

برندینگ در شبکه های اجتماعی

برندینگ در شبکه های اجتماعی موضوعی است که امروزه با گسترش و پیشرفت شبکه های اجتماعی و رسانه های گروهی از اهمیت بسیاری برخوردار گشته است. برندینگ در شبکه های اجتماعی از شیوه های ارزان قیمت برندسازی و هویت سازی برند است.

دیگر مانند گذشته شبکه های اجتماعی مکانی منحصر برای سرگرمی و آشنا شدن با افراد مختلف نیست، این شبکه ها فرصت خوبی برای تجارت را فراهم کرده اند، برندهای کوچک و بزرگ هر روز نسبت به گذشته به بازاریابی در این شبکه ها توجه نشان می دهند و آن را مکانی برای گسترش تجارت های خود می دانند، حضور در این شبکه ها بدون داشتن برنامه و هدف مشخص ممکن است شما را به مطلوب خود نرساند، بدانید چه می خواهید تا مسیرتان مشخص شود، شبکه های اجتماعی می توانند در این مسیر شما را تا رسیدن به هدف همراهی کنند.

شبکه های اجتماعی؛ بستری برای برندسازی

قرار دادن پست های مختلف و جذاب در بازه های زمانی مختلف و البته متناسب با رویدادهای روز شما را موفق و پویاتر جلوه می دهد، توجه به رویدادهای روز باعث جذب مخاطب بیشتر به سوی صفحه شبکه اجتماعی شما شده و آن را بهتر در دیدرس توجه مخاطبان قرار می دهد.

رسیدن به هدف مستلزم صرف زمان است؛ پس برای صرفه جویی در زمان هدف خود را به اهداف کوچکتر تقسیم کنید تا رسیدن به هدف نهایی برای شما راحت تر و در دسترس تر باشد، کامنت ها، لایک ها و فالوئرهای شما در این شبکه ها مشخص می کند که آیا تبلیغات شما در مسیر درست انجام پذیرفته یا نه؟ حتی ممکن است در میان آن ها ایده ها و نظرات سازنده ای را پیدا کنید که به یک باره کسب و کار شما را دگرگون کند و شما را در مسیر موفقیت چشمگیری قرار دهد.

با انتخاب محتواهای غنی و جذاب برای صفحه های مختلف، این شبکه ها شانس خود را برای جذب مخاطبان بیشتر چندین برابر کنید، در انتخاب این محتواها به سلیقه و علایق مخاطبان تان احترام بگذارید و محتوایی مناسب با نیاز آن ها تهیه نمایید، محتواهای خود را بیشتر به صورت ویدئو تهیه کرده یا بر روی عکس هایتان از واترمارک (Watermark) استفاده کنید تا کپی کردن از آن ها به حداقل برسد خود نیز هرگز دست به کپی مطالب دیگران نزنید و در انتخاب مطالب چارچوب های قانونی را رعایت کنید، استفاده از مقاله های آموزشی نیز در کنار توضیح محصولات تان، برند شما

را در رسیدن به هدف یاری می کند، ایجاد نظم و پایبند بودن به استاندارد های هر شبکه در تولید محتواها و عکس ها شما را در چشم مخاطبانتان متمایز جلوه خواهد داد، شما حتی می توانید از خود مخاطبان تان برای گسترش پست ها کمک بگیرید و آن ها را به هر بهانه تشویق کنید تا پست های شما را به اشتراک بگذارند.

بدانید ماهیت شبکه های اجتماعی، محیطی دوستانه می باشد که لحن خشک و اداری را نمی پسندد؛ پس تا جایی که از ماهیت اصلی خود فاصله نمی گیرید، با مخاطبان خود دوستانه و صمیمی برخورد نمایید.

حتماً به نظرسنجی از مخاطبان خود پرداخته و آن ها را در برنامه ها و تبلیغات آینده خود مدنظر داشته باشید، استفاده از عکس هایی که محیط کار یا حتی پرسنل شرکت تان را در آن وجود دارند حس نزدیکی و وابستگی را در بین مخاطبان به وجود می آورد، با مخاطبان برندتان صادق باشید و تمام نکات را به شفافیت برای آن ها توضیح دهید.

دقت داشته باشید که ۹۳٪ از مردم قبل از خرید آنلاین به شبکه های اجتماعی سر زده و در مورد آن برند تحقیق می کنند و ۲۵٪ از آن ها فقط مایلند که از برندهای معروف خرید نمایند. اینترنت راه را برای شناخت یک برند شخصی راحت کرده است؛ از این رو شما برای معرفی برندتان راه های زیادی پیش رو خواهید داشت که با صرف هزینه ای کم شما را به موفقیت برسانند و حتی نیازی به ایجاد یک شرکت بزرگ و استخدام چندین کارمند نداشته باشید، پس هرگز در ایجاد یک برند تردید به خود راه ندهید.

با معرفی خود در شبکه های اجتماعی باعث می شوید که دائماً در مقابل چشم مخاطبان خود باشید. به هر حال مشتریان کنونی ترجیح می دهند، آنچه را که از دیگران در مورد یک برند می شنوند، خود نیز جستجو کرده و درباره آن در فضاهای مجازی مطلب و محتوا ببینند و بعد از آن اقدام به خرید نمایند؛ البته اینکه آن ها در جستجوی خود چه چیز با ارزشی را پیدا کنند، کاملاً به شما و محتواهای تولید شده شما بستگی دارد.

مزایای برندینگ در شبکه های اجتماعی

اگر چه سئو سایت ابزار قدرتمندی برای قرار گرفتن در صفحه اول گوگل محسوب می شود، اما توجه به این موضوع نیز الزامی است که وجود رقیبانی با بودجه های هنگفت، راه را برای رسیدن

به این مقصود از این روش سخت می‌کند. در عوض، استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی و در معرض دید قرار دادن جلوه‌های بصری از برندگان موفقیت زیادی را برای شما به ارمغان می‌آورد. ابزار شبکه‌های اجتماعی در کنار زدن این رقیبان قدرتمند، شما و برندگان را یاری می‌رسانند و جایگاهی مناسبی برای شما به وجود می‌آورند. استفاده هم‌زمان کاربران و برندها در این فضاها و گسترش روز افزون آن‌ها، انتقال تلاش‌های بازاریابی اینترنتی به سوی انواع شبکه‌های اجتماعی را جنبشی عاقلانه می‌توان به حساب آورد.

نرم افزار مدیریت شبکه‌های اجتماعی

در ادامه به بیان چند نرم افزار مختلف که برای مدیریت شبکه‌های اجتماعی می‌توانید از آن‌ها بهره ببرید، می‌پردازیم:

Hoot Suite: برای مدیریت هم‌زمان چند صفحه از چند شبکه اجتماعی است و بزرگ‌ترین ابزار مدیریت در حال حاضر محسوب می‌شود و ارتباط هم‌زمان با ۳۵ شبکه اجتماعی و برنامه ریزی پست‌های آن‌ها را برعهده دارد.

Google Analytics: برای اینکه بفهمید چقدر از ترافیک سایت تان مخصوص شبکه‌های اجتماعی بوده ابزار قدرتمندی محسوب می‌شود.

Buffer: برای کسب نتایج در شبکه‌های اجتماعی و مدیریت آن‌ها از این ابزار استفاده می‌شود.

Sprout Social: از امکانات آن می‌توان به مدیریت ارتباط با مشتریان اشاره نمود. داشتن مشخصات کامل از مشتریان به شما این امکان را می‌دهد روابط محکم‌تری با آن‌ها داشته و در خدمت‌رسانی موفق‌تر باشید.

Agora Pulse: یک ابزار مدیریت شبکه‌های اجتماعی است که ویژگی منحصر به فرد آن تجزیه و تحلیل رقیبان تان می‌باشد.

این ابزارها با تعداد زیاد و به اشکال مختلف و متفاوت وجود دارند که بسته به کار و نیاز، شما می‌توانید یکی از آن‌ها را انتخاب نمایید. به هر حال در میان انبوه این ابزارها با کمی تحقیق می‌توان ابزار مورد استفاده خود برای مدیریت شبکه‌های اجتماعی تان را برگزینید.