

Socialinės Medijos Sėkmės Receptas



Gediminas Grinevičius

Psichologas (BSc HONS), Verslo treneris,
Sertifikuotas Neuro Lingvistinio Programavimo ir
Laiko Linijos Terapijos Praktikas

Kodėl socialinė medija?

Pasaulis sparčiai juda į priekį ir socialinė medija tampa vis didesne mūsų gyvenimo dalimi. Todėl jei savo versle tu neišnaudoji visų socialinių tinklų galimybių - tu paprasčiausiai palieki pinigus ant stalo.

Daugelis jau pradeda naudotis socialiniais tinklais savo versluose, bet vis dar nežino, kaip tai daryti teisingai.



Tai kas veikė prieš 10 metų socialinėje medijoje neduoda tokių gerų rezultatų šiandien. Svarbu išmokti ir naudoti strategijas, kurios yra efektyvios šiandien ir ne tik, kad neatbaidytų žmonių, o juos pritrauktų.

Šioje trumpoje E-Knygoje noriu su tavimi pasidalinti keletą svarbių konceptų, kurie tikiuosi tau padės gauti geresnių rezultatų versle.



Prospekingas ir Marketingas

Yra du būdai plėsti savo tinklinio marketingo verslą socialinės medijos pagalba:
Prospekingas ir Marketingas.

Prospekingas – kai tu kontaktuoji su žmonėmis ir klausiš, ar jie atviri sužinoti daugiau apie tavo produktą arba galimybę uždirbti papildomas pajamas.

Marketingas – kai tu sukuri kažkokį turinį, kurį pamatę žmonės kreipiasi į tave norėdami gauti daugiau informacijos.



Kodėl neveikia skelbimai?

Dažnai žmonės klausia, kodėl socialinėje medijoje neveikia skelbimai?

Atsakymas paprastas – su laiku žmonės atbunka reklamai. Lygiai taip, kaip televizijos reklama nėra tokia efektyvi, radijo reklama nebe tokia efektyvi, reklama laikraščiuose nėra tokia efektyvi, taip ir reklaminiai postai socialinėje medijoje nebėra tokie efektyvūs.



Nesakau, kad jei tiesiog postinsi produktų nuotraukas su kaina ir nuoroda į tinklalapį nieko neparduosi, bet rezultatai tikrai nebus stulbinantys ir su laiku vis mažiau veiks.

Tai juk socialinė medija, ne pardavimų medija. Žmonės juk neateina į socialinę mediją apsipirkti, kaip į Amazon, Ebay ar Aliexpress. Jei iš savo socialinės medijos padarysi pardavimų tinklalapį, neišvengiamai atbaidysi dalį savo socialinės medijos sekėjų ar draugų.



Smalsumo Postai

O tai kas tada veikia, Gediminai?

Viena labai efektyvi strategija yra smalsumo postai. Tai yra postai, kurie sužadina žmogaus smalsumą ir skatina žmogų komentuoti arba sukontaktuoti su tavimi.



Neminėk kompanijos pavadinimo arba produkto pavadinimo, nes jei visą informaciją atskleidi, tada žmogus gali paprasčiausiai nukeliauti į Google ir susirasti informaciją, nusipirkti iš kito žmogaus svetainės ar

prisijungti prie kito žmogaus komandos. Tu to net nesužinosi, kad tai įvyko, nes atskleidei visą informaciją ir nebeliko smalsumo.

Smalsumo postas turėtų pakankamai sudominti žmogų, kad jis norėtų su tavimi susisiekti, bet nepakankamai, kad žmogui nebeliku reikalo kažką tavęs klausti.



Pvz.: “Wow, sveikinu savo draugę Laurą, kuri numetė 5 kg per 3 savaites naudodama mūsų naująjį maisto papildą. Tu esi šaunuolė!”
arba

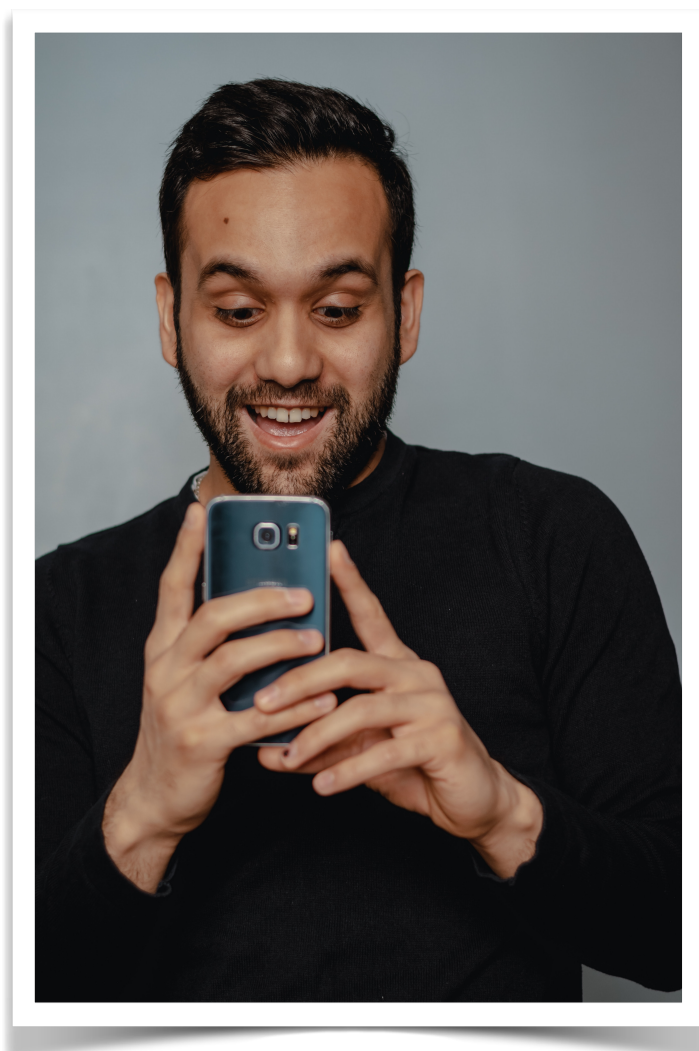
“Esu tokia dėkinga savo verslui iš namų, kurio pagalba uždirbau 75 eurus šią savaitę ir ta proga veduosi šeimyną valgyti picos” + tavo šeimos restorane foto.

Tokie postai neišduoda, kas čia per produktas ar kokia čia kompanija. Žmogus pamatęs tokį postą turi susisiekti su tavimi, jei norėtų sužinoti daugiau.

Vertinga informacija

Taip pat, jei nori pritraukti daugiau potencialių klientų ir verslo partnerių į savo verslą, labai svarbu dalintis vertinga informacija.

Pagalvok, kas yra įdomu tavo tikslinei auditorijai, kas jiems neduoda ramybės, su kokiomis problemomis jie kovoja, ką jie norėtų labai sužinoti?



Jei darysi postus, video ir gyvas transliacijas tokiomis temomis ir duosi naudingą informaciją ir patarimus, vis daugiau ir daugiau žmonių tave pradės sekti, gerbti ir pasitikėti tavimi.

Daug žmonių tinklinio marketingo industrijoje bando parduoti vienu postu iš karto, bet tai nėra labai efektyvu, nes tie žmonės dar nežino, kad jiems reikia tavo produkto.

Marketingas nėra vieno žingsnio procesas. Pirmiausia mes turėtume sukurti turinį, kuris segmentuos mūsų auditoriją ir atskirs tuos, kuriems aktualu mūsų produktas nuo tų, kuriems nėra aktualu.

Tada tie, kurie peržiūri mūsų turinį, su jais pradedame asmeninį pokalbį ir to pokalbio metu išsiaiškiname, ar tam žmogui tiktų ir būtų reikalingas mūsų produktas. Tik tada mes parduodame produktą.

Kas tai yra ar ką tai daro?

Kai bandai parduoti savo produktą ar verslo galimybę socialinėje medijoje, nepardavinėk to, kas tai yra.

Daugelis žmonių stengiasi parduoti tiesiog vardindami tai, kas yra, ir ingredientus produkte. Bet žmonės juk neperka drėlės, nes jiems reikia drėlės. Jie perka drėlę, nes jiems reikia skylės sienoje.

Lygiai taip pat žmonės nepirks tavo produkto, nes jiems reikia tavo produkto. Jie pirks tavo produktą dėl to, ką tas produktas daro, ką jis duoda, kaip jis padeda jaustis ir t.t.

Taip pat žmonės neperka knygos dėl to, kad ji turi lapus, sakinius, žodžius, viršelį ir t.t. Žmonės perka knygą dėl to, kaip ji pakeis gyvenimą, kaip išspręs kažkokias problemas ir t.t.

Todėl ir mes savo marketinge turime daugiau kalbėti apie tai, ką mūsų produktas ar verslo galimybė duos tam žmogui.

Kuo daugiau pokalbių!

Dažnai žmonės, kurie negauna labai gero rezultato socialinėje medijoje, tikisi, kad žmonės patys parašys jiems ir pasiprašys į komandą ar paprašys produkto.

Taip, tikrai bus tokių atvejų, bet jei tik lauksi, kol žmonės tau parašys, tavo rezultatas nebus toks geras, koks galėjo būti.

Sėkmingiausi žmonės socialinėje medijoje nuolatos pradeda pokalbius su žmonėmis.

Kiekvienas “like”, kiekviena širdelė, kiekvienas komentaras po tavo postu, kiekvienas pasidalinimas tau turėtų būti kaip ženklas, kad reikia pradėti pokalbį su tuo žmogumi.

Kuo daugiau pokalbių - tuo daugiau uždarbio!

Socialinė medija nepakeis bendravimo su žmonėmis, socialinė medija yra įrankis kuo daugiau bendrauti su žmonėmis.

Pastovumas Pastovumas Pastovumas...

Bene svarbiausias dalykas tavo socialinės medijos sėkmei yra PASTOVUMAS.

Beveik visos strategijos gali duoti gerą rezultatą, jei jas darysi nuosekliai ir pastoviai.

Kai priėmiau sprendimą rimtai naudoti socialinę mediją verslo plėtrai, pradėjau daryti Facebook live transliacijas kiekvieną dieną ir paskutines 760 dienų padariau po 1, 2 ar 3 transliacijas per dieną.

Pastovumas socialinėje medijoje visiškai transformavo mano verslą, rezultatus ir uždarbį.

Jeigu galėčiau tau duoti tik vieną patarimą socialinei medijai, patarčiau viską socialinėje medijoje daryti pastoviai ir nenuleisti rankų, kol negausi rezultato.

Patiko? Nori daugiau?

Jei norėtum dar labiau ir greičiau augti ir plėsti savo verslą turiu TAU paruošęs tris programas internetu, kurios manau tau galėtų būti naudingos 🙏:

1. Kursas internetu "Tinklinio Marketingo Sėkmės Stovyklą" čia <https://www.tinklinismarketingas.lt/sekmesstovykla>
🔥

2. Kursas internetu Tinklinio Marketingo Instagram Stovykla čia: <https://www.tinklinismarketingas.lt/instagramstovykla> ★

3. Kursas internetu Tinklinio Marketingo Facebook Stovykla čia: <https://www.tinklinismarketingas.lt/facebookstovykla> ✓



Pažiūrėk gal nuspręsi, kad tau būtų naudinga. Jei kils kokių klausimų būtinai rašyk. Geros dienos ir sėkmės versle :)

Gediminas Grinevičius

Facebook: www.facebook.com/gediminas.grinevicius

Instagram: www.instagram.com/verslotreneris/

El paštas: gediminas@titaniumsuccess.co.uk

Tel: +447737647668

Facebook puslapis: www.facebook.com/uzdirbkdaugiau/

Facebook grupė: www.facebook.com/groups/saviugdairasmeninistobulejimas/

Mokymai: <https://www.tinklinismarketingas.lt/mokymuprogramos>