

چگونه استراتژی شبکه های اجتماعی خود را بهبود دهیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

تدریس

داشتن استراتژی در شبکه های اجتماعی موضوع مهمی محسوب می شود و بدون آن نمی توان نتایج عالی از شبکه های اجتماعی کسب کرد!

شبکه های اجتماعی یکی از ارکان اصلی ارتباطات در قرن ۲۱ به شمار می روند و کسب و کارهای مختلف می توانند از پتانسیل های قدرتمند آن برای ارتقا کار خود کمک بگیرند.

هنگامی که از شبکه های اجتماعی به درستی استفاده کنید، به شما در ارتباط با مشتریان، گسترش کسب و کار و حتی ارتباطی پایدار با مشتریان فعلی شما کمک خواهد کرد. البته نباید فراموش کنید که در عین حال این شبکه ها ممکن است گمراه کننده نیز باشند.

آیا انتشار یک مطلب در فیس بوک، توییتر یا اینستاگرام دشوار است؟ به خودی خود انتشار یک مطلب در این شبکه ها کار سختی نیست اما باید توجه کنید که کسب و کار شما نیاز به یک استراتژی شفاف در این زمینه دارد تا مطمئن شوید که زمان را هدر نداده اید یا در بدترین حالت، سهواً باعث ایجاد اثری منفی بر کسب و کار خود نشده اید.

چند نکته را با هم مرور می کنیم تا بتوانید استراتژی شبکه های اجتماعی خود را بهبود ببخشید

اهداف خود را بشناسید

همانطور که برای آغاز یک کسب و کار اولین قدم تعیین نوع و شکل فعالیت است، در شبکه های اجتماعی نیز نیاز است بدانید می خواهید چه نتیجه ای کسب کنید.

شبکه های اجتماعی چه نقشی در اهداف کسب و کار شما دارند؟ آیا می خواهید نام تجاری خود را معرفی کنید؟ با مشتریان بالقوه ارتباط داشته باشید؟ یا می خواهید وفاداری خود را به مشتریان نشان دهید؟

یک یا دو هدف اصلی را برای کار خود در نظر بگیرید و با توجه به این اهداف در شبکه های اجتماعی مخصوص کسب و کارتان عمل کنید. اگر می خواهید هم زمان چندین هدف را با هم به دست بیاورید احتمال دست نیافتن به همه آن ها بیشتر می شود.

اهدافی را انتخاب کنید که قابل اندازه گیری هستند.

اهدافی را انتخاب کنید که بتوانید در طی زمان آن ها را مورد بررسی قرار دهید. اهداف موفق اهدافی هستند که مشخص، قابل اندازه گیری، قابل دستیابی، مرتبط و مبتنی بر زمان باشند. برای مثال اگر هدف شما افزایش دسترسی به مشتریان بالقوه است، باید در هر هفته مشتریان جدیدی را جذب کنید. یا اگر تمرکز شما بر روی شناخته تر شدن کارتان است باید به دنبال افزایش بازدید در شبکه های اجتماعی باشید.

صرف نظر از هدف، زمان را فراموش نکنید. حتی اگر سالانه ۷۵ درصد کسب و کار شما شناخته شده تر باشد باید توجه کنید که بهترین اهداف نیز تاریخ انقضا دارند.

مشتریان خود را بشناسید

شبکه های اجتماعی موفق توانایی این را دارند که با مخاطبان مناسب ارتباط داشته باشند. برای انجام این کار باید بدانید که می خواهید چه محدوده ای از مخاطبان را جذب کنید. اگر کسب و کار شما برای مردان رده سنی ۱۸-۲۵ سال جذاب است، باید توجه کنید که مطالب و تبلیغات شما برای این گروه از افراد باشد. پس وقتی محصولات یا خدمات شما مختص محدوده کوچکی از این رنج سنی است؛ تبلیغات برای تمام افراد بین رده سنی ۱۸-۶۵ سال، هدر دادن هزینه و زمان است.

رقبای خود را فراموش نکنید

نکته جالب در مورد شبکه های اجتماعی این است که می توانید به صورت نامحسوس رقبای خود را زیر نظر داشته باشید.

دو یا سه رقیب اصلی خود را انتخاب کنید و مطالب آن ها را بررسی کنید.

آیا مطالب آن ها جدی هستند یا طنز؟ آن ها چگونه از پس تفاوت های فرهنگی بر می آیند؟ آیا درباره محصولات دیگر نیز صحبت می کنند؟

برای مثال اگر کار شما فروش محصولات و تجهیزات فنی است، آیا رقبای شما بر روی عملکرد محصولات خود تمرکز می کنند یا به صورت ساده عکس هایی خلاقانه از ویژگی های محصولات را منتشر می کنند؟ بازخورد مطالب منتشر شده را بررسی کنید. میزان لایک ها، نظرات یا اشتراک گذاری مجدد آن مطلب می تواند نشان دهنده موفقیت آن مطلب باشد. با این بررسی ها می توانید متوجه شوید که چه نوعی از مطالب و سبکی برای شبکه اجتماعی شما و ارتقا کسب و کارتان مناسب است.

سبک و شیوه خود را انتخاب کنید. شیوه ای را انتخاب کنید که متناسب با مخاطبان شما باشد و بتوانید به راحتی با آن فعالیت خود را آغاز کنید. فیس بوک، توییتر و اینستاگرام تنها شبکه های اجتماعی فعال نیستند. اگر به دنبال رونق کسب و کار خود هستید بهتر است لینکدین را فراموش نکنید؛ یا اگر حوزه کاری شما مد و فشن است، بهتر است در پینترست نیز فعال باشید، البته اگر مخاطبین شما ایرانی هستند در حال حاضر بهترین گزینه شبکه اینستاگرام است! برای افزایش فالور های خود در شبکه اجتماعی اینستاگرام مقاله ۲۰ روش برای افزایش دنبال کنندگان (Followers) در اینستاگرام را مطالعه کنید.

برنامه ای برای محتوای خود داشته باشید.

در نهایت همیشه به یاد داشته باشید که محتوایی ارائه کنید که درجه اول باشد. محتوای تولیدی شما همیشه ارتباط مستقیمی با کار شما دارد و می توانید از آن برای انتقال پیام و هدف خود به مخاطبان استفاده کنید. تنها به فروش محصولات خود فکر نکنید بلکه توجه کنید که می توانید محصولات خود را به زندگی مشتریان خود و مشتریان بالقوه اضافه نمایید. با استفاده از فیلم ها، راهنما و دیگر آموزش های مختلف به مشتریان خود آنچه که می توانید را ارائه کنید.

اگر می خواهید کسب و کار خود را وارد شبکه های اجتماعی کنید؛ یا می خواهید به وسیله آن کارتان را توسعه داده و تعاملات بیشتری داشته باشید، به نکات ذکر شده توجه کنید تا کسب و کار شما به هدف مورد نظر برسد.