



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Artykuł opracowany w ramach operacji „Innowacyjna przedsiębiorczość szansą na rozwój dla pomorskich rolników”

Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Institucja Zarządzająca PROW na lata 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Operacja opracowana przez Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Lubaniu

Promowanie biznesu w mediach społecznościowych

Promowanie praktycznie każdego biznesu bez wykorzystania mediów społecznościowych jest praktycznie niemożliwe. Główną zaletą działania w ten sposób jest bezpłatne dotarcie (wyłączając płatne reklamy) do szerokiego grona potencjalnych odbiorców. Budowanie przekazu musimy odbywać się jednak umiejętnie bez agresywnego i nachalnego marketingu, który w rezultacie przynosi więcej strat niż zysków.

Niniejszy artykuł zawiera zbiór wskazówek, które warto zastosować budując markę danego biznesu poprzez bycie ekspertem, przedsiębiorcą, człowiekiem, który też żyje a nie tylko promuje i sprzedaje swoje produkty czy usługi.

Oto kilka z nich:

1. Tematy z praktycznymi wskazówkami + chwytliwe nagłówki

Prowadzisz biznes to pisz o tym, na czym się znasz. Dziel się praktycznymi wskazówkami. Nie pisz tylko o promocjach/zniżkach. Staraj się stworzyć markę osoby, która nie tylko sprzedaje usługi, ale ŻYJE tym co sprzedaje. Pasjonuje ją ten biznes i dzieli się istotnymi wskazówkami z klientami.

W erze chwytliwych wskazówek, warto postarać się kreatywny tytuł. Czy tego chcemy czy nie klikamy w to co nas zachęci do przeczytania. Nie musi być kontrowersyjne, ale pomysłowo i kreatywnie już tak.

2. Nie unikaj mówienia o emocjach. To zazwyczaj... budzi sporo emocji

Jeśli Ciebie coś cieszy, kupiłeś coś nowego dla Twojego przedsięwzięcia co jeszcze ucieszy też klientów – to czemu nie dzielić się tym? To takie prawdziwe i bliskie sercu. Dziel się raczej tymi

pozytywnymi wieściami. Świat jest pełen złych wiadomości. Warto, by ludzie kojarzyli Cię z dobrych rzeczy i chcieli zaglądać do Twoich publikacji właśnie z tego powodu.

3. Pasje jako świetne źródło inspiracji

Jeśli czytasz jakąś książkę i szczególnie poruszyć Cię jakiś cytat, to staraj się nim dzielić w social mediach. Pokazujesz się w ten sposób, jak nie tylko ta osoba, która sprzedaje, ale też żyje.

Jeśli nie książka to ulubiony serial, pasja, wszystko czym żyjesz i chcesz się tym podzielić z innymi. Nie musisz odkrywać jakoś bardzo swojego życia prywatnego, by pisać wartościowe wpisy, inspirujące dla innych.

4. Forma ma znaczenie

Krótkie prezentacje (kilka slajdów) zawierające kluczowe wskazówki z danego obszaru to kolejny pomysł na chwytliwy post. Wymaga to od autora odpowiedniego wysiłku, aby z jednej strony zadbać o najważniejsze i najciekawsze dla moich odbiorców informacje, a z drugiej strony pamiętać, by nie były to tylko puste hasła.

5. Testuj publikację quizów

Lubimy wypełniać wszelkiego rodzaju testy/quizy. Wpis dotyczący ulubionego quizu może skłonić wiele osób do dzielenia się wynikami. Zatem testy także są dobrym pomysłem na wciągający post.

6. Dłuższe wpisy

Bardzo cenne są wpisy w postaci artykułów. Wymagają od autora większej pracy, ale mogą stanowić duże wsparcie dla czytelnika. Budujemy w ten sposób markę eksperta, czyli kogoś się zna na czymś i potrafi w dłuższej wypowiedzi podzielić się tym z innymi.

To tylko kilka z wielu wskazówek, które warto stosować do budowania społeczności internetowej. Warto działać konsekwentnie i nie zniechęcać się brakiem efektów w krótkim okresie. Tego rodzaju działanie wymaga czasu, ale jeśli publikujesz z serca i zgodnie ze swoimi przekonaniami – rezultaty powinno przyjść prędzej czy później. Powodzenia!

Jarosław Bień