

**Fler och fler företag skapar sidor, eller "fan pages" som de oftast heter, på Facebook för att kunna nå ut till Facebooks enorma publik. Med över 500 miljoner användare vore det synd att gå miste om denna marknadsföringsmöjlighet.**

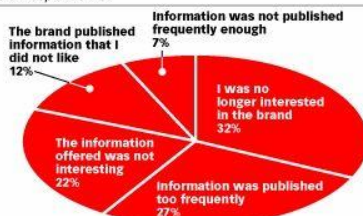
**Så nu när du har skapat en sida åt ditt företag, hur gör man för att bygga en fan base,** och vilka metoder kan man använda för att se till att fansen fortsätter att komma? I denna artikelserie går jag igenom tjugo sätt du kan marknadsföra din fan page, vi börjar med de fem första. Vissa åtgärder är mer lämpliga för mindre företag än för de större företagen eftersom de oftast får jobba hårdare för att bygga sin kundkrets.

## 1. Föreslå för vänner

**Någonstans måste man börja, och det bästa sättet att få en rivstart är att bjuda in vänner & familj till sin page.** Det är mer sannolikt att nya fans som kommer till din sida kommer "gilla" din sida om den redan har lite fans till att börja med. Klicka på länken "Föreslå för vänner" under sidans profilbild, och gå sedan igenom din vänlista och välj ut dem du tror kommer gilla din sida. *Tips:* Gör flera på ditt företag till administratörer för sidan – då kan flera bjuda in sina nätverk att bli fans och sidan får maximal exponering. Klicka på "Redigera Sida" under sidans profilbild, och sen på "Hantera administratörer" i vänstra kolumnen. Därefter skriver du in namnen på dem du vill ska ha tillgång till sidan.

## 2. Publicera intressant & relevant innehåll

**Reasons for Unsubscribing from a Brand's Facebook Page According to Facebook Brand Fans\* Worldwide, Sep 2010**  
% of respondents



Note: ages 18-60; among the 36% of respondents who have unsubscribed, "have liked" a brand on Facebook  
Source: DDB Worldwide and Opinionway Research, "Facebook and Brands," Oct 11, 2010  
120695 www.Marketer.com

**Det bästa sättet att få spridning på din sida utanför ditt eget nätverk är att dela med dig av intressant och relevant innehåll som kan få bra spridning av dina fans.** Låt dem bli ambassadörer för ditt företag genom att de delar med sig av dina länkar, videos och bilder till sina egna nätverk. Bra innehåll får oftast många "likes" och kommentarer, och även om ett fan inte aktivt sprider ditt inlägg så kanske de tar sig tiden att kommentera ditt inlägg istället. Då syns det automatiskt på deras egna profil att de kommenterat din sida vilket också kan vara ett sätt för nya fans att upptäcka ditt företag.

## 3. @Taggen

**När du skriver ett status på din personliga profil och inkluderar @ symbolen följt av namnet på din fan page,** så blir detta automatiskt en klickbar länk i ditt status. Detta kan va bra att göra någon gång ibland, när det finns något extra viktigt att marknadsföra. Tänk på att inte göra det för ofta då ditt nätverk kan uppleva det som spammigt vilket kan leda till att de gömmer dig helt från sina nyhetsflöden.

Dela: Status Foto Länk Filmklipp

---

**Elissa Björck**  
Precis skrivit mitt första blogginlägg för The Amazing Society! Check it out!

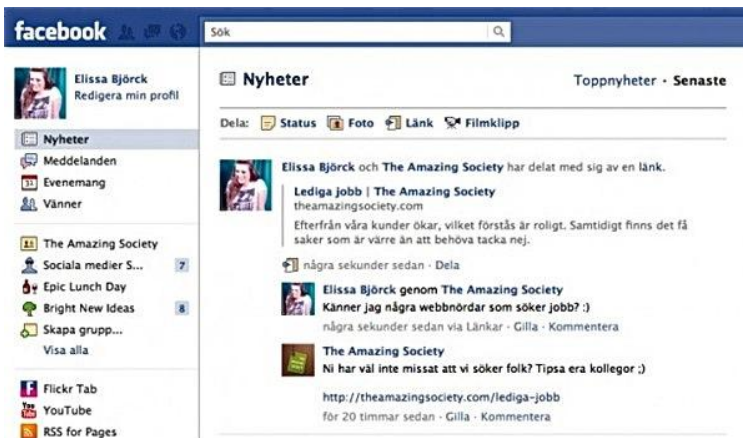
**Facebook Tutorial 1: Grupp, Personlig sida eller Fanpage?**  
| The Amazing Society  
theamazingociety.com

Vad är egentligen skillnaderna mellan en Facebook grupp, fan page och personlig profil, och vilket bör man använda för att marknadsföra sitt företag?

några sekunder sedan · Gilla · Kommentera · Dela

## 4. "Dela" dina fan page uppdateringar

Ett annat sätt att få in din fan page i din status är att dela innehåll som du publicerat på fan pagen. Du gör detta genom att gå in på din fan page och klicka på "Dela" under uppdateringen (kan vara ett status, en länk, video eller bild som publicerats) När du gjort detta ser det ut såhär i nyhetsflödet:



## 5. Ange ditt företag som arbetsgivare

Med den nya Facebook profilen som lanserades förra månaden är det extra viktigt att ange ditt företag som arbetsgivare, då denna info numera visas på toppen av din profil och är det första man ser. Information om din arbetsgivare syns även under "Info" i din profil med en beskrivning om vad du och ditt företag gör. När du fyller i företagets namn, se då till att välja rätt fan page när du blir presenterad de olika valen i en pop-up meny. Uppmuntra även andra anställda på företaget att göra likadant.



## 6. 'Gilla' din egen sida



... för om du inte gillar dig själv, varför ska någon annan? :) Skämt åsido, när du 'gillar' din fan page så syns den permanent på din profil (så länge du gillar den, alltså). Sidans namn syns som en avatar och en klickbar länk på din profil, och skrollar man över den med musen poppar ikonen för sidan upp i ett pop-up fönster tillsammans med lite snabb statistik för sidan.

## 7. Ha din sida som favorit

Om du har andra fan pages som du administrerar, och om det är lämpligt, lägg då till din fan page som favorit på de sidorna, och vice versa. Om ditt företag har samarbetspartners, dotterbolag, eller vänner i branschen som gillar det ni gör, be dem då att lägga till er sida som favorit på deras sidor och vice versa, så ni marknadsför varandra. Era sidor kommer då dyka upp under "Favoritsidor", som är en box längst ner till vänster på sidan.

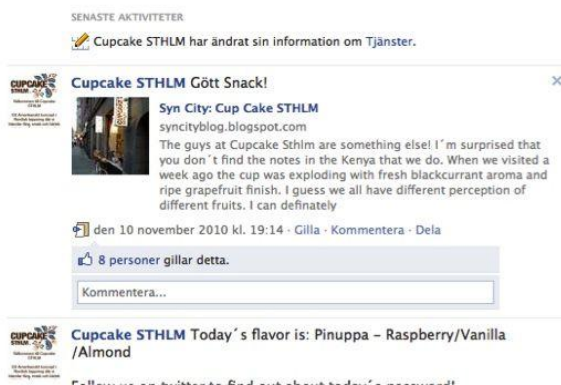


## 8. Sharing is caring

Men det gäller såklart att inte bara pumpa ut din egen agenda. Facebook är ju ett socialt nätverk vilket betyder att det är en tvåvägskonversation. Dela med dig av andras innehåll som du tycker är intressant och tror dina anhängare kommer tycka är intressant, och använd en av tidigare nämnda metoder för att marknadsföra andra i dina status-uppdateringar. Det kan vara fans (kunder), samarbetspartners, prospects eller vänner i branschen. Din publik blir glad, du blir glad och de du marknadsför blir glada – och en effekt av du hjälper du dem bli synliga är de mer benägna att göra samma åtgärd.

En till positiv bieffekt av detta är också att när du @taggar någon i din status så syns denna status inte bara hos din egen sidas kontaktnät, utan även på personen/sidan du @taggades profil.

Nedan är ett exempel på något som caféet Cupcake Stockholm gör bra – länkar till andras bloggar när de skrivit om dem.



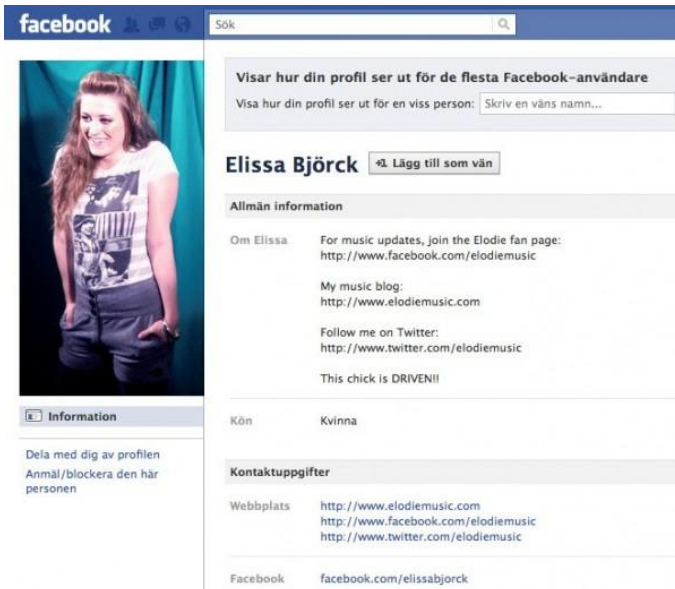
## 9. Ange länkar till din page i din profil

Som du säkert redan vet har du en avdelning i din profil som heter "Info" (vänster sida under din profilbild) där du kan skriva lite mer om dig själv. Här har du möjligheten att berätta lite mer om vad du jobbar med samt ange länkar till din page i boxen som heter "Webbplats".

## 10. Se över dina sekretessinställningar

Vet du hur din publika profil ser ut på nätet? Alltså hur den ser ut för folk utanför ditt Facebook-nätverk eller som t.o.m inte ens har Facebook? Det är ju tex inte lika effektivt att ange en massa information om ditt företag på din profil om bara dina närmsta vänner kan se det. Se över dina sekretessinställningar och se till att välja "Alla" på de kategorier du är bekväm med att visa upp offentligt. Tex kan det va bra att synliggöra "Webbplats" och "Bakgrund & Favoritcitat".

Nedan kan du se hur min publika profil ser ut:



facebook

Sök

Visar hur din profil ser ut för de flesta Facebook-användare

Visa hur din profil ser ut för en viss person:

**Elissa Björck**

**Allmän information**

Om Elissa For music updates, join the Elodie fan page:  
<http://www.facebook.com/elodiemusic>

My music blog:  
<http://www.elodiemusic.com>

Follow me on Twitter:  
<http://www.twitter.com/elodiemusic>

This chick is DRIVEN!!

Kön Kvinna

**Kontaktuppgifter**

Webbplats <http://www.elodiemusic.com>  
<http://www.facebook.com/elodiemusic>  
<http://www.twitter.com/elodiemusic>

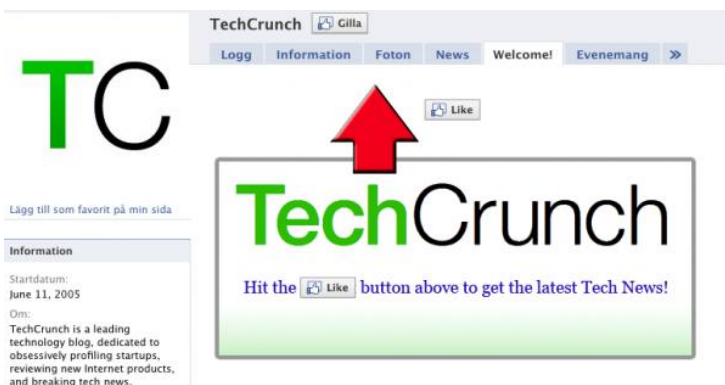
Facebook [facebook.com/elissabjorck](http://facebook.com/elissabjorck)

## 11. Engagera dina fans

Som jag nämnde i [del 1](#) så finns det ingen poäng med att satsa på att marknadsföra din page om den inte är intressant och engagerande till att börja med. Det är, som en klok läsare sa, lite som att "... bjuda in till julbord där det inte serveras annat än bröd och vatten". Att kontinuerligt publicera intressant innehåll är en stor del i denna ekvation, men det finns mycket annat du kan göra för att ha en page som dina anhängare kommer tillbaka till om och om igen. Så mycket så att ämnet egentligen förtjänar sin egen artikelserie, men vi kan börja med det viktigaste: *Välkomst-fliken*.

**Det bästa sättet att engagera en ny besökare är att göra en egen välkomst-flik**, där du förklarar kortfattat vem ni är och vad man kan förvänta sig av denna Facebooksida. Det skadar inte att förtydliga varför en besökare bör 'gilla' sidan och hur de ska göra detta eftersom det kanske inte är så uppenbart för alla hur 'gilla' knappen funkar och var den sitter. Några sidor som gör detta snyggt är [Techcrunch](#) och [Make Use Of](#). Som man ser nedan har de inte bara uppmuntrat en användare att 'gilla' sidan, men även ritat en pil upp till 'gilla' knappen så att man verkligen inte kan missa den.

**För att göra din egen välkomstflik så behöver du i dagsläget använda dig av en Facebook-applikation** som använder FBML (Facebook Markup Language). Det finns lite [olika applikationer](#) men den enklaste är [Static FBML](#) om du kan lite html. Däremot så har [Facebook meddelat](#) att de slutat tillverka nya FBML-applikationer i slutet på 2010 och istället kommer ersätta det med iFrames i nu början på 2011, så om du inte har bråttom med att lägga till en välkomst-flik rekommenderar jag att vänta på iFrames-lanseringen.



TechCrunch

Logg Information Foton News Welcome! Evenemang >>

Lägg till som favorit på min sida

**Information**

Startdatum:  
June 11, 2005

Om:  
TechCrunch is a leading technology blog, dedicated to obsessively profiling startups, reviewing new Internet products, and breaking tech news.

Hit the  button above to get the latest Tech News!

## 12. Optimera dina inlägg till Facebooks sökmotor

Du kanske har lagt märke till Facebooks nya "[community pages](#)"? Detta är ett av deras många försök till att ta marknadsandelar från Google genom att man nu kan söka på vilket ämne som helst i Facebooks sökruta och få upp en informationssida om ämnet med text hämtad direkt från Wikipedia.

På bilden nedan ser du hur en community page ser ut. Notera i vänstra kolumnen där det står "Relaterade Inlägg". Klickar du på den så kommer det upp ett nyhetsflöde med alla de senaste status-uppdateringarna som Facebook-användare runt världen skrivit som innehåller ordet du sökt på. Om ditt företag tex säljer paketresor till Thailand och du från er page publicerar en status som innehåller ordet 'Thailand', då kommer denna uppdatering även dyka upp på Thailands officiella community page. Nu är Thailand ett ganska brett och populärt ord, så ju mer nischade ord du använder, desto längre kommer din uppdatering synas i nyhetsflödet. Lite samma koncept som hashtags på Twitter.

Men man behöver inte gå in på en community page för att se vad Facebook-användare säger om ett visst sökord; redan på sökresultatssidan kan du klicka på "Inlägg av alla" längst ner i vänstra kolumnen. I den vänstra kolumnen kan man även klicka för att se sökresultat från Facebooks partner, Microsoft Bing. Kommer man högt upp på Bing så kommer man troligtvis även högt upp i Google, vilket leder mig till nr tolv – optimering för sökmotorer.



The screenshot shows the Facebook search interface for the term "Thailand". On the left, there is a sidebar with navigation options: "Information", "Relaterade inlägg", "Wikipedia", "17 434 personer gillar detta", "1 vän gillar detta" (listing Lindsay Deutsch), "Lägg till som favorit på min sida", "Föreslå för vänner", "Skapa sida", "Anmäl sida", and "Dela". The main content area displays the search results for "Thailand". It includes a "Beskrivning" section with text from Wikipedia: "Thailand, formerly Siam, and officially the Kingdom of Thailand, is an independent country that lies in the heart of Southeast Asia. It is bordered to the north by Burma and Laos, to the east by Laos and Cambodia, to the south by the Gulf of Thailand and Malaysia, and to the west by the Andaman Sea and the southern extremity of Burma. Its maritime boundaries are shared with Vietnam in the Gulf of Thailand to the southeast. Thailand also shares maritime boundaries with Indonesia and India in the Andaman Sea to the southwest." Below this, there is a "Relaterade inlägg av vänner" section showing several posts from users like Malin and Many, discussing weather and travel experiences in Thailand. Each post includes the user's name, the text of the post, the date and time, and the number of likes or comments.

## 13. SEO – Optimera för sökmotorer

Det är jättebra att vara synlig på Facebooks sökresultatssida, men ännu viktigare är det att vara synlig i sökmotorer (Och med sökmotorer menar jag främst Google). Det finns en hel del åtgärder man kan ta för att optimera sidan och nästan alla av dem har att göra med nyckelord. Bestäm en handfull olika nyckelord som du vill att din page ska synas på i sökmotorerna och se sedan till att dessa nyckelord förekommer på olika delar av sidan – i företagsbeskrivningen under "Info"-fliken, i bild-beskrivningarna på dina uppladdade bilder, i dina uppdateringar, och självklart i sidans URL.

Du kan använda dig av [Googles Keywords Tool](#) för att hitta inspiration till relevanta nyckelord och se hur många som söker på dessa ord varje månad. Tänk på att inte bara välja breda sökord som "musik" eller "sport" och inte heller för nischade ord eller fraser som ingen söker på, utan försök ta fram sökord och sökfraser som har lagom många sökningar utan allt för hög konkurrens. Det finns yttligare SEO knep du kan använda dig av för Facebooksidan som du kan läsa om [här](#).

## 14. Tävlingar & Kampanjer

Ett snabbt sätt att locka folk att 'gilla' din fan page är att ge dem någonting i utbyte mot en 'like'. Facebook har dock [stränga regler](#) när det gäller marknadsföring på Facebook så var noga med att göra det på rätt sätt. [Lmars förra året skrev Peter Højman en artikel](#) där han tolkade reglerna för vad som är/inte är ok. Han kom bl a fram till att det är ok att driva en kampanj utanför Facebook där en av spelreglerna är att man måste vara ett fan för att kunna delta i kampanjen. Det är däremot inte ok att *uppmåna* folk till att 'bli ett fan' eller göra annan aktivitet på Facebook för att få vara med i tävlingen.



## 15. Tagga fans på bilder från event

För dig som jobbar på ett stort företag kanske det känns som en omöjlig uppgift att få alla anställda att på ett eller annat sätt marknadsföra företaget online. Men det finns ett trick du kan använda för att göra dina anställda till företagsambassadörer utan att de själva inser det – tagga dem på bilder! Dock är detta ett känsligt ämne då inte alla tycker om att bli taggade på bilder utan sitt godkännande, så det bör göras med sunt förnuft.

Vi älskar bilder – när det dyker upp i vårt nyhetsflöde att en vän blivit taggad på en bild går vi genast in och kikar. Tänk dig då att du skapar ett fotoalbum på företagets page där du laddar upp bilder från ett event som företaget sponsrat offline. En julfest, konferens eller kick-off, tex. Och att du taggar de personer i bilderna som du kan komma åt via ditt nätverk, eller snarare uppmuntrar dem till att tagga sig själva. Detta bygger förstås lite på att du som privatperson är vän med några kollegor. Du kanske inte är Facebook-vän med alla på företaget, men om du lyckas tagga en del så är sannolikheten stor att de är vänner med andra kollegor och att spridningen så småningom når fram till resten. Om du har 100 anställda som alla har minst en bild i sin profil från företagets event, och varje anställda har i snitt 100 vänner på Facebook... ja, du kan göra matematiken själv. Detta är dessutom ett utmärkt sätt att visa upp en mer mänsklig sida av företaget. Se till att döpa albumet samt alla bilderna med namnet på eventet och namnet på företaget.

## 16. Social Plugins

Följ Social Business via Facebook



Visserligen kan du klistra in en enkel länk till din Facebook-sida på din webbplats newsroom och driva trafik till Facebooksidan på så sätt. Men tänk istället att en besökare kommer till din webbplats och ser en box där det står att många har gillat din Facebooksida, varav flera är dennes vänner. Gissa om de kommer hålla sig kvar på webbplatsen extra länge, för att sen migrera till din fan page och trycka på likeknappen. Eller trycka på likeknappen direkt från webbplatsen.

Facebooks lanserade förra året sina olika 'social plugins' som är olika typer av widgets som du kan installera på webbplatsen för att uppmärksamma din fan page på ett mer effektivt sätt. Förutom 'Like'-widgeten finns även widgets där en användare kan få artiklar från din webbplats rekommenderade till sig, eller se vad dennes vänner nyligen läst på din webbplats.

## 17. Skapa events

Eventen i Facebook är nog ett av det bästa sätten att få lite temporär viral spridning för ditt företag. Det behöver inte nödvändigtvis handla om ett fysiskt event som ska ta plats; nästan allt kan göras till ett event om man så vill. Du kanske släpper en produkt på ett visst datum, eller vill upplysa om en presskonferens eller annat live-event. När en person RSVP:ar till ditt event så syns detta på deras profil samt i deras vänners nyhetsflöden.

Du kan antingen skapa ett event som dig själv, eller som ditt företag. Om du skapar det som dig själv så har du ytterligare möjligheter till viral spridning, genom att tillåta att medlemmar i eventet får bjuda in andra medlemmar. Du kan även skicka ett meddelande som går ut till alla som du och andra har bjudit in till eventet (även om de inte tackat ja ännu) och meddelandet hamnar direkt i deras vanliga inbox istället för i den speciella inboksen där fanmailen hamnar. Jag uppmuntrar naturligtvis inte spammande, för det vinner man inte på i längden, men med sunt förnuft och lite taktkänsla borde det gå att använda nån gång.



## 18. Marknadsför din sida med Facebook-annonsering

Ett utmärkt sätt att nå ut till användare i en viss målgrupp utanför ditt eget nätverk är att köpa [Facebookannonsering](#). Du kan rikta dina annonser mot specifika områden och städer, och bestämma ålder, kön, utbildningsnivå eller t.o.m. arbetsplats på din målgrupp. Du kan även rikta annonser mot folk som anger vissa intressen på sin profil och verkligen fånga din specifika publik. Det är dessutom [hyfsat billigt att annonsera på Facebook](#) jämfört med tex Google Adwords.

## 19. Köp Adwords annonser som går till Facebook sidan

Köper ditt företag [Googleannonsering](#)? Om inte, så är detta ett suveränt sätt att driva trafik till din fan page och skaffa nya fans. Annonsera på några utvalda nyckelord som har med dina produkter/tjänster att göra och fånga upp potentiella fans när de är som mest mottagliga för reklam. En faktor som gör Google Adwords bättre än Facebook annonsering är att Googles publik redan är i köp- och researchmode när de söker på vissa nyckelord. Detta gör att det är lättare att få dem att konvertera till fans än med en passiv Facebookpublik, eftersom Facebookanvändare oftast ser reklam som störande.

## 20. Sociala Objekt

[Sociala Objekt](#), kort sammanfattat, är anledningen två människor pratar med varandra, istället för att prata med någon annan. Människan är social, men det måste finnas en anledning till att kommunicera till att börja med. Denna anledning är vad vi kallar "sociala objekt". Oftast är detta ett gemensamt intresse eller diskussion.

Som företag kan du därför skapa ett socialt objekt för att bjuda in till och leda en diskussion. Detta kan tex vara i form av en Facebook grupp som handlar om ett visst ämne som berör din bransch. Här kan du styra diskussioner, dela med dig av din kunskap och hitta likasinnade. Syftet här är inte att få många fans snabbt, utan snarare att bygga upp organiskt förtroende i ett mindre community som indirekt kan leda till att folk även vill följa ditt företag och sprida det du har att säga.

Och med detta vill jag sammanfatta artikelserien "20 sätt att marknadsföra din Facebook Fan Page". Se även till att du har angett länken till fan sidan på ditt visitkort, i din e-mail signatur, på företagets webbplats och på de övriga profilerna på nätet samt i pressmeddelanden och annan dokumentation. Om du deltar i olika nätforum, ha då med länken i din signatur. Och när du kommenterar bloggar & artiklar i företagets namn, ange länken till Facebook sidan i din kommentar

Källa [Elissa Björck](#), digital kommunikation på [The Amazing Society](#).