Cum crești rezultatele în Social Media?

BUCURESTI - 24 mai 2017 ora 09:42
Comunicat tip General in IT&C, Media / Publicitate, Social, Tehnologie, Internet

Investești timp și resurse în Social Media dar nu obții rezultatele sperate? O abordare sănătoasă ar fi înțelegerea în profunzime a fiecărui canal și, mai ales, a comportamentului celor cărora te adresezi în rețelele sociale. Să începem călătoria împreună...



> “ E important ce comunici in Social Media dar la fel de important e si cum o faci! ”
>
> *Craft Interactive*

Facebook
Rămâne și în 2017 canalul preferat de marketeri. Conform unui studiu social media realizat la finalul anului trecut, 62% dintre participanți au răspuns că dacă ar trebui să aleagă un singur canal de social media pentru activitățile lor, acesta ar fi cu siguranță Facebook. În România poate fi un canal vital de marketing, prin prisma penetrării imense în rândul internauților (peste 9,6 milioane conturi în România).
Pentru postări s-a observat că imaginile calitative și creative însoțite de text scurt, sunt cele care aduc rezultate mai bune, la mică diferență de clipurile video a căror durată, în mod ideal, nu ar trebui să depășească 1 minut. Postările de tip link sunt mai eficiente dacă sunt însoțite de imagini foarte atrăgătoare și de un ‘headline’ care să

implice audiența dorită în a acționa (‘Call to Action’).
Un mix de comunicare eficient pe Facebook e format din imagini și linkuri susținute artificial cu Facebook Ads, ca mesajul să ajungă la mai mulți oameni decât în cazul unei imagini, care obține un ‘reach’ mai mare decât un link. Recomandarea pentru Facebook e comunicarea zilnică formată dintr-un mix de conținut inspirațional, educativ, pozitiv și mai puțin promoțional pentru produsele sau serviciile business-urilor, iar succesul comunicării e determinat de emoționalul mesajelor, fi ele contextuale sau vizuale.
Cifrele spun că oamenii petrec mai mult timp pe messenger decât în feed, companiile au început să se orienteaze spre interacțiunea cu oamenii prin această metodă, iar unele branduri au implementat, deja, inteligența artificială în paginile lor optimizând timpul petrecut pe chat, pentru a crește performanța din lead-urile sau vânzările obținute cu acest instrument. Probabil într-un timp, nu foarte depărtat, messenger-ul Facebook-ului va fi un ‘gamechanger’ în marketing-ul digital.
Instagram
A devenit unul dintre cele mai populare canale de social media, cu peste 600 de milioane de utilizatori activi în lume, 95 de milioane de postări zilnice în medie și de 10 ori mai mult engagement decât Facebook-ul. Instagram e canalul ideal unde companiile se pot exprima vizual, pot interacționa cu fanii lor și pot crea relații pe termen lung cu parteneri influenți. Pentru Instagram funcționează formatele cât mai creative, în mod special clipurile video cu o identitate vizuală proprie, iar atunci când privești întreg feed-ul e ideal să fie plăcut, respectând regulile vizuale ale brand-ului. Textul care însoțește fiecare imagine cât mai scurt (‘Less is more’), lungimea maximă recomandată e de 220 de caractere, cu hashtag-uri simple, fără a face abuz de numărul lor. La fel ca în cazul Facebook-ului, cu cât există mai multă implicare într-o postare cu atât crește vizibilitatea ei, evident. Timpul potrivit pentru postări e între orele 11.00 – 13.00 sau între 19.00 – 21.00. Instagram-ul poate deservi perfect pentru extinderea reclamelor din Facebook dar totodată oferă o soluție extrem de prietenoasă pentru promovarea artificială a conținutul produs, direct din telefonul mobil.
LinkedIn
Oferă marketerilor oportunități inedite de relaționare cu cei cărora li se adresează, iar pentru rezultate pozitive e recomandată oferirea de conținut util, de interes pentru cititor și mai puțin pentru companie. LinkedIn fruncționează pe baza reciprocității: apreciază & distribuie și te vor aprecia și distribui. Pentru brand awareness statisticile spun că oamenii sunt cu 50% mai inclinați să cumpere de la o companie cu care au interacționat pe LinkedIn, iar 80% dintre ei sunt dornici să primească informații relevante, utile pentru dezvoltarea lor profesională.
Dacă suntem de acord că relațiile frumoase sunt clădite pe baza conversațiilor interesante, atunci succesul postărilor LinkedIn funcționează pe același concept. Membrii LinkedIn apreciază conținutul inspirațional, cu plus de valoare (‘The Morning

Starter’), iar postările cu conținut valoros, pe un ton prietenos, publicate la ore potrivite ajung la mai mulți membrii și sunt distribuite mai departe. Se recomandă comunicarea zilnică, dimineața devreme sau seara și mereu însoțită de link spre continuarea ‘poveștii’ începută în share, unde nu ai timp și loc de povești. Deși platforma de advertising e mai scumpă decât alte rețele, calitatea rezultatelor e mai ‘scumpă’ și ea, iar Linkedin Ads sau Sales Navigator sunt instrumente ideale pentru nevoile de Business to Business (B2B) și pot genera rate impresionante de conversii în campanii de tip ‘Lead Generation’.

Google+

Dacă nu ești la curent cu beneficiile unui cont bine întreținut pe Google+ ai avea, probabil, tendința să îl treci cu vederea sau nu îi aloci la fel de mult timp ca altor rețele sociale. Google+ e singurul canal de social media care permite formatarea textului și poate aduce multă vizibilitate brand-urilor, sprijinind strategia SEO. Postările pot ajunge organic în prima pagină din căutările Google iar conținutul poate fi automat distribuit și în alte canale importante, ca My Business sau Youtube.

Un post de impact pe Google+ ar trebui să conțină un titlu bold-uit și la propriu și la figurat, link și poză creativă la dimensiuni mari. Apoi totul ține de potrivirea cu cercurile tale (Circles) și de hashtag-uri cât mai relevante. Și în acest canal ca în cele de mai sus se potrivește zicala o poză face cât o mie de cuvinte, eficiența fiecărei rețele sociale fiind determinată în mod direct de imagine, pentru că aparent un conținut valoros e ignorat dacă e însoțit de o imagine nepotrivită.

Sugestiile noastre

Analiza profundă a cât mai multor informații despre audiența căreia se adresează brand-ul, urmărirea reacției la fiecare tip de postare și la momentul potrivit fiecărui canal. Succesul sau insuccesul comunicării digitale e determinat de reacția oamenilor, e important ce comunici dar la fel de important e și cum o faci. Aplică tactici specifice fiecărei rețele în parte și evită să comunici la fel în toate, în momente similare. Mesajele brandului nu trebuie să ajungă la toată lumea ci la cine trebuie, așa că îți recomandăm să segmentezi constant audiențele în funcție de interese, demografic, geografic sau pe baza rezultatelelor obținute, aplicând tactica A/B testing în fiecare aspect.

P.S. Conținutul vechi nu trebuie să fie neapărat vechi, dacă-l refolosești înlocuind imaginea, mesajul sau audiența poate vei avea surprize pozitive.

Despre Craft Interactive SRL

Agenție interactivă cu nucleu digital. Personalizăm mixul ideal de soluții în marketing online, să creștem performanța business-ului de care te ocupi. Îți promitem!

CRAFT INTERACTIVE SRL

https://www.craftinteractive.ro