

Facebook 代运营方案

目录

一、现状分析.....	2
二、整体的 Facebook 运营思路.....	2
三、具体的 Facebook 运营计划.....	3
四、数据报告与分析	7
五、竞品分析（范例）.....	8

一、现状分析

我们会根据客户是否具有主页的情形分析，并且采取相应的措施进行运营：

(1) 如果在 FB 上已经建立了主页

即可搜索到的主页情况，可以大致看出目前主页上发帖频率，帖子的互动程度，主页粉丝状况，主页建立时间。如果有广告投放的话，还可以看出有哪些帖子是投放了广告的，投放了哪些地区。

(2) 如果在 FB 上还没有建立主页

我们会协助客户建立主页

下面以一个主页为例：



二、整体的Facebook 运营思路

1、运营目标

根据不同的运营模式，相应的Facebook 运营目标可以分为三大类：

(1) B2B 工厂或者外贸公司：希望在 Facebook 上寻找到更多的潜在客户或者代理商，获得更多的询盘；同时扩大品牌影响力，树立品牌形象。

(2) B2C 卖家以及B2W 卖家：有独立站，希望能通过Facebook 流量促成更多的直接线上交易，提高ROI。

(3) 出海品牌、机构：突出公司品牌形象，向全球推广自有品牌，为线下活动造势。

客户通常选择的国家区域为：

- (1) 东南亚（如马来西亚、印尼、泰国、越南、缅甸等）
- (2) 中东（沙特，科威特，阿联酋等）
- (3) 欧洲、美国加拿大墨西哥、澳洲、新西兰及其他国家

2、主页内容风格与方向：

依据本身产品与公司品牌定位，确定内容方向，具体设定日常内容形式与文字等。具体方向（后期可继续探讨与修改）为与客户产品相关的展示，周边产品的展示等等，例如产品给人们生活带来的舒适和温馨感，或者日常产品展示、用户观看场景、企业文化活动等等。

3、配合客户的营销计划制定相应的促销互动活动：

例如每年销售的旺季与淡季。就目前来说，在本月会新建主页，以上述国家的吸粉广告为主，同时保持主页的活跃度，并且对受众做一个测试。在后面2-3 月内会做一些参与互动，购物以及消息互动量的广告。

三、具体的Facebook 运营计划

Facebook 运营计划包括主页建设、日常自然帖发布、店铺搭建与产品上传及日常帖子的关联、广告投放等四个方面。

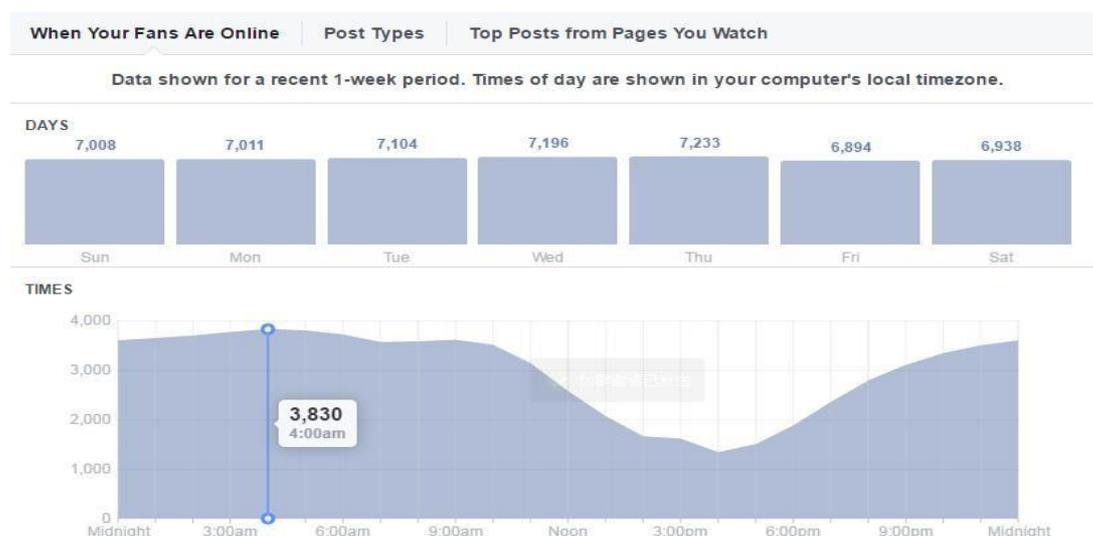
1、主页建设：

主页接手一周内，为其添加公司简介，在店铺上传公司简介与故事，更换主页封面（需要定期更换），并在消息设置栏设置相应的自动回复信息，以此增强用户浏览体验。

2、主页发帖：

每周 3—7 个帖子（视公司能够配合的素材数量而定），增加主页的活跃度，两三天过后再进行广告的投放。帖子的种类会分为产品帖，兴趣帖，活动帖，

分享转发帖等。发帖时间根据选定国家粉丝群体在线时段而定，如下图所示：



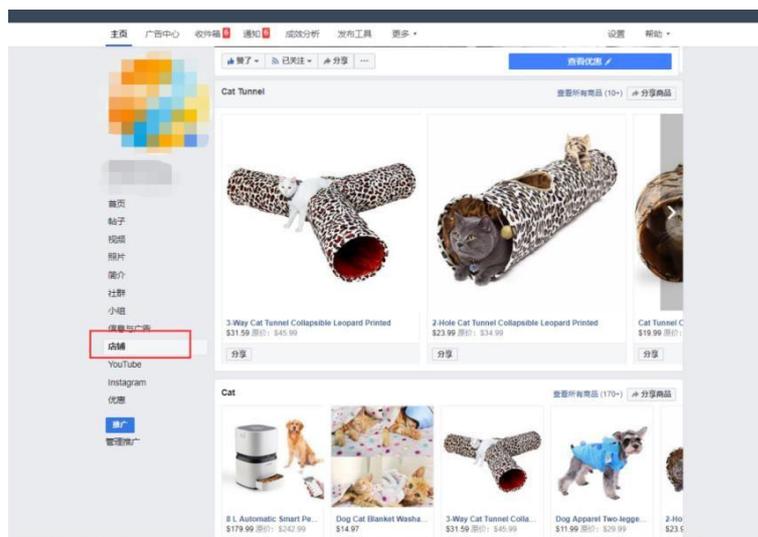
我们会对客户的图片做 PS 处理（预计每周 1-5 张图片），对于视频会做剪辑及基础美化（预计每周一次）

帖子类型	目的、发帖方向、素材来源以及发帖频率
产品帖	<p>产品帖用于展示产品的使用场景，性能，工艺流程等。</p> <p>素材主要来源于自己拍摄，最好以视频为主。若是以图片形式展示，则选择有场景结合的图片或进行美工处理。</p> <p>每周 2-3 个产品帖。同时配合新产品的更新。</p>
兴趣帖	<p>兴趣贴目的在于增加帖子的覆盖人数，提高用户与主页的互动率。基本方向在于产品能给人们带来的舒适感，人们日常使用产品的情景。素材的寻找方向更注重新奇的类型。</p> <p>素材主要来源：YouTube。</p> <p>每周 4 个兴趣帖。</p>
活动帖	<p>配合公司的各种活动或者节假日做促销，例如优惠促销等。</p> <p>素材来源于公司制作图片或者视频。</p> <p>发帖配合公司活动，发帖频率不定。</p>
分享转发帖	<p>分享转发同类型主页红人的帖子，以提高主页互动率。</p>

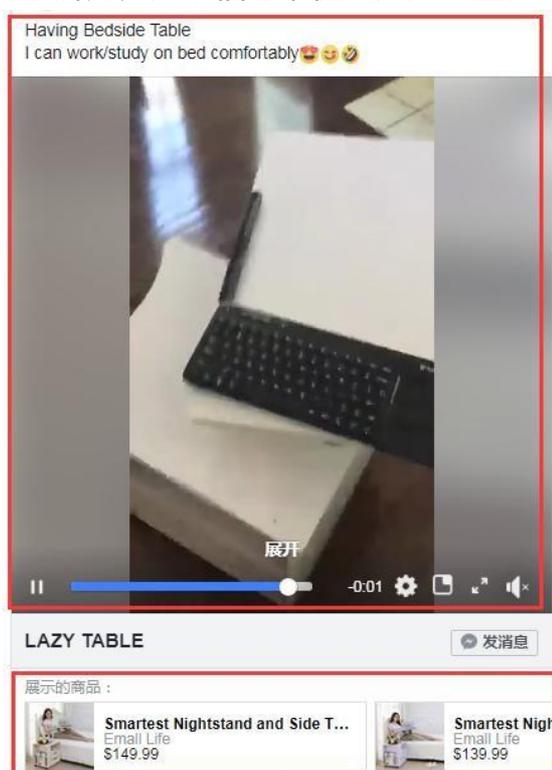
另外，建议运营期间每月分享 1 次公司的线下活动内容，以图片、小视频形式为主，以提高主页互动量，利于品牌文化宣传。

3、店铺搭建与产品上传及日常帖子与官品的关联

创建 Facebook 店铺，上传相关产品及介绍信息，以提高用户群体对于产品及品牌的既视感。



同时，日常发帖，带上店铺产品，从而促进用户看到帖子之后，直接点击产品图片进入店铺，通过店铺了解更多产品信息，促成用户询盘。



4、广告投放

广告可以快速将公司品牌与产品，推送给潜在的海外客户群体。要取得好的投放效果，需要在如下方面处理好：

(1) 制定正确的受众目标

目前的这个受众是根据我们收集的一些信息，可能不太全，还需要贵公司提供更加详细的资料，根据客户的目标市场来确定，但是每个国家的情况不同，应该分开投广告，以印度为例)

兴趣	性别	年龄	目标市场	备注	具体采用方法
这里需要根据客户产品定位以玻璃包装瓶为例 1 glass bottle & B2B & B2C 批发 2 perfume & B2B 批发 3 beauty makeup, 化妆品 & B2B, 批发	不限	18-65岁+	以印度为例	本目标只是在广告投放的前3-4天使用，在广告投放3-4天之后，看广告的具体表现再作调整。	前期： 1. 将做A/B测试，对年龄进行分层，以及对兴趣做一个分组的测试，就前面的兴趣来说，可以分为直接相关的，以及竞争对手相关的。 2. 采用的素材尽量以视频为主，需要看广告表现更换素材。 后期： 在官网上安装Facebook pixel, 在前期有一个引流的大致数据后，采用自定义受众或者相似受众精确受众，提高访客的转化率。 开通表单广告，提供对用户有价值的信息（比如能够提供用户参考价值的行业报告、分析等），换取用户的联系资料

(2) 广告投放类型以及预算

根据客户的目标需求，制定不同的广告投放类型，但主要还是以下几种类型。大致广告的着重点前期是吸粉提供受众人数，后期则是转化和互动量，同时投放流量广告，尝试做低成本引流与转化

广告类型	每日预算	单次成本费用	预计成效	投放周期	预计总成效	备注
主页赞或吸粉	\$10/天	预计 0.3 美金	新增 65 个粉丝/天	30-40 天	2000 个左右粉丝	本表格属于前期一个半月投入预算以及各个广告类型分布，后期侧重点在于互动以及 messenger。
帖文互动	\$10/天	预计 0.2 美金	贴文互动人数 500-800/天	30-40 天	1.5W+ 次互动	
网站流量	\$20/天	预计 0.5 美金	预计流量 40/天	30-40 天	1200-1600 次点击	
总计	\$40/天					

(备注：结果为根据我们过往数据的总结预测，实际结果需要根据运营结果而定，在运营 15 天左右会给出相关测试结果和新的预测)

四、数据报告与分析

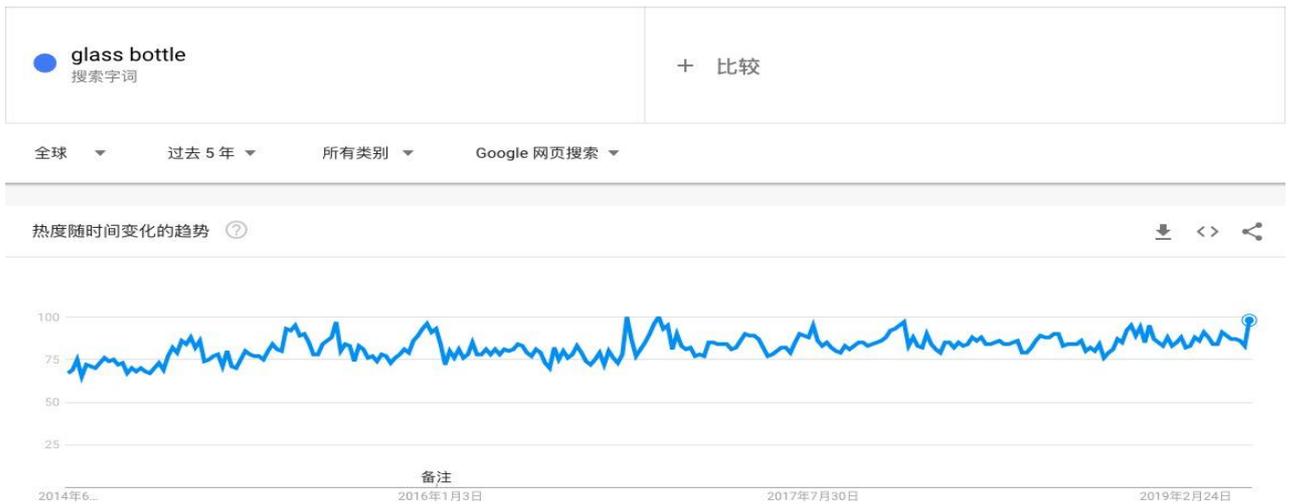
我们会以周报的形式定期发送，对结果及原因及时反馈，并且适时调整运营方向和策略。

1、周报：

每周一都会发送周报，内容具体包含上周主页发帖数量、类型、具体表现、表现好与不好的帖子的原因分析。广告的具体花费、表现、做了哪些调整、调整原因、调整之后的表现等等，以及下周的运营计划。

2、相关行业数据报告：

另外，我们会发送数据报告，包含行业关键词搜索量、搜索趋势变化、竞争对手的数据分析及策略分析等。比如如下的行业趋势数据：



从中看出，该行业搜到热度以微弱的趋势增长



从中看出，英国、新西兰、澳大利亚、新加坡、美国是该行业需求较大的国家

五、竞品分析（范例）

1. FLEXFORM : <https://www.facebook.com/flexform/>

FLEXFORM 的主页，同样也是属于中高端品牌，目前主页粉丝有 11 万多，主页发帖比较勤，一天一帖甚至多帖。主页上帖子的互动属于一般，发帖内容大多是家居装潢，家里面的一个角落或者一些剪辑而

