



10 BŁĘDÓW FIRM B2B W SOCIAL MEDIA

AGATA CHMIELEWSKA

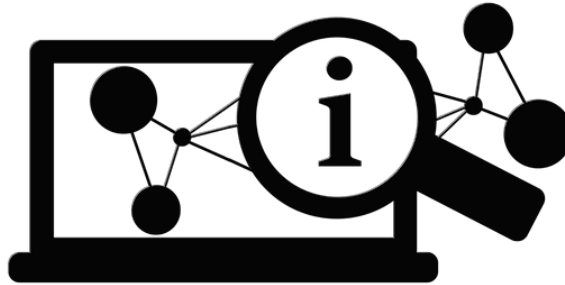
achmielewska.com

10 podstawowych błędów popełnianych przez firmy B2B w Social Media

1. Brakuje Ci wiedzy o potrzebach i preferencjach Klientów

Firmy B2B w Social Media bardzo często skupiają się tylko na sobie. A przecież Twoja obecność tam nie ma za zadanie poprawienia Twojego samopoczucia. Jesteś tam dla innych, nie dla siebie. Twoim celem jest budowanie zaangażowania, zaufania i chęci poznania tego co oferujesz. Musisz znać swoją grupę docelową, wiedzieć czego oczekuje i co może ją zainteresować.

Wskazówka: Pierwszą rzeczą jaką musisz zrobić jest poznanie grupy docelowej i jej sposobu komunikacji w mediach społecznościowych. Oprócz tego dobrze być wiedział na jakie tematy chcą rozmawiać i jak możesz je połączyć z Twoją ofertą.



2. Skupiasz się na platformach, w których nie ma Twojej grupy odbiorczej

Ktoś Ci kiedyś powiedział, że warto być wszędzie, bo nie wiesz, gdzie jest Twoja grupa odbiorcza? Jeśli odrobiłeś zadanie domowe i nie popełniasz pierwszego błędu, o którym wspominałem w tym artykule, to znasz swoich potencjalnych klientów i wiesz, gdzie najczęściej się udzielają. Nie chodzi o to by być wszędzie i byle jak, ilość ma tu małe znaczenie, chodzi o jakość i prawdziwe zaangażowanie z Twojej strony.

Wskazówka: Nie skupiaj się na wszystkich kanałach Social Media. Wybierz te platformy, które najbardziej pasują do Twojej branży, te platformy, które skupiają największą liczbę osób z Twojej grupy docelowej. Jak każdy z nas i Ty masz ograniczony czas, dlatego wykorzystaj go jak najlepiej i na tych platformach, które mogą przynieść Ci najlepsze efekty.

Skorzystaj z narzędzi do monitoringu internetu by ułatwić sobie pracę.

Zapisz się na szkolenie Pozyskiwanie Klientów za Pomocą Social Media i wykorzystaj w 101% potencjał sprzedaży mediów społecznych.

[Zapisz się na szkolenie >>](#)

3. Nie dopasowujesz treści do specyfiki platformy społecznościowej

Opublikowałeś post na blogu lub chcesz się pochwalić nową funkcjonalnością w usłudze jaką oferujesz. Pisziesz post na Fanpage, a następnie przeklejasz go na inne platformy społecznościowe. Ctrl+C i Ctrl+V nie jest dobrą strategią.

Wskazówka: Każda platforma społecznościowa ma swój indywidualny styl konwersacji i różne grupy odbiorców. Dostosuj się do nich, dopasuj swoje treści do poszczególnych platform, zmieniaj dzień publikacji, używaj różnych grafik.

I jak już jesteśmy przy grafikach to pamiętaj o tym, że każda platforma ma inne wymagania dotyczące ich wymiarów. Dostosuj się do tych wymogów.

4. Tylko mówisz, nie słuchasz

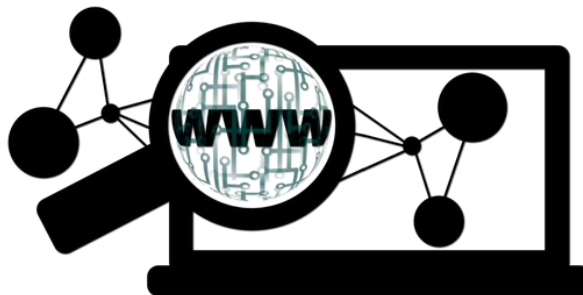
Mówić potrafi większość, ale słuchać nieliczni. Wiele marek działa na zasadzie: opublikuję post i zliczam komentarze lub polubienia. A gdzie rozmowa, odpowiedzi na komentarze, zaangażowanie w konwersację?

Wskazówka: Budowanie zaangażowania nie polega tylko na zadawaniu pytań, ale także na podtrzymywaniu dialogu. Ponadto obserwuj jakie tematy interesują Twoich odbiorców i taką tematykę właśnie poruszaj.

5. Dzielisz się tylko i wyłącznie treściami z Twojej strony internetowej

Twoim celem jest zwiększenie ruchu na stronie, zachęcenie do kontaktu przez formularz kontaktowy lub zostawienie adresu e-mail i dlatego starasz się przyciągnąć potencjalnych klientów na witrynę Twojej firmy. Jest to uzasadnione działanie, jednak wygląda mało wiarygodnie, a ponadto nie jesteś w stanie stworzyć wartościowych treści na każdy temat.

Wskazówka: Dziel się też innymi ciekawymi artykułami lub nowościami związanymi z Twoją branżą, na które natrafisz w sieci. Angażuj w rozmowę, zadawaj pytania, wyrażaj swoją opinię na różne tematy.



6. Działasz, ale nie analizujesz

Aktywność w mediach społecznościowych to tylko część działań jakie powinieneś podejmować. Twoim obowiązkiem jest także analiza tego czym się dzielisz z innymi. Bez analizy nie będziesz wiedzieć co działa, a co nie, jakie typy treści cieszą się największym zainteresowaniem i w jakim kierunku powinieneś iść.

Wskazówka: Każda platforma społecznościowa ma statystyki postów, które publikujesz. Zaglądaj tam, sprawdzaj co działa, a co nie, na jakie posty reagują odbiorcy. Ponadto możesz śledzić ruch na Twojej witrynie za pomocą Google Analytics.

7. Zaniedbujesz SEO

Czy wiesz, że treści wrzucane do mediów społecznościowych są także indeksowane przez roboty Google i mają ogromny wpływ na SEO? Na co? Na pozycjonowanie Twojej marki i strony w wynikach wyszukiwania Google. Im Twoja pozycja jest wyższa tym większe prawdopodobieństwo, że potencjalni Klienci trafią właśnie na Ciebie.

Wskazówka: Publikując treści na swoich profilach społecznościowych dbaj o to by zawierały one frazy kluczowe, na których Ci zależy. Absolutnie nie wypisuj samych fraz, po prostu tak formułuj zdania, by w naturalny sposób się w nich znalazły.

8. Zapominasz o tagowaniu i linkowaniu

Dzielisz się artykułem znalezionym w sieci, ale nie tagujesz w poście jego autora lub firmy, z której strony polecasz artykuł. Tym samym odbierasz sobie możliwość zwiększenia zasięgu swojego posta - otagowana osoba lub firma może zechcieć podzielić się Twoim postem i udostępnić go dalej. Dzięki temu dotrzesz do większej ilości osób.

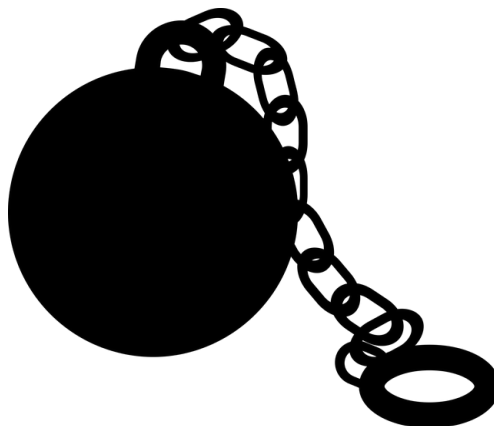
Wskazówka: Jeśli tylko możesz to taguj osoby, marki lub firmy (używając "@" przed nazwą), a jednocześnie używaj odpowiednich do treści posta hashtagów.

W doborze hashtagów może pomóc Ci Top-hashtags.com - wpisując tu konkretną frazę otrzymasz popularne tagi z nią związane.

9. Twoja aktywność jest mocno ograniczona

Nie możesz być aktywny w kanałach społecznościowych tylko podczas tych krótkich chwil, gdy publikujesz posty. To za mało. Media społecznościowe tworzą ludzie i są to tętniące życiem narzędzia komunikacji. Uaktywniając się w nich od czasu do czasu Twoje zasięgi będą wciąż na tym samym, zwykle niskim poziomie.

Wskazówka: Stwórz w sobie nawyk regularnego odwiedzania platform społecznościowych, w których chcesz pozyskiwać klientów. Nie musisz robić tego codziennie, ale chociaż co drugi dzień pojawiaj się tam, komentuj posty innych, włączaj się w dyskusję, przypominaj o swojej obecności. A co istotniejsze, na bieżąco odpisuj na komentarze i prywatne wiadomości.



10. **Stoisz w miejscu, nie podążasz za trendami i zmianami**

Nikt nie odniósł sukcesu nie rozwijając się. Także dotyczy to narzędzi i serwisów, w tym serwisów społecznościowych. Co jakiś czas pojawiają się tam nowe trendy, nowe możliwości, nowe sposoby komunikacji. Marka, która ogranicza się tylko do wrzucania zdjęć lub linków pokazuje jak daleko jest jej do bycia nowoczesną i otwartą na rozwój firmą.

Tip: Śledź trendy, testuj nowe możliwości, nie wstydź się pytać i popełniać błędy. Zrób live na Facebooku, przygotuj artykuł na LinkedIn i podziel się swoją prezentacją na Slideshare.

Jeśli spodobały Ci się moje wskazówki przyjdź na szkolenie Langas Group „Pozyskiwanie Klientów za Pomocą Social Media”, podczas którego powiem więcej jak wykorzystać 101% potencjału sprzedażowego mediów społecznych.

[Zapisz się na szkolenie >>](#)

Do zobaczenia,
Agata Chmielewska



E-commerce & On-line Marketing Specialist. Z branżą internetową związana od 10 lat, podczas których zdobywała doświadczenie zarówno w szeroko pojętym marketingu internetowym, jak i w działaniach związanych z wdrażaniem, optymalizacją i rozbudową sklepów i serwisów internetowych. Najmocniej związana z e-mail i content marketingiem oraz marketing automation. Współpracowała z takimi markami jak Praktiker, Willsoor czy SuperKoszyk.pl. Aktualnie doradza i pomaga markom oraz sklepom internetowym zwiększać konwersję swoich działań, m.in. ustalając strategię czy przeprowadzając kampanie marketingowe.