

SOCIAL NETWORKING

Social Networking to pozyskiwanie klientów i nowych kontaktów w Internecie poprzez wykorzystanie:

- Portali społecznościowych typu: Facebook/ MySpace/ LinkedIn.com/ Goldenline/Bebo / Squidoo / itp.
- Blogów / Forów internetowych/ Komunikatorów – np: TWITTER
- Pliki video umieszczone na YOU TUBE , MY SPACE – wykorzystywane przy kampaniach i promocjach

Firmy coraz częściej są zainteresowane blogami aby sprawdzić co klienci sądzą na temat firmy i jej produktów. Blog może być użyty jako element pozyskiwania klientów poprzez zwiększanie wiarygodności firmy. Znana osoba (z widzenia lub nazwiska) poprzez swój blog przyciąga potencjalnych klientów do firmy i zwiększa zainteresowanie jej produktami czy usługami.

Do największych światowych korporacji, które skutecznie stosują blog jako narzędzie komunikacji z klientami przez co skutecznie zwiększają swoją wiarygodność należy min.

McDonalds,

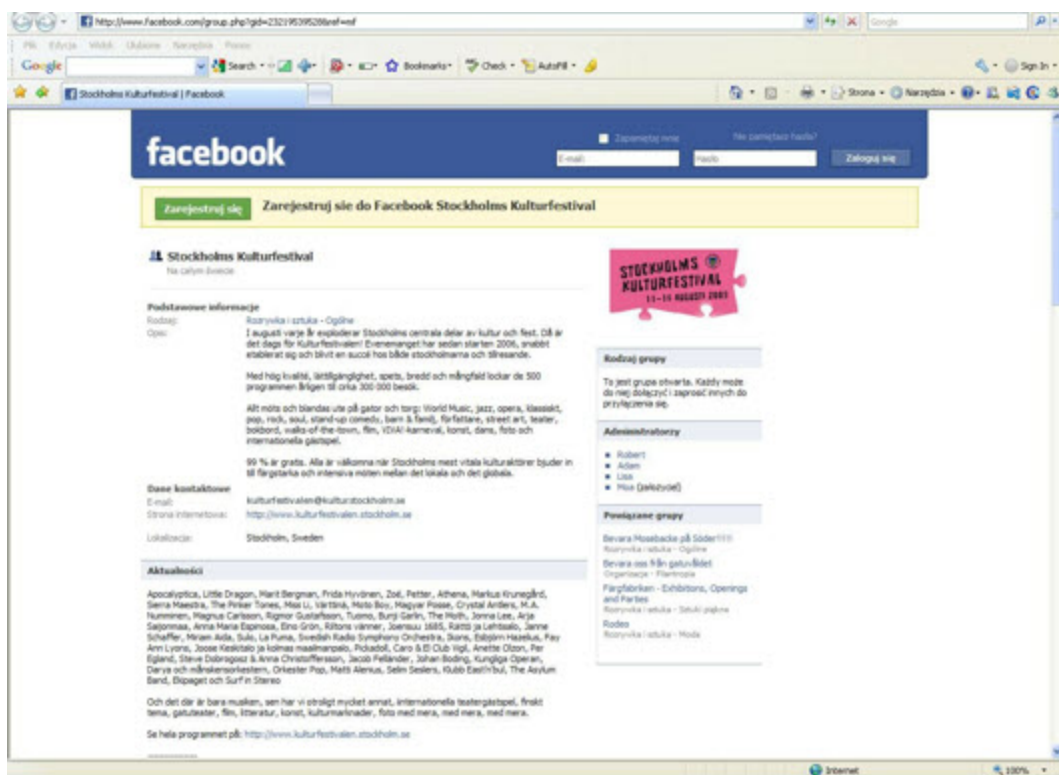
Blog McDonalds bardzo przyczynia się do zwiększania wiarygodności firmy. Pamiętamy ,że zarzuca się temu koncernowi, iż jego produkty są bezpośrednią przyczyną wielu chorób związanych z otyłością. Mimo wszystko popyt na produkty McDonald's stale rośnie a firma zwiększa zatrudnienie i rozwija swą sieć.

<http://www.crmcdonalds.com/publish/csr/home/blog.html> – blog McDonald's

- Zaletą portali społecznościowych , na których możemy ZA DARMO umieścić wizytówką swojej osoby wraz z najlepszym zdjęciem jest wzrost wiarygodności naszej osoby a przez to firmy w której pracujemy lub którą zarządzamy. np. asystentka zarządu , rzeczniczka lub prezenterka może być dobrą reklamą a wręcz twarzą dla całej firmy organizacji .
- Np.: Heidi Androl – twarz LOS ANGELES KINGS a obecnie ligi NHL - **patrz niżej**
- Śmiało możemy wykazać swoje doświadczenie, kompetencje a nawet referencje, wskazywać i powoływać się na osoby które znamy.
- Umieszczanie dodatkowych linków zwiększy liczbę wejść na strony , które chcemy promować w danym momencie. Linki mogą być mieć także w formie plików wideo (podcasting)



Na FACEBOOK promowane są festiwale i koncerty i imprezy sportowe. Poniżej przykład kampanii promującej coroczny tydzień kultury w Sztokholmie 11-18.08.2009.



FACEBOOK - A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and videos. – to proste przesłanie okazuje się bardzo skuteczne . Według www.ALEXA.com najbardziej znanego portalu mierzącego oglądalność stron FACEBOOK plasuje się w ścisłej czołówce listy ALEXA TOP 500 i ustępuje jedynie GOOGLE i YAHOO.

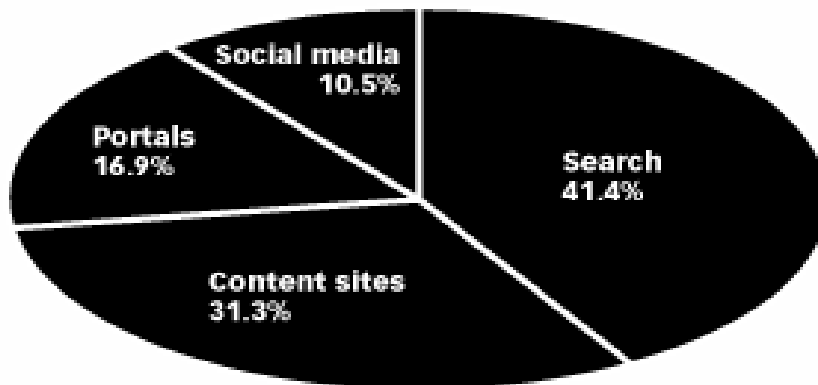
Warto zauważyć że w pierwszej 20 najlepiej oglądanych stron na świecie są takie potęgi SOCIAL NETWORKINGU jak :YOU TUBE – 4; BLOGGER.COM – 7; MY SPACE -11 ; TWITTER.COM -15 – To budzi szacunek. W ścisłej światowej czołówce plasują się także EBAY i AMAZON

Portal www.ALEXA.com udostępnia ranking popularności stron www również w odniesieniu do poszczególnych krajów w tym Polski.

Z badań agencji Edelman wynika, że dla ponad 60 proc. internautów najbardziej wiarygodnym źródłem informacji są opinie innych ludzi w sieci. Z kolei, jak wynika z niedawnych badań Opinion Research Corporation, aż 84 proc. Amerykanów przyznało, że na ich decyzje zakupowe wpływ miały recenzje innych internautów.

External Sources of Traffic to Content Publisher's Sites, Q1 2011

% of total



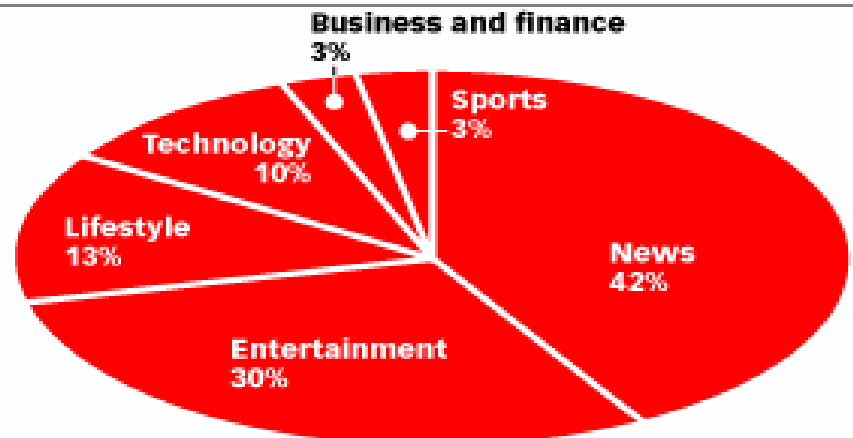
Note: numbers may not add up to 100% due to rounding; this is a breakdown of the 33% of traffic that comes from a known external referrer
Source: Outbrain, "Content Discovery and Engagement Report, Q1 2011," April 14, 2011

127126

www.eMarketer.com

Traffic Driven to Content Publisher's Sites by Social Media, by Content Category, Q1 2011

% of total



Note: numbers may not add up to 100% due to rounding
Source: Outbrain, "Content Discovery and Engagement Report, Q1 2011," April 14, 2011

127127

www.eMarketer.com