



۱۰ راه آسان برای افزایش اعتبار کسب‌وکار شما در شبکه‌های اجتماعی

همه ما پیام‌های تبلیغاتی یک‌شکل و بی‌معنی زیادی در شبکه‌های اجتماعی مختلف (فیس‌بوک، ایمیل و...) دریافت کرده‌ایم و می‌دانیم اکثر این پیام‌ها بی‌نتیجه هستند زیرا شبکه‌های اجتماعی صرفاً وسیله‌ای برای تبلیغات و فروش کالا نیستند. جالب است که بسیاری از شرکت‌ها (و حتی بعضی از افراد) وانمود می‌کنند فعالیت‌شان در شبکه‌های اجتماعی به صورت خودکار تنظیم نشده است، پیغام‌ها از طرف خودشان فرستاده می‌شود و روباتی در کار نیست؛ اما این فعالیت‌های خودکار در شبکه‌های اجتماعی به راحتی قابل تشخیص است.

مردم متوجه می‌شوند شما دارید از چه چیزی صحبت می‌کنید و هدف‌تان فقط فروش کالا و خدمات‌تان است؛ با وجود این هنوز بعضی از شرکت‌ها در شبکه‌های اجتماعی با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند و فروش خوبی از این راه دارند، اما شیوه آن‌ها متفاوت است. آن‌ها از پیام‌های مصنوعی و تنظیم شده استفاده نمی‌کنند و به همین دلیل در شبکه‌های اجتماعی معتبرترند.

اگر شما هم دوست دارید تغییری در روش‌تان ایجاد کنید و اعتبارتان را در شبکه‌های اجتماعی افزایش بدهید، این مطلب به شما کمک خواهد کرد.

۱. تشکر کنید

به مناسبت‌های مختلف از مخاطبانتان تشکر و قدردانی (حداقل یک بار در روز) کنید. در اینجا به چند مورد که می‌توانید بابت آن‌ها تشکر کنید، اشاره می‌کنیم. زمانی که مخاطب جدیدی صفحه شما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کند. زمانی که شما را به فهرستی اضافه می‌کنند. زمانی که مطالب شما را به اشتراک می‌گذارند. زمانی که نام شما را در مطالبشان ذکر می‌کنند. زمانی که مطلبی را می‌خوانید که مورد علاقه شما است.

۲. پیام‌هایتان را شخصی‌سازی کنید

همه ما می‌دانیم استفاده از نام هر شخص هنگام گفت‌وگو تاثیر زیادی دارد؛ بنابراین سعی کنید هنگام گفت‌وگو با مخاطبان از اسم آن‌ها استفاده کنید. بسیاری از پیام‌های خودکار به راحتی قابل تشخیص است؛ برای مثال گاهی اوقات من پیام‌هایی دریافت می‌کنم که از من می‌پرسند: «از توئیتر برای کسب‌وکار استفاده می‌کنید یا تفریح؟» یا «شغل شما چیست؟». خودکار بودن این پیام‌ها بسیار واضح است چون هر کسی که پروفایلم را نگاه کند به سرعت جواب این سوال‌ها را متوجه می‌شود.

این‌گونه پیام‌های خودکار موجب کاهش مخاطبانتان خواهد شد. به این فکر کنید اگر نتایجی که از این پیام‌ها می‌گیرید دو برابر شود، آیا ارزش دارد وقت بگذارید، نیمی از مخاطبان را تک‌تک بشناسید و به آن‌ها پیام دهید؟ برای شناختن آن‌ها کافی است به سرعت پروفایلشان را چک کنید یا وبسایتشان را بخوانید.

۳. فقط درباره کسب و کارتان صحبت نکنید

بعضی اوقات مطلبی درباره زندگی شخصی‌تان به اشتراک بگذارید؛ البته در حوزه کسب و کار؛ کسی نباید مانند کیم کارداشیان توثیت کند اما برای مثال شما می‌توانید درباره مسابقه بیس‌بال که شنبه گذشته تماشا کرده‌اید، پستی به اشتراک بگذارید. به خاطر داشته باشید که مردم دوست دارند از فعالیت‌های یکدیگر (مانند تماشای مسابقه بیس‌بال یا شرکت کردن در مسابقه دو ۵ کیلومتر) باخبر شوند.

۴. فقط به سوددهی فکر نکنید

شاید رعایت این نکته برای کارمندی که رئیسشان در مورد سوددهی سختگیری می‌کند مشکل باشد. بسیاری از کسب و کارهای کوچک برای نتیجه گرفتن از شبکه‌های اجتماعی تحت فشار هستند؛ اما اگر شما می‌خواهید اعتبارتان را در شبکه‌های اجتماعی افزایش دهید، بهتر است برای مدتی از سخنرانی و تبلیغ کالاهایتان دست بکشید. مردم به سادگی متوجه می‌شوند شما فقط دارید آن‌ها را به خرید کالاهایتان تشویق می‌کنید؛ بنابراین حداقل در سه ارتباط اول، هیچ حرفی از فروش نزنید و در مورد کالاهایتان صحبت نکنید.

۵. به ارتباط با دیگران علاقه‌مند شوید

آیا تا به حال کتاب «چگونه دوست پیدا کنیم و روی مردم تاثیرگذار باشیم» (نوشته دیل کارنگی) را خوانده‌اید؟ به نظر من همه متخصصان شبکه اجتماعی و حتی همه مردم باید این کتاب را بخوانند. خلاصه کل کتاب در همین جمله است: «این کار در شبکه‌های اجتماعی تاثیر گسترده‌ای دارد و اگر شما می‌خواهید از این طریق فروش زیادی داشته باشید باید خیلی از این روش استفاده کنید (لایک کردن و نظر دادن در مورد مطالب‌های دیگران)».

بنابراین اگر شما هم می‌خواهید این کار را انجام دهید، در وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی کامنت بگذارید. خیلی از این صفحات کامنت زیادی ندارند اما واقعا به آن نیاز دارند. فقط به یاد داشته باشید که از لینکتان در کامنت استفاده نکنید زیرا با این کار تمام نتایج خوب کارتان از بین خواهد رفت.

۶. روی فهرست کوتاهی از مخاطبان تمرکز کنید

اکثر مدیران و کارآفرینان دوست دارند ده‌ها هزار ارتباط در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند اما درصد کمی از مردم به این تعداد از ارتباطات کسب‌وکاری نیاز دارند؛ در واقع حتی حفظ این ارتباط با دو هزار نفر نیز غیر واقع‌بینانه است؛ بنابراین انتظار خود را پایین بیاورید طبق تحقیقات انجام شده، بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی به وجود آمده در دنیای کسب‌وکار بین ۱۰۰ تا ۳۰۰ نفر است. روی این تعداد تمرکز کنید و مخاطبانتان را با دقت انتخاب کنید.

۷. از تنظیمات خودکار استفاده نکنید

در شبکه‌های اجتماعی همه چیز به‌روز است؛ اما با وجود این بیشتر ما مطالبی را که می‌خواهیم به اشتراک بگذاریم، از هفته‌های پیش تنظیم می‌کنیم تا به طور خودکار پست شود. ما با این کار می‌خواهیم در وقتمان صرفه‌جویی کنیم اما با به اشتراک گذاشتن مطالب قدیمی به نتیجه مطلوب نمی‌رسیم. لازم نیست که تمام مطالب را شخصا به روزرسانی کنید؛ فقط در برنامه‌ریزی‌هایتان کمی انعطاف داشته باشید تا بتوانید هر از چندگاهی مطالب جدید به اشتراک بگذارید.

۸. در خدمات به مشتری‌ها صداقت، دلسوزی و عدالت را رعایت کنید

شبکه‌های اجتماعی به یکی از راه‌های خدمات به مشتریان تبدیل شده است و این

اتفاق خوبی است زیرا از این طریق شما می‌توانید سریع‌تر به مشتری‌ها کمک کنید و همیشه در دسترس باشید؛ اما اگر اشتباهی رخ دهد اوضاع سخت خواهد شد. در شبکه‌های اجتماعی احتمال این اتفاقات بسیار زیاد است؛ برای مثال ممکن است مشتری از لحن پاسخگویی شما ناراحت شود و آن را توهین‌آمیز قلمداد کند. شما باید در این زمینه اعتدال داشته باشید. لحن شما باید نه خیلی رسمی و خشک باشد، نه بیش از اندازه صمیمی و راحت.

۹. اگر اشتباه کردید بپذیرید

اگر اشتباه کردید و در شبکه‌های اجتماعی حرف احمقانه‌ای زدید، خودتان را توجیه نکنید. فقط به طور ساده و واضح عذرخواهی کنید. برای مثال بگویید: «آن مطلب واقعا احمقانه بود، ما عذرخواهی می‌کنیم؛ دیگر چنین اتفاقی رخ نمی‌دهد».

همچنین شما باید به نوع عذرخواهی کردن‌تان دقت کنید. عذرخواهی شما نباید به این شکل باشد: «معذرت می‌خواهیم که به شما توهین شده است» زیرا در این صورت شما انگشت اتهام را به سوی مخاطبان گرفته‌اید.

۱۰. خودتان باشید

خودتان باشید و سعی کنید ویژگی‌های خاص برند خودتان را داشته باشید. زمانی که این ویژگی‌ها را داشته باشید و آن‌ها را بشناسید، باعث استحکام و پایداری برندتان می‌شوید. پایداری یکی از بارزترین نشانه‌های یک برند یا شخص معتبر است.