







## Potęga Facebooka

Serwisy społecznościowe coraz częściej stają się głównym kanałem wymiany informacji i odgrywają istotną rolę w komunikacji społecznej. Niosą również ogromny potencjał biznesowy. Najpopularniejszym serwisem tego typu o zasięgu międzynarodowym jest dziś **Facebook**. Z analiz przeprowadzonych przez amerykańską firmę DreamGroup wynika, że serwis ten kontroluje ok. 64% ich rynku. Podobny jest również zasięg Facebooka w Polsce. Badania ComScore pokazują, że **Facebooka regularnie używa ok. 61% Polaków** korzystających z sieci społecznościowych. To ogromna rzesza potencjalnych klientów dla dynamicznie rozwijającego się w Polsce e-biznesu.

### Facebook w liczbach




Z danych opublikowanych przez serwis SocialBakers wynika, że:

-  Facebook posiada na całym świecie 726 milionów użytkowników - **w Polsce jest ich 6 milionów 514 tys.!**
-  54 % polskich użytkowników Facebooka stanowią kobiety;
-  najwięcej zarejestrowanych kont mają użytkownicy w grupie wiekowej 18-24 (34 proc.);
-  20% użytkowników to studenci, 23% to szeregowi pracownicy firm prywatnych, 17% - bezrobotni a 22% specjaliści lub samozatrudnieni;
-  43% użytkowników odwiedza serwis kilka razy dziennie, 33% robi to raz dziennie;
-  49% korzysta z FB dla rozrywki, a 32% do kontaktów z przyjaciółmi i rodziną, dla 16% jest to źródło informacji, a dla 4% narzędzie do komunikacji biznesowej.

Przeciętny użytkownik Facebooka to pracująca kobieta ok. 30 lat. Na portalu śledzi komunikaty dziewięciu ulubionych marek, z których produktów korzysta. Zazwyczaj raz dziennie zostawia komentarz pod statusem marki albo jednego ze swoich 130 znajomych. Kupuje więcej produktów ulubionych marek niż przed zostaniem ich fanem i nie ma żadnych oporów przed klikaniem w reklamy czy zakupami online. (źródło: raport DBB i Opinionway – wrzesień 2010 r.)

### Fani i Fanpage

Oprócz milionów użytkowników, w serwisie znaleźć można także specjalne strony przeznaczone dla marek, witryn internetowych, tzw. **fanpage** (strony fanów). Każdy użytkownik może "polubić" fanpage będący przedstawicielem wybranej marki na Facebooku. Firmy będące właścicielami fanpage'y mogą wysyłać wiadomości do swoich fanów.

-  przeciętny użytkownik jest fanem dziewięciu marek;
-  84% użytkowników korzysta z produktów i usług marek, które śledzi, a 36% użytkowników po zostaniu fanem chce kupić więcej produktów danej firmy;
-  dla 41% bardzo ważne są promocje i obniżki związane z byciem fanem, a 35% chce wiedzieć jakie nowości szykuje obserwowana firma.

## Do jakich branż należą marki, które śledzisz?



Źródło: internetmaker.pl

## F-COMMERCE, czyli sprzedaż na Facebooku

Zakupy za pośrednictwem Facebooka są nowinką na polskim rynku usług e-commerce. F-commerce polega na dokonywaniu zakupów w sklepie internetowym za pośrednictwem strony sklepu dostępnej w serwisie (tzw. fanpage).

Facebook shop działa na takich samych zasadach jak sklep internetowy. Specjalnie przygotowana aplikacja umożliwi klientom przeglądanie oferty, dodawanie komentarzy oraz wybór towarów.

Istotnym elementem wpływającym na dynamikę sprzedaży poprzez f-commerce jest fakt, że użytkownicy Facebook to świadomi użytkownicy Internetu. Są otwarci na nowości technologiczne, kupują w e-sklepach, a teraz po prostu przeniosą się e-zakupami do miejsca, które i tak odwiedzają praktycznie codziennie – na Facebook.

## Jak wygląda Facebook shop?

[Zobacz, czego potrzebujesz, aby założyć sklep na Facebooku »](#)