



socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



Όλοι οι καλοί χωράνε; Όχι στα social media

Επεσήμανα σε [προηγούμενο post](#) μου ότι τα social media δεν είναι για όλους. Ότι είναι συγκεκριμένα τα brands και οι επιχειρήσεις που μπορούν να δραστηριοποιηθούν σε αυτά. Ή, ορθότερα, που έχει νόημα να δραστηριοποιηθούν σε αυτά.

Στο σημερινό μου κείμενο θα προχωρήσω ένα βήμα ακόμη. Θα εξηγήσω ότι ακόμη και για εκείνες τις επιχειρήσεις που υπάρχουν προοπτικές αξιοποίησης των social media, το χρονικό περιθώριο στο οποίο θα πρέπει να δραστηριοποιηθούν είναι περιορισμένο.



Αναφέρομαι φυσικά στον κορεσμό του καταναλωτή. Στην εξάντληση των αποθεμάτων του social media goldmine. Έχετε αναρωτηθεί ποτέ πόσα brands θα μπορούσαν να είναι ενεργά, έστω και με τον σωστό/ιδανικό τρόπο, στη σφαίρα των social media;

Η τωρινή κατάσταση μοιάζει αρκετά με την πρώτη περίοδο του web. Τα site ήταν σχετικά λίγα οπότε το επιπόλαιο και εύκολο πέρασμα από το ένα στο άλλο διαμόρφωσε την έννοια του web surfing. Τώρα όμως με την απειρία των site, είμαστε πολύ πιο προσεκτικοί με τον χρόνο μας. Δεν σερφάρουμε απλά. Δεν κάνουμε κλικ σε όποιο link βρούμε μπροστά μας.

Πιστεύω ότι κάτι αντίστοιχο θα δούμε και με το μάρκετινγκ στα social media. Ναι, με ενδιαφέρει ΚΑΙ η μαγειρική ΚΑΙ το skateboard ΚΑΙ η κηπουρική ΚΑΙ η Greenpeace ΚΑΙ...ΚΑΙ...ΚΑΙ. Με πόσα όμως brands μπορώ τελικά να συνδιαλέγομαι σε καθημερινή βάση; Ένα, δύο, εκατό;

Πόσο social media marketing μπορεί πια να αντέξει ο μέσος καταναλωτής; Ακόμη και όταν αυτό γίνεται με πραγματικά άψογο τρόπο – σπανίως δηλαδή. Μήπως το social media marketing μπορεί να είναι αποδοτικό μόνο όσο το χρησιμοποιεί μια μειονότητα επαγγελματιών;

Ας πάρουμε για παράδειγμα το σκαμνί που φέρνει κάποιος θεατής σε μια παρέλαση. Ξεκινά η παρέλαση, ανεβαίνει στο σκαμνί και έχει την καλύτερη θέα. Σε βάρος φυσικά όσων είναι πίσω από αυτόν αλλά τι να κάνουμε; Έτσι είναι η ζωή. Όσο χρησιμοποιεί το σκαμνί μόνο ο συγκεκριμένος θεατής λοιπόν, έχει πλεονέκτημα. Ακόμη και αν ακολουθήσουν και άλλοι το παράδειγμα του, το πλεονέκτημα εξακολουθεί να υπάρχει. Αρκεί ο αριθμός τους να είναι σχετικά μικρός. Όσο περισσότεροι όμως ακολουθήσουν το παράδειγμα του, τόσο μειώνονται τα οφέλη από την χρήση του σκαμνιού.



Αν κάποια στιγμή το σκαμνί καθιερωθεί από όλους, τότε όχι μόνο κανείς δεν ωφελείται σε τίποτε αλλά η κατάσταση τους έχει χειροτερέψει. Γιατί προκειμένου να έχουν το ίδιο αποτέλεσμα με πριν, πρέπει να επωμιστούν και ένα επιπλέον κόστος. Και ούτε υπάρχει πιθανότητα να επανέλθουν στην προηγούμενη κατάσταση όπου δεν χρησιμοποιούσε κανείς σκαμνιά. Γιατί κανέναν δεν συμφέρει να κάνει την αρχή. Αντιθέτως, για όλους είναι προτιμότερο να ξεκινήσουν οι άλλοι και εκείνοι να κάνουν την επαναφορά στην προηγούμενη κατηγορία τελευταίοι. Ή και καθόλου.

Το social media Marketing λοιπόν, είναι ακριβώς αυτό το σκαμνί. Όσο το αξιοποιούμε λίγοι, θα αποδίδει. Όσο μπαίνουν περισσότεροι παίκτες στο παιχνίδι όμως, η απόδοση του θα φθίνει. Στο τέλος κάποιοι θα έχουν εδραιώσει τις σχέσεις τους με τον καταναλωτή. Σε κάθε κατηγορία της αγοράς θα υπάρχει και ένας ηγέτης. Από εκεί και πέρα, η είσοδος νέων παικτών θα είναι από δύσκολη έως αδύνατη. Όπως ακριβώς και στο υπόλοιπο Internet. Υπάρχει ένα Amazon.com, ένα Google, ένα ebay. Όλοι οι υπόλοιποι δεν είναι απλώς δεύτεροι. Είναι σχεδόν ανύπαρκτοι.



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΛΗΡΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ Η
ΠΛΗΡΗΣ 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/). Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε όλα τα κείμενα του blog οποιοδήποτε 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.
