



socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



Facebook Sponsored Stories; Όχι ευχαριστώ!

Εδώ και κάποιους μήνες έχουμε στη διάθεση μας το νέο διαφημιστικό φρούτο του Facebook. Είναι τα Sponsored Stories και δίνει την δυνατότητα στους διαφημιζόμενους να χρησιμοποιήσουν τους φίλους μας για να προωθήσουν το μήνυμά τους.

Σε αντίθεση με τον πολύ κόσμο, εγώ δεν θα γκρινιάξω για θέματα privacy. Τα Sponsored Stories μεταφέρουν πληροφορίες που ούτως ή άλλως θα μάθαιναν οι φίλοι μας μέσω του News Feed τους. Εξάλλου από τη στιγμή που αποφασίσαμε να συμμετάσχουμε στα social media και δη στο Facebook, ό,τι προσδοκίες και ελπίδες περί ιδιωτικότητας είχαμε, τις ξεχάσαμε.

Οι αντιρρήσεις μου σχετικά με τα Sponsored Stories είναι ότι τα βρίσκω άχρηστα. Άχρηστα, άχρηστα, άχρηστα! Υποτίθεται ότι με ενδιαφέρει τι κάνουν οι φίλοι μου. Άρα αν για κάποιο λόγο δεν μάθω ότι ο φίλος μου ο Πέτρος έκανε check in στο χασάπικο του Τάσου από το News Feed μου (ή μάλλον ακόμη και αν το μάθω από εκεί), μπορώ να το μάθω μέσω των Sponsored Stories. Τι μου λέτε ρε παιδιά; Εντυπωσιάζομαι! Να κόψω τις φλέβες μου τώρα ή να περιμένω να τελειώσω το κείμενο πρώτα;



Καταρχάς που βρίσκονται τα Sponsored Stories; Ναι, σωστά μαντέψατε. Στη δεξιά στήλη μαζί με όλες τις υπόλοιπες διαφημίσεις. Εκεί δηλαδή που δεν τα βλέπει κανένας. Άρα τι πιθανότητες έχω να μάθω ότι ο Πέτρος πήγε να ψωνίσει στο κρεοπωλείο του Τάσου; Σχεδόν καμία.

Αλλά ας πούμε ότι το έμαθα. Γιατί άραγε με αφορά τι έκανε ο Πέτρος; Αν πήγε εκεί ή αλλού, αν του αρέσει η τάδε σελίδα ή αν το τρώει το παστέλι; Φίλος μου είναι, δεν είναι η γυναίκα μου ούτε η κόρη μου. Και καλά αν είναι κανένας κολλητός μου. Το συγκεκριμένο άτομο όμως, έχω να το δω από το δημοτικό. Σε τι βαθμό μπορεί να με επηρεάσει το γεγονός ότι έκανε κάτι ή πήγε κάπου;


Στο Facebook έχουμε κατά μέσο όρο 150-200 φίλους. Από αυτούς είναι ζήτημα αν έχουμε σοβαρές επαφές με το 15-20%. Και πρέπει να λέω και πολύ. Για σκεφτείτε το λίγο. Με τι κριτήριο θα κάνουμε στόχευση; Με το γεγονός ότι κάποιος από τον τεράστιο κύκλο των “φίλων” μου έκανε κάπου 'Like' ή 'Check-in'. Σας φαίνεται σοβαρό κριτήριο αυτό για να το πληρώσετε κιόλας;

Για να πάμε ξανά στο προηγούμενο παράδειγμα. Εκτός του ότι τον Πέτρο έχω να τον δω από το δημοτικό, άρα δεν με απασχολεί καθόλου το τι κάνει, συμβαίνει να είμαι και vegetarian. Άρα και ο κολλητός μου να ήταν, η επίσκεψη του στο κρεοπωλείο πάλι δεν θα με ενδιέφερε καθόλου. Συνεπώς μιλάμε για στόχευση σχεδόν στην τύχη. Και αυτό στην απίθανη περίπτωση που θα δω την καταχώριση.


Όπως έγραψα και [αλλού και έχει εξηγήσει και ο κ. Χαλκίδης](#), η διαφήμιση στο Facebook μάλλον δεν αξίζει τα λεφτά της. Με εξαίρεση την αύξηση των μελών της σελίδας μας, δεν πρόκειται να δούμε αποτελέσματα από την χρήση της. Ό,τι μορφή και αν πάρει. Ασχοληθείτε λοιπόν με την Facebook Page σας και μην δίνετε τα λεφτά σας στον κύριο Zuckerberg. Έχει ήδη αρκετά.


socialmediacoach.gr - Αλέξανδρος Φατσής



ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΑΔΕΙΑ 

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ
Η ΠΛΗΡΗΣ 

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ
Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΠΗΓΗΣ 

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ 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.