Sotsiaalmeedia reklaami hetkeseis - õpime tegema paremini

6 aastat tagasi - 09.04.2020 Autor: Marko Habicht

Hiljuti kirjutasime, kuidas vältida viit levinud viga sotsiaalmeedias turundamisel. Selle juhendi koostamiseks töötasime läbi rohkem kui 300 viimastel nädalatel sotsiaalmeedias nähtud reklaami, milltest toome konkreetseid näiteid selle reklaamide hulga seast, kuidas teha ja kuidas mitte teha.

Viimase kuu jooksul on kohalike firmade reklaamid sotsiaalmeedia täielikult üle võtnud. Kohalik turg vohab, Wish reklaame ei näe enam üldse. Enamjaolt on reklaamid nagu reklaamid ikka, ent uute tulijatega on tekkinud ka väga häid ja väga halbu näiteid. Lisaks on mõned olemaolevad tegijad jätnud oma aasta alguses ettevalmistatud reklaamid ajakohaseks muutmata.



Helen Maidre *loovagentuur* ***Must Post Media*** *juhatuse liige.*

Must Post OÜ on loovagentuur, mis aitab ettevõtetel säästa aega ja raha, asendades korduvad tegevused funktsionaalsete videotega.

Suuremad temaatilised suunad ja üksikud eristujad

- **Osta midagi**
  - Meil on nüüd e-pood
  - Meil on nüüd toidu kojuvedu
  - Meie pood on veel lahti, tule pane ennast ohtu

    - Videomaaklerid ehk osta uus kodu
    - Rehvivahetus kontaktivabalt või kodus
- **Hariv**
    - Tutvu meie tasuta materjaliga kuidas koroona ajal tööl/koolis/trennis/kliendiga/perega paremini hakkama saada
    - Osta meie veebikoolitus kuidas koroona ajal tööl/koolis/trennis/kliendiga/perega
    - paremini hakkama saada
    - Kuidas kodus trenni teha
    - Kuidas paremini koristada, kasutades meie juhendit või masinat.
    - Retseptid toidu tegemiseks
- **Online nõustamisteenused**
    - Arstid
    - Terapeudid
    - Veterinaarid
    - Loomapoe töötajad
- Tule meile tööle
- Enesearengu platvorm järgmised kuud tasuta või soodushinnaga.
- Aita!
- Meie põhimõtted töötegemisest koroona ajal
- Poliitikute “tegin üksi maailma paremaks” enesepromo.
- Hirmude pealt kasu lõikajad.
- Rahapettused (loe, mis saab kui nendega suhtlema hakkad)

Sarnasel teemal reklaame on palju, väga palju

Isegi neil pidevalt silma peal hoides ja märkmeid tehes ei jää meelde, kuhu ma peaksin täna pöörduma kui tahan vahetada rehve või tellida toitu.

Seevastu paar üksikut ettevõtmist on jäänud meelde oma erakordse lähenemisega. Kas sa mõtled kasutada praegust aega, mil inimesed on ekraanide külge kleebitud, oma brändi tuntuse tõstmiseks? Sel juhul on Harvard Business Review pannud kokku lühikese ingliskeelse juhise, kuidas seda teha.

Rehvivahetuse ja toidu tellimise puhul on reklaamijal kasulik mõelda läbi, kes on tema ideaalne klient ja millal on sellel kliendil aega kohe teenus osta. Näiteks “telli endale koju ehtne Itaalia pasta” on hea reklaam õhtul, kui kõht on tühjaks minemas. Facebookis on võimalik reklaami seadistades valida, mis kell inimesed seda iga päev näevad.

Kui anda edasi vaid 1 mõte ja soovitus: ära boosti postitust, vaid tee endale business.facebook.com konto ja sea sealtkaudu üles reklaam.See on odavam, tulemuslikum ja aitab sul reklaami ülesseadmise käigus läbi mõelda.

Mis neil kahel veel vahet on saad lugeda siit.

Kui sinu pakutav toode või teenus on ülal-olevas listis, siis arvesta, et sul on praegu netis tähelepanu võitmiseks vaja kõvasti tööd teha. Selleks, et kogu praeguses virrvarris silma jääda on vaja eristuda.

1. Väldi neid vigu.
2. Tee oma pildist video, pane seal midagi natukenegi liikuma. Nii püsib see kauem ekraanil.
3. Kasuta business.facebook.com kontot tavalise boost reklaamnupu asemel.
4. Näita oma reklaami vaid publikule, kes sinu toodet vajab.
5. Näita oma reklaami kellaaegadel, mil sinu toodet/teenust vajatakse.

Järgmistel päevadel toon rohkelt näiteid kategooriate kaupa.

Seniks jätan teile neli silmapaistvat kuvatõmmist


Heateenindus.ee
Sponsored
Teenindajad on kangelased, trotsides kartmatult viirust nad aitavad meid!
AITÄH!
KIIDAME TEENINDAJAID SÜDAMEST!
Kutsume kõiki üles tunnustama meie vapraid klienditeenindajaid. Poeta hea sõna, sõbralik naeratus ja ütle teenindajale aitäh! Et saaksime häid teenindajaid nende suurepärase töö eest väärikalt tunnustada, anna heast teeninduskogemusest k... more
Learn More

Heateenindus.ee - Puudub otsene üleskutse millegi ostmiseks, ometi on see minu jaoks heas mõttes meeldejäävaim reklaam. Mulle on edasi antud otsene üleskutse midagi teha. Ja see midagi on hea tegu, mis ei käi üle jõu. Viimastel nädalatel olen 2 korda pidanud poes käima ja mõlemal korral tuli töötajaid nähes meelde Heateenindus.ee ja nende üleskutse.

Mõjuv ja visuaalselt lihtne reklaam, mis läheb kokku Heateeninduse olemuse ja brändiga ning teeb neid meeldejäävaks ka väljaspool märtsi.

Mida oleks saanud paremini - vähem teksti pildil. Nii näitaks Facebook seda rohkematele inimestele.

Crème de la Crème

Teostuselt väga lihtsalt mõjuvaks tehtud reklaam. Pandud erinevad pildid ja tekstid järjest jooksma.

Selle tulemusena saab anda edasi rohkem infot kui vaid ühte pilti kasutades.

Lisaks püüab liikuv inimese silma rohkem kui staatiline. Ei pea klikkima “see more” nupule, et rohkem infot saada, kliendile mugavam.

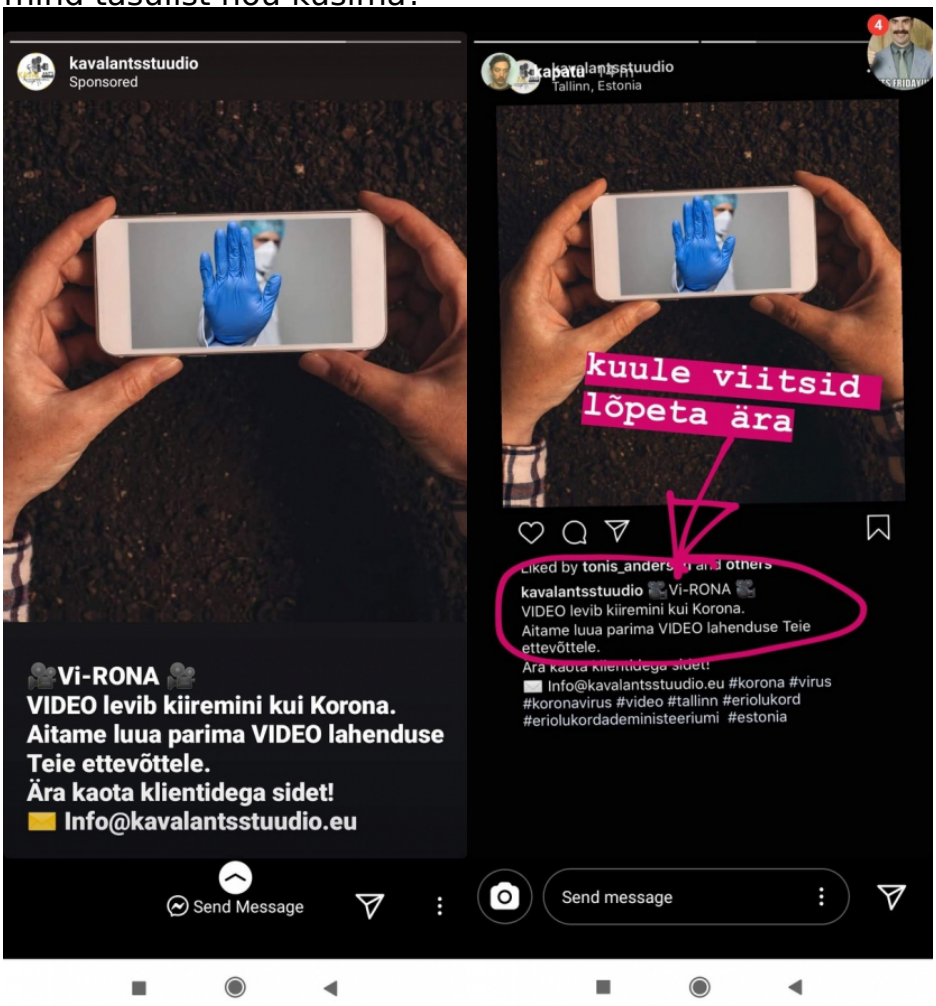


KIKA - Selgusetuks jääb, kas pakkumist on võimalik saada vaid poodi minnes -- enda ning teiste tervisega riskides -- või on neil olemas ka e-pood.

Tõenäoliselt on tegu varasema reklaamikampaaniaga, mis kevadisel hooajal pidigi üles minema. Siinkohal on kasulik, kui sinu ettevõtte turundaja käib ajatatud reklaamid üle, et tulevikus algavad reklaamid ei käiks vastu praegusele situatsioonile.

Facebookis ringi scrollides tekib soov sellest kiiresti üle minna, sest esmasel vaatlusel näeb see välja täpselt nagu 10 teist reklaami, kes kõik müüvad üles krutitud hinnaga desinfitseerimisvahendeid.

Teostuse osas kommentaare - Enamik KIKA poode on täna eriolukorra tõttu kinni, kika.ee teksi asemel saab infot jagada, millised on lahti, sest “shop now” nupp viib niikuinii kika.ee lehele. Selgusetu on ka see, et kas “shop now” nupp viib mind tasulist nõu küsima?



See reklaam on lihtsalt nii halb, et isegi koomik Mattias Naan, kelle töö on nalja teha, ütleb et lõpeta ära. Vahet pole mida sa praegu reklaamid. Kui sa üritad

inimeste elude, tervise või hirmude arvelt nalja teha, siis see ei ole naljakas.

Pea meeles, olukord muutub iga päevaga. See mis sinu enda arust on naljakas ei ole enam naljakas nädal hiljem su vanaema matustel.

Jälgi Musta Posti Facebooki ja ole esimene, kes näeb uusi postitusi selles seerias.

- Lahendused

- Tee ise

Pilt

