

15 способов возможного неправильного использования соцмедиа (соцсетей).

Facebook был основан в 2004 году, Twitter - два года спустя. Даже Instagram активно используется последние пять лет. Все эти социальные медиа стали неотъемлемой частью нашей жизни. Однако многие маркетологи и коммерческие компании до сих пор не знают, как правильно применить их в своей работе. Они не в состоянии воспользоваться инструментом, который, возможно, является самым революционным изобретением среди средств коммуникации со времён печатного станка. Глупо сваливать все на неудачу. Сегодня грамотное использование соцмедиа может стать поворотным моментом в области маркетинга. Именно соцмедиа позволяют максимально эффективно привлечь внимание целевой аудитории и взаимодействовать с ней.

Многие используют соцмедиа без знания дела. Отсутствие опыта и ложные представления сводят на нет любую возможность на успешную реализацию социальных медиа в профессиональной деятельности.

Если вы делаете ошибки, хотя преследуете благие намерения, то следующие тезисы покажутся вам до боли знакомыми.

1. У вас нет плана.

В первую очередь возьмите паузу, чтобы наметить план, которому вы будете следовать. Определите вашу целевую аудиторию. Исследуйте конкурентов. Обозначьте свои задачи. Выберите инструменты. Разработайте контент. Затем следуйте одному и тому же правилу: Поели, поспали, потвители.

2. Вы работаете в одиночку

Никто не утверждает, что вы не достигнете эффективного результата в соцмедиа, будучи одиночкой. Но ваши шансы возрастут, если вы будете работать в команде. Вы сможете примерить на себя одну из профессиональных ролей: стратегическое управление, писательство, дизайн, маркетинг, брендинг, PR, веб-разработка, аналитика. Вы добьетесь гораздо большего эффекта, если будете следовать принципу “разделяй и властвуй”.

3. Вы не писатель

Даже, если вы не великий американский писатель, работающий над своей новеллой, нельзя недооценивать важность качественно контента. Послание из 140 символом не должно содержать грамматических и пунктуационных ошибок. Вам нужно начать думать как профессиональный журналист или копирайтер. Или же нанять их на работу.

4. Вы беретесь за слишком много дел сразу

Одновременно находиться в двух местах хорошо, но не нужно этим увлекаться. Лучше быть активным на одной или двух страничках, чем быть замеченным в непрофессионализме на нескольких. Не пытайтесь угодить всем

сразу. Рыбачьте там, где есть рыба. Найдите золотую середину между качеством и количеством.

5. Вы однотипны

Нет ничего хуже предсказуемого аккаунта в соцмедиа. Выкладывание одного и того же контента день за днем разочарует ваших читателей. Это скучно и однообразно. Вы легко потеряете свою аудиторию, если не будете думать над оригинальностью контента.

6. Вы не постите в режиме реального времени

Одна из отличительных особенностей социальных медиа - "режим реального времени", который позволяет людям по всему миру соединяться друг с другом в мгновение ока. Влияние на ваших читателей будет бóльшим, если вы хотя бы время от времени будете постить не подготовленные заранее, а свежие новости и комментарии.

7. Вы не тот, кто вы есть

Не следуйте правилу "притворяться, пока это не станет правдой". Будьте собой с самого начала. Предложите свое мнение, а не только факты. Завоевывайте друзей и оказывайте влияние на людей искренностью ваших постов. Думайте то, что говорите и говорите то, что думаете. На каждом этапе вашего пути будьте олицетворением своего бренда.

8. Вы не умеете слушать

Не будьте эгоцентричным всезнайкой, не говорите только о себе. Обращайте внимание на то, что говорят другие о собственных товарах и услугах. Благодарите людей за то, что они поделились вашим контентом и не оставайтесь в долгу.

9. Вы непостоянны

Что бы вы ни делали в социальных медиа, делайте это на регулярной основе. Не испытывайте верность ваших подписчиков и не исчезайте на несколько дней. Ваш поток контента является виртуальным продолжением вас и вашего бренда. Он должен оставлять на вашу аудиторию впечатление устойчивости, а не спонтанности.

10. Вы неосторожны

Письменное общение гораздо более неформально сейчас, чем это было раньше. Но это не дает вам право делать опечатки или явные грамматические ошибки. Разговорные выражения и сленг предназначены для социальных сетей, но это не мешает вам придерживаться некоторых правил приличия и быть профессионалом.

11. Вы не веселый

Без хорошего чувства юмора вы далеко не уйдете. Живые, игривые, ироничные, и даже озорные (в хорошем смысле этого слова) аккаунты, как правило, бывают наиболее популярными. Не стесняйтесь делиться шутками со своими подписчиками. Социальные медиа работают лучше всего для брендов, которые серьезно относятся к своим товарам и услугам, но не к самим себе.

12. Вы слишком робкий

В соцсетях лучше семь раз отмерить, прежде чем один раз отрезать. Но это не означает, что у вас нет права разорвать шаблоны и показать свою креативность. Будьте ярким, но не противоречивым. Смелым, но не нахальным. Не пытайтесь быть правым “любой ценой”, идите более достойным путем. Покажите, что вы не просто напористы - у вас есть характер.

13. Вы не выкладываете фотографии

Не секрет, что визуальный контент в социальных медиа привлекает наибольшее внимание. При этом, не имеет значение качество и характер фотографий. Фотостоки, откровенные снимки, видео, фото из Instagram. Всегда иллюстрируйте ваши слова изображениями.

14. Вы не платите, чтобы играть

Эффекта от вашей работы будет меньше, если у вас есть убедительный контент, но нет достаточного количества подписчиков. Чтобы не сбиться с намеченного пути, вам нужно финансово вложиться в свои усилия.

15. Вы игнорируете цифры

Брендинг имеет важное значение, но, в соцмедиа, как и в маркетинге в целом, важны только результаты. Установите свои цели и разработайте методику для измерения эффективности ваших действий. Как пишет Стивен Кови в своей книге "Семь навыков высокоэффективных людей": "Начинайте, представляя конечную цель".