



۱۰ قانون بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی

افزایش قدرت بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به شما کمک کند تا مخاطبان و مشتریان خود را به شدت افزایش دهید؛ اما شروع کار بدون تجربه یا بینش قبلی چالش‌برانگیز است.

شناخت اصول بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بسیار حیاتی است. استفاده از این ۱۰ قانون به شما کمک می‌کند که از حداکثر کردن کیفیت تا افزایش مدخل‌های داده آنلاین، مبنایی برای تقویت مشتریان، برند و مهم‌تر از همه نتیجه نهایی‌تان ایجاد کنید.

۱. قانون گوش دادن

موفقیت در رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوا به گوش دادن بیشتر و سخن گفتن کمتر نیاز دارد. مطالب آن‌لاین مخاطبان هدف خود را بخوانید و به گفتگوهای آن‌ها بپیوندید تا مطالب مهم برای آن‌ها را بشناسید. تنها آن‌وقت است که می‌توانید

مطالبی را تهیه کرده و مباحثی را برانگیزید که به زندگی آنها ارزش بیشتری ببخشد نه اینکه آن را پیچیده‌تر کند.

۲. قانون تمرکز

در بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی بهتر است کاری تخصصی انجام دهید تا اینکه آچار فرانسه باشید. یک رسانه اجتماعی متمرکز و یک استراتژی بازاریابی محتوای بسیار متمرکز که هدفش ایجاد برندی قوی است در مقایسه با استراتژی گسترده‌ای که سعی می‌کند برای همه مردم همه چیز باشد، شانس بهتری برای موفقیت دارد.

۳. قانون کیفیت

کیفیت بر کمیت ارجحیت دارد. بهتر است که ۱۰۰۰ مخاطب آنلاین داشته باشید که مطالبتان را می‌خوانند، آنها را به اشتراک می‌گذارند و با مخاطبان خود درباره‌شان بحث می‌کنند، تا اینکه ۱۰.۰۰۰ مخاطب داشته باشید که پس از تماس اول با شما ناپدید می‌شوند.

۴. قانون صبر

موفقیت در بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوا یک‌شبه اتفاق نمی‌افتد؛ در حالی که احتمال موفقیت سریع وجود دارد، اما احتمال موفقیت در طولانی مدت بسیار بیشتر است.

۵. قانون اثر مرکب

اگر مطالبی جذاب و باکیفیت را منتشر کنید و تلاش کنید تا مخاطبان آنلاین خود را به پیروانی خوب تبدیل کنید، آنها نیز این مطالب را با مخاطبان خود در توئیتر،

فیس‌بوک، لینکداین، وبلاگ‌های شخصی و غیره به اشتراک می‌گذارند.

به اشتراک‌گذاری مطالب شما و بحث درباره آن‌ها مدخل‌های داده جدیدی را در موتورهای جستجو مانند گوگل باز می‌کند و باعث می‌شود افراد این مطالب را با جستجوی واژگان کلیدی پیدا کنند. آن مدخل‌های داده می‌توانند به صدها یا هزارها روش بالقوه دیگر برای پیدا کردن شما در فضای آنلاین منجر شوند.

۶. قانون اثرگذاری

زمانی را به یافتن اثرگذاران آنلاین در بازار خود اختصاص دهید که مخاطبان خوبی دارند و شاید به محصولات، خدمات و کسب‌وکار شما هم علاقه‌مند باشند. با این افراد تماس برقرار کرده و رابطه ایجاد کنید.

اگر شما را به عنوان منبعی مسلط و جذاب از اطلاعات مفید بشناسند و در مرکز توجه آن‌ها قرار گیرید، شاید مطالب شما را با مخاطبان خود به اشتراک بگذارند که این کار می‌تواند شما و کسب‌وکارتان را به جمع عظیمی از مخاطبان معرفی کند.

۷. قانون ارزش

اگر تمام وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانید تا محصولات و خدمات خود را به صورت مستقیم تبلیغ کنید، مردم دیگر به حرفتان گوش نخواهند کرد. باید به این مکالمات ارزش اضافه کنید. تمرکز کمتری بر تغییرات و تمرکز بیشتری بر تولید مطالب جالب و ایجاد ارتباط با اثرگذاران آنلاین داشته باشید. این افراد در طول زمان به کاتالیزورهای قدرتمندی برای بازاریابی دهان‌به‌دهان کسب‌وکار شما تبدیل می‌شوند.

۸. قانون سپاسگزاری

مطمئنًا کسی را که شخصا با شما تماس داشته است را فراموش نمی‌کنید، پس آن‌ها را در فضای آنلاین هم نادیده نگیرید. ایجاد ارتباط یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در بازاریابی رسانه‌های اجتماعی است، پس همیشه از کسانی که با شما در ارتباط هستند سپاسگزاری کنید.

۹. قانون دسترسی

نباید مطلب خود را منتشر کرده و سپس ناپدید شوید. در دسترس مخاطبان باشید. به این معنی که باید مدام مطالبی را منتشر کنید و در بحث‌ها شرکت کنید. شاید همراهان آنلاین بی‌ثبات باشند و اگر به مدت چند هفته یا چند ماه ناپدید شوید، در جایگزین کردن شما تردید نکنند.

۱۰. قانون مقابله به مثل

نمی‌توانید از دیگران انتظار داشته باشید که مطالب شما را به اشتراک بگذارند و درباره‌تان صحبت کنند، مگر اینکه همین کار را برای آن‌ها انجام دهید؛ بنابراین، باید بخشی از زمانی که در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانید را صرف به اشتراک‌گذاری و صحبت درباره مطالب منتشر شده توسط دیگران کنید.