

Rozdział III.

Facebook podstawowym wyborem dla banku spółdzielczego. Podstawy konfiguracji konta

Jeśli już zapadnie decyzja o konieczności obecności banku spółdzielczego w mediach społecznościowych, to dane przedstawione w rozdziale powyżej są bezwzględne. Absolutnie podstawową platformą jest Facebook. Mijają kolejne lata i nic nie wskazuje na to, aby siła tego potentata miała zmaleć. Wręcz przeciwnie. Pojawia się na nim coraz więcej użytkowników, a co za tym idzie potrzebę swojej promocji dostrzegają również marki. Wiele banków spółdzielczych jest obecnych na Facebooku, ale istnieje również pokaźna grupa, która do tej pory nie dostrzegła takiej konieczności. Na co zatem zwrócić uwagę na etapie konfiguracji konta?

Wiele osób w naszym kraju, o czym wspominałem w poprzednim rozdziale, ma stworzone swoje prywatne konto na Facebooku. Aby jednak rozpocząć promocję danego brandu* na tym portalu społecznościowym konieczne jest założenie konta firmowego. Regulamin pod tym względem jednoznacznie informuje, że do promocji firmy należy założyć tak zwany "fanpage"*.

Nie jest to zadanie skomplikowane lub wymagające dużych umiejętności technicznych. Po zalogowaniu się na swoje prywatne konto wystarczy, że z górnego menu wybierzesz polecenie "Utwórz", a następnie klikniesz "Strona". W tym momencie ukaże się poniższy widok. Innym sposobem, aby dojść do tego miejsca jest po prostu wpisanie w przeglądarce następującego adresu: www.facebook.com/pages/create.

Utwórz stronę

Połącz swoją firmę, inicjatywę lub siebie ze światową społecznością użytkowników Facebooka. Aby rozpocząć, wybierz kategorię strony.



Firma lub marka

Zaprezentuj swoje produkty i usługi, wyróżnij swoją markę i dotrzyj do większej liczby klientów na Facebooku.

Rozpocznij



Spółeczność lub osoba publiczna

Nawiąż kontakt z osobami w Twojej społeczności, organizacji, zespole, grupie lub klubie i udostępniaj im informacje.

Rozpocznij