

اشتباهات رایج در بازاریابی مبتنی بر شبکه های اجتماعی



گروه شرکتهای آرک

نرم افزارهایی مطمئن، هوشمند و کارآمد



اشتباهات رایج در بازاریابی مبتنی بر شبکه های اجتماعی

۱- تمرکز بر تعداد دنبال کننده‌ها: بسیاری از شرکت‌ها تنها سعی می‌کنند برای خود دنبال کننده یا به اصطلاح فالوورها بیشتری جمع‌آوری کنند و تصور می‌کنند اگر به هر قیمتی که شده دنبال کننده‌ی بیشتری داشته باشند موفق‌تر خواهند بود. قطعاً این تفکر اشتباه است و تعداد دنبال کننده‌ها آنقدری که آنها تصور می‌کنند اهمیت ندارد. ولی وقتی شما بتوانید محصول یا خدمت خود را به خوبی معرفی کنید و کاربران نیز از کیفیت آنها راضی باشند، بدون شک برنامه‌ی بازاریابی شما نتیجه‌ی مثبت داده و به صورت خودکار تعداد دنبال کنندگان شما بیشتر می‌شود.

۲- ارسال غیرمعمول محتوای بی‌ربط: سالانه ۱۷۶ میلیون نفر در دنیا خریدهای خود را به صورت آنلاین انجام داده و محصولات و سرویس‌های مورد نظر خود را پیدا می‌کنند و بدون شک در این بین شما نمی‌توانید با ارائه‌ی مداوم و غیرمعمول محتوای بی‌ربط و آزاردهنده مخاطبان و کاربران را مجاب کنید تا از محصولات شما خریداری کنند.

۳- هیچگاه دنبال کننده‌ها را به چشم یک خریدار دست به نقد نگاه نکنید: براساس تحقیقات انجام شده تنها ۱۲ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی بعد از دیدن تبلیغات تمایل به خرید محصول یا خدمات دارند و در نتیجه تعداد پست‌های زیاد زمانی موثر است که بتواند فروش خوبی را برای شما در پی داشته باشد.

۴- روی کانال‌های ورودی زیاد متمرکز نشوید: خیلی از بازاریابان یا بسیاری از شرکت‌ها تصور می‌کنند اگر اینستاگرام، فیسبوک، تلگرام، واتس‌آپ، ویبر و کلی شبکه اجتماعی و اپلیکیشن پیام‌رسان دیگر حضور داشته باشند می‌توانند فروش خوبی را تجربه کنند که بدون شک به دلیل نداشتن تمرکز و کنترل کافی این نظریه با شکست روبرو خواهد شد. به عنوان مثال سرویس‌هایی چون اسنپ‌چت رشد بسیاری خوبی داشته‌اند و همیشه فعال هستند؛ ولی ۱,۲۳ میلیارد کاربر فیسبوک افرادی هستند که از این نوع تبلیغات در طول روز زیاد می‌بینند.

۵- نداشتن شخصیت برند: شخصیت برند در بازاریابی و ارائه‌ی محصولات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و بسیاری از شرکت‌ها هنوز برخلاف اینکه نتوانسته‌اند برندسازی خوبی داشته باشند و شخصیت برند خود را پیدا کنند، پا در عرصه‌ی بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی می‌گذارند.



اشتباهات رایج در بازاریابی مبتنی بر شبکه های اجتماعی

جالب است بدانید هنوز ۲۲ درصد کمپانی‌ها ارزش ایجاد شخصیت را در بازاریابی برند خود درک کرده‌اند.

۶- ارسال اسپم: همه‌ی کاربران حتی خود شرکت‌ها و بازاریابان آنها از پیام‌ها و پست‌های اسپم ناراحت و فراری هستند؛ ولی بدون هیچ دلیلی به صورت پیاپی و بی‌وقفه برای کاربران و دنبال‌کنندگان خود مطالب مختلف و آزاردهنده ارسال می‌کنند.



۷- انجام تمامی کارها به صورت شخصی: در حالی که خیلی‌ها از برنامه‌ها ابزارهای زمان‌بندی استفاده می‌کنند، در مقابل هنوز خیلی‌ها تمایل دارند خودشان به صورت شخصی تمامی کارهای مربوط به بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی از جمله کمپین‌ها یا ارسال هزاران پیام را بر عهده بگیرند که با این روش هیچگاه به خوبی حق پیام تبلیغاتی شما ادا نمی‌شود.



اشتباهات رایج در بازاریابی مبتنی بر شبکه های اجتماعی

۸- ارسال پیام مشابه در چند کانال بازاریابی مختلف: بدون شک هر پلتفرمی نیازمند سبک خاصی از ارائه‌ی محتوا و بازاریابی است. حتما پیش می‌آید که کاربران و دنبال‌کنندگان شما در چند شبکه‌ی مختلف پیگیر اخبار و تبلیغات شما باشند که انتشار محتوای تکراری برای آنها آزاردهنده خواهد بود.

۹- نداشتن استراتژی مشخص: ۹۰ درصد مشاغل دارای استراتژی شبکه‌های اجتماعی هستند؛ بنابراین بدون هرگونه تحلیل کاربردی و مشخص کردن اهدافشان اقدام به برگزاری کمپین یا ارسال محتوای تبلیغاتی نمی‌کنند. ولی همچنان هستند شرکت‌هایی که بدون برنامه اقدام می‌کنند و انرژی، هزینه و وقت خود را بیهوده هدر می‌دهند.

با در اختیار داشتن آخرین و مهمترین مقالات و اخبار روز دنیا در حوزه های مالی، مدیریت، منابع انسانی و فناوری، و نیز بهره مندی از دوره های آموزشی رایگان و اطلاع از آخرین بخشنامه ها و اطلاعیه های مالیاتی و ... تنها یک کلیک فاصله دارید.
در **خبرنامه آرک** عضو شوید.