



如何透過

f FACEBOOK

臉書

吸引客戶 



目錄

- 1 優先確立商業目標
- 2 建立你的臉書客群
- 3 開發你的總體內容/潛在客戶開發策略
- 4 該在臉書上製作和分享什麼內容?
- 5 用廣告讓「客戶獲取」最大化
- 6 優秀廠商案例分享
- 7 總結

1

優先確立商業目標

不論什麼品牌，在臉書上存在
都只有一個原因，那就是：

.....
 **獲得更多生意** 
.....

但這對於不同類型的企業，
可能會是截然不同的東西。
因表示不同的品牌會有不同的目標

例如

- * 提昇實體店面銷售
- * 增加網路銷售
- * 推出新產品
- * 建立關注度
- * 推一個行動APP



如果你想要開發潛在客戶，即使你已經清楚自己的目標，在將粉絲轉為客戶之前，還是有一些方法可以用。



如果你想要增加客戶
你就必須先：

- 1 建立一個客群
- 2 導入流量到你的網站
- 3 將流量轉換成合格的潛在客戶
- 4 培育那些潛在客戶成為顧客

吸引遊客

建立一個投入的臉書粉絲客群
來驅動你的網站

轉換成潛在客戶

以優化過的登陸頁面表格
來蒐集遊客的聯絡資訊

完成客戶交易

用Email和自動化行銷
將潛在客戶
轉換成「客戶」

首先我們來探討：
該如何建立一個客群？



接著「將客群導入你的網站」
畢竟只有在你的網站，
他們才能跟你做生意



2

建立你的臉書客群

想要你的臉書粉絲團成長，
你需要讓你的頁面和貼文
盡可能容易被搜尋到，
不論在線上還是線下。

如果沒有人知道你的存在，
那當然就沒有人
能跟你在臉書上取得聯繫。



接下來我們就來探討
五個能被注意到的方法



1) 確保你的頁面佈滿了能被搜尋到的資訊

在你建立臉書頁面之後，
確定你的頁面裡「關於你」的部份
要包含這些內容：

- * 你的公司能提供什麼給客戶？
- * 一個能連到你網站的連結
- * 任何其他能幫助潛在客戶更了解你公司的資料(能力、背景…)



2) 邀請現有聯絡人，為你的網頁「按讚」

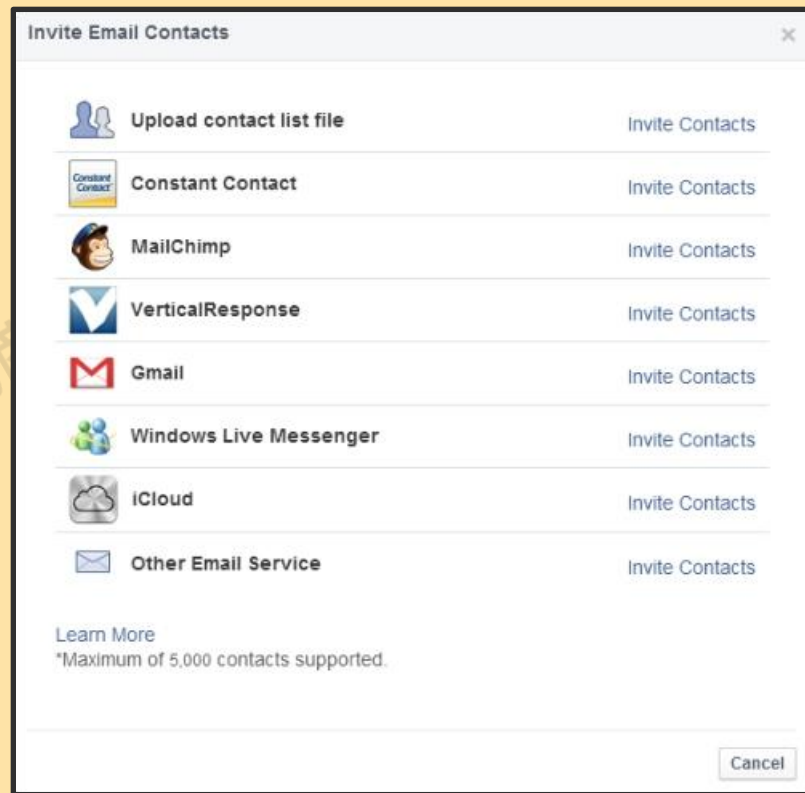
你很可能已經有聯絡人、朋友或家人，會對你在臉書上的業務有興趣，只需要問問看就好，不管是當面問或是透過Email、臉書，你可以試著邀請他們為你的頁面按讚和留下正面評論。

在你臉書頁面的「建立客群」選單中的頁面管理員區裡，你可以邀請你個人的臉書朋友為你的頁面按讚，還有透過即時動態與你的臉書朋友分享你的頁面…



或是上傳一個email清單
來促使現有聯絡人看到你的頁面。

只要不要過度推廣到毫無興趣的族群，
你就可以斟酌使用上述三種選項的
其中一個或是更多。



3) 將臉書合併到你的線上、線下溝通管道

要讓你的臉書頁盡可能容易被找到，這包括透過任何你已經擁有的線上、線下行銷管道，去推動你的臉書專頁知名度，並去除任何會妨礙你聯絡人按讚的阻礙。

如果你有實體店面的話，
就在大門的窗戶上，
貼上你網站的宣傳貼紙或海報，
並可在你的收據上面加上臉書網址、QR CODE。





如果你有：
網站、部落格、email、通訊平台，
記得利用臉書的各種社群外掛程式，
特別是Like Botton或是Like Box
來吸引更多人，在看到的當下直接按讚，
而不用進入到臉書。



4) 創造價值

「創造價值」確實會在你所製作、分享的內容當中發揮作用，也會影響你如何和粉絲互動，如果你很瞭解你的目標顧客族群，那你就會很清楚知道該發佈什麼內容。



如果你不夠了解，或需要一些靈感的時候，可以考慮花一個禮拜的時間，去看看你的即時動態裡面有什麼內容，會讓你想點進去看、留言、或分享給朋友。

想想當初是什麼啟發了你，你所做的這些觀察都可以運用在之後的貼文裡。

5) 用「臉書廣告」購買新的按讚數(粉絲)

臉書提供的其中一種廣告，是粉絲專頁的「讚」。它會有一個「按讚」的行動指令，並且會以一篇貼文的形式，出現在即時動態裡，又或者以廣告形式出現在即時動態的右側。

當你已經把現有聯絡人都耗盡了，接下來如果想要找到那些「還不知道」你網站的族群，你可以用臉書細部分類的廣告系統，找到你的理想目標族群，達到客群數量成長的效果。





右邊有個Twix的範例：
粉絲專頁的「讚」廣告
在即時動態上看起來就像這樣
(後面還會提到更多如何用廣告
提昇臉書自然流量)



3

開發你的總體內容 潛在客戶開發策略

從HUBSPOT學習「透過臉書獲得客戶的方法」

HUBSPOT是一家專做B2B的行銷公司，
臉書專頁截至目前已將近兩百萬粉絲。
藉由製作幫助行銷人員的內容發跡，
專注於製作對於客群而言，
有價值、有用的內容，
例如：部落格文章、演示文稿、
範本、電子書…等。



HUBSPOT製作的「客戶開發」內容類型



電子書/白皮書/指南



範本



清單



部落格文章



網路研討會



內容製作資產

這些內容讓HUBSPOT的社群媒體經理擁有一個龐大資料庫，並用這些內容在臉書以獨特的方式進行推廣。

例如：從一個比較長的內容當中，挑選一個特定點切入，並製作成貼文，或讓客群知道他們將會學到什麼。



HubSpot
15 hours ago

Don't quit after you close. Learn how to delight your customers and keep them happy for years to come:
<http://hub.am/18kxGp>

**[Free guide + infographic]:
HOW TO CREATE TRUE SOCIAL
MEDIA RELATIONSHIPS**

**THE SOCIAL PART OF
SOCIAL MEDIA: A
LOVE STORY**

Highlighting Social's Value at Each Marketing Stage

This love story will teach you how to:

- Attract
- Promote
- Personalize
- Discover

Attract. Convert. Close. **DELIGHT.**

Like · Comment · Share 13



這意味這要用Powerpoint或Photoshop等軟體製作獨特的圖片，因為這樣才能在潛在客戶閱讀即時動態的時候，抓住他們的目光。

HubSpot
15 hours ago

Don't quit after you close. Learn how to delight your customers and keep them happy for years to come:
<http://hub.am/18kxGp>

[Free guide + infographic]:
HOW TO CREATE TRUE SOCIAL MEDIA RELATIONSHIPS

THE SOCIAL PART OF SOCIAL MEDIA: A LOVE STORY

Highlighting Social's Value at Each Marketing Stage

This love story will teach you how to:

- Attract
- Promote
- Personalize
- Discover

Attract. Convert. Close. **DELIGHT.**

Like · Comment · Share 13

臉書貼文就像是導航那樣，吸引著客群前往更優質的內容，
到最後他們只需要填寫完表格，就可以下載內容。

我們用臉書
導流量到登陸頁面，
也就是我們
將客戶轉換成潛在客戶
的地方。



Email

社群

部落格



附有表格的
登陸頁面



提供內容
開發潛在客戶

如果沒有為顧客製作能夠解決他們的內容，那就不會有什麼有意思的東西，能放在臉書上或打廣告，當然也就無法產生任何潛在客戶！



4

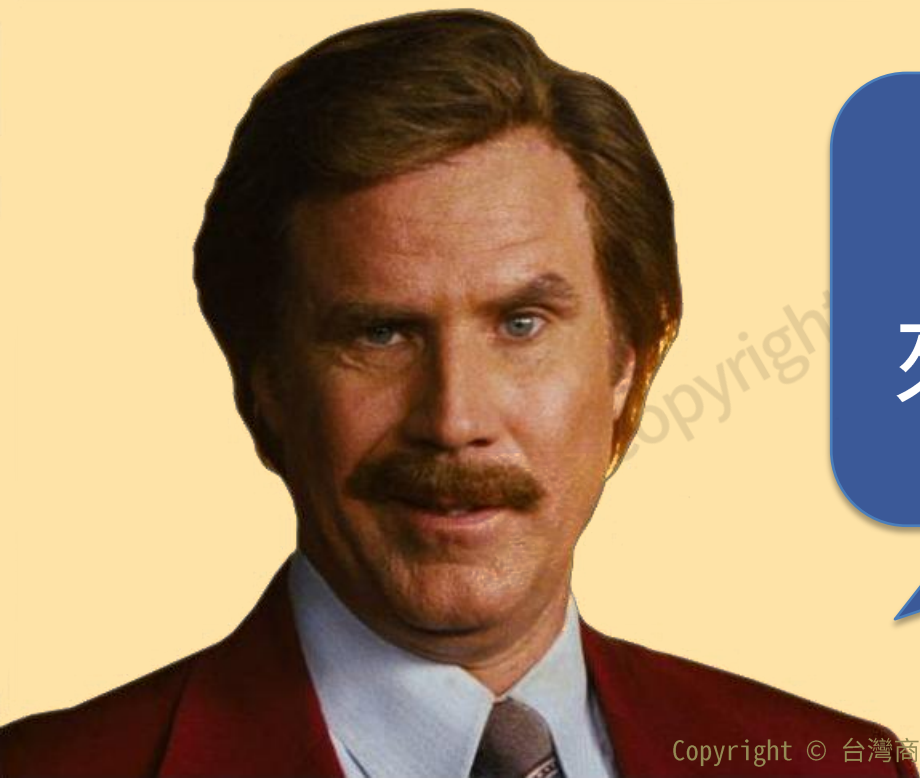
該在臉書上製作
和分享什麼內容？

要想吸引顧客



你不能光貼以「銷售」為主的內容
讓我告訴你為什麼

當公司只談論「他們在賣什麼」的時候，看起來就像這樣



大家好！
來看我有多棒！

其實你可以用這兩種方式，開發潛在客戶：



透過在你的網站上分享內容來開發潛在客戶。內容直接連到一個需要填寫表格的登陸頁面。



不用任何表格蒐集聯絡資料，透過分享適宜、容易吸收的內容，逐漸開發潛在客戶。

這兩種方式，分別可以製作的內容類型：



分享登陸頁面讓訪客下載內容，

內容可以是：

- * 電子書
- * 白皮書
- * 範本
- * 清單



分享：

- * 相片
- * 相簿
- * youtube影片
- * 活動邀請
- * 部落格文章
- * 第三方內容



在臉書上開發潛在客戶的關鍵

就是分享各式各樣

「不以開發潛在客戶」

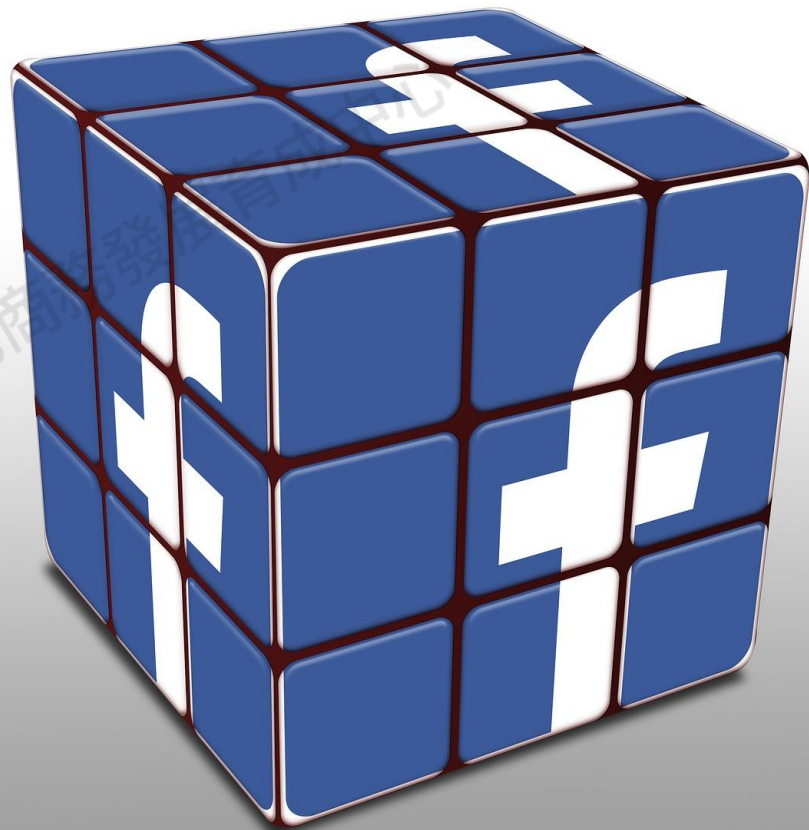
或「推動銷售」為目標的內容

台灣商務發展

瞄準「較輕柔」的目標，像是：

- * 觸及率
- * 知名度
- * 口碑
- * 客戶滿意度
- * 參與度(留言、按讚、分享)

這些都與生硬的「潛在客戶開發」
或「銷售目標」同樣重要，
都是能幫助達成你的目的
「獲得更多生意」的重要基石。



事實上，

讓你的客群透過你的貼文與你互動
非常重要，這也是為什麼平衡
「直接」和「間接」內容如此重要。

如果得不到關注，那就得不到點擊率，
當然也就沒有後續的流量、潛在客戶、
任何客戶！



範例1：一篇 直接開發 潛在客戶的貼文



- * 提供我們客群中的成員一個價值主張
- * 有個明確的行動指令：下載
- * 有一個簡短網址能連結到有表格的登陸頁

這篇貼文的文案很簡短，
圖片被設計成能讓看到的人馬上對他們
能從這本電子書上學到什麼一目了然。

範例2：一篇 間接開發 潛在客戶的貼文

*沒有任何明確的行動指令

*沒有簡短網址能連結到有表格的登陸頁

這篇貼文來自相簿。

它並未直接策動潛在客戶的開發，
但卻能幫助推廣活動，並對外展示他們
是一家什麼樣的公司。





兩種你都需要來一點

HubSpot
21 hours ago

Download the beginner's guide to converting website visitors into leads for your business >> <http://hub.am/18Noy1H>

**[Free ebook]:
AN INTRODUCTION
TO LEAD GENERATION**



What you'll learn:

- What defines a lead
- How to get leads
- How to qualify a lead
- How to start your first lead-generation campaign

Attract. **CONVERT.** Close. Delight.

Like · Comment · Share 4

HubSpot
August 21

INBOUND 2013 (30 photos)



Like · Comment · Share 14



.....

如果我們只發佈關於：
產品試用、申請試用、問卷資訊
(三種最想要的轉換動作)貼文，
粉絲很快的就會感到煩悶

.....

「當我們的貼文以產品為主，再加上以銷售為主的行動指令時，我們可能會開發出合格的潛在客戶，但也只會有一點點。而當我們貼文是有關整體inbound行銷的教育性，或趣味性內容時，開發出超級多潛在客戶！那是因為我們觸及到了更多的人，並且讓客戶能慢慢熟絡到想跟我們做生意，而不是一味強硬的將產品塞進他們的喉嚨。」

– **Brittany Leaning**

社群媒體經理(@bleaning), HubSpot



再來討論那些所謂「輕柔」的目標

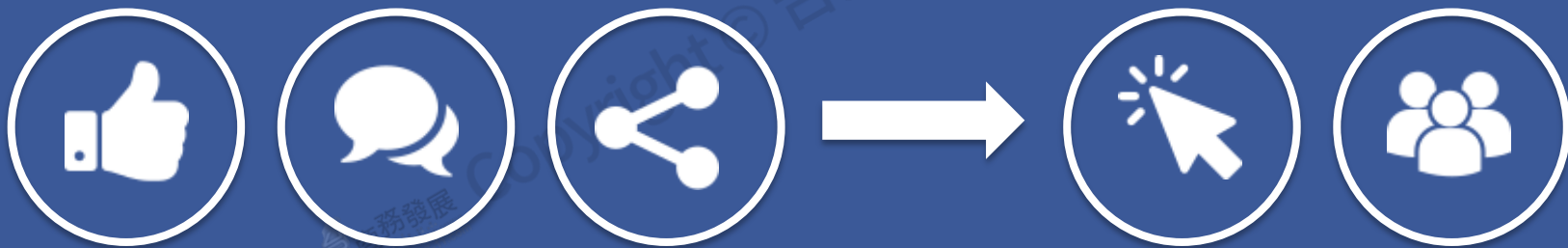
雖然我們在臉書上的終極目標，是要開發出能成為顧客的潛在客戶，但我們發佈的每則貼文都有即刻的參與目標，而這些目標不一。

- ✔ 有時候我們會很想推動留言數，因為我們想要取得更多回應。
- ✔ 有時候我們可能會想爭取分享數，因為我們想將訊息傳播給越多人越好。



重點是，透過爭取留言、按讚或分享，我們能獲得更多臉書即時動態的能見度，這會增加我們的點擊率(流量)和轉換率(開發潛在客戶)。

你需要先獲得潛在客戶才能獲得顧客。



更多的讚、留言、分享

代表：獲得更多點擊和聯絡人(潛在客戶)的機會

你相信嗎？

一些最成功引起共鳴的貼文

通常都不是針對

「直接」開發潛在客戶的貼文





來看看HUBSPOT一些表現最好的
臉書貼文都用了什麼方法？

以「引用句」作為圖片

* 貼文用意

吸引更多目光到
解釋公司文化的演講
演講本身的目的
是為了提昇現有員工
向心力及吸引新人才

* 貼文目標

觸及率與分享率



* 採用方法

擷取演講簡報中的圖片
用來當做能被分享的
引用句，同時連結演講
內容本身，提升點閱率

* 說明

說明裡面有
明確的行動指令：
點擊短網址來檢視
部落格上的演講內容

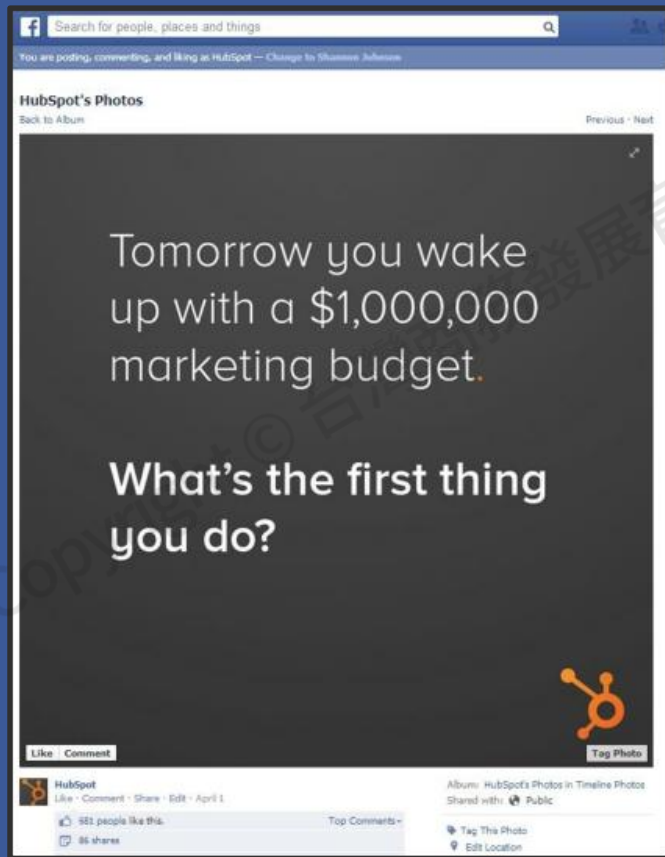
以「問題」作為圖片

* 貼文用意

提出一個問題，帶動
留言區的客群進行討論
再加上其他能連到
登陸頁的貼文一起推行

* 貼文目標

提升「留言數」



* 採用方法

全部讓圖片說話
這樣客群才會專注在
回答一個問題

* 說明

沒有任何說明或短網址

一名員工的照片

* 貼文用意

透過表揚一位
曾經為了保家衛國的
員工，讓人感到熟悉
有親切感

* 貼文目標

按「讚」數



* 採用方法

以一張貌似與HUBSPOT
毫無關係的圖片
來抓住客群的注意力

* 說明

內文介紹Shawn，
HUBSPOT的技術工程師
他曾志願加入美國海軍
沒有短網址。

推廣內容提供的圖片

*貼文用意

鼓勵下載內容：
免費160張照片資源
用來幫助行銷人員
更輕易製作內容

*貼文目標

開發潛在客戶



*採用方法

用一張圖片來讓粉絲
預覽他們會在下載後
得到什麼照片，
並透過一個追蹤短網址
連結到登陸頁面



75 Free Stock Photos ... No Royalties, No Fees, No Worries.



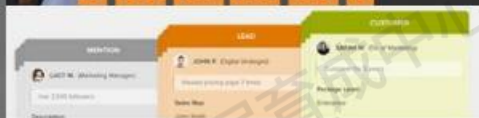
“Well, if you *don't have time* to do it right, what makes you think you'll have time to *do it over*?”



Conversion Centered Design
Essential Elements of High Converting Landing Pages



4
... days until
#INBOUND13



[Free demonstration]
HUBSPOT'S NEW
SOCIAL INBOX.



這裡還有一個小秘訣：不論想要傳達的是什麼，都要試著以視覺影像去執行。如果沒有預備的圖片可用，那就花時間自己做一張吧！



也許

不是每次都能肯定

我們的貼文內容

會產生我們想要的共鳴與互動

但唯一能肯定的是：

貼一張圖

絕對要比貼一個連結、一段影片、

或是什麼老派狀態更新要來的好！



一次為期30天的實驗中發現，
有圖片的貼文，點擊率高於那些
有影片或有連結的貼文128%



在臉書上的圖片比起普通的貼文，
能多獲得53%的按「讚」數

HUBSPOT的臉書貼文公式包含了：

1. 一個客製化設計的960x960像素的圖片
2. 一段簡短的文字說明
3. 一個短網址連結到登陸頁面

他們很少會發佈沒有圖片的貼文。

任何一個90天的時間內，他們的發佈的貼文平均77%都有圖片。



5

用廣告讓
「客戶獲取」最大化

不幸的是，臉書上沒有白吃的午餐。
行銷人員曾經能夠免費(不買廣告)
觸及到他們大部分的粉絲，但現在
已經不同了。





.....

臉書正在變成一個比較像是
需要付費行銷的平台。

當越來越多品牌及內容在彼此爭奪
要出現在臉書使用者的即時動態上，
透過自然流量去觸及粉絲群的能力
就已經衰減了。

.....



任何時間

大約都有1,500個即時動態互相競爭！
但臉書的演算法只會將300個動態
(也就是五分之一)放在優先位置，
想被注意到的品牌只能付費入場。





為何行銷人員不高興？

自然流量不是一直都這麼少，不過朝著方向發展好一陣子了。
2012年末開始，業界就發現，大約只有16%的臉書專頁粉絲會看到專頁的貼文。
2013年10月，數字掉到約12%。
到了2014年2月，已經只剩6%，而擁有超過50萬粉絲的專頁差不多只有2%。

當然，這讓許多已經花錢買廣告增加粉絲群的行銷人員非常不滿，
因為他們以為能免費對他們的粉絲散布內容。



就算我們不喜歡，也還是得接受

事實是：

臉書就像你我一樣是企業，而臉書鼓勵行銷人員將他們得到的粉絲群，看做是一個能有效打付費廣告的方式，而不是用來免費散播內容的頻道。

除此之外，臉書還說大家應該假設自然流量最終會降到0。

所以如果你真的想在臉書上觸及你的目標市場，你會需要用一些付費廣告來輔助你的自然流量。



何況，一位臉書粉絲並不代表就是個合格的潛在客戶，
但那些潛在客戶確實存在

幫你的臉書專頁按讚的人早就知道你了，但那並不表示他們就是理想的未來客戶。
專頁的粉絲當中，但只有一小部分的人真的有需求和實質影響力達成交易。

這就是為什麼要付費透過臉書專頁貼文連結廣告，來觸及那些符合我們目標，
卻還未與我們專頁接觸過的行銷人員。

如何做廣告：剖析HubSpot專頁的貼文連結廣告

✔ 圖片比例

圖片比例為1.91: 1
尺寸最好是1200x627

✔ 連結網址

網址連結到有表格的
登陸頁下載電子書



✔ 文案字數

文案少於90個字元
才不會在臉書任何
廣告位置上被裁短

✔ 連結字數

連結標題不超過25個
字元，描述不超過三行



該廣告什麼內容?

如果你在試著推動流量、潛在客戶和顧客，你可能會想打的廣告，是有連結可以連到你的網站上的，不過你也可以製作不同類型的廣告。主要還是看你想達成什麼目標。

用臉書廣告，你可以…



- * 透過新的「讚」提昇客群成長
- * 導入流量到你的網站
- * 透過兌換優惠，推動人潮到實體店面
- * 推動活動出席率
- * 以一張圖片或影片提昇品牌知名度
- * 推動APP安裝數





也應該用廣告，來測試內容有沒有效果

你知道

臉書可以讓你製作未發佈的貼文，來測試你的訊息嗎？

這些「**黑色貼文**」會出現在即時動態，但不會出現在你的臉書專頁裡。

這樣你就可以製作很多目標式廣告，來決定哪些廣告文案和創意最能引起共鳴，而不會影響到你的整個粉絲團。

6

優秀廠商案例分享



以下我們也附上四家廠商案例

將官網以及臉書或其他社群，將集客、導流量經營的有聲有色！

並且也附上連結，記得快快用力點下去看看他們怎麼做的！



山林希柚木家具 www.307teak.com



The screenshot shows the website's header with the logo "山林希家具 - HAVE A WOODEN DREAM -" and navigation links: 關於我們 (About us), 服務據點 (Retail Store), 商品總覽 (Products), 最新消息 (News), 會員中心 (Member), 設計案例 (Design Cases), and 立即預約 (02-22810649). The main content area features a dining table set with the text "免費規劃丈量·再送好禮 立即預約參觀". Below this is a search bar with the text "請輸入關鍵字..." and a "搜尋" button. On the left, there are two product categories: "木本色 Simple Beauty" and "木洋流 Exotic".



The screenshot shows the Facebook page for "山林希柚木家具 @307teaks". The page features a cover photo of a modern living room with a wooden sofa and coffee table. The profile picture is the same as the website logo. The page includes a navigation menu on the left with links to 首頁 (Home), 相片 (Photos), 服務據點 (Retail Store), 產品資訊 (Product Information), 設計案例 (Design Cases), 影片 (Videos), 評論 (Reviews), 粉絲好康 (Fan Benefits), and 粉絲諮詢! 送好禮 (Fan Consultation! Give Gifts). The main content area shows a post with the text "建立貼文" and "撰寫貼文...". The right sidebar displays the page's rating (4.5 stars), a list of groups, and the number of people who like the page (18,952) and are currently online (18,941).

English | 繁體中文 | 我的收帳 | 出貨說明 | 退换货說明 | 歷史訂單 | 我的購物車 | 結帳

RIBBON MUSEUM

緞帶王 網 路 旗 艦 店
Phone : 04-26930268 #229
Service Time : 09:00-17:00 (Mon-Fri)

關於緞帶王 | 新品上架 | 訂購說明 | 匯款通知 | 留言板 | 常見問題 | 園區活動 | 媒體報導 | 我的購物車

AUTUMN & WINTER

魔法の手拉花緞帶
簡單的手作質感 -

會員登入 | 註冊

帳號:
密碼:

★紅利點數★ 累積需登入會員, 否則無法累計, 請買家注意.

請輸入關鍵字... 搜尋

重要訊息 News

認識緞帶王 | 訂購說明 | 新品上



f 緞帶王-小手作大幸福

首頁 建立 通知 消息 搜尋

Hello!

[Ribbon Museum]

NEW STYLE IN 2016
RIBBON MUSEUM
LEAVE THIS STYLE
LIFE IS BEING HAPPY

讚 追蹤 分享

來去逛逛 發送訊息

5.0 (滿分為5) · 根據 1 位用戶的意見

社群 查看全部

- 邀請朋友 對這做粉絲專頁投票
- 3,923 人按讚
- 3,948 個人正在追蹤

聊天室(32)

緞帶王-小手作大幸福。
@ribbon888DIY

首頁
關於
商店
相片
影片
貼文
社群
評論
資訊和廣告

金融貸款王 www.my-bank.com.tw

金融貸款王 my-bank.com.tw

免費諮詢專線 0800-880-975 0800-880-897

公司介紹 最新消息 貸款案例分享 產品/服務 貸款資訊專欄 招商專區 會員專區 合作專區

專業 專業的顧問團隊
為您仔細評估，挑選最適合方案

誠信 過程中絕對保密
真誠服務客戶，資料絕不外洩

多元 多項產品與規劃
量身規劃爭取最高額度與最低利率銀行房貸方案

每週四晚上八點，鎖定FM96.3，空中分享金融知識與陷阱。



金融貸款王 @kalki66372214

02-66372214

mybank119

金融貸款王

首頁 貼文 評論 影片 相片 關於 社群 工作機會 資訊和廣告

建立貼文 撰寫貼文.....

標註朋友 打卡

貼文 聊天室(32)

7

總結

記得要

- * 專注在幫助人。B2B終究還是P2P (Person to Person)。
- * 製作的內容要能幫助到你設定的目標客群，並製作有趣的貼文在臉書上推廣內容。
- * 平衡使用直接與間接方式的開發潛在客戶內容。
- * 每篇貼文都設定一個互動目標。
- * 在你的貼文加入明確的「行動指令」來告訴你的客群要做什麼。
- * 做實驗。有些我們得到最多互動的貼文，其實往往出乎我們意料。

善用以上我們精心蒐集的Know How
「透過臉書吸引客戶」好！很好！一定會更好！
後續我們還會陸續再提供給您，更多其他單元的輔導獨享包！



敬請
期待

