

5 viisi, kuidas kiirelt ja lihtsalt teha oma tooted sotsiaalmeedias nähtavaks

4 aastat tagasi Autor: [Marko Habicht](#)



Tänases situatsioonis on kauplejad äkitselt avastanud vajaduse end sotsiaalmeedias turundada. Mis on puudu? Juhend, kuidas seda teha. Kiire google otsing teemal “kuidas sotsiaalmeedias turundada” ja “kuidas sotsiaalmeedias turundada algajatele” annab laias laastus selliseid vastuseid:

- Pealiskaudne, miks üldse sotsiaalmeedias reklaami teha.
- Põhjalik ülevaade püstitatavast eesmärgist, sellest mida mõõta ning kellele turundada.
- Mis peaks olema su firma laiem sotsiaalmeedia strateegia.



[Helen Maidre](#) loovagentuur **[Must Post Media](#)** juhatuse liige.

Must Post OÜ on loovagentuur, mis aitab ettevõtetel säästa aega ja raha, asendades korduvad tegevused funktsionaalsete videotega.

Hetkel ei ole Sotsiaalmeedias turundamise juhendid adekvaatsed. Järsult on paljudel tekkinud vajadus ja teadmine, et sotsiaalmeedias turundamine on vajalik. Ettevõtted tahavad sellega alustada nüüd, kohe ja kiiresti saada tulemusi. Strateegia tuleb mängu hiljem. Sina, kellel on pakkuda inimestele vajalikke tooteid ja teenuseid. Kui tunned end uuel sotsiaalmeedia maastikul eksinuna, siis see juhend on sulle.

5 viga, mida vältida. Ehk 5 viisi, kuidas kiirelt ja lihtsalt teha oma tooted sotsiaalmeedias nähtavaks.

1. Sa suunad vaataja ebamõistlikku kohta.

Esiteks tea, mis on su eesmärk. Sellele peab vastama ka link, kuhu vaataja suunad. Näiteks kui soovid, et ta sult midagi ostaks, saada link otse poodi selle toote juurde.

Soovid, et ta teaks, et teie firma pakub oma teenuseid edasi ka kodukontoris? Suuna ta oma kodulehe teenuste jaotusesse. Kui soovid rääkida uutele klientidele oma teenuse võimalustest, suuna vaataja oma esindajaga Messengeri rääkima.

2. Sina teed oma tööd arvutis. Su klient vaatab su reklaami telefonis.

Tee oma reklaam sellises formaadis, mis näeb hea välja telefonis. Eestis on rohkem aktiivseid mobiilikasutajaid kui elanikke. Noorematest kasutab sotsiaalmeediat ainult telefonis rohkem kui 80%.



Allikas: wearesocial.com

3. Sa paned reklaami üles Facebooki jaoks, su klient vaatab seda Instagramis.

Facebookile kuulub palju platvorme, nt WhatsApp, Instagram ja kõiksugu mängud, mida telefonis mängitakse. Eri platvormidel näidatakse eri suuruses reklaame. Need, mis on platvormile vastavas suuruses, saavad rohkem vaatamisi. Mitte sellepärast, et need on ilusamad, vaid sellepärast, et platvormi algoritm näitab neid rohkematele inimestele.

4. Sa paned oma reklaami liiga palju teksti.

Kui pildi peal on liiga palju teksti, näitab algoritm seda vähematele inimestele. Kui lisainfos on liiga palju teksti, näeb vaataja sellest vaid esimest paari rida. Sinu sõnum vaatajale peab olema lühike juba esimeses lauses. Kuidas uurida, kas teksti on palju või vähe? Facebookil on selleks lausa [tööriist](#). Laadi oma pilt üles ja ta ütleb sulle, kui teksti on liiga palju.



Seda reklaami näitab Facebook paljudele



Seda reklaami ei lase Facebook ringlusesse

Allikas. FB-s reklaamimise juhend [LINK](#)

5. Sa näitad oma reklaame valimatult kõigile.

Tea, kes on su klient.

Facebook lubab sul väga detailselt defineerida, kellele oma teadet näidata. Näiteks saad sa reklaamida oma koeratoitu vaid koeraomanikele. Või näidata oma Pärnus pakutavat kojuveoteenust ainult pärnakatele. Veeda enne reklaami avaldamist 10 minutit läbi mõeldes, kes on inimene, kes su teenuseid kõige enam vajab ja näita reklaami ainult neile. Loodetavasti leidsid siit abi oma sotsiaalmeedia reklaamide tõhusamaks tegemiseks.

Vaata ka, miks video on veel tõhusam viis oma klientideni jõuda.

HELEN MAIDRE

Must Post Media on loovagentuur, mis aitab ettevõtetel säästa aega ja raha, asendades korduvad tegevused funktsionaalsete videotega. Täites tühikku, mis jääb tekstilise sisu ja inimliku kontakti vahele.

- [Lahendused](#)
- [Tee ise](#)