



Facebook – jak możesz wspomóc swój słodki biznes

Konto prywatne a konto firmowe – jakie są różnice

Kwestia dotarcia do klienta stała się obecnie palącą. Pomóc może oczywiście posiadanie i kontaktowanie z klientami za pośrednictwem Facebooka. Należy pamiętać, iż działania promocyjne i prowadzenie konta marki czy firmy na profilu prywatnym na Facebooku są zabronione. By reklamować firmę zgodnie z regulaminem i mieć dostęp do wszystkich funkcji, musisz wiedzieć jak założyć konto dla swojej firmy. Jest to uzasadnione tym, iż Fanpage to po prostu miejsce dla osób, które sympatyzują z Twoją marką. Profil prywatny natomiast to komunikacja osobista ze znajomymi i przyjaciółmi.

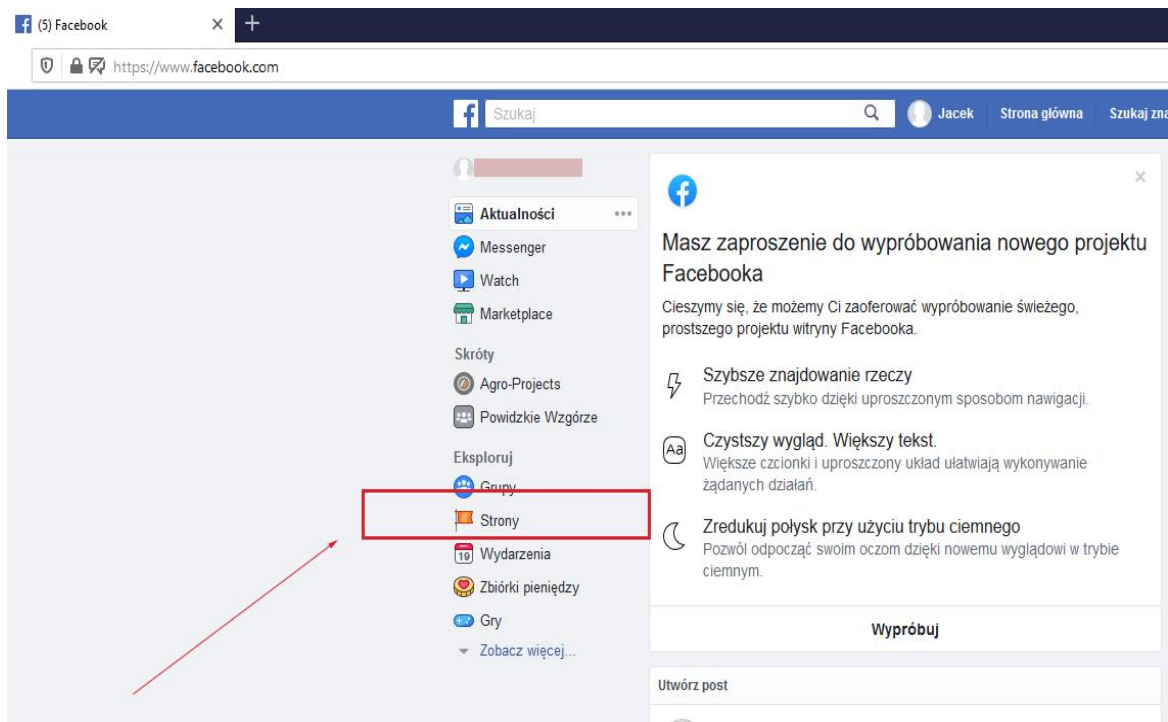
Możesz więc założyć fanpage dla marki albo przekształcić swoje prywatne konto w firmowe. Z wielu względów polecamy założenie oddzielnego konta firmowego, którym będziesz mógł zarządzać z poziomu konta prywatnego. Należy jednak pamiętać, iż jest to strona publiczna i nie da się na niej ukryć pewnych wiadomości, jak na koncie prywatnym. Ale w końcu o to chodzi, aby potencjalni klienci widzieli jaką masz ofertę.

Jak założyć konto firmowe

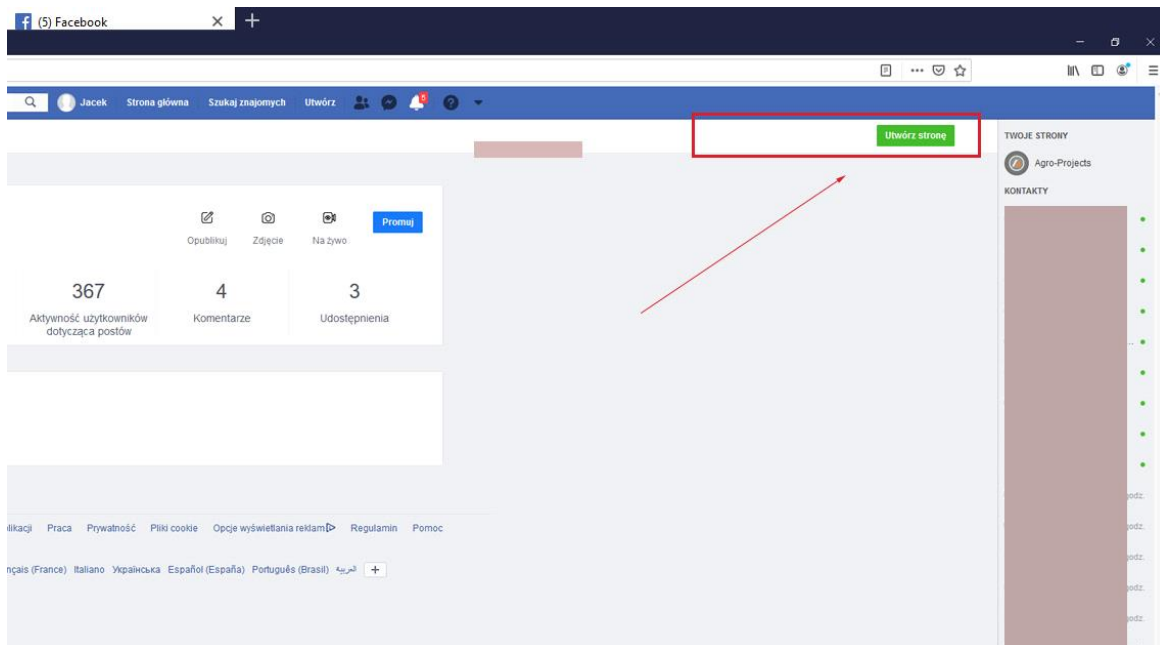
Jego utworzenie jest darmowe. Facebook proponuje stworzenie strony z kilku różnych miejsc. Użytkownicy, którzy nie mają jeszcze konta na Facebooku lub nie są zalogowani, pierwszą możliwość jej założenia mają na stronie głównej:

Przy rejestracji podajesz swoje dane i możesz utworzyć swoją stronę dla firmy.

Jeśli już masz konto na Facebooku, dane do rejestracji nie pokażą się, ale możesz taką opcję znaleźć po wejściu na swoje prywatne konto i klikając „strony”.

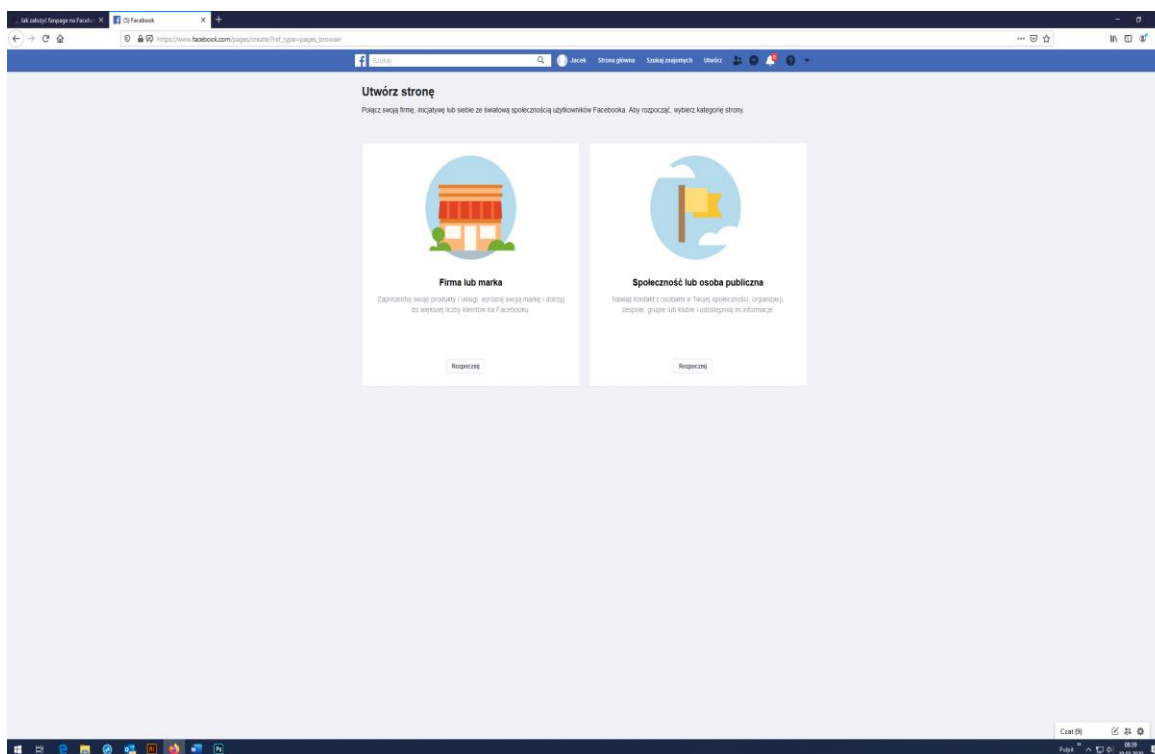


Następnie klikamy „utwórz stronę”



Następnie pojawi się komunikat czy chcesz założyć stronę prywatną czy firmową.

AGART®



Klikamy „Firma lub marka” „Rozpocznij”. Następnie podajemy nazwę strony (może to być np. nazwa firmy lub marki) oraz kategorię. Po wpisaniu jakiegokolwiek wyrazu pojawi się lista rozwijana, z której należy wybrać odpowiednią kategorię.

Po założeniu strony pojawi się informacja o konieczności dodania zdjęcia profilowego. Możesz je dodać z dysku własnego komputera klikając „Prześlij zdjęcie profilowe”. Może to być np. logo Twojej firmy lub zdjęcie Twojego produktu. Jeśli go nie masz, możesz ten etap zostawić na później i kliknąć „pomiń”. Jeśli masz problem ze zdjęciem profilowym i nie masz go jak wykonać, napisz do nas a pomożemy ci je stworzyć e-mail: jacekzurawski@agart-pro.pl.

Następnie Facebook zapyta Cię o dodanie zdjęcia w tle. Podobnie jak przy zdjęciu profilowym, to ważny element graficzny na Twojej stronie. Możesz je wgrać z dysku lub poprosić o pomoc pisząc na podanego maila. Zdjęcia w tle, czyli tzw. *cover photo* – najlepiej w wymiarach 851×315 pikseli (jeśli masz większą grafikę będziesz mógł ustalić jak Facebook ma ją przyciąć do powyższych wymiarów).

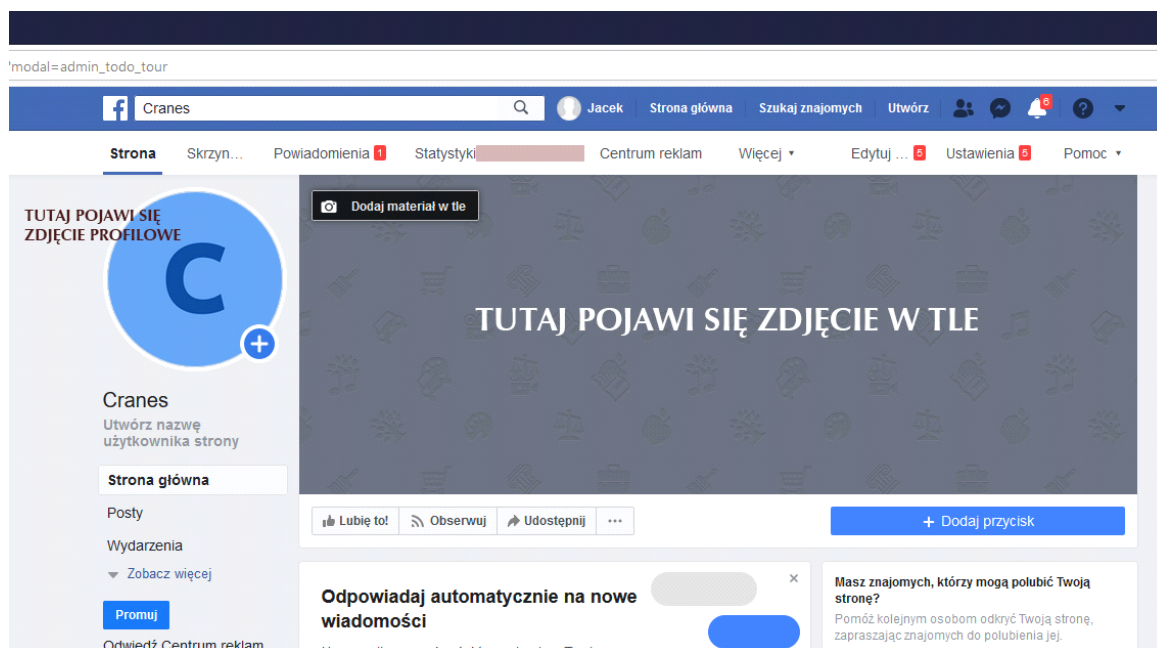
Krok 3 to zgoda na dodanie funkcji rezerwacji spotkań. To rodzaj kalendarza. Jeśli teraz nie chcesz tego zrobić, klikasz „Nie teraz”. Właśnie utworzyłeś swoją stronę. Jeśli dodałeś zdjęcia, pojawią się we wskazanych na poniższym zdjęciu miejscach.

Z rzeczy czysto wizualnych to już wszystko. Potrzebujesz jeszcze uzupełnić kilka elementów.

- Dane firmy lub marki,

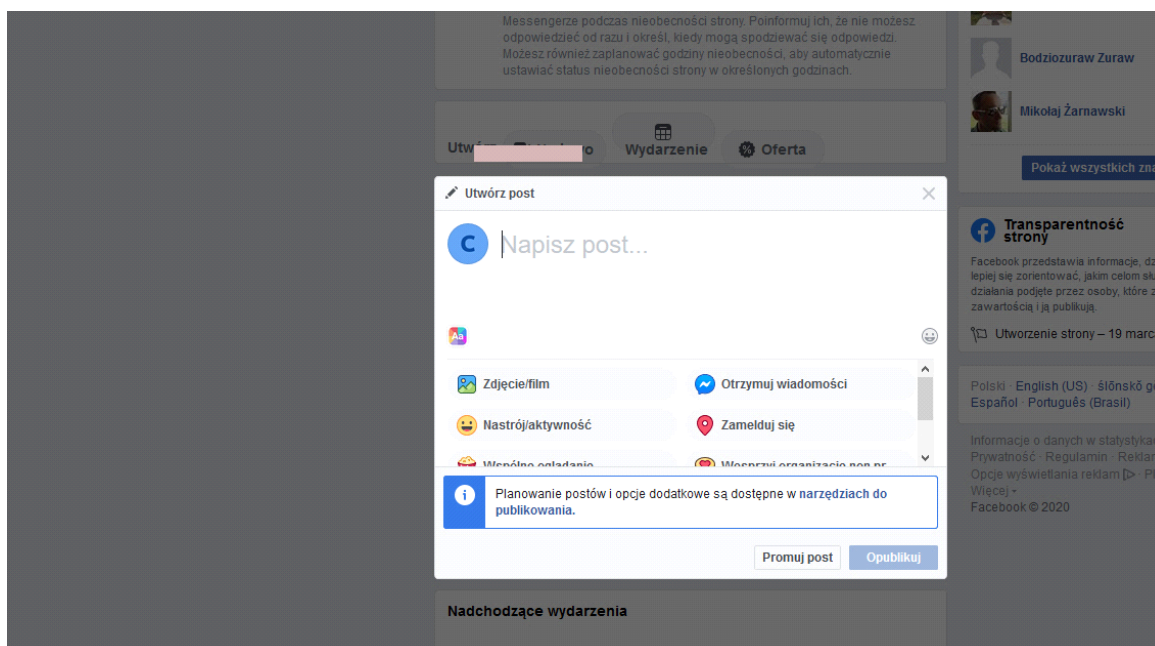
AGART[®]

- krótki opis działalności (155 znaków maks),
- Nazwa użytkownika, która pojawi się po ukośniku za „facebook.com” (powinna być taka sama lub spójna z nazwą firmy),
- przycisk CTA,
- adres strony internetowej,
- dane teleadresowe.



Teraz możesz napisać swój pierwszy post. Po kliknięciu na pasek „Utwórz post” pojawi się, jak na zdjęciu poniżej”, możliwość wpisania tekstu oraz dołączenia do postu zdjęć lub filmów. Jeśli dodałeś swoje zdjęcie profilowe, pojawi się ono w ikonie oznaczonej literą C.

AGART®



Masz już konto i co dalej? Jak je promować, aby pozyskiwać klientów

Content czyli treść. Najważniejszy jest content, czyli treść jaką będziesz publikować. Ważne, aby robić to codziennie. Informacje muszą być aktualne i „świeże” jak Twój produkt. Publikuj ofertę dowozu swoich wyrobów do domu klienta, opisy produktów, publikuj zdjęcia gotowych wyrobów. Zrób ciekawy konkurs dla osób, które zainteresowały się Twoją stroną. Zorganizuj happy hours, czyli możliwość uzyskania np. rabatu, jeśli zamówienie zostanie złożone w określonym czasie. Poinformuj klientów, że dokładasz wszelkich starań higienicznych przy produkcji swoich wyrobów, co jest tak ważne szczególnie obecnie.

Możesz zaoferować kupony, dostęp do menu, a także informacje o nadchodzących nowościach. Kliknięcie na menu automatycznie przekierowuje użytkownika na właściwą stronę marki.

Każdy z Twoich postów musi być przemyślany pod względem treści i całej konstrukcji. Dobierz dobrze nagłówek do każdej notatki. Słaby nagłówek spowoduje, że mało kto zapozna się z resztą zawartości. Pamiętaj, że internauci mogą zauważyć nawet drobny błąd.

Pisz oryginalne, własne, branżowe treści, którymi warto się dzielić. Polecamy miks informacji z ostatniej chwili, użytecznych wskazówek, narzędzi, materiałów i linków do innych stron i własnych przemysłów.



Staraj się pisać jak najczęściej o tym, o czym fani Twojej firmy chcieliby usłyszeć. Jeśli nie jesteśmy pewni, jakich zawartości oczekują fani, zapytajmy ich o to – w ankiecie albo w statusie.

Sugerujemy, abyś pisał w drugiej osobie – Wy i Wasz. Twoich klientów mniej interesuje co masz do powiedzenia, jeśli będzie to w stylu „my”, „nasza firma” itp. Ludzi interesują oni sami. Najważniejsze informacje zapisuj na początku akapitów i punktów. Większość odwiedzających tylko przegląda nasze wpisy i skacze po nich wzrokiem. Ułatwmy im zrozumienie całości, nawet wtedy, gdy nie przeczytają wszystkiego.

Wyszukiwarki i słowa kluczowe. Wiele technik dotyczących pozycjonowania znanych z Google, działa również na Facebooku. Facebook wyposażony jest w wyszukiwarkę, która może stać się znakomitym narzędziem w zwiększaniu ilości fanów.

Słowa kluczowe – wybierz te najlepsze i umieść je w nazwie profilu, adresie URL., na tablicy, w informacji o sobie i wszędzie tam, gdzie możesz coś napisać.

Im więcej, tym lepiej – jeżeli masz dużą grupę użytkowników, którzy Ciebie lubią, czyli „lajków”, to Twój profil staje się bardzo atrakcyjny dla wyszukiwarki na Facebooku, ponieważ Twoja strona pojawia się wysoko po wyszukaniu, gdy osoba wpisująca pytanie lub jej znajomi „lubią” tę stronę.

Komentarze na wagę złota – opinie internautów wzmagają popularność Twojej strony na Facebooku. Komentarz nie tylko pojawia się na Twojej stronie, ale także na tablicy komentatora, czyli jego znajomi zobaczą, gdzie i co napisał, a więc trafią do Ciebie. Ważna zasada, odpowiadaj na każdy komentarz.

Komunikacja dźwignią handlu. Dużą wagę przyłóż do obsługi klienta i komunikacji z użytkownikami – zarówno pod postami, jak i w wiadomościach prywatnych. Im sprawniej będziesz odpowiadać tym lepiej, a Facebook pokaże pozytywną informację na ten temat innym odwiedzającym twój fanpage, co zwiększy wiarygodność firmy.

Jeszcze parę słów o grafice

Być może masz już zdjęcie profilowe i zdjęcie w tle. Będziesz potrzebował kolejnych, aby uatrakcyjnić swoją stronę. Nie musisz zatrudniać profesjonalnego fotografa, aby fajnie zaprezentować swoją firmę. Nawet profesjonalni marketingowcy często korzystają z fotografii stockowej, czyli z ogromnych katalogów zdjęć przygotowanych do wszelkich możliwych tematów.

Obok ogromnych portali, na których trzeba za wykorzystanie zdjęć zapłacić, istnieją też portale z przepięknymi fotografiami, które można wykorzystać za darmo i to działalności komercyjnej. Wystarczy zalogować się do bezpłatnych portali i korzystać z milionów darmowych zdjęć.

Najlepsze darmowe banki zdjęć:

www.pixabay.com – znajdziesz tu ponad 1,5 miliona zdjęć na różne tematy, ale także krótkie filmiki, które można wykorzystać w celach reklamowych.

www.unsplash.com – Znajdziesz tutaj co prawda tylko zdjęcia, ale za to jakie! Możesz tu także przeglądać całe kolekcje, w których znajdziesz tematycznie do siebie dopasowane zdjęcia.

www.pexels.com – Tutaj także znajdziesz wysokiej jakości zdjęcia z wyglądu bardziej artystyczne niż stereotypowe fotografie stockowe.



Unsplash i Pexels są do siebie podobne i szukając tego samego słowa kluczowego znajdujemy te same zdjęcia na obu portalach. Jednak warto sprawdzać słowa i tematy w różnych bankach zdjęć, ponieważ niektóre zdjęcia pojawiają się tylko w jednym miejscu.

A jeśli wybrałeś już odpowiednie, atrakcyjne zdjęcia, albo wykonałeś swoje, np. produkowanych przez Ciebie wyrobów, możesz w łatwy i atrakcyjny sposób wykonać grafikę i publikować ją na swojej stronie. Polecamy darmowe narzędzie, jakie dostępne jest pod adresem www.canva.com. To bezpłatny i co najważniejsze intuicyjny program do tworzenia wszelkich grafik. Wystarczy zarejestrować się w tym systemie i korzystać. A w nim można wybrać rodzaj grafiki, jaki się chce przygotować, np. wpis na Facebooku. Wystarczy na zasadzie „przeciągnij” i „upuść” wgrać zdjęcia ze swojego komputera do Canvy, a później przeciągnąć je do wybranego wzoru grafiki. Teraz wystarczy już tylko wpisać odpowiedni tekst w okna z zamarkowanymi tekstami i pobrać grafikę ukończoną na dysk i wrzucić ją na FB.

Firma lokalna czy globalna

Jak powiedzieliśmy na początku, zaczynamy od tego, że twój fanpage musi mieć wybraną kategorię lokalna firma. Daje to dzisiaj naprawdę bardzo dużo możliwości.

Oprócz tego, że można ustawić takie proste rzeczy typu godziny otwarcia, dzięki czemu jak ktoś wejdzie na stronę to będzie wiedział, czy twoja firma jest otwarta, dostarcza produkty. Możesz wprowadzić zasady wydawania produktów, np. takie jak wprowadziła sieć Żabka. Personel w rękawiczkach, szyby oddzielające obsługę od klientów. Poza tym również Facebook nam troszeczkę pomaga – mamy możliwość zostawiania recenzji. Jeśli klient oznaczy się w jakimś miejscu, kolejnego dnia może dostać z Facebooka powiadomienie, żebyś zostawił recenzję na stronie.

W ten sposób Facebook odrabia za nas część roboty. Nie musimy pisać do klientów i prosić ich o recenzje. Oczywiście, jak napiszemy, możemy mieć jeszcze większy efekt, natomiast Facebook też nas wspiera.

Wideo lepsze niż zdjęcia, zdjęcia lepsze niż zwykły tekst

Druga rzecz, która jest bardzo ważna, żeby budować zasięgi to rodzaj postu. Jeżeli wrzucasz Facebook Live, czyli format wideo na żywo, to właśnie jest coś, co Facebook w tym momencie sam promuje. Pamiętajmy, że Facebook jest firmą, jest na rynku i ma konkurencję. Facebookowi też zależy, żebyśmy z tego live’u korzystali, bo to jest jego produkt, stąd te posty mają większe zasięgi.

Większe zasięgi mają posty wideo i dopiero po nich są posty ze zdjęciami, a posty bez zdjęć i bez wideo są najniżej punktowane. Jeżeli chcemy mieć więcej punktów w algorytmie, po prostu róbmy lepsze posty. Kolejna sprawa, jeżeli dalej chcemy oszukiwać algorytm, to musimy mieć świadomość, że 80% naszych czytelników korzysta z Facebooka na mobile. Stąd też nasze posty muszą być dostosowane do urządzeń przenośnych. Wtedy też jest większa szansa, że te osoby będą lepiej reagować i nasz post będzie lepiej odbierany.

Jak zachęcić ludzi do reagowania

Tych sposobów jest naprawdę dużo. Najbardziej typowe, to po prostu zadawanie pytań. Bardzo dobrze na Facebooku działa dawanie ludziom wyboru. Załóżmy, że masz cukiernię i zastanawiasz się, jakie nowe smaki wprowadzić. Opublikuj takie pytanie na FB. Mam pomysł na kilka nowych smaków i możecie sami wybrać. Możesz też prosić ludzi, żeby podsuwali pomysły: „Zastanawiamy się, jaki nowy smak wybrać, napisz swoje propozycje, spośród nich wybierzemy coś na stronę.”

To też bardzo dobrze działa, w przypadku gdy coś produkujemy. W niektórych przypadkach świetnie działa post, w którym wrzucamy cztery zdjęcia różnych ciast. Oznacz je *A B C D* i zadaj pytanie: „które według was będzie najsmaczniejsze?” To jest takie aktywne zachęcanie ludzi do reagowania.

Jeżeli mamy posty, które pozwalają dokończyć zdanie czy zachęcić do reakcji to super. Jest tak jak w normalnej rozmowie, kiedy potrzebujemy kogoś o coś zapytać albo poprosić o odpowiedź. Do social mediów podchodzimy jak do rozmowy. Jeżeli będziemy prowadzić tylko monolog, będziemy pisać tylko informacje ze swojej strony, to nigdy nie będą dobre social media.

Życzymy powodzenia i zachęcamy do kontaktu w razie problemów: jacekzurawski@agart-pro.pl

Jak dalej promować swoją działalność? Stwórz **sklep** na swoim FP w social mediach

Facebook pozwala dodać opcję – zakładkę – „**Sklep**” do Twojej **strony firmowej na Facebooku**. Dlaczego może to być całkiem ważna opcja właśnie dla Twojej firmy? Chociażby dlatego, że mając dodane swoje portfolio sprzedawanych produktów, będziesz mógł je również oznaczać w postach. Aby założyć sklep nie trzeba posiadać sklepu zewnętrznego online, także nie przejmuj się. Zaraz zobaczysz „co i jak” a wprowadzone dzisiaj rozwiązania mogą sprawić, że wizja działania w sieci może się przełożyć na zaistnienie już dzisiaj w świecie mediów społecznościowych na dłużej i ostatecznie nawet na zdecydowanie większą sprzedaż w Twojej działalności.

Zatem zacznijmy razem konfigurować opcję dodatkową „Sklep” na platformie mediów społecznościowych. Jeżeli opcja ta nie jest dla Ciebie widoczna to musisz udać się do ustawień swojej strony na FB a następnie zmienić szablon strony na szablon zakupowy.



Aby zmienić szablon strony:

1. Kliknij pozycję Ustawienia w górnej części strony.
2. Kliknij opcję Szablony i karty w lewej kolumnie.
3. W obszarze Szablony kliknij opcję Edytuj obok bieżącego szablonu.
4. Kliknij opcję Pokaż szczegóły obok wybranego szablonu, który chcesz zastosować.
5. Przejrzyj nowe przyciski i karty na stronie, a następnie kliknij opcję Zastosuj szablon.
6. Kliknij przycisk OK.

Dzięki tej zakładce, gdy klient zainteresuje się jakimś produktem w Twoim sklepie na Facebooku, będzie mógł dokonać zakupu albo poprzez witrynę albo poprzez kontakt bezpośredni z Twoim przedsiębiorstwem przez aplikację Messenger.



Skonfiguruj swoją sekcję sklepu

Aby dodać sekcję sklepu do strony, zaakceptuj **Regulamin handlowy**. Są to ważne warunki dotyczące takich tematów, jak:

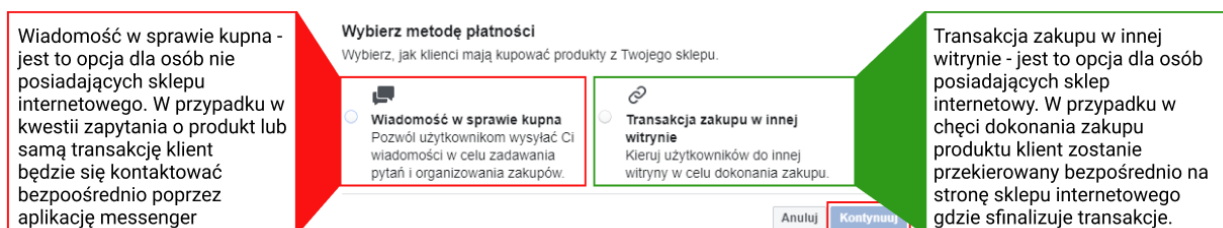
- Wyświetlanie listy produktów na sprzedaż
- Dostawy, zwroty i kwestie sporne
- Postępowanie z danymi użytkowników

Akceptuję Regulamin handlowy.

Anuluj Kontynuuj

Następnie pojawi się okno rozpoczynające, w którym pierwszym krokiem, który należy poczynić to należy zaakceptować Regulamin handlowy, który dostępny jest dla każdego zainteresowanego pod linkiem tym linkiem -> [Regulamin handlowy Facebook](#). Następnie klikamy „Kontynuuj”.

Następnie pojawi się kolejne okno, w którym deklarujemy metodę płatności oraz realizacji zamówień chcemy prowadzić. Co ważne ten element nie jest możliwy zmiany w późniejszych krokach. Zmiana będzie możliwa tylko poprzez usunięcie i stworzenie sklepu od nowa.



Wybierz metodę płatności
Wybierz, jak klienci mają kupować produkty z Twojego sklepu.

Wiadomość w sprawie kupna
Pozwól użytkownikom wysyłać Ci wiadomości w celu zadawania pytań i organizowania zakupów.

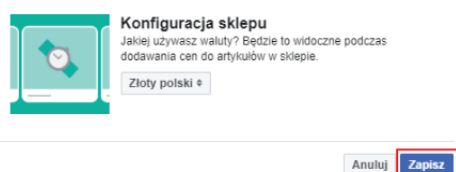
Transakcja zakupu w innej witrynie
Kieruj użytkowników do innej witryny w celu dokonania zakupu.

Wiadomość w sprawie kupna - jest to opcja dla osób nie posiadających sklepu internetowego. W przypadku w kwestii zapytania o produkt lub samą transakcję klient będzie się kontaktować bezpośrednio poprzez aplikację messenger

Transakcja zakupu w innej witrynie - jest to opcja dla osób posiadających sklep internetowy. W przypadku w chęci dokonania zakupu produktu klient zostanie przekierowany bezpośrednio na stronę sklepu internetowego gdzie sfinalizuje transakcje.

Anuluj Kontynuuj

Na początek wybieramy wariant koloru czerwonego czyli „**Wiadomość w sprawie kupna**”. Następnie pojawi się kolejne okno – to co aktualnie konfigurujemy będzie miało ważne znaczenie dla dalszych działań.



Konfiguracja sklepu
Jakiej używasz waluty? Będzie to widoczne podczas dodawania cen do artykułów w sklepie.

Złoty polski

Anuluj Zapisz

Kolejnym krokiem, po kliknięciu „Kontynuuj” będzie określenie waluty jaką będziemy się posługiwać prezentując nasze produkty w sklepie.

AGART®

Klikamy „Zapisz” i generalnie rzecz biorąc funkcjonalność „Sklep” mamy już uruchomioną.



Witamy w Twoim sklepie!

Twój sklep jest pusty. Dodaj produkty, aby inni mogli je przeglądać i kupować. Nie wiesz, jak zacząć? Skorzystaj ze wskazówek, jak najlepiej wykorzystać możliwości sklepu

[Dodaj produkt](#)

Kolejnym krokiem, który należy zrobić to opisać jakiego rodzaju produkty oferujemy prowadząc naszą działalność. Zatem klikamy w „Opisz, co sprzedaje”

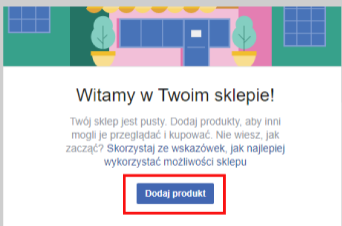
+ [Opisz, co sprzedaje](#) „Nazwa Twojego profilu” ⚙️

Następnie pojawi się okno, w którym możesz opisać swoją działalność w maksymalnie 200 znakach.

Opisz, co sprzedaje „Nazwa Twojego profilu” ⚙️

Pozostało znaków: 200

[Zapisz zmiany](#) [Anuluj](#)




Nadszedł czas aby, zacząć dodawać swoje produkty, które sprzedajesz oraz z którymi chcesz dotrzeć do swoich klientów w mediach społecznościowych

- ✓ Dodaj tyle produktów, ile chcesz: Nie trzeba wcześniej przysyłać katalogu produktów. Nie ma też limitu liczby produktów, które można dodać.
- ✓ Dostosuj asortyment produktów: Produkty można podzielić na różne kolekcje, co ułatwia klientom przeszukiwanie sklepu według kategorii.
- ✓ Kontaktuj się z klientami: Klienci mogą wysyłać do sklepu na stronie wiadomości z pytaniami.
- ✓ Miej podgląd do statystyk swoich produktów.

AGART®

Dodaj produkt ×

 Dodaj zdjęcia Dodaj filmy

Nazwa
Kostka truskawkowa z galaretką (20 x 20 cm)

Cena
20,00 zł

Ten produkt jest wyprzedawany ⓘ

Opis
Białe delikatny biszkopt przełożony śmietanką, zalany galaretką z dużymi kawałkami truskawki

Udostępnij ten produkt na swojej stronie ⓘ

Asortyment
 Produkt dostępny ⓘ

Widoczność
Nieopublikowane ▾

Stan produktu
Stan służy do opisu stanu produktu.
Selektor stanu
New ▾

Anuluj Dodaj produkt

Dodaj zdjęcia lub nawet filmy, prezentujące Twoje produkty

Ustaw dowolną nazwę produktu jednak zawrzyj informację dot. wielkości porcji tak aby klient wiedział czego dotyczy cena

Ustaw cenę za oferowany produkt

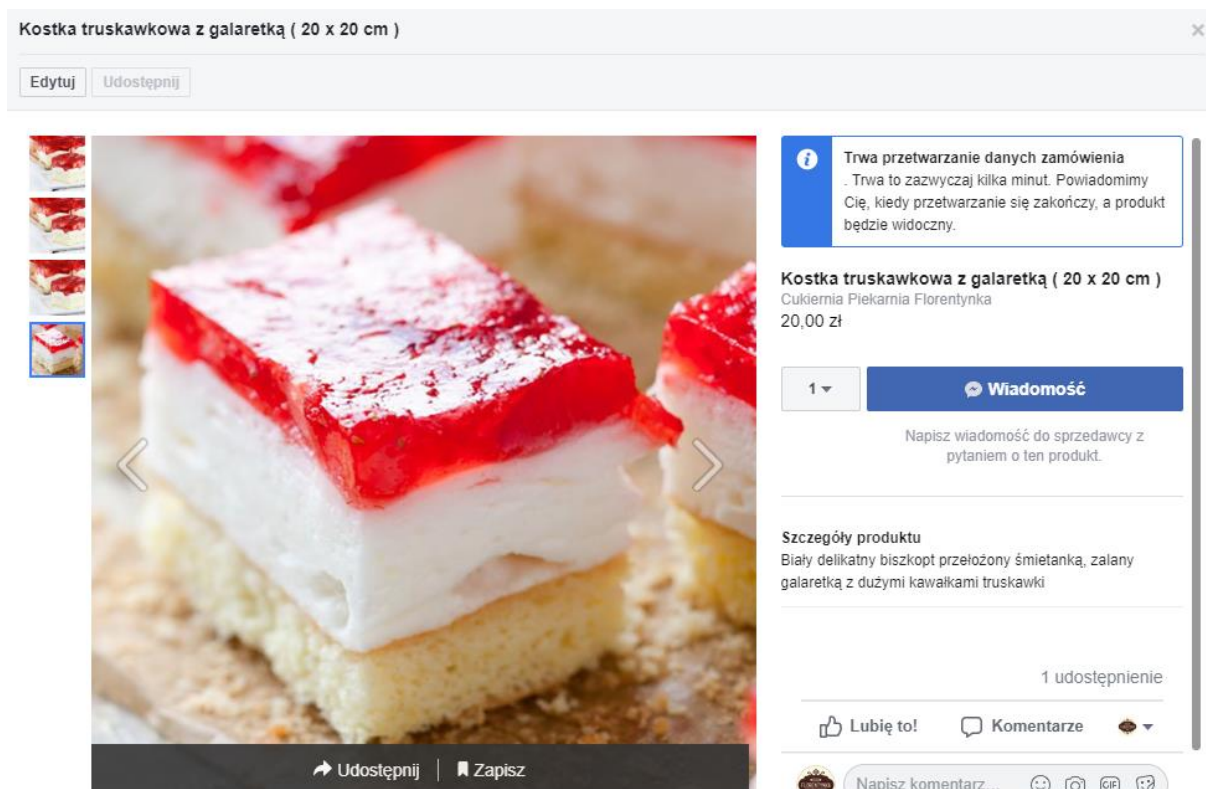
Wprowadź opis produktu

Dodając produkt, może od razu włączyć jego udostępnianie na swoim profilu - oszczędzając czas oraz od razu komunikując klientom o czymś nowym na swoim profilu.

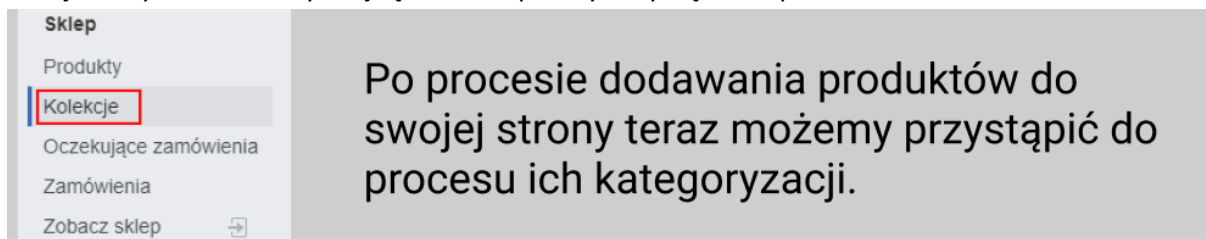
Ustaw czy produkt ma być od razu widoczny dla Twoich obserwujących

W tym przypadku wybieramy "New" ponieważ nie sprzedajemy używanych produktów.

Po dodaniu produktu, który będzie weryfikowany przez Facebook'a (trwa to od kilku do kilkunastu minut – w międzyczasie będziesz mógł zacząć dodawać kolejne produkty) pojawi się możliwość podglądu dodanego produktu. Co ważne, dodawane zdjęcia najlepiej aby przyjmowały rozmiar **1080 x 1080 px**.



Kolejnym krokiem dla dodanych produktów będzie możliwość ich kategoryzacji. W panelu bocznym z lewej strony u dołu strony znajdują Państwo punkty dotyczące sklepu:








Poniżej prezentujemy przykładowy zestaw kategorii / kolekcji produktowych, które Państwo mogą posegregować według swojego uznania.

Kolekcje		+ Dodaj kolekcję	
Działania ▾ Zapisz			
<input type="checkbox"/>	Kolekcja	Widoczność	Zamów
<input type="checkbox"/>	Oferta Wielkanocna	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Ciasta pieczone	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Pieczyno	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Ciasta deserowe	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Polecane produkty	Publiczne	▲ ▼

Poniżej przedstawiamy przykładowy podział na kolekcje / kategorie produktowe

Wybierając podgląd wszystkich produktów w lewym dolnym panelu bocznym pojawi nam się zestawienie wszystkich dodanych produktów wraz z podstawowymi danymi statystycznymi takimi chociażby jak ilość wyświetleń – co powie nam jakim zainteresowaniem cieszy się dany produkt.

Produkty		+ Dodaj produkt			
Działania ▾		◀ ▶			
<input type="checkbox"/>	Produkt	Asortyment	Widoczność pro...	Wyświetlenia	Zapytania na te...
<input type="checkbox"/>	 Babeczka do święconki 5,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0	0
<input type="checkbox"/>	 Mazurek wielkanocny jasny...	Produkt dostępny	Publiczne	0	0
<input type="checkbox"/>	 Bułka poznańska (6 szt.) 5,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0	0
<input type="checkbox"/>	 Babka cytrynowo... 15,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0	0
<input type="checkbox"/>	 Kostka truskawkowa z... 20,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0	0

Tym razem omówmy wariant koloru zielonego czyli „**Transakcja zakupu w innej witrynie**”. Dotychczasowe podjęte kroki odbywają się w taki sam sposób z tą różnicą, że zmianie ulegnie kilka pozycji .

AGART®

Wiadomość w sprawie kupna - jest to opcja dla osób nie posiadających sklepu internetowego. W przypadku w kwestii zapytania o produkt lub samą transakcję klient będzie się kontaktować bezpośrednio poprzez aplikację messenger

Wybierz metodę płatności

Wybierz, jak Klienci mają kupować produkty z Twojego sklepu.

Wiadomość w sprawie kupna
Pozwól użytkownikom wysyłać Ci wiadomości w celu zadawania pytań i organizowania zakupów.

Transakcja zakupu w innej witrynie
Kieruj użytkowników do innej witryny w celu dokonania zakupu.

Transakcja zakupu w innej witrynie - jest to opcja dla osób posiadających sklep internetowy. W przypadku w chęci dokonania zakupu produktu klient zostanie przekierowany bezpośrednio na stronę sklepu internetowego gdzie sfinalizuje transakcje.

Anuluj **Kontynuuj**



Konfiguracja sklepu

Jakiej używasz waluty? Będzie to widoczne podczas dodawania cen do artykułów w sklepie.

Złoty polski +

Anuluj **Zapisz**

Kolejnym krokiem, po kliknięciu „Kontynuuj” będzie określenie waluty jaką będziemy się posługiwać prezentując nasze produkty w sklepie.

Klikamy „Zapisz” i generalnie rzecz biorąc funkcjonalność „Sklep” mamy już uruchomioną z tym, że w innym trybie.




Witamy w Twoim sklepie!


Twój sklep jest pusty. Dodaj produkty, aby inni mogli je przeglądać i kupować. Nie wiesz, jak zacząć? Skorzystaj ze wskazówek, jak najlepiej wykorzystać możliwości sklepu

Dodaj produkt

Kolejnym krokiem, który należy zrobić to opisać jakiego rodzaju produkty oferujemy prowadząc naszą działalność. Zatem klikamy w „Opisz, co sprzedaje”

+ **Opisz, co sprzedaje** „Nazwa Twojego profilu” 

Następnie pojawi się okno, w którym możesz opisać swoją działalność w maksymalnie 200 znakach.

Opisz, co sprzedaje „Nazwa Twojego profilu” 

Pozostało znaków: 200

Zapisz zmiany **Anuluj**



Witamy w Twoim sklepie!

Twój sklep jest pusty. Dodaj produkty, aby inni mogli je przeglądać i kupować. Nie wiesz, jak zacząć? Skorzystaj ze wskazówek, jak najlepiej wykorzystać możliwości sklepu



Dodaj produkt

Nadszedł czas aby, zacząć dodawać swoje produkty, które sprzedajesz oraz z którymi chcesz dotrzeć do swoich klientów w mediach społecznościowych

AGART®

- ✓ Dodaj tyle produktów, ile chcesz: Nie trzeba wcześniej przysyłać katalogu produktów. Nie ma też limitu liczby produktów, które można dodać.
- ✓ Dostosuj asortyment produktów: Produkty można podzielić na różne kolekcje, co ułatwia klientom przeszukiwanie sklepu według kategorii.
- ✓ Kontaktuj się z klientami: Klienci mogą wysyłać do sklepu na stronie wiadomości z pytaniami.
- ✓ Miej podgląd do statystyk swoich produktów.

Dodaj produkt [X]

Nazwa
Mazurek wielkanocny jasny lub ciemny (1szt.)

Cena
12,00 zł

Ten produkt jest wyprzedawany

Opis
Mazurek na bazie kruchego ciasta wypełniony nadzieniem.

Adres URL strony kasy
http://www.example.com

Udostępnij ten produkt na swojej stronie
Produkt zostanie udostępniony na Twojej stronie od razu po jego zatwierdzeniu.

Widoczność
Publiczne

Stan produktu
Stan służy do opisu stanu produktu.
Selektor stanu
Wybierz stan

Anuluj Dodaj produkt

Dodaj zdjęcia lub nawet filmy, prezentujące Twoje produkty

Ustaw dowolną nazwę produktu jednak zawrzyj informację dot. wielkości porcji tak aby klient wiedział czego dotyczy cena

Ustaw cenę za oferowany produkt

Wprowadź opis produktu
Wprowadź adres URL Twojej strony internetowej kierujący do strony z produktem, gdzie klient może dokonać zakupu
Dodając produkt, może od razu włączyć jego udostępnianie na swoim profilu - oszczędzając czas oraz od razu komunikując klientom o czymś nowym na swoim profilu.

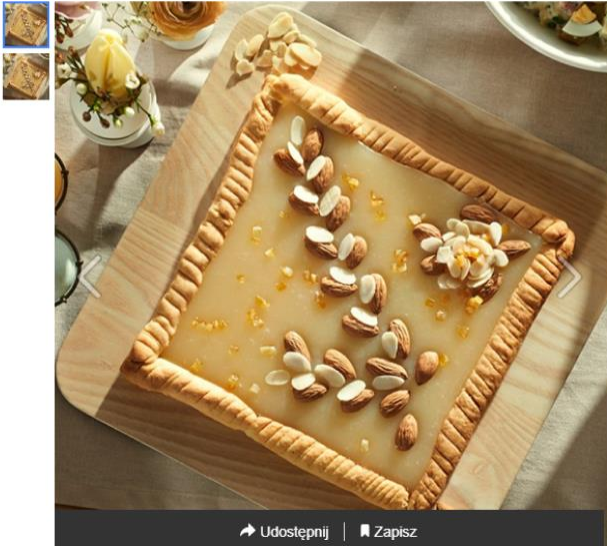
Ustaw czy produkt ma być od razu widoczny dla Twoich obserwujących

W tym przypadku wybieramy "New" ponieważ nie sprzedajemy używanych produktów.

Po dodaniu produktu, który będzie weryfikowany przez Facebook'a (trwa to od kilku do kilkunastu minut – w międzyczasie będziesz mógł zacząć dodawać kolejne produkty) pojawi się możliwość podglądu dodanego produktu. Co ważne, dodawane zdjęcia najlepiej aby przyjmowały rozmiar **1080 x 1080 px**. Poniżej zaznaczyliśmy czerwoną ramką przycisk „Zapłać w witrynie”, który będzie przekierowywać do Twojego sklepu online.

Mazurek wielkanocny jasny lub ciemny (1szt.)

Edytuj Udostępnij



Trwa przetwarzanie danych zamówienia
Trwa to zazwyczaj kilka minut. Powiadomimy Cię, kiedy przetwarzanie się zakończy, a produkt będzie widoczny.

Mazurek wielkanocny jasny lub ciemny (1szt.)
Cukiernia Piekarnia Florentynka
12,00 zł

Zapłać w witrynie

Nastąpi przejście do witryny www.adrestwojecukierni.pl

Szczegóły produktu
Mazurek na bazie kruchego ciasta wypełniony nadzieniem.

1 udostępnienie

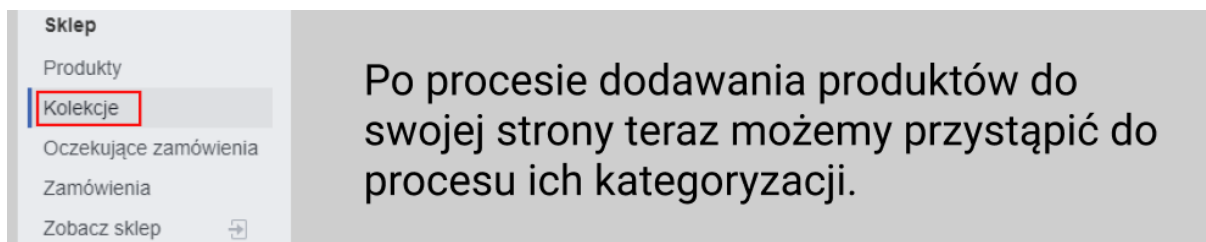
Lubię to! Komentarze

Napisz komentarz...

Naciśnij Enter, aby opublikować.

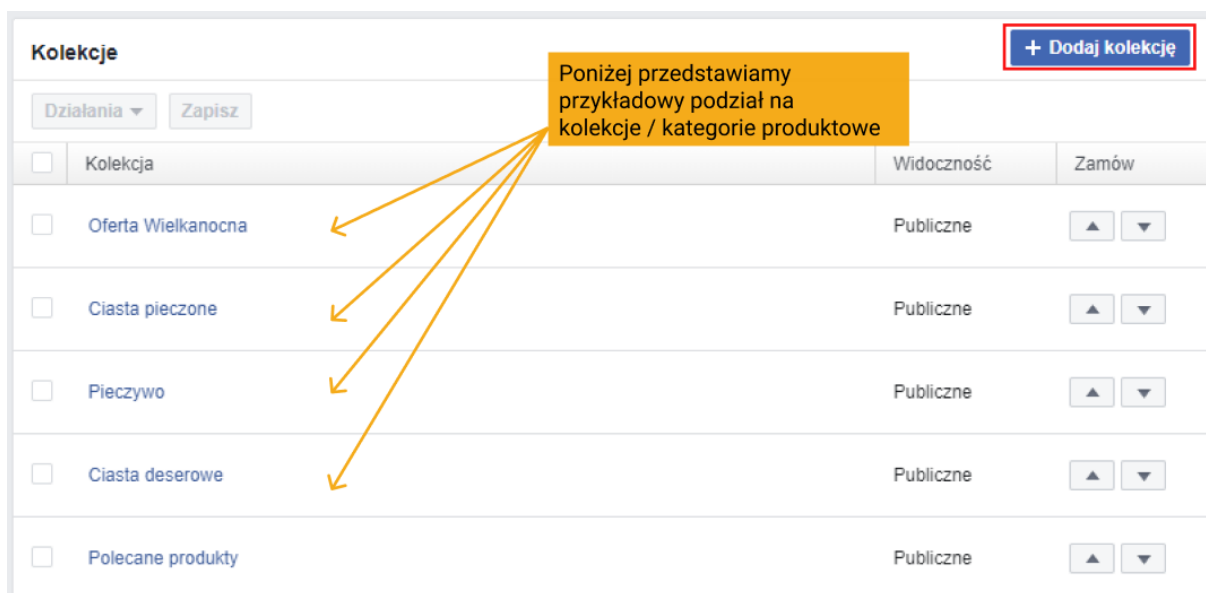
Kolejnym krokiem dla dodanych produktów będzie możliwość ich

kategoryzacji. W panelu bocznym z lewej strony u dołu strony znajdą Państwo punkty dotyczące sklepu:



Po procesie dodawania produktów do swojej strony teraz możemy przystąpić do procesu ich kategoryzacji.

Poniżej prezentujemy przykładowy zestaw kategorii / kolekcji produktowych, które Państwo mogą posegregować według swojego uznania.








Poniżej przedstawiamy przykładowy podział na kolekcje / kategorie produktowe

<input type="checkbox"/>	Kolekcja	Widoczność	Zamów
<input type="checkbox"/>	Oferta Wielkanocna	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Ciasta pieczone	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Pieczywo	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Ciasta deserowe	Publiczne	▲ ▼
<input type="checkbox"/>	Polecane produkty	Publiczne	▲ ▼

Wybierając podgląd wszystkich produktów w lewym dolnym panelu bocznym pojawi nam się zestawienie wszystkich dodanych produktów wraz z podstawowymi danymi statystycznymi takimi chociażby jak ilość wyświetleń – co powie nam jakim zainteresowaniem cieszy się dany produkt.

AGART®

Produkty					+ Dodaj produkt
Działania ▾					◀ ▶
<input type="checkbox"/>	Produkt	Asortyment	Widoczność pro...	Wyświetlenia	Zapytania na te...
<input type="checkbox"/>	 Babeczka do święconki 5,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0 	0
<input type="checkbox"/>	 Mazurek wielkanocny jasny...	Produkt dostępny	Publiczne	0 	0
<input type="checkbox"/>	 Bułka poznańska (6 szt.) 5,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0 	0
<input type="checkbox"/>	 Babka cytrynowo... 15,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0 	0
<input type="checkbox"/>	 Kostka truskawkowa z... 20,00 zł	Produkt dostępny	Publiczne	0 	0