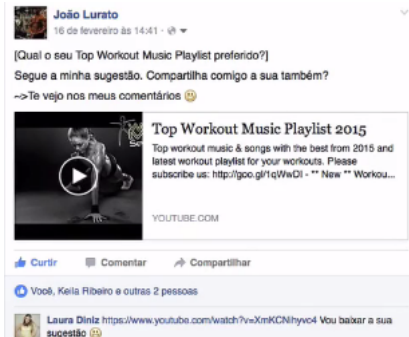


10 Explicação

Você já parou para pensar como pode envolver os seus leitores nas suas publicações do Facebook?

Uma das maneiras de estimular as pessoas a participarem é fazer perguntas, como o João fez no exemplo abaixo:



Você pode tirar fotografia do livro que está lendo e perguntar para as pessoas se elas conhecem ou se já leram, por exemplo.

Outra forma de envolvermos os nossos usuários e melhorar o engajamento da página é convidar os nossos amigos para curtirem a nossa Fanpage e se ela for um estabelecimento físico (tiver endereço registrado na Fanpage) podemos pedir para que nossos clientes ou usuários redijam uma recomendação sobre os serviços, atendimento e assim por diante.

Podemos usar também a imagem de capa para destacar algum assunto que temos interesse.

Nesse exemplo, a Starbucks usou a capa da Fanpage para divulgar uma nova linha de fraputino. Isso pode estimular a curiosidade dos clientes, então as chances das pessoas clicarem na imagem para ler a descrição são maiores.



Se você tem algo novo para comunicar ao seu público, experimente criar uma capa com essas informações, só tome cuidado para não deixar a imagem com muitas informações, isso pode deixar a imagem poluída e dificultar a leitura.

Quando estamos no ambiente digital, precisamos ficar atentos para interagir com os nossos fãs. Uma coisa é tirar dúvidas e agradecer elogios, isso é uma das coisas mais fáceis de se fazer nas redes sociais, outra coisa diferente é conseguir lidar com as críticas.

Antigamente, quando você comprava algo e não estava de acordo, você precisava mandar uma carta, ligar... Hoje, com a comodidade das redes sociais, se não somos bem atendidos em um restaurante, por exemplo, podemos entrar nas redes sociais para fazer a reclamação sobre o estabelecimento. Mas porque uma pessoa reclama?

Vamos analisar dois exemplos:

Uma reclamação pode ser genuína, ou seja, o cliente ou usuário tem razão em reclamar sobre algo.

A Escola do Design recebeu um comentário de uma cliente através da sua Fanpage e a sua reclamação era porque ela havia pago uma fatura do curso e mesmo assim estavam ligando para fazer cobrança.

A pessoa responsável pela administração da Fanpage consultou a área financeira da empresa, verificou que de fato ela não tinha mais pendências então respondeu a mensagem da cliente pedindo desculpas.



Existem também os perfis que ficam nas redes sociais buscando discussão com as pessoas através das redes sociais.



A Luciana Silva fez vários comentários agressivos nas postagens da Fanpage da Escola do Design, então o que precisamos fazer?

Entrar no perfil dela. Se o perfil não possuir muitos amigos, foto de avatar, não tem galeria de fotos e nem muitas publicações. Como usuários, temos a opção de deixar as nossas fotografias de forma privada, mas ausência de amigos é um forte indício de que o perfil seja um troll.

No caso de identificarmos um troll, o recomendável é ignorar os posts dele. Você pode deletar e bloquear o usuário também, pois publicações assim não levam a nenhum lugar, pelo contrário, consome nossa energia e tudo o que dissermos nunca será o suficiente.

Nem sempre vamos agradar a todos. Sempre haverá clientes satisfeitos como insatisfeitos, e quando estiverem descontentes precisamos analisar se a crítica ou reclamação é genuína e tomamos ações para resolver o problema o quanto antes.

