

A közösségi média a vállalkozás javát szolgálhatja

OSZD MEG, AMID VAN!

Földesi Gábor



Lehet vitatkozni azon, hogy a social media használata beteges vagy törvénytörő, de az tény, hogy a túlzott használatának hátrányai mellett pozitív hatás is elérhető vele. Leginkább egy olyan vállalkozás esetén, aki lépést kíván tartani a világgal, hogy a víz felett maradjon. És még csak komoly anyagi ráfordítást sem igényel, bár bizonyos szabályokat érdemes betartani. Megkértünk hát egy szakértőt, hogy tegyen helyre néhányat. A digitális tudásra épülő új rovatunk célja az online térben való minél jobb eligazodás és a benne rejlő lehetőségek kiaknázása.

Egy hazai kis- és középvállalkozási (kkv) szektor digitális fejlettségét vizsgáló kutatásból kiderült, hogy a vállalati szféra komoly lemaradásban van a digitális felkészültséget illetően. A kutatásban megkérdezett cégek vezetői elmondták, hogy a digitális fejlesztéseknél kiemelt szempont számukra a költséghatékonyság, a kényelem és az adatok biztos tárolhatósága is.

Ezeket az információkat egészíti ki egy másik kutatás, ami a hazai cégek digitalizációhoz való hozzáállását vizsgálta. Az eredmények alapján a megkérdezettek java szerint versenylőnyt biztosítanak számukra a digitalizációhoz köthető fejlesztések és beruházások. És nyilván hasznos az új telefon, a notebook, a drága vállalatirányítási szoftver vagy a szélesedő online tér hirdetési felületei, ha a szakember nem érzi elemi érdekének, hogy a változó világ új kihívásainak megfeleljen. Így elsősorban a felfogáson érde-



Klausz Melinda szerint a rendszeresség és a tudatos bázisépítés a fontos

Fotó: Domján Attila

mes változtatni, elfogadva a tényt, hogy aki kimarad, az lemarad.

SZINTE MINDENKI HASZNÁLJA

– Manapság a közösségi média felületeket túlzás nélkül mond-

hatjuk, hogy mindenki használja. A statisztikák azt mutatják ugyanis, hogy aki internet közelébe tud jutni és „írástudó”, azon személyek 96 százaléka fent van például a Facebookon, az üzenetküldésre alkalmas Messengert havi szinten 4,9 millió



magyar használja aktívan. Legyen szó cégvezetőről, magánszemélyről ma már a Facebook, a Messenger és az Instagram szinte kikerülhetetlen – főleg akkor, ha hirdetünk is a felületeken – mondja Klausz Melinda közösségi média specialista, a kozossegi-media.com ügyvezetője. A kissé álnaiv kérdésre, hogy milyen kézzel fogható előnyök származnak a közösségi média használatából, a szakértő elsőként a következőt emeli ki: Ha okosan használjuk a felületeket, akár ingyenes „hirdetési” felület tud a számunkra lenni. Viszont nem kell nagy költségbefektetés (havi szinten akár 10–20 ezer forint is elég), ha jól kommunikálunk és hirdetünk, hogy minél több ember lássa a posztjainkat, bejegyzéseinket. Ha a termékeinket, szolgáltatásainkat képekkel tudjuk illusztrálni, gyorsabban észreveszik az emberek. Ha egy lájkot adnak a képhez, megosztják azt vagy például hozzászólnak, látni fogják az ismerőseik a bejegyzést és így megrendelések érkehetnek olyanoktól is, akiket még nem ismerünk.

SZÁNJUNK RÁ NÉMI IDŐT

– *Mennyire kell mélyre ásnia magát és mekkora időráfordítással az egyébként totál elfoglalt asztalos/faipari szakembernek?*

– Azt szoktam javasolni, hogy érdemes egy oktatásra beülni és megtanulni/megismerni a lehetőségek széles tárházát, mivel nagyon sok technika áll ma már rendelkezésre. Aztán, hogy melyiket használjuk és hogyan, ez az idő függvényé-

ben alakulhat. Ami viszont fontos, hogy rendszeresen osszuk meg tartalmakat a megfelelő oldalakon. Például létrehozhatunk személyes profilt is a Facebookon, de hogy hányan látják a posztjainkat, ezen a felületen nem fogjuk tudni megnézni, ahogyan hirdetni sem. Ehelyett inkább a rajongói („tetszkelős”) oldal felépítése a jobb megoldás. A témában már több könyvet is jegyző Klausz Melinda az asztalo-





soknak leginkább a Facebook-felületet javasolja, melyet aztán szép és rendszeres képmegosztásokkal az Instagram követhet. Mivel általában az erőforrások végesek, ennél több felületen nem érdemes jelen lenni, inkább ezeken aktívan és rendszeresen, és akár hetente 6–8 alkalommal tartalmat feltölteni.

– *Mennyit érdemes költeni rá és hogyan?*

– Itt nagyon fontos, hogy lehetőség van bejegyzéskiemeléssel hirdetni a Facebookon, azonban ez nagyon NEM hatékony. Ehelyett a hirdetéskezelőből érdemes hirdetéseket vennünk, de itt is fontos tudni azt, hogy a költségvetésünk 80 százaléka nem a beállításokon, hanem az optimalizáláson múlik. Vagyis azon, hogy például időben ki tudjuk-e kapcsolni azokat a hirdetéseket, amelyek nem teljesítenek jól vagy éppen finomhangolni tudjuk a visszajelzések alapján a hirdetés célcsoportját. Akinek nincs ideje ezzel foglalkozni, annak a bejegyzéskiemelést csak úgy ajánlom, ha esetenként 300 vagy

1.000 forintnál többet nem hirdet el, a hirdetési csak 1 vagy maximum 2 napig tartanak és szigorúan a biztos vásárlói közegére hirdet. Bár a legegyszerűbbnek tűnhet az a mondat, hogy mindenki adhat le megrendelést, a valóságban mindig nézzük meg, hogy milyen életkorú emberek, nők/férfiak döntenek-e a vásárlásról esetünkben és milyen városokból érkezik a legtöbb megrendelés. Őket érdemes tudatosan megcélozni.

– *Mikor, melyik napszakban lehetnek a leghatékonyabbak a hirdetések vagy akár a megosztott képek, információk?*

– A tartalom megosztásánál nincs általános statisztika, mindig a saját rajongóbázisunkra kell építeni. Emiatt is fontos azt ismerni, hogy kik a vásárlóink és ők mikor vannak hosszabb ideig gép előtt. Jellemzően az esti órák és a reggeli munkába járási időszakok jók szoktak lenni, de hogy ez melyik városban, melyik oldalon mettől meddig tart, az a közönségünktől is függ.

HOZD KÖZEL AZ ÜGYFELEKET!

Összességében elmondható tehát, hogy egy üzleti oldal menedzselése nem bonyolultabb, mint egy rendszeresen használt magánprofil kezelése. A kezdő lépések után, csupán megfelelő tartalomválasztás és rendszeres publikáció szükséges ahhoz, hogy egy stabilan fejlődő oldalon kommunikálhasson meglévő és leendő ügyfeleivel. A közösségi médiában való aktív részvétel már megkerülhetetlen, a régi, jól megszokott hirdetési felületek lassan kiszorulnak a piacról, ha nincsen online hátterük.

A kisvállalkozások dinamikus és interaktív közösségi média jelenléttel



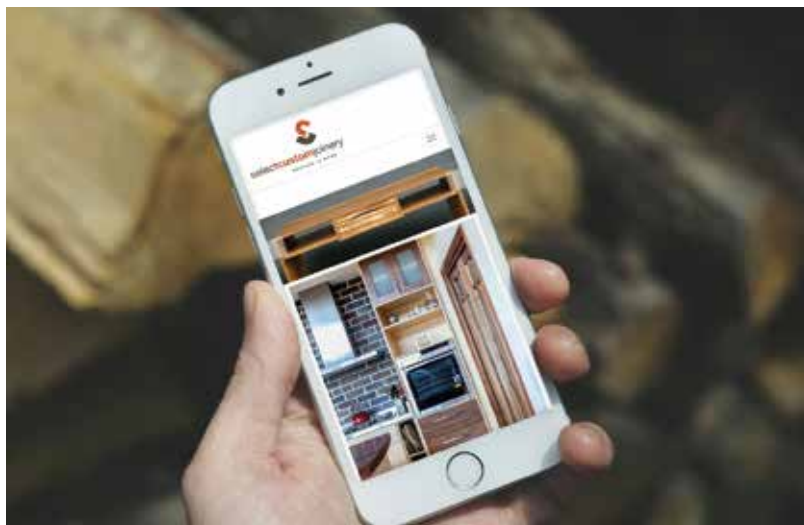
túlléphetnek korlátjaikon, emellett lényeges szempont, hogy mindezt vállalható költséggel is elérhetik. Már heti néhány órás munkával komoly tábort építhetünk és az érdeklődés fenntartásával ez a kör dinamikusan növekedhet, ha betartjuk a fenti javaslatokat.

Ráadásul nem szükséges az összes szabadidőnket a közösségi

média csatornáinak kezelésével töltönnünk. A túlzott posztolgatás is visszaüthet, inkább a rendszeres, de jól célzott megjelenést preferáljuk, valamint a minőségi, a látogatókat érdeklő tartalom kerüljön elő. A kisvállalkozókat a vásárlók jelentős része a megbízhatóság és a helyi értékek támogatása miatt választja. Ezért ajánlott nyitottnak

és kommunikatívnak lenni teljes mértékben.

Az sem titok továbbá, hogy a televízió előtt töltött idő csökken, annak helyét átveszi az online tér, illetve az ott nézhető videókra fordítunk egyre több időt. A jól ismert és gyakran átkozott reklámok pedig mára a videók közé is beköltöztek. Az online videók használata egyre elterjedtebb, ma már kevés olyan vállalkozás van, akinek egyetlen videója sem található meg a világhálón. Egyszerre hat az ember tudatos és tudatalatti gondolkodására, hiszen a beszéd és az írott szövegek üzenete kiválóan megtámogatható képi hatásokkal. Ezért érdemes a vállalkozásoknak átgondolni, hogy mely termék vagy szolgáltatás lehet a legcsábítóbb egy ügyes videóban bemutatva. A színvonalas videós tartalmak aztán még komolyabb ütemben képesek terjedni a közösségi portálokon. ■



Asztalos Fűrészáru
 műszárítva és gatterfrissen

SAPIRO - TRANSZ Faipari Kft.

Szélezetlen fűrészáru
közvetlenül a gyártótól
0. – I. oszt.
Minőségben

Tölgy, Kőris, Juhar
Gőzölt Cseresznye, Gőzölt Bükk
Borovifenyő, Vörösfenyő,
stb...

Aktuális árainkról érdeklődjön a lenti elérhetőségeken, vagy tájékoztató jelleggel megtalálhatóak a www.sapirotransz.hu weboldalunkon a → Termékeink → Fűrészáru menüpontban!

Th.: Nagykálló GPS: 47°52'19.7"N 21°49'05.7"E
Iroda: Nyíregyháza, Fábrián Z. u. 18. T el.: +36-42/595-509
E-mail: info@sapirotransz.hu Mobil: +36-30/955-1909

Furnér Művek Kft.

1222 Budapest, Háros u.7

FURNÉR

SZAKÉRTELEM

MEGBÍZHATÓSÁG

Miszlai József: 20/953 4318.

Gácsér Csaba: 70/779 4199.

Központi tel.: (1) 424 6209.

info@bfm.hu

www.bfm.hu

/facebook.com/furnermuvek