

راهنمای معرفی کسب‌وکار در شبکه‌های اجتماعی



چندی پیش رسانه‌های اجتماعی چیز کاملاً جدیدی بود. چند سال پیش بسیاری از مردم نمی‌دانستند که رسانه‌های اجتماعی چیست، چه برسد به اینکه چه تاثیری بر همه زندگی ما خواهد داشت. این یک رسانه تعاملی هیجان انگیز بود که ناگهان جهان را به شدت تحت تأثیر قرار داد و به چیزی تبدیل شد که هیچ کسب و کاری، کوچک یا بزرگ، محلی یا جهانی نمی‌توانست از آن چشم‌پوشی کند. امروزه بیش از 1.28 میلیارد کاربر فعال تنها در فیس‌بوک وجود دارد که در حال حاضر محبوب‌ترین شبکه اجتماعی جهان است. توئیتر، LinkedIn، Google+ و دیگر سایت‌های رسانه‌های اجتماعی نیز صدها میلیون کاربر فعال دارند.

رسانه‌های اجتماعی عملاً بستری برای مکالمه و اشتراک‌گذاری است که از سرویس‌هایی مانند موارد ذکر شده در بالا استفاده می‌کند. در حالی که یکی از اصلی‌ترین استفاده‌های رسانه‌های اجتماعی برقراری ارتباط با دوستان و اقوام در سراسر جهان است، همچنین بستری برای ارتباط مشتریان، سرمایه‌گذاران و کارکنان است و این جایی است که صنعت عظیم و رو به رشد آن بازاریابی رسانه‌های اجتماعی وارد می‌شود. از این به بعد، ما به بازاریابی رسانه‌های اجتماعی با اختصار معروف آن، SMM یعنی social media marketing اشاره می‌کنیم.

موفقیت در شبکه‌های اجتماعی

SMM همه چیز برای حضور و جذب مستقیم مخاطبان مورد نظر است، اما در عین حال، رسانه تا حد زیادی سازماندهی نشده و کنترل نشده است. برای موفقیت، شما به یک استراتژی احتیاج دارید که به شما کمک می‌کند با مخاطبین مناسب ارتباط برقرار کنید و در مکالمات جهانی که رسانه‌های اجتماعی هستند، شرکت کنید. اگر هنوز از پتانسیل عظیمی که شبکه‌های اجتماعی به مشاغل کوچک ارائه می‌دهد قانع نشده‌اید، حقایق زیر را در نظر بگیرید:

- بر اساس مجله آنلاین Social Media Examiner ، بیش از ۸۶ درصد از بازاریابان در سال 2013 رسانه‌های اجتماعی را برای تجارت خود ضروری دانسته اند و 49 درصد از بازاریابان فیس بوک را به عنوان بستر اصلی رسانه‌های اجتماعی خود انتخاب کرده اند.

- طبق گفته شرکت بازاریابی WebDAM Solutions ، بیش از ۴۳ درصد از بازاریابان از طریق LinkedIn مشتری پیدا کردند، در حالی که 52 درصد از بازاریابان در سال 2013 از طریق فیس بوک مشتری پیدا کردند.
- طبق گزارش Pew Research ، تقریباً 73 درصد از کل کاربران اینترنت در سال 2013 به طور منظم از خدمات رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند که محبوب‌ترین آن‌ها Facebook است.

اکنون که ایده‌ای درباره رواج رسانه‌های اجتماعی و تاثیر سریع آن در اختیار دارید، بیایید نگاهی به برخی از راه‌های اصلی که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به شما در برقراری ارتباط با مخاطبان هدف کمک کنند، بیندازیم:

- با استفاده از یکی از بزرگترین مخاطبان در جهان، از شرکت خود و محصولات یا خدمات آن آگاهی ایجاد کنید.
- از طریق ارتباطات شبکه‌های اجتماعی خود، رهبری ایجاد کنید و با ایجاد رویدادها و تبلیغات، روند کار را تسریع کنید.
- با استفاده از منابع رسانه‌های اجتماعی خود برای تبلیغ محتوای جدید، از بازدیدکنندگان وب سایت و سایر پرتال‌های آنلاین خود استفاده کنید.
- به منظور بهبود محصول و شناخت بهتر مخاطبان خود، ارتباط مستقیم با مشتریان خود حفظ کنید.
- خدمات و مشاوره به مشتریان را مستقیماً به مخاطبان خود ارائه دهید و از دنبال کننده‌های خود بازخورد مفیدی دریافت کنید تا به موفقیت شما کمک کند.
- با استفاده از دکمه‌های اشتراک‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی، اشتراک‌گذاری محتوای آنلاین خود را تسهیل کنید و به طور موثر به مخاطبان خود اجازه دهید برای شما تبلیغ کنند.

موارد فوق برخی از دلایل کلیدی برای مشارکت در SMM را ذکر می‌کند، اما بسته به نوع شغلی که در آن فعالیت می‌کنید دلایل بسیار دیگری نیز وجود دارد. مشاغل محلی همچنین می‌توانند از بسترهای رسانه‌های اجتماعی که به طور خاص برای مشاغل سنتی در خیابان‌های اصلی هدف قرار گرفته اند، استفاده گسترده‌ای کنند. سایت‌هایی مانند Google Places, Bing Places, Yelp و Foursquare و سایر موارد به شما کمک می‌کند تا در نتایج جستجوی محلی و نقشه‌های آنلاین یا تلفن همراه ظاهر شوید. علاوه بر این، استفاده از همه موارد فوق کاملاً رایگان است و در حالی که روش‌های SMM پولی نیز وجود دارد، اما روش‌های رایگان بسیار ارزشمند هستند که نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در حالی که تقریباً همه درباره بزرگترین سایت‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک و توییتر شنیده‌اند، بسیاری دیگر نیز وجود دارد که ارزش ذکر آن‌ها را دارد. در این فصل نگاهی به محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان و نحوه کمک آن‌ها به مشاغل کوچک در کمپین‌های بازاریابی اجتماعی خود می‌اندازیم.

فیس بوک

فیس بوک با ۱,۲۸ میلیارد حساب کاربری فعال در مارس ۲۰۱۴، بزرگترین پلتفرم رسانه‌های اجتماعی در جهان است که فرصت‌های بازاریابی پولی و رایگان را برای مشاغل کوچک و بزرگ فراهم می‌کند.

- صفحات تجاری فیس بوک بستری را برای مشاغل ارائه می‌دهد که به طور مرتب به روزرسانی می‌کنند، مشترکین ایجاد می‌کنند و مخاطبین را مستقیماً جذب می‌کنند.
- تبلیغات فیس بوک، یک سیستم تبلیغاتی با پرداخت در ازای هر کلیک (PPC) ارائه می‌دهد که مشاغل می‌توانند از آن برای ارائه تبلیغات هدفمند به مخاطبان مربوطه استفاده کنند.
- مخاطبان هدف شما می‌توانند مطالب شما را در حساب‌های فیس بوک خود به اشتراک بگذارند و با لایک کردن پست‌های خاص آگاهی را افزایش دهند.

توییت

شبکه اجتماعی و پلتفرم میکرو بلاگینگ توییت دارای ۲۰۰ میلیون حساب فعال است و ارائه به روزرسانی‌های کوتاه و منظم برای مشاغل، کارآفرینان و افراد مشهور بسیار محبوب است.

- کاربران توییت می‌توانند توییت کوتاهی با محدودیت ۱۴۰ کاراکتر ارسال کنند و این پلتفرم را با پیامک نیز سازگار کند.
- یک صفحه توییت مخصوص کسب‌وکار خود ایجاد کنید و از آن برای جذب مخاطب و دسترسی به مخاطبان مورد نظر خود استفاده کنید.
- توییت‌های تبلیغاتی توییت یک بستر تبلیغاتی پولی را برای مشاغل فراهم می‌کند که به آن‌ها کمک می‌کند تا با مخاطبان بیشتری تماس بگیرند.

+ Google

Google+ دارای 540 میلیون حساب فعال است که دومین سایت بزرگ رسانه‌های اجتماعی در جهان است. مهمتر از همه، Google+ با سایر خدمات مهم Google برای مشاغل و افراد ادغام می‌شود.

- نمایه Google+ شما مستقیماً با فهرست شما در Google Places مرتبط است، ابزاری که مشاغل محلی در نقشه‌ها و جستجوهای محلی نشان می‌دهند.
- Google+ یک پلتفرم حرفه‌ای برای مشاغل ارائه می‌دهد و به آن‌ها امکان می‌دهد با مواردی مانند ویدئو کنفرانس زنده ارتباط مستقیم برقرار کنند.
- Google+ با سایر خدمات مهم Google مانند Google Authorship، Google Places و البته بزرگترین موتور جستجوی جهان ادغام می‌شود.

لینکدین

LinkedIn دارای 277 میلیون کاربر است و برخلاف فیس بوک، Google+ و توییتر، به طور خاص به سمت بازار حرفه‌ای متشکل از افراد و مشاغل است.

- ایجاد صفحه شرکتی با LinkedIn بستری را برای نمایش کسب‌وکار شما و ارتباط با مشتریان احتمالی در اختیار شما قرار می‌دهد.
- LinkedIn منبع شماره یک رسانه‌های اجتماعی برای ارتباطات حرفه‌ای است.
- با مرور پروفایل‌های حرفه‌ای در LinkedIn، به دنبال کارمندان و مشاغل ارزشمند باشید.

Pinterest

به لطف رویکرد بصری منحصر به فرد خود نسبت به رسانه‌های اجتماعی، Pinterest در حال حاضر بیش از 70 میلیون کاربر فعال دارد. هم افراد و هم مشاغل می‌توانند از Pinterest برای به اشتراک گذاری نشانک‌های بصری معروف به پین استفاده کنند.

- Pinterest بیشتر برای مشاغلی مناسب است که به رسانه‌های تصویری وابسته هستند، مانند صنایع مد، عکاسی، طراحی و جواهرات.
- Pinterest حساب‌های تجاری شامل ویژگی‌های اضافی مفید مانند توانایی ارتقاء پین‌ها و تجزیه و تحلیل نتایج را ارائه می‌دهد.
- می‌توانید نمایه تجاری Pinterest خود را با سایر بسترهای رسانه‌های اجتماعی از جمله فیس بوک و توییتر پیوند دهید.

اینستاگرام

یکی دیگر از وبسایت‌های رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر و ویدئو، اینستاگرام بیش از ۱۵۰ میلیون کاربر فعال ماهانه دارد که آن را به یکی از محبوب‌ترین خدمات در نوع خود تبدیل کرده است. امروزه مدیریت اینستاگرام برای هر کسب‌وکاری امری لازم است.

- از نظر بصری، اینستاگرام برای مشاغل در صنعت مد، غذا، مسافرت، طراحی و فناوری ایده آل است.
- می‌توانید عکس‌های خلاقانه و تصاویر دیگری را که محصولات شرکت خود را به نمایش می‌گذارد، ارسال کنید، مسابقه عکس برگزار کنید و کدهای تبلیغاتی را ادغام کنید.
- شما فقط می‌توانید از طریق صفحه بیوگرافی اینستاگرام خود به وبسایت تجارت خود پیوند دهید، اگرچه می‌توانید در نظرات پست به آن مراجعه کنید تا به ایجاد ترافیک کمک کند.

یوتیوب

سومین وب سایت پربازدید جهان و محبوب ترین منبع اشتراک ویدیو است، YouTube همچنین ویژگی های اجتماعی مهمی را ارائه می دهد. کاربران یوتیوب میتوانند با اشتراک گذاری ویدیو درآمد دلاری بابت هر بازدید داشته باشند.

- YouTube یک بستر رایگان ارائه می دهد که مشاغل می توانند از آن برای انتشار محتوای ویدیویی مانند آموزش، نمای کلی محصولات و موارد دیگر استفاده کنند.
- YouTube برنامه تبلیغاتی پولی خود را ارائه می دهد و به مشاغل اجازه می دهد تبلیغات خود را در ویدیوهای دیگران نشان دهند.
- ویژگی های اجتماعی YouTube شامل اظهار نظر ویدئویی، ادغام با Google+ و رتبه بندی بر اساس پسندیدن و دوست نداشتن است.