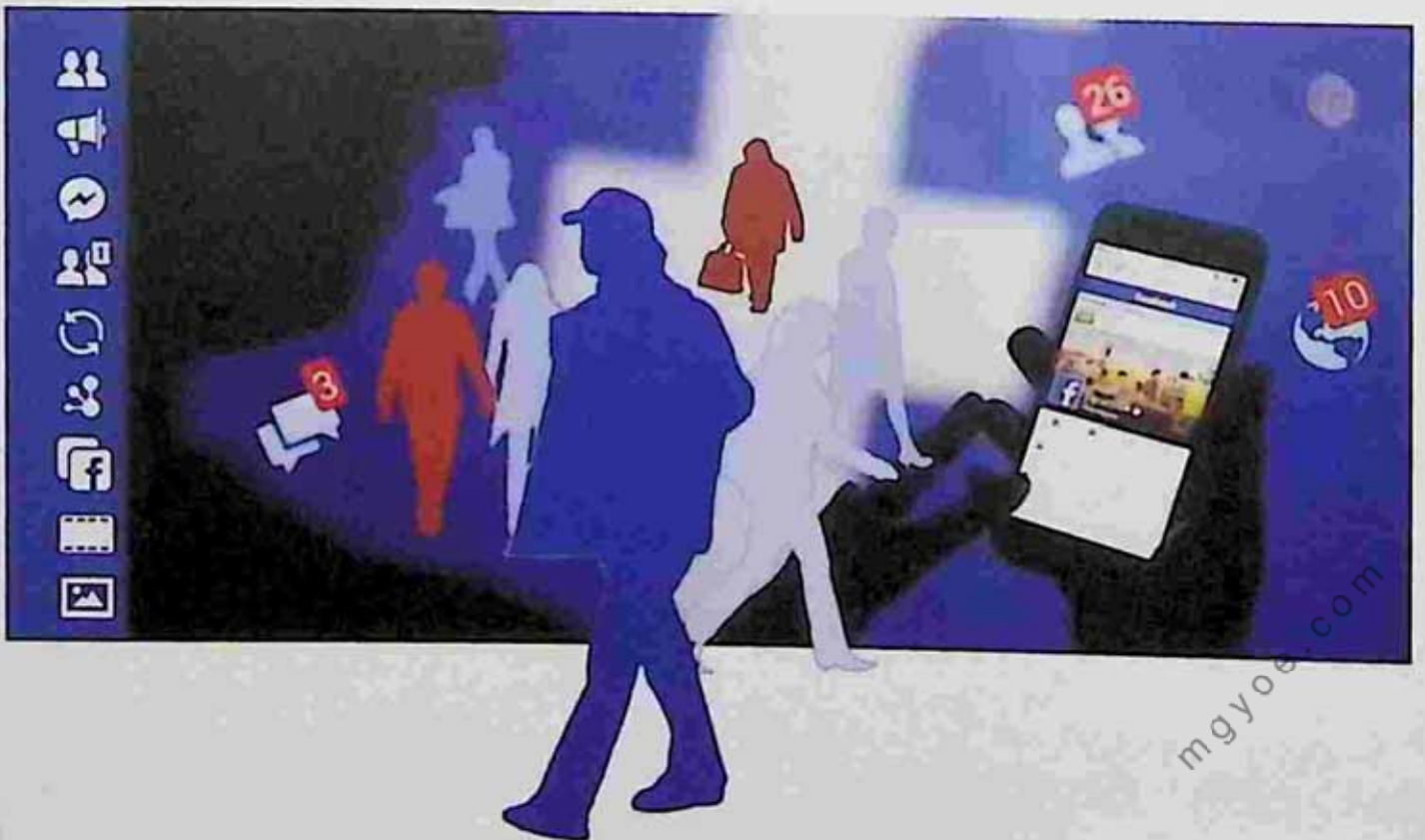


သင့်လုပ်ငန်းကို Facebook မှာ ထိထိရောက်ရောက် ကြော်ငြာနိုင်ဖို့ နည်းလမ်းနှင့် မဟာဗျူဟာများ အောင်စည်သာ မြန်မာပြန်



mgyoe.com

**101 FACEBOOK MARKETING
TIPS & STRATEGIES
FOR SMALL BUSINESSES**
Lasse Rouhiainen



AST00024

2,000.00 KS

ထုတ်ဝေသူ	- ဦးစန်းဦး(၀၀၅၃၈)
	- စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ၊ ၈၅၊ ၁၆၄ လမ်း၊ တာမွေ။
ပုံနှိပ်သူ	- ဒေါ်ဝင်းမာ(၀၀၄၁၂)၊ စိတ်ကူးချိုချို
	- ၁၁၇၉၊ မစိုးရိမ်လမ်း၊ ရန်ကင်း။
စာအုပ်ချုပ်	- ဦးမြင့်၊ ညီဝင်းမြင့်
မထေးမမြင်ခြင်း၊ ဆုမိလရ ၅၀၀၊ ၂၀၁၉၊ ဂူလိမိုလ	

အောင်စည်သာ

သင့်လုပ်ငန်းကို Facebook မှာ ထိထိရောက်ရောက်ကြော်ငြာနိုင်ဖို့

နည်းလမ်းနှင့်မဟာဗျူဟာများ/- ရန်ကုန်။

စိတ်ကူးချိုချိုစာပေ၊ ၂၀၁၉။

စာမျက်နှာ မျက်နှာ၊

၁၃ စင်တီ x ၁၉ စင်တီ

(၁) သင့်လုပ်ငန်းကို Facebook မှာ ထိထိရောက်ရောက်ကြော်ငြာနိုင်ဖို့

နည်းလမ်းနှင့်မဟာဗျူဟာများ



သတိပြုနိုင်ပါရန်

ဤစာအုပ်သည် ၂၀၁၆ ခုနှစ်တွင် ထုတ်ဝေခဲ့သော မူရင်း 101 FACEBOOK MARKETING TIPS & STRATEGIES FOR SMALL BUSINESSES စာအုပ်ကို မှီငြမ်းဘာသာ ပြန်ဆိုထားသော စာအုပ် ဖြစ်ပါသည်။ တတ်နိုင်သမျှ ခေတ်စနစ်ပုံစံ၊ မြန်မာနိုင်ငံ၏ အခြေအနေ၊ ရရှိနိုင်သော ဝန်ဆောင်မှုများကို မှတ်ချက်ပြု ဖော်ပြထားပါသည်။

အချို့သော Facebook ၏ ဝန်ဆောင်မှုအချက်အလက်များသည် နိုင်ငံအချို့တွင်သာ အသုံးပြုနိုင်သော အခြေအနေတွင်သာ ရှိသေးပြီး နောင်တွင် အကျိုးရှိနိုင်သောကြောင့် ဗဟုသုတရရှိရန်အတွက်သာ ဖော်ပြ ထားခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ထို့ပြင် Facebook ၏ စဉ်ဆက်မပြတ် ပြောင်းလဲတိုးတက်မှုများကြောင့် အချို့သော Screenshot များသည် လက်ရှိသုံးစွဲရသော ပုံစံနှင့် အနည်းငယ် ကွဲလွဲနိုင်ပါသည်။

mgyc.com

mgyc.com

မာတိကာ

- နိဒါန်း	က
- အခန်း [၁] ဒစ်ဂျစ်တယ်မားကက်တင်းနှင့် Facebook မားကက်တင်းနည်းဗျူဟာ ၁၀ ခု	၁
- အခန်း [၂] ဝယ်ယူနဲ့ ပြိုင်ဘက်အချက်အလက်တွေကို ဆန်းစစ်ခြင်း	၁၆
- အခန်း [၃] Facebook တစ်ကိုယ်ရည် Profile မဟာဗျူဟာများ	၃၅
- အခန်း [၄] Facebook Business Page မဟာဗျူဟာများ	၄၉
- အခန်း [၅] Facebook ကြော်ငြာအခြေခံမဟာဗျူဟာများ	၆၆

- အခန်း [၆]
အဆင့်မြင့် Facebook ကြော်ငြာ မဟာဗျူဟာများ ၈၈
- အခန်း [၇]
Facebook ဝီဒီယိုမားကက်တင်း မဟာဗျူဟာများ ၁၀၂
- အခန်း [၈]
Instagram က မားကက်တင်း မဟာဗျူဟာများ ၁၁၈
- အခန်း [၉]
Instagram ကြော်ငြာမဟာဗျူဟာများ ၁၃၂
- အခန်း [၁၀]
Messenger နဲ့ Whats App တို့ရဲ့ အသုံးဝင်ပုံများ ၁၄၇



အနှစ်တွေပဲ စုထားတာဖြစ်ကြောင်း အသိပေးပါရစေ။

ဒီစာအုပ်ကို ဖတ်ပြီး သင် ဘာတွေ သိသွားနိုင်မလဲဆို
ရင်

- သင့် ကြော်ငြာကို လူများများဆီရောက်ဖို့နဲ့ သင့်ကုန်ပစ္စည်း ပိုရောင်းကောင်းဖို့ သုံးလို့ရမယ့် အကောင်းဆုံးနည်းလမ်းတွေနဲ့ ကိရိယာတွေ။
- သင့်ပြိုင်ဘက် မားကက်တင်းကို ဘယ်လို ထောက်လှမ်းနိုင်မလဲဆိုတာနဲ့ သူတို့ရဲ့ တူညီတဲ့ အမှားတွေ လိုက်မလုပ်မိစေဖို့ သတိပေးချက် တွေ။
- ထပ်မံဖြည့်စွက်ထားတဲ့ Facebook ရဲ့ သိပ် အသုံးဝင်တဲ့ Features တွေ။
- အခြားလုပ်ငန်းတွေ မှားလေ့ရှိတဲ့ Facebook မားကက်တင်း လုပ်ရပ်အမှားတွေနဲ့ သင် ဘယ် လိုရှောင်နိုင်မလဲဆိုတာတွေ။
- သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာကို အံ့မခန်းထိရောက်စေမယ့် လျှို့ဝှက်ချိန်ရွယ်နိုင်မှု နည်းလမ်းတွေ
- သင့်ရဲ့ တစ်ကိုယ်ရည် Facebook account လုံခြုံဖို့နဲ့ သင့်ရဲ့ ပုံရိပ်ကို Facebook မှာ ဘယ်လို မြှင့်တင်မလဲဆိုတာတွေ။
- Facebook ရဲ့ အံ့မခန်းတိုးတက်မှုကို အသုံးပြုပြီး သင့်ရဲ့ ဖောက်သည်တွေနဲ့ ဘယ်လိုဆက်သွယ် ချိတ်ဆက်နိုင်မလဲဆိုတာတွေ။
- ဘယ်က စရမလဲဆိုတဲ့ လူတိုင်းသိချင်နေတဲ့

မေးခွန်းတွေ

- Facebook ရဲ့ တွဲဖက် Program ဖြစ်တဲ့ Messenger သုံး ဆက်သွယ်ရေးနည်းလမ်းနဲ့ သင့်ရဲ့ ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှုကို မြှင့်တင်နိုင်မယ့် နည်းလမ်းတွေ စတာတွေကို သင် လေ့လာနိုင်မှာပါ။

ဒီစာအုပ်မှာ အခန်း (၁၀) ခန်း ပါပါတယ်။ တစ်ခန်းချင်းဆီမှာ အကြံပြုချက်နဲ့ မဟာဗျူဟာ ၁၁ ခုစီ ဖြည့်စွက်ထားပြီး အခန်းတိုင်းရဲ့ နောက်ဆုံးမှာ ဘယ်လို လက်တွေ့အကောင်အထည်ဖော်ရမလဲဆိုတဲ့ မေးခွန်းအတွက် လွယ်ကူရိုးရှင်းတဲ့ အဆင့် သုံးဆင့်ကို ထည့်ပေးထားပါတယ်။ ဒါ့အပြင် အခြား Facebook မားကက်တင်းဂုရုတွေရဲ့ အကြံပေးချက်တွေကိုပါ ထည့်သွင်းဖော်ပြထားလို့ သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ တိုးတက် အောင်မြင်မှုအတွက် မရှိမဖြစ် စာအုပ်တစ်အုပ် ဖြစ်လာဖို့ မျှော်လင့်ပါတယ်။



mgyc.com

mgyc.com



အခန်း [၁]

ဒစ်ဂျစ်တယ်မားကက်တင်းနှင့် Facebook မားကက်တင်းနည်းဗျူဟာ ၁၀ ခု

ပထမဆုံးအခန်းမှာတော့ လက်ရှိစီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေကြား ရေ ပန်းစားနေတဲ့ Facebook နဲ့ ဒစ်ဂျစ်တယ်မားကက်တင်းရေစီးကြောင်း တွေကို လေ့လာရမှာပါ။ ပထမ ငါးခုက ယေဘုယျဆန်ပြီး ဒစ်ဂျစ်တယ် မားကက်တင်းတစ်ခုလုံးနဲ့ သက်ဆိုင်တာတွေပါ။ နောက် ငါးခုကတော့ Facebook နဲ့ဆိုင်တဲ့ ခေတ်စားလာတဲ့ ရေစီးကြောင်း ငါးခုပါ။

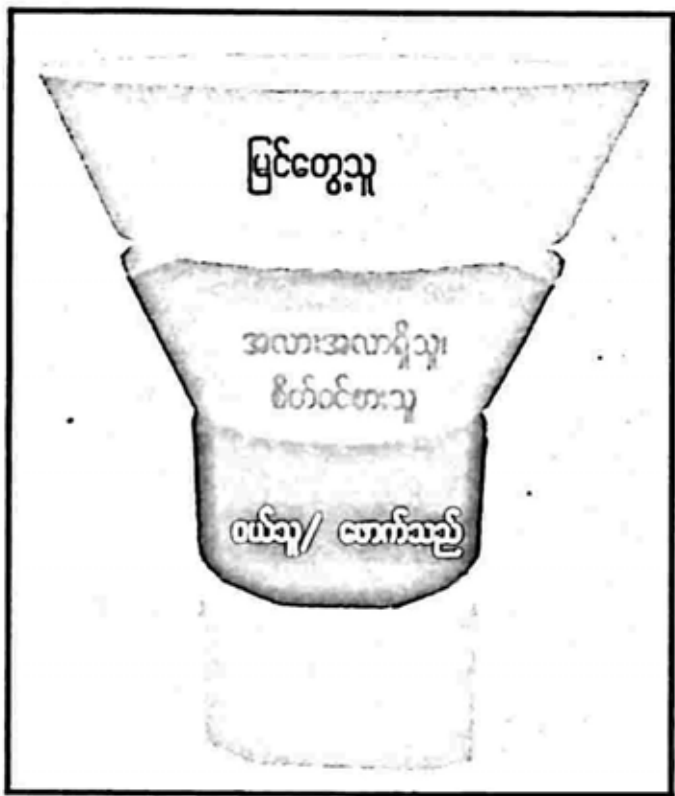
ဒီရေစီးကြောင်း ၁ သို့မဟုတ် မဟာဗျူဟာ ၁၀ ခုက နိဒါန်း သဘောမျိုးဖြစ်ပြီး သူတို့နဲ့ သက်ဆိုင်တဲ့ အသေးစိတ်အချက်အလက် တွေကို နောက်အခန်းတွေမှာ အသေးစိတ်ဖော်ပြသွားမှာပါ။

ဒစ်ဂျစ်တယ်မားကက်တင်း ရေစီးကြောင်းများ

- ၁။ သင့်ဖောက်သည်ရဲ့ ဝယ်ယူမှု 'တတော့' တို့ အာရုံစိုက်ပါ
- အရင်တုန်းကတော့ သင့် ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်း သိစေချင်ရင် ' ပြည်တွင်းသတင်းစာ၊ ဂျာနယ်ထဲထည့် ကြော်ငြာလိုက်တာပဲ။ ခုခေတ်

မှာတော့ အောင်မြင်တဲ့ ကုမ္ပဏီတွေဟာ အရောင်း‘ကတော့’ (တစ်ဖြစ်လဲ) ဝယ်ယူမှု‘ကတော့’တွေကို လေ့လာဆန်းစစ် ဖန်တီးသင့်ပါပြီ။ ရေတွေကို ‘ကတော့’ထဲကို လောင်းထည့်ရင် တရဟော စီးဝင်သွားသလိုပေါ့။ သင့် ကုန်ပစ္စည်းတွေကိုလည်း ဖောက်သည်တွေဆီ တရဟော စီးဝင်သွားဖို့ အောက်ပါဝယ်ယူမှု ‘ကတော့’တွေ ဖန်တီးရပါမယ်။

အောက်မှာ ဖော်ပြထားတဲ့အတိုင်း ဝယ်ယူမှု ‘ကတော့’မှာ အဆင့် ၃ ဆင့်ပါ ပါတယ်။ ဝယ်ယူသူတွေဟာ ပစ္စည်း၊ သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုကို ဝယ်ယူဖို့ အဲဒီ သုံးဆင့်ကို ဖြတ်သန်းရလေ့ရှိပါတယ်။



* ပထမအဆင့်မှာ သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာကို မြင်ရုံပဲ မြင်ပြီး မတုံ့ပြန်တဲ့ လူတွေဟာ သင့်ကြော်ငြာကို ပထမဆုံး မြင်ဖူးတဲ့ လူတွေပါ။ သူတို့အတွက် အချက်အလက်တွေ ပိုပြီး လိုအပ်ပါသေးတယ်။

* ဒုတိယအဆင့်ကို ရောက်လာပြီဆိုရင်တော့ သင့်ရဲ့ ကုမ္ပဏီကို သိနှင့်ပြီး အခြားကုမ္ပဏီရဲ့ ကုန်စည်၊ သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ နှိုင်းယှဉ် စဉ်းစားနေကြပါပြီ။ သူတို့ရဲ့ ရွေးချယ်မှု ပြတ်သားစေဖို့ သင်က ယုံကြည်မှု တည်ဆောက်ဖို့ လိုပါတယ်။

* တတိယအဆင့်က လူတွေအတွက် သင် လုပ်ရမှာက သူတို့ရဲ့ စရိုက်လက္ခဏာတွေက ဘာတွေလဲဆိုတာကို လေ့လာဆန်းစစ်ဖို့ပါ။ ဒါမှ သူတို့ကို သင့်ရဲ့ Facebook ကြော်ငြာတွေမှာ ချိန်ရွယ်နိုင်မှာပေါ့။ ပြီးတော့ သူတို့ရဲ့ မိတ်ဆွေ၊ သူငယ်ချင်းတွေကို သင့် ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်း ညွှန်ပေးဖို့လည်း သင် သူတို့နဲ့ ဆက်သွယ်ရဦးမယ်လေ။

သင့်ရဲ့ ပထမဆုံးအဆင့်နဲ့ ဒုတိယအဆင့်က လူတွေကို 'ကတော့' ထဲ လျှောက်လာအောင် ဘယ်လိုလုပ်မလဲ။

→ တန်ဖိုးရှိတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုအချို့ကို အခမဲ့ စမ်းသပ်စေလိုက်ပါ။

(သင်ပေးတဲ့ အခမဲ့ ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုက တန်ဖိုးရှိပြီး၊ သူတို့ရဲ့ လက်ရှိပြဿနာနဲ့ ကိုက်ညီနေဖို့က အရေးကြီးပါတယ်။)

→ သင့် ကုမ္ပဏီနဲ့ ဆက်သွယ်နိုင်ဖို့ ပိုပြီး များပြားတဲ့ လမ်းကြောင်းတွေ ဖန်တီးပေးထားပါ။

(ဥပမာ- Facebook သာမက Viber စသည်ဖြင့်ပေါ့။)

- ယုံကြည်မှုနဲ့ သမာဓိကို တည်ဆောက်ပါ။ အရင် ဖောက်သည်တွေရဲ့ အဖြစ်အပျက်နဲ့ မှတ်ချက်တွေကို ဝေမျှပါ။ သင့်ရဲ့ ပစ္စည်းကို ဝယ်ဖို့ အဓိက တွန်းအားပေးတဲ့ အချက်အလက်က ဘာလဲဆိုတာ စစ်တမ်းကောက်ပါ။ အဲဒီအချက်ကို အသုံးပြုပြီး သင့်ရဲ့ 'ကတော့'ကို တိုးတက်စေပါ။
- 'ကတော့' အဆင့်တိုင်းရဲ့ ရလဒ်ကို စစ်ဆေး ဆုံးဖြတ်ပြီး အမြဲ ပြင်ဆင်၊ ဆန်းစစ်ဖြည့်စွက်ယူပါ။

၂။ ဖောက်သည်တွေကို ဆွဲဆောင်ထားနိုင်ချိန်ဟာ ပိုတိုလာတယ်ဆိုတာကို လက်ခံပါ

တိုးတက်လာတဲ့ မိုဘိုင်းကိရိယာတွေနဲ့ ဒစ်ဂျစ်တယ်လူနေမှုဘဝက ပြောပြတဲ့ အမှန်တရားတစ်ခုက လူတွေရဲ့ အင်တာနက်မှာ ဈေးဝယ်မှုပုံစံကို ပြောင်းလဲပစ်လိုက်တယ်ဆိုတာပါပဲ။ လေ့လာမှုတွေအားလုံးက ပြောတဲ့အချက်က ဝယ်သူရဲ့ တစ်ခုခုအပေါ် စိတ်ဝင်စားချိန်ဟာ တိုတောင်းလာပြီး အဲဒီ ရေစီးကြောင်းကို ကုမ္ပဏီတွေအနေနဲ့ ကိုက်ညီအောင် ဆောင်ရွက်သင့်တယ်ဆိုတာပါပဲ။

- သင့်ကြော်ငြာကို တိုတိုတုတ်တုတ် ထိထိမိမိ ရေးပါ။ ရုပ်ပုံတွေ၊ ဗီဒီယိုအတိုလေးတွေ သုံးပါ။ လှုပ်ရှားနေတဲ့ ရုပ်ပုံ (Gifs) တွေလည်း သုံးလို့ ရပါတယ်။
- သင့် ကြော်ငြာစာသား၊ ပထမစာလုံးတွေနဲ့ သင့် ကြော်ငြာ ဗီဒီယိုတွေရဲ့ ပထမ လေးစက္ကန့်ဟာ သင့် ကြော်ငြာ ထိရောက်မှုအတွက် အသက်တမျှ အရေးကြီးပါတယ်။

ခု သင်ရင်ဆိုင်နေရတဲ့ အကြီးမားဆုံး စိန်ခေါ်မှုက သင့် ကြော်ငြာကို ကြည့်လိုက်မိတဲ့အချိန် ခဏလေးအတွင်းမှာ ဘယ်လို ဆွဲဆောင်မလဲ ဆိုတာပါပဲ။ ထက်မြက်တဲ့ ကုမ္ပဏီတွေကတော့ အဲဒီအချက်ကို အသုံးချထားနှင့်ပါပြီ။ သင်လည်း လုပ်သင့်ပါတယ်။

၃။ ဝယ်သူနဲ့ ထိတွေ့တဲ့ နေရာများများ ဖန်တီးပါ

အရင်ကတော့ ကုမ္ပဏီတစ်ခု Website တစ်ခုရှိရင် ပြီးရောဆို ပေမဲ့ ခုခေတ်မှာတော့ မရတော့ပါ။ သင့်ကုမ္ပဏီရဲ့ ယုံကြည်စိတ်ချရမှု တွေအတွက် ဝယ်သူတွေက ဘက်ပေါင်းစုံ၊ ထောင့်ပေါင်းစုံက စမ်းသပ် စစ်ဆေးဆက်သွယ်လိုကြတယ်။

ဥပမာ ပြောရရင် ဝယ်သူက သင့်ကြော်ငြာကနေ သင့်ရဲ့ Facebook Page ကို ဝင်ကြည့်မယ်။ ပြီးရင် သင့်ရဲ့ Website၊ သို့မဟုတ် Blog ကို ဝင်ကြည့်မယ်။ ပြီးရင် အချက်အလက်တွေကို နှိုင်းယှဉ်မယ်။ ပြီးမှ သင့်အပေါ် ယုံကြည်မှုကို သူတို့ ဆုံးဖြတ်မှာပါ။

(Facebook ရဲ့ ဂေဟစနစ်ကတော့ WhatsApp၊ Messenger နဲ့ Instagram ပါ။ မြန်မာပြည်မှာတော့ Facebook၊ Messenger နဲ့ Instagram လောက်ကို ချိတ်ဆက်ထားနိုင်ရင် ရပါပြီ။ Viber တို့ ဘာတို့လည်း အသုံးပြုနိုင်ပါတယ်။ ဝယ်သူနဲ့ ဆက်သွယ်ရေး လမ်းကြောင်းတစ်ခုအဖြစ်ပေါ့။)

၄။ အခပေး ကြော်ငြာတွေရဲ့ တိုးတက်လာတဲ့ အရေးပါမှုကို သတိထားပါ။

ရှေ့မှာ ပြောခဲ့သလိုပဲ ဝယ်သူတွေက ကုမ္ပဏီအကြောင်း ပိုသိချင်ကြတယ်။ သင့်ရဲ့ Website အတွက် အကောင်းဆုံးအဖော်က မြန်မာပြည်အတွက်ဆို Facebook ရဲ့ အခပေး ကြော်ငြာတွေပါပဲ။ ယခင်က Facebook မှာ အခမဲ့ကြော်ငြာခွင့်ရှိခဲ့ပေမဲ့ ယခုအခါ သင် တင်တဲ့ Post တွေ လူများများ မြင်နိုင်ဖို့ သင်တင်တဲ့ ကြော်ငြာကို လူတွေ့နိုင်ဖို့ သင် ပိုက်ဆံပေးရတော့မှာပါ။

ဟုတ်ပါတယ်။ ကုန်ကျစရိတ်တော့ ရှိမှပါ။ ဒါပေမဲ့ သင် သုံးလိုတဲ့ ပမာဏနဲ့ အထိရောက်ဆုံးဖြစ်ဖို့ သင် သုံးနိုင်တဲ့ Tool တွေကို Facebook က ဖန်တီးပေးထားပါပြီ။ ဥပမာအားဖြင့် သင် မြင်စေချင်တဲ့ လူတွေနေတဲ့ နေရာ၊ အသက်နဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုကို စစ်ထုတ်နိုင်တဲ့ Tool တွေ Facebook Advertising မှာ ရှိပါတယ်။ ဒါတွေကို စသုံးဖို့ အချိန်ရောက်ပါပြီလို့ အကြံပေးပါရစေ။

၅။ မဝေးတော့တဲ့အချိန်မှာ ရောက်လာမယ့် နည်းပညာသစ် ပုံရိပ်ယောင်နည်းလမ်းတွေက သင့်လုပ်ငန်းအပေါ် ကြီးမားတဲ့ အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိလာနိုင်တာမို့ ကြိုတင်ပြင်ဆင်ထားပါ။

ဒစ်ဂျစ်တယ် မားကက်တင်းရဲ့ လက်ရှိခေတ်စားလာတဲ့ ရေစီးကြောင်းတစ်ခုက ပုံရိပ်ယောင် အခြေပြုနည်းပညာတွေပါ။ (Virtual Reality) ပုံရိပ်ယောင်ကို အသုံးပြုပြီး တကယ့် ပြင်ပကမ္ဘာထဲရောက်နေသလို မျက်မှန်ကနေ တစ်ဆင့် ခံစားမြင်တွေ့နိုင်တဲ့ နည်းပညာဟာ လက်ရှိ ဂိမ်းနယ်ပယ်မှာ အသုံးပြုနေပါပြီ။ Facebook CEO မာ့(စ်) ဇူကာဘက်ရဲ့ အဆိုအရ မကြာခင် Celebale မှာ အဲဒီနည်းပညာဟာ ခေတ်စားလာတော့မှာပါ။ အဲဒီအခါ သင့်ရဲ့ ဗီဒီယိုတွေ၊ ကြော်ငြာတွေ

ကို သုံးဖက်မြင် ရုပ်ကြွအဖြစ် ဖန်တီးလာနိုင်မှာဖြစ်ပြီး လက်တွေ့ စူပါ မားကက်ကြီးထဲ ရောက်နေသလို ခံစားရွေးချယ်နိုင်မှုစတဲ့ နည်းပညာ တိုးတက်မှုရေစီးကြောင်းတွေမှာ အလိုက်သင့် စီးမျောနိုင်ဖို့လည်း သင် ပြင်ဆင်ထားဖို့ လိုပါပြီ။



Facebook မှ မားကက်တင်းရေစီးကြောင်းများ

၆။ Facebook ဂေဟစနစ်က ပေးတဲ့ အခွင့်အလမ်းတွေကို ပိုခိုပါ။

ခုလောလောဆယ်တော့ Facebook ဟာ သုံးစွဲသူ ၁ ဒသမ ၅ ဘီလီယံလောက်နဲ့ ကမ္ဘာ့အကြီးဆုံး လူမှုရေးမီဒီယာတစ်ခုဖြစ်နေပြီး အခြား Application တွေဖြစ်တဲ့ သုံးစွဲသူ ၄၀၀ မီလီယံလောက်ရှိတဲ့ Instagram၊ သုံးစွဲသူ တစ်ဘီလီယံကျော်ရှိတဲ့ Whats App နဲ့ သုံးစွဲသူ ၈၀၀ မီလီယံလောက်ရှိတဲ့ Messenger တို့ကိုပါ အသုံးချနိုင်ပါတယ်။ အဲဒီတစ်ခုချင်းစီက ထူးခြားပြီး စွမ်းရည်ပြည့်ဝတဲ့ အထောက်အကူတွေ ပေးနိုင်ပြီး သင့်ရဲ့ အလားအလာရှိတဲ့ ဝယ်သူတွေနဲ့ ဆက်သွယ်နိုင်ဖို့ ကူညီပေးနိုင်မှာပါ။ အဲဒါ Facebook ရဲ့ ဂေဟစနစ်ပါပဲ။

(မှတ်ချက် ။ ။ လောလောဆယ်တော့ မြန်မာပြည်မှာ Whats App ကို တွင်တွင်ကျယ်ကျယ် မသုံးကြသေး ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ သင့်ရဲ့ အနာဂတ်လုပ်ငန်းအ တွက်ရော၊ မတူကွဲပြားတဲ့ အခြားမဟာဗျူ ဟာတွေ သိရှိဖို့အတွက်ပါ ထည့်သွင်းဖော်ပြ လိုက်ပါတယ်။)

Facebook ဂေဟစနစ်ကို နောက်ပိုင်းမှာ တစ်ခုချင်းစီ အသေးစိတ်

ရှင်းပြသွားပါမယ်။ ခု အကြမ်းဖျင်း အနှစ်ချုပ်ရှင်းလင်းချက်ကလေးတွေကို အရင်ဖတ်လိုက်ပါဦး။

Facebook ။ ။ လူမှုရေးမီဒီယာ (Social Media)နဲ့ မားကက်တင်းလုပ်ချင်တဲ့လူတိုင်းဟာ Facebook Business Page တစ်ခုတော့ ရှိသင့်ပါတယ်။ သင့် ကိုယ်ပိုင်တစ်ကိုယ်ရည် Profile ကို ကောင်းစွာ အသုံးချတတ်ခြင်းကလည်း သင့်တစ်ကိုယ်ရည် အမှတ်တံဆိပ်ကို တိုးတက်စေမှာပါ။ ဒါ့အပြင် Facebook ရဲ့ အဆုံးမသတ်နိုင်သော ကြော်ငြာဝန်ဆောင်မှုတွေက ဝယ်သူတွေထံပိုပြီး ပျံ့နှံ့ရောက်ရှိစေနိုင်ပါတယ်။

Instragram ။ ။ Instragram ကတော့ ဓာတ်ပုံတင်တဲ့ ဆိုက်တစ်ခုပါ။ သူသည်လည်းပဲ လျင်မြန်စွာ တိုးတက်လာပြီး အဓိကအားဖြင့် စားသောက်ဆိုင်လို၊ အခြား ကုန်ပစ္စည်းထုတ် လုပ်ငန်းလို မြင်ရ၊ ကိုင်တွယ်လို့ ရတဲ့ ထုတ်ကုန်တွေအတွက် ဓာတ်ပုံကောင်းတွေ တင်နိုင်ခြင်းနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုပေးနိုင်ပါတယ်။ သူတို့ရဲ့ ကြော်ငြာ Tool လေးတွေဟာ လုပ်ငန်းတိုင်းအတွက် ထိရောက်နိုင်ပါတယ်။

Whats App ။ ။ ဒီ Application က Messenger လိုပဲ အထူးသဖြင့် ဝယ်သူနဲ့ ဖောက်သည်တွေကို တစ်ဦးချင်း ဆက်သွယ်ပြောကြားရတဲ့အခါ ဝယ်သူတွေ၊ သတင်း အချက်အလက်တွေကို ပိုလိုချင်တဲ့အခါတွေမှာ အသုံးပြုနိုင်ပါတယ်။ သုံးဖူးတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေရဲ့

အပြောအရတော့ ယုံကြည်မှုနဲ့ မိမိတို့ ကုန်အမှတ် တံဆိပ်အပေါ် ဖောက်သည်တွေ သစ္စာရှိနေစေဖို့ သုံး သင့်တဲ့ Application တစ်ခုပါပဲ။

Messenger ။ ။ Facebook ရဲ့ နာမည်ကျော် ဆက်သွယ်ရေး Ap- plication ပါ။ ရုပ်ပုံတွေ၊ ဗီဒီယိုတွေ၊ အသံ Mes- sage တွေ ပို့နိုင်ခြင်းမှ နောက်ပိုင်းမှာ ဖောက်သည် ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ ပြီးပြည့်စုံတဲ့ အသုံးပြုစရာ ကိရိယာလေးတွေ ထပ်ပေါင်းထည့် နိုင်မယ်လို့ မျှော်လင့်ရပါတယ်။

သင့်ရဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို တိုးတက်စေဖို့ဆိုရင် အဲဒီ လေးခု လုံးကို ပေါင်းစပ်အသုံးပြုနိုင်ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။ တစ်ခုချင်းစီကို ကောင်း စွာ အသုံးပြုနိုင်ဖို့ဆိုရင် သင်ယူဖို့ အချိန် အနည်းငယ်ယူရမှာ ဖြစ်ပေ မယ့် ပေးဆပ်ရတာ ထိုက်တန်တဲ့ Social Media တွေပါ။ ဘာလို့ဆို အဲဒီထဲက အချို့ Tool လေးတွေက လုံးဝ အသစ်ဖြစ်ပြီး သင့်ရဲ့ သူမတူ တဲ့ ထိရောက်တဲ့ ကြော်ငြာတွေအတွက် အသုံးချနိုင်ဖို့ သေချာပါလိမ့် မယ်။

၇။ Facebook ပေါ်မှာ အဆမတန် တိုးတက်လာတဲ့

ဗီဒီယိုမားကတ်တင်းရဲ့ အကျိုးကျေးဇူးကိုလည်း အရယူပါ

ဖောက်သည်တွေဆီက ယုံကြည်မှုရနိုင်ဖို့ ဗီဒီယိုရုပ်သံတွေက ထိ ရောက်စေပါတယ်။ များသောအားဖြင့် ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင်မှု အကြောင်းကို ဗီဒီယိုနဲ့ ရှင်းပြနိုင်ခြင်းက သင့်ရဲ့ ဝယ်သူကို ဝယ်ယူဖို့ ဆုံးဖြတ်ချက် မြန်မြန်ချနိုင်ဖို့ အထောက်အကူ ပြုပါလိမ့်မယ်။ အရင် ခေတ်ကတော့ အင်တာနက် လိုင်းနှေးကွေးမှုကြောင့် ဗီဒီယိုဖိုင်တွေကို

သုံးစွဲဖို့ အခွင့်အလမ်းပေးပေး ယခုခေတ်ရဲ့ မိုဘိုင်းဖုန်းအသုံးပြုသူတွေ အတွက် ဗီဒီယိုမားကက်တင်းဟာ အသုံးဝင်တဲ့ ကြော်ငြာနည်းလမ်း တစ်ခုဖြစ်လာခဲ့ပါပြီ။ Facebook မှာ သင့်ရဲ့ ဗီဒီယိုမားကက်တင်းက တစ်ဆင့် ရနိုင်တဲ့ ထူးခြားတဲ့ အကျိုးကျေးဇူးတွေက ...

- Facebook က သင့်ရဲ့ ဗီဒီယိုတွေကို ဓာတ်ပုံတွေ Status တွေထက် ပိုပြီး လူများများဆီ ရောက်စေနိုင်ပါတယ်။
- တိုက်ရိုက်ထုတ်လွှင့်တဲ့ Facebook Live ကို သုံးခြင်းဖြင့် သင့်ရဲ့ ပွင့်လင်းမြင်သာမှုနဲ့ ယုံကြည်မှုကို တည်ဆောက်ခြင်း၊ ဖောက်သည်တွေရဲ့ မေးခွန်းတွေကို အချိန်နဲ့ တစ်ပြေးညီ Comment မှာ ဖြေဆိုနိုင်ခြင်း စတာတွေကို ပြုလုပ်နိုင်ပါတယ်။
- ၃၆၀ ဒီဂရီ ဗီဒီယိုနဲ့လည်း ဖောက်သည်တွေဆီက အထင်ကြီးမှုကို ရနိုင်ပါသေးတယ်။
- ဗီဒီယိုတွေနဲ့ သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းကို သုံးပုံ သုံးနည်းတွေ၊ စမ်းသပ်ချက်တွေကို အလွယ်တကူ ပြုလုပ်နိုင်ပါတယ်။ ပြီးတော့ Facebook ရဲ့ ဗီဒီယိုမားကက်တင်း ကုန်ကျစရိတ်ဟာ ယခင်က တိတိက ကြော်ငြာတွေထက် အဆမတန် ဈေးသက်သာတဲ့အပြင် မိမိရဲ့ ကိုယ်ပိုင်ဖုန်းနဲ့ ရိုက်တဲ့ ဗီဒီယိုတွေပါ တင်နိုင်တဲ့အတွက် သက်သာထိရောက်စေပါတယ်။

၈။ Website မလိုနိုင်တော့ပါဘူး။ Facebook က မိတ်ဆက်တဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသုံးစနစ်တွေကို အသုံးပြုရလို့ ရနေပါပြီ။
မကြာသေးတဲ့အချိန်ကပဲ Facebook ဟာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း

တွေကို ကူညီနိုင်ဖို့ စနစ်အသစ်တွေ မိတ်ဆက်ခဲ့ပါတယ်။ ရိုးရိုးသာမန် Website ရဲ့ သွင်ပြင်လက္ခဏာတွေကို Social Media ရဲ့ ပုံနှိပ်မှုနဲ့ ပေါင်းစပ်ပြီး သင့်ရဲ့ အရောင်းပမာဏကို တိုးတက်မှုရှိအောင် ဆောင်ရွက်နိုင်မှာပါ။ အဲဒါတွေဟာ လူ သိပ်မသုံးသေးတဲ့ ကြော်ငြာနည်း အသစ်တွေဖြစ်တာကြောင့် သင်ဟာ ခေတ်ရှေ့ပြေးပြီး အရောင်းတိုးတက်ဖို့ အများနဲ့မတူတဲ့ နည်းလမ်းနဲ့ ကြိုးစားချင်တယ်ဆိုရင် အတော်ပါပဲ။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေအတွက် Facebook က မိတ်ဆက်လိုက်တဲ့ အဓိက ကိရိယာ လေးခု ရှိပါတယ်။

→ Facebook Business Page ။ ။ အရင်ဖွင့်နေကျ Page တွေထက် Facebook အသုံးပြုသူတွေကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေနဲ့ ထိတွေ့ဆက်နွှယ်နိုင်အောင် ဖန်တီးပေးထားတဲ့ ကိရိယာတစ်ခုပါ။ မိတ်ဆက်တာအနည်းငယ် ကြာခဲ့ပေမယ့် အသစ်အသစ်သော လုပ်ဆောင်ချက်တွေက အမြဲထပ်ထွက်နေပါတယ်။

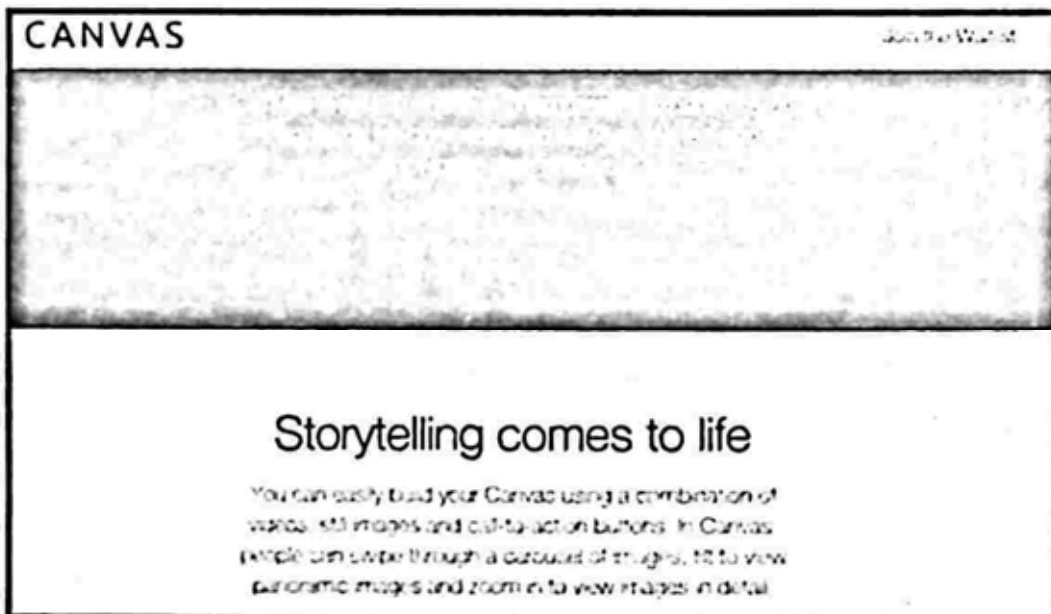
→ Facebook Canvas ။ ။ ဒါက ကုမ္ပဏီတွေ သူတို့ရဲ့ ထုတ်ကုန်တွေကို Website တွေမှာလို တန်းစီပြီး ပြသနိုင်မယ့် စနစ်အသစ်တစ်ခုပါ။ ပိုပြီး အသေးစိတ်မြင်တွေ့ချင်တယ်ဆိုရင်တော့ www.canvas.facebook.com ကိုဝင်ပြီး လေ့လာကြည့်ပါ။

→ Facebook Local Advertising ။ ။ ဒီဝန်ဆောင်မှုက ကြော်ငြာထဲမှာ တစ်ခါတည်း ဖုန်းတန်းခေါ်နိုင်ခြင်း၊ ဈေးမေးနိုင်ခြင်း၊ လှမ်းပြီး Reserve ပြုလုပ်ခြင်းစတဲ့ Website တစ်ခုက လုပ်နိုင်မယ့် အရာတော်တော်များများကို ဆောင်ရွက်ပေးနိုင်မှာပေါ့။

→ Facebook Local Service ။ ။ ဒီ လုပ်ဆောင်ချက်ကတော့ ဝယ်သူတွေကို လုပ်ငန်းအပေါ် မှတ်ချက်တွေပေးနိုင်ဖို့ ပြည်တွင်း

လုပ်ငန်းတွေရဲ့ စာရင်းကို ဖော်ပြပေးမယ့် ကိရိယာပါ။ အသေးစိတ်ကြည့်ချင်တယ်ဆိုရင်တော့ www.facebook.com/service ကို ဝင်ကြည့်ဖို့ ဖိတ်ခေါ်ပါတယ်။

၉။ Phone နံပါတ်တွေ မလိုတော့ပါ။ Messenger နဲ့ Whats App ရှိနေပါပြီ။



ဝယ်သူတွေနဲ့ ဆက်သွယ်ဆက်ဆံရေးပုံစံဟာ အများကြီး ပြောင်းလဲလာခဲ့ပါပြီ။ Message နဲ့ Whats App ဟာ သာမန်တယ်လီဖုန်းတွေထက်ပိုတဲ့ Video Calling တွေ၊ ရုပ်ပုံနဲ့ လှုပ်ရှားနေတဲ့ ဓာတ်ပုံတွေ ပေးပို့ခြင်းတွေသာမက တစ်ဦးတစ်ယောက်ထက် ပိုပြီး ပါဝင်နိုင်တဲ့ အုပ်စုလိုက် ဆွေးနွေးခြင်းတွေကိုပါ လုပ်ကိုင်လာနိုင်ပြီဖြစ်လို့ အနာဂတ်မှာ ဖုန်းနံပါတ်တွေကိုတောင် အစားထိုးသွားနိုင်ပါတယ်။

၁၀။ သင့်ရဲ့ Facebook ဂေဟစနစ်က ရလဒ်တွေကို အမြဲဆန်းစစ်ပါ

အရင်တုန်းကတော့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေဟာ မိမိလုပ်ငန်း Page ရဲ့ ထိရောက်မှုကို Like ဘယ်လောက်ရသလဲဆိုတာနဲ့ပဲ ဆန်းစစ်နိုင်ခဲ့ကြတယ်။ ခုဆိုရင် ကြော်ငြာစနစ်တွေဟာ ပိုမိုရှုပ်ထွေးလာပြီး Like အရေအတွက်ထက် ပိုတဲ့ ရလဒ်စစ်ဆေးမှုတွေကို Facebook မှာ ပြုလုပ်လာနိုင်ပြီ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာတစ်ခုချင်းစီအလိုက် ရလဒ်စစ်ဆေးမှုတွေကို ပြုလုပ်လာနိုင်ပါပြီ။

အဲဒါတွေဟာ သင့်ရဲ့ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုကို ဘယ်လောက်အကျိုးအမြတ်ရှိမယ်ဆိုတဲ့ တွက်ချက်မှုအတွက်ပါ အသုံးပြုနိုင်မှာပါ။ ဥပမာ သင့်ရဲ့ ဆယ်ဒေါ်လာတန် ကြော်ငြာတစ်ခုကနေ အရောင်းအမြတ်နှစ်ဆယ် ဒေါ်လာဖိုးလုပ်နိုင်တယ်ဆိုရင် သင့်ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုအတွက် ပြန်ရချက်က ဆယ်ဒေါ်လာပေါ့။ အချိန်ကြာလာတာနဲ့အမျှ သင့်ဖောက်သည်ရဲ့ ဝယ်ယူမှု Pattern တွေ၊ အချိန်အလိုက် ပြန်ရချက်တွေကိုပါ လေ့လာနိုင်ပြီ ပေါ့။

သင့်ရဲ့ လုပ်ငန်းအတွက် Facebook ကို စတင်အသုံးပြုကတည်းက ဆန်းစစ်တဲ့နည်းလမ်းတွေကို အသုံးပြုပါ။ အဲဒီလိုလုပ်ဖို့ နည်းလမ်းအများကြီးရှိပါတယ်။

- သင့်ရဲ့ Business Page မှာ ဘယ်လို အမျိုးအစားတွေက ဝယ်ယူတွေနဲ့ ထိတွေ့ဆက်ဆံနိုင်မှု ပိုများသလဲဆိုတာကို အခြေခံပြီး နောက်ထပ်ကြော်ငြာပုံစံတွေကို ဖန်တီးပါ။
- Facebook ရဲ့ Advertising Campaigns နဲ့ သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာတွေကို နောက်ယောင်ခံလိုက်ပြီး မထိရောက်တဲ့ ကြော်ငြာ၊ ထိရောက်တဲ့ ကြော်ငြာတစ်ခုချင်းစီ ခွဲခြားပါ။ ပြီးရင် မထိရောက်တဲ့ ကြော်ငြာတွေကို ဖျက်ပစ်ပါ။

- သင့်ရဲ့ ဗီဒီယို မားကက်တင်းအတွက်ကတော့ သင့် ဗီဒီယို ကို အသုံးပြုသူ ဘယ်နှယောက် ဖွင့်ကြည့်ထားသလဲ၊ ဘယ် နှယောက် ဘာတွေ တုံ့ပြန်ထားသလဲ စစ်ဆေးနိုင်ပါတယ်။
- Messenger နဲ့ Whats App တို့က ဝင်လာတဲ့ ဆက်သွယ် မှုတွေကတစ်ဆင့်လည်း ဘာတွေ သင်ခန်းစာယူနိုင်မလဲ။ သင့်ရဲ့ ဆက်ဆံရေးတွေကနေ ဘယ်လောက်ရောင်းထွက် သလဲ၊ ဘာက သင့်ရဲ့ ဝယ်သူတွေကိုလာ ဆက်သွယ်ဖို့ ဆွဲဆောင်နိုင်တာလဲ စတာတွေကို လေ့လာပါ။

အသေးစိတ်တွေဟာ နောက်အခန်းတွေမှာ ပါမှာပါ။ ဒါဟာ Facebook နဲ့ Digital မားကက်တင်းရေစီးကြောင်းကို သင်သိနိုင်ဖို့ မိတ်ဆက်ခဲ့တာတွေပါ။





အခန်း (၁) အပြီး သင်စလုပ်နိုင်မယ့် အလုပ် သုံးခု

- ၁။ သင့်ရဲ့ လုပ်ငန်းဟာ အရောင်းကတော့ရဲ့ ဘယ် အဆင့်မှာ ရောက်နေပြီလဲ။ ဘယ်လို ကြော်ငြာနဲ့ ဆက်သွယ်ရေးအမျိုးအစားတွေ လိုအပ်မလဲ စဉ်းစားပါ။ ဥပမာ- သတင်းအချက်အလက်ပေးဖို့ လား၊ ဝယ်ပြီးသားတွေကို ဆွဲဆောင်ထားနိုင်ဖို့ လား။
- ၂။ အသုံးပြုသူတွေရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုကို သူတို့မြင်တဲ့ အချိန်တိုလေးအတွင်း ရနိုင်အောင် ဘယ်လိုလုပ် မလဲဆိုတာတွေ စတေးသင့်ပါပြီ။
- ၃။ သင့်ရဲ့ ဖောက်သည်တွေနဲ့ ဆက်သွယ်ဆက်ဆံ ရေးလုပ်နိုင်တဲ့နေရာတွေ တိုးတက်ဖို့ ဘယ်လို Application တွေနဲ့ ပေါင်းစပ်သုံးမလဲ စဉ်းစား ပါ။ စာရင်းနဲ့ ချရေးထားပါ။ (ဥပမာ- မြန်မာပြည် ဆိုရင်တော့ Viber ပေါ့။)





အခန်း [၂]

ဝယ်သူနဲ့ ပြိုင်ဘက်အချက်အလက်တွေကို ဆန်းစစ်ခြင်း

ခေတ်သစ် Facebook မားကက်တင်းပညာရဲ့ သော့ချက်က သင် လိုချင်တဲ့ ဝယ်သူတွေဆီ သတင်းအချက်အလက်တွေရောက်အောင် သင် စံပြုရတဲ့ ဝယ်သူတွေအကြောင်း လေ့လာခြင်းနဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေရဲ့ ခြေ လှမ်းကို လေ့လာနိုင်ခြင်းပါပဲ။ ဒီအခန်းက သင့်ရဲ့ ဝယ်သူတွေကို ဆန်း စစ်လေ့လာနိုင်ဖို့ မဟာဗျူဟာ ငါးခုနဲ့ သင့်ရဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေအကြောင်း အသိဉာဏ်ကြွယ်ဝဖို့ နည်းလမ်း ငါးခုကို ဖော်ပြသွားမှာပါ။

ဝယ်သူတွေကို ဆန်းစစ်သုံးသပ်လေ့လာခြင်းနှင့် ပတ်သက်သော မဟာဗျူဟာများ
၁။ သင့်ဝယ်သူတို့ ပုံဖော်ပါ။

Facebook မားကက်တင်း မဟာဗျူဟာတွေ မချမှတ်ခင် သင် လိုချင်တဲ့ ဝယ်သူ၊ သို့မဟုတ် အင်တာနက်သုံးစွဲသူပုံစံမျိုးက ဘယ်လို ဆိုတာမျိုး ရှင်းရှင်းလင်းလင်း ပုံဖော်ထားဖို့ လိုပါတယ်။ သင့်ရဲ့ ထုတ် ကုန်ဟာ လူတိုင်းအတွက် အဆင်ပြေနိုင်ပေမဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုလွန်ကဲတဲ့ ယနေ့

ခေတ် စီးပွားရေးလောကမှာ သင့်ရဲ့ သတင်းစကား (Message) ကို ဘယ်သူ့ထံ ရောက်ချင်သလဲ၊ ဘယ်သူက သင့်ရဲ့ စံပြုဝယ်ယူသူလဲဆို တာ သင် သိထားရပါမယ်။

သင့် ဝယ်ယူမှုကို ပုံဖော်ဖို့၊ သင် သတ်မှတ်ရမယ့် ဧရိယာအချို့ ရှိပါတယ်။

အခြေခံ အချက်အလက်

- အသက်နှင့် ကျား/မ → ဘယ်လို အသက်အရွယ်လဲ။ အမျိုးသားတွေလား၊ အမျိုးသမီးတွေကိုလား။
- နေရပ်ဒေသ → သင့်အတွက် အကောင်းဆုံး ဝယ်ယူတွေက ဘယ်မှာနေမယ့်လူတွေ ဖြစ်နိုင်သလဲ။ ဥပမာ ရန်ကုန်၊ မန္တလေး စသည်ဖြင့်ပေါ့။
- စိတ်ပါဝင်စားမှု → သင် ချိန်ရွယ်တဲ့သူတွေရဲ့ စိတ်ပါဝင်စားမှုနဲ့ ဝါသနာက ဘာလဲ။ သူတို့ ဘာတီဗွီအစီအစဉ်တွေ ကြည့်တတ်လဲ။ ဘယ် မဂ္ဂဇင်းတွေ ဖတ်တတ်လဲ။
- ဝင်ကြည့်လေ့ရှိတဲ့ ဝက်ဘ်ဆိုက်တွေ → သူတို့ ဝင်ကြည့်လေ့ရှိတဲ့ ဝက်ဘ်ဆိုက်တွေ၊ ဘာလော့တွေက ဘာတွေ ဖြစ်နိုင်သလဲ။

အသေးစိတ်အချက်အလက်များ

- ဝယ်ယူဖို့ တိုက်တွန်းတဲ့အချက် → သင့်ဝယ်သူက ဘာက ဆုံးဖြတ်ချက်ချပြီး လက်တွေ့ဝယ်ယူစေတာလဲ။ ဥပမာ ဆေးလိပ်ဖြတ်နည်းသင်တန်းတက်ချင်တဲ့သူရဲ့ တွန်းအားက ဆေးလိပ်ဖြတ်ချင်တာထက် ကျန်းမာရေးလိုက်စားဖို့လည်း ဖြစ်နိုင်ပါတယ်။
- အဓိကလိုအပ်ချက်က ဘာလဲ → ဝယ်သူတွေက အဓိက ဖြေရှင်းချင်နေတဲ့ သူတို့ရဲ့ ပြဿနာလိုအပ်ချက်က ဘာလဲ။
- ပြဿနာနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ လိုအပ်ချက်ကရောဘာလဲ → ဥပမာ- ဝိတ်ချချင်နေတဲ့ အမျိုးသမီးတစ်ယောက်အတွက် အလှအပပေါ့။
- အဓိက စာလုံးတွေ → သူတို့လိုချင်တာကို ဘယ်လို စာလုံးတွေနဲ့ ကိုယ်စားပြု ရှာဖွေကြသလဲ။ ဥပမာ- ပိန်ခြင်း၊ ဆေးလိပ်ဖြတ်၊ အလှအပ၊ ကျန်းမာရေး စသည်ဖြင့်ပေါ့။

လုပ်ငန်းတော်တော်များများအတွက် ဝယ်သူကို ပုံဖော်တဲ့အခါမှာ အခြေခံအချက်အလက်တွေနဲ့တင် ပြည့်စုံပါတယ်။ အသေးစိတ် အချက်

အလက်တွေ့ကို သိဖို့ အချိန်တစ်ခုလိုပြီး အဲဒါတွေကို မသိရသေးဘဲ စထားလို့လည်း ရပါတယ်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေ လုပ်လေ့ရှိတဲ့ အမှားက ပြီးပြီးရော ပုံစံတစ်ခုချမှတ်လိုက်ခြင်းပါ။ အသေးစိတ် အချက် အလက်မလိုပေမဲ့ အခြေခံအချက်နဲ့တင် သင်လိုချင်တဲ့ ဝယ်သူပုံစံ သုံးမျိုး လောက်တော့ ဖန်တီးထားဖို့ အကြံပေးချင်ပါတယ်။

၁၂။ Facebook Page တွေမှာ အခြေခံသုတေသနလေးတွေ ဆောင်ရွက်ပါ လုပ်ငန်းအနည်းငယ်လောက်ကပဲ သူတို့ရဲ့ Facebook မဟာ ဗျူဟာတွေ တကယ်မစတင်ခင် စစ်တမ်းကောက် သုတေသနပြုလုပ် ခဲ့ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ အဲဒါတွေ ပြုလုပ်ခြင်းဖြင့် သင် သုံးလိုက်တဲ့အချိန်နဲ့ ထိုက်တန်တဲ့ ဘယ်လိုပုံစံ ကြော်ငြာအရေးအသားနဲ့ ဘယ်လိုပုံစံ ဆက် သွယ်မှုတွေက ထိရောက်တယ်ဆိုတဲ့ ရလဒ်တွေရရှိလာမှာပါ။

သင်သုံးလို့ရမဲ့ အခြေခံအကျဆုံး Facebook မားကက်တင်း စစ်တမ်းကောက် မဟာဗျူဟာတစ်ခုကို ဖော်ပြထားပါတယ်။ ရိုးရှင်းတဲ့ Excel ဖိုင်လေးတစ်ခု တည်ဆောက်ပြီး ရလာတဲ့အချက်အလက်တွေကို စုစည်းဆန်းစစ်နိုင်ပါတယ်။

သင်နဲ့တူတဲ့၊ သို့မဟုတ် သင့်လုပ်ငန်းနဲ့ နယ်ပယ်တူထဲက လုပ်ငန်း တွေရဲ့ Facebook စာမျက်နှာများကို လိုက်ကြည့်ပြီး သူတို့ရဲ့ တင်ဆက် ပုံ အချက်အလက်တွေကို အောက်ပါအမျိုးအစားတွေအလိုက် ခွဲခြား ဆန်းစစ်ပါ။

- စာသားနဲ့တင်တဲ့ Post ၊ သို့မဟုတ် ကြော်ငြာတွေ
 - Facebook Post တစ်ခုကို ဘယ်လိုစကားလုံးမျိုးနဲ့ သုံး လေ့ရှိသလဲ။

- ဘယ်လိုမျိုး ဆွဲဆောင်မှုတွေ သူတို့ သုံးသလဲ။
- စာပိုဒ်ရှည်ကြီးတွေသုံးလား၊ စာကြောင်းတိုလေးတွေ တင်သလား။
- သင့်ရဲ့ နယ်ပယ်နဲ့ ပတ်သက်လို့ အထူးတလည် သုံးစွဲတဲ့ စကားလုံးတွေ ရှိသလား။

● **ဓာတ်ပုံတွေ**

- လှတဲ့ပုံတွေ သုံးသလား၊ သဘာဝကျတဲ့ ပုံတွေ သုံးသလား။
- ပြင်ဆင်ထားတဲ့ ပုံတွေ သုံးသလား
- ဘယ်လိုအရောင်နဲ့ ဘယ်လိုနောက်ခံတွေ သုံးသလဲ

● **ဗွီဒီယိုတွေ - ဘယ်လိုအမျိုးအစားတွေ အသုံးပြုသလဲ။**

● **ဘယ်အရာတွေက Comment, Like နဲ့ Shares အများဆုံး ရသလဲ။** Comment တွေက ဘာတွေ ဝေဖန်ထားသလဲ။ ဘယ်လို တုံ့ပြန်ထားသလဲ။

● **အခြားတွေ့ရှိချက်တွေ။**

ဒါ့အပြင် သူတို့သုံးတဲ့ Cover Photo တွေ သူတို့ကုမ္ပဏီ အကြောင်း အချက်အလက် ဖော်ပြထားတဲ့ ပုံစံတွေကို လေ့လာပါ။

အဓိက,က သူတို့ရဲ့ Page တွေကို ဘယ်လို အသုံးပြုသူတွေက ဝင်ကြည့်နေသလဲ။ သူတို့ သုံးထားတဲ့ ရေးထားတဲ့ အရာတွေအပေါ် ဘယ်လို တုံ့ပြန်ကြသလဲ။ ဘယ်လောက်ထိရောက်မှုရှိသလဲ စတာတွေကို လေ့လာရမှာပါ။

၁၃။ Facebook Page Insights တို့ အမြဲ ဆန်းစစ်နေပါ။

Facebook Page Insightsဆိုတာ သင့်ရဲ့ Pageနဲ့ ပတ်သက်ပြီး သင် ပေးတဲ့ သတင်းအချက်အလက်နဲ့ သင် တင်ထားတဲ့ Postတွေ၊ ဗွီဒီယိုတွေအပေါ် ဘယ်အရာတွေက လူကြိုက်များလဲ။ ဘယ်သူတွေကသင့် Pageနဲ့ အမြဲထိတွေ့မှုရှိနေသလဲဆိုတာတွေကို သိနိုင်တဲ့အရာ တစ်ခုပါ။

Reach: Organic/Paid
 Post Clicks
 Reactions, C

Type	Targeting	Reach	Engagement
		2.3K	55 97
		3.5K	25 16
		6K	123 23
		6.5K	177 187

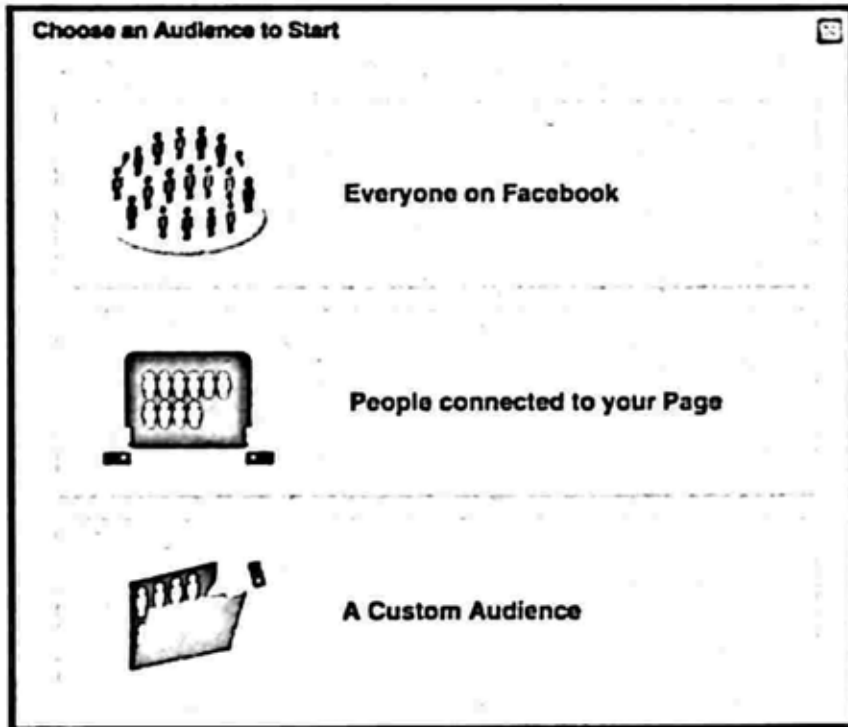
သင့်ရဲ့ Post တွေနဲ့ ပတ်သက်လို့ ဘယ်ကြော်ငြာက Like, Comment နဲ့ Share ဘယ်လောက်ရတယ်၊ ဘယ်လိုကြော်ငြာမျိုးက တော့ လူသိပ်မကြိုက်ဘူး စသည်ဖြင့် နေ့စဉ်၊ အပတ်စဉ် လေ့လာနိုင်နေ မှာ ဖြစ်ပြီး ဘယ်လိုပုံစံနဲ့ သတင်းစကား (message) တွေကို ပေးမလဲ။ ဘယ်လို အရေးအသားပုံစံမျိုးတွေကို တည်ဆောက်ရမလဲဆိုတာ သင့်ကို အကြံဉာဏ်ရစေမှာပါ။

Facebook Page Insights ရဲ့ သုံးစွဲသူ (People) ကဏ္ဍမှာလည်း သင့်ပရိသတ်တွေနဲ့ အသက် ကျား/ မနဲ့ နေရပ်လေးတွေကို ဖော်ပြပေး နိုင်ပြီး ဘယ်လိုလူတွေကတစ်ဆင့် Page နဲ့ အမြဲထိတွေ့နေတယ်၊ ဘယ် အရာတွေက သင့် Page နဲ့ Post တွေကို စိတ်ဝင်စားနေသလဲဆိုတာ သင် သိနိုင်မှာပါ။

၁၄။ Audience Insights ထဲက အဖိုးတန်ဖော်သည် ဒေတာတွေကို ရယူပါ

သင့်ရဲ့ စံပြုရတဲ့ ဝယ်ယူသူတွေ၊ သူတို့ရဲ့ အကြိုက်တွေ၊ စိတ်ဝင် စားတဲ့ အရာတွေနဲ့ သူတို့ရဲ့ ဝယ်ယူမှု အလေ့အထတွေကို သိနိုင်ဖို့ အခမဲ့ Tool တစ်ခုကို Facebook က ၂၀၁၄ ခုနှစ်မှာ မိတ်ဆက်ခဲ့ပါ တယ်။ အဲဒါဟာ သုံးစွဲသူတွေရဲ့ ဓလေ့စရိုက်၊ နေရာဒေသတွေနဲ့ ပတ် သက်တဲ့အချက်အလက်တွေကို Page ပိုင်ရှင်နဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေ ရယူနိုင်ဖို့ သိပ်ကို အထောက်အကူပြုခဲ့ပါတယ်။

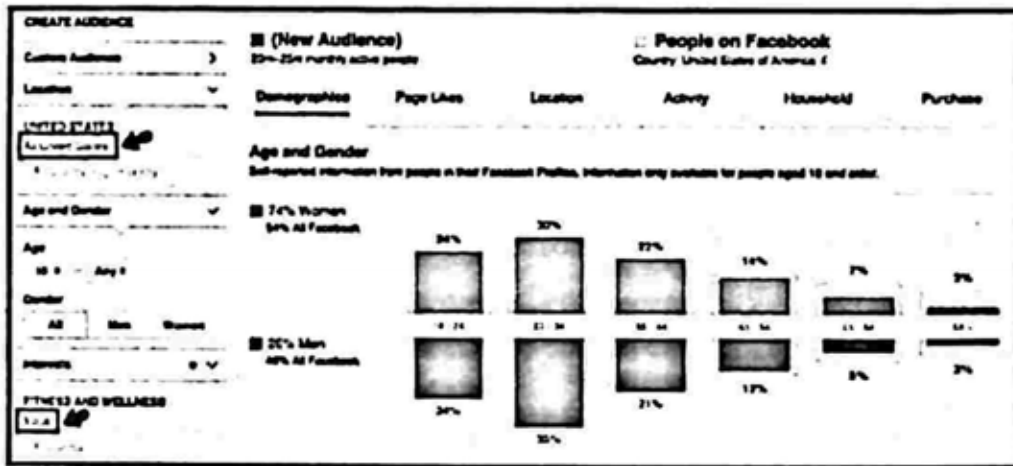
အဲဒီအချက်အလက်တွေဟာ သင့်ရဲ့ ဝယ်ယူမှုကို ပုံဖော်ဖို့သာမက သင့်ရဲ့ ပြိုင်ဘက်ကို ဆန်းစစ်လေ့လာနိုင်ဖို့အထိပါ အသုံးပြုလို့ ရပါ တယ်။



Facebook Audience Insights ကို ဒီမှာ ရှာပါ။

www.facebook.com/ads/audience_insights. ပုံမှာ ပြထားတဲ့အတိုင်း သင် ဆန်းစစ်လိုတဲ့ အမျိုးအစားကို ရွေးချယ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ တစ်ခါကို ပရိသတ်အမျိုးအစားတစ်ခုပဲ ရွေးချယ်ခွင့်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ သင့် Page နဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အလယ်က အကွက်က အသက် ဖြစ်ပေမယ့် everyone ဆိုတဲ့ အပေါ်ဆုံးအကွက်က စလေ့လာတာပဲ ကောင်းပါတယ်။

ထားပါတော့ သင်က ယောဂလေ့ကျင့်ခန်းတွေ ရောင်းတဲ့ Online Business တစ်ခုဆိုရင် ယောဂကို စိတ်ဝင်စားတဲ့လူတွေကို သင် သိချင်မှာပဲ။ ပထမဆုံး "Everyone" က Facebook ဆိုတာကို နှိပ်ပြီးတဲ့ အခါ အောက်မှာပြထားတဲ့ အတိုင်း ဘယ်ဘက်အောက်ဆုံးမှာ "Yoga" လို့ ရိုက်ထည့်လိုက်ပါ။ အပေါ်က အကွက်မှာတော့ နိုင်ငံနဲ့ နေရာဒေသကို ရွေးပါ။ ပုံကို ကြည့်ပါ။



ပုံမှာပြထားတဲ့အတိုင်း USA မှာရှိတဲ့ Facebook အသုံးပြုသူတွေနဲ့ အချက်အလက်တွေကို သင် တွေ့ရမှာပါ။ ဒီ ဥပမာမှာဆိုရင် ယောဂကို စိတ်ဝင်စားသူတွေမှာ ၇၄% က အမျိုးသမီးတွေဖြစ်ပြီး ၂၆% က အမျိုးသားတွေဖြစ်တယ်ဆိုတာကို တွေ့ရမှာပါ။ ဒါ့ကြောင့် သင့်ရဲ့ Facebook ကြော်ငြာအရေးအသားနဲ့ ပုံစံတွေက အမျိုးသမီးတွေထံ ဦးတည်ရမှာပါ။

ပုံထဲမှာ ပြထားတဲ့အတိုင်း ညာဘက်ကို တစ်ခုချင်းစီ ထောက်သွားရင် Page Likes, Location စသည်ဖြင့် တွေ့နိုင်ပါတယ်။ အချို့ ဝန်ဆောင်မှုတွေအတွက် အချက်အလက် ပံ့ပိုးမှုက USA နိုင်ငံတွေ

အတွက်သာ အသုံးပြုလို့ ရနိုင်ပါသေးတယ်။

မိနစ်သုံးဆယ်လောက် အချိန်ယူပြီး ဒီ Tool ကို သုံးကြည့်ပါ။ သင့်ရဲ့ နယ်ပယ်နဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အဖိုးတန် အချက်အလက်တွေ များများ ရလာနိုင်ပါတယ်။

အချို့အရာတွေက မြန်မာနိုင်ငံမှာ သုံးလို့ မရသေးပေမဲ့ အဲဒီ ဥပမာတွေကို ယူပြီး သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာတွေနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ မဟာဗျူဟာ ကို စဉ်းစားနိုင်မှာပါ။ ဥပမာ သင်ဟာ မြန်မာပြန်က ယောဂသင်တန်းဆို ရင် အမျိုးသမီးတွေကို ရည်ညွှန်းဖို့ စဉ်းစားပါ။ ထို့အပြင် ကိုယ့်နိုင်ငံ မှာ ခေတ်မစားသေးပေမဲ့ အခြားနိုင်ငံက ခေတ်စားနေတဲ့ ရေစီးကြောင်း တွေကို ယူပြီး မိမိနိုင်ငံမှာလည်း ပြန်လည် မိတ်ဆက်ပေးနိုင်ပါသေး တယ်။

၁၅။ သင့်ရဲ့ ပရိသတ်တွေထံတလည်း စစ်တမ်းကောက်ပြီး အဖိုးတန်အချက်အလက်တွေ ရယူနိုင်ပါသေးတယ်။

သင့် Facebook ကို Like ထားတဲ့သူတွေထံက စစ်တမ်း ကောက် နိုင်ပါတယ်။ အောက်မှာ မေးခွန်းအချို့ ဖော်ပြထားပါတယ်။

- သူတို့ ကြိုက်တဲ့ ကြော်ငြာပုံစံနဲ့ တင်ဆက်ပုံ အမျိုးအစား
- သင့်ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ ပတ်သက်လို့ အများ စုက သိချင်နေတဲ့ မေးခွန်းတွေ
- သူတို့ Follow လုပ်၊ Like လုပ်ထားတဲ့ Page နဲ့ Web-site တွေနဲ့ ဘာလို့ဆိုတဲ့ အကြောင်းပြချက်တွေ

ပုံမှန်သုံးစွဲသူထက်ပိုတဲ့ သင့်ရဲ့ လက်ရှိဖောက်သည်တွေကိုလည်း အောက်ပါ မေးခွန်းမေးနိုင်ပါသေးတယ်။

- သင့်ရဲ့ ကုန်သည်နဲ့ ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ ပတ်သက်လို့ သူတို့ အနှစ်သက်ဆုံးက ဘာလဲ။
- သင့်ရဲ့ ကုန်သည်နဲ့ ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ ပတ်သက်လို့ သူတို့ မနှစ်သက်ဆုံးက ဘာလဲ။
- သူတို့ဝယ်ချင်တဲ့ အခြားကုန်ပစ္စည်းက ဘာတွေလဲ။

ကုမ္ပဏီတိုင်းက ဒီစစ်တမ်းတွေကို တစ်နှစ်ကို နှစ်ခါလောက်တော့ လုပ်သင့်ပါတယ်။ Survey Monkey (www.surveymonkey.com) (အခပေး)နဲ့ Google Forms (www.google.com/forms) (အခမဲ့) တို့ဟာ သင်သုံးနိုင်တဲ့ စစ်တမ်းကောက် Tool လေးတွေပါ။ (မြန်မာပြည် မှာတော့ သင့်ရဲ့ မေးခွန်းတွေကို လက်ဆောင်တစ်ခုခုပေးပြီး မေးတာ မျိုး ဖြစ်စေ၊ ကံစမ်းမဲဖောက်ပြီး မေးတာမျိုးဖြစ်စေ၊ မေးတာမျိုးက ပို ထိရောက်နိုင်ပါတယ်။)

*

**ပြိုင်ဘက်နှင့် လုပ်ငန်းနယ်ပယ် ဆန်းစစ်မှုနှင့် ပတ်သက်သော
မဟာဗျူဟာများ**

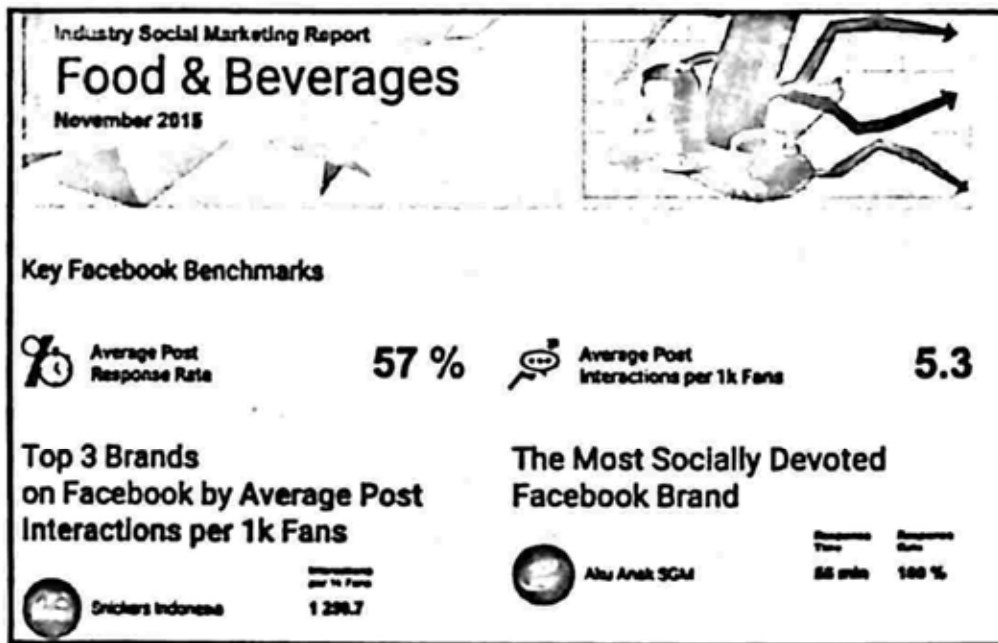
၁၆။ သင့်ရဲ့ လုပ်ငန်းနယ်ပယ်နဲ့ ပတ်သက်တဲ့ နောက်ဆုံးပေါ်

Facebook Data တွေကို Social Bakers မှာ ရယူပါ။

Social Bakers ဆိုတာ လူမှုရေးမီဒီယာတွေရဲ့ ဆန်းစစ်ချက်တွေကို ထုတ်ပြန်ပေးတဲ့ ကုမ္ပဏီတစ်ခုပါ။ အဲဒီမှာ Facebook ကို မတူကွဲပြားတဲ့ ဒေသတွေမှာ မတူကွဲပြားတဲ့ လုပ်ငန်းတွေက ဘယ်လိုသုံးနေသလဲဆိုတာကို လေ့လာနိုင်မှာပါ။ အစီရင်ခံစာ တော်တော်များများက အခမဲ့ဖြစ်ပြီး Freeaccount တစ်ခု Sign Up လုပ်ပြီး သုံးရုံပါပဲ။

Social Bakers ရဲ့ လုပ်ငန်းနယ်ပယ်နဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အစီရင်ခံစားတွေမှာ စံထားရမယ့် Facebook မားကက်တင်း ဂုရုတွေ၊ အကောင်းဆုံး Facebook Posts တွေ၊ လုပ်ငန်းနယ်ပယ်တိုင်းက အတိုးတက်ဆုံး Facebook ကုန်အမှတ်တံဆိပ်တွေကို ဖော်ပြထားပါတယ်။ အဲဒါတွေကို စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်တွေက တစ်လတစ်ခါလောက်တော့ လေ့လာဆန်းစစ်သင့်ပါတယ်။ ဒါမှ သင့်ရဲ့ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ကို Face-

book မှာ ဘယ်လိုထိထိရောက်ရောက် ကြော်ငြာနိုင်မလဲဆိုတဲ့ ဗျူဟာ တွေ ချမှတ်နိုင်မှာပါ။ Website လိပ်စာကတော့ [www. socialbakers. com/resources/reports/industry.](http://www.socialbakers.com/resources/reports/industry)






အထက်ပါအစီရင်ခံစာတွေအပြင် Social Bakers က ဘယ်လို အမှတ်တံဆိပ် မားကက်တင်းတွေက Facebook ဆက်ဆံရေးနဲ့ ပတ် သက်လို့ ထိရောက်တယ်။ ဘယ်လိုမျိုးတွေကတော့ ပိုပြီး လူများများဆီ ရောက်တယ်ဆိုတာတွေကိုပါ ဖော်ပြပေးပါတယ်။ အဲဒါတွေကို စံနမူ နာယူပြီး သင်လည်း ပြန်လည် အသုံးချနိုင်တာပေါ့။

၁၇။ Likealyzer ကို သုံးပြီး Facebook Marketing ကို ခြယ်လှယ်နေတဲ့ ကုမ္ပဏီတွေကို ရှာဖွေပါ။

Likealyzer ဟာ သင့်ရဲ့ ပြိုင်ဘက်တွေကို ဆန်းစစ်ဖို့ အထိ ရောက်ဆုံး Tool တစ်ခုပါ။ www.likealyzer.com ကို ဝင်ပြီး သင့်ရဲ့ <http://> နဲ့ စတဲ့ URL ကို ကူးပြီး Copy+ Paste လုပ်လိုက်ရုံနဲ့ သင့်ရဲ့ စီးပွားရေးနယ်ပယ်ထဲက ပြိုင်ဘက်တွေနဲ့ နှိုင်းယှဉ်ထားတဲ့ သင့်ရဲ့ Facebook မားကက်တင်းအခြေအနေတွေနဲ့ အဆင့်တွေကို တွေ့နိုင်မှာပါ။ ပြီးတော့ သင့်ရဲ့ Facebook Page ကို ဘယ်လိုတိုးတက်အောင် လုပ်မလဲဆိုတဲ့ အကြံပြုချက်တွေကို ကိန်းဂဏန်းတွေ၊ အဆင့်တွေ၊ သုံးသပ်ချက်တွေနဲ့ တွေ့ရမှာပါ။ နိုင်ငံအလိုက်၊ စီးပွားရေးနယ်ပယ်အလိုက်ပေါ့။

ဥပမာ သင်က ကနေဒါက အဝတ်အစားထုတ်တဲ့ ကုမ္ပဏီ ဆိုပါစို့။ သင့်ရဲ့ စီးပွားရေးနယ်ပယ်ထဲက အခြားကုမ္ပဏီတွေ Facebook ကို ဘယ်လိုသုံးနေသလဲ သိချင်ရင်...

Analyzed Pages with most Likes					
Watch and monitor Pages of Interest. Track Like-Rank, Likes, PTAT, checkins and a lot more!					
Click on Country or Category to sort by the chosen criteria.					
Clothing Canada					
You are watching the pages in the category Clothing which are located in Canada.					
#	Page	Likes	PTAT	ER	Like-Rank
1	Rudrak Clothing	81,818	282	0.34%	80
2	 POINT ZERO Clothing	18,708	89	0.32%	55
3	 Kusteez Clothing	14,788	413	2.79%	82
4	 Nu I by Vickie Clothing	8,633	29	0.51%	58

www.likealyzer.com/statistics ကိုဝင်ပြီး ပုံမှာပြထားတဲ့ အတိုင်း နိုင်ငံနဲ့ နယ်ပယ်ရွေးလိုက်ရုံနဲ့ အထိရောက်ဆုံး Facebook Page တွေကို ဖော်ပြပေးမှာပါ။ သင် သူတို့ထဲကို ဝင်ပြီး သင်ခန်းစာ ယူနိုင်မှာပေါ့။

(မြန်မာနိုင်ငံအတွက် ကိုယ့်ရဲ့ပြိုင်ဘက်တွေနဲ့ နှိုင်းယှဉ်ဖို့ အဆင်မပြေနိုင်သေးပေမဲ့ ကိုယ့် Industry (စီးပွားရေးနယ်ပယ်) တူထဲက အိမ်နီးချင်းနိုင်ငံတွေ (ဥပမာ-စင်ကာပူ) ရဲ့ အထိရောက်ဆုံး ကုမ္ပဏီက ဘာတွေလုပ်နေသလဲ၊ ဘယ်လိုကြော်ငြာနေလဲဆိုတာကို သင်ယူလေ့လာနိုင်ပါတယ်)

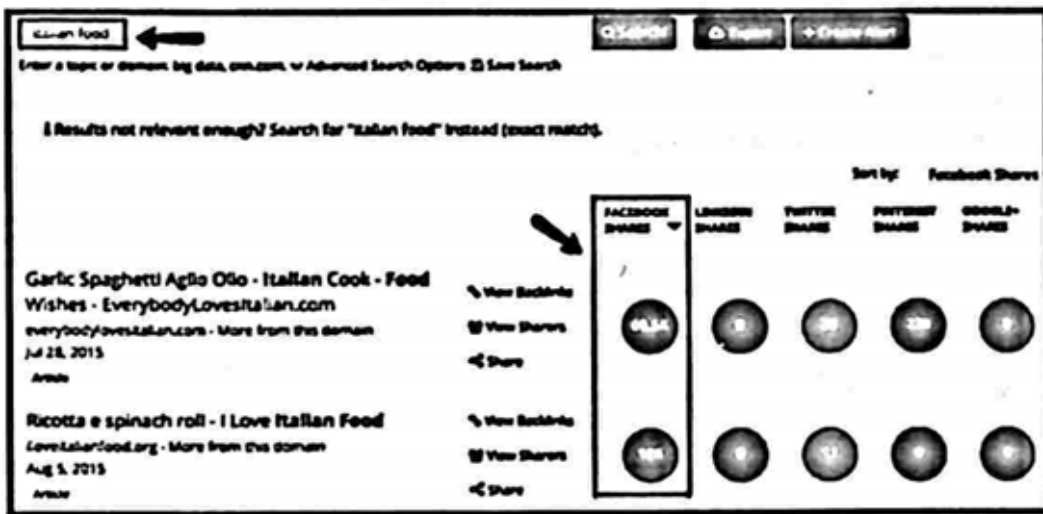
အဲဒီ အကောင်းဆုံး Page တွေက ဘာတွေလေ့လာနိုင်သလဲဆိုရင်

- သူတို့ ဘယ်လိုစကားလုံးတွေ သုံးသလဲ
- ဘယ်လို ဓာတ်ပုံတွေ တင်သလဲ
- ဘယ်လို ဗီဒီယိုတွေ ဖန်တီးပြီး ဝေမျှသလဲ
- သင်စိတ်ဝင်စားနိုင်မဲ့ အခြားဘာမျှဟာတွေ သုံးနေလဲ။

နယ်ပယ်စုံ၊ ကုမ္ပဏီစုံကို မိနစ် သုံးဆယ်လောက်ပေးပြီး လျှောက်ကြည့်ခြင်းဖြင့် သင့်လုပ်ငန်းအတွက် အိုင်ဒီယာအသစ်တွေ ရနိုင်ပါတယ်။

၁၈။ ကြော်ငြာပုံအသစ်၊ တင်ဆက်ပုံအသစ်တွေနဲ့ သူတို့ရဲ့ လွှမ်းမိုးမှုကို သိဖို့ Buzzsumo ကို သုံးပါ။

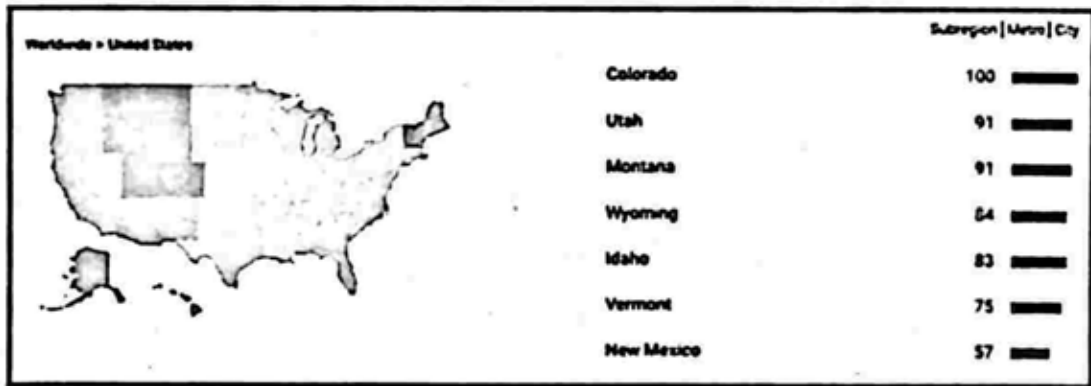
နောက်ဆုံးပေါ် တင်ဆက်ပုံနည်းလမ်းတွေ၊ ကြော်ငြာစာသားတစ်ခုကို တည်ဆောက်ယူပုံတွေအထိ နောက်ဆုံး Post တွေနဲ့ တင်ဆက်နည်းတွေကို သိချင်တယ်ဆိုရင်တော့ www.buzzsumo.com ကို ဝင်ကြည့်ပါလို့ အကြံပေးပါရစေ။



သင် သိချင်တဲ့ နယ်ပယ်မှာ ထိပ်ဆုံးရောက်နေတဲ့ လူအဖတ်ဆုံး၊ Share နှင့် Like အများဆုံး Post တွေရဲ့ တည်ဆောက်ပုံကို လေ့လာနိုင် ရုံသာမက URL ထည့်ပြီး သင် သိချင်တဲ့ ကုမ္ပဏီတစ်ခုချင်းစီရဲ့ Post တွေအကြောင်း ဆန်းစစ်ချက်တွေကိုပါ ကြည့်ရှုနိုင်ပါတယ်။

၁၉။ Google Trends တို့ သုံးပြီး တန်ဖိုးရှိတဲ့ ဝယ်ယူတွေနဲ့ ပတ်သက်တဲ့ အချက်အလက်တွေကို ရယူပါ

ဘယ်နေရာ၊ ဘယ်ဒေသက လူတွေက ဘာတွေကို Google မှာ အများဆုံး ရှာကြသလဲဆိုတာ သိရင်၊ သူတို့ ဘာကို စိတ်ဝင်စားလဲ အကြမ်းဖျင်း သိနိုင်ပါတယ်။ ဒါ့အပြင် နယ်ပယ်တစ်ခု ဥပမာ တောင် တက်စက်ဘီးအပေါ် ကမ္ဘာ့အနှံ့က ဒေသတွေက ဘယ်သူကို ချိန်ရွယ် ပြီး သင့်ရဲ့ ကြော်ငြာတွေ ပစ်လွှတ်ရမလဲဆိုတဲ့ အသိမျိုးကို ပေးမှာပါ။



Website လိပ်စာကတော့ www.google.com/trends ပါ။

(မြန်မာပြည်က လူတွေအတွက်တော့ နိုင်ငံတကာက ခေတ်စားနေတဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုတွေကို သိနိုင်ပြီး မြန်မာပြည်မှာ လမ်းသစ်ဖောက်ဖို့ idea တစ်ခုရနိုင်ပါတယ်။ ဒါ့အပြင် အသေးစိတ်လေ့လာခြင်းဖြင့် မိမိရဲ့ ပြည်တွင်းထုတ်ကုန်ကို ပြည်ပကို ဘယ်လိုပို့လို့ ရနိုင်သလဲ၊ ဘယ်နိုင်ငံကို Social Media က ကြော်ငြာရင်ရမလဲဆိုတဲ့ အကြံဉာဏ်တွေပါ ရရှိနိုင်ပါတယ်။)

၂၀။ သင့်ဇာတ်သည်တွေ Online မှာ ရှာဖွေရင် အသုံးပြုတဲ့ စကားစု (Keywords) တွေကို ရှာဖွေပါ။

www.wordtracker.com ကို ဝင်ပြီး ကြည့်ရင် လူတွေ တစ်ခုခုကို ဘယ်လိုရှာသလဲဆိုတာ တွေ့နိုင်ပါတယ်။ London က လူတွေ အိမ်ခြံမြေနဲ့ ပတ်သက်ရင် ရှာတဲ့ စကားစုတွေကို ဖော်ပြထားပါတယ်။ အထက်မှာ ပြထားတဲ့ Website ကိုဝင် ဥပမာ သင့်ရဲ့လုပ်ငန်းက စာအုပ်ဆိုရင် books လို့ ရိုက်လိုက်ရုံနဲ့ သက်ဆိုင်တဲ့ စကားစုတွေ ကျလာမှာပါ။

Keyword	Volume
london commercial property	136
property management london	48
property investors london	38
property maintenance london	38
commercial property london	32
property developers london	26
off plan property london	23
london property surveyors	23
london property lease	20
property market london 2015	6

စကားစုတွေဟာ Social Media မားကက်တင်းမှာ အသက်ပါ။ သူတို့ရှာနေကျ စကားစုတွေကို သင့်ရဲ့ Post တွေ၊ ကြော်ငြာတွေထဲပါ အောင် ထည့်သွင်းပေးထားခြင်းဖြင့် သင့်လုပ်ငန်းရဲ့ ထိရောက်မှုကို မြှင့်တင်ပေးနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

Facebook ရဲ့ Post မှာ hashtag (#) ကို အသုံးပြုပြီး Keywords တွေ ထည့်သွင်းထားခြင်းဖြင့် သင့်ရဲ့ Post ကို လူများများ မြင်တွေ့နိုင်ခြေရှိလာမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာ သင်က အင်္ကျီရောင်းတယ်ဆိုရင် Cloth လို့ပဲ ရှာရှာ၊ Shirt လို့ပဲ ရှာရှာ တွေ့နိုင်အောင် သင့် Post ရဲ့ နောက်ဆုံးမှာ

#Cloth (space)# Clothing (space)# Shirt လို့ ထည့်ထားရင် အဲဒီသုံးခုနဲ့ ရိုက်ပြီးရှာတဲ့ ဝယ်သူဟာ သင့် Post ကို တွေ့ဖို့ အခွင့်အလမ်းများသွားပြီပေါ့။





အခန်း (၂) အပြီး သင်စလုပ်နိုင်မယ့် အလုပ် သုံးခု

- ၁။ အချက် နံပါတ် (၁၁) မှာ ပြောထားတဲ့အတိုင်း သင့် ဝယ်သူရဲ့ ပုံရိပ်ကို ပုံဖော်ပါ။ ရနိုင်သမျှ အသေးစိတ်အချက်အလက်တွေကို ထည့်ပါ။ စိတ်ပိုင်းဆိုင်ရာ လိုအပ်ချက်၊ ဝယ်ယူဖို့ တွန်းအား ပေးတဲ့အချက် စသည်ဖြင့်ပေါ့။
- ၂။ သင့် ပြိုင်ဘက်ရဲ့ Facebook Page ကို ဝင်ပြီး အချက် နံပါတ် (၁၂) မှာ ပြထားတဲ့ စာရင်းကို အခြေခံပြီး သုတေသန ပြုလုပ်ပါ။
- ၃။ ရှေ့မှာပြောခဲ့တဲ့ အသုံးဝင်တဲ့ Website တွေကို အချိန်ယူ ဝင်ကြည့်ပြီး လေ့လာနည်းယူ အကြံ ဉာဏ်ထုတ်ပါ။





အခန်း [၃]

Facebook တစ်ကိုယ်ရည် Profile မဟာဗျူဟာများ

ဒီအခန်းကတော့ သင့်ရဲ့ Business Page လူပုဂ္ဂိုလ်၊ သို့မဟုတ် တစ်ကိုယ်ရည် Facebook Account ကို အသုံးပြုပြီး မိမိကိုယ်ကိုရဲ့ ပုံရိပ်ကို ဘယ်လိုမြှင့်တင်မလဲ။ အခြားလုပ်ငန်းတူ ပါတနာတွေနဲ့ ဘယ်လို ချိတ်ဆက်ဆောင်ရွက်နိုင်မလဲဆိုတဲ့ ဗျူဟာတွေကို ဆွေးနွေး သွားမှာပါ။ မိမိ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေရဲ့ Page ပေါ်က တစ်ကိုယ်ရည် Profile စာမျက်နှာက ဘယ်လိုအကျိုးပြုနိုင်မလဲဆိုတဲ့ နည်းလမ်းတွေ ပေါ့။

- ၂၁။ သင့်ရဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ ရည်ရွယ်ချက်တွေအတွက် သင့်ရဲ့ တစ်ကိုယ်ရည် Facebook Profile က ဘာတွေ ကူညီထောက်ပံ့ ပေးနိုင်သလဲဆိုတာ ရှင်းရှင်းလင်းလင်း သိထားပါ
- များသောအားဖြင့် လူတွေက Facebook ကို မိသားစုတွေ၊ သူငယ်ချင်းတွေနဲ့ ဆက်သွယ်ဖို့ပဲ အသုံးပြုတတ်ပြီး Facebook က ပံ့ပိုးပေး

ထားတဲ့ များပြားလှစွာသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းသုံး Tools တွေကို မသိကြပါဘူး။ အဲဒီတော့ သင့်ရဲ့ Profile ကို သင့်ရဲ့ Business နဲ့ ဘယ်လို ချိတ်ဆက်လုပ်ဆောင်မလဲဆိုတဲ့ နည်းလမ်းတွေ၊ မဟာဗျူဟာတွေ မပြောခင် Facebook သုံးခြင်းနဲ့ သင့်ရဲ့ စီးပွားရေး ရည်မှန်းချက်ကြား ဆက်စပ်ပုံကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်း သိထားရပါမယ်။

သင့်ရဲ့ တစ်ကိုယ်ရည် Profile ကို မှန်ကန်စွာ သုံးခြင်းဖြင့် သင် ရလာနိုင်တဲ့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာ အကျိုးကျေးဇူးတွေက

- သင့်ရဲ့ Professional အပေါင်းအသင်း နယ်ပယ် ပိုဆန့်လာမယ်။
- သင့်ရဲ့ နယ်ပယ်ထဲက Professional တွေကြား သင့်ရဲ့ ဂုဏ်သိက္ခာလည်း တက်လာနိုင်တယ်။
- သင့်ရဲ့ ကုမ္ပဏီတွေ၊ ထုတ်ကုန်တွေနဲ့ ပတ်သက်လို့ သင့်ရဲ့ တစ်ကိုယ်ရည် အသိုင်းအဝိုင်းမှာလည်း ပြန်လည်မျှဝေနိုင်မယ်။

ဒီတော့ သင့်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းရဲ့ သင် လိုချင်တဲ့ ရည်မှန်းချက်က ဘာလဲဆိုတာ စဉ်းစားပါ။ ပြီးရင် သင့်ရဲ့ တစ်ကိုယ်ရည် Profile က ဘာတွေ အကူအညီပေးနိုင်မလဲ အကြံထုတ်ပါ။

၂၂။ သင့်ရဲ့ Profile ကို အမြဲ Update လုပ်နေပါ

Facebook လို ကိရိယာမျိုးတွေဟာ သင်ပေးတဲ့ အချက်အလက် ပေါ်မူတည်ပြီး အသုံးဝင်လာရတာပါ။ သင့်ရဲ့ Facebook Profile ထဲက အချက်အလက်တွေက အမြဲခေတ်နှင့် အညီ ဖြစ်နေပါစေ။ သင်နဲ့ ပတ်သက်ပြီး လူတွေကို သိစေလိုတဲ့ အချက်အလက်တွေကို အမြဲတမ်း Update လုပ်ပေးနေပါ။ တစ်ခုသတိထားရမှာက သင်ဟာ သင့်ရဲ့

Profile ကို စီးပွားရေးကိစ္စအတွက်ပါ သုံးမယ်ဆိုရင် သင့် မိသားစု ကိစ္စ၊ သင့်ရဲ့ နေရပ်လိပ်စာ၊ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးခံစားချက်တွေကို မဝေမျှတာ အကောင်းဆုံးပါပဲ။

များသောအားဖြင့် အလုပ်ရှင်တွေဟာ ခုခေတ်မှာ အလုပ်လျှောက် တဲ့လူတွေရဲ့ Facebook Profile ထဲကို ဝင်ကြည့်တတ်ကြပါပြီ။ သင့်ရဲ့ လူမှုဆက်ဆံရေးနယ်ပယ်ကို ချဲ့ထွင်ဖို့ပဲဖြစ်ဖြစ် သင့်ရဲ့ လက်ရှိ နယ်ပယ် က အလုပ်သစ်ကိုပဲ လျှောက်လျှောက် သင့်ရဲ့ Profile မှာ မှန်ကန်တဲ့ ခေတ်မီတဲ့ ကိစ္စတွေပဲ ဖြစ်နေသင့်ပါတယ်။ အထူးသဖြင့် သင့်ရဲ့ ကျွမ်း ကျင်တတ်မြောက်မှု တိုးလာတာတွေ၊ အတွေ့အကြုံတိုးလာတာတွေကို အမြဲ Update လုပ်နေသင့်ပါတယ်။ သင့်ရဲ့ Social Media ပေါ်က CV လေးတစ်စောင်လိုပေါ့။

သင့်ရဲ့ Facebook Page ကို အလွယ်တကူ ဝင်ပြီး ရှာဖွေတွေ့ ရှိနိုင်စေဖို့ www.facebook.com/--- နောက်မှာ Facebook က အလို အလျောက် ပေးတဲ့ နံပါတ်ထက် သင်ထည့်ချင်တဲ့ သင့်နာမည်၊ သင် ပေးချင်တဲ့ နာမည်ကို www.facebook.com/username မှာ ဝင်ပြီး ပြောင်းနိုင်ပါတယ်။ ဒါဆို သင့်ကို အလွယ်တကူရှာလို့ ရသွားပြီပေါ့။

၂၃။ သင့်ရဲ့ Privacy Setting တို့ ထောင်းထောင်းအသုံးပြုပါ

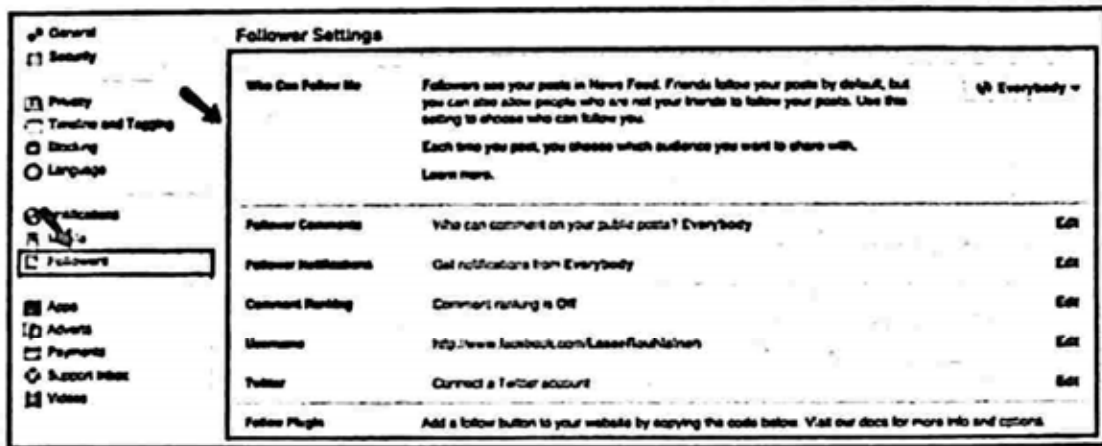
အခြေခံအားဖြင့် Facebook အသုံးပြုသူတိုင်းဟာ မိမိရဲ့ Pri- vacy Setting ကို မိမိရဲ့ Account လုံခြုံရေးအတွက်သာမက မိမိရဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးလုံခြုံမှုအတွက်ပါ အသုံးပြုသင့်ပါတယ်။ www.facebook.com/setting ရဲ့ အောက်မှာရှိမှာပါ။ အဲဒီထဲမှာ

→ သင့်ရဲ့ Post တွေကို ဘယ်သူမြင်နိုင်သလဲ။ (Who can see my stuff ?)

→ သင့်ကို ဘယ်သူ ဆက်သွယ်နိုင်မလဲ။ (Who can contact me?)

→ သင့်ကို ဘယ်သူတွေ ကြည့်နိုင်မလဲ။ (Who can look me up ?)

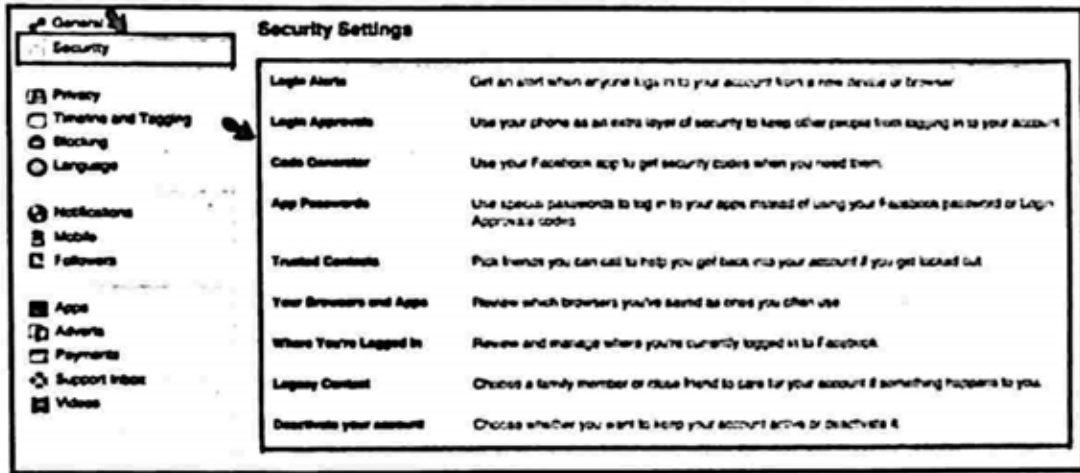
စတာတွေကို ချိန်ညှိနိုင်ပါတယ်။



သင့်ရဲ့ Profile ကို အလုပ်ကိစ္စအတွက် သုံးတယ်ဆိုရင်တော့ "Who can see my stuff" ဆိုတဲ့နေရာမှာ "Public" ကို ရွေးချယ်ထားသင့်ပါတယ်။ "Who can look me up" ထဲမှာတော့ သင့်ရဲ့ email တွေ၊ ဖုန်းနံပါတ်တွေကို အသုံးချပြီး သင့်ရဲ့ Profile ကို ရှာနိုင်မလားဆိုတာ မေးထားတာပါ။ ဒါပေမဲ့ ရှေ့မှာ ပြောထားတဲ့အတိုင်း သင့်ရဲ့ အိမ်လိပ်စာတွေနဲ့ ပုဂ္ဂိုလ်ရေးဆိုင်ရာ မြင်နိုင်စွမ်းတွေကိုတော့ လျှော့ချတင်းကျပ်ထားဖို့ လိုပါလိမ့်မယ်။

သင့်ရဲ့ Privacy ကို တစ်လတစ်ခါ စစ်ဆေးနေပါ။ သင့်ရဲ့ Facebook Profile ဟာ ယခုခေတ်မှာ သင့်ကို ကိုယ်စားပြုတဲ့အတွက် သင့်ရဲ့ Profile ကို တိုက်ခိုက်ခံရခြင်းနှင့်အတူ သင့်လုပ်ငန်းအတွက် ပါ ရလဒ်မကောင်းနိုင်ဘူးဆိုတာ သတိရပါ။

၂၄။ သင့်ရဲ့ Security Setting တိုလည်း ကောင်းကောင်းအသုံးချပါ။



ပုံမှာ ပြထားတဲ့အတိုင်း Privacy Setting ရဲ့ အပေါ်မှာ Security Setting ဆိုတာ ရှိပါတယ်။ အဲဒီထဲမှာ သင့်ရဲ့ လက်ရှိသုံးနေတဲ့ ဖုန်း၊ ကွန်ပျူတာစတဲ့ ကိရိယာစာရင်းတွေ၊ Login ဝင်တဲ့အခါ ထပ်မံ တင်းကျပ်ထားနိုင်တဲ့ လုံခြုံရေး အတားအဆီးတွေကို တွေ့ရမှာပါ။ ကျန် တာ အားလုံးက သင့်ရဲ့ ဆုံးဖြတ်ချက်ပေမဲ့ သင့် Account ကို အသုံး ပြုနေတဲ့ ကိရိယာစာရင်းကို သေချာစစ်ဆေးပါ။ သင် သုံးနေကျမဟုတ် တဲ့ ကိရိယာတစ်ခုခုကို တွေ့ရင် ချက်ချင်းတုံ့ပြန်တတ်ဖို့ မမေ့ပါနဲ့။ ဥပမာ Password ချက်ချင်းပြောင်းတာ၊ Facebook ကို သတင်းပို့တာ စသည်ဖြင့်ပေါ့။ သင်က iPhone နဲ့ သုံးနေကျဆို သင့်ရဲ့ Device List မှာ sam---- ပေါ်နေပြီဆိုရင် သင့် Account ကို တစ်ယောက် ယောက် အသုံးပြုနေပါပြီ။