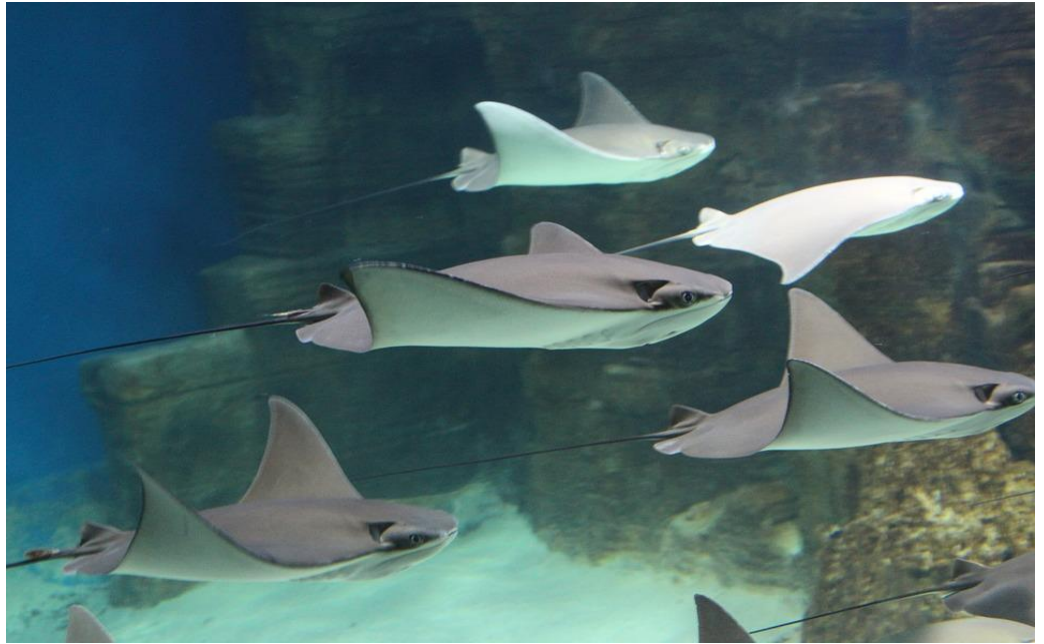




MARKETING W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH



PRZEWODNIK 5

**Wartość dodana w Twojej firmie
za naciśnięciem guzika**

Co-funded by
the European Union



Media społecznościowe są dzisiaj integralną częścią naszego codziennego życia: przez komputer lub smartfon, możemy komunikować się z rodziną i znajomymi, dzielić się informacjami i obserwować wiadomości na żywo – gdziekolwiek jesteśmy.

Ale media społecznościowe są także potężnym narzędziem marketingowym dla małych firm, takich jak Państwa. Umożliwiają one rozszerzenie sieci kontaktów i **dotarcie do większej liczby potencjalnych klientów bez kosztów** i niewielkim wysiłkiem. Zintegrowanie tradycyjnych kanałów sprzedaży z obecnością w mediach społecznościowych może niewątpliwie przynieść wartość dodaną Twojej firmie.

Wystarczy zacząć od prostego planu marketingowego w mediach społecznościowych, czyli zadać sobie kilka strategicznych pytań: co chcę promować? Kto jest moją grupą docelową? Jaką wiadomość chcę przekazać? Właściwie wdrożony, dobry plan może zwiększyć widoczność i liczbę klientów!

Na podstawie Twoich odpowiedzi, można zidentyfikować platformę online najbardziej odpowiadającą Twoim potrzebom.

Pewnie już mają Państwo **na Facebook'u** sieć przyjaciół, kolegów z pracy i krewnych, którzy mogą pomóc w rozpowszechnianiu informacji. Można dzielić się zdjęciami połowu, linkami do strony internetowej swojej firmy jeśli istnieje (koszty utworzenia nie są wysokie), promować oferty specjalne. Z drugiej strony, użytkownicy mediów społecznościowych mogą się skontaktować z Twoją firmą celem zakupu ryby i okazania wsparcia przez polubienie strony czy zostanie stałymi klientami. Taka sieć może bardzo szybko rosnąć, a Państwo będą mogli być **w bezpośrednim kontakcie z indywidualnymi klientami, restauracjami i sprzedawcami detalicznymi**.

Twitter jest jednym z najszybszych i najbardziej efektywnych mediów społecznościowych. Wiadomości są ograniczone do 140 znaków, ale to zupełnie wystarczy do przekazania linka czy podzielenia się zdjęciem. Łatwo się go nauczyć i używać, a stworzenie nowego profilu zajmuje parę minut. Największą zaletą jest to, że wszystko odbywa się w czasie rzeczywistym: **Twoja ryba może znaleźć kupca zanim się ją zdejmie z haka!**

Instagram jest szybki i wygodny, bo łączy kamerę Twojego smartfona i wszystkie Twoje profile społecznościowe. Od razu gdy sfotografujesz swój połów, możesz automatycznie się nim podzielić na stronie Instagrama, Twitterze i Facebooku, a klienci i fani mogą reagować na zdjęcia.

Jeżeli nie są Państwo entuzjastami mediów społecznościowych, można korzystać z aplikacji **WhatsApp na smartfonie**. Pomysł jest prosty i podobny do tradycyjnych SMSów: można SMSować, można WhatsApp'ować, czyli wysłać wiadomość tekstową do każdego, kto ma aplikację na swoim telefonie, poprzez zapisanie jego numeru komórkowego. Dziś WhatsApp ma ponad 700 mln użytkowników, co czyni go najpopularniejszą platformą wysyłania wiadomości tekstowych i ogromną bazą danych potencjalnych klientów.

Wielu rybaków małoskalowych o niskim wpływie na środowisko już przekonało się o wartości dodanej płynącej z ich obecności w mediach społecznościowych.

Kevin, Francis i Andrew, rybacy z Kornwalii (Zjednoczone Królestwo), stworzyli na Twitterze konto @Drecklyfish i zaczęli przez nie sprzedawać morskiczka, śledzia, kraba i homara raportując „na żywo”, co udało im się złowić. To pozwoliło ich klientom na obserwację i składanie ofert – także „na żywo”. Popyt wzrósł tak bardzo, że wkrótce osiągnęli limit dostaw i zdecydowali się na zwiększenie skali operacji, włączając projekt do Lokalnej Grupy Rybackiej (LGR).

Bengt Larsson, małoskalowy rybak ze Szwecji, wprowadził inny model, oparty o stronę internetową www.fiskonline.se. Wysyła on do strony internetowej wiadomość tekstową z połowem z danego dnia i czasem, gdy będzie ona dostępna w porcie. Informacja jest dostępna na stronie internetowej, a także wysyłana przez e-mail i SMS do klientów, którzy zarejestrowali się na stronie. Mogą na nią wejść, zapłacić online i odebrać rybę bezpośrednio z portu w umówionym czasie. Rybacy mogą samodzielnie ustalić cenę za rybę, a na stronie internetowej znajdują się ich indywidualne profile, opisujące działalność i oferowane produkty.

Co LIFE może dla Państwa zrobić?

Europejscy Rybacy o Niskim Wpływie na Środowisko (Low Impact Fishers of Europe, LIFE) są ekspertami w mediach społecznościowych i mogą pomóc w promowaniu Państwa firmy, Możemy pomóc zidentyfikować platformę mediów społecznościowych zależną od Państwa targetu, a także wspólnie budować sieć wartościowych kontaktów zwiększających Państwa widoczność.

Jeżeli poszukują Państwo bardziej europejskiego wymiaru, możemy pomóc w **tłumaczeniu części waszych treści w Internecie**, aby uczynić Was dostępnymi dla tak wielu klientów jak to możliwe.

Przestrzeń medialna LIFE jest do dyspozycji naszych Członków w celu promowania produktów, ofert, inicjatyw oraz dzielenia się informacjami ze społecznością.

Dodatkowo, będąc w kontakcie z wieloma rybakami małoskalowymi ze wszystkich regionów Europy, możemy Państwa skontaktować z innymi firmami, które przeszły na komunikację online – aby współpracować, **wymieniać najlepsze praktyki**, doświadczenia i porady co do dalszego rozwoju.

Chcemy, aby Wasze produkty były nie tylko łowione w sposób zrównoważony i super-świeże, ale także widoczne i dostępne dla wciąż powiększającej się ilości potencjalnych klientów – lokalnie i w całej Europie!

