

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Wydział Zarządzania

Możliwości promocji w najpopularniejszych mediach społecznościowych

Łukasz Suder
Maciej Sypień

24 maja 2014

Streszczenie

Dokument ten prezentuje możliwości działań promocyjnych firm w najpopularniejszych mediach społecznościowych.
Praca została przygotowana w systemie składowania tekstu $\text{\LaTeX 2}_{\epsilon}$.

Spis treści

1	Wprowadzenie	3
2	Facebook	4
3	Google+	5
3.1	Promocja firmy, a Google+	5
3.2	Panel Google+	6
3.3	Możliwości promocji w Google+	8
3.3.1	Wszystko w jednym miejscu	8
4	Podsumowanie	9

1 Wprowadzenie

Tu znajdzie się wstęp do naszego dokumentu.

Definicja 1.1 (Serwis społecznościowy). bla bla bla definicja

2 Facebook

Tu najdzie się duuszoo informacji o fejsie dostarczonych przez Ciebie Łukasz :).

3 Google+

Google+ znany również pod innymi nazwami takimi jak *Google Plus* lub *G+*, to serwis społecznościowy będący własnością firmy Google Inc.

Serwis ten podobnie jak Facebook, umożliwia dzielenie się informacjami między użytkownikami sieci poprzez możliwość zamieszczania tekstów, zdjęć, wideoklipów czy linków do innych zasobów w sieci, promując je własną marką lub nazwiskiem.

W sieci krąży bardzo wiele różnych wersji logotypu google+ czy g+, które są często zmieniane i komponowane specjalnie pod kolorystykę i układ skórek witryn internetowych, jednak aby sprezytować rzeczywisty wygląd logotypów przedstawiono na rysunku 1 dwa rodzaje logotypów występujące oficjalnie na stronie Google+ (<https://plus.google.com/>).



(a) Logo tekstowe



(b) Logo graficzne

Rysunek 1: Rodzaje logotypów występujących na witrynie Google+

Źródło: <https://plus.google.com/>

Spośród wszystkich portali społecznościowych Google+ odróżnia się od konkurencji tym, że pragnie stawiać na wiarygodność informacji dostarczanej od użytkowników¹ oraz lokalność.

Umieszczenie informacji, zdjęć, nagrań wideo nie są jedynymi działaniami jakie oferuje g+. Portal pozwala także na tworzenie wydarzeń, opiniowanie produktów czy usług oferowanych przez firmy promujące się w społeczności poprzez rozdawanie plusików, a także intergalny dostęp do innych usług oferowanych przez firmę Google zwiększając tym samym ofertę przystąpienia do społeczności.

3.1 Promocja firmy, a Google+

W chwili obecnej tj. 2 kwartale 2014 roku wyszukiwarka Google zajmuje 1 miejsce wśród narzędzi do wyszukiwania informacji w Polsce (95,59% udziału rynku), zaraz za nią MSN (2,57%) oraz Yahoo (0,97%) [Gem14].

¹W myśl założeń firmy Google, użytkownika portalu reprezentuje jakaś rzeczywista osoba lub organizacja, przez co uwiarygadnia dany podmiot. Osoby lub firmy nie będące fikcyjnym tworem przesyłając informacje, opinię, uwagę, ect. wnoszą pozytywny wkład w ogólny przekaz informacji, a nie sztuczną bańkę informacyjną „produkowaną i przekazywaną dalej” w sieć, jako zabieg marketingowy do szybszego i skuteczniejszego wpływania na działania użytkowników.

Google będąc największym potentatem rozwiązań wyszukiwania informacji w internecie na polskim rynku można pokusić się nawet o stwierdzenie że jest niemal monopolistą rynkowym, spychając rywali na wąski margines.

Tak ogromny udział w rynku zapewne niemal nieograniczone możliwości kreacji promocji w sieci. Jednak z punktu widzenia wolności i konkurencyjności rynku, „wyszukiwarkowy” baron dyktuje koszty promocji wszystkim tym, którzy korzystają z jego produktów — a jest to niemal całość polskiego społeczeństwa ~96%. Tak wielki procent udziałów w rynku, poniekąd zmusza firmy do skorzystania z oferty Googla, jeśli chcą dotrzeć do większości polskich internatów.

Jednym z darmowych narzędzi ułatwiających promocję firmy wśród mediów społecznościowych jest wcześniej wspomniany google+. Google+ jako jedna z usług dostarczanych przez firmę Google ma za zadanie łączyć społeczność portalu i personalizować ich użytkowników, a przez to uwiarygadniać oraz dzielić się treściami pochodzącymi z wiarygodnego, zaufanego źródła — przykładowo naszego przyjaciela Pana Michała, który istnieje (nie jest fikcyjną wykreowaną przez media/marketing postacią) i wyraził swoją opinię o jednym z przedmiotów promowanych przez firmę. Dzięki sieci google+ wiem z dużym prawdopodobieństwem, że opinia Pana Michała jest wiarygodna, ponieważ go znam (widuję na codzień), a dzięki dobrej opinii o wykonaniu usługi internetnie również większa szansa, że i ja skorzystam z usługi.

Ta krótka, lecz ważna notka z punktu widzenia osoby prawnej, w wąskim stopniu przybliży działanie idei portalu oraz istotności potrzeby promocji w nim (a także wszystkich usługach oferowanych przez Google, które poniekąd tworzą jedną spójną całość uzupełniając się wzajemnie).

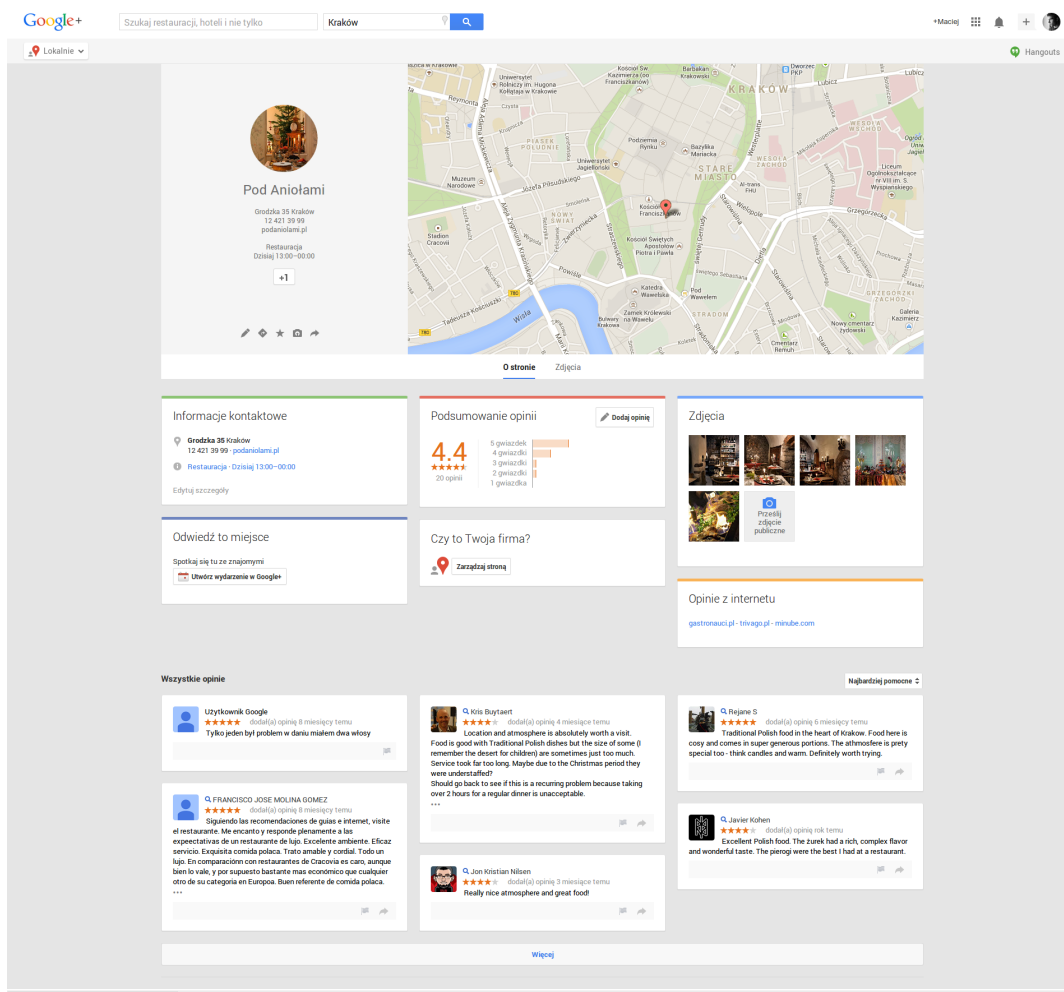
Rozmawiając o usłudze Google+ dyskutujemy tak na prawdę o narzędziu spajającym ze sobą pozostałe usługi dostarczane przez firmę Google w postaci jednego, ułatwiającego zarządzanie Panelu Google+.

3.2 Panel Google+

Panel Google+ to obszar skupiający w jednym miejscu kluczowe informacje dotyczące różnych obszarów istotnych w prowadzeniu firmy w internecie (tu celowo pomijam użytkownika indywidualnego, ponieważ nie jest on tematem dysputy w niniejszej publikacji).

Panel Google+ dostarcza m.in:

- Możliwość aktualizacji danych firmy w 1 miejscu;
- Narzędzia sprawdzające kompletność i zgodność witryny z wyszukiwarką Google;



Rysunek 2: Przykładowy profil firmy w Google+
Źródło: Opracowanie własne

- Wyświetlać wpisy innych użytkowników oraz tworzyć własne z informacjami, zdjęciami i filmami.
- Szeroka interakcja z klientami poprzez budowanie precyzyjnego grona odbiorców oraz udoskonalanie swoich zasobów odpowiadając na opinie użytkowników o firmie/usłudze.
- Rozmawiać bezpośrednio „twarzą w twarz” z klientami dzięki usłudze Google Hangouts (internetowy odpowiednik Skypa lub Vibera);
- Przeglądać szeroki zakres różnego typu statystyk dotyczących firmy a w tym:
 - Najpopularniejsze wyszukiwania na temat firmy w wyszukiwarce Google;

- Skąd klienci wyznaczają trasy dojazdu do placówki dzięki usłudze Google Maps;
- Sprawdzenie popularności firmy wśród społeczności Google+;
- Zarządzać reklamami, w tym także poprzez integrację z usługą AdWords Express;
- Mobilność dostarczanych rozwiązań (Smartphone, Tablet, Komputer);

3.3 Możliwości promocji w Google+

Model promocji działalności w Google+ jest dość jasny — tworząc własny profil lub inaczej stronę (ang. *wall*) umieszczamy wszystkie rzeczy dotyczące firmy tj. informacje oraz mapę dojazdu do firmy, tworzymy posty z atrakcyjnymi ofertami usługami lub produktów, a w zamian uzyskujemy ogromne i w miarę możliwości wiarygodne² miejsce zwrotów opinii wśród użytkowników, którzy skorzystali z naszych usług. Dodatkowo dzięki informacji zwrotnej od klientów (posiadających konto Google+) możemy szybko skorygować lub udoskonalić naszą ofertę, a tym samym promując ją dalej wśród znajomych naszych klientów, którzy właśnie skorzystali z części naszej oferty i wyrazili opinię.

To jednak tylko ogólny zarys wstępu do poszczególnych kanałów jakie oferuje Google+. W dalszej części omówimy bardziej szczegółowo poszczególne możliwości usługi w nieco szerszym zakresie, w tym profity jakie niosą ze sobą.

3.3.1 Wszystko w jednym miejscu

²Wiarygodność jest tu ujęta w cudzysłów, ze względu na fakt, iż prawdopodobnie nigdy nie osiągniemy poziomu 100%. Zawsze jakiś odsetek opinii czy uwag na temat produktu będzie przejawiany w negatywną stronę lub po prostu zrobiony z premedytacją (w ramach zagrań nieczystej konkurencji). Jednak ogólne założenia wiarygodności użytkowników w systemie Google+ pozwalają nam z dużym prawdopodobieństwem twierdzić, że opinia danego klienta jest jak najbardziej prawdziwa i wartościowa, tak więc rozsądnie jest brać je wszystkie pod uwagę.

4 Podsumowanie

Każdy z portali społecznościowych wyraża nieco odmienne przewodnie idee.

Bibliografia

- [Gem14] Gemius. *Ranking silników wyszukiwarek*. 24 maj. 2014. URL: <http://ranking.pl/pl/rankings/search-engines.html>.
- [Inc13] Google Inc. *The guide to Google+ for business Getting started*. 17 maj. 2013. URL: http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/pl/+business/brands/assets/getstarted_guide.pdf.
- [Inc14a] Google Inc. *Google + Firmy*. 24 maj. 2014. URL: <http://www.google.com/intl/pl/+business/index.html>.
- [Inc14b] Google Inc. *Panel Google+. Zarządzaj informacjami o swojej firmie z jednego miejsca*. 24 maj. 2014. URL: <http://www.google.com/intl/pl/+business/manage.html>.
- [Wyt13] Jacek Wytrębowski. <http://www.google.com/intl/pl/+business/index.html>. Wer. 7. Maj 2013. URL: <http://www.google.com/intl/pl/+business/promote.html>.
- [Zar10] Dan Zarrella. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media, Inc., 2010. ISBN: 978-0-596-80660-6.