

Kolumna Ele Kristančič: Facebook? Seveda, samo bodite spontani

Moji generaciji družbena omrežja niso bavbav. Nimamo toliko strahu, predsodkov, da bi se tam preveč razkrili. Nekako se nam zdi, da jih "obvladamo". Na njih delimo mnenja, občutke, izseke iz svojih življenj. Za nas je to pomemben del vsakdana. In tako je vse bolj tudi za nekoliko zrelejše generacije. Redkokdaj spoznam koga, ki ni vpleten v kakšno izmed družbenih omrežij. Uporabljajo ga, da sledijo osebam in temam, ki jih zanimajo. Tudi podjetjem. Prav zato so družbena omrežja postala eden izmed najpomembnejših marketinških kanalov.

Preverite opise vin iz kleti Movia v Vinskem vodniku 2018.

Nič drugače ni pri nas doma – pri Movii. Družbena omrežja so eden izmed naših najpomembnejših promocijskih kanalov. Prek njih redno objavljamo utrinke iz naših življenj, povezanih z dogajanjem v Movii. Gre za dogodke doma in na tujem. In kar je najlepše – tako dosežemo publiko po vsem svetu.

Priznam pa, da smo družbena omrežja morda začeli uporabljati nekoliko pozno – vsekakor pa ne prepozno. To ni nikoli. Začeli smo s Facebookom, pred približno štirimi leti pa smo se začeli pojavljati tudi na Instagramu. Sledijo nas vinoljubi z vsega sveta – največ iz Italije, Amerike, Hrvaške, Brazilije. Prihajajo iz različnih generacij. Sledijo nas tako rekoč vsi starejši od 18 let, največ sledilcev pa je v razponu med 25. in 55. letom.

Na Instagramu in Facebooku objavljamo skoraj vsak dan. Seveda se poskušamo izogniti brezglavemu objavljanju. Skupaj naredimo celo nekakšen načrt, ki pa se nam ga – roko na srce – uspe le redko držati.

Marsikdaj se zgodi kaj nepričakovanega, simpatičnega, zanimivega. Ujamemo ta trenutek in objavimo.

Najbolj vžgejo objave, ki so povezane z nami štirimi, z našo družino – mamo Vesno, tatom Alešem, bratom Lanom in mano. Pa z našimi bližnjimi. Tako se mi vsaj zdi. Odziv je vedno dober. Tiste najbolj naravne in spontane objave dobijo več naklonjenosti kot tiste nekoliko bolj stroge, strokovne, brez ljudi.

Način objavljanja, kot ga ima moja mama na svojem profilu, je zelo priljubljen. Ker je spontan. Zajema trenutke, utrinke iz življenja pri Movii. Je srčen, iskren. In to se vidi. Tako tudi na profilu Movia objavljamo novice z našega osebnega zornega kota. Objavljamo ljudi, s katerimi delamo in so del naših življenj. Objavljamo trenutke z našo psičko, labradorko Lolo. Objavljamo trenutke iz našega dela: kako okušamo vino, delamo v vinogradu, se poveselimo z našimi gosti. Osebni prijemi so pomembni, čeprav gre za podjetje. Ne nazadnje smo Movia mi. Družina in sodelavci, prijatelji.

Družbena omrežja sem upravljala tudi pri treh drugih podjetjih, in moram priznati, da je bilo to delo zastavljeno precej drugače, saj skoraj ni bilo "tekočih" dogodkov in nič spontanosti pri objavljanju. To mi je omogočilo načrtovanje objav prek upravljalvske platforme Hootsuite. To sicer zelo poenostavi delo, saj lahko objave pripraviš vnaprej.

Tako mi ni bilo treba osebno objavljati ob določenih urah. Objavljanje je bilo drugačno že zato, ker je šlo za sektor B2B (business-to-business), kar avtomatično pomeni manj osebnih "story-telling" vsebin. Po drugi strani me je taka oblika objavljanja nekoliko dolgočasila, saj je bilo treba objavljati kvečjemu strokovne vsebine in skoraj nič osebnega, kar pa naredi takšno delo zanimivo.

Vsekakor pa brez samokritike ne gre. Torej – tudi naše objave bi se lahko izboljšale. Potrebujemo več konsistence, a kaj, ko je to težko. Ves čas je akcija. Vsake toliko bi lahko objavili tudi kaj bolj strokovnega. In se tako približali tudi sledilcem, ki iščejo bolj poglobljene vsebine.

Nikakor pa nikoli ne sme nihče, ki uporablja družbena omrežja kot marketinški kanal, pozabiti pokazati, kdo je. Kako doživlja svet. Ostati je treba iskren – kot posameznik in kot podjetje. Socialni vplivneži, tako imenovani influencerji, razni profili, prek katerih objavljajo karseda iskreno, postajajo čedalje bolj priljubljeni in seveda tudi cenjeni. Takšne objave dobro pripomorejo podjetjem in prek njih lahko pokažemo svojo drugačnost, posebnost ter dobimo priložnost, da se pokažemo svetu. Takšni, kot smo. Iskreni.