



socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



Είναι τα 'Like' υπερεκτιμημένα; - part 2

Όπως εξήγησα και στο προηγούμενο κείμενο μου, το ότι κάποιος έχει γίνει μέλος στη Facebook Page μας και αλληλεπιδρά με αυτήν και τα δημοσιεύματά μας, δεν τον μετατρέπει αυτόματα και σε πιο "πιστό" πελάτη. Μπορεί να συμβαίνει ακριβώς το αντίστροφο. Ακριβώς επειδή πρόκειται για φίλο της επιχείρησης ή brand advocate είναι που μπαίνει σε όλη αυτή τη διαδικασία. Αν λοιπόν ισχύει η δεύτερη εκδοχή, τότε τι @\$%&* την θέλουμε την παρουσία στα social media; Και πριν αποφασίσουμε να επενδύσουμε περισσότερο, πώς μπορούμε να είμαστε βέβαιοι ότι ισχύει το ένα ή το άλλο;

Αν και είναι αλήθεια ότι τα δύο ενδεχόμενα είναι αμοιβαίως αποκλειόμενα, αυτό ισχύει μόνο για κάθε χρήστη ξεχωριστά. Στο σύνολο εκείνων που έχουν κάνει 'Like' στη σελίδα μας υπάρχουν διάφορες κατηγορίες ανθρώπων. Το brand μας, όπως είναι φυσικό, δεν έχει μόνο σκληροπυρηνικούς οπαδούς(αν έχει καν). Έχει και κόσμο που απλώς τρέφει κάποια εκτίμηση για την επιχείρηση μας και επειδή δεν του κοστίζει τίποτε πάτησε 'Μου αρέσει!'. Ή σκεφτείτε αυτούς που απλώς ήθελαν να μάθουν λίγα περισσότερα για εμάς ή έψαχναν κάποια προσφορά. Και μην ξεχνάμε και όλους εκείνους που έγιναν μέλη κατά τύχη. Ο καθένας από αυτούς είναι και μια διαφορετική περίπτωση. Δεν μπορούμε να τους βάζουμε όλους στο ίδιο τσουβάλι.



Οπότε, καταρχάς θα πρέπει να αναρωτηθούμε αν η επιχείρηση μας έχει φανατικούς οπαδούς και αν ναι, τι ποσοστό των μελών της σελίδας μας αποτελούν. Αν είμαστε η Canonical και έχουμε την σελίδα για το Ubuntu, τότε σίγουρα ένα μεγάλο μέρος από τα μέλη μας είναι brand advocates.

Κάποιο από το περιεχόμενο μας λοιπόν, πρέπει να απευθύνεται σε αυτούς. Πρέπει, πρωτίστως να επιβεβαιώνει το αίσθημα τους ότι έκαναν μια πολύ καλή επιλογή και αποτελούν μέρος μιας ξεχωριστής κοινότητας. Παράλληλα πρέπει να έχει τέτοιο χαρακτήρα ώστε να τους παρακινεί να το μοιραστούν με τους φίλους τους. Είτε για να τους βοηθήσουν/ενημερώσουν, είτε για να περηφανευτούν.


Αυτά σε ό,τι αφορά τους φανατικούς μας οπαδούς. Επειδή όμως πέρα από τον Θανάση και τον Γιώργο άλλος δεν υπάρχει, τι γίνεται όμως με όλους τους υπόλοιπους; Όλους εκείνους που έχουν μεν κάποια “συμπάθεια” για την επιχείρησή μας και αγοράζουν από εμάς αλλά δεν κόβουν και φλέβες;


Γι' αυτούς θα μιλήσουμε [στο post που ακολουθεί](#).


socialmediacoach.gr – Αλέξανδρος Φατσής




ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ 

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΩΛΗΣΗ 

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ 

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ Η
ΠΩΛΗΣΗ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ
ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ 

ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η
ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 

Τα κείμενα αυτού του blog χορηγούνται με άδεια [Creative Commons Attribution-NoDerivs 3.0 Ελλάδα](#). Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε όλα τα κείμενα του blog οπουδήποτε επιθυμείτε και με οποιοδήποτε τρόπο ακόμη και για εμπορική χρήση χωρίς προηγούμενη άδεια και χωρίς την υποχρέωση καταβολής δικαιωμάτων με την προϋπόθεση ότι θα είναι σαφής η αναφορά της πηγής και ότι το κείμενο θα παραμείνει ακέραιο, χωρίς καμία προσθήκη, αλλαγή ή συντόμευση συμπεριλαμβανόμενης αυτής εδώ της σημείωσης.