

"Przeszłością są dni, kiedy mogłeś planować Twój Marketing oraz PR z dużym wyprzedzeniem. Teraz jest epoka "czasu rzeczywistego" i jeśli się nie zaangażujesz w relacje "on line" staniesz się nieistotny na Twoim rynku"

David Meerman Scott



MARIUSZ ŁODYGA

SOCIAL MEDIA MARKETING

1

Jak współczesny marketing ulega przekształceniu dzięki nowym narzędziom?

Czy obecny social media marketing to chwilowa moda czy trwały trend? Pamiętam, kiedy dokładnie zetknąłem się po raz pierwszy z tym nowym medium. Właściwie muszę się przyznać, że tak jak większość z użytkowników byłem najpierw bardzo sceptyczny wobec tej drogi komunikacji, do pewnego momentu.

Moment ten był w pewnym znaczeniu, równie przełomowy w sensie biznesowym jak i światopoglądowym. Może bardziej nawet światopoglądowym, a mniej biznesowym.

Zacznijmy po kolei. Niedzielny, relaksujący wieczór z pozornie mało istotną decyzją, który film w kinie obejrzeć. Padło na "The Social Network". Wybrałem akurat ten tytuł z uwagi na reżysera, Davida Fincher'a, tego samego, który stworzył niezapomniany "Siedem" oraz "Podziemny krąg". Miała być czysta rozrywka, a jak się okazało, otrzymałem wielką dawkę inspiracji.

Dlaczego film był tak inspirujący? Dlatego, że przede wszystkim podziwiam ludzi, którzy potrafią tworzyć coś z niczego, pomimo ogromnego ryzyka oraz wbrew dobremu radom przyjaciół i otoczenia. Najważniejsza jednak wiadomość, jaką wtedy otrzymałem brzmiała: dostajemy do dyspozycji wielkie narzędzie oddziaływania oraz komunikowania. Przełamujemy dzięki temu monopol telewizji na promocje, zyskujemy kanał do komunikacji z naszymi klientami na dotąd niespotykaną skalę.

Dlaczego akurat mówię o Facebooku? Dlatego, że jest najbardziej rozpowszechniony i w sumie najprostszym z elementów **Social Media Marketing'u**. Mówiąc „najprostszy”, nie chcę przez to powiedzieć, że jest to łatwe i wszechmocne narzędzie. Przeciwnie, dobre zarządzanie kontem na firmowych stronach to wyzwanie dla najlepszych. Niemniej jednak, jest to na pewno kwestia poznania zasad i praw rządzących mediami społecznościowymi, a nie nieosiągalnej technologii, zastrzeżonej wyłącznie dla wielkich koncernów ze swoimi działami IT. Wykorzystując **Social Media** jesteśmy w stanie docierać do ogromnej rzeszy potencjalnych klientów. Dzięki wirusowemu zasięgowi, liczba osób, z którymi komunikujemy sięga tysięcy. Przy zerowym praktycznie koszcie emisji. Przy około setce fanów możemy dotrzeć w zasięgu wirusowym do około 30 000 ludzi. Niesamowite? Zdecydowanie tak.



Przyjrzyjmy się temu bliżej.

Poniżej parę informacji statystycznych:

- Facebook obecnie ma 800 mln aktywnych uczestników, gdyby Facebook był krajem, byłby trzecim najludniejszym krajem na świecie.
- Najszybciej przyrastające grono użytkowników Facebooka to kobiety w wieku 55 – 65 lat.
- 70 % ruchu na Facebooku generują zdjęcia.
- Umieszczane posty to tylko 7%, jednak to wartościowe posty przyciągają ruch na profilach.
- W Wielkiej Brytanii nawet do 50% ruchu na urządzeniach mobilnych generowanych jest przez Facebook.

2

Jak zarządzać firmowym profilem na Facebook'u, by stać się beneficjentem wszystkich jego zalet?

Przede wszystkim musisz zdawać sobie sprawę, że to nie jest jednostronny kanał komunikacji, nie jest to również kanał do informowania o Twoich "rabatach", których udzielasz, nie jest to także medium do sprzedaży bezpośredniej. Na pewno jest to jednak świetny kanał do budowania relacji z Twoimi klientami lub potencjalnymi klientami.

Doskonale nadaje się również do badania Twojego rynku, ponieważ szybkość reakcji społeczności jest ogromna.

Co sprawia, że użytkownicy stają się fanami Twojej firmy? Przede wszystkim robią to dlatego, że w jakimś zakresie dałeś im do tego powód. Może skorzystali z Twojej usługi, może na Twoim **Fan Page'u** przeczytali wartościowy post, a może zwyczajnie podoba im się grafika, którą przygotowałeś?

Jeśli masz zamiar właśnie rozpocząć pracę z tym kanałem komunikacji, weź pod uwagę ważną rekomendację:

Najskuteczniejsze w sprzedaży są komunikaty rozbudzające emocje i mówiące o rezultatach.

- Nigdy zatem nie sprzedawaj wprost!
- Nigdy nie zapominaj o wartościowych treściach!
- Pamiętaj również, że jeśli nie ma Cię w Internecie, to prawdopodobnie biznesowo nie istniejesz, lub marnujesz ogromny potencjał!

MARIUSZ ŁODYGA

"W social media obecnych jest jedynie 14% polskich firm.

Ponad 50% polskich firm nie ma nawet własnej strony internetowej.

70% z nich nie zamierza zmieniać tego stanu rzeczy.

Jeżeli zaś firma ma już swoją stronę w internecie

to w 3 przypadkach na 10, w żaden sposób jej nie reklamuje..."

Jacek Lipski



Mariusz Łodyga

Dyrektor firmy Premium Consulting. Posiada dziesięcioletnie doświadczenie biznesowe m.in. w doradztwie dla kadry wyższego i niższego szczebla oraz dla przedsiębiorców. Na przestrzeni lat, w jego seminariach wzięło udział ponad tysiąc osób. Szkolił na zlecenie instytucji państwowych oraz uczelni wyższych. Ekspert w dziedzinie marketingu, Public Relations oraz Social Media.