



Edgaras Petručionis. Asmeninio albumo nuotr.

„Facebook“ apie mus žino labai daug“, - didžiausiame jauno verslo forume #LAUNCH sako skaitmeninės reklamos agentūros „Socialus marketingas“ Reklamos skyriaus vadovas Edgaras Petručionis. Iškart greta to pridurdamas, kad lygiai tiek pat, o kartais net dar daugiau „Facebook“ žino apie mūsų klientus, ir mes galime tai paversti savo verslo sėkme.

Skaičiai stulbina

Savo pranešimo pradžioje trumpai socialines medijas Lietuvoje apžvelgęs E. Petručionis stebina milžiniškais kiekvienos medijos populiarumo rodikliais. Vis dėlto „Facebook“ šeima tampa vienvaldžiais lyderiais, o greta jų kelią skinasi „Youtube“ platforma.

„Lietuvoje turime du tarptautinius gigantus - „Facebook“ ir „Youtube“. Abu jie turi apie 1,6 mln. aktyvių registruotų vartotojų per mėnesį. „Instagram“ ir „LinkedIn“ sulaukia daugiau nei po pusę milijono aktyvių vartotojų. Vis dėlto praleidžiamo laiko prasme vienareikšmiškai lyderiauja „Facebook“. Šiame socialiniame tinkle mes vidutiniškai per dieną apsilankome 30 kartų. Moterys čia praleidžia apie 50, o vyrai apie 38 minutes. Absoliučiai didžioji naršymo dalis, 80 %, vyksta per išmaniuosius įrenginius, naudojant mobiliąją

programėlę“, – pristato E. Petručionis.

Anot pašnekovo, 2–3 vidutinio lietuvių gyvenimo valandos yra skiriamos darbui su socialiniais tinklais: jiems tikrinti, komunikuoti, vaizdo įrašams ar nuotraukoms peržiūrėti. Dažnai šie tinklai naudojami kaip pagrindinė laisvalaikio praleidimo priemonė, dažnai ir kaip šalutinė, kartu atliekant kitus veiksmus.

Seka kiekvieną žingsnį

E. Petručionis atkreipia dėmesį, kad asmeninis „Facebook“ profilis, niekam ne paslaptis, yra tarsi atversta knyga kiekvienam: tiek potencialiam darbdaviui, tiek draugams, tiek verslininkams, į kurių interesų lauką jūs patenkate.

„Iš asmeninio profilio galima sužinoti labai daug. Ne tik pagrindinę informaciją: amžių, lytį, santykių statusą, gimtadienį ar darbovietę, bet ir papildomus duomenis apie šeimos narius, draugus, interesų lauką, artėjančias sukaktis. Visa tai naudinga verslui, perkančiam reklamą, nes „Facebook“ kur kas paprasčiau randa interesų sritis atitinkančius žmones“, – sako pašnekovas.

„Žinoma, kokia naršykle naudojasi vartotojai, koks apsilankymų dažnis, paros laikas, trukmė.“

E. Petručionis.

Vis dėlto netgi tie, kurie savo profilio anketą yra užpildę labai ribotai ir atsargiai, pasak E. Petručionio, taip pat sekami ir analizuojami. Neverta manyti, kad, nepasakius apie save tam tikros informacijos, „Facebook“ apie jus nieko ir nežinos, o verslas niekada jūsų neras.

„Stebima tai, koks turinys atsiranda kiekvieno informaciniame sraute, analizuojami puslapiai, kuriuos seka „Facebook“ vartotojai, susistemintas net toks turinys, kuris parodo, ką kiekvienas skaitome žinutėse. Vartotojo elgsena socialiniuose tinkluose taip pat kruopščiai analizuojama. Žinoma, kokia naršykle naudojasi vartotojai, koks apsilankymų dažnis, paros laikas, trukmė. Įvertinami net tokie dalykai, kokius „Facebook“ puslapius administruoja konkretus asmuo, kiek biudžeto jis skiria reklamai, ir panašiai, kokių įrašus spaudžia. Nevertėtų pamiršti ir vietos sekimo funkcijos, kuri verslui, skelbiančiam reklamą, gali būti net labai naudinga“, – sako E. Petručionis.

Įvertinti kontekstą

Siekiant sėkmingos komunikacijos „Facebook“, jis siūlo pagalvoti, koks kontekstinis turinys svarbus jūsų vartotojams, tikslinei auditorijai. Įvertinti tai, apie kokias problemas ar temas jie dažniausiai kalbasi su savo draugais netgi asmeninėse žinutėse.

„Su šešiais kolegomis nutarėme patikrinti, kaip veikia „Facebook“ algoritmai, tad sukūrėme „nacionalinį kačių testą“. Savaitę siuntinėjome vieni kitiems kačių nuotraukas, vaizdelius, žinutes su raktiniais žodžiais apie kates. Jų buvo šimtai. Po viso to, prabėgus savaitei, mes savo sraute pradėjome pastebėti atsirandančias kačių édalo reklamas. Manote tai sutapimas? Tikrai ne. Kiekvienam pardavimui svarbus kontekstas ir „Facebook“ tai žino“, – atskleidžia E. Petručionis.