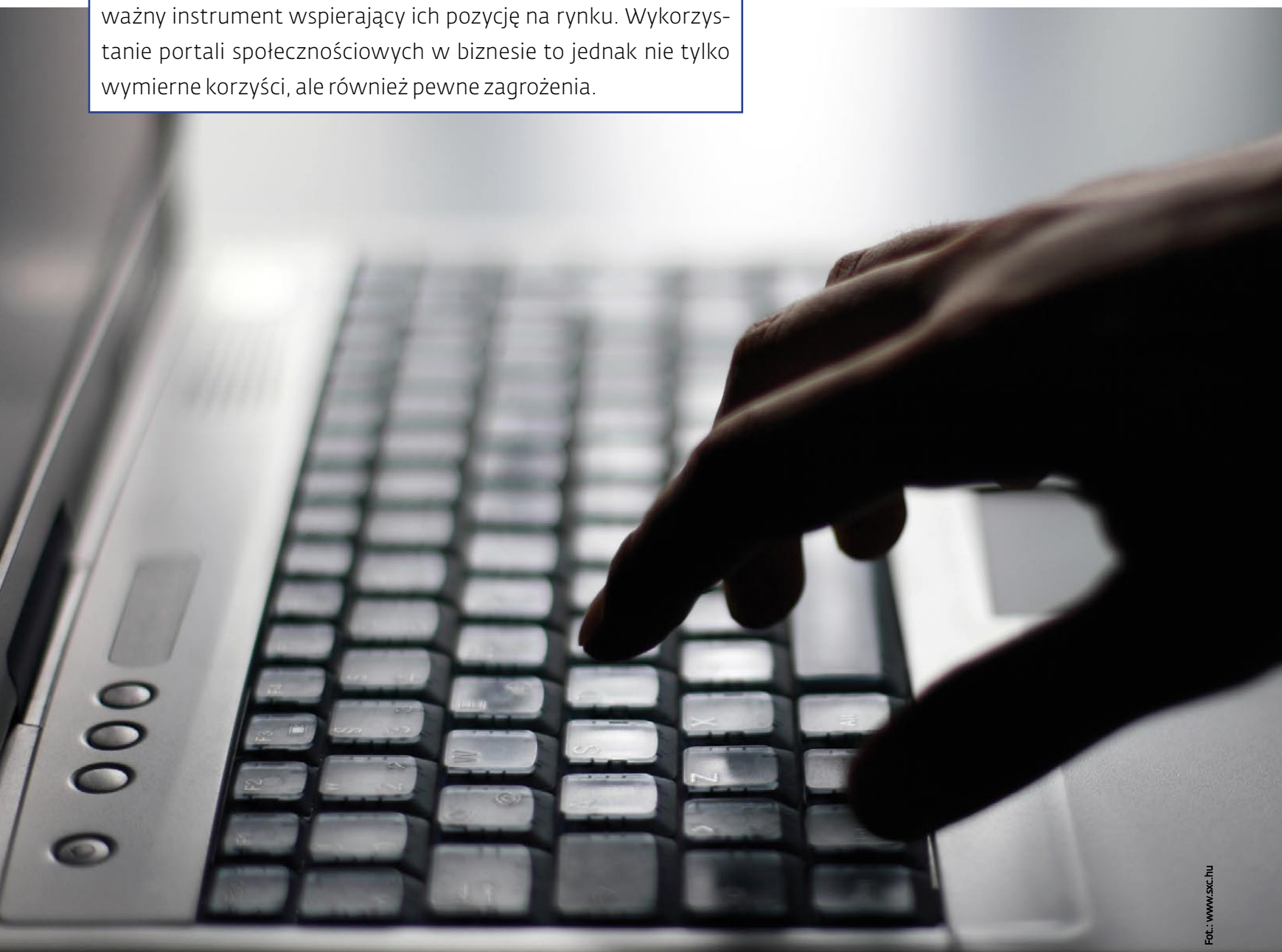


Portale społecznościowe w procesie kreowania wizerunku firmy

# Facebook & Co...

W ostatnich latach podstawowym narzędziem przekazywania informacji stał się internet. Trudno jest dziś wyobrazić sobie prowadzenie firmy bez jej obecności w sieci. Pojawienie się portali społecznościowych i stale rosnąca liczba ich użytkowników, spowodowały u przedsiębiorców wzrost zainteresowania tego typu serwisami. Wielu z nich uznało serwisy społecznościowe za ważny instrument wspierający ich pozycję na rynku. Wykorzystanie portali społecznościowych w biznesie to jednak nie tylko wymierne korzyści, ale również pewne zagrożenia.

Portale społecznościowe zyskują wciąż rosnącą popularność – największe serwisy międzynarodowe zrzeszają nawet kilkaset milionów użytkowników. W Polsce najpopularniejszą witryną tego typu jest wciąż **nasza-klasa**, z której aktywnie korzysta co trzeci użytkownik sieci w naszym kraju.



Międzynarodowe portale, takie jak **facebook**, **twitter** czy **MySpace**, mają ponad 300 milionów zarejestrowanych użytkowników.

Konto prywatne na NK ma już niemal każdy, a i popularność **facebooka** ciągle rośnie, szczególnie wśród użytkowników sieci w większych miastach.

## Zalety i szanse

Obecność na serwisach społecznościowych ma na pewno wiele zalet. Dzięki nim przedsiębiorstwa mogą w stosunkowo łatwy i tani sposób zaprezentować się na rynku oraz wypromować oferowane przez siebie produkty i usługi. Umieszczenie reklamy na portalu społecznościowym jest o wiele tańsze niż w tradycyjnych nośnikach, takich jak telewizja, prasa czy radio. Badania ekspertów wskazują także, że posiadanie profilu na portalu społecznościowym wpływa na wzrost obrotów firmy i poprawę wyników jej sprzedaży – ponad jedna trzecia użytkowników sieci przyznaje, że serwisy społecznościowe wpływają na ich decyzje zakupowe.

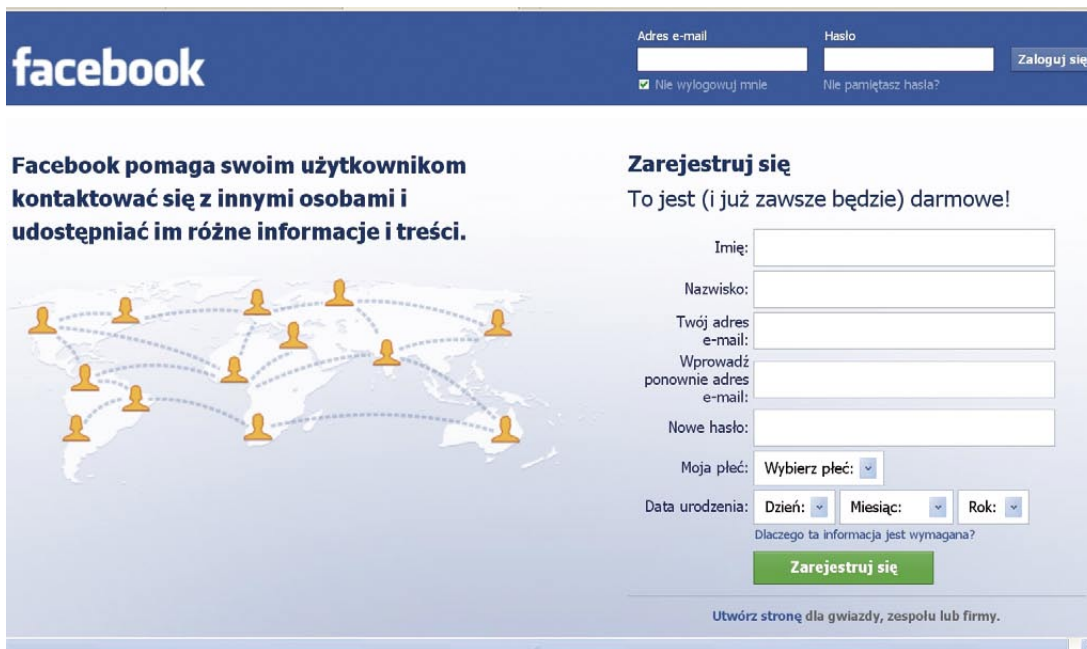
Inną zaletą serwisów społecznościowych jest to, że pozwalają firmom na dotarcie do precyzyjnie zdefiniowanych grup odbiorców. Możliwe jest tym samym utrzymywanie stałych relacji z klientami czy zdobycie wielu nowych. Wzajemna dyskusja między użytkownikami na forum czy wymiana komentarzy między nimi pozwala z kolei firmom na uzyskanie cennych informacji, umożliwiających im wzbogacenie oferty biznesowej. Serwisy społecznościowe stają się tym samym kopalnią wiedzy o preferencjach i oczekiwaniach poszczególnych klientów oraz inspiracją dla dalszego rozwoju firmy.



Fot.: istock@YuriLArcuis

## Wady i zagrożenia

Z kreowaniem swego wizerunku na portalu społecznościowym wiąże się jednak pewne ryzyko. Zanim firma zdecyduje się na tego rodzaju instrument promocji i kreowania wizerunku, powinna posiadać precyzyjnie




## DOWNLOAD

Szukasz nowych pomysłów na promocje Twojego salonu? Zastanawiasz się, w jaki sposób przyciągnąć klientów i co zaoferować im w Nowym Roku? Wystarczy zajrzeć na naszą stronę internetową [www.beauty-forum.com.pl](http://www.beauty-forum.com.pl) – w zakładce DOWNLOAD znajdziesz opisane narzędzie, które pomoże Ci w pracy

Dane dostępu:  
 Login: BeautyForum  
 Hasło: Kosmetyka

zdefiniowaną wewnętrzną politykę społecznościową. Musi z góry określić, do jakiego segmentu odbiorców chce dotrzeć i co chce zaoferować, jak również dokładnie poznać charakter serwisu społecznościowego, w którym chce zaistnieć. Ważne jest także posiadanie ciekawej koncepcji graficznej, niebanalnej i atrakcyjnej treści czy wreszcie konkurencyjnej oferty biznesowej.

Profil firmy musi być także na bieżąco monitorowany i aktualizowany. Trzeba ponadto śledzić reakcje klientów oraz odpowiadać na ich pytania. Należy także pamiętać o nieograni-

czonych możliwości negatywnego komentowania i oceniania profilu firmy czy konkretnych usług przez użytkowników, jak również o możliwości wykorzystania przekazywanych przez nas informacji przez konkurencję.

### Portal społecznościowy dla każdego?

Portale społecznościowe są obecnie jedną z najczęściej stosowanych metod promowania marki na świecie. Umożliwiają tanią promocję produktów i usług, nawiązywanie kontaktów biznesowych, są również doskonałym

narzędziem do sprawnego komunikowania się ze stałymi klientami, jak i do pozyskiwania nowych.

Posiadanie firmowego profilu na portalu społecznościowym jest jednak związane z koniecznością jego stałego aktualizowania i uatrakcyjniania. Firma musi mieć również precyzyjnie określoną strategię działania w sieci. Dobrym pomysłem jest wskazanie pracownika odpowiedzialnego za jej wizerunek w serwisie społecznościowym. Wiele przedsiębiorstw, chcąc posiadać precyzyjnie prowadzone i zarządzane profile na portalach społecznościowych, zleca to firmom specjalizującym się w tego rodzaju usługach. Wiąże się to z dodatkowymi kosztami.

Zatem podstawowe pytania, jakie powinniśmy sobie zadać, to: czy moja firma i moje usługi są gotowe do zaistnienia na portalu społecznościowym? W jakim celu chcemy zaistnieć? Czy mamy na to pomysł? I czy będziemy konsekwentnie realizować przyjętą strategię wizerunkową na danym portalu społecznościowym? Powodzenia!

Beata Butwicka | Prezes zarządu agencji PR Preludium, rzecznik prasowy firmy GB Bolesławiec 202. Autorka wielu projektów i kampanii komunikacyjnych, wykładowca akademicki.



### Chcesz wiedzieć więcej?

Podczas 14. Targów BEAUTY FORUM, 12-13 marca 2011 r., odbędzie się Międzynarodowy Kongres Kosmetyczny IFC. W sobotę 12.03.2011 o godz. 16.45 zapraszamy na wykład „Facebook i spółka – portale społecznościowe jako skuteczna forma reklamy i kontaktu z klientem”, który poprowadzi Beata Butwicka, autorka powyższego artykułu, znana specjalistka PR i prezes zarządu agencji PR Preludium.

Przedprzedaż biletów wstępu na seminaria trwa do końca lutego.

Szczegółów szukaj na stronie [www.beauty-fairs.com.pl](http://www.beauty-fairs.com.pl) w zakładce PRZEDSPRZEDAŻ.