

8 przykazań dla marketerów działających w serwisach społecznościowych

Żyjemy w świecie, w którym mamy możliwość komunikacji z każdą osobą na świecie za pomocą Internetu. Istnieje ogromna liczba różnych serwisów społecznościowych, od gigantów takich jak Facebook czy LinkedIn, przechodząc przez polską Naszą Klasę i kończąc na niszowych serwisach skupiających pasjonatów.

Ciągle powstają nowe serwisy społecznościowe dostosowane do specyficznych potrzeb ich użytkowników. Wielu z nas wykorzystuje takie serwisy do pozostawania w stałym kontakcie z przyjaciółmi z podwórka, kolegami z pracy czy klientami. Pokazujemy na nich nasze zdjęcia, komentujemy fotografie znajomych, umawiamy się na spotkania, dołączamy do grup, które mają podobne zainteresowania jak my, odpowiadamy na pytania postawione przez innych użytkowników, wymieniamy opinie, poszukujemy pracy, jesteśmy na bieżąco z wydarzeniami z życia naszych znajomych, których całe miesiące nie widzieliśmy już w świecie rzeczywistym, uczymy się nowych rzeczy, nawiązujemy nowe przyjaźnie i pozostajemy w kontakcie z naszymi ukochanymi.

Oprócz rzeczy, które wymieniłem serwisy społecznościowe mają jeszcze wiele innych możliwości, które ciągle się rozwijają i które razem sprawiają, że chcemy na nich przebywać.

Jak zatem wykorzystać możliwości takich serwisów w działaniach marketingowych?

1. pierwsze:

Twoje przesłanie musi być jasne i **dostosowane do konkretnej grupy odbiorców**. Nie warto przeznaczać środków na działanie wśród osób, które nie są zainteresowane Twoją ofertą.

2. drugie:

Musisz być autentyczny.

Na nic zda się papka PR, która metodą Kopiuj/Wklej umieścisz na jednym z dostępnych forów.

Być może o tym nie wiesz, więc powiem Ci w tajemnicy:

Ludzie nie są głupi!

3. trzecie:

Dostarczaj wartościowe informacje.

Jeśli będziesz powielał frazesy i nie dostarczał żadnych przydatnych wskazówek, które pomogą potencjalnym klientom w rozwiązaniu ich problemów, Twoja akcja promocyjna nie odniesie skutku. Ludziom zależy głównie na samym sobie, nie liczysz się dla nich Ty ani Twój produkt i usługa. Jeśli nie potrafisz pomóc, najlepiej wcale nie rozpoczynaj działań marketingowych.

4. czwarte:

Bądź stale na posterunku.

Nie możesz pozwolić sobie tylko i wyłącznie na pojedynczą aktywność na serwisie społecznościowym. Musisz odpowiadać na pojawiające się pytania i stawiać czoła ewentualnej krytyce. Nie ma nic gorszego niż dyskusja na temat Twojej oferty, która toczy się bez Twojego udziału.



5. piąte:

Nie bądź przemądrzały.

Wiesz zdecydowanie więcej niż inni, jednak to nie daje Ci prawa do pokazywania niechęci osobom, które nie wiedzą jak nazywa się Twój produkt lub usługa. Musisz odpowiedzieć na każde pytanie z równą troską o dobro użytkownika. **Bądź pomocny.**

6. szóste:

Badaj rezultaty.

Jak w każdym prowadzonym przez Ciebie działaniu marketingowym tak również w przypadku działań marketingowych konieczne jest badanie rezultatów. Być może serwisy społecznościowe nie są dla Ciebie i powinieneś przestać przeznaczać na nie swoje środki, a może po prostu popełniłeś błąd na etapie planowania lub realizacji Twojego planu działania i powinieneś skupić się na eliminacji tych błędów.

7. siódme:

Nie staraj się być wszędzie.

Napisałem na początku o ogromnej licznie serwisów społecznościowych i ciągłym pojawianiu się nowych. Nie będziesz w stanie objąć zasięgiem wszystkich serwisów, dlatego skup się na najważniejszych dla Ciebie. Nie rozpraszaj się, działaj z chirurgiczną precyzją, a na pewno Ci się to opłaci.

8. ósme:

Spersonalizuj swoje wypowiedzi.

Nie ma nic gorszego niż bezosobowy potok słów, które pokazują, co myśli osoba, która je przygotowała. A o czym myśli?

Brzmi to mniej więcej tak:

Nie obchodzisz mnie ty, nie chcę cię poznać, twoje imię mnie nie interesuje. Mam mnóstwo innej ciekawszej pracy i nie chce mi się z tobą rozmawiać. Po prostu kup, co oferuję i nie zmuszaj mnie do poświęcania mojego cennego czasu na twoje problemy.

Zamiast takiego myślenia upewnij się, że każda z osób, które otrzyma Twoją wiadomość poczuje się wyróżniona, a osiągniesz dobre rezultaty.