



Προβάλλοντας σωστά την παρουσία μας στα social media

Στο post μου με τίτλο [7 τρόποι για να προβάλετε την παρουσία σας στα social media](#) ανέφερα τρόπους με τους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να ενημερώσει το κοινό για τα κανάλια επικοινωνίας που έχει δημιουργήσει σε αυτά. Αρκεί όμως μια απλή ενημέρωση ή ακόμη και συνεχής διαφήμιση για να έρθει ο κόσμος σε αυτά; Είναι αρκετό να του πούμε “έχω και σελίδα στο Facebook, κάνε μου 'Like'” για να μπει κανείς στην διαδικασία να μας αναζητήσει

Για κάποια μεμονωμένα brands ενδεχομένως. Για την πλειονότητα των περιπτώσεων όμως όχι. Αν κάποιος, για παράδειγμα, είναι χρήστης [Ubuntu](#) φυσικά και θα κάνει 'Like' στις σχετικές σελίδες χωρίς να το σκεφτεί ή να περιμένει κάτι επιπλέον(αν δεν είναι, καλά να πάθει που ταλαιπωρείται με λειτουργικά κλειστού κώδικα ή με άλλες διανομές – είναι άξιος της τύχης του :P). Αν όμως πρόκειται για τον πελάτη της τάδε επιχείρησης, τι λόγο έχει να ψάξει την σελίδα της και να πατήσει 'Μου αρέσει'; Ενδεχομένως πολλούς, ενδεχομένως όμως και κανένα. Και ούτε πρόκειται να κάτσει να το ψάξει ιδιαίτερα.



image by webtreats

Πρέπει λοιπόν να δούμε το θέμα από την μεριά του πελάτη. Εμείς άραγε γιατί θα κάναμε 'Like' στη Facebook Page μιας επιχείρησης; Από απλό ενδιαφέρον μάλλον όχι. Θα το κάναμε για να επωφεληθούμε από εκπτώσεις ή προσφορές, για να μάθουμε ενδιαφέροντα νέα ή για οτιδήποτε αντίστοιχο. Όχι για πλάκα.

Έτσι ακριβώς, σκέφτεται και ο πελάτης μας. Από τη στιγμή που θέλει συγκεκριμένα πράγματα και εμείς μπορούμε να του τα δώσουμε μέσω της παρουσίας μας στα social media, πρέπει να του το πούμε. Να είμαστε και εμείς συγκεκριμένοι όμως;

Γίνε μέλος στη σελίδα μας για να ενημερώνεσαι για ειδικές προσφορές και εκπτώσεις.

Στο blog μας θα βρεις τις τελευταίες συνταγές μοριακής γαστρονομίας.

Κάνε μας follow για να μαθαίνεις εγκαίρως τυχόν αλλαγές στο πρόγραμμα των εκδηλώσεων.

Εξηγώντας στον χρήστη με σαφήνεια τι έχουμε να του προσφέρουμε, δεν του δίνουμε απλώς κίνητρο να μας αναζητήσει. Πολύ περισσότερο εξασφαλίζουμε ότι το κοινό με το οποίο θα επικοινωνούμε θα είναι στοχευμένο. Ότι θα έχουμε δηλαδή να κάνουμε με ανθρώπους που ξέρουν τι θέλουν και απευθύνονται σε εμάς ακριβώς επειδή μπορούμε να τους το δώσουμε.



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΩΛΗΣΗ



ΥΠΟΧΡΕΣΤΙΚΗ
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ



ΥΠΟΧΡΕΣΤΙΚΗ Η
ΠΩΛΗΣΗ 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.