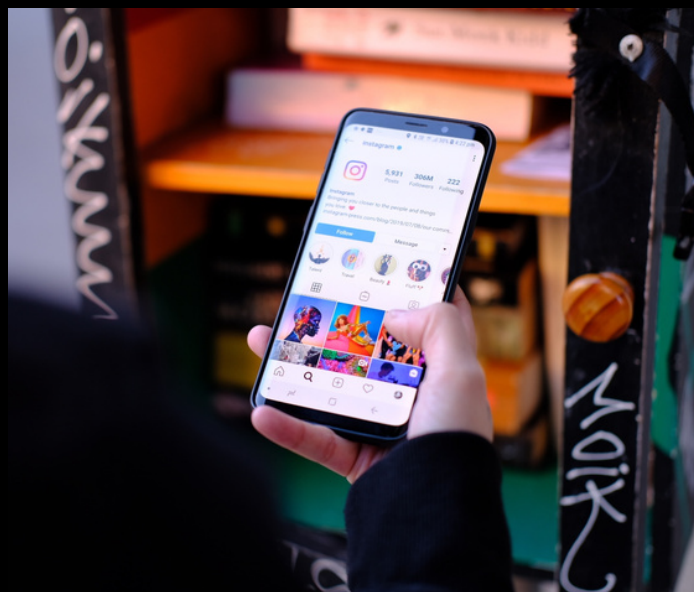




Mida postitada sotsiaalmeediasse?

E-raamat on valminud koolitusfirma Nullist.ee koolituse abil





**Uuri täpselt välja, milliseid kanaleid
sinu kliendid sotsimeedias tarbivad
ja suuna oma postitused just sinna,
et nad neid tegelikult ka näeksid.**

Kindlasti on sinu klientide hulgas verinoori
noorsande ja stiilseid vanaemasid, aga sinu
ülesandeks on täpsustada, kellele täpselt
suunad oma sotsiaalmeedia postitused ehk, kes
on sinu sihtgrupp - milline on sinu kliendi
avatar.

Enne, kui hakkad postitama määra kindlaks, milline on sinu brändi tunnusgraafika.

Milliseid värve kasutad, millist kirja pilti, millist fonti jne.

Teiseks määra kindlaks, milline on sinu postituste stiil. Kas paned rõhku huumorile või soovid olla spirituaalne jne.

Ükskõik, millise stiili valid, pea meeles, et see peab sobima/meeldima ka sinu klientidele.





KASUTA ÄRA HOOAJALISI TEEMASID - OLGU SELLEKS MÕNI PÜHA, AASTAEG VÕI MUU ERILINE SÜNDMUS

NÄITEKS on kalendris:

TUHKAPÄEV

Sel puhul sobib klientidele meeled tuletada, et sel päeval ei tohi pead kammida, sest muidu saad tuhakarva juuksed.

JAANIPÄEV

Pole paha meelde tuletada, et üle lõkke hüpates ei tohi unustada kuumakaitset. Sama kehtib ka jõuluõhtuks lokke keerates.

VABARIIGI TÄHTPÄEVADEL

võib aga hoopis kiluleibade retseptivõistluse korraldada, sest kõik postitused ei pea alati olema juustest.



RÄÄGI MÕNI LUGU

Kõige kõnetavam on rääkida sellest, mida ka sinu kliendid võivad olla läbi elanud. Personaalse jutustusega lood emotsionaalse sideme.

NÄITEKS

Räägi lugu sellest, kuidas sa ise või su klient sai lahti katkistest juusteotstest.

Kui tahad promoda mõnd bonditugevdajat, siis räägi lugu sellest, kuidas varem polnud võimalik nii heledaks värvida, aga nüüd see õnnestub.

Teadlased on teinud kindlaks, et juuste kõige olulisemaks komponendiks on nende läige. Läike andmisest/lisamisest saab kirjutada päris mitu erinevat lugu.

TEE VIDEOID

Sotsmeediakanalid armastavad järjest rohkem videoid ja algoritmid toovad neid muu sisuga võrreldes rohkem esile.

Olgu selleks lihtne animatsioon, informatiivne klipp, hariv lõik või midagi muud - videoid võiksid luua ja postitada pigem sagedasti.

Telefonid teevad väga hea kvaliteediga videoid ning alati pole vaja selleks kokku kutsuda eraldi tiimi. Ja veel, tihti klientidele meeldibki, et video on tehtud nõ otse sündmuspaigal mitte stuudios.





TOOTEFOTO

Tootefotod on alati hea materjal, aga siinkohal on lugu sarnane videotega.

Tootefoto, mis on tehtud ametlikuks promofotoks pole pooltki nii mõjus kui foto samast tootest erineva nurga alt või hoopis teises keskkonnas.

BLOGIARTIKKEL

Kui tahad kliendi otse oma kodulehele suunata, siis jaga blogiartikleid.

Miks kodulehele?

Aga võib olla järgneb lugemisele aja broneerimine või toote ost.

Ja veel, blogipostitusi saad kasutada korduvalt!





LIVE EHK OTSEÜLEKANNE

Tõhus just Facebookis ja Instagramis. Sul on midagi toimumas just praegu või soovid lihtsalt mõtteid jagada - mine eetrisse.

Inimesi huvitab selline "toores" materjal, mida pole tuunitud ega planeeritud. Usu, su konto saab rohkem tähelepanu ja muutub järjest köitvamaks, sest nad näevad reaalselt elu.

TUTOORIAL EHK ÕPETUS

Õpeta enda toodet või teenust kasutama, boonusena eksponeerid end valdkonna spetsialistina.

Tead ju küll neid kliente, kes juuksed rasvaseks "palsameerivad" või siis pesevad juukseid sügavpuhastava šampooniga kolm korda nädalas. Põhjus on lihtsalt selles, et nad ei tea, kuidas on õige ja see on just see õige koht kus talle appi tõtata.





KLIENTIDE TAGASISIDE

Ääretult meeldiv, kui klient on rahul ja saadab tänusõnumi. Ära lase sellel ajaloo hõlma jääda, jaga seda kindlasti. Igaks juhuks täpsusta kliendiga, kas võid ka tema nime näidata, aga üldjuhul neil selle vastu midagi ei ole.

Kliendid teevad ka ise pilte on uuest soengust või uuest tootest, millega nad väga rahul on. Sellise sisu jagamine on alati mõjusam reklaam kui ise oma piltide ja videote jagamine. Niisiis, ära maga seda võimalust maha

REGULAARSED TEADAANDED

Mõjud turvaliselt kui postitad regulaarselt. Kliendid saavad kinnitust, et oled nende jaoks olemas.

Regulaarsed postitused võivad olla eripakkumised, uudistooted jms ning lisaks ka tööalased uudised. Näiteks tegime remonti, käisime koolitusel, uus tooteliin jpm.





KAADRITAGUNE ELU

Mäletad kui huvitav oli esmakordselt sattuda lava taha. Üks on nautida teatrietendust saalist, hoopis muu on aga näha, kuidas need samad näitlejad lava taga toimetavad.

Täpselt sama on ka sinuga. Klient näeb sind laval, aga tema tähelepanu köidab kindlasti kui näitad midagi, mis muidu kliendi silma ei jää. Olgu selleks siis töökaaslase sünnipäev või väsinult koju jalutav juuksur.

PEA MEELES!

Postitused tuleb teha sellised, mis köidavad su sihtgruppi ehk su kliente. See ei pruugi olla sama, mis sulle meeldib ja mida tahad rõhutada

NÄITEKS

Võrdle neid postitusi:

1. Vaadake, kui ilus päikeseloojang meie aknast paistab, tulge meile juuksurisse
2. Meie salongis saad värvi mõjuajal nautida turgutavat jooki koos hunnitu merevaatega

Esimese puhul räägib juuksur enda eelistustest, teise puhul aga räägitakse sellest, mida klient saab veel lisaks.



KUIDAS SEDA KÕIKE HALLATA?

Tee endale kava. See võib välja näha näiteks selline:

Igaüks saab selle tabeli täita enda järgi, arvestades oma klientide huvisid ja sotsmeedia eelistusi

Esmaspäev	Teisiipäev	Kolmapäev	Neljapäev	Reede	Laupäev	Pühapäev
Motivatsioon uueks nädalaks		Blogi- postitus				
	Kliendipilt				Kliendipilt	
Tootepostitus			Kliendi tagasiside			
				Live		Kliendi tagasiside

JUUKSURITE
ÜHENDUS
Estonian Hairdressers Association