

بازاریابی شبکه های اجتماعی متناسب با کسب و کار اینترنتی شما



سوالی که من همیشه در این زمینه دارم چیزی شبیه به این جمله است که " با وجود تمام تفاوت های سایت های شبکه اجتماعی، چگونه باید تشخیص دهیم که کدامیک از این وب سایت ها متناسب با کسب و کار اینترنتی من می باشد! چگونه زمان خود را برای کار بر روی **بازاریابی شبکه های اجتماعی** تنظیم کنم؟"

سوال بسیار خوبی است! من مطمئنم همه ما در این زمینه این سوال را از خودمان پرسیده ایم؛ درست است! بسیار واضح است اگر هدف مشخصی برای استفاده از بازاریابی شبکه های اجتماعی ندارید، احساسی شبیه به کسی را دارید که خود را درون آب انداخته و نمی تواند شنا کند! وحشت می کنید و سعی می کنید که سر خود را تا حد ممکن بالای آب نگه دارید. نه تنها ترسناک است بلکه خسته کننده هم می باشد.

من می خواهم پاسخ این سوال را با سوال دیگری بدهم: "دلیل اصلی شما برای استفاده از شبکه های اجتماعی چیست؟" لطفاً این جواب را ندهید که "چون همه این کار را انجام می دهند" این اصلاً دلیل خوبی نیست. شما نیاز به یک دلیل مناسب و تعریف شده دارید و بعد از آن می توانید تعیین کنید که در چه سایت و یا سایت هایی زمان خود را صرف کنید.

در اینجا ۵ سوال مطرح شده که باید از خود پرسید، تا کمکی باشد به شما و تشخیص دهید که باید از کدام سایت(ها) استفاده نمایید:



- هدف "اصلی" شما در استفاده از بازاریابی شبکه های اجتماعی چیست؟ پاسخ این سوال باید خاص باشد و نباید آن را تعمیم داده و کلی گویی نمایید .
- مخاطبان هدفمند شما چه کسانی هستند؟
- نتایج تلاش های شما در بازاریابی شبکه های اجتماعی چه تاثیر خاصی بر روی مخاطبان شما خواهد داشت؟
- با چه سطحی از شبکه های اجتماعی راحت تر هستید؟ آیا در این شبکه های اجتماعی به تازگی عضو شده اید؟ آیا شما يك کاربر متوسط هستید یا يك کاربر پیشرفته در این زمینه محسوب می شوید؟
- در طول روز و یا هفته تمایل دارید چه زمانی را به بازاریابی شبکه های اجتماعی اختصاص دهید؟

هنگامی که به این سوالات پاسخ دادید، می توانید به بررسی وب سایت های شبکه اجتماعی بپردازید که بر اساس پاسخ هایتان بتوانید بهترین گزینه مورد نظر را انتخاب کنید .سه نمونه از بزرگترین وب سایت های رسانه اجتماعی LinkedIn:، فیس بوک و تویتر می باشد. در مورد این سه وب سایت به این صورت هم می توانید فکر کنید:

- LinkedIn مثل قرار گرفتن در کت و شلوار می باشد.
- فیس بوک مثل لباسهای غیر رسمی و راحتی است که روزهای جمعه می پوشید.
- تویتر مثل لباسهایی که بعد از مهمانی و یا لباسهایی که آخر هفته استفاده می کنید.

کسب و کار اینترنتی در هر يك از این سه وب سایت مانند يك محل کار سنتی در طول روز، ساعتها در جریان است و انجام می شود. من از این مقایسه فقط برای ارائه ایده برای کاربرد بازاریابی شبکه های اجتماعی در کسب و کار آنلاین استفاده می کنم. تمامی این وب سایت های شبکه اجتماعی برای کسب و کار من "مناسب" است. در واقع کلید راه حل در "تناسب" می باشد و بعد از آن می توانید در هر يك از این وب سایت ها عضو شوید. پس فقط برای عضویت در این سایت ها ثبت نام نکنید.

شما "باید" با برخی از مدهای روز همراه شوید. از پیوستن به گروه های مختلف گرفته تا پاسخ به سوالات در فیس بوک و یا توییت کردن در مورد برخی اطلاعات مفید و ... به خاطر داشته باشید افراد دوست دارند در مورد علایق شما بیشتر بدانند تا بتوانند قبل از انجام هر نوع تجارتي با شما، به شما "اعتماد" کنند.



میزان صرف زمان در این نوع وب سایت ها بستگی به هدف اصلی شما و مخاطبان شما دارد (به سوال ۱ و ۲ در بالا توجه کنید) روزانه حداقل ۳۰ دقیقه وقت برای کار بر روی بازاریابی شبکه های اجتماعی در نظر بگیرید. این برنامه را به صورت ثابت و متوالی داشته باشید و از يك برنامه زمان بندی ساده و بدون هزینه مانند : (<http://www.nestersoft.com/timeleft/index.shtml>) برای ۲۰ دقیقه استفاده کنید و مشغول شوید.

هنگامی که تایمر خاموش شد، کار روزانه خود را برای بازاریابی شبکه های اجتماعی به منظور بهبود کسب و کار اینترنتی خود انجام داده اید. واقعاً کار ساده ای نیست! واقعاً مدیریت این کار سخت است! اگر از این کار لذت بردید، حتماً آن را در پایان روز مجدداً انجام دهید. مانند هر کار دیگری، وقتی انجام آن راحت و ساده باشد، به دلیل همان سادگی حتماً آن را به انجام می رسانید.

پرداخت ارائه دهنده راه کارهای تجارت الکترونیک و فروش مجازی هم اکنون برای مشاوره رایگان تماس حاصل فرمائید:

۰۲۱- ۸۸۴۹۱۶۱۲

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

کد پستی:

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

تلفن گویا:

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

نمابر: