

نکات بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی



این نکته را در ذهن داشته باشید شبکه های اجتماعی و به طور کلی بازاریابی شبکه های اجتماعی بحث کوتاهی نیستند شبکه های اجتماعی بحث کاملا پیچیده ای هستند و نمیشود با تکیه بر اصول حتما در آنها موفق شد. امروزه شبکه های اجتماعی تاثیر بسزایی در بازاریابی و به طور کل در کسب و کار اینترنتی دارند به طوریکه با اشتراک گذاری مطالب خود می توانیم لایک و کامنت دریافت کنیم .

برای موفقیت در شبکه های اجتماعی ۳ اصل اساسی و مهم وجود دارد

۱ - قرار دادن آدرس سایت خود در قسمت کاور صفحه

به یاد داشته باشید که شما باید سایت خود و همچنین زمینه ی فعالیت خود را به بیننده برسانید این انتقال بیشتر و بهتر به کاربران کمک می کند تا بتوانند کسب و کار شما را بشناسند . چیزی به نام من در شبکه های اجتماعی وجود ندارد هر فعالیت شما کاملا برای جذب کاربر میباشد و قانع کردن که شما بهترین هستید پس در شبکه های اجتماعی مخصوصا شبکه هایی مانند فیسبوک که ارتباط شما گسترده تر است همیشه در ما و دیگران خلاصه میشود در نتیجه تنها به فکر خود نباشید. شما هر کسی که هستید بهترین در عرصه ی

خود یا یک فرد معمولی فرقی ندارد همه در شبکه های اجتماعی برابر میباشند و در شرایطی کاملا مساوی شما قرار است با بقیه به رقابت بپردازید.



۲ - ارسال محتوای مفید

ارسال مطالب مفید و تازه می تواند یک تکنیک ساده ولی کارآمد در بازاریابی اینترنتی باشد و کاربران برای دیدن مطالب و پست های جدید و جالب تر به صفحه شما بازمی گردند .

۳ - طرح سوالات جالب و سرگرم کننده

طرح سوالاتی که برای کاربران وبیننده که خیلی پیچیده نباشد و قابل حل باشد می تواند طرفداران را به فعالیت و کامنت گذاشتن و لایک کردن تحریک کند .

بازاریابی شبکه های اینگونه اجتماعی در ویکی پدیا بیان شده است : فرآیندی سیستماتیک در بازاریابی میباشد که در کنار دیگر کارها و برنامه ها برای شما محیط و شرایطی را فراهم می آورند که به هدف خود در شبکه های اجتماعی برسید. هدف شما میتواند ایجاد یک باور اجتماعی یا نظر سنجی در مورد موضوع خاصی باشد. همان طور که در تعریف مشاهده میکنید شبکه های اجتماعی بر این پایه ساخته نشده اند که فقط شما را به مقاصد اقتصادی و یا اینترنتی برسانند بلکه آنها میتوانند روشی باشند برای رساندن شما به هدفی در دنیای واقعی . هر چند هدف اولیه و همه گیر این نوع بازاریابی مالی و اقتصادی میباشد. اما این بدین معنا نیست که اگر شما برنامه ی اقتصادی ندارید و یا حتی میخواهید کاری را بدون هدف اقتصادی برای اولین بار انجام دهید نمیتوانید در شبکه های اجتماعی فعالیت داشته باشید. برای شروع فعالیت حرفه ای و هدفمند در شبکه های اجتماعی شما باید ۲ همکار را در نظر داشته باشید .



۱) **Marketing Parent** مسئول بازاریابی : یعنی کسی که مسئولیت ارائه برنامه و تعیین اهداف از تبلیغات را مشخص میکند. کسی که به عنوان مسئول بازاریابی فعالیت میکند باید مرور کند که تمامی افرادی که با او همکاری میکنند و تمامی برنامه هایی که او تعیین میکند به درستی عمل میکنند یا نه و اگر در بخشی از فعالیت های هدفمند شما مشکلی ایجاد شد او باید مشکل را رفع کند.

۲) **Social Parent** مسئول اجتماعی : یعنی فردی که قوانین اولیه و راه کارهای خاص را برای فعالیت در شبکه های اجتماعی تعیین کرده و نظاره گر و هدایت کننده شما و دیگران در فعالیتهای آنها میباشد.

نکته مهم این است که بازاریابی در شبکه های اجتماعی کاملاً با خوش گذرانی در شبکه های اجتماعی متفاوت است. زمانی که شما با دوستانتان در شبکه های اجتماعی در ارتباط هستید اصلاً جزء فعالیت تجاری و هدفمند شما محسوب نمیشوند و همیشه به خاطر داشته باشید برای فعالیت حرفه ای و هدفمند در شبکه های اجتماعی شما باید حداقل هفته ای ۱۰ ساعت را به صورت هدفمند در این شبکه ها به Marketing و Branding بپردازید.

اشتباهات متداول در بازاریابی شبکه های اجتماعی

عدم پشتیبانی شبکه های اجتماعی با سئو

استفاده از بازاریابی شبکه های اجتماعی برای ارتقاء کسب و کار اینترنتی شما بسیار فوق العاده عمل می کند. اما اگر این امر همراه با استراتژی سئو انجام شود، بسیار کاملتر خواهد بود. زیرا بازاریابی رسانه های اجتماعی به تنهایی برای تقویت و ترویج کسب و کار اینترنتی

شما کافی نمی باشد. این بزرگترین اشتباه در امر بازاریابی آنلاین از طریق رسانه های اجتماعی می باشد. اگر در حال انجام کسب و کار اینترنتی در رسانه های اجتماعی هستید، باید صفحات شبکه اجتماعی خود را با استفاده از قوانین سئو پشتیبانی نمایید.



عدم جداسازی مسائل شخصی از کسب و کار

من شخصی را می شناسم که هزاران فرصت تجاری و کسب و کار آنلاین را به دلیل تلفیق صفحه کاربری تجاری خود با مسائل شخصی از دست داده است. هنگامی که افراد در می یابند که او از زیبایی خاصی برخوردار است، تصمیم می گرفتند که به جای انتخاب محصولات زیبا و با کیفیت، نگران مسائل شخصی او باشند! صفحه کاربری تویتر او به محل اظهار لطف در مورد او تبدیل شده بود و افراد فقط به دلیل اینکه می دانستند او زیباست به او پاسخ می دادند. این استراتژی غلط، تقصیر خود او بود. زیرا که با اظهار نظرها و تملق های افراد خوشحال می شد و اجازه می داد که این امر بر روی کسب و کار آنلاین اش تاثیر بگذارد.

ارتباط برقرار نکردن با دنبالکنندها

شبکه های اجتماعی با هدف تعامل بین کاربران ایجاد شده اند و مشتریان از کسبوکار مورد نظر توقع دارند که در فیسبوک از خود پاسخگویی نشان دهد. پاسخ دادن به پستها، تشکر از مشتریان به خاطر کامنت دادن و رسیدگی به شکایت آنها باعث میشود که مشتریان احساس بهتری نسبت به آن برند داشته باشند. کسبوکارها باید یک استراتژی مناسب برای پاسخ دادن به کامنتها داشته باشند، چه این کامنتها مثبت باشند چه منفی و باید بدانند که چطور از این پلتفرم اجتماعی به عنوان بخشی از استراتژی مدیریت بحران استفاده کنند. همه

کامنتها نیاز به پاسخ ندارند اما پاسخ دادن به دنبال کنندهها سبب میشود که مشتری به برند احساس اعتماد پیدا کند که همین باعث افزایش میزان فروش در آینده خواهد شد.



نداشتن استراتژی

ساختن یک استراتژی شامل داشتن اهداف مشخص و قابل اندازه‌گیری، توسعه یک مجموعه قوانین واضح برای استفاده از شبکههای اجتماعی، تفکر در راستای رفتار برند در شبکههای اجتماعی و ساختن یک تقویم محتوا با اهدافی معین میشود. بدون یک استراتژی مناسب، کسبوکارها ممکن است بتوانند محتوای خوبی تولید کنند ولی زیاد مورد توجه قرار نگیرند. کاربران شبکههای اجتماعی در هر ثانیه با دریایی از پیامها و اطلاعات روبهرو میشوند. کسبوکارهایی که استراتژی مناسبی برای استفاده از شبکههای اجتماعی ندارند نمیتوانند در این دریای اطلاعات خودنمایی کنند و پیامهای خود را به مخاطبان اصلی خود برسانند.

تصاویر نامرتب

نام تجاری متفاوت با تصاویر به کاربرده شده در صفحات کاربری در شبکه های اجتماعی باعث گیج شدن مخاطبین خواهد شد. بنابراین تصاویر انتخابی شما باید با حرفه شما مرتبط باشد. همچنین سعی کنید در به روزرسانی آن دقت لازم را به عمل آورید.

عدم وفاداری به محتوا

اگر به محتوا و مطالب ارائه شده در صفحه خود وفادار نباشید مشتریان خود و مشتریان آینده را نیز از دست خواهید داد. از سوی دیگر باید مطابق ایدئولوژی و فعالیتهای تان افراد را جذب نمایید. این امر باعث ایجاد حس اعتماد و صداقت در آنها خواهد شد. مطمئنم با ایجاد اعتماد توسط عمل کردن به مطالب ارائه شده، تعداد زیادی مشتری به دست خواهید آورد.



اسپم

باید مراقب باشید که پیام های تکراری از طریق صفحه کاربری خود به کسانی که مطالب شما را دنبال می کنند، ارسال نکنید. زیرا باعث تحریک آنها خواهید شد. این امر موجب هرزنگاری میشود. اگر نمی خواهید صفحه کاربری شما در شبکه های اجتماعی به حالت تعلیق در آمده و یا حذف شود، بهتر است به عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی آنلاین و کسب و کار اینترنتی خود، از ارسال spam خودداری نمایید.

ارتباط و دوستیابی با افراد بی ربط و یا کاربری های غیر فعال

باید صادق باشیم، اضافه کردن کاربری های غیرفعال به صفحه کاربری تجاری شما فقط بار اضافه برای کسب و کار آنلاین شما محسوب می شود. سعی کنید دوستان خود را بررسی و به درستی سازماندهی نمایید. برخی از صفحه های کاربری فقط برای جاسوسی رقبا و سرقت ایده ها ایجاد شده اند. پس مراقب باشید در مقابل این رفتار ها به خوبی عمل کرده و هنگام اضافه کردن افراد عاقلانه رفتار نمایید.



مطالب و محتوای بد

محتوا و اطلاعات بی مصرف، مشتریان بالقوه را از شما دور می کند. اگر شما یک تاجر هستید پس باید صفحه کاربری رسانه های اجتماعی خود را همیشه تازه نگه داشته و با مطالب و اطلاعات جدید و مفید پر کنید. بله، هرگز نباید صفحه کاربری خود را غیر فعال نگه دارید اما این مطالب اصلاً نباید مطالب و محتوایی با بار منفی بوده و یا غیر منطقی و بیش از حد باشند.

پروفایل ناقص

اگر در کسب و کار آنلاین خود جدی هستید، اولین کار مهمی که در بازاریابی شبکه های اجتماعی باید انجام دهید، کامل کردن پروفایل تان در این وب سایت ها می باشد. انجام این کار شامل آپلود عکس و نوشتن اطلاعات مرتبط دیگر می باشد. در واقع پروفایل شما اولین نقطه عطف فروش برای شما محسوب می شود. بعضی افراد پروفایل خود و مشخصات شان را ناقص می گذارند. اگر می خواهید یک شروع عالی و یک جهش در کسب و کار آنلاین خود داشته باشید، باید اجازه دهید تا مشتریان آینده شما را به راحتی بشناسند. این پروسه پر کردن مشخصات در پروفایل نباید یک سال طول بکشد! مشتریان معمولاً تمایل دارند با اشخاص واقعی و نه رباتها، ارتباط برقرار کرده و معامله کنند. ساخت یک پروفایل کامل در واقع هویت شما را برای مشتریان می سازد.



عدم یکپارچهسازی با دیگر امکانات دیجیتالی

یکی از بزرگترین اشتباهاتی که بسیاری از کسبوکارها مرتکب میشوند این است که اکانت‌های خود در شبکه‌های اجتماعی را از همه چیز مجزا میکنند. نه تنها اکانت‌ها در شبکه‌های اجتماعی باید از طریق پروفایل‌ها به هم مرتبط باشند، بلکه باید مستقیماً به وبسایت‌ها، ایمیل‌ها و تبلیغات هم متصل باشند. شبکه‌های اجتماعی وقتی با دیگر امکانات دیجیتالی یکپارچه‌سازی شوند نتایج بهتری به دنبال خواهند داشت. مرتبط نکردن این موارد با یکدیگر باعث میشود که هر امکان دیجیتالی تاثیرگذاری کمتری داشته باشد.