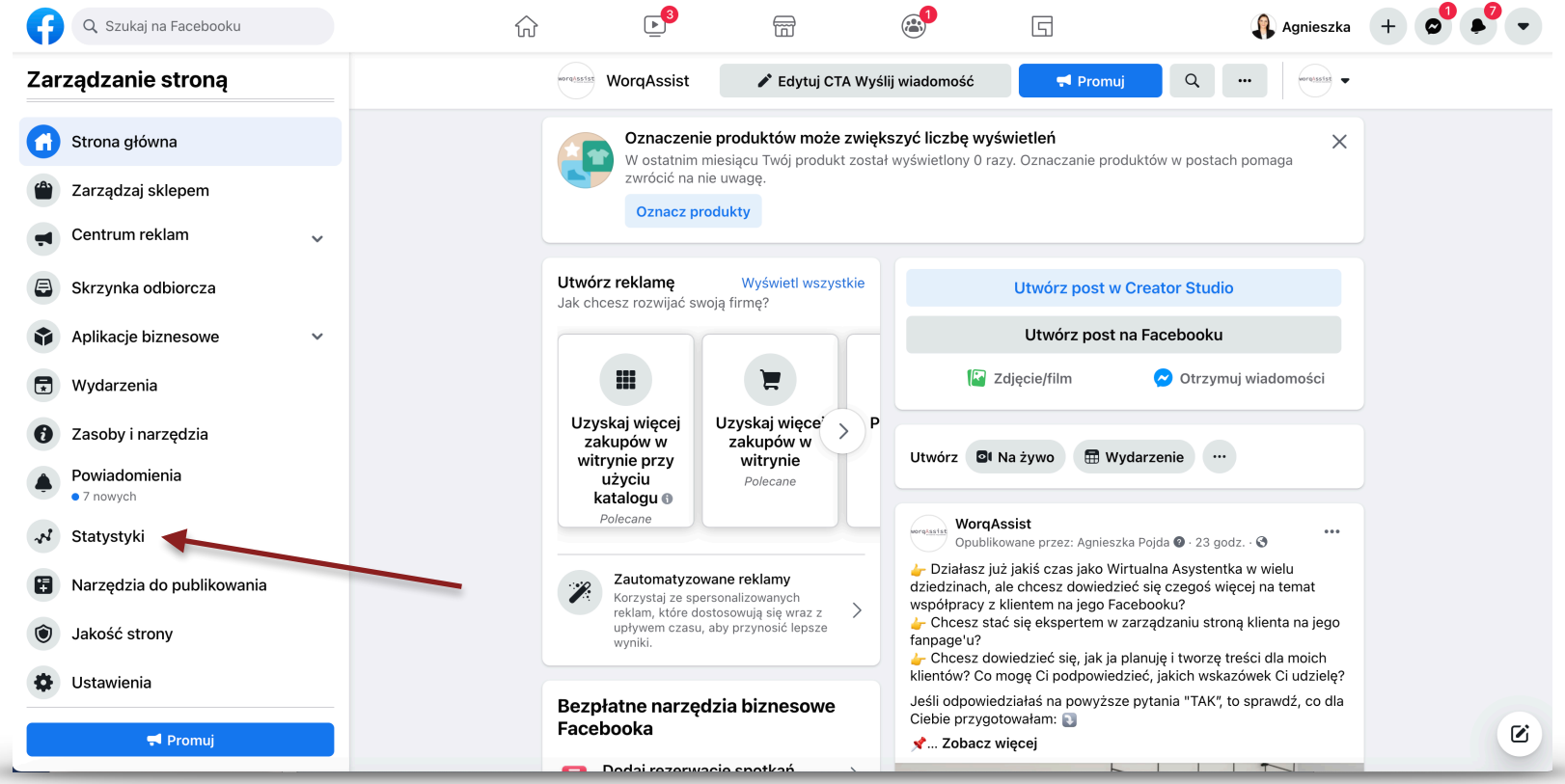
Twoja odpowiedź

worqAssist

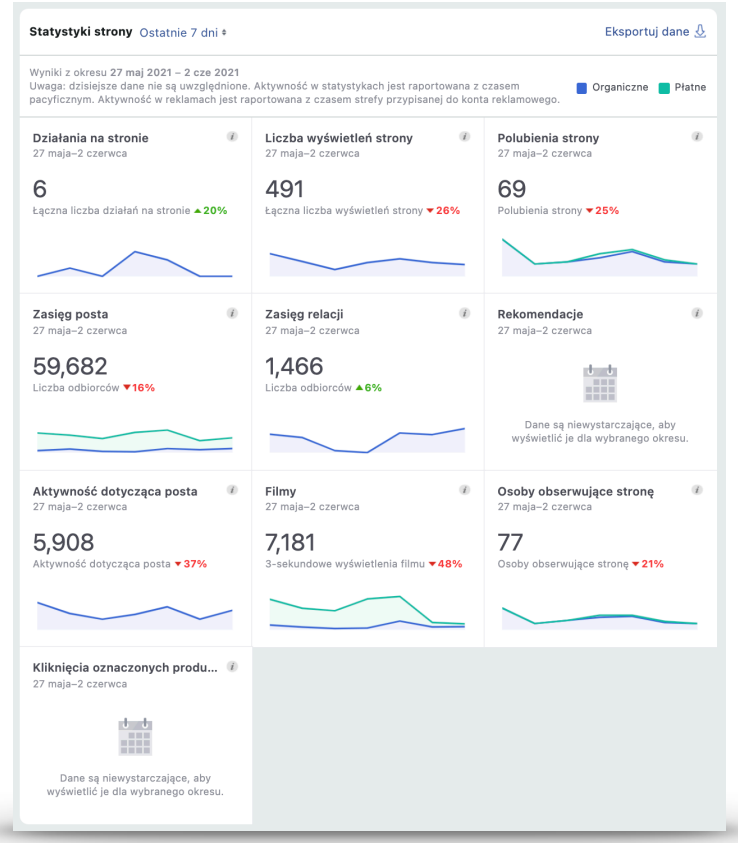
ANALIZA – pytania do klienta

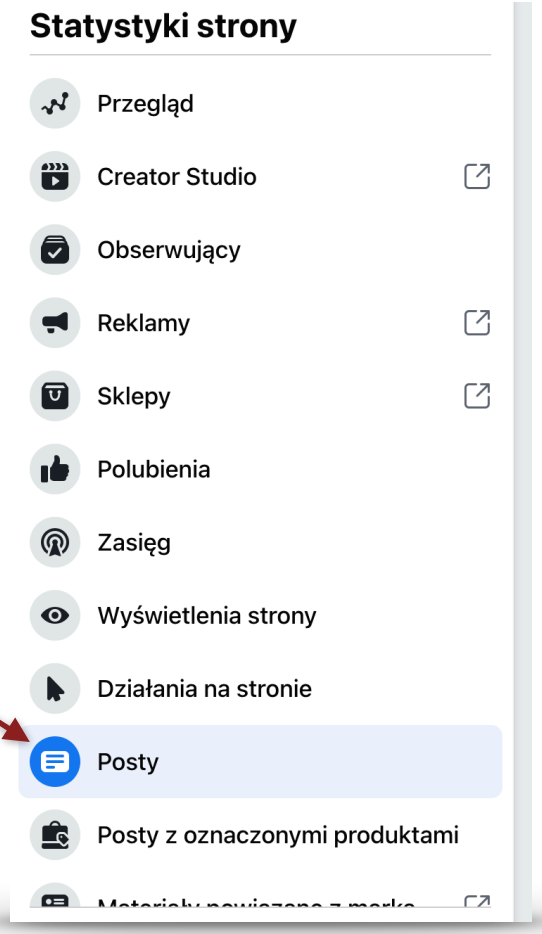


ANALIZA – statystyk na Fanpage'u



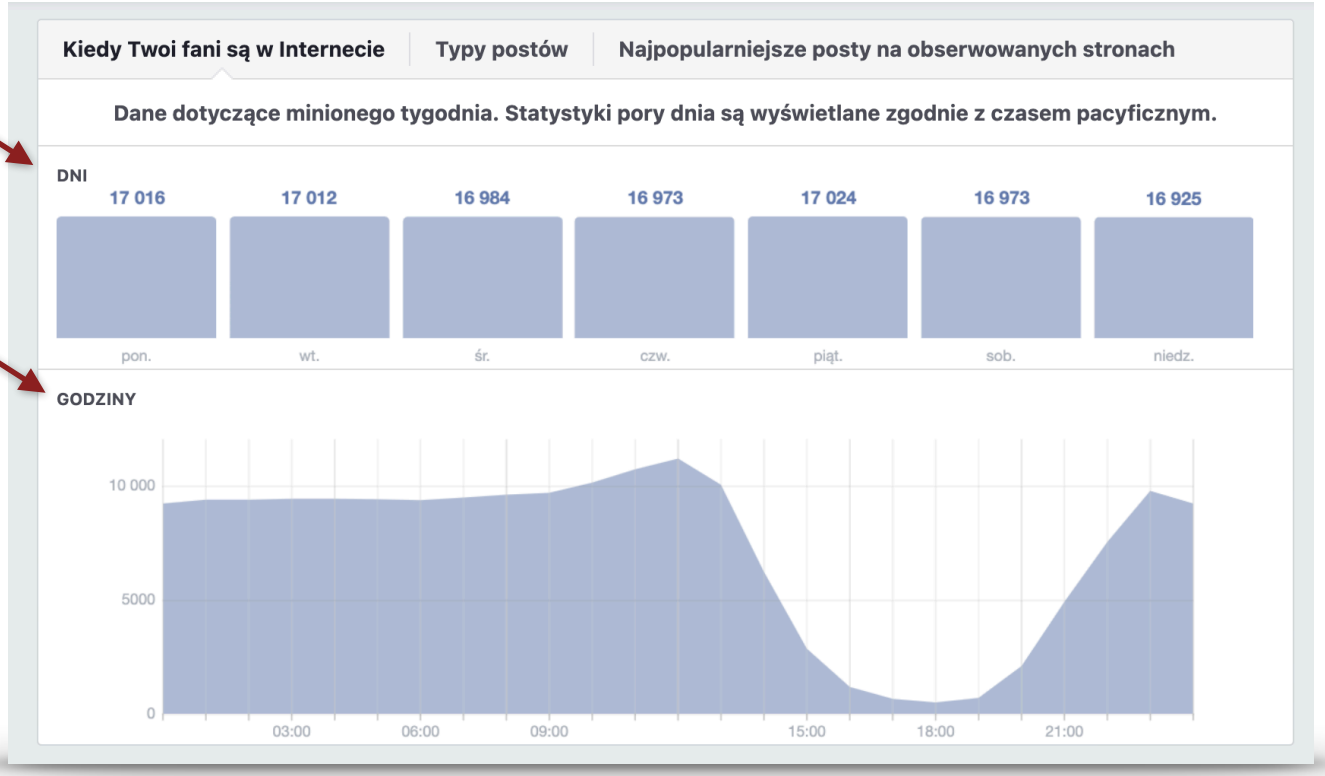
ANALIZA – statystyk na Fanpage'u





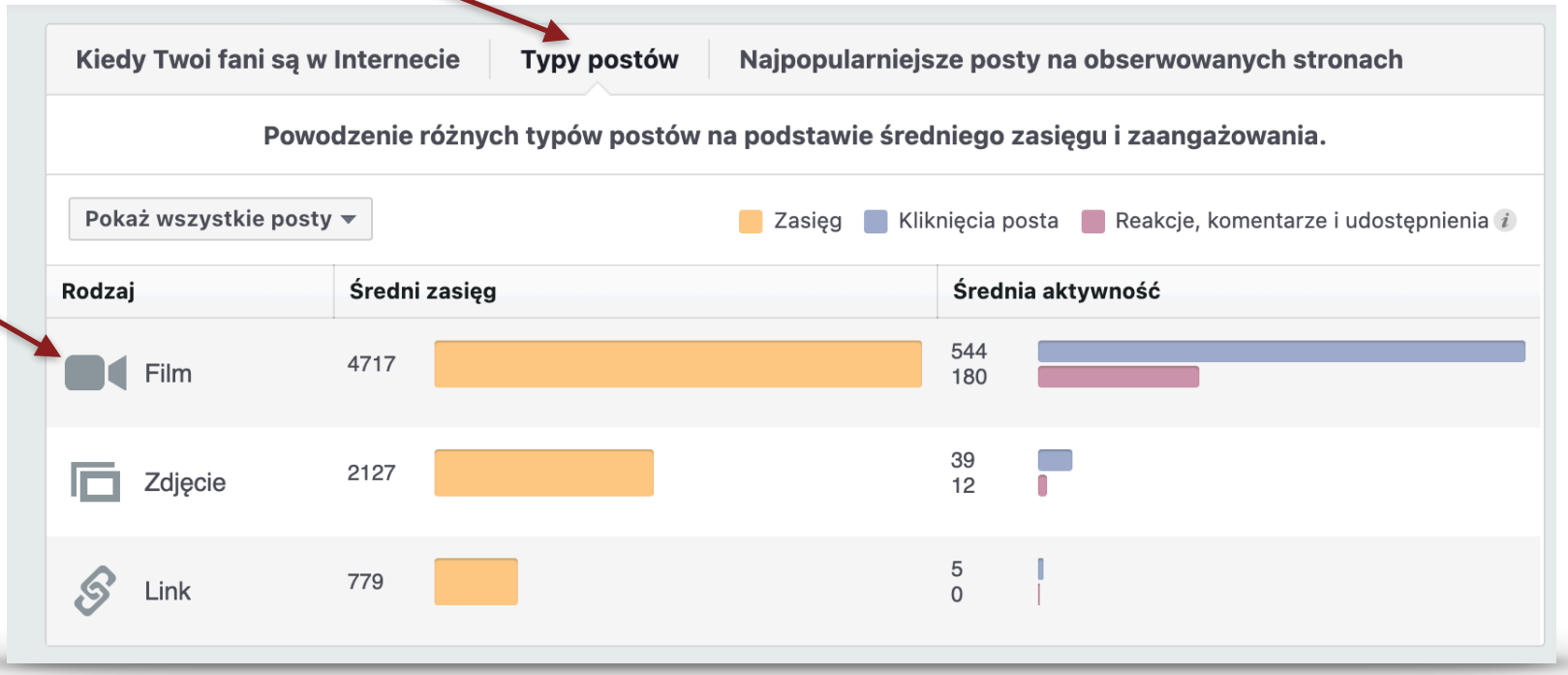
worqAssist

ANALIZA – statystyk na Fanpage'u



worqAssist

ANALIZA – statystyk na Fanpage'u



worqAssist

Rozkład jazdy szkolenia:

CZĘŚĆ 1

DO BIEGU → czyli przed rozpoczęciem współpracy

- ★ formalności
- ★ dostępy
- ★ analiza

CZĘŚĆ 2

GOTOWI → rozpoczęcie współpracy

- ★ plan działania
- ★ content
- ★ „baza” od klienta

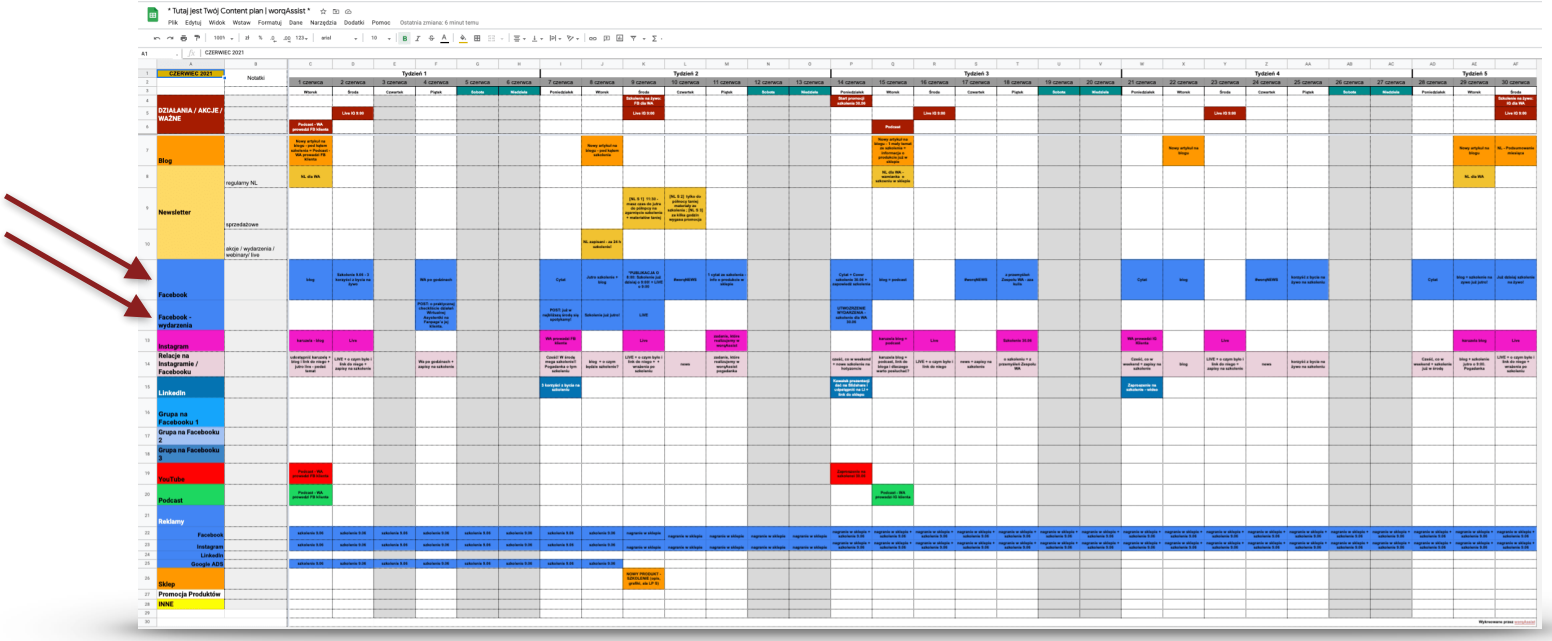
CZĘŚĆ 3

START → działamy na Fanpage’u Klienta!

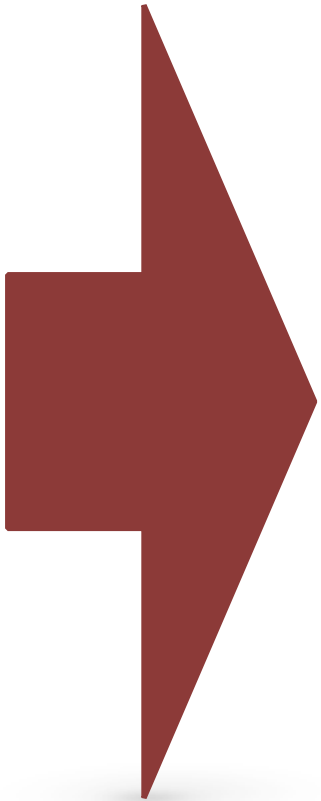
- ★ tworzymy treści
- ★ planujemy posty na FB
- ★ wskazówki

PLAN DZIAŁANIA

1. Harmonogram treści do publikacji



PLAN DZIAŁANIA: przepis na zgrabne planowanie zadań



1. Harmonogram publikacji (plan treści).
2. Ustalenie głównego komunikatu akcji.
3. Baza, czyli np. treść na LandinPage zapisów / sprzedażowy.
4. Treści postów w 1 kanale (np. na Fanpage).
5. Spójne treści w pozostałych kanałach.
6. Zawsze akcept klienta co do treści postów na FB.
7. Zaplanowanie postów.

PLAN DZIAŁANIA

1. Harmonogram treści do publikacji.
2. Określenie stylu: tekst i grafika.
3. Lista rzeczy, o których nie mówimy na Fanpage’u marki.
4. Przekazanie przez Klienta materiałów (Identyfikacja wizualna (logo), zdjęcia, wsad merytoryczny).

CONTENT – szablon grafik na podstawie Canvy

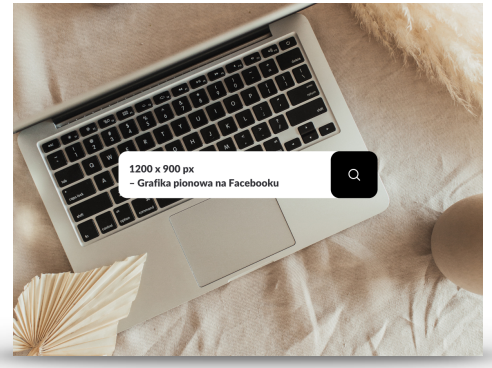
1. Do wyboru kilka rozmiarów.
2. Zasada spójności: dobrze prezentuje się fanpage, który jest spójny i publikuje jeden rozmiar.

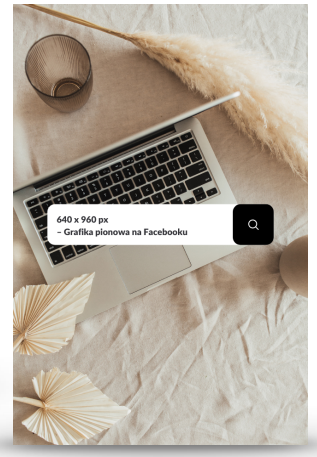
★ **Zdjęcie / grafika pionowe** – Facebook rekomenduje przygotować w formacie 2:3.

Taka grafika wygląda dobrze np. w rozmiarze 500 × 750 px lub 640 x 960 px.

★ **Zdjęcie / grafika pozioma** – Facebook nie narzuca Ci konkretnego stosunku boków.

Dobrze wygląda w rozmiarze 1200 x 900 px.





CONTENT – szablon grafik na podstawie Canvy

Zobacz więcej:

szablon Covera (zdjęcie w tle na Fanpage'u), Cover wydarzenia oraz inne formaty grafik do użycia w postach na Facebooku w blogpoście na WorqAssist.com



Facebook – rozmiary 3 grafik na Fanpage'u [AKTUALIZACJA CZERWIEC 2021]

utworzone przez Agnieszka | Social Media | 0 komentarzy

Ruszasz z fanpage'em swojej marki? Tworzysz już wartościowe treści na Facebooku?

Potrzebujesz jednak informacji dotyczących obowiązujących wymiarów grafik – jak je odpowiednio dobrać do urządzeń, na których są odbierane? Bez obaw – to nie takie trudne!

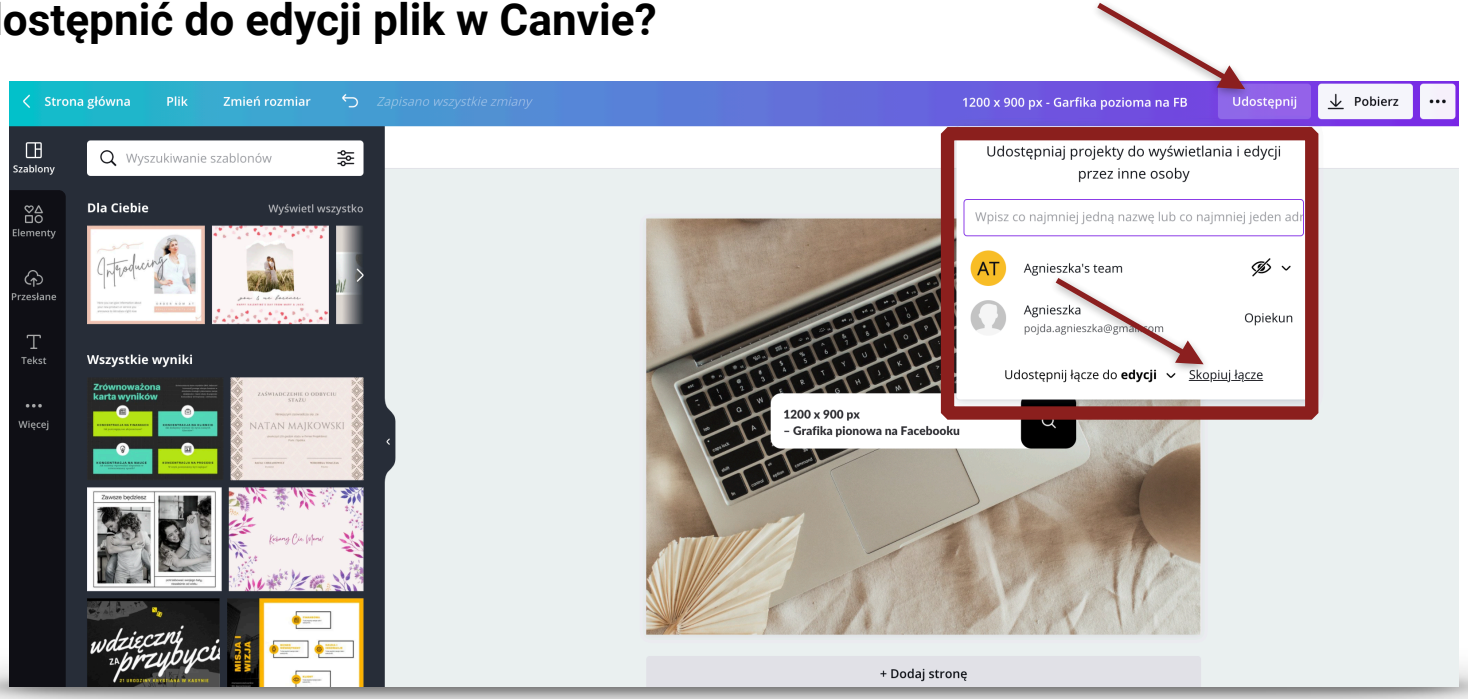
Zapraszam do przeczytania wpisu, który dla Ciebie przygotowałam.

Zapoznaj się z aktualnymi wymiarami grafik, które możesz wykorzystać, gdy tworzysz swoje posty.

CONTENT – szablon grafik na podstawie Canvy

★ Plik współedytowalny z Klientem i Zespołem.

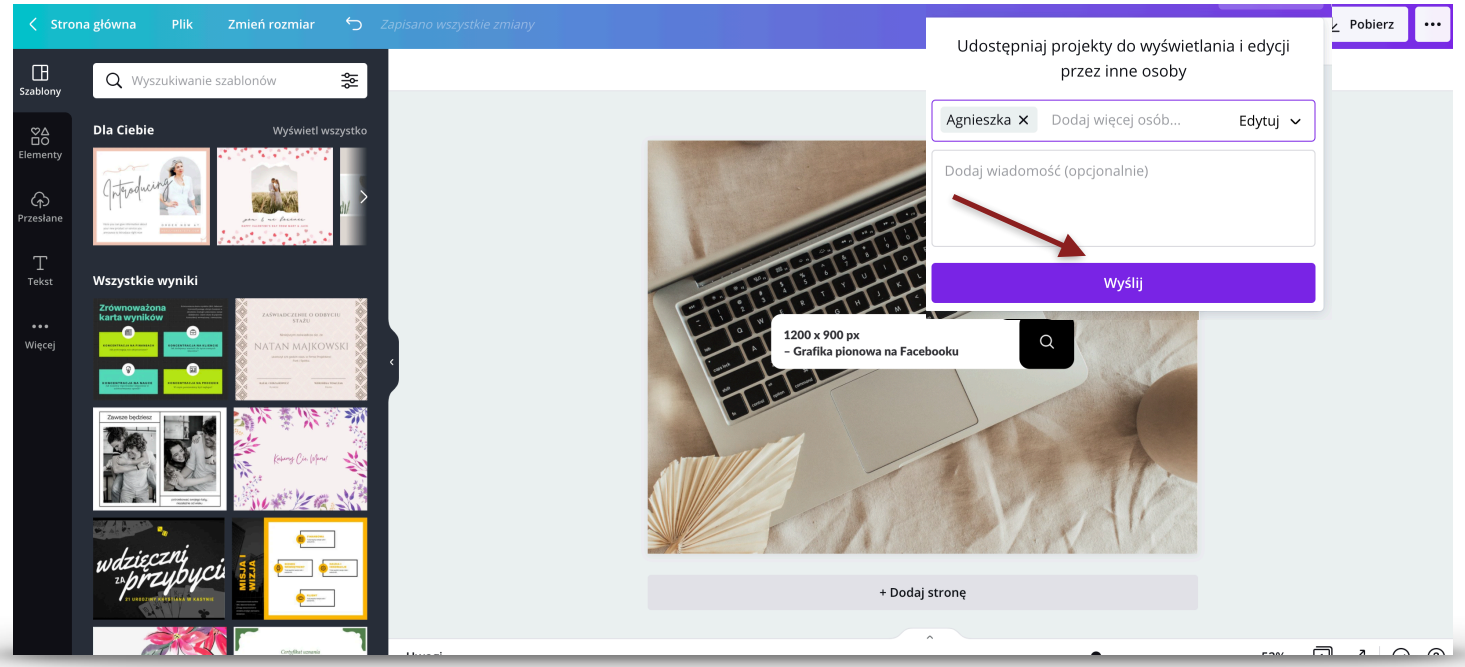
Jak udostępnić do edycji plik w Canvie?



worqAssist

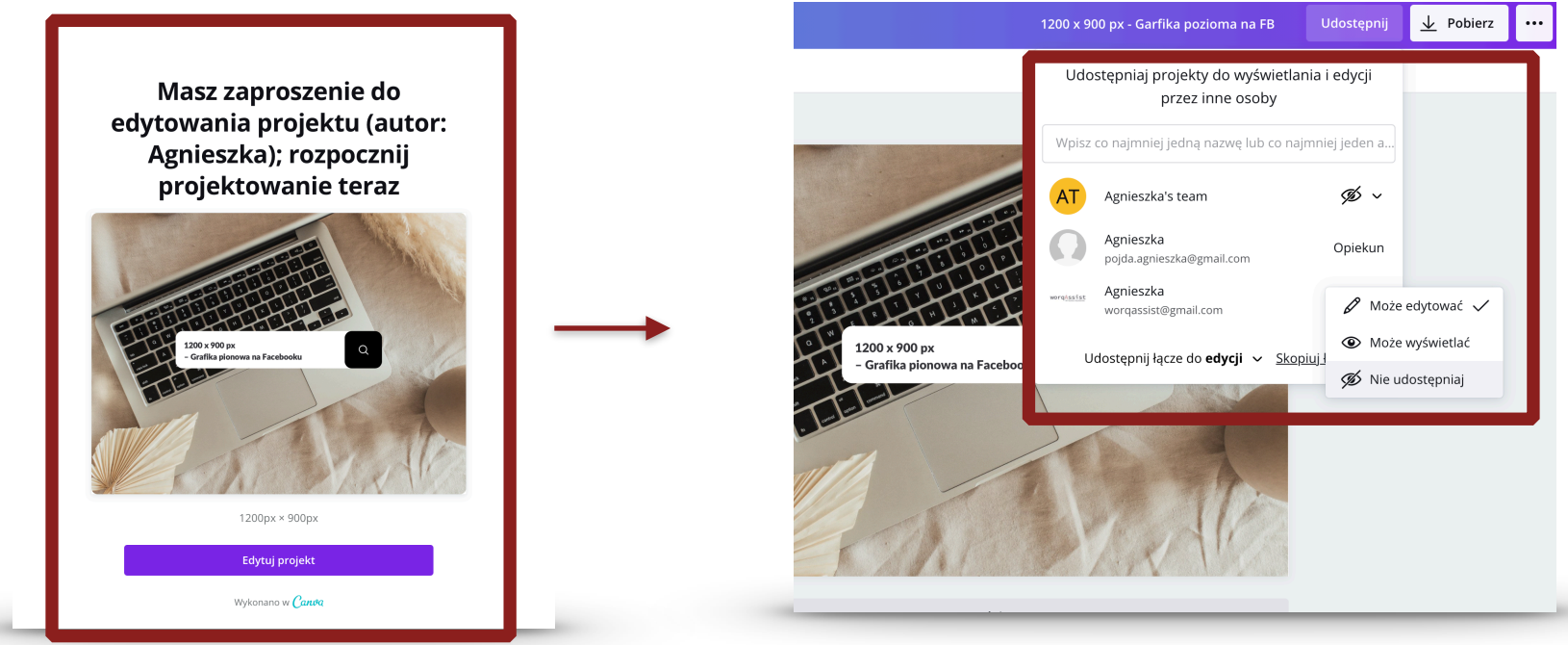
CONTENT – szablon grafik na podstawie Canvy

Jak udostępnić do edycji plik w Canvie?
***Drugi sposób:**



CONTENT – szablon grafik na podstawie Canvy

Jak wygląda możliwość edycji udostępnionego pliku do edycji w Canvie u drugiej osoby?



BAZA

Zapytaj Klienta:

★ Skąd bierzecie zdjęcia, jeśli mają być ze stocku?

- Klient powinien wykupić licencję!
- Możesz korzystać z darmowych stocków zdjęć, np.: pixabay, Unsplash, Freepik, darmowe zdjęcia i grafiki z Canvy.
- Utwórzcie folder np. w Dysku Google, w którym będą przechowywane wszystkie zdjęcia i grafiki.

KANAŁOWO

★ przygotowuję harmonogram dla głównego kanału: np. Fanpage'a, a następnie zostaje on bazą do dalszego rozplanowania treści w pozostałych kanałach.

★ CEL → **SPÓJNA** komunikacja w każdym kanale!

Rozkład jazdy szkolenia:

CZĘŚĆ 1

DO BIEGU → czyli przed rozpoczęciem współpracy

- ★ formalności
- ★ dostępy
- ★ analiza

CZĘŚĆ 2

GOTOWI → rozpoczęcie współpracy

- ★ plan działania
- ★ content
- ★ „baza” od klienta

CZĘŚĆ 3

START → działamy na Fanpage’u Klienta!

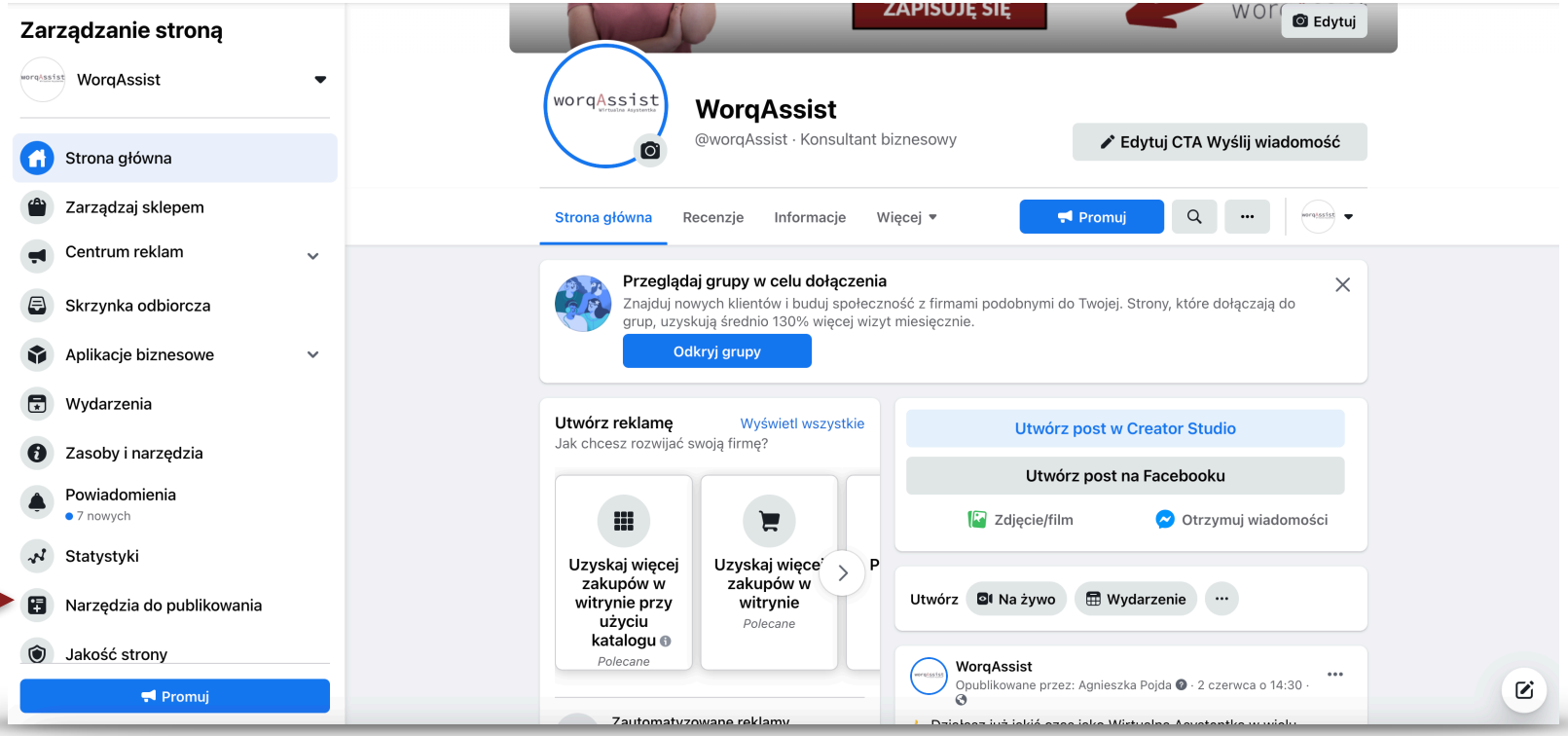
- ★ tworzymy treści
- ★ planujemy posty na FB
- ★ wskazówki

Jak planować posty na Fanpage'u Klienta?

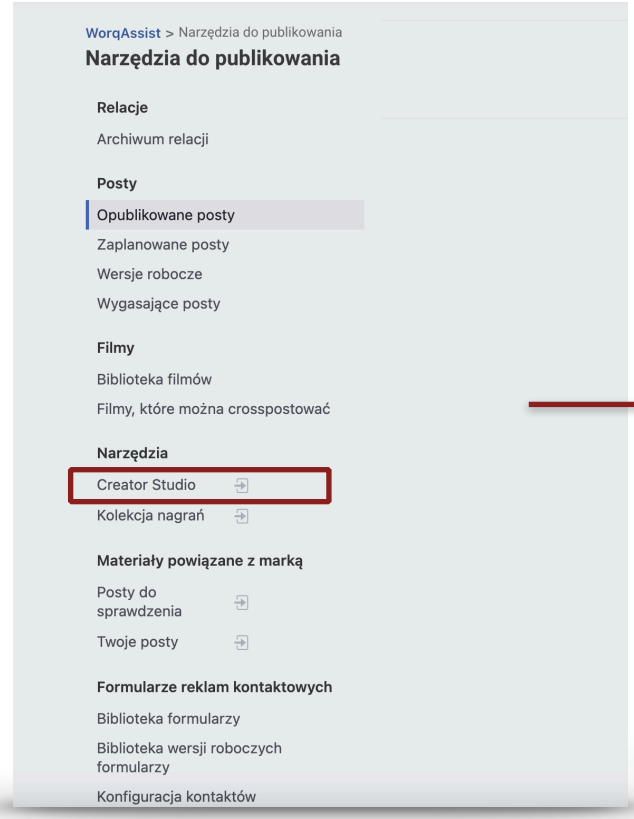
→ Creator Studio na Facebooku!

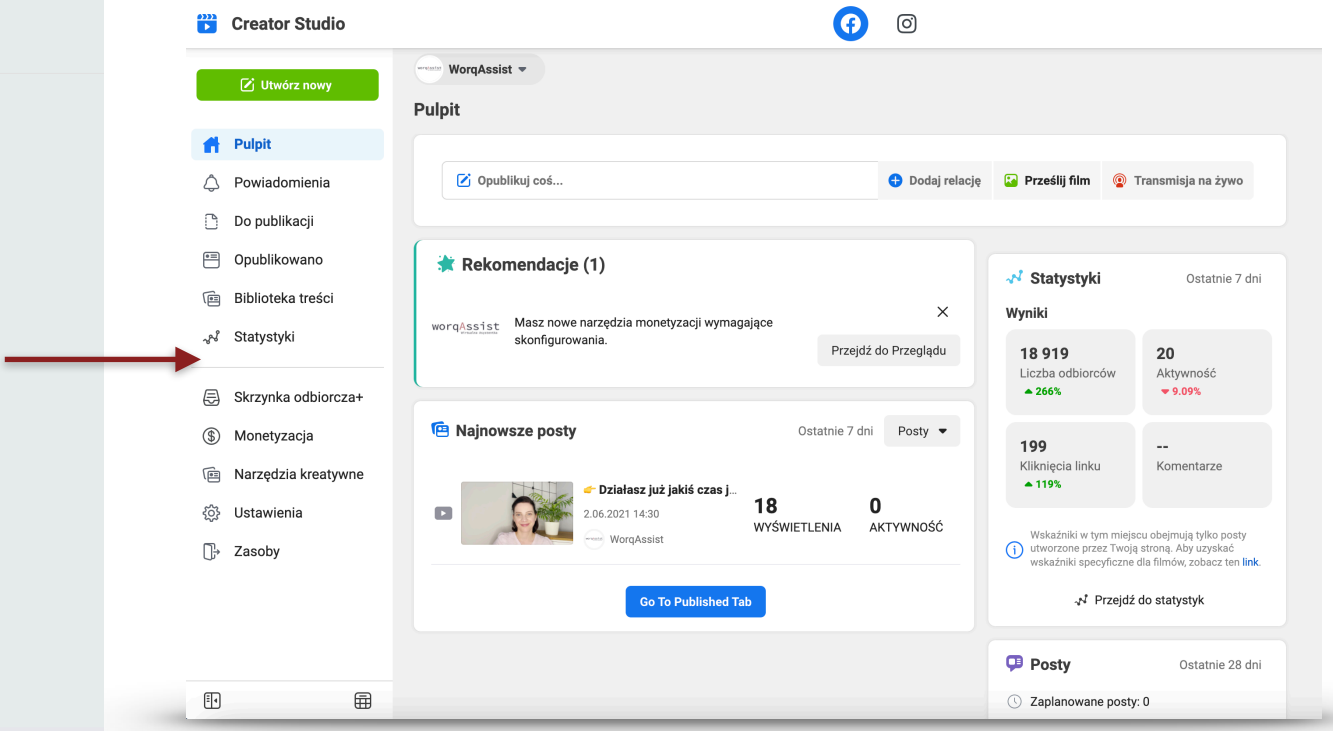
→ Można przez zewnętrzne aplikacje, ale wygląda to mało profesjonalnie, gdy dodają one swoje linki czy info, że przez nie został zaplanowany i opublikowany dany post.

Jak dostać się do Creatora Studio na Fanpage'u? [1]

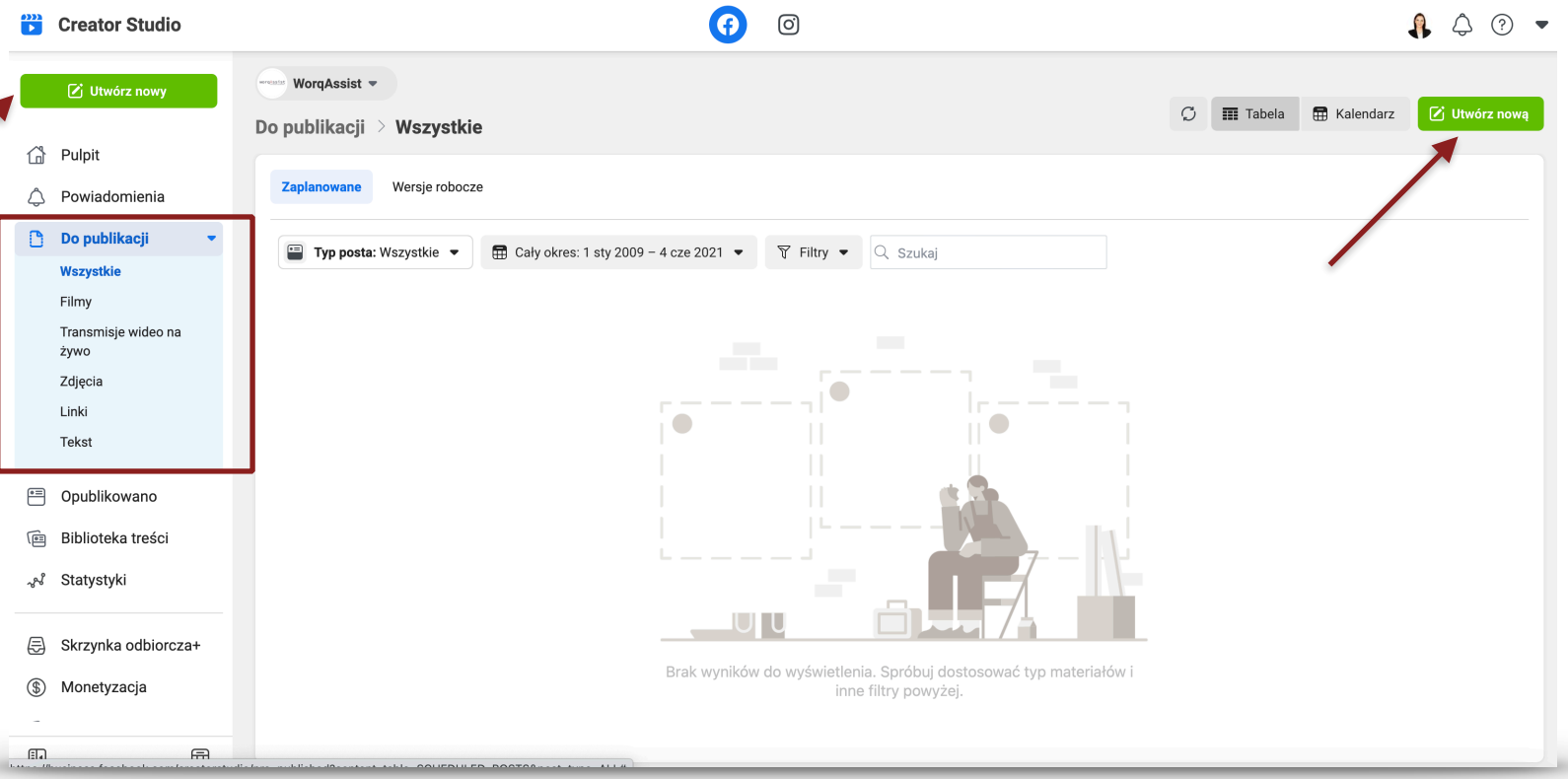


Jak dostać się do Creatora Studio na Fanpage'u? [1]

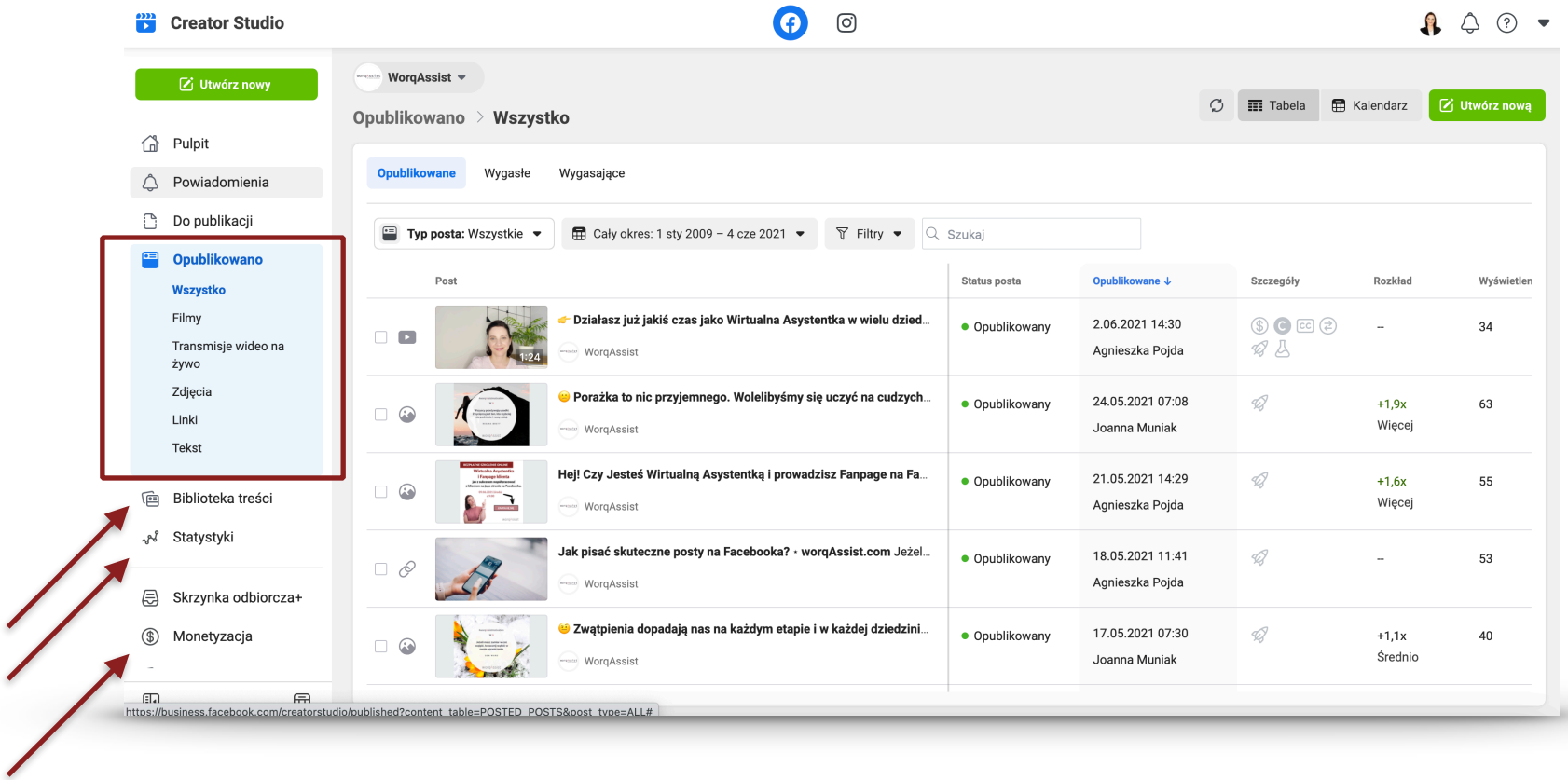




Jak dostać się do Creatora Studio na Fanpage'u? [1]

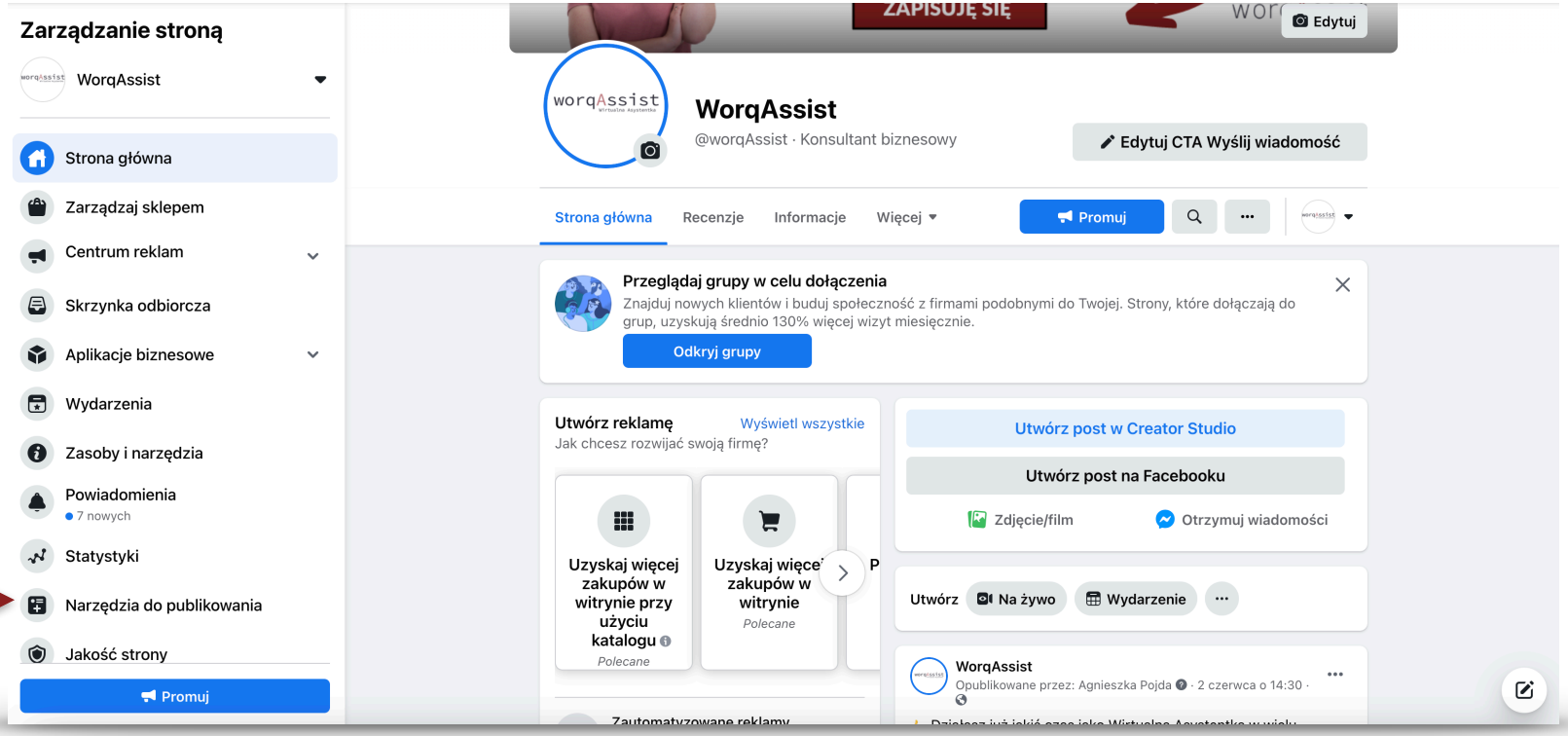


Jak dostać się do Creatora Studio na Fanpage'u? [1]

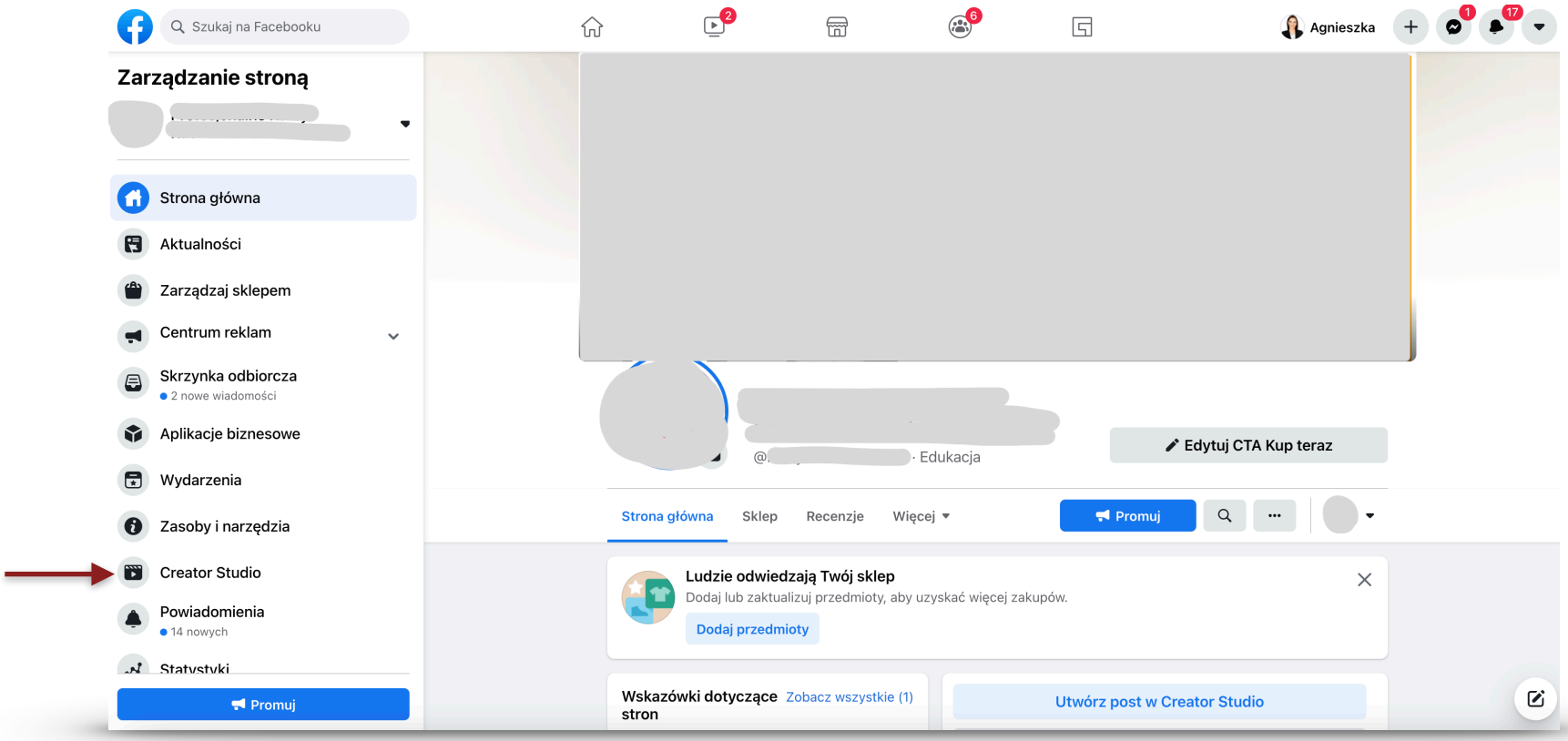


worqAssist

Jak dostać się do Creatora Studio na Fanpage'u? [1]



Jak dostać się do Creatora Studio na Fanpage'u? [2]



worqAssist

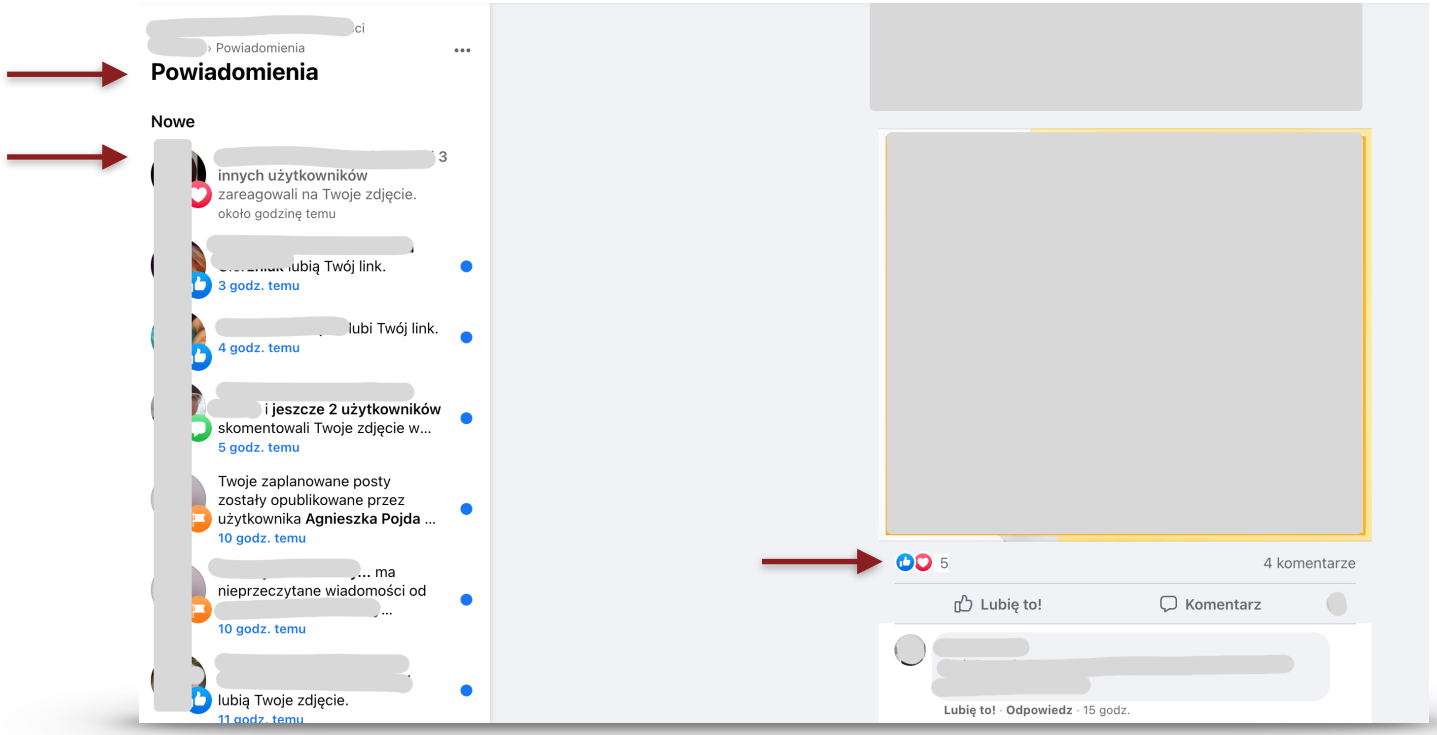
Co robić każdego dnia na Fanpage'u Klienta?

TO ZALEŻY OD WASZYCH USTALEŃ!

Najczęściej pojawiające się zadania w tym zakresie:

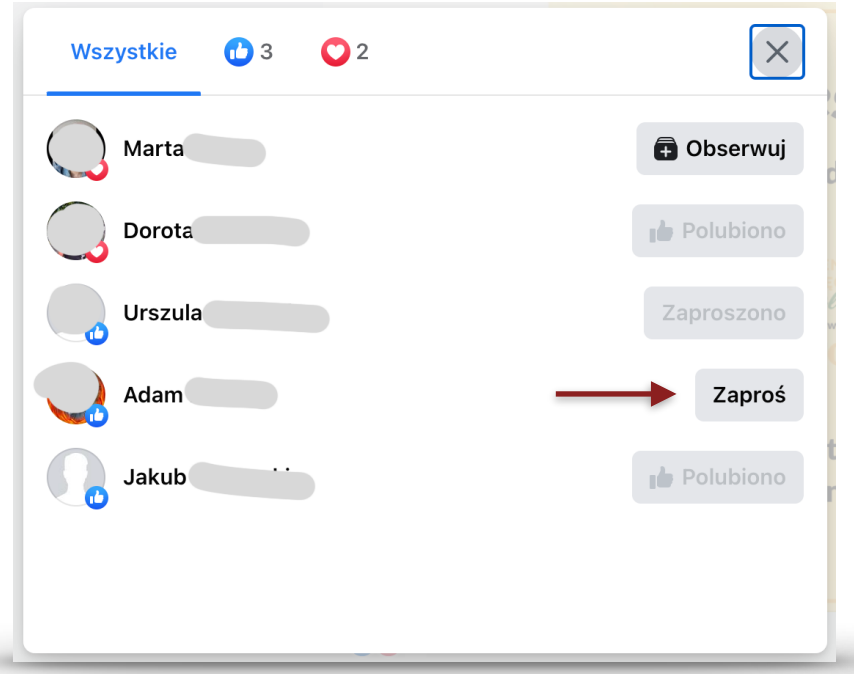
1. przegląd powiadomień,
2. zapraszanie osób, które polubiły posty Strony, do jej polubienia (zwłaszcza jak dana Marka prowadzi działania reklamowe na FB, polubienia reklam także wyświetlają się w powiadomieniach)

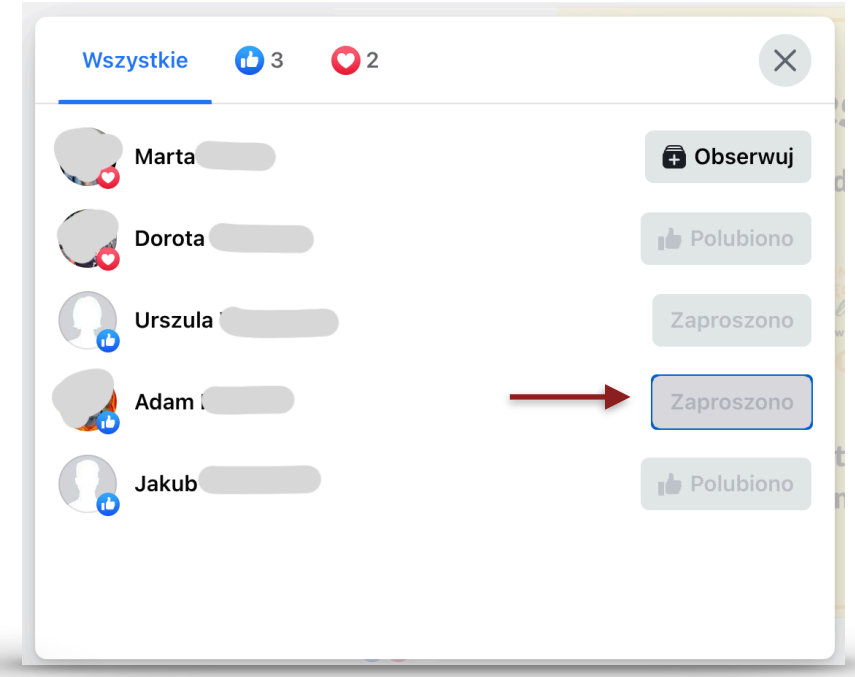
Co robić każdego dnia na Fanpage'u Klienta?



worqAssist

Co robić każdego dnia na Fanpage'u Klienta?





Co robić każdego dnia na Fanpage'u Klienta?

Najczęściej pojawiające się zadania w tym zakresie:

1. przegląd powiadomień,
2. zapraszanie osób, które polubiły posty Strony, do jej polubienia (zwłaszcza jak dana Marka prowadzi działania reklamowe na FB, polubienia reklam także wyświetlają się w powiadomieniach),
3. odpowiadanie na wiadomości - baza szablonów wiadomości - dobrze przejrzeć wiadomości, spisać je, zapytać klienta o jego wytyczne,
4. lista rzeczy, o których nie mówimy na Fanpage'u marki.

Co robić każdego dnia na Fanpage'u Klienta?

Codzienne zadania – określ:

★ ile razy w tygodniu,

★ kiedy,

★ ile razy dziennie.

PRO TIP

- Nie określaj sztywnych godzin, a podaj klientowi ramy czasowe w których pracujesz każdego dnia i między jakimi godzinami wykonasz to zadanie.
- Monitoruj je (licz czas)!!
- Planuj swoje zadania na każdy dzień np.w Asanie (klienta lub własnej).

Czy robić próbny post na FB?

TO ZALEŻY!

★ **Tak**, ale lepiej budować swoje portfolio. Mieć kilka postów, które możesz pokazać. Dlatego zapytaj swoich obecnych klientów, czy możesz pokazać np. screen z Facebooka z treścią, którą dla Niego stworzyłaś (zarówno grafikę, jak i opis).

★ **Tak**, możesz mieć na swojej stronie WWW zakładkę z przykładowymi treściami, które możesz sama wymyślić i na potrzeby takiej strony umieścić tam.

Stawka prowadzenia Fanpage Klienta

- ★ Godzinowo czy pakietowo?
- ★ Połączenie tych opcji w worqAssist
- ★ Przykładowe stawki:
  - **Omawiam w dodatkowym szkoleniu → będzie dostępne już za chwilę!**

Czy reklamy na Facebooku to zadanie dla Wirtualnych Asystentek?

★ Pamiętaj:

Wirtualna Asystentka to nie agencja reklamowa!

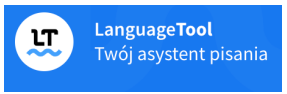
Nie porównuj się się do niej i niech klient też tego nie robi.

WSKAZÓWKI

- Jeśli piszesz post na Facebooku i podajesz w jego treści link - oznacz go, aby był dobrze widoczny dla Odbiorców. Wykorzystaj emotikony. Ale pamiętaj! Między emotkami a linkami, lub wyrazem tuż przed linkiem, rób zawsze spacje – bo jak jej nie ma → link może nie zadziałać na Facebooku.

- Sprawdzaj tekst po wklejeniu go w okienku publikacji, a przed zaplanowaniem! Możesz także wykorzystać bezpłatne aplikacje, np.: KorektorOnline.pl, LanguageTool , grammarly







WSKAZÓWKI

★ Relacjonuj! Na Facebooku jest dostępna opcja publikacji relacji – są one wówczas dostępne przez 24 godziny od publikacji na Facebooku i w Messengerze. A w nich, **możesz dodać aktywny link** (np. do strony WWW). Nawet wtedy, gdy Fanpage nie ma min. 10.000 fanów!

JAK TO ZROBIĆ?

Zobaczysz w dodatkowym szkoleniu „Jak udostępniać relacje na Facebooku i w Messengerze z Creatora Studio?”



PYTANIA I ODPOWIEDZI