

COME E PERCHÉ RISPONDERE AI COMMENTI SU FB



Norz Digital Partner

COME E PERCHÉ RISPONDERE AI COMMENTI SU FB

W i commenti

Quando un utente vede un post su FB, se gli piace, mette un like, se gli piace assai e ne è incuriosito, commenta e fa domande.

I commenti sono indice di un buon grado di interessamento da parte dell'utente. Più un post ha interazioni (like, **commenti**, condivisioni e click sul post), più FB avrà interesse a mostrarlo anche ad altri utenti, aumentando così la sua visibilità.

Chi commenta, poi compra?

Gli utenti ogni giorno sono sottoposti ad una marea di post e messaggi. Non hanno tempo di rispondere a tutti, e quando lo fanno è perchè sono fortemente motivati. I commenti vanno, dunque, accolti e gestiti al meglio, per accompagnare l'utente verso un'azione concreta, in genere l'acquisto del prodotto. Quindi: chi commenta, poi compra? È probabile che lo farà se sapremo aiutarlo.

L'utente "caldo" può comprare dalla concorrenza

Un utente che commenta al post di un prodotto, probabilmente sta pensando di acquistarlo ma è ancora indeciso. Cerca conferme ed un'ultima spinta. È un'occasione che il brand non può perdere. Anche perché un utente caldo (ovvero che ha mostrato interesse) se non gestito subito può approdare alla concorrenza. Ha bisogno di certezze, e comprerà da chi glielo darà in maniera più semplice e indolore possibile: rispondendo alle sue domande, sciogliendo dubbi e rimuovendo ogni ostacolo.

L'utente passa-parola

Un utente soddisfatto, acquisito dai social, è probabile che commenterà sui social la sua gratificazione, diventando così sul lungo periodo oltre che acquirente, anche un promoter spontaneo.

Consigli operativi: tono colloquiale, contenuto esaustivo

1. Sii educato, saluta prima di iniziare a scrivere.

Es. *Ciao,*

2. Personalizza la risposta: menziona l'utente a cui ti rivolgi.

Es. *Ciao @UtenteFacebook, bla bla bla*

3. Rimani su FB, non chiedere all'utente di scriverti una mail o telefonarti.

Cambiando mezzo di comunicazione, rischi di perderlo. L'utente ama restare dov'è.

Se l'argomento è delicato, puoi chiedergli di scriverti in privato su FB.

Quando avete raggiunto una certa intesa, e sei sicuro di averlo agganciato, allora potete trasferire la conversazione altrove.

4. Da' all'utente risposte certe.

Se l'utente fa domande, rispondigli subito, nel commento. Non essere generico e non rimandare ad una pagina web di approfondimento. Se ti ha fatto una domanda precisa, dagli una risposta precisa. L'utente ha bisogno di certezze, e le vuole da te. Altrimenti, comprerà altrove.

Es. *UtenteFacebook: Ma il prodotto si può usare anche così?*

Brand: *Ciao @UtenteFacebook, si può fare così/non si può fare così.*

Es. *UtenteFacebook: Quanto costa?*

Brand: *Ciao @UtenteFacebook: costa tot/è gratis.*

Es. *UtenteFacebook: Quando sarà l'evento?*

Brand: *Ciao @UtenteFacebook, il luogo è questo in questa data.*

5. Repetita iuvant

Molti utenti fanno spesso la stessa domanda, quasi nessuno legge tutti i commenti per trovare la risposta. Non perdere la pazienza rispondi a tutti.

4. Amplia la risposta, inserisci un link di approfondimento solo quando è necessario.

Es. *UtenteFacebook: Dove posso comprarlo?*

Brand: *Ciao @UtenteFacebook, puoi comprarlo online qui: www.mioshop.it*

Es. *UtenteFacebook: Non sono molto convinta del prodotto!*

Brand: *Ciao @UtenteFacebook, puoi leggere le recensioni di altri utenti qui: www.mioshop.it*

Es. *UtenteFacebook: Ma esiste un prodotto simile con queste caratteristiche?*

Brand: *Ciao @UtenteFacebook, certo! Probabilmente quest'altro prodotto è più adatto a te: www.miosito.it/prodotto_2*

3 buone abitudini

1. Controlla le notifiche che arrivano alla tua Pagina.

Nella Pagina che gestisci, nel menu in alto, trovi il tasto “Notifiche”. In questa sezione hai una panoramica di tutte le notifiche arrivate alla tua Pagina. Una volta revisionate le nuove, è buona prassi cliccare il tasto “Segna tutte come già lette” in modo da azzerare il conteggio delle nuove notifiche arrivate.

2. Controlla la posta della tua Pagina.

Nella Pagina che gestisci, nel menu in alto, trovi la sezione “Posta” dove puoi leggere e rispondere ai messaggi privati inviati dagli utenti e ai commenti ai post pubblicati, sia in Facebook e che in Instagram.

3. Fallo ogni giorno!

Bisognerebbe controllare notifiche, messaggi privati e commenti ogni giorno, almeno 2 volte al giorno, soprattutto quando è in corso una campagna a pagamento, per cui la Pagina è esposta a un pubblico molto più ampio.

GRAZIE,

per aver letto il nostro e-book!

Se ti è piaciuto, **condividilo** :)

Se c'è qualcosa che vorresti approfondire, contattaci: **info@norz.it**

CREDITS:

L'e-book è stato scritto dal team di social media marketing NORZ, ad aprile 2019.

Ogni giorno il nostro team composto da copywriter, grafici, esperti di analisi statistiche e FB Ads, gestisce le pagine social di brand in diversi settori: bellezza, moda, design, prodotti farmaceutici, formazione, ristorazione, sport, sociale.

Sì, ci pagano per stare su Facebook! ;)

SEGUICI:

Facebook: **facebook.com/norzdigitalpartner**

Instagram: **instagram.com/norzdigitalpartner**



NORZ srl via Tiepolo, 13/A San Benedetto del Tronto +39 0735 586249 info@norz.it