



Καταρχάς θα είναι μεγάλο λάθος να απλωθούμε αμέσως παντού. Δεν χρειάζεται να έχουμε από την αρχή και σελίδα στο Facebook και blog και Twitter account και κανάλι στο Youtube και παρουσία στο LinkedIn. Στο Twitter μάλιστα μπορούμε να μην ανοίξουμε και ποτέ λογαριασμό. Για το ξεκίνημα μπορούμε να περιοριστούμε σε μια Facebook Page ή σε ένα καλό blog. Όταν εξοικειωθούμε πλήρως με την σελίδα π.χ., τότε μπορούμε να προχωρήσουμε στην δημιουργία του blog ή το αντίστροφο. Αν ανοιχτούμε περισσότερο και υπερβολικά πολύ χρόνο θα δαπανήσουμε και δεν θα μπορέσουμε να υποστηρίξουμε κάθε κανάλι σωστά.



Το δεύτερο βήμα που θα πρέπει να κάνουμε είναι να μοιράσουμε την δουλειά που πρέπει να γίνει σε όλα τα στελέχη της επιχείρησης. Αφού δεν έχουμε μόνο ένα άτομο να απαντά σε όλα τα e-mail ή να κάνει όλες τις αναζητήσεις στο google γιατί να έχουμε μόνο ένα άτομο να ασχολείται με την σελίδα μας στο Facebook; Όλοι μπορούν να απαντήσουν σε ένα σχόλιο ή μια ερώτηση ενός χρήστη. Όλοι μπορούν να βρουν ένα χρήσιμο βίντεο ή μερικές καλές φωτογραφίες. Όλοι όσοι χρησιμοποιούν υπολογιστή τουλάχιστον. Την καθαρίστρια δεν χρειάζεται να την εμπλέξουμε.

Φυσικά δεν πρόκειται για απλή διαδικασία. Πρέπει να έχουμε δημιουργήσει κάποια πολιτική καθώς και κάποιες οδηγίες συμμετοχής. Η να ζητήσουμε από κάποιον social media coach να το κάνει για εμάς (*hint, hint*). Διαφορετικά και λάθη θα γίνουν και θα κινδυνεύσουμε να εκτεθούμε. Υποθέτουμε εξάλλου ότι οι υπάλληλοι μας δεν είναι χαζοί (αλλιώς γιατί τους προσλάβαμε).

Οι όποιες οδηγίες συμμετοχής και πολιτική χρήσης δεν σημαίνουν βέβαια ότι παύει να υπάρχει η ανάγκη εποπτείας ή σχεδιασμού. Στόχος μας άλλωστε δεν είναι αυτός. Στόχος είναι να μειώσουμε την λάντζα που πρέπει να κάνει ο υπεύθυνος μάρκετινγκ. Και αυτό είναι κάτι που μπορεί να γίνει εύκολα.

Στο ίδιο σκεπτικό, μπορούμε επίσης να αξιοποιήσουμε και φίλους της επιχείρησής μας. Αν έχουμε brand advocates είναι σκόπιμο να έρθουμε σε επαφή μαζί τους και να τους αναθέσουμε μέρος της διαχείρισης της σελίδας ή του blog μας. Προφανώς δεν θα τους διαλέξουμε στην τύχη. Και θα πρέπει επίσης να τους δώσουμε και κάποιο καλό κίνητρο για να κάνουν κάτι τέτοιο. Π.χ. εκπώσεις, δωρεάν προϊόντα ή οτιδήποτε αντίστοιχο.



image by fdecomite

Με αυτόν τον τρόπο όμως πετυχαίνουμε δύο πράγματα. Καταρχάς αφαιρούμε ένα σημαντικό μέρος από τον φόρτο εργασίας που συνεπάγεται η εποπτεία της σελίδας μας. Επιπλέον όμως, της δίνουμε και άλλο χαρακτήρα. Την φέρνουμε πιο κοντά στο κοινό. Το κοινό που προσπαθούμε να προσεγγίσουμε.

Οι πιο πάνω τρόποι βέβαια, δεν πρόκειται να μηδενίσουν την ανάγκη για σκληρή δουλειά και προετοιμασία από μέρους μας. Δεν ελπίζατε σε κάτι τέτοιο φαντάζομαι. Αυτό που μπορούν να κάνουν όμως, είναι να μας απαλλάξουν από περιττή ταλαιπωρία. Και αυτό όταν έχουμε ήδη ξεπεράσει κατά πολύ τις οκτώ και εννέα ώρες στο γραφείο, δεν είναι λίγο πράγμα!

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-NonCommercial 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.