



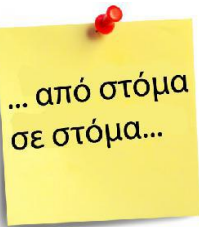
Intersocial

Διαχείριση Λογαριασμών  
Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων σε  
Facebook και Twitter

# Η Σημασία της Δικτύωσης

## Εισαγωγή

Οι σχέσεις μας, ως ενεργά άτομα μέσα σε μία κοινωνία, είναι ιδιαίτερα ζωτικές. Επιλέγουμε συνειδητά να συνάψουμε κοινωνικούς δεσμούς με συγκεκριμένα άτομα, με τα οποία μοιραζόμαστε σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό οικειότητα και στοργή για μικρά ή μεγάλα χρονικά διαστήματα. Η συμμετοχή μας στα κοινωνικά δίκτυα σημαίνει ότι πρέπει να συνεργαστούμε με τους άλλους και να τους επηρεάσουμε ή να επηρεαστούμε από αυτούς. *Με δυο λόγια, οι άνθρωποι δεν ζουν απλώς σε ομάδες, ζουν σε δίκτυα.*



Η θέαση του εαυτού μας ως μέρος ενός υπεροργανισμού μας επιτρέπει να δούμε τις πράξεις, τις επιλογές και τις εμπειρίες μας από μία νέα οπτική γωνία. Επιπλέον, οι συνδέσεις μας με άλλους ανθρώπους αποκτούν μέσα σε αυτό το πλαίσιο μία διαφορετική μεν, μέγιστη δε σημασία. Ας εστιάσουμε όμως στον παράγοντα επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη αυτού με τη βοήθεια της δικτύωσης. Ο πιο γνωστός τρόπος διαφήμισης και προώθησης ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας συχνά δεν είναι η δημοσίευση αλλά η γνωστοποίηση από στόμα σε στόμα. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο η έννοια της δικτύωσης αποτελεί τον καλύτερο τρόπο για να προωθήσει κανείς αγαθά και υπηρεσίες, μέσα από το χτίσιμο διαπροσωπικών σχέσεων.

## Κοινωνική δικτύωση και ενίσχυση επιχειρηματικότητας

Δικτύωση δεν είναι τίποτε άλλο από το να γνωρίζεις κανείς ανθρώπους. Είτε το αντιλαμβανόμαστε είτε όχι, στην ουσία όλοι μας δικτυωνόμαστε κάθε μέρα και οπουδήποτε πηγαίνουμε. Είναι προφανές ότι ένας άνθρωπος ακολουθεί τη δικτύωση όταν ξεκινά μία συζήτηση με κάποιο άτομο, όταν συστήνει τον εαυτό του, συναντά το φίλο ενός φίλου, έναν παλιό συνεργάτη ή φίλο από τη παλιά δουλειά, ή μιλά με κάποιο γείτονα. Η αλληλεπίδραση μας με άλλα άτομα πάντα μας βοηθάει να εξελισσόμαστε κοινωνικά. Υιοθετώντας ένα δικτυακό τρόπο ζωής– στην ουσία έναν τρόπο ζωής όπου κάποιος συνδέεται και αλληλεπιδρά με άλλους ανθρώπους– εν τέλει βοηθά τον εαυτό του να κάνει πολύτιμες διασυνδέσεις στα πεδία ενδιαφέροντος του.



Η δικτύωση (networking) αποτελεί ανεκτίμητης αξίας εργαλείο στο δρόμο της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας. Σκεφτόμενοι πόσο σημαντικό μπορεί να



αποδεχθεί ένα δίκτυο ανθρώπων που έχουν σχέση με το χώρο όπου δραστηριοποιούμαστε επιχειρηματικά, παρατηρούμε πόσο σημαντικές είναι αυτού του είδους οι γνωριμίες για τη βελτίωση του επιχειρηματικού μας προφίλ και την οργάνωση της επαγγελματικής μας ζωής. Δυνητικά, οποιονδήποτε γνωρίζουμε μπορεί να αποτελέσει μέρος του δικτύου μας στο δρόμο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας μας. Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι κανείς δεν δουλεύει στο «κενό». Οι γνωριμίες μας με ανθρώπους στο χώρο που δραστηριοποιούμαστε επαγγελματικά αποτελούν κλειδί επιτυχίας για επιχειρηματική ανάπτυξη και καταξίωση.

Όμως η δικτύωση δεν έχει να κάνει μόνο με ένα άτομο για να είναι αποδοτική. Τα κοινωνικά δίκτυα (π.χ. Facebook, Twitter, LinkedIn) που γνωρίζουν τεράστια άνθηση τα τελευταία χρόνια καταφέρνουν να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την εικόνα που έχουν οι καταναλωτές για διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες και κατ' επέκταση για τις επιχειρήσεις αυτών. Οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις, γνωρίζοντας την επιρροή που έχουν τα κοινωνικά δίκτυα προσλαμβάνουν ή δημιουργούν ειδικό τμήμα που ασχολείται με τον τομέα αυτό. Κάτι αντίστοιχο θα ήταν ίσως υπερβολικό για μια μικρή/μεσαία επιχείρηση (ΜΜΕ) όμως δεν παύει η επιρροή από τα κοινωνικά δίκτυα να ισχύει και για αυτές. Συνήθως μια ΜΜΕ διαθέτει μια ιστοσελίδα όπου παρουσιάζει το προφίλ της, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της και κάποιους τρόπους επικοινωνίας με αυτήν. Αυτό φυσικά ήταν αρκετό μέχρι τα τέλη του 2000 όπου είχαμε απλά στατικές ιστοσελίδες χωρίς δυναμικό περιεχόμενο το οποίο ανανεώνεται συχνά. Η εμφάνιση των ανεξάρτητων blogs αρχικά και η διάδοση που είδαν τα κοινωνικά δίκτυα, άλλαξαν εντελώς τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές ενημερώνονται για προϊόντα και υπηρεσίες. Με άλλα λόγια, μια εταιρική ιστοσελίδα στην εποχή μας δεν πρέπει απλά και μόνο να ανανεώνει το περιεχόμενο της ιστοσελίδας της αλλά και να έρχεται σε επαφή με τους καταναλωτές στα κοινωνικά δίκτυα.



Με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων μπορεί κανείς χρησιμοποιώντας απλά τον υπολογιστή του να δημιουργήσει τέτοιου είδους επαφές διατηρώντας την άνεση του γραφείου του, χωρίς καν να περιορίζεται σε κάποιον χώρο, αφού με τη βοήθεια του Διαδικτύου (Internet) μπορεί να φθάσει σε όλον τον κόσμο. Έτσι, οι διασυνδέσεις της κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν τον ιδανικό τρόπο να ανακαλύψει κανείς ένα υπάρχον δίκτυο, εύκολα επεκτάσιμο και διαχειρίσιμο, και ίσως περισσότερο σημαντικό από όσο θα μπορούσε αρχικά να υποθέσει. Συνεπώς, η επανασύνδεση με τους ανθρώπους στα κοινωνικά μας δίκτυα που χρησιμοποιούμε για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να είναι



μία ευχάριστη διαδικασία, διαφορετικά θα καταλήξει να είναι μία αρκετά αγχωτική διαδικασία και ίσως χωρίς την εκμετάλλευση στο έπακρο των δυνατοτήτων που αυτά προσφέρουν.

Το επόμενο βήμα είναι να προσεγγίσουμε σωστά τους ανθρώπους των κοινωνικών μας δικτύων. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό σημείο, όπου θα πρέπει να γνωρίζουμε επ' ακριβώς τι θέλουμε και τι αναζητάμε να αποκτήσουμε με τη χρήση αυτών των δικτύων. Αρχικά θα πρέπει να παρουσιάσουμε ένα ολοκληρωμένο προφίλ με πληροφορίες και οπτικοακουστικό υλικό για την επιχείρησή μας που οι άνθρωποι του δικτύου μας θα επιθυμούσαν να γνωρίζουν. Έτσι όντας συγκεκριμένοι στους σκοπούς και στους στόχους μας σχεδιάζουμε ό,τι θέλουμε πριν την έναρξη της διαδικασίας δικτύωσης. Η δικτύωση είναι πιο αποδοτική όταν κάποιος στοχεύει σε κάποιον συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία και βέβαια όταν έχει συγκεκριμένους στόχους.



Στην ουσία η έννοια της δικτύωσης αφορά μία διαδικασία δούναι και λαβείν που συμπεριλαμβάνει σχέσεις, μοίρασμα πληροφοριών, ερωτήσεις καθώς και πολλά άλλα πράγματα -είναι ένας τρόπος συσχέτισης με τους άλλους. Αυτό που χρειάζεται να κάνει κανείς είναι να προσεγγίσει τους ανθρώπους. Πως όμως;

Σε οποιαδήποτε κατάσταση δικτύωσης, ο στόχος για ένα σωστό επιχειρηματία είναι να είναι αυθεντικός. Αποκρύπτοντας βασικές πληροφορίες για προϊόντα ή/και υπηρεσίες στην ουσία σε βάθος χρόνου είναι κάτι που θα φέρει αρνητικά αποτελέσματα. Επιδιώκοντας και στοχεύοντας στο τι πραγματικά θέλουμε από το δίκτυο μας, είναι πιο εφικτή η εκπλήρωση των προσδοκιών μας και πιο επιτυχής.

Πριν την προσπάθεια επανασύνδεσης με οποιονδήποτε γνωρίζουμε, καλό είναι να είμαστε καλά προετοιμασμένοι από πριν. *Η αποτελεσματική δικτύωση δεν είναι κάτι που πρέπει να γίνεται βεβιασμένα.* Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν πρέπει να προσπαθούμε να είμαστε αποτελεσματικοί και εστιασμένοι, αλλά η εσπευσμένη, δικτύωση έκτακτης ανάγκης δεν είναι ευνοϊκή για την οικοδόμηση σχέσεων αμοιβαίας στήριξης και οφέλους. Όταν δικτυωνόμαστε, θα πρέπει να επιβραδύνουμε, να είμαστε παρόντες και να προσπαθούμε να απολαύσουμε τη διαδικασία. Αυτό θα επιταχύνει τις πιθανότητές μας για επιτυχία στον αγώνα για επιχειρηματική ανάδειξη.

Καλό είναι επίσης να μην ασχολούμαστε με το δίκτυο με περιστασιακό και ωφελιμιστικό τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι δεν είναι καλό να συνδεόμαστε, να



παίρνουμε μόνο αυτό που μας ενδιαφέρει και να μην δίνουμε σημάδια ζωής μέχρι την επόμενη φορά που θα χρειαστούμε κάτι. Ουσιαστικά, θα πρέπει να επενδύουμε στο δίκτυό μας παρακολουθώντας τους άλλους, δίνοντας τη βοήθειά μας και τις συμβουλές μας.



Όταν κάποιος έχει ένα επαγγελματικό δίκτυο με το οποίο αλληλεπιδρά ενεργά σε κανονική βάση, τότε οι ευκαιρίες να αναπτυχθεί επιχειρηματικά είναι αλήθεια ότι αυξάνουν εκθετικά. Λόγου χάρη οι πελάτες μας οι οποίοι είναι μέρος του επαγγελματικού μας δικτύου, μπορούν να μας ενημερώσουν για τις προτιμήσεις τους σχετικά με τα προϊόντα ή/και τις υπηρεσίες μας, να επικοινωνήσουν μαζί μας ή να μας δώσουν άλλες πληροφορίες που θα μπορούσαν να αναδείξουν νέες επαγγελματικές ευκαιρίες για εμάς.

# Διαχείριση Facebook Σελίδας

## Εισαγωγή



Μια σελίδα στο Facebook είναι ένα βασικό στοιχείο για την online στρατηγική διαφήμισης της επιχείρησής μας. Μας επιτρέπει να αλληλεπιδρούμε με τους πελάτες μας σε μια συνομιλία διπλής κατεύθυνσης, καθώς και να:

- παρακολουθούμε το δίκτυο των θαυμαστών μας καθώς αυξάνεται
- στέλνουμε επίσημα νέα/ανανεώσεις σχετικά με προϊόντα/υπηρεσίες μας στο δίκτυο μας
- βλέπουμε τα Στατιστικά της Σελίδας μας αναλύοντας την κίνησή της

### 3 Τρόποι με τους οποίους το Facebook αλλάζει σημαντικά την ΜΜΕ:

1. *Άμεση αναγνώριση.* Το Facebook επιτρέπει την ενσωμάτωση διαφόρων δεδομένων του μέσα στις ιστοσελίδες μας - χωρίς να χρειάζεται οι χρήστες του Facebook δικτύου μας να είναι συνδεδεμένοι στο δικτυακό τόπο της εταιρίας μας. Αυτό σημαίνει ότι οι χρήστες μπορούν, απλά με μία επίσκεψη στην ιστοσελίδα μας, να μοιράζονται άμεσα τα Facebook δεδομένα τους. Για παράδειγμα, οι επισκέπτες μπορούν απλά να κάνουν κλικ στο κουμπί "μου αρέσει" ("like") για μια αναφορά σχετικά με ένα θέμα πριν από έναν γεγονός (event) που διοργανώνουμε, αντί να χρειάζεται να συμπληρώσουν κάποια εκτενή φόρμα.



2. *Εξατομικευμένες συστάσεις.* Στο Facebook έχει κυκλοφορήσει επέκταση (plugin) για συστάσεις, οι οποίες μας επιτρέπουν να προτείνουμε αυτόματα περιεχόμενο στο δικτυακό μας τόπο με βάση το τι θα άρεσε σε καθενα επισκέπτη Facebook θαυμαστή μας.

3. *Ισχυρότερες Κοινότητες.* Το Facebook προσφέρει μια "Κοινωνική Γραμμή Εργαλείων" επιτρέποντας στους επισκέπτες της ιστοσελίδας μας τη δυνατότητα να συναντήσουν και άλλους ανθρώπους με παρόμοια ενδιαφέροντα, να τους καλέσει να είναι φίλοι, να βλέπουν και να σχολιάζουν τα χρονολόγια τους και ακόμα να έχουν σύγχρονες συνομιλίες. Αυτό μας βοηθάει πολύ στο να δημιουργήσουμε ένα χώρο Facebook κοινότητας μέσα στην ίδια μας την ιστοσελίδα.



## Αυξάνοντας την κίνηση της Facebook Σελίδας

### 3 Εύκολα Βήματα:

- 1 Έναρξη συνομιλίας
- 2 Επέκταση δικτύου θαυμαστών
- 3 Ανάλυση και βελτιστοποίηση

### 1 Έναρξη συνομιλίας



Η Επαγγελματική μας Σελίδα στο Facebook έχει πραγματική υπόσταση όταν εμπλέκουμε σε αυτή το δίκτυο των υποστηρικτικών χρηστών μας, υποστηρίζοντάς τους στο να συμμετέχουν ενεργά, και είναι πολύ σημαντικό να θυμόμαστε ότι πολλές σχέσεις ξεκινάνε όταν οι δικές μας δημοσιεύσεις κοινοποιούνται στις Ενημερώσεις των θαυμαστών μας. Στη συνέχεια δίνονται κάποιες συμβουλές για το πώς μπορούμε να ξεκινήσουμε σωστά μία τέτοια σχέση:

### Ορίζοντας τη στρατηγική μας

- **Γνωρίζουμε την επιχείρησή μας:** Τι είναι αυτό που μας κάνει ξεχωριστούς; Πώς μπορούμε να παρουσιάσουμε την ιστορία του εμπορικού σήματος μας μέσα από ένα συναρπαστικό, αυθεντικό και προσωπικό τρόπο;
- **Γνωρίζουμε τους πελάτες μας:** Ποιοι είναι ακριβώς; Πώς θα ήθελαν να συνδεθούν με την επιχείρησή μας; Τι περιεχόμενο θα ήταν σημαντικό για αυτούς και πώς θα τους εμπλέξουμε;
- **Γνωρίζουμε τους στόχους μας:** Τι είδους σχέση θέλουμε να έχουμε με τους πελάτες μας; Εκτός από την ανάπτυξη της επιχείρησής μας, θέλουμε επιπλέον να χρησιμοποιούμε το Facebook για να οδηγηθούμε σε άμεσες πωλήσεις ή να αυξήσουμε την κίνηση στο κατάστημά μας; Ο καθορισμός και η ιεράρχηση των στόχων μας θα βοηθήσει πολύ στο να δημιουργήσουμε τη στρατηγική αναρτήσεων στη Σελίδα μας.

### Ακολουθώντας τις καλύτερες πρακτικές για τις αναρτήσεις

- **Σωστός ρυθμός:** Κανείς δεν γνωρίζει τους πελάτες μας όπως εμείς, έτσι θα πρέπει να αποφασίσουμε πόσο συχνά θα ήθελαν να ακούνε κάτι από εμάς και τι περιεχόμενο θα τους συνέδεε καλύτερα μαζί μας.



### Ιδέα!

Διατηρούμε πολύ "φρέσκες" τις δημοσιεύσεις μας στο Facebook! Για το λόγο αυτό μπορούμε να κατεβάσουμε την Facebook εφαρμογή για το smartphone μας, και να ενημερώνουμε της σελίδα της επιχείρησής μας όταν είμαστε μακριά από τον υπολογιστή μας.

- **Προγραμματισμός χρόνου για το Facebook:** Τουλάχιστον 5-10 λεπτά κάθε μέρα για την παρακολούθηση της Σελίδας μας και των πιθανών νέων αναρτήσεων από το δίκτυο των θαυμαστών μας.

- **Ανθρώπινη Σελίδα:** Θα πρέπει να είμαστε ομιλητικοί, προσωπικοί και αυθεντικοί. Είναι καλό να μοιραζόμαστε βίντεο και φωτογραφίες της επιχείρησής μας, της κοινότητά μας και των πελάτες μας.

- **Διαμοιρασμός ειδήσεων και αποκλειστικού περιεχομένου:** Οι θαυμαστές μας πάντα ελκύονται από έξυπνες και "πικάντικες" αναρτήσεις σχετικά με τα νέα μας και τα νέα προϊόντα μας. Θα πρέπει επίσης να δημοσιεύουμε φωτογραφίες, βίντεο, συνταγές και οτιδήποτε άλλο που θα κάνει τους ανθρώπους να μιλούν γι' αυτό.

- **Ενθάρρυνση συμμετοχής θαυμαστών:** Δημιουργούμε διασκεδαστικές συνομιλίες, που θα ελκύσουν πολλούς συμμετέχοντες, με σαφείς "εκκλήσεις για δράση". Κάνουμε ερωτήσεις και επιβραβεύουμε τις σωστές απαντήσεις. Αν κάποιος δημοσιεύει κάτι που μας αρέσει, το αναδημοσιεύουμε και επικοινωνούμε προσωπικά μαζί τους. Αφήνουμε τους θαυμαστές μας να δημοσιεύουν απευθείας στο χρονολόγιο μας ερωτήσεις και σχόλια.

- **Ανταμοιβή θαυμαστών:** Αναρτούμε ειδικές προσφορές ειδικά για τους Facebook θαυμαστές μας, όπως έκπτωτικοί κωδικοί και αποκλειστικότητες για τα νέα προϊόντα. Προσφέρουμε έναν ειδικό κωδικό και/ή δημιουργούμε ένα Facebook Check-in Deal που μπορεί να εξαργυρωθεί μόνο στο κατάστημά μας.

- **Χειρισμός αρνητικής ανάδρασης:** Όταν εμπλέκουμε τους θαυμαστές μας σε ένα ειλικρινή διάλογο, η διαφάνεια είναι πολύ σημαντική. Θα πρέπει να έχουμε κατά νου ότι κάτι τέτοιο αποτελεί μία απλή συζήτηση, ώστε να είμαστε σε θέση να ακούμε, να απαντάμε και να αντιμετωπίζουμε την αρνητική ανάδραση ειλικρινά και ανοιχτά.

- **Ανάπτυξη ενός ημερολογίου συνομιλιών:** Δημιουργούμε ένα πρόγραμμα και έναν τακτικό ρυθμό για τις αναρτήσεις μας και εξετάζουμε τις αναρτήσεις σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές όταν η συμμετοχή των θαυμαστών μας είναι η μέγιστη.

- **Οικοδόμηση του δικτύου θαυμαστών:**

- **Ξεκινάμε με το ποιους ξέρουμε:** Χρησιμοποιούμε τις υπάρχουσες λίστες email μας, το διαφημιστικό ταχυδρομείο και τις προσωπικές επαφές για την προώθηση της Σελίδας μας ώστε να αρχίσουμε την κατασκευή μίας βάσης



### Ιδέα!

Λαμβάνουμε ενημερώσεις σχετικά με τη δραστηριότητα της Σελίδας μας: Μένουμε συνδεδεμένοι στη Σελίδα μας με ανακινώσεις που προέρχονται από την ιστοσελίδα μας και λαμβάνοντας μηνύματα email για τη δραστηριότητα των θαυμαστών μας. Για να προσαρμόσουμε τις ρυθμίσεις μας, επισκεπτόμαστε τη Σελίδα μας, κάνουμε κλικ στο κουμπί "Επεξεργασία σελίδας" πάνω δεξιά, επιλέγουμε "Ενημέρωση πληροφοριών" και από την αριστερή στήλη επιλέγουμε "Οι ρυθμίσεις σας".





θαυμαστών μας. Ζητάμε από τις επαφές μας να επιλέξουν “μου αρέσει” (“like”) για την Facebook Σελίδα μας για να μένουν συνεχώς συνδεδεμένοι με την επιχείρησή μας για σχετικές ενημερώσεις.

- **Αξιοποίηση υφιστάμενου μάρκετινγκ:** Προσθέτουμε ένα Facebook λογότυπο στις εντός της επιχείρησης πινακίδες, στα ενημερωτικά μας δελτία, στα μηνύματα e-mail, στα φυλλάδια, στα μενού και στις επαγγελματικές κάρτες. Εγκαθιστούμε κοινωνικές επεκτάσεις (plug-ins) -κουμπιά που μπορούμε να τοποθετήσετε στην ιστοσελίδα μας για την ενθάρρυνση της αλληλεπίδρασης και για την αύξηση των θαυμαστών στη Facebook Σελίδα μας.

## **2** **Επέκταση δικτύου θαυμαστών**

- **Ενθαρρύνουμε τους επισκέπτες ώστε να τους “αρέσει” η Σελίδα μας:** Ενθαρρύνουμε τους επισκέπτες ώστε να τους “αρέσει” η Σελίδα μας δουλεύοντας με έναν προγραμματιστή με σκοπό να δημιουργήσει μία εξειδικευμένη και ελκυστική καρτέλα (tab) στη Σελίδα μας που θα προσελκύει τους επισκέπτες.

- **Εταίροι με άλλες μάρκες ή τοπικές οργανώσεις:** Γινόμαστε εταίροι με άλλες μάρκες ή τοπικές οργανώσεις για να δημιουργήσουμε κοινές πολιτικές προώθησης αγαθών ή/και υπηρεσιών και να ενισχύσουμε με διάφορα κίνητρα τα κοινά οφέλη.

- **Επέκταση της εμβέλειας των μηνυμάτων μας:** Όταν αναφερόμαστε σε ένα άτομο ή μία οργάνωση που συνδέεται με μία ανάρτησή μας στο Facebook, θα πρέπει να πληκτρολογούμε αρχικά το σύμβολο @, ξεκινώντας να γράφουμε το όνομα παρουσιάζεται μία αναδυόμενη λίστα από όπου μπορούμε να επιλέξουμε την κατάλληλη αναφορά μας. Η ανάρτησή μας αυτόματα θα δημοσιευθεί και στα δικά τους χρονολόγια.



- **Χρήση κοινωνικών επεκτάσεων (plugins) στην ιστοσελίδα μας:** Εγκαθιστούμε ένα “Like” κουμπί στην ιστοσελίδα της επιχείρησής μας και έναν σύνδεσμο (link) στα ενημερωτικά δελτία και e-mail μας ώστε να οδηγήσουμε τους χρήστες στη Σελίδα μας στο Facebook.

- **Ενθάρρυνση φυσικού check-in στην επιχείρησή μας:** Όταν οι χρήστες κάνουν check-in στην επιχείρησή μας, μία νέα ανάρτηση θα εμφανιστεί στις Ενημερώσεις των φίλων τους και αυτό παρέχει πρόσθετη προβολή της επιχείρησής μας.



• Προώθηση μέσα από διαφημίσεις (ads) και Ιστορίες Χορηγών (Sponsored Stories):

- Οι διαφημίσεις (ads) του Facebook είναι ο καλύτερος τρόπος για να στήσουμε μία ενημερωμένη Σελίδα και να αυξήσουμε σύντομα τους θαυμαστές μας.

- Οι Ιστορίες Χορηγών (Sponsored Stories) εκμεταλλεύονται τη δύναμη των συστάσεων, και είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να εξαπλωθεί περαιτέρω το περιεχόμενο της Σελίδας μας. Οι Ιστορίες παρουσιάζονται στους φίλους των χρηστών που τους αρέσει είτε η Σελίδα μας είτε το περιεχόμενο που δημοσιεύουμε.

### 3 Ανάλυση και βελτιστοποίηση

Το Facebook προσφέρει εργαλεία που μας βοηθάνε να αναλύουμε το τι συμβαίνει στη Σελίδα μας για να μπορούμε να παρακολουθούμε τις βασικές μετρήσεις, να γνωρίζουμε ποιοι επισκέπτονται τη Σελίδα και τι κάνουν σε αυτή, και να μπορούμε να αναπτύσσουμε σχέδια για το πώς να προσελκύσουμε περισσότερους θαυμαστές και να αυξήσουμε τις μεταξύ μας αλληλεπιδράσεις.



# Διαχείριση Twitter Προφίλ

## Εισαγωγή



Ένα εταιρικό προφίλ στο Twitter εκπροσωπεί την εταιρεία ως σύνολο. Είναι καλό να διατηρούμε ένα τέτοιο τύπου λογαριασμό για να:

- κρατάμε ενημερωμένο το σύνολο των πελατών μας για τις εκδηλώσεις που διοργανώνουμε
- προωθούμε πρόσφατα άρθρα ειδήσεων ή blogs που σχετίζονται με το αντικείμενο της επιχείρησής μας
- ενημερώνουμε τους καταναλωτές μας σχετικά με τα προϊόντα ή/και τις υπηρεσίες μας
- παρέχουμε ενημερώσεις σε πραγματικό χρόνο σε συνέδρια και εκδηλώσεις

### Ιδέες για την επιλογή ονόματος εταιρικού προφίλ στο Twitter:

- 1) το πλήρες όνομα της εταιρίας μας (π.χ. CompanySA)
- 2) μία παραλλαγή του ονόματος της εταιρίας μας (π.χ. Company)
- 3) συνδυασμός προϊόντων και ονόματος εταιρίας (π.χ. CompanyCookies)

**DO!**

Επιλέγοντας ένα όνομα για το εταιρικό προφίλ στο Twitter μας όσο πιο κοντά στο όνομα της εταιρείας μας είναι δυνατόν, είναι εύκολο για τους υπόλοιπους χρήστες να μας αναγνωρίσουν σε ένα συνέδριο ή σε μία εκδήλωση.

Η χρήση του πραγματικού ονόματος της εταιρίας μας στο Twitter βοηθά την εταιρεία μας να μοιάζει πραγματική και αυθεντική.

**DON'T!**

Δε θα πρέπει να επιλέξουμε ένα όνομα στην τύχη (π.χ. CatWoman), κάτι τέτοιο θα μπορούσε να θεωρηθεί μία εξ αρχής χαμένη ευκαιρία διατήρησης της επωνυμίας μας, τόσο για εμάς όσο και για τους συνεργάτες μας.

Δε θα πρέπει να χρησιμοποιούμε αριθμούς (π.χ. Company123), εκτός και εάν υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος λόγος για αυτούς τους αριθμούς –γενικά φαίνεται κάπως “ανώριμο”.

Δε θα πρέπει να χρησιμοποιούμε χαρακτήρες υπογράμμισης (π.χ. Company\_SA\_GR). Η χρήση της υπογράμμισης γενικά δε συνηθίζεται, και ο χρήστης που θα το κάνει φαίνεται να μην είναι σε θέση να ακολουθήσει τις “κοινωνικές νόρμες.”





## Μεγαλώνοντας το Twitter δίκτυο

### Τρόποι αναζήτησης Twitter χρηστών για να ακολουθήσουμε:

DO!

- Αναζήτηση Twitter (Twitter Search, <http://search.twitter.com>): Αυτό το δωρεάν εργαλείο είναι μια μηχανή αναζήτησης που μας βοηθάει να βρούμε χρήστες που κάνουν tweet συγκεκριμένες λέξεις. Για παράδειγμα, μπορούμε να αναζητήσουμε και να βρούμε χρήστες που έχουν κάνει tweet για τη "δημόσιες επενδύσεις". Μπορούμε να ακολουθούμε χρήστες που μιλούν για θέματα σχετικά με την επιχείρησή μας ή άλλα που ανήκουν στα ευρύτερα ενδιαφέροντά μας. Επίσης, μπορούμε να χρησιμοποιούμε την Αναζήτηση Twitter για να δούμε ποιοι χρήστες έχουν κάνει tweet για την εταιρεία μας.

- Εντοπίζουμε και ακολουθούμε χρήστες που ακολουθούν και οι χρήστες του δικού μας δικτύου: Μόλις αρχίσουμε να λαμβάνουμε ενημερώσεις από τους χρήστες που ακολουθούν το εταιρικό μας προφίλ στο Twitter, μπορούμε να δούμε με ποιους αυτοί οι χρήστες συνομιλούν χρησιμοποιώντας μία @απάντηση. Ίσως και εκείνοι να θέλουν επίσης να ακολουθήσουν το προφίλ της εταιρείας μας.

- Ακολουθούμε Οικονομικούς Αναλυτές και Bloggers: Ελέγχουμε εάν κάποιος από τους αγαπημένους μας Bloggers είναι στο Twitter.



- Συλλέγουμε τα Twitter ονόματα ανθρώπων που μας ενδιαφέρουν και συναντάμε σε εκδηλώσεις: Πολλοί άνθρωποι που ασχολούνται με την κοινωνική δικτύωση συμπεριλαμβάνουν τα Twitter ονόματα τους στις κάρτες τους ή στις παρουσιάσεις τους σε διάφορες εκδηλώσεις. Είναι καλό να σημειώνουμε τα ονόματα αυτά ώστε να μπορέσουμε να τους ακολουθήσουμε αργότερα και μέσα Twitter. Μπορούμε εύκολα να εντοπίσουμε τον Twitter λογαριασμό τους προσθέτοντας το Twitter όνομά τους (π.χ. *username*) στο τέλος του <http://twitter.com/username>

-Ακολουθούμε τα Hashtags (#) σε μία εκδήλωση: Σε πολλές εκδηλώσεις, ο διοργανωτής συνήθως δημιουργεί ένα hashtag (π.χ. #womex - the World Music Expo), έτσι κάθε χρήστης που θέλει να κάνει tweet σχετικά με την εκδήλωση μπορεί να συμπεριλάβει το hashtag (#) στο tweet του. Μπορούμε να ακολουθήσουμε αυτούς τους χρήστες που θα παραβρεθούν στην ίδια εκδήλωση με εμάς χωρίς να έχουμε ακόμη γνωριστεί από κοντά.

DON'T!

- Δεν ακολουθούμε πάρα πολλούς χρήστες ταυτόχρονα: Η καλύτερη πρακτική είναι να μην ακολουθούμε περισσότερους από 25-50 χρήστες την ημέρα, διαφορετικά θα υπάρχει ένα χρονικό χάσμα μεταξύ της στιγμής που τους



ακολουθούμε και της στιγμής που και εκείνοι πείθονται να μας ακολουθήσουν. Εάν το προφίλ μας λέει ότι ακολουθούμε 2.000 χρήστες και μέχρι στιγμής μας ακολουθούν μόνο 30, φαίνεται ότι 1970 χρήστες από αυτούς που εμείς ακολουθούμε έχουν επιλέξει να μην μας ακολουθήσουν. Αυτή η δυσμενής αναλογία κάνει να μοιάζουμε με μία ύποπτη επιχείρηση για να την προσθέσει κανείς στο δίκτυό του. Είναι καλό να περιμένουμε λίγο ώστε να δώσουμε την ευκαιρία στους υπόλοιπους χρήστες να μας ακολουθήσουν και εκείνοι πριν θελήσουμε να προσθέσουμε νέους χρήστες στο δίκτυο μας.

- Δεν ακολουθούμε εκατοντάδες άτομα ταυτόχρονα και δεν αφαιρούμε όλους όσους δεν μας έχουν ακολουθήσει: Παρά το γεγονός ότι πολλοί χρήστες το κάνουν αυτό για να αποκτήσουν μια "ισότιμη αναλογία" (ή περισσότερους χρήστες που να τους ακολουθούν σε σχέση με όσους εκείνοι ακολουθούν), τελικά πρόκειται για ένα τεχνητά δομημένο δίκτυο και όχι για μία βέλτιστη πρακτική.

#### **Τρόποι προσέλκυσης Twitter χρηστών για να μας ακολουθήσουν:**

**DO!**

- Κάνουμε το εταιρικό Twitter όνομά μας εύκολο να βρεθεί: Δημιουργούμε μία σελίδα όπου απαριθμούνται όλοι οι Twitter χρήστες που εργάζονται στην εταιρία μας. Δίνουμε έτσι στους πελάτες μας έναν εύκολο τρόπο για να αλληλεπιδρούν με μεμονωμένους ανθρώπους, βοηθώντας τους να γνωρίσουν καλύτερα τους ανθρώπους που εργάζονται στην εταιρία μας. Έτσι τονίζουμε τη διορατικότητα που χαρακτηρίζει την επιχείρηση μας.

- Καθιστούμε τα tweet χρήσιμες πηγές πληροφόρησης κάνοντας απαραίτητη την παρουσία μας στους άλλους χρήστες: "Είμαστε ό,τι κάνουμε tweet!". Οι υπόλοιποι χρήστες θα θέλουν να μας ακολουθούν εάν πιστεύουν ότι θα επωφεληθούν από το περιεχόμενο που δημοσιεύουμε. Θέλουμε να αποφύγουμε το να καταστήσουμε τον Twitter λογαριασμό μας ένα καθαρά διαφημιστικό εργαλείο. Μήπως θα εγγραφόμασταν ποτέ σε κάποιο ενημερωτικό δελτίο, εάν δεν θα είχε τίποτα χρήσιμο να μας πει; Ας αναλογιστούμε, λοιπόν, τι εξειδικευμένες γνώσεις θα μπορούσαμε να μοιραστούμε;



- Αλληλεπιδρούμε με εκείνους τους χρήστες που ακολουθούμε και που εκείνοι δε μας έχουν ακολουθήσει ακόμη: Φροντίζουμε να παρακολουθούμε τη ροή στο Twitter μας και να σχολιάζουμε σχετικά με το τι λένε οι άλλοι χρήστες. Δίνουμε ανατροφοδότηση στα σχόλια των χρηστών του δικτύου μας. Στόχος είναι να τους εμπλέκουμε συνεχώς να συμμετέχουν στις συζητήσεις.



### Ιδέα!

Κατεβάζουμε το Twitter για κινητές συσκευές από το [twitter.com/download](https://twitter.com/download) ώστε να μπορούμε να μένουμε συνεχώς συντονισμένοι με τους πελάτες μας όπου και αν βρισκόμαστε.

## Ενισχύοντας την παρουσία

- **Είμαστε ο εαυτός μας:** Πολύ συχνά, οι επιχειρήσεις έχουν ένα υπερβολικά τυπικό ύφος στο Twitter. Τα tweets μας θα πρέπει να αντανakλούν την προσωπικότητά μας. Οι υπόλοιποι χρήστες ανταποκρίνονται καλύτερα σε φιλικά tweets που προάγουν τη συνομιλία.

- **Δίνουμε το κάτι παραπάνω:** Χρησιμοποιούμε το Twitter για να μεταφέρουμε ιδέες και πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία μας τις οποίες οι πελάτες μας δεν μπορούν να βρουν πουθενά αλλού.

- **Ανταποκρινόμαστε άμεσα:** Απαντάμε όταν οι άλλοι χρήστες αναρτούν tweet για εμάς. Χαρακτηρίζουμε ως αγαπημένα και ξανακάνουμε retweet τα θετικά μηνύματα, και ευχαριστούμε εκείνους τους χρήστες που αναφέρονται με αυτόν τον τρόπο στην επιχείρησή μας. Αντιμετωπίζουμε άμεσα τα tweets που κριτικάρουν την επιχείρησή μας.

Κάποιες φορές ορισμένες συζητήσεις θα πρέπει να γίνονται offline. Εάν υπάρχουν πολλά προηγούμενα με εμάς και κάποιον πελάτη μας, ή τα μηνύματα που ανταλλάσσονται γίνονται πολύ συγκεκριμένα, είναι προτιμότερο να ζητήσουμε από τον συγκεκριμένο χρήστη να μας στείλει ένα άμεσο μήνυμα (direct message, DM) με επιπλέον στοιχεία επικοινωνίας ώστε να μπορέσουμε να επικοινωνήσουμε εμείς μαζί του μέσω e-mail ή τηλεφώνου.

- **Οι μικρές ιδέες λειτουργούν εξίσου καλά όσο και οι μεγάλες για να γίνονται tweets.** Θα πρέπει να κάνουμε retweet σε κάποιους, να ευχαριστούμε έναν πελάτη ή να μιλάμε για το τι συμβαίνει στην κοινότητά μας: Οι χρήστες καμιά φορά αναρωπιούνται πόσο συχνά θα πρέπει να κάνουν tweet, αλλά δεν υπάρχει μία "σωστή" απάντηση. Το να κάνει tweet κάποιος κάθε πέντε λεπτά μπορεί να θεωρηθεί πολύ μεγάλη συχνότητα, ενώ το να κάνει tweet μόνο εβδομαδιαίως πάλι μπορεί να θεωρηθεί πολύ σπάνιο. Με την πάροδο του χρόνου μπορούμε να διαπιστώσουμε τι ταιριάζει καλύτερα σε εμάς σε σχέση με το μέγεθος του περιεχομένου που επιθυμούμε να μοιραστούμε συγκεκριμένα για τη δική μας επιχείρηση. Επιπλέον, επειδή το Twitter λειτουργεί σε πραγματικό χρόνο, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν μπορούμε να αναφερόμαστε σε μελλοντικά σημαντικά για την επιχείρησή μας γεγονότα, όπως για παράδειγμα παρουσιάσεις νέων προϊόντων ή εποχιακές εκδηλώσεις, αξιοποιώντας το Twitter ακόμη και ως εργαλείο για εκστρατεία προώθησης.

- **Κατανοούμε γιατί οι χρήστες πράγματα ώστε να δημιουργήσουν καλύτερα tweets:** Οι χρήστες έχουν την τάση να μοιράζονται θετικά tweets που να λύνουν ένα πρόβλημα, να απαντάνε σε μία ερώτηση, να ψυχαγωγούν ή να



### Ιδέα!

Ακολουθούμε δημοσιογράφους και πρακτορεία ειδήσεων, που καλύπτουν τα θέματα που μας απασχολούν, και κάνουμε retweet σχετικές παρατηρήσεις και ιδέες τους. Αυτό όχι μόνο θα προσφέρει ενδιαφέρον περιεχόμενο στους χρήστες που μας ακολουθούν, αλλά και κάποιι από αυτούς τους δημοσιογράφους ίσως αποφασίσουν να ακολουθήσουν και οι ίδιοι την επιχείρησή μας.



### Ιδέα!

Ακολουθούμε χρήστες που δεν εμπλέκονται με το χώρο που κινούμαστε εμείς επιχειρησιακά, ώστε να παίρνουμε ιδέες για ενδιαφέρον περιεχόμενο. Θα πρέπει όμως πάντοτε να κάνουμε αναφορά στον αρχικό χρήστη όταν επαναλαμβάνουμε το περιεχόμενο κάποιου tweet που μας άρεσε.

εμπνέουν. Στο Twitter, βλέπουμε το πιο retweet περιεχόμενο τείνει να περιέχει συνδέσμους, φωτογραφίες, βίντεο ή αποσπάσματα. Όταν κάνουμε tweet κάτι ενδιαφέρον, αυτό έχει τη δυνατότητα να ταξιδέψει σε πολλούς υποψήφιους πελάτες μας. Πριν γράψουμε ένα tweet, θα πρέπει να σκεφτούμε πώς οι χρήστες που μας ακολουθούν θα ανταποκριθούν σε αυτό.

- ❑ **Συμπεριλαμβάνουμε φωτογραφίες:** Ένα περιγραφικό tweet με μία φωτογραφία δε θα λάβει μόνο αρκετά κλικ αλλά και θα εμπνεύσει για να γίνει retweet.
- ❑ **Ερωταπαντήσεις:** Δημιουργούμε ερωτήσεις μέσα από τα tweets μας και στην συνέχεια τις απαντάμε παραπέμποντας σε κάποιον σύνδεσμο στην ιστοσελίδα της επιχείρησής μας.
- ❑ **Μοιραζόμαστε βίντεο στο Twitter:** Προσθέτουμε ένα βίντεο σε ένα tweet αυτόματα συμπεριλαμβάνοντας το URL. Σύνδεσμοι για το YouTube, το Vimeo και πολλές άλλες υπηρεσίες παίζουν απευθείας μέσα από το tweet.
- ❑ **Προσθήκη αποσπάσματος:** Εμπνέουμε τους χρήστες που μας ακολουθούν με ένα σχετικό απόσπασμα από την επιχείρησή μας. Έτσι ενθαρρύνουμε τα retweets εάν επιλέξουμε ένα απόσπασμα το οποίο οι χρήστες που μας ακολουθούν το δουν ως χρήσιμο ή πηγή έμπνευσης για το δικό τους δίκτυο χρηστών.

## Ενισχύοντας τον αντίκτυπο



- Υπάρχουν πολλοί τρόποι μέσω των οποίων μπορούμε να προωθήσουμε το Twitter @username μας online και offline: επαγγελματικές κάρτες, σήμανση, διαφήμιση, οχήματα μεταφοράς, συσκευασίες προϊόντων, ταμπέλες καταστημάτων, e-mail, ιστοσελίδα, κλπ. Οπουδήποτε οι πελάτες μας αλληλεπιδρούν με το εμπορικό μας σήμα είναι ευκαιρία να τους ενθαρρύνουμε να μας ακολουθήσουν στο Twitter.



### Ιδέα!

Προωθούμε το @username μας μέσω της ιστοσελίδα και του blog της επιχείρησής μας. Ακόμη μέσα από το [twitter.com/about/resource](https://twitter.com/about/resource) μπορούμε να κατεβάσουμε τα Twitter λογότυπα.

- Τα tweets χρηστών που μας ακολουθούν σχετικά με την επιχείρησή μας ή τα retweets του δικού μας περιεχομένου, επεκτείνουν την πρόσβασή μας σε ένα μεγαλύτερο δίκτυο χρηστών: Ας προσφέρουμε ένα κίνητρο! Δημιουργούμε tweets που ενθαρρύνουν τους χρήστες που μας ακολουθούν να τα κάνουν retweets. Ένας απλός τρόπος για κάτι τέτοιο είναι να ανακοινώσουμε ότι προσφέρουμε έκπτωση σε όσους κάνουν retweet κάποια προσφορά μας, αλλά μόνο αν θα λάβουμε κάποιον συνολικό αριθμό retweets (π.χ. 10 ή 25). Μπορούμε ακόμη να προσφέρουμε στους πελάτες μας μια ανταμοιβή αν



**Ιδέα!**

Οι χρήστες φαίνεται να κάνουν συχνά retweet προσφορές που είναι χρήσιμες και στο δικό τους δίκτυο χρηστών.

εκείνοι αναφέρουν την επιχείρησή μας - μια έκπτωση, μία δωρεάν δοκιμή, ή επιπλέον υπηρεσίες - ό,τι έχει νόημα για την εταιρεία μας. Είναι μια καλή ιδέα να συμπεριλαμβάνουμε έναν σύνδεσμο με τους όρους και τις προϋποθέσεις της προσφοράς μας στο tweet μας. Επιπλέον, εάν έχουμε ένα κατάστημα, μπορούμε να ζητήσουμε από τους χρήστες να δείξουν ένα tweet από το κινητό τους τηλέφωνο στο ταμείο. Εάν κάνουμε online πωλήσεις μπορούμε να στείλουμε ένα άμεσο μήνυμα στους χρήστες μας με έναν εκπαιδευτικό κωδικό που μπορούν να χρησιμοποιήσουν κατά τη συναλλαγή.

- Συνδεόμαστε και με άλλες επιχειρήσεις online - Δημιουργούμε συνομιλίες: Όταν το 2010 οι World Series παίζανε στο Arlington του Τέξας και στο Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνια, δεν εξέπληξε το γεγονός ότι οι οπαδοί του μπέιζμπολ και από τις δύο πόλεις άρχισαν μία "θύελλα" από tweets. Παραδόξως, το ίδιο έκαναν και τα μεγάλα μουσεία τέχνης της κάθε πόλης: το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης του Σαν Φρανσίσκο αμφισβήτησε το Φορτ Γουόρθ Κίμπελ Μουσείο Τέχνης με ένα tweet. Το Τέξας απάντησε, αναφέροντας τις δύο ομάδες μπέιζμπολ, χρησιμοποιώντας hashtags που ήταν ένα μέρος της ευρύτερης αθλητικής συζήτησης. Στη συνέχεια, οι δύο ομάδες άρχισαν να κάνουν retweets τα tweets των μουσείων, και οπαδοί και των δύο πλευρών προσχώρησαν στην συζήτηση εντείνοντας τη μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Εκμεταλλευόμενοι την "τοπική περηφάνια", τα μουσεία βρέθηκαν σε κοινό έδαφος με τα αθλητικά σωματεία και αξιοποιώντας την αθλητική διαμάχη των χρηστών όπως αυτή δημιουργείται κάθε φορά μέσα από σημαντικά αθλητικά πρωταθλήματα, έσπευσαν να ενισχύσουν την κοινωνική τους παρουσία.

