

Budowanie marki w mediach społecznościowych

Z mediów społecznościowych korzysta aż 28 mln Polaków. Daje to ogrom możliwości firmom, które działają nie tylko w Internecie, ale również lokalnie. Facebook, YouTube czy Instagram stały się dla wielu przedsiębiorców głównym sposobem dotarcia do nowych i obecnych klientów.

Co sprawia że 90% naszych obywateli prowadzi konta w mediach społecznościowych? Ich formuła, możliwość tworzenia wirtualnej społeczności, interakcji z użytkownikami z całego świata, odnowienie starych znajomości, dzielenia się doświadczeniami i opiniami. Social media to także ogrom możliwości dla przedsiębiorców - dotarcie do tych, którzy nas nie znają oraz tych, którzy cenią nasze usługi lub produkty od lat. Dzięki nim, firmy mogą szerzej pokazać swoją działalność, zyskać na autentyczności i przedstawić ludzi, którzy stoją za marką. To także sposób na budowanie świadomości przedsiębiorstwa i lojalności wśród klientów.

Coraz więcej firm przenosi swoje działania do sieci, chociażby ze względu na tworzenie reklam. Obecne narzędzia pozwalają na dotarcie do precyzyjnie sformułowanej grupy docelowej i dokładnej analizy efektów za dużo mniejsze środki niż w przypadku reklam zewnętrznych.

Social media dają nam realny widok naszej konkurencji, pozwalają na rozmowy z klientami, którzy chętnie dzielą się uwagami i opiniami na temat prowadzenia naszej działalności. To możliwość ciągłego doskonalenia się dzięki poczuciu, że nasz klient ma realny wpływ na zmiany zachodzące w naszej firmie.

Zbudowanie strategii marketingowej, wybranie odpowiednich kanałów dotarcia i tworzenie spójnej komunikacji zapewni marce pozytywny wizerunek. Bez względu na rodzaj działalności, aktywny kontakt z klientami oraz autentyczny sposób prowadzenia social media realnie wpłynie na rozwój firmy.

WM