

Če jih ne moreš premagati, se jim pridruži.

# Radio Hit je na Facebooku glavni

..MATEJ ŠPEHAR JE Z EKIPO USTVARIL NAJPOPULARNEJŠO SLOVENSKO BLAGOVNO ZNAMKO NA DRUŽABNIH MEDIJIH. TA TRENUTEK RADIO HIT NA FACEBOOKU ZASLEDUJE 55.000 PRIVRŽENCEV. ALI LAHKO TA USPEŠEN PRIMER UPORABITE ZA PROMOCIJO VAŠE BLAGOVNE ZNAMKE?..

Konec lanskega poletja je pri nas začela naglo naraščati uporaba Facebooka. Takrat je imel Facebook v Sloveniji že približno 450.000 uporabnikov, toda blagovnih znamk na njem skorajda ni bilo. Če so bile, pa so podjetja velikokrat ubrala napačno strategijo nastopa: namesto javnega so odprla zasebni profil (ta ima limit 5.000 prijateljev in je namenjen izključno osebni uporabi – v primeru poslovne sledi kazen z izbrisom).

Radio Hit je bil eden prvih, ki se je zavedel potenciala ogromne populacije, ki svoj prosti čas preživlja na Facebooku (povprečni uporabnik na dan kar 55 minut posveti družbenim medijem). Z učinkovito navzkrižno promocijo z matično radijsko postajo je radiu Hit uspelo izoblikovati nov medij, ki se po učinkovitosti lahko kosa s tradicionalnimi. Interaktivno spletno stran na Facebooku so aktivirali ne glede na obstoječo »klasično« spletno stran. Svetovni splet in Facebook si ne konkurirata, ampak se odlično dopolnjujeta! Radio Hit je z uspešno sinergijo na Facebooku obisk obstoječe spletne strani povečal za kar 71 %.

Facebook stran je samostojen medij, za katerega ni potrebno plačevati davka, najemati oddajnikov, postavljati tiskarn ali kupovati najnovejših kamer. Tudi samo urednikovanje ne zahteva nujno posebnih vsebin, saj te lahko ustvarjajo kar uporabniki sami s svojimi interakcijami, ko komentirajo, »lajkajo« in objavljajo svoje objave, s čimer samo še širijo dober glas. Nekoč pasivni



uporabniki vaših storitev ali izdelka, so sedaj postali ambasadorji dobrega glasu (žal lahko tudi slabega). In njihov glas je potrebno slišati in upoštevati! Na to mnogi v oddelkih marketinga in odnosov z javnostmi do sedaj niso bili pripravljani.

Predstavljajte si, da ni potrebno več toliko vlagati v klasično oglaševanje (kjer pravijo, da je 50 % vložka vrženega skozi okno, nihče pa ne ve, katera polovica je to), ampak imate lasten komunikacijski kanal s svojimi strankami. Ta vas v primerjavi s tradicionalnimi načini oglaševanja ne stane praktično ničesar. Ali pa ogromno, če se tega lotite napačno. Ker si boste zapravili tisto, kar največ šteje – ugled.

Ena največjih napak v poslovni komunikaciji na družabnih omrežjih je t. i. plakatni pristop. Vaša Facebook stran ni »trobilo«, ni oglasna deska, kamor lepите plakate za veselice. Na njem se morate pogovarjati, kot bi se pogovarjali z vašimi bližnjimi prijatelji. In njim ne berete vsebine s plakatov, kajne? Toda, ko vam uspe zgraditi tako visoko stopnjo zaupanja, kot jo imate med prijatelji, pomislite, kako visoko mnenje bodo imeli o vaši blagovni znamki.

Radio Hit je tako dobil še en medij, ki postaja vedno bolj samostojen. Na njem najdemo tudi vsebine, ki sploh niso povezane z rednim radijskim programom, včasih prav take objave dosežajo največjo stopnjo interakcij. Spodaj je primer objave, ki do tega trenutka velja za neurdnega rekorderja v viralnosti. Številka v krogu pomeni, da je bila objava vidna na kar 111.011 zidovih uporabnikov Facebooka, število Hitovih

privržencev pa je bilo v času legendarne nogometne tekme Slovenije z Američani na svetovnem prvenstvu v JAR-u približno 30.000.

Še en primer, kjer so uporabniki krojili vsebino dogajanja: v času jesenskih poplav v Sloveniji so bili najboljši poročevalci s terena kar poslušalci/pristaši Radia Hit. Z mobilniki in fotoaparati so na Hitovo stran neprestano nalagali fotografije in poročali o stanju v svojem kraju. V samo dveh dneh je bilo naloženih preko 1000 slik. Brez obljub o nagradi ali plačilu. Uporabniki so bili samo pozvani, naj delijo dogajanja v njihovi okolici še z ostalimi. Preko Hitove Facebook strani. Odziv je presegel vsa pričakovanja.

Kako je uspelo radiu Hit v enem letu ustvariti tako močno komuno zasledovalcev in kakšni so pravi pristopi komunikacije na družabnih medijih? Matej Špehar bo to odkril na prvem in edinem tovrstnem predavanju o nastopu blagovnih znamk na Facebooku 23. novembra. Število mest je omejeno. (P.R.)



**Pravi post v pravem trenutku. To objavo je videlo 111.013 uporabnikov Facebooka.**



**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**

## MIRJAM KEPIC, VODJA PROMOCIJE RADIA HIT

»Radio Hit se zaveda vseh sodobnih načinov komuniciranja in je v koraku s časom. Prav zato smo se povezali z agencijo Družabna omrežja, kjer smo s kreativnim direktorjem, Matejem Špeharjem, uspeli prenesti komunikacijo iz radijskega etra do socialnih omrežij in tako še bolj poglobili neposredni stik z našimi poslušalci. Hkrati nam je sodelovanje z njim prineslo rekordno število članov v kratkem času in hkrati naziv najbolj popularne blagovne znamke na Facebooku. Seveda se prvi finančni rezultati našega nastopa na Facebooku že kažejo, kar dokazuje, kako pomembna so družabna omrežja za podjetje.«