



socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



Είναι τα 'Like' υπερεκτιμημένα; - part 3

Ανέλυσα στα [δύο προηγούμενα post](#) ότι κάθε μέλος της σελίδας μας έχει έρθει σε αυτήν για διαφορετικούς λόγους. Αυτό είναι κάτι που έχει μεγάλη σημασία γιατί άλλη προσέγγιση πρέπει να έχουμε όταν απευθυνόμαστε σε κάποιον brand advocate και άλλη σε κάποιον που αγοράζει από εμάς σποραδικά.

Αν είμαστε μια πολύ καλή επιχείρηση που ξεχωρίζει, τότε σίγουρα θα υπάρχει κόσμος ο οποίος είναι ενθουσιασμένος με εμάς και τα προϊόντα μας. Η πλειονότητα όμως των ανθρώπων που αγοράζουν από την επιχείρησή μας, στην καλύτερη περίπτωση να είναι μόνιμοι πελάτες. Άτομα που, για οποιοδήποτε λόγο, μας έχουν επιλέξει και αγοράζουν σε σταθερή βάση τα προϊόντα μας. Είναι μεν ευχαριστημένοι μ' εμάς, αλλά αν κάποιος τους προσφέρει έναν καλύτερο συνδυασμό ποιότητας/τιμής, αμέσως θα στραφούν σε εκείνον. Πώς λοιπόν θα αντιμετωπίσουμε το κοινό αυτό;

Στόχος μας σε αυτήν την περίπτωση είναι να μετατρέψουμε τον απλό πελάτη σε φίλο και υποστηρικτή της επιχείρησής μας. Και αυτό μπορούμε να το κάνουμε με δύο τρόπους. Ο ένας είναι να ανταμείψουμε την εμπιστοσύνη του με ειδικές προσφορές, προνόμια κλπ. Αυτό είναι κάτι σχετικά απλό στο οποίο τα social media αναμφίβολα μπορούν να βοηθήσουν. Δεν θα έλεγα όμως ότι από μόνο του αρκεί. Εξάλλου τυχόν εκπτώσεις που μπορεί να προσφέρουμε μέσω της Facebook Page μας στα μέλη της, δεν θα απευθυνθούν μόνο σε αυτήν κατηγορία.



Ένας ακόμη ευχαριστημένος πελάτης...

Ο δεύτερος τρόπος είναι φυσικά πιο δύσκολος, αλλά σε βάθος χρόνου είναι βέβαιο ότι θα αποδώσει πολύ περισσότερους καρπούς. Πιστεύω λοιπόν ότι δεν είναι απαραίτητο να ανταμείβουμε τον πελάτη επειδή αγοράζει συχνά από εμάς. Είναι πολύ προτιμότερο να του δείξουμε ότι όταν συνεργάζεται μαζί μας, κάνει την καλύτερη δυνατή επιλογή. Ότι το προϊόν που αγοράζει δεν είναι ένα ακόμη ανάμεσα στα άλλα αλλά κάτι πραγματικά, ή τουλάχιστον αρκετά, ξεχωριστό. Π.χ. χρησιμοποιούμε μόνο φρέσκα ελληνικά κρέατα για τα λουκάνικα μας. Ή οι λάμπες μας είναι οι μόνες που ελέγχονται για βαρέα μέταλλα παρόλο που η νομοθεσία δεν το επιβάλλει.

Αν το πετύχουμε αυτό, ο όποιος ανταγωνιστής μας δεν αρκεί να κάνει στον πελάτη μας απλώς μια καλύτερη προσφορά. Θα πρέπει να τον πείσει επιπλέον ότι αυτό που του πουλάει είναι κάτι ιδιαίτερο. Δεδομένου λοιπόν ότι κάτι τέτοιο είναι συνήθως δύσκολο, σημαίνει ότι μέσω των social media, ή μάλλον και μέσω αυτών, έχουμε βελτιώσει εξαιρετικά τις σχέσεις μας με το κοινό μας.

Στο [τέταρτο και τελευταίο μέρος της σειράς](#) "Είναι τα 'Like' υπερεκτιμημένα;", θα υποστηρίξω ότι, αντίθετα με όσα έγραφα μέχρι τώρα, τα 'Like' είναι πράγματι υπερεκτιμημένα!

socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΛΗΡΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ Η
ΠΛΗΡΗΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ
ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ



ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η
ΚΕΡΦΟΣΚΟΠΙΚΗ 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.