

The Facebook sales effect: presence is compulsory!

Written by Administrator

Tuesday, 29 November 2011 18:37 - Last Updated Wednesday, 30 November 2011 02:23

An increasing number of Romanian businesses have become aware of social media marketing especially through Facebook presence. They have created brand or product pages and did everything they could to collect as many followers and likes possible, in campaigns that cost several tens of thousands of euros, according to Business Magazin.

Facebook is a place where you need to be, explains Marius Meleşteu, Strauss Romania manager, arguing why Doncafe has invested in Facebook marketing. Five points off the entire company marketing budget go to the Facebook page, apps and contests. In almost a year, the page has amassed about 130,000 fans, and is currently one of the most powerful brands on Facebook Romanian pages.

Several companies have been increasingly interested in exploring social network marketing. Of the most popular 100 Romanian pages, 23 are fan pages for brands or companies, with thousands of fans, along entertainment pages and star pages for Inna or Smiley.

The list is getting bigger as we speak, since most of the multinational companies present in Romania have been present on social media pages. "It is much easier to attract fans than to keep them or to keep them involved" says Grant McKenzie, Ursus Breweries marketing vice-president. And Ursus has already 125,000 FB fans.

However, one can say that FB presence is compulsory, especially since the number of Romanian users is currently of about 3.8 million, all of them potential clients.

Efectul Facebook in vanzari: Prezența a devenit obligatorie !

Foarte multe afaceri din România s-au înghesuit în ultimii ani pe Facebook. Au creat pagini de companie sau de brand și au alergat după cât mai mulți fani și neapărat

The Facebook sales effect: presence is compulsory!

Written by Administrator

Tuesday, 29 November 2011 18:37 - Last Updated Wednesday, 30 November 2011 02:23

“Like”-uri, derulând campanii de marketing de mii sau chiar zeci de mii de euro. scrie Business Magazin.

Facebook trebuie să fii!", explică scurt Marius Meleşteu, directorul general al Strauss România, de ce investește în pagina de pe Facebook a brandului Doncafé. Mai exact, cinci procente din întregul buget de marketing al companiei sunt alocate pentru gestionarea paginii și dezvoltarea de aplicații sau concursuri desfășurate cel puțin o dată la fiecare două luni. Și, drept urmare, pagina Doncafé a strâns în decurs de un an aproape 130.000 de fani, devenind astfel unul dintre cele mai puternice branduri de pe Facebook.

Din ce în ce mai multe companii din România explorează deja de ceva vreme rețelele sociale și creează comunități online cu care să poată interacționa prin diferite metode și care să le transmită apoi mesajul mai departe pe internet. Dintre cele mai populare 100 de pagini românești de Facebook, de pildă, 23 sunt pagini de companie sau de brand. Au în total zeci sau chiar sute de mii de fani și se luptă practic cot la cot cu pagini de divertisment sau ale unor vedete autohtone precum Inna și Smiley, potrivit serviciului de monitorizare a paginilor de Facebook din România.

Lista este însă mult mai lungă, dat fiind că nu doar multe companii românești, dar și majoritatea filialelor locale ale marilor multinaționale din lume sunt prezente pe paginile rețelei sociale, chiar dacă nu se pot lăuda în mod neapărat cu un număr impresionant de fani sau cu o interacțiune susținută cu aceștia. "Este mult mai ușor să atragi fanii decât să-i păstrezi sau să îi menții implicați", punctează Grant McKenzie, vicepreședintele de marketing al Ursus Breweries, explicând astfel de ce preferă să se concentreze mai puțin pe acest număr și mai mult pe indicatori precum interacțiunea, rata de răspuns sau frecvența cu care revin utilizatorii. Iar asta în condițiile în care pagina Ursus are totuși aproape 125.000 de fani pe Facebook, iar Bere Timișoreana în jur de 40.000..

Se poate spune că, aparent, prezența pe Facebook a devenit obligatorie, mai ales odată cu creșterea numărului de utilizatori din România, în prezent de peste 3,8 de milioane, toți potențiali cumpărători. "Jumătate din utilizatorii de internet din România sunt practic pe rețeaua socială", explică Doron Zilberstein, vicepreședintele de marketing al URBB, decizia de a lansa paginile de Facebook ale Tuborg, Carlsberg, Guinness, Bilbor și Granini, dintre care primele două cu aproximativ 41.000 de fani fiecare.