**ΜΑΘΗΜΑ 2Ο – MARKETING & SOCIAL MEDIA**

 ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ MARKETING

 **Οι εξελίξεις στα social media είναι πάντα καταιγιστικές.**

**1. Ξεκινάμε με το live video streaming.** Το video έχει κατακλύσει τα social feeds σε όλες τις πλατφόρμες. Οι εταρείες δεν μπορούν να μείνουν έξω από αυτό το trend και φυσικά καλούνται να αναπροσαρμόσουν τη στρατηγική τους. Τα πλεονεκτήματα του live video είναι ότι αφ’ ενός επιτυγχάνει ισχυρότερη σύνδεση του ατόμου με τη μάρκα και αφ’ ετέρου δικαιολογεί τη χαμηλότερη ποιότητα εικόνας και ήχου αφού πρόκειται για ένα video που παράγεται επί τόπου χωρίς τεχνικά μέσα και προδιαγραφές.

Το live video μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει ενδιαφέρον για ένα νέο προϊόν ή μια νέα έκδοση προϊόντος, να αναδείξει την κουλτούρα μιας εταιρείας, να δώσει ζωντανή κάλυψη ενός event, ή ακόμη και να φιλοξενήσει ζωντανές ερωταπαντήσεις με τους πελάτες/καταναλωτές σας. Οι δυνατότητες είναι ατελείωτες.

**2. Οι διαφημίσεις με slideshow** είναι άλλη μία νέα, μεγάλη τάση. Φτιάχνονται πολύ εύκολα, συνδυάζουν φωτογραφίες και video και μπορούν να γίνουν εξαιρετικά συναρπαστικές και διαδραστικές. Αποτελούν έναν αξιομνημόνευτο τρόπο επικοινωνίας που οι εταιρείες θα χρησιμοποιούν όλο και συχνότερα. Τουλάχιστον μέχρι την επόμενη μεγάλη τάση...

**3. Το τοπίο στα social media αλλάζει.** Τί σημαίνει αυτό; Βασικά ότι τα social media πληθαίνουν. Η εποχή που μια εταιρεία ή ένας οργανισμός μπορούσε να αρκεστεί σε ένα facebook και ένα twitter έχει ξεπεραστεί. Οι marketer έχουν να μοιράσουν το χρόνο και τα χρήματά τους σε νέες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (snapchat), σε online κοινότητες (slack, reddit, medium κλπ) και φυσικά στα ήδη υπάρχοντα κοινωνικά δίκτυα! Στην Ελλάδα αυτά δεν έχουν ακόμα γνωρίσει τεράστια ανάπτυξη αλλά η τάση έρχεται.

**4.** Οι τρόποι αλληλεπίδρασης επίσης αλλάζουν. Το τοπίο γίνεται όλο και πιο ρευστό βλέπε Snapchat, **Instagram stories** το οποίο αποτελεί και την επόμενη μεγάλη τάση. Το Instagram ζήλεψε τη δόξα του Snapchat (το οποίο χαλάει κόσμο στην Αμερική) και αποφάσισε να το μιμηθεί μιας και δεν μπόρεσε να το αγοράσει. Έτσι, δημιούργησε το Instagram stories, το οποίο δίχασε λίγο το κοινό, αλλά αποτελεί μία καινούρια ευκαιρία προώθησης προϊόντων, υπηρεσιών και εταιρειών καθώς αυτό το καινούριο χαρακτηριστικό εμφανίζεται πάνω-πάνω στην οθόνη του χρήστη.

**5.** Αν δεν το ξέρατε ήδη, το μαθαίνετε τώρα. Πάνω από 900 εκατομμύρια άνθρωποι χρησιμοποιούν το Facebook Messenger! Το WhatsApp έχει γίνει μία από τις μεγαλύτερες εφαρμογές συνομιλίας στον κόσμο. Εβδομήντα επτά από τις 100 κορυφαίες εταιρίες του Fortune χρησιμοποιούν Slack.

Το **chatting** δεν χρησιμοποιείται πια μόνο για ιδιωτικές συνομιλίες αλλά περιλαμβάνει περισσότερους συνομιλητές, γίνεται εταιρικό εργαλείο και προσφέρει μεγαλύτερες προοπτικές εξατομικευμένης επικοινωνίας. Περίπλοκο; Κι όμως δεν είναι και τόσο. Είναι σαν να μιλάνε στο τηλέφωνο πολλά άτομα μαζί και να συνεννοούνται κιόλας.

Γιατί στο κάτω κάτω, οι άνθρωποι ποτέ δεν θα πάψουν να επικοινωνούν. Τα μέσα θα αλλάζουν. Και όπως πάντα οι άνθρωποι του marketing είναι αυτοί που θα πρέπει να βρίσκουν ευφάνταστους τρόπους επικοινωνίας...!

**Οι δέκα εντολές του Social Media Marketing**

Σε μια εποχή όπου οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν κατακλείσει τη ζωή όλων, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης διαδραματίζουν το δικό τους καθοριστικό ρόλο στην καθημερινότητα καταναλωτών και επιχειρήσεων. Από την πρώτη στιγμή της δημιουργίας τους, μέχρι και σήμερα, δύο δεκαετίες αργότερα, αποτελούν ένα παγκόσμιο φαινόμενο που βρίσκεται σε διαδικασία συνεχούς εξέλιξης και ανάπτυξης. Παρόλα αυτά, έρευνες έχουν δείξει πως, οι ενέργειες οι οποίες επιτελούνται στον εν λόγω χώρο στερούνται συγκεκριμένης στρατηγικής, με τις επιχειρήσεις να αναζητούν, όλο και πιο έντονα, διεξόδους για αποτελεσματικότερη εφαρμογή του Social Media Marketing. Ποιες είναι λοιπόν οι κατάλληλες εκείνες πρακτικές οι οποίες θα μετατρέψουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης σε ένα πολύτιμο εργαλείο marketing?

Μέσω ανασκόπησης της ήδη υπάρχουσας διεθνής βιβλιογραφίας, αλλά και ανάλυσης των πρωτογενών αποτελεσμάτων που προέκυψαν μέσω έρευνας σε ελληνικές επιχειρήσεις, προέκυψε ένα προτεινόμενο μοντέλο, οι ‘’10 εντολές’’ ορθής χρησιμοποίησης του Social Media Marketing.

1. Δημιούργησε μια σελίδα που να είναι φιλική και να τραβάει την προσοχή. Αυτό είναι η αρχή της επιτυχίας. Στη συνέχεια, οι ίδιοι οι καταναλωτές θα είναι αυτοί οι οποίοι θα παράγουν και θα μεταδίδουν διαφημιστικά μηνύματα, θα σχολιάζουν, θα βαθμολογούν και προτείνουν προϊόντα και υπηρεσίες από τις οποίες είχαν μείνει ευχαριστημένοι.
2. Καθόρισε τη στρατηγική την οποία θα ακολουθήσεις και εφάρμοσε την πιστά. Παρόλο που ένας όλο και αυξανόμενος αριθμός επιχειρήσεων ακολουθεί τις νέες τάσεις της αγοράς και εισχωρεί στα Κοινωνικά Μέσα, περισσότερα από τα μισά προγράμματα Social Media Marketing αποτυγχάνουν (Gartner, 2008) . Οι επιχειρήσεις θα πρέπει, αφού πρώτα προβούν σε έρευνα αγοράς και αξιολόγηση τον συλλεχθέντων στοιχείων, με σκοπό να κατανοήσουν το περιβάλλον, τους πελάτες και τον ανταγωνισμό, στη συνέχεια να οδηγούνται στην στοχοθέτιση και κατάρτιση της στρατηγικής, η οποία οφείλει να λειτουργεί ως γνώμονας για κάθε επιτελούμενη ενέργεια.
3. Έχε μεθοδική παρουσία. Είναι απαραίτητο να παράγεται νέο υλικό σε τακτά χρονικά διαστήματα, τουλάχιστον κάποιες φορές την εβδομάδα για μικρές επιχειρήσεις και καθημερινά, αν πρόκειται για μεγάλη επιχείρηση. Είναι εξαιρετικά σημαντικό οι ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης να είναι ενεργές, προκειμένου να δημιουργείται μια συνεχής συζήτηση με το κοινό, να ενθαρρύνεται η συμμετοχή του και η προώθηση μακροχρόνιων σχέσεων.
4. Φρόντισε το περιεχόμενό σου να είναι ενδιαφέρον και ελκυστικό. Δεν αρκεί μόνο η σωστή συχνότητα των δημοσιεύσεων αλλά και η ποιότητα αυτών. Πέραν ενεργειών, νέων προϊόντων και στοιχείων σχετικά με την εκάστοτε εταιρία, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να φροντίσουν το περιεχόμενό τους να είναι επίκαιρο, ελκυστικό και σχετικό με τα ενδιαφέροντα του κοινού στο οποίο απευθύνεται.
5. Κράτησε ισορροπία στη συχνότητα δημοσίευσης και τη σχετικότητα του περιεχομένου. Ο καλύτερος τρόπος για να διατηρηθεί ένας πελάτης είναι να του προσφέρεις ισορροπημένα αυτό που επιθυμεί. Χωρίς μεθοδική παρουσία ο καταναλωτής θα χαθεί σιωπηλά προς τον ανταγωνισμό ενώ αντίθετα, με μία πέραν του επιτρεπτού παρουσία θα δημιουργηθούν αισθήματα πίεσης και εν τέλει αποστροφής. Ακόμη, το περιεχόμενο οφείλει μεν να είναι ενδιαφέρον και ελκυστικό, πάντα όμως στα επιτρεπτά πλαίσια της σχετικότητας του αντικειμένου της επιχείρησης.
6. Χτίσε μια προσωπική σχέση με τον καταναλωτή. Όταν ο καταναλωτής νιώσει ότι μπορεί να εκφραστεί, πως ακούγεται το παράπονο, το πρόβλημα και η γνώμη του, αισθάνεται πως συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση των προϊόντων της επιχείρησης και μένει πιστός, αναπτύσσοντας μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης.
7. Μίλα πάντα με ειλικρίνεια. Ποτέ μη δώσεις υποσχέσεις που δεν μπορείς να κρατήσεις. Έρευνες έχουν δείξει πως οι καταναλωτές είναι δεκτικοί στην μη παροχή κάποιου αιτήματός τους όταν αυτό γίνεται τεκμηριωμένα από την πλευρά της επιχείρησης και με ένδειξη ενδιαφέροντος. Αντιθέτως, υπάρχουν πολλά παραδείγματα δημιουργίας αρνητικού ‘’θορύβου’’ και άσχημων αντιδράσεων όταν οι υποσχέσεις οι οποίες δόθηκαν από εταιρείες αποκαλύφθηκαν αναληθείς και παραπλανητικές.
8. Πρόσφερε άμεση ανταπόκριση και συνέπεια. Πότε δεν πρέπει να υπάρχει αδιαφορία και καθυστέρηση στην ανταπόκριση. Έρευνες έχουν δείξει ότι το 68% των καταναλωτών που σταμάτησαν να αλληλεπιδρούν με μια επιχείρηση, το έκαναν γιατί ένιωθαν ότι η επιχείρηση δεν ενδιαφερόταν για αυτούς.
9. Απάντησε σε όλα τα σχόλια ακόμη και στα αρνητικά. Η μελέτη των Bambuer, Sachse και Mangold (2012) έδειξε πως τα άτομα έχουν την τάση να δημιουργούν και να διαβάζουν αρνητικές αξιολογήσεις των προϊόντων, με αποτέλεσμα να μειώνεται η αξία της μάρκας. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ακολουθούν τα αρνητικά σχόλια, να τα ταξινομούν με κάποια προτεραιότητα, να εκτιμούν τους πιθανούς κινδύνους και να λαμβάνουν τις απαραίτητες προφυλάξεις.
10. Μείνε ενήμερος για τις εξελίξεις και προσαρμόσου στις αλλαγές. Σε ένα τόσο ανταγωνιστικό και αναπτυσσόμενο περιβάλλον οι επιχειρήσεις δεν μπορούν παρά να ενημερώνονται σε καθημερινή βάση για τις εξελίξεις του περιβάλλοντος. Εν συνεχεία, οι στόχοι και η στρατηγική τους θα πρέπει να προσαρμόζονται και να εναρμονίζονται με τις εκάστοτε συνθήκες.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι μια νέα, δυνατή πραγματικότητα. Με τη σωστή εφαρμογή του Social Media Marketing οι επιχειρήσεις έχουν στα χέρια τους μια ευκαιρία βελτίωσης και εξέλιξης των σχέσεών τους με τους καταναλωτές. Μια ευκαιρία που δεν πρέπει να χαθεί.

**Η αλλαγή**

**Η πεμπτουσία της αλλαγής στο μάρκετινγκ** συνοψίζεται στην αλλαγή των 4Ρ (Product, Place, Price, Promotion) στη φόρμουλα του SAVE. Μια αλλαγή, που καταδεικνύει ότι:

- Από την έμφαση στο προϊόν (Product), έχουμε μετακινηθεί στη λύση (Solution).

- Από την τοποθέτηση (Place), έχουμε επικεντρωθεί στην πρόσβαση (Access).

- Από την τιμή (Price), πρέπει να στραφούμε στην αξία (Value).

- Ενώ από την προώθηση (Promotion), απαιτείται η στροφή προς την εκπαίδευση (Education) του καταναλωτή / πελάτη.