



Blżej social - jak przygotować firmę do debiutu w społecznościach

Coraz trudniej wyobrazić sobie komunikację B2C bez udziału mediów społecznościowych. Firmy małe i duże śmiało wkraczają do serwisu Facebook. Zakładają konta na Twitterze czy Blipie. Niejednokrotnie zainicjowane indywidualnie kampanie nie przynoszą jednak oczekiwanych efektów, co zniechęca do dalszych działań. Zanim stworzymy like page dla naszej firmy na Facebooku warto dokładnie zaplanować kolejne działania, a także poznać podstawowe możliwości poszczególnych serwisów.

Znawcy tematu social media stale przypominają przedsiębiorcom aby dokładnie przemyśleli swoją obecność w społecznościach jeszcze zanim stworzą konto na Facebooku czy Twitterze. Niejednokrotnie zdarza się bowiem tak, że decyzja o wprowadzeniu firmy do społeczności podyktowana jest głównie działaniami konkurencji. Wciąż wielu przedsiębiorców kieruje się myślą „założę profil, a potem jakoś to będzie”. Marketing w społecznościach to natomiast temat niełatwy i z pewnością wymagający odpowiedniego przygotowania.

Planujemy sukces

Zanim w przedsiębiorstwie zostaną zainicjowane działania z zakresu social media marketing powinno się wykonać dokładną analizę jej aktualnego wizerunku. Warto rozpatrzyć mocne oraz słabe strony przedsiębiorstwa. Wprowadzając firmę do społeczności musimy posiadać jej pełen obraz ze wszystkimi atutami oraz ewentualnymi niedociągnięciami. Należy wziąć pod uwagę ewentualne zagrożenia np. negatywne komentarze, które mogą wystąpić w związku z otwartą komunikacją, jaka ma tutaj miejsce. Kolejny krok to przygotowanie strategii obecności naszej firmy w social media, a także wyznaczenie odpowiednich celów, które chcemy osiągnąć. Już na samym początku musimy wiedzieć, czy zależy nam wyłącznie na kampanii wizerunkowej, której zadaniem jest zwiększenie świadomości naszej marki czy będziemy przede wszystkim dążyć do sprzedaży oferowanych produktów i usług. Być może chcemy zaistnieć w społecznościach jako ekspert w naszej dziedzinie i zarazem doradca, a może zaprosić klientów do wspólnej zabawy. Pamiętajmy jednak, że wszelkie działania social media powinny ze sobą korespondować i stanowić tym samym integralną część całościowej strategii promocji firmy.

Popularne błędy

Jeszcze przez rozpoczęciem przygody z social media z pewnością warto zaobserwować działania innych firm, a także zwrócić uwagę na wypowiedzi specjalistów w tej dziedzinie. Pozwoli nam to uniknąć wielu powszechnie popełnianych błędów. Firmy rozpoczynające działania na Facebooku powinny dobrze zapoznać się z jego regulaminem. Niech przestroga będą tu przypadki usuwania dynamicznie rozwijających się, posiadających ogromną ilość fanów

like page'y. Zdjęcia interpretowane jako „pornograficzne”, nadmierna ilość przesyłanych linków, oceniana jako spam, naruszające zasady serwisu konkursy – to powody, dla których z serwisu Facebook zniknęły profile znanych marek. Oczywiście każdej jednostce zdarza się popełnić błąd. Warto jednak pamiętać, że im mniejsza firma, tym trudniej odbudować dobrze rozwijający się już Fan page.

Zapominamy o nudzie

Przygotowując działania SMM dla swojej firmy warto dokładnie zaplanować rodzaj, ilość, a także systematykę zamieszczanych postów. Pamiętajmy, że istotą społeczności jest wiecznie żywa komunikacja. Jeżeli chcemy, aby nasze działania odniosły sukces musimy zadbać o to, aby nasi fani się nie nudzili. Warto postarać się, aby obok kolejnych ciekawostek branżowych pojawiły się naszym Fan page'u również konkursy, quizy, czy innego rodzaju aplikacje pozwalające włączyć Internautów do wspólnej zabawy. Działając w społecznościach nie skupiamy się jednak tylko i wyłącznie na serwisie Facebook. Pamiętajmy, że potencjalni odbiorcy czekają na nas również na blogach i mikroblogach, forach internetowych oraz innego rodzaju serwisach społecznościowych. Prowadząc szeroką i jednocześnie dobrze zintegrowaną kampanię z pewnością możemy liczyć na o wiele lepszą interakcję.

Social nie dla każdego

Omawiając możliwości działań w zakresie social marketingu warto zauważyć, iż tego rodzaju promocja nie jest adresowana do wszystkich firm. Z pewnością w świecie social media marketingu nie odnajdą się przedsiębiorstwa, które nie są nastawione w swojej działalności na komunikację i kontakt z klientem. Warto zdać sobie sprawę z faktu, iż jeśli na co dzień nie podejmujemy żadnego dialogu z odbiorcami naszych produktów czy usług, trudno byłoby zbudować z nimi więź np. na Facebooku. Szeroko zakrojona promocja w społecznościach może okazać się również nie do końca trafionym pomysłem w przypadku jednostek, które nie posiadają strategii swojej obecności marketingowej w Internecie.

Marketing w społecznościach może przynieść przedsiębiorstwu korzyści. Warunkiem sukcesu jest tutaj jednak dobrze przygotowany i konsekwentnie realizowany plan. Natomiast już w trakcie prowadzenia działań warto informować o naszej obecności na Facebooku czy innych serwisach społecznościowych. Pamiętajmy, że do profili naszej firmy w społecznościach potencjalni odbiorcy mogą trafić nie tylko poprzez naszą stronę www. Jeżeli promujemy się również w inny sposób np. poprzez działania BTL warto to wykorzystać.

Autor: Dagmara Szkudlarek- Nowatkowska
mail: dagmara.nowatkowska@silence.pl

Informacje o firmie Silence!

Silence! już od 2005 znajduje się w gronie firm zajmujących się profesjonalną reklamą w wyszukiwarkach internetowych. Łącząc rzetelną wiedzę merytoryczną oraz wieloletnie doświadczenie z sukcesem realizuje [kampanie pozycjonowania](#) oraz [PPC](#). Wychodząc naprzeciw potrzebom swoich klientów Silence! oferuje również usługi z zakresu [copywritingu](#) oraz [ePR](#). Specjaliści Silence! są jednocześnie prelegentami na wielu konferencjach branżowych tj. [SilesiaSEM](#) czy [Akademia Dla Przedsiębiorczych](#). Firma może pochwalić się także wieloma artykułami związanymi z tematyką marketingu i PR-u w wyszukiwarkach.

Więcej informacji: www.silence.pl