



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



### **Αυτό που θέλουν οι πελάτες**

Ξαναδιάβασα πρόσφατα ένα πολύ προσεγμένο report της IBM με τίτλο [From social media to Social CRM – What customers want](#). Το έχουν γράψει οι Carolyn Heller Baird και Gautam Parasnis για λογαριασμό του [IBM Institute for Business Value](#) και προσωπικά το βρήκα εξαιρετικά ενδιαφέρον. Full Disclosure: είμαι γιος IBMer και έχω μια κάποια αδυναμία στην Γαλάζια Κυρία.

Αν και εντόπισα πολλά σημεία που μου τράβηξαν την προσοχή, σήμερα θα ασχοληθώ με μόνο ένα από αυτά.

Αν ρωτήσετε μια εταιρεία για ποιο λόγο έχει παρουσία στα social media, το πιθανότερο είναι ότι θα σας απαντήσει ότι το κάνει για να ενισχύσει/καλλιεργήσει τις σχέσεις της με το κοινό της. Πολύ καλή απάντηση και μπράβο σας που την σκεφτήκατε θα τους πούμε εμείς. Ή μάλλον οι συντάκτες του report.

Δυστυχώς όμως, σύμφωνα με τις έρευνες τουλάχιστον, μόνο το 23% όσων χρησιμοποιούν τα social media το κάνουν προκειμένου να αλληλεπιδράσουν με κάποιο brand. Και αν το σκεφτούμε, είναι απόλυτα λογικό. Κάνει κανείς μας log in στο Facebook για να σχολιάσει τα post της Παπαδόπουλος ΕΠΕ – Σπίτια για σκύλους; Σας παραπέμπω στο Νο3 του post μου [Πέντε βασικά πράγματα σχετικά με το social media Marketing](#). Υπό αυτό το πρίσμα, και το 23% που έβγαλε η έρευνα πολύ μου φαίνεται.



Όπως αναφέρεται άλλωστε στην σελίδα 8 του report, “Οι επιχειρήσεις που ελπίζουν ότι μέσω των social media καλλιεργούν τις σχέσεις τους με τους πελάτες τους, πιθανόν να προβάλλουν τις επιθυμίες τους για σύνδεση μαζί τους σε ό,τι αφορά τα κίνητρα που έχουν οι πελάτες όταν αλληλεπιδρούν μαζί τους”.(Businesses hoping to foster closer customer connections through social media conversations may be mistakenly projecting their own desires for intimacy onto customers’ motivations for interacting).

Εμείς μπορεί να θέλουμε να βελτιώσουμε τις σχέσεις μας με το κοινό μας. Το κοινό μας όμως, δεν έχει καμία όρεξη να βελτιώσει τις σχέσεις του μαζί μας. Για τον πιο πολύ κόσμο το brand μας δεν είναι παρά ένα ακόμη brand ανάμεσα στα τόσα άλλα. Εκτός βέβαια και αν είμαστε η [Canonical](#) (άντε και η Apple :P ).

Πώς μπορούμε λοιπόν να ξεπεράσουμε αυτόν το σκόπελο; Προσφέροντας περιεχόμενο που ξεχωρίζει και δεν θα το βρουν εύκολα αλλού. Περιεχόμενο που έχει κάποια αξία για τον χρήστη. Πράγματι δεν είμαστε οι φίλοι τους για να ασχοληθούν μαζί μας. Αλλά αν τους δώσουμε κάτι που να/θα τους ενδιαφέρει, τότε σίγουρα μπορούμε να τους κερδίσουμε.

### Σχετικά posts:


[Πώς μπορώ να χρησιμοποιήσω τα social media για να βελτιώσω το customer loyalty; \(1\)](#)

[Πώς μπορώ να χρησιμοποιήσω τα social media για να βελτιώσω το customer loyalty; \(2\)](#)

[Πώς μπορώ να χρησιμοποιήσω τα social media για να βελτιώσω το customer loyalty; \(3\)](#)


[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  
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.