1.2 - Tạo Fanpage + Nguyên tắc thiết lập cùng Page vệ tinh tăng hiệu quả

Tạo trang

- Tên trang
  - Đặt theo tên thương hiệu : Sử dụng khi nhắc tới ai cũng biết nó là cái gì và tin tưởng vào thương hiệu đó để sử dụng
    - Apple Việt Nam
    - Samsung Việt Nam
    - Điện Máy Xanh — Thế giới di động
  - Đặt theo từ khoá nhận diện : Sử dụng khi bán lẻ, cần tạo nhiều Fanpage vệ tinh cho mỗi một đối tượng khách hàng khác nhau, tìm bằng từ khoá
    - Mỹ phẩm Hàn Quốc giá rẻ Gò Vấp
    - Thực phẩm chức năng số một Việt Nam
    - Bất động sản khu tây Sài Gòn
- Hạng mục — Thêm các hạng mục kinh doanh phù hợp
- Mô tả — Chứa từ khoá cần tìm kiếm và thông tin liên hệ như số điện thoại, địa chỉ, email và vài dòng giới thiệu về công ty

Bổ sung thông tin cơ bản

- Hình ảnh
  - Ảnh đại diện
  - Ảnh bìa
- Thông tin thiết yếu — Tên người dùng
  - Là phần tên gạch chéo sau link https://www.facebook.com/brandsketer
  - Để ngắn gọn dễ nhớ
  - Số điện thoại
  - Email
  - Vị trí — Lưu ý về mã Zip chính là mã bưu chính
  - Thời gian mở cửa

Thiết đặt nâng cao

- TIN NHẮN -> Tin nhắn chờ
  - Tin trả lời nhanh — Là phần tin nhắn mà khi ai đó gửi tin nhắn cho trang ngay lập tức page sẽ gửi lại tin nhắn được cài sẵn (Vd : Chúng tôi đang bận, xin vui lòng chờ trong giây lát...)
  - Tin nhắn vắng mặt — Cài đặt khi khách hàng nhắn vào thời gian không làm việc
  - Câu hỏi dành cho khách hàng tiềm năng — Có thể thiết lập để xin các thông tin cần thiết của khách hàng khi họ chọn một trong những vấn đề cần hỗ trợ khi vào page
  - Câu hỏi thường gặp — Liệt kê các câu hỏi có sẵn, khách hàng chọn và page sẽ trả lời theo yêu cầu của khách hàng
  - Khác
    - Gửi xác nhận — Dành cho tuyển dụng
    - Trao đổi thêm — Dành cho khách hàng đã lên lịch hẹn trong phần tin nhắn của Page
- TIN NHẮN -> Thêm Messenger vào trang web — Làm theo hướng dẫn

Chức năng không bỏ qua

- Đăng chéo
  - Nhập page đang làm quản trị viên
  - Sau khi đăng video trên timeline của Fanpage sẽ có lựa chọn đăng cùng lúc trên Page khác
- Instagram — Liên kết tài khoản instagram cho page để quảng cáo của page có thể hiển thị trên Instagram
- Mẫu và tab — Là phần sắp xếp, ẩn hiện bố cục menu cột bên trái của Fanpage
- Hộp thư hỗ trợ về Trang — Là nơi đội ngũ support của Facebook trả lời cho quản trị viên các vấn đề liên quan đến chất lượng, khiếu nại....
- Công cụ đăng — Kiểm tra các bài viết được lên lịch, đã đăng, xem tổng quan về số lượng tiếp cận, like, share, comment .....

Quy trình xây dựng page mới và duy trì page

	Nội dung	Số lượng	Thời gian đăng bài	KPIs lượt thích trang	Timeline
Tuần 1	Chia sẻ kiến thức + hình ảnh/video	Mỗi ngày 1 bài	19H - 21H	> 100 (Mời bạn bè hoặc đồng nghiệp like trang, tương tác bài trên page	1 tuần đầu
Tuần 2	Chia sẻ kiến thức + video	Mỗi tuần 2 bài	19H - 21H	Lấy bài chạy quảng cáo tăng lượt like trang vào đúng đối tượng khách hàng tiềm năng	Kéo dài từ tuần 2 -4
Tuần 3	Tạo Group (Cộng đồng) dành cho khách hàng, chia sẻ kiến thức, chăm sóc khách hàng	Livestream vào cuối tuần	19H - 21H	Liên kết Page trực tiếp với Group, share các bài có sẵn trên page về group để có tương tác từ thành viên nhiều hơn	Liên tục
Tuần 4	Tạo Mini Game Show trên Fanpage để tặng quà hoặc khuyến mãi	Mỗi tuần 2 lần	Toàn bộ thời gian trong ngày	Chạy trên Fanpage, điều kiện like, share bài viết sau đó tham gia group trả lời các câu hỏi có sãn trong đó và để lại số điện thoại và nhận quà	Liên tục

Sáng tạo

- Hình ảnh — Các tỷ lệ phổ biến cho album hình ảnh kèm trên bài giảng
- Lưu ý về việc có nên mua like page hay không? — Không nên, việc mua like ảo cao nhưng không mang lại khách hàng tiềm năng thực sự sẽ bị đánh giá là "page rỗng" lượt tương tác tự nhiên không tương ứng với thức tế, nên page khi chạy sẽ bị CPM cao

XMind | Trial Mode