



# Kako je 600.000 slovenskih Facebook uporabnikov lahko vaših? Socialna omrežja so medij prihodnosti

..PRI KLASIČNEM OGLAŠEVANJU TEŽKO CILJNO NAGOVARJATE SVOJE POTENCIALNE KUPCE. KLJUB NENATANČNEMU DOSEGU PA ZANJ PLAČUJETE POLNO CENO. ZDAJ LAHKO Z MINIMALNIM (DENARNIM) VLOŽKOM DOSEŽETE, DA PRAV TI KUPCI SAMI NAJDEJO VAS. IN O VAS ZAČNEJO ŠIRITI DOBER GLAS..

Dobro leto nazaj so velike oglaševalske agencije dojemale Facebook kot »eksotiko«, primerno morda za kakšno gverilsko oglaševalsko kampanjo. Danes je pojavljanje na tem največjem socialnem omrežju na svetu postalo del vsakega oglaševalskega budžeta. Socialna omrežja so na novo napisala pravila igre. Imeti dobro kreativno strategijo, na razpolago dovolj denarja, zakupiti medijski oglasni prostor ... ni več dovolj! To je šele začetek, saj je Facebook vaš avditorij preobrazil iz pasivnih sprejemnikov v aktivne uporabnike, ki imajo svojo mnenje o vas, vašem izdelku, blagovni znamki ... o vsem pravzaprav. Če ste dobro zasnovali strategijo in uspešno nastopili na socialnih omrežjih, v rokah držite sveti gral oglaševanja: zvesto stranko, ki je postala vaš ambasador in naokrog širi o vas dober glas. Facebook je oglaševanje od ust do ust, a na digitalnih steroidih!

Nekoč je potrošnik lahko svojo dobro (ali slabo) izkušnjo zaupal svojim bližnjim: prijateljem, sorodnikom ... in z njo dosegel v najboljšem primeru nekaj deset ljudi. Danes pa ima vsak uporabnik na Facebooku povprečno 150 prijateljev. In tudi oni imajo svoje prijatelje. Informacija se širi naprej hitreje, kot ste si kdaj upali predstavljati. Kako izkoristiti to neverjetno prednost, viralnost Facebooka? Izogibajte se klasični začetniški napaki. Mnogi so namreč prepričani, da pojavljanje na socialnem omrežju deluje kot čarobna palčka, ki bo čez noč odpravila vse težave, nato pa so hitro razočarani nad neuspehom. Seveda! Grajenje skupnosti privrženecv vašega izdelka ali blagovne znamke je proces. Ta zahteva dobro analizo tržišča, ciljne skupine in definiranje ciljev, ki bi jih radi dosegli. Zahteva predvsem čas in dobro vizijo. Prepogosto se dogaja, da zaradi nepoznavanja osnovnih zakonitosti Facebooka zaidete v slepo ulico. Pričakovanega velikega števila uporabnikov ni od nikoder, na vaše objave ni in-



»Matej Špehar je po 15 letih dela v tradicionalnih medijih te zapustil in se specializiral za poslovno komunikacijo v socialnih medijih. Z njegovo pomočjo na Facebooku uspešno nastopajo mnoga znana slovenska podjetja in njihove blagovne znamke.«

terakcij ali pa so te celo negativne. Kako naprej? Težko. V labirintu socialnih mrež ste izgubili kompas in težko boste našli pravo pot nazaj. Pripravite pravo strategijo, preverite, katere vsebine bi lahko zanimale vaše uporabnike, določite

ton komunikacije, naredite si časovni načrt grajenja baze, preverite, če lahko uporabite še ostala socialna omrežja (Twitter, YouTube, Flickr, MySpace, Vimeo, blogi ...). Saj veste, samo enkrat lahko naredite prvi vtis. Naj bo najboljši, ter naj traja! Po vsem napisanem se morda zdi nekoliko navivno, a je večkrat preverjeno dejstvo. Če imate voljo in znanje za uspešen nastop na socialnem omrežju, ste na dobri poti do zmage. Že komunikacijsko orodje je na voljo popolnoma brezplačno: prijava na Facebooku pač nič ne stane. Ni se vam treba ukvarjati z zakupi strežnikov, registracijo domen, programiranjem in grafičnim oblikovanjem, kar navadno spremlja klasično spletno stran. Pri Facebooku že vse čaka na vas! Vprašanje, ali je na socialnih omrežjih potrebno biti prisoten, je brezpredmetno. Vprašanje je, kako dobri smo pri tem. (P.R.)


  


**Kako uspeti na**  
**Predavanje in delavnica**  
**o poslovni komunikaciji**  
**na socialnih medijih.**  
**23. november ob 9h**  
**Ambient hotel, Domžale**  
**Predavatelj: Matej Špehar**  
**info: nives@druzbenomrezja.si**

- Če bi bil Facebook država, bi bil tretja po velikosti. Po številu prebivalcev sta večji samo Kitajska in Indija. Trenutno ima Facebook preko 500 milijonov uporabnikov.
- Samo 14 % potrošnikov še verjame klasičnim oglasom.
- Na Facebooku je prijavljenih/registriranih preko 600.000 Slovencev – to pomeni, da je vsak četrti Slovenec uporabnik Facebooka.
- Vsak teden se število uporabnikov Facebooka v Sloveniji poveča za eno polno dvorano Hale Tivoli (veliko, ledeno dvorano)
- Najpopularnejša slovenska blagovna znamka na Facebooku je radio Hit, ki ima že preko 53.000 zasledovalcev.
- Najpogostejša začetniška napaka na Facebooku je uporaba zasebnega profila za poslovne namene in je prepovedana.



**Matej Špehar**  
 Popularizacija blagovnih znamk v družabnih omrežjih

**Družbena omrežja, Matej Špehar s.p.**  
 Kersnikova 14, Dob  
 info@druzbenomrezja.si  
 www.druzbenomrezja.si