



socialmediacoach.gr – Αλέξανδρος Φατσής



Διοργάνωση διαγωνισμών στο Facebook – part 4

Οι προηγούμενες δημοσιεύσεις μου παρουσίασαν τους διαγωνισμούς και τις κληρώσεις στο Facebook με κάπως ζοφερά χρώματα. Αποφάσισα λοιπόν σε αυτό το post να δώσω έναν τόνο αισιοδοξίας στο ζήτημα. Να δείξω ότι δεν είναι όλα μαύρα και να τονίσω τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν για έναν μαρκετίστα. Επειδή όμως είμαι ειλικρινής άνθρωπος, αναθεώρησα αμέσως την απόφαση μου αυτή. Θα μιλήσω λοιπόν για κάποια από τα επιπλέον προβλήματα που θα αντιμετωπίσετε.

Υπάρχουν site, π.χ. το free.gr φαίνεται ότι είναι ένα από αυτά, τα οποία ενημερώνουν τους επισκέπτες του για κάθε είδους δωρεάν κλήρωση που πραγματοποιείται στο ελληνικό Internet. Τι σημαίνει αυτό πρακτικά; Ότι θα έχετε πολλές συμμετοχές όχι από άτομα που μπορεί να ενδιαφέρονται για το brand σας, αλλά από χασομέρηδες του τύπου “όπου γάμος και χαρά, η Βασίλω πρώτη” (ναι Στάθη, για σένα λέω). Εύκολος τρόπος να το αντιμετωπίσετε αυτό δεν υπάρχει, μπορείτε όμως να το μετριάσετε.



Καταρχάς αν το προϊόν σας αφορά τους πάντες, π.χ. σοκολάτες, τότε ακόμη και αυτές οι συμμετοχές είναι ευπρόσδεκτες. Αν όμως απευθύνεστε σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς, δεν είναι κόσμος που χρειάζεστε.

Για να ελαχιστοποιήσετε τις συγκεκριμένες συμμετοχές, θα πρέπει τα δώρα να έχουν άμεση σχέση με το αντικείμενο σας. Προϊόντα της επιχείρησής σας είναι το ιδανικό. Αν αυτό δεν αρκεί ή δεν ενδείκνυται, βρείτε κάτι που θα χρησιμοποιούσε με ευχαρίστηση ένας δυνητικός σας πελάτης. Αν είστε οινοπαραγωγός για παράδειγμα, μπορείτε να προσφέρετε εγκυκλοπαίδειες κρασιού ή ειδικά ψυγεία αποθήκευσης. Όχι ipad και home cinema.

Αν έχετε ηλεκτρονικό κατάστημα, μια πολύ καλή λύση είναι να ζητήσετε από το κοινό να συμμετάσχει στην κλήρωση κάνοντας αγορές μέχρι ενός συγκεκριμένου ποσού και στο check out να χρησιμοποιήσει έναν συγκεκριμένο κωδικό. Φυσικά θα πρέπει να έχει κάνει 'Like' στη Facebook Page σας πρώτα για να είναι έγκυρη η συμμετοχή του. Κάθε μία από αυτές τις αγορές, στην οποία θα έχει χρησιμοποιηθεί ο κωδικός, θα είναι σε εκκρεμότητα μέχρι το τέλος του διαγωνισμού. Στη συνέχεια θα γίνει η κλήρωση και κάποιοι θα λάβουν την παραγγελία τους δωρεάν ενώ οι υπόλοιποι είτε καθόλου, είτε με ένα μεγάλο ποσοστό έκπτωσης. Ό,τι επιλέξουν.

Με αυτήν τη μέθοδο συγκεντρώνετε άτομα που έχουν κάποιο ελάχιστο ενδιαφέρον για τα προϊόντα σας. Επιπλέον τους δίνετε την δυνατότητα να τα γνωρίσουν καλύτερα και να εξοικειωθούν με το interface του site σας.



Ο μέσος συμμετέχων στον διαγωνισμό μας έχει μικρότερη νοημοσύνη από τον κύριο της φωτογραφίας

Προσοχή!!! Αν ακολουθήσετε την πιο πάνω μέθοδο, είναι μαθηματικά βέβαιο ότι πολλοί δεν θα χρησιμοποιήσουν τον ειδικό κωδικό που θα τους δώσετε. Οι λόγοι σηκώνουν αρκετή ανάλυση αλλά μπορούμε να τους συνοψίσουμε στον εξής έναν: έχουν IQ ραδικιού και δεν έχουν διαβάσει τις οδηγίες πριν συμμετάσχουν. Αυτό σημαίνει ότι θα μαζέψετε πολλές παραγγελίες που στην πραγματικότητα θα είναι συμμετοχές στην κλήρωση.

Ένας τρόπος για να ξεχωρίσετε τις συμμετοχές αυτές είναι ότι θα καλύπτουν ακριβώς το ποσό που έχετε βάλει ως όριο αγορών ή θα το πλησιάζουν πάρα πάρα πολύ.

Καλύτερα όμως να μην κάνετε την Πυθία και να προσπαθείτε να βρείτε ποια είναι κανονική παραγγελία και ποια συμμετοχή στην κλήρωση. Το καλύτερο είναι, μαζί με τον ειδικό κωδικό να δημιουργήσετε και ένα ξεχωριστό domain, π.χ. www.mycompany-contest.gr στο οποίο θα ξαναστήσετε το ηλεκτρονικό σας κατάστημα και θα στέλνετε τους συμμετέχοντες εκεί.

Όχι ότι θα εξαφανίσει τελείως το πρόβλημα. Οι ηλίθιοι είναι αήττητοι και δεν πρέπει να υποτιμούμε την ευρηματικότητα τους. Αλλά θα το περιορίσει αρκετά. Ειδικά αν κάνουμε όσο πιο σαφές μπορούμε ότι οι συμμετοχές γίνονται δεκτές μόνο από το συγκεκριμένο domain.

Αν έχετε ηλεκτρονικό κατάστημα εντός της Facebook Page σας, μπορείτε να κάνετε το ίδιο φτιάχνοντας ένα ειδικό link για τον διαγωνισμό και να βάλετε έναν κλώνο του καταστήματος εκεί.

Για επιπλέον οδηγίες σχετικά με τους διαγωνισμούς στο Facebook, δείτε το [πέμπτο](#) και τελευταίο post της σειράς.

socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΩΛΗΣΗ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ Η
ΠΩΛΗΣΗ ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ
ΤΟΥ ΚΕΙΜΕΝΟΥ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ



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.