

Facebook

Introdução

- O Facebook é a rede social do momento, é o local onde está a maioria das pessoas que são engajadas com tecnologia. Mas, o facto do Facebook possuir uma quantidade enorme de perfis cadastrados não significa que esse ambiente será propício para vendas online. Ele é ótimo para analisar perfis e comportamento dos usuários, gerar relacionamentos, expor a marca, ou seja, preparar o usuário para compra, mas não para efetivá-la. Uma venda pode iniciar no Facebook, as marcas conseguem despertar o interesse de seus possíveis e-consumidores, mas não é o ambiente mais adequado para a realização de uma venda.

Definição

- **Facebook**- é uma utilidade social que conecta voce com as pessoas ao seu redor.

Mural

- O Mural é um espaço na página de perfil do usuário que permite aos amigos postar mensagens para ele ver. Ele é visível para qualquer pessoa com permissão para ver o perfil completo, e posts diferentes no mural aparecem separados no "Feed de Notícias". Muitos usuários usam os murais de seus amigos para deixar avisos e recados temporários.

Botão "Curtir"

- O *botão de curtir* é um recurso onde os usuários podem gostar de certos conteúdos, tais como atualizações de status, comentários, fotos, links compartilhados por amigos, e propagandas.

Status

- O recurso "*Status*" permite aos usuários informar a seus amigos e a membros de sua comunidade coisas que acha interessante, como vídeos, fotos e links. Atualizações de *Status* estão disponíveis na sessão "*Recently updated*" (Atualizações recentes) de toda sua lista de amigos.

Eventos

- Os "*Eventos*" são uma maneira para que os membros informem seus amigos sobre os próximos eventos em sua comunidade, para organizar encontros sociais ou simplesmente para dizer o que está sentindo no momento.

- Os usuários do Facebook estão ali por diversos motivos como: expor experiências, fazer amigos, conversar com familiares, enfim, porque têm a necessidade de socialização, de serem ouvidos. É um ambiente colaborativo, onde o usuário expõe seu perfil, fotos, vídeos, informações, mas um pouco contraditório com a segurança que uma venda online precisa ter, não é mesmo? Pense bem, você colocaria o número do seu cartão de crédito em um ambiente colaborativo, que todo mundo tem acesso? O princípio das mídias sociais é o compartilhamento, quanto mais pessoas interessadas naquele assunto melhor. Mas, para uma venda online é exatamente o contrário, o usuário precisa disponibilizar informações confidenciais só para o vendedor ou lojista acessar.

- Uma loja virtual é planejada para que a navegação do e-consumidor nas páginas seja satisfatória, para que ele conclua uma compra facilmente, ou seja, o foco será fazer com que o e-consumidor feche o pedido e não se distraia em nenhuma etapa do checkout. A meta é a conclusão da compra. No Facebook é o contrário, são várias postagens, para você se divertir e se distrair, não havendo um fluxo de navegação definido. Uma compra em um ambiente social sofre interferência toda hora, onde o nível de dispersão é bem alto, pois o foco não é o fechamento de uma venda, mas sim a diversão em si.

- O Facebook tem a sua importância para o e-commerce; é nele que as empresas conseguem se relacionar com os clientes, escutar o que eles querem e analisar suas preferências, e também tirar as dúvidas quando necessário, mas por enquanto é isso. Boas ferramentas de monitoramento são importantes para acompanhar a aceitação da marca e as necessidades dos consumidores, assim como botões de compartilhamento nas redes sociais, disponíveis nas páginas de departamentos e produtos. O e-consumidor navega e divulga gratuitamente as informações, compartilha para seus amigos, ou seja, outras pessoas com perfil semelhante, sem o lojista precisar investir em marketing. Mas ainda assim não é a venda dentro do Facebook, é uma divulgação!

F-commerce: estratégia para vendas online no Facebook

- O Facebook-Commerce é o ecommerce realizado no ambiente do Facebook e é a mais recente tendência na venda pela Internet. Todo comerciante deve ficar atento a essa oportunidade de expandir os negócios na Internet.

Como funciona o Facebook-Commerce

- A idéia principal do Facebook-Commerce é envolver as pessoas com os produtos e com a empresa estimulando a compra e a propagação da informação entre os amigos. A loja virtual no facebook é similar a loja virtual que já conhecemos e embora possua um menor espaço visual e uma quantidade menor de recursos utiliza as principais funções de uma loja como a vitrine de produtos, o carrinho de compras, a seção ajuda, entre outras.

As 3 abordagens de utilização do Facebook-Commerce

- **Facebook-Commerce como estimulador de vendas.** A empresa utiliza o ambiente facebook e seus recursos para espalhar conhecimento sobre o produto e estimular vendas. A plataforma facebook disponibiliza aplicativos conhecidos como Social Plugins que facilitam ao usuário divulgar informações sem nenhum esforço. O exemplo mais comum de plugin é o “curtir”. Quando um usuário curte um conteúdo, que pode ser a apresentação de um produto, todos os seus amigos são expostos a esse conteúdo e podem acessá-lo com um simples clique.
- **Pré-venda no facebook-commerce.** A empresa instala na página do facebook uma vitrine com imagens, descrição e preço dos produtos, similar a da loja virtual. Além de poder divulgar o produto para seus amigos, ao clicar em qualquer link “comprar”, o usuário é direcionado à loja virtual normal, justamente na página daquele produto. A maioria das empresas utiliza essa abordagem.

Cont.

- **Venda completa no facebook-commerce.** Aqui a empresa tem uma loja completa instalada no Facebook. Isso significa que o usuário pode avaliar, escolher, divulgar, comprar e pagar seus produtos sem sair do ambiente Facebook-Commerce. A tendência é as empresas utilizem cada vez mais essa abordagem, a medida que a plataforma Facebook se aperfeiçoa.

Etapas para iniciar atividades no Facebook-Commerce

- **Definir com clareza os objetivos e o público-alvo da empresa.** Basta preencher um cadastro com os dados do site e do responsável na página do Facebook-Commerce.
- **Montar uma Página da empresa no Facebook.** É na página da empresa que a venda será iniciada e realizada.
- **Atrair e envolver seguidores..** Realizar campanhas para atrair seguidores no Facebook e envolver os usuários no processo de desenvolvimento de produtos e divulgação da loja e da marca.
- **Realizar Vendas.** Em ultima instancia o objetivo é sempre vender ou enviando os clientes para a loja externa ou fechando a venda no próprio ambiente Facebook
- **Atrair e envolver seguidores.** Realizar campanhas para atrair seguidores no Facebook e envolver os usuários no processo de desenvolvimento e divulgação da loja e da marca.



Fim