



[socialmediacoach.gr](http://socialmediacoach.gr) - Αλέξανδρος Φατσής



## Τα social media ως διαφήμιση από στόμα σε στόμα

Όπως έχει πει και ο Erik Qualman “**Social media is word of mouth on steroids. It turns word of mouth into world of mouth**”. Το ερώτημα είναι λοιπόν, πώς μπορούμε να αξιοποιήσουμε αυτήν την πλευρά τους;

Καταρχάς καλό είναι να θυμόμαστε ότι το να αποκτήσει ένα βίντεο ή οτιδήποτε άλλο έχει δημιουργήσει η εταιρεία μας viral χαρακτήρα, είναι κάτι σαν λαχείο. Ούτε μπορούμε να το προγραμματίσουμε, ούτε να στηριχθούμε σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο.

Αυτό που μπορούμε να κάνουμε όμως είναι να δώσουμε σε όσους έρχονται σε επαφή με τα προϊόντα ή τα post μας την δυνατότητα να τα στείλουν με ευκολία στους φίλους τους. Πριν γίνει αυτό όμως, πρέπει να τους έχουμε δώσει έναν αρκετά καλό λόγο να το κάνουν.

Για ό,τι δημοσιεύουμε στο Facebook αυτό είναι κάτι εύκολο αφού το ίδιο το μέσο μας δίνει τα εργαλεία με τις επιλογές Like, Share, Send. Αυτό που οφείλουμε να κάνουμε εμείς είναι να προσθέσουμε τις επιλογές αυτές και οπουδήποτε αλλού έχουμε ηλεκτρονική παρουσία. Στην ιστοσελίδα μας, στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα αλλά και στο blog μας. Ακόμη και κατά λάθος να κάνει κάποιος κλικ, όφελος είναι για εμάς.

Ένα ακόμη πλεονέκτημα του Facebook είναι ότι δίνει τόσο στα Ads όσο και στα Sponsored Stories την δυνατότητα να αναφέρουμε ποιοι φίλοι του χρήστη έχουν κάνει Like π.χ. την σελίδα μας. Αν και πρόκειται για έμμεση σύσταση, και όχι ακριβώς word of mouth, οι στατιστικές δείχνουν ότι αυξάνει σημαντικά το Click Through Rate.

Παράλληλα με τα κουμπιά του Facebook βέβαια, δεν πρέπει να παραλείψουμε να προσθέσουμε και το κουμπί addthis στο blog αλλά και την ιστοσελίδα μας ώστε οι χρήστες να έχουν επιπλέον τρόπους να “διακινήσουν” το υλικό μας.


Για το Twitter δεν υπάρχει κάποιο ειδικό εργαλείο για τον πολύ απλό λόγο ότι δεν χρειάζεται. Αρκεί ένα retweet και το tweet μας μπορεί αυτόματα να γίνει viral!

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα viral εκστρατείας ήταν τα [βίντεο με τον Θεσσαλονικιό](#) σε διάφορες πόλεις του κόσμου που είχε βγάλει η Cosmote. Περίπτωση που επιβεβαιώνει ό,τι τονίσαμε στην αρχή. Ότι πρέπει να έχει κάποιο λόγο ο χρήστης να προτείνει/στείλει/μοιραστεί αυτό που θα του δώσουμε στους φίλους του. Κανείς μας δεν θα έστελνε κάτι στον κολλητό του αν δεν ένιωθε ότι είναι πραγματικά ξεχωριστό. Ή τουλάχιστον ότι θα τον ενδιέφερε αρκετά.

Εμείς έχουμε κάτι τέτοιο;

[socialmediacoach.gr](http://socialmediacoach.gr) - Αλέξανδρος Φατσής



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ  
Η ΑΔΕΙΑ 

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ  
Η ΠΛΗΡΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΣΤΙΚΗ  
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΣΤΙΚΗ Η  
ΠΛΗΡΗΣ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ  
ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ



ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η  
ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ



Τα κείμενα αυτού του blog χορηγούνται με άδεια [Creative Commons Attribution-NoDerivs 3.0 Ελλάδα](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/). 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.