

Джефри Гитомър

СОЦИАЛНИЯТ БУМ!

София, 2011

Преводът е направен по изданието:
Jeffrey Gitomer`s
SOCIAL BOOM!
Pearson Education, Inc. Publishing as FT Press

Copyright © 2011 by Jeffrey Gitomer. All rights reserved.

Всички права запазени. Нито една част от тази книга не може да бъде размножавана или предавана по какъвто и да било начин без изричното съгласие на „Изток-Запад“.

© Издателство „Изток-Запад“, 2011
© Петьо Ангелов, превод, 2011

ISBN 978-954-321-945-2

Джефри Гитомър

СОЦИАЛНИЯТ



Превод от английски

Петьо Ангелов

Консултант

Александър Кръстев



**Социалните бизнес
медии са новият
начин изобщо да се
прави бизнес.**

Джефри Гитомър

**Социалните медии
ви дават не само
свобода на словото.**

**Социалните медии
въплъщават
свободата на
мисълта и свободата
на изразяването.**

Джефри Гитомър

Възможността, която ви дават социалните бизнес медии

Социалните медии станаха неописуем феномен. Стотици милиони хора по целия свят вече са част от купона. За части от секундата те могат да разберат всичко за всичко и всичко за всеки.

Е, няма как да не сте подозирали, че скоро и бизнесът ще влезе в играта – и малкият бизнес, и големият бизнес, и *вашият* бизнес.

Аз съм млад човек – на 65 години. Виждал съм как безброй възможности идват и си отиват. Видях цялата еволюция на компютъра, както и тази на интернет. Но никога не съм виждал – дори не съм си и представял – възможност като тази, която дават социалните бизнес медии. А най-хубавото в цялата работа е, че всичко това тъкмо започва.

Сега е времето да се възползвате до дупка от тази евтина (а често и безплатна) възможност, която може да ви изстреля нагоре и на местния, и на глобалния пазар.

Когато компании като „Проктър & Гамбъл“, „Дел“, „Епъл“, „Ай Би Ем“, „Майкрософт“, „Запос“ и „Амазон“ се хвърлят с главата напред в нещо, можете да сте сигурни, че в него ще има местенце – както и купища възможности – и за вас.

СОЦИАЛНИТЕ БИЗНЕС МЕДИИ ВСЕ ПАК ИЗИСКВАТ ИНВЕСТИЦИЯ: вашето време.

Трябва да сте готови да им посветите по около час на ден, за да изградите мрежата си. Когато го направите – и то както трябва, – ползата ще бъде неизмерима. Ще възстановите връзките си с бизнес партньори, ще привлечете хора и потенциални клиенти, които ще се свързват с вас хиляди пъти по-бързо и милион пъти по-добре, отколкото с прословутите обаждания „на студено“, с които набирахме клиенти през последните сто години.

Е, социалните бизнес медии са новият начин изобщо да се прави бизнес.

Чрез тях можете да продавате, да привличате лоялни клиенти и да печелите от способността си да излагате себе си, мислите си, опита си, контактите си – с други думи ценността, която представлявате – пред един пазар, който започва зад ъгъла и завършва в другия край на света.

ВНИМАНИЕ: След като започнете да виждате резултатите, ще си оскубете косите и ще се проклинате, че не сте започнали по-рано. Превърнете тази енергия в действие. Социалните бизнес медии са още в пелени. Цялото време е пред вас. Поставете си за задача да станете част от тях, вземете решение да впишете активите си в тяхната вселена, проявете решимост да действате, докато не победите, и пожънете благата, които ще ви засият – и откъм репутация, и откъм печалба.

Пригответе се да яхнете вълната на социалните медии. Тя е доста голяма – може би най-голямата, която някога ни е повличала.

ЗАБЕЛЕЖКА: Аз не пиша тази книга сам. *Нищо подобно.* Черпил съм с пълни шепи от знанията на другите, и по-конкретно на Сали Хогсхед, Мич Джоуел, Ричард Брасър,

Джо Сото, Ноа Рикън, Майк О'Нийл и Лори Ръф, Санди Картър, Марк Шефър, Крис Хамилтън, Джулиън Смит, Анди Сърновиц¹ и Шар Говиндан. Искам да им благодаря и да изразя признателността си за всичко, което направиха за мен.

*Лидерът от световна класа,
най-великият експерт по
социални бизнес медии, още не
се е появил. Със сигурност това
не съм аз. САМО ЧЕ аз съм се
доказал донякъде в тази област,
поради което и си позволявам
да споделя с вас стратегиите си
и истините, до които мисля, че
съм достигнал.*

¹ Вж. „Маркетинг от уста на уста“, С., „Изток-Запад“, 2011.

Това не е книга

Добре де, добре – книга е. НО... „Социалният БУМ!“ е и един вид ръководство за това какво да правите с присъствието си в LinkedIn, Facebook, Twitter и YouTube, за да разработите боен план, който да ви донесе окончателната победа на бойното поле на социалните бизнес медии.

Ще ви водя стъпка по стъпка и урок по урок през четирите основни социални медийни платформи, и то по начин, който едва ли сте очаквали – ще започнем от голямата картина и ще стигнем до лесно приложими идеи и стратегии, които да ви направят по-привлекателни и по-ангажирани и освен това ще укрепят връзките ви с ценни настоящи клиенти, с потенциални клиенти и с контактите ви като цяло.

„Социалният БУМ!“ ще ви покаже елементи, които да ви позволят да станете привлекателни за общността и бизнеса и ще ви запознае с всички аспекти на изграждането и осъществяването на пълно пазарно превъзходство. Всеки от тези елементи ще бъде представен по начин, който да ви помогне да разберете как вашият блог, електронен бюлетин, личен уебсайт, вашите статии, речи и други ценни достижения зареждат с енергия и привлекателност изявите ви в социалните бизнес медии.

„Социалният БУМ!“ ще ви вдъхнови да създадете собствена та си марка, да дръпнете нагоре в Google и да се представите като ценна личност и още по-ценен бизнес партньор.

КЛЮЧОВА ВЪЗМОЖНОСТ: Създайте своя собствен социален БУМ!, като привлечете клиенти и изградите личната си и професионална марка.

КЛЮЧОВИ ПРОЗРЕНИЯ: LinkedIn, Facebook, Twitter и YouTube не са просто варианти за действие. Те трябва да бъдат използвани ЕДНОВРЕМЕННО, иначе вашият БУМ! така и няма да настъпи – а още по-малко да отговори на очакванията ви.

КЛЮЧОВА СЪСТАВКА: Здрава работа и ЕДИН ЧАС НА ДЕН, след като установите присъствието си.

Какво им е толкова социално на социалните медии? Колко социални сте всъщност?

Всичко започна като есенен ветреца, повдигнал някое и друго сухо листо. Тук-там по някоя иконка на Facebook. След това вятърът се усили – LinkedIn, Twitter, YouTube. Накрая ураганът на социалните медии помете долините на интернет пространството.

Колко социални сте всъщност?

Колко сериозно се отнасяте към социалните медии?

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Няма как да ги игнорирате. Стотици милиони хора вече са вътре – а платформите са само на по няколко години.

*Известно време се опитвах да
не им обръщам внимание, но
скоро стана очевидно, че това е
новата голяма вълна – и преди
две години и аз влязох в играта.*

Признавам си, че имам известно предимство.

Имам купища читатели, които се интересуват от мнението ми и искат да знаят какво мисля в момента. Това са две от предимствата на социалните медии – те са непосредствени и информативни.

Освен това са и забавни – ето защо Facebook и YouTube струват МИЛИАРДИ.

Основните социални мрежи се разрастват бързо:

- * Социалната мрежа, пред която няма граници, е Facebook – и струва милиарди.
- * Връзката с хора от бизнеса се осъществяват чрез LinkedIn – и тя струва милиарди.
- * Ако искате да кажете няколко думи и да изпратите 140 знака на хиляди хора за по-малко от секунда, вашият избор е Twitter – и пак милиарди.
- * За видеоклипове влизате в YouTube – да, познахте, милиарди.
- * За изпращане на снимки мястото е Flickr – милиарди.
- * А за лични съобщения съществуват SMS-ите – аз нямам проблеми, защото си имам iPhone (направо безценно).

И това е само част от цялата картина. Има и още...

- * За да изразите личното си мнение, можете да си направите блог, за който хората, които сте привлекли, да се абонират и да имат достъп и до другите ви страници в социалните медии.
- * За пътуване във времето можете да яхнете Wikipedia – и тя струва милиони.
- * И, разбира се, можете да използвате личния и фирмения си сайт. Те вече са безценни.

Всички тези медии са – или поне се опитват да бъдат – социално ангажиращи. Те са един вид натрапници, ако щете. Освен това са – или поне се опитват да бъдат – лесно предаваеми. Нещо като вирус. С други думи – ако туитнете, дали вашият туит е достатъчно добър (или лош), за да бъде предаден нататък?

ЕТО И ДОБРИТЕ НОВИНИ: Всичко, което правите в социалните медии, се документира в Google. А това документиране се отразява положително на позицията ви.

Аз реших да се ангажирам сериозно със „социализацията“ си, като излагам на показ все повече от личността си – и като човек, и като бизнесмен – чрез социалните медии. Не съм се отказал от основаната си на ценности философия, но благодарение на социалните бизнес медии аз мога да я персонализирам, да я направя по-хуманна – и то до такава степен, че да привлече другите, те да извлекат полза от нея и на свой ред да искат да я предадат нататък.

Аз съм истински социален вирус в бизнеса.

Какво означава това за вас?

Каква е ползата?

Защо трябва да се включите?

*Социалните медии са възможност,
те са новата неразорана целина,
вселена в киберпространството, в
която ще намерите своето място,
ще осъзнаете възможностите,
ще се изградите като марка – и
вероятно ще извлечете печалба.*

Трябва да се запитате...

- * **Накъде духа вятърът?**
- * **Къде е купонът?**
- * **Каква ценност е това – и за мен, и за другите?**
- * **И как мога да я осребря, ако реша?**

ЛОШИТЕ НОВИНИ: Освен ако не сте някой от малцината, които притежават или поне са създали тези социални медии, възможностите ви за осребряване за момента за ограничени, каквото и да ви разправят разни „експерти“.

Така че ето какво ви препоръчам аз, за да влезете в крачка и да заемете позиция, така че да имате шанс да осъществите потенциала си, независимо дали става за социализация, бизнес, забавления или пари:

- * **Регистрирайте се.**
- * **Направете си акаунт на всички основни сайтове.**
- * **Публикувайте нещо.**
- * **Туитнете нещо.**
- * **Свържете се с някого.**
- * **Направете го сами.**
- * **Правете го всеки ден.**

И се научете как да го правите, като обновявате сами профила си колкото се може по-често.

Социалните медии са изменчиви – промяната е бърза и ежедневна. Те са поток от текст, звук, снимки и клипове. Този поток не спира и за секунда – той е постоянен и краят му не се вижда.

Да ви се е случвало да попаднете на секция в уебсайт, озаглавена „Последни новини“, и като кликнете върху нея, да се натъкнете на текст от преди пет години? Лоша работа, нали?

*Интернет действа мигновено.
Социалните мрежи действат
мигновено. И се налага да
действате последователно
и смислено, ако искате да
победите.*

Умолявам ви – не чакайте повече.

Съдържание

Възможността, която ви дават социалните бизнес медии.....	7
Това не е книга	10
Какво им е толкова социално на социалните медии? Колко социални сте всъщност?	12

ВЪЗМОЖНОСТ ЗА БУМ!

БУМЪТ на социалните медии е тук – и вече ви е отнесъл	22
Социалната революция и вашата еволюция.....	28
Социалните медии са новият начин за търсене на клиенти. Вътре ли сте?	32
Влязохте ли вече в света на социалните медии? Или още чакате на прага?.....	36
Как да превърнем личните социални медии в социални бизнес медии.....	41
Социални медии или социални БИЗНЕС медии? Изборът е ваш.	45
Девет начина да събудим интереса на златната рибка	50
Вършат ли работа социалните медии за всеки бизнес?.....	61

Тайната врата: 8 стъпки и сте ВЪТРЕ!..... 69

БУМ! ВЪВ FACEBOOK

Разликата между социалните медии
и социалните бизнес медии във Facebook..... 82

Не, само не Facebook! Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa! 85

Какво да туйтна?

Какво да постна? С кого да се свържа?..... 90

Отворете своя собствена

бизнес страница във Facebook..... 95

БУМ! В LINKEDIN

Разликата между социалните медии
и социалните бизнес медии във LinkedIn 100

Петнадесетте Божии заповеди в LinkedIn 104

Продаването е социална дейност. Как да извлечем
максимума от социалните медии, за да продаваме?... 112

LinkedIn за всички..... 124

БУМ! В TWITTER

Разликата между социалните медии
и социалните бизнес медии в Twitter 130

Туйтвам, следователно съществувам. Кой съм ти?..... 133

Да разберем Twitter и силата на препращането..... 137

Санди Картър командва (социално)

парада от първите бойни редици..... 142

Добре дошли на най-великия коктейл в света	147
Три неща, на които фирмите не обръщат внимание по отношение на Twitter	154
Дванадесетте неща, които научих за Twitter	162
Туитове от Джефри Гитомър, посветени на социалните медии.....	167

БУМ! В YOUTUBE

Разликата между социалните медии и социалните бизнес медии в YouTube	172
Как да ви излезе късметът в YouTube	174

ЛЕПИЛОТО!

БЛОГОВЕ, БЛОГОВЕ, БЛОГОВЕ.	182
Процесът на слепване.....	186
Силата на вашия електронен бюлетин	189

СОЦИАЛНИЯТ БУМ!

Нещо ценно за деклариране?	194
Помощ! Искам да пиша, но не знам как!.....	198
Четири правила на маркетинга от уста на уста.....	205
Социалните бизнес медии от гледна точка на кариериста	212
Ти служител ли си или човек?	219
Личната ви стратегия в социалните бизнес медии.....	221

„Асът на продажбите“: всички социални медии закуп	224
Формула за успех в бизнес социалните медии: привличане, ангажиране, връзки	226
Мога да ви помогна лично по пътя ви към социалния БУМ!.....	230
Тази книга не свършва тук.....	231



ВЪЗМОЖНОСТ ЗА БУМ!

БУМЪТ на социалните медии е тук - и вече ви е отнесъл

Всеки път, щом застана пред публика, задавам два въпроса:

- 1. Колко от вас имат профил в някоя социална медия? (Почти всички вдигат ръка.)**
- 2. Колко от вас искат да се представят по-добре? (Почти всички вдигат ръка.)**

Не забравяйте, че тези отговори идват от хора, които са уж в крак с действителността.

Всички имат смартфони, повечето получават всяка новина от Facebook на телефоните си, но по една или друга причина са решили да не влизат в социалните *бизнес* медии. Много от тях имат профили в LinkedIn и даже могат да се похвалят с някоя и друга връзка, само че почти никой не ползва активно Twitter, нито пък има канал в YouTube.

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Някои от ОГРОМНИТЕ компании вече са се потопили изцяло в социалните медии, докато други само са си заровили главата в пясъка или се мъчат да се преструват, че участват, защото една сутрин са се събудили и са установили, че конкуренцията забогатява благодарение на обхватно и активно присъствие в социалните медии. Има и такива, които твърдят, че някакви си „вътрешни наредби“ им пречат да се включат.

Ето ви няколко примера за големи компании, които извличат ГОЛЕМИ предимства от социалните бизнес медии:

- * „Старбъкс“ се интересува от мнението на клиентите си и ги моли за идеи. (Откъде, мислите, са се сетили за малката зелена лепенка?)
- * „Бъргър Кинг“ продължава да позволява на клиентите си да командват парада онлайн, като им предлага информация и талони за отстъпка.
- * „Ай Би Ем“ използва всеки възможен аспект на социалните медии и планира да удвои усилията си през 2011 г., като насърчи служителите си и им се довери да контактуват лично – но по работа – с клиентите.
- * „Проктър & Гамбъл“ са прегърнали Facebook и започват да заменят телевизионните реклами с присъствие в социалните медии. (ЛЕЛЕ!)
- * „Форд“ използва социалните медии едновременно като комуникационен канал за връзки си с обществеността, като отдел „Жалби“ и изобщо като възможност за обратна връзка.
- * „Комкаст“ използва Twitter за индивидуално техническо обслужване на клиентите си.
- * „Запос“ (все едно вече не са номер едно в обслужването на клиенти) туитват по някой и друг технически съвет, в резултат на което получават ХИЛЯДИ препратки.

Всички тези компании, независимо дали работят с корпоративни или индивидуални клиенти, наблягат на една и съща дума в своята философия: ОБЩНОСТ. Всички те признават, че клиентите им имат право на глас, вслушват се в този глас, отговарят му – и резултатът от това са огромни печалби.

И това НЕ СА изолирани примери – те са напълно типични за начина, по който големите компании използват силата на социалните медии, за да информират, общуват, обслужват и продават.

Къде сте вие? Къде е вашата стратегия за създаване на общност? В кого се вслушвате? На кого отговаряте?

Или пък отговаряте само на телефона и ми казвате: „За по-добро обслужване, моля, натиснете едно“. Жалка история.

Ето ви 6,5 ГАДНИ въпроса, които да ви накарат да се замислите, да планирате и да действате:

- 1. Какво правите, за да се възползвате от възможността, която ви предлагат социалните медии?**
- 2. Как привличате клиенти?**
- 3. Каква е ценността на вашето послание отвъд простото предлагане на продукти?**
- 4. Как ангажирате клиентите си?**
- 5. Как се свързвате с хората, които вече са част от вашата общност?**
- 6. Какъв е планът ви за удвояване на присъствието ви в социалните медии?**
- 6,5. Какви политики, наредби и адвокати ви пречат? Разкарайте ги!**

Въпросите са болезнени, но имат нужда от отговор.

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Докато си седите зад бюрото, правите стратегии и се чудите какво ли ще каже законът за вашите планове, конкуренцията ви се смее и стиска палци да продължите да отлагате.

*Снощи туитнах следния цитат:
„Колкото повече пречите
на хората си да използват
социалните медии на работа,
толкова повече конкуренцията
ви сривва задника“.*

СИЛАТА НА ТУИТА: По-малко от час, след като се появи в интернет, повече от 50 души го бяха препратили и повече от 100 000 души го бяха прочели. БЕЗ ДА ПЛАТЯ И СТОТИНКА.

Хората не спират да ми казват неща като:

- * Как мога да използвам социалните медии, за да привличам нови клиенти?
- * Социалните медии не са ли само за деца?
- * Никога не съм туитвал.
- * Опитвах със социалните медии, но така и не постигнах нищо.
- * Шефът няма да ми разреши да използвам Facebook на работа.

А моят отговор неизменно гласи:

*Хората (като вас) могат
напълно безопасно да отворят
своя БИЗНЕС страница във
Facebook, основана на ценности и
тяхното споделяне, В РАМКИТЕ*

*на параметрите, определени от
бизнеса, в който са. Могат да
направят същото и с LinkedIn,
Twitter, и YouTube.*

ПРОБЛЕМ: Това изисква здрава работа и непрекъснати постинги.

ВЪЗМОЖНОСТ: Клиентите, сегашни и бъдещи, търговците, индустрията и общността ще започнат да гледат на вас като на лидер, който разпространява ценности.

ОСНОВНА НАСОКА: Започнете още днес!

**Социалните бизнес
медии са невероятна
ВЪЗМОЖНОСТ
НА МОМЕНТА.
Способността ви
да привличате
хора се подхранва
допълнително
от ценностните
връзки, които сте
установили в хода
на кариерата си.**

Джефри Гитомър

Социалната революция и вашата еволюция

Социалната революция промени завинаги начина, по който продавате и обслужвате клиентите си. Единственият проблем е, че повечето търговци нямат представа за това – ПОНЕ ЗАСЕГА.

С развитието и съзряването на социалните бизнес медии всички търговци, ръководители и предприемачи ще излязат под светлината на прожекторите и ще се разбере кой кум, кой сват... ПРЕДИ всякакви обаждания или срещи с цел продажба.

Помислете си само какъв ще бъде резултатът, ако...

- * ... ви потърся в **Google**.
- * ... ви издирия във **Facebook**.
- * ... попадна на вас в **LinkedIn**.
- * ... ви пусна в **Twitter**.
- * ... ви намеря в **YouTube**.

На всичкото отгоре изобщо не можете да ме спрете. А аз ще открия СЪВСЕМ ТОЧНО що за човек сте – и съм сигурен, че и вие ще направите същото с мен. Преди две години нещата едва ли щяха да се случат така. Не и по отношение на социалните медии. А преди пет години дори и Google нямаше да свърши работа.

*Днес ВСИЧКИ системи за
продаване се влияят, а понякога
дори се определят еднозначно
от вашата онлайн репутация.
Още преди да ви се обадя – или
дори преди вие да ми се обадите,
преди още да сме се срещали – аз
вече знам за вас всичко, от което
имам нужда.*

А ако не го знам – мога да ви проверя за десетина секунди,
ДОКАТО си говоря с вас по телефона или докато чакате
пред вратата на офиса ми.

*Ето кои са новите стандарти, по които ще ви оценяват,
че ви отделят време за срещи, ще взимат решения за
предложенията ви, ще ви мерят, ще ви лепят етикети и
ще говорят за вас (олеле!):*

Присъствие и ранг в Google

Онлайн репутация

Присъствие в социалните бизнес медии

Личен уебсайт (има или няма)

Личен блог (има или няма)

Присъствие във Facebook

Връзки и препоръки в LinkedIn

Последователи и твитове в Twitter

Присъствие в YouTube

Удавих ли ви? Това е само защото спите и чакате икономиката „да тръгне нагоре“. Защото сте убедени, че интер-

нет е важен за вашата компания, но не и за вас. Защото мързелувате и се надявате някой адвокат да ви измисли „корпоративен план“ за социалните медии.

Размърдайте си задника и поне помиришете интернет!

Ето някои неща, които трябва да направите и които можете да направите, защото, ако не ги направите, някой ще ви направи на нищо:

- ✱ **Погледнете какво правят конкурентите ви – и техният персонал – в интернет.** Следете присъствието им онлайн и в социалните медии.
- ✱ **Говорете с клиентите си ЗАДЪЛБОЧЕНО.** Открийте коя информация е ценна за тях и направете план да им я предоставите, независимо дали това е свързано с продажбите ви или не. ПОДСКАЗВАМ ВИ: ако им дадете ценна информация, тя директно се отразява на връзката ви и на тяхната лоялност към вас.
- ✱ **Посветете повече време на това да научите всичко, което сте пропуснали за онлайн присъствието.** Това ще рече поне час на ден. Ако изоставате от стандартите на конкуренцията си, това е просто проблем; изостанете ли обаче от нуждите на клиентите си, това вече е ОСНОВНИЯТ ви проблем. Ако не знаете какво да правите, започнете да учите и влезте в играта възможно най-бързо.
- ✱ **Поставете си постижими цели и измервайте резултатите си.** Започнете с LinkedIn. Създайте 200 контакта и започнете да разширявате мрежата си. Създайте няколко клипа с препоръки, в които ваши клиенти обясняват колко сте велики, и ги качете в YouTube.

- * **Отправляйте ценностни послания, а не оферти за едно или друго.** Целта на присъствието ви онлайн (и особено в социалните медии) е не да продавате, а да привличате хора, които искат да купуват.
- * **Потърсете професионална помощ, само че ВНИМАТЕЛНО.** Сдобийте се с лични препоръки, ПРЕДИ да похарчите и стотинка. Има куп хора, които могат да ви помогнат. Още повече са онези, които ПРЕТЕНДИРАТ, че могат да ви помогнат, само дето не е така.
- * **Чакането струва повече от първата стъпка.** Какъвто и да е бюджетът ви за присъствие онлайн или в социалните медии, това присъствие със сигурност ще ви излезе по-евтино от това да не правите нищо, докато другите профучават покрай вас.

Социалните медии няма да отшумят. Обзалагам се, че присъствието ви в социалните бизнес медии е нулево – и за това няма друга причина, освен собственото ви отношение, което може да съсипе бъдещето ви.

Надявам се, че стратегиите и идеите в тази книга могат да ви помогнат да изстреляте в космоса всичко, което правите онлайн (и особено в социалните медии), така че да няма за какво да съжалявате.

БЕЗПЛАТНО ГИТОМЪРЧЕ... Искате ли три съвета за това как да живеете без капка съжаление? Отидете на <http://www.gitomer.com> и напишете „regret“ в полето GitBit.

Социалните медии са новият начин за търсене на клиенти. Вътре ли сте?

Мненията на хората относно новата мания по социалните медии са на двата противоположни полюса.

В интернет се води война между вярващите и невярващите и всеки дърпа чергата към себе си. В крайна сметка вярващите (потребителите) замъкват невярващите (които още не са в играта) в своя край на чергата.

Вие от кои сте?

Още ли се опитвате да спечелите клиенти по телефона?

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Милиони фирми имат лого на социални медии на началната страница на сайта си. Колко фирми имат вашето лого на началната си страница? Кой иска да се свърже с вашите хора? БОЛИ, нали?

Ето ви пет и половина изключително важни за бизнеса инструменти, които да ви помогнат да захвърлите телефона и да се доберете до клиентите си чрез новите онлайн явления:

1. FACEBOOK. Намерили сте стари приятели от гимназията или университета – или, още по-добре, те са ви намерили. Това е „социалната“ ви страница. Имате ли

бизнес страница, на която хората могат да ви „харесат“? Бизнес страницата е начинът да създадете стойност и да привлечете нови приятели и клиенти. Ако публикувате нещо **СТОЙНОСТНО** за вашия пазар, за индустрията или продукта си, наистина можете да **ПРИВЛЕЧЕТЕ** потенциални клиенти.

ПАРЧЕНЦЕ РЕАЛНОСТ: Facebook беше оценен наскоро на девет и половина милиарда долара. Основан е от двама двадесет и четири годишни младежи, които промениха завинаги интернет за по-малко от шест години. Земята под краката ви вече не е стабилна.

2. LINKEDIN. Само бизнес, само възможности, само връзки. Това обаче е просто огромен бизнес клуб – поне до момента, в който не установите какво е ценностното ви предложение и как можете да го представите. Ключовият момент е да изградите здрава основа от връзки и последователно да отправяте ценностни послания, за да привлечате все повече хора в мрежата си.

3. TWITTER. Това е най-новата социална медия – непонятна за едни, кокошка със златни яйца за други и пълна мистерия за повечето хора. Аз туитвам по едно ценностно послание всеки ден, публикувам собствените си мисли и думи. Препоръчвам ви и вие да направите същото. Ако туитовете ви попаднат на точния човек, той ще ги предаде нататък и така ще станете по-популярни и привлекателни.

4. YOUTUBE. Живеем в свят на образи – къде ви е камерата? Както знаем от MTV, видеото изхвърли звездите от радиото в канала. Аз имам свой собствен канал в YouTube, където качвам съвети за продажби и каквото ми хрумне за отношението, доверието, лоялността и други ценности в

бизнеса. Вие как се възползвате от YouTube? Къде са видео препоръките ви от клиенти, когато ви трябва?

5. FLICKR. Раят на снимките. Само за десет години фотоателиетата за бързо вадене на снимки преживяха своя зенит – и залез. Дигиталните изображения и фотопринтерите изхвърлиха и тях в канала. Разгледайте снимките на другите, за да ги опознаете; изпращайте снимки на семейството си, за да ви опознаят и те. Прикачайте снимките си към имейли. Използвайте ги в презентациите си. Качвайте ги във Facebook. Това е не само забавно, но е и страхотен начин за изграждане на разбиране и връзки с другите.

5.5. ТОВА ВЕЧЕ СТЕ ВИЕ. Най-важният елемент на социалните мрежи *сте самите вие*. Единственото важно нещо е какво пишете, какво правите, какво поствате, какво туйтвате, какво снимате, какво записвате, как участвате – и доколко сте отдадени на това да направите личното си послание и собствената си марка привлекателни.

Има ключови думи, на които трябва да обърнете внимание, докато се опитвате да изградите своя свят в социалните медии: връзки, привличане, видео, стойност, последователност, привърженици, важност, писане, разпределяне, капитализация.

ЕТО КАКВА Е ГОЛЯМАТА ТАЙНА: Начинът, по който позиционирате и промотирате себе си извън социалните медии е ключов за успеха ви вътре в тях.

Творбите ви, уебсайтът, блогът, електронният ви бюлетин, личната ви марка, репутацията ви на собствения ви пазар, стойността, която ви приписват другите, популярността ви в „Google“ са все елементи, които ще се отразят на позицията ви в социалните медии – и които ще определят успеха ви.

Не забравяйте, че има куп шарлатани, които се опитват да се възползват от другите. Както и навсякъде, и тук има малък процент идиоти и манияци, които правят каквото не трябва. Не им обръщайте внимание. Не позволявайте действията на този или онзи да съсипят перспективите ви за напредък и растеж.

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Търсенето на клиенти по телефона е част от света на търговията повече от сто години. Май му стига толкова. Технологията, портиерите, охраната, гласовата поща и развитието на самите купувачи и ръководители завинаги промениха пейзажа. Това е СТРАХОТНА новина!

СТАНЕТЕ СОЦИАЛНИ: С помощта на безплатните възможности на Facebook, Twitter, YouTube, Flickr и ОСОБЕНО LinkedIn, вие имате невероятния шанс за привлечете потенциални купувачи и да се свържете с тях.

Съществуват купища нови бизнес идеи на стойност милиарди долари, които излизат на бял свят благодарение на връзките в социалните медии. Каква част от тези милиарди ще дойде при вас? Може би трябва да се отнесете малко по-сериозно към идеята да станете малко по-социални – и малко по-привлекателни.

Влязохте ли вече в света на социалните медии? Или още чакате на прага?

Социалните медии промениха света. Нека ви обясня това твърдение. Социалните медии промениха ВАШИЯ СОБСТВЕН свят. Каквото и да правите онлайн, независимо дали сте във Facebook, LinkedIn, Twitter или YouTube, социалните медии вече са изменили начина, по който общувате с приятелите си, с клиентите и със света.

НЯМАНИЩО ПО-ЛЕСНО ЗА РАЗБИРАНЕ ОТ FACEBOOK. Това явление промени начина, по който общувате с приятелите и семейството си, и отвори портите на свободата пред всеки, с който влизате в контакт, независимо дали в личен или професионален план.

Във Facebook вероятно вече сте намерили стари приятели, съученици и колеги – и те са открили вас. По същия начин можете да намирате настоящи и бъдещи клиенти – както и те да намерят вас.

Благодарение на социалните медии и интернет големите компании вече нямат големи предимства.

Всеки може да създаде новинарски блог, който незабавно да влезе в конкурентна борба с „Ню Йорк Таймс“. Музикалната индустрия беше смазана от групи, които пишат свои собствени песни и ги продават в iTunes, и от такива, които

пускат безплатни клипове в YouTube. Те го правят много по-ефикасно и с много по-ниски разходи от звукозаписните компании още от първия си ден в мрежата.

LINKEDIN СЪЗДАДЕ НОВ НАЧИН ЗА СВЪРЗВАНЕ С ПОТЕНЦИАЛНИ КЛИЕНТИ И ДАДЕ НА БИЗНЕСА МНОГО ПО-СВЪРШЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА ВРЪЗКА. Можете да влезете в мрежата, да потърсите по позиция и да намерите куп потенциални клиенти, без да платите и стотинка. Това е трудовата борса на бъдещето.

TWITTER ВИ ПОЗВОЛЯВА ДА ОБЩУВАТЕ С ХОРА, КОИТО СЕ ИНТЕРЕСУВАТ ОТ ВАШИТЕ МИСЛИ И ЗНАНИЯ, КАКТО И ОТ ЗНАНИЯТА НА ДРУГИ ХОРА, КОИТО СМЯТАТ ЗА ЦЕННИ.

YOUTUBE Е ЕДНО ОГРОМНО КИНО, В КОЕТО МОЖЕТЕ ДА ИЗБИРАТЕ ИЗМЕЖДУ ЕДИН МИЛИАРД ЗАГЛАВИЯ. Милиони нови заглавия се добавят всеки ден. Ако сте чували израза „до небесата“, да знаете, че половината облаци са си на YouTube.

Хората, които се явяват на интервю за работа, вече са огледани под лупа чрез присъствието си във Facebook, LinkedIn, Twitter и YouTube по същия начин, по който и самите те са проучили компанията в социалните медии. И все пак има хора, които не вярват на социалните медии, избягват ги и дори ги оплюват. Тези хора са идиоти – аз съм сигурен, че познавате неколцина от тях.

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Социалните медии, – и в личен, и в бизнес план, – създадоха нови продажби, нов маркетинг, ново присъствие, нови марки, нови комуникации, нова работа в мрежа и нови бизнес възможности – и то такива, каквито никой не е виждал когато и да било преди.

Революцията е още в зората си и повечето фирми, бизнесмени, ръководители и търговци все още нямат опит в социалните медии.

ОБЪРНЕТЕ ВНИМАНИЕ: Има няколко неща или действия, няколко души и шепа обстоятелства, които могат да променят правилата на играта. Социалните медии промениха до дъно тези четири елемента.

Хората, обстоятелствата, нещата и действията се промениха завинаги заради постингите, туйтването и свързането. И хората, които са се възползвали от това, са променили подхода си по начин, който е вдъхнал ужас на традиционните им конкуренти.

Помислете си за мястото си в социалните медии, докато планирате пазарните си подходи за следващите десет години, и си задайте следните въпроси:

1. Каква е позицията ми в момента на пазара, на който действам?
2. Как ме възприемат клиентите ми?
3. Имат ли клиентите ми денонощен достъп до компанията, за да правят коментари и да разказват истории?
4. Наистина ли знам какво мисли и казва конкуренцията?
5. Колко привлекателен съм за клиентите си?
6. Какво е ценностното ми предложение, което облагодетелства клиентите им, и как им го поднасям аз всеки ден, без да се повтарям?

Участвам активно в социалните медии едва от три години. Тази година ще дам всичко от себе си, за да привлека, ангажирам и свържа. Наех консултантска фирма, която да ми

помогне. Имам трима души на заплата, които публикуват събития, следят профилите ми и ми помагат.

АВТЕНТИЧНОСТ: Сам си съставям туитовете, като ги диктувам или ги пускам през Facebook, и действам активно в LinkedIn (приемам покани, отговарям, кореспондирам). Вярвам, че личното участие съхранява автентичността на моето послание, верността му към моята философия, и ми помага да уча.

**Има една
неизказана
стратегия, която
е закон в бизнеса,
и тази стратегия
се фокусира около
думата *ценност*.**

**Колкото повече
предлагате, толкова
по-привлекателни
ще бъдете.**

**Колкото по-малко
предлагате, толкова
по-анонимни ще сте.**

Джефри Гитомър

Как да превърнем личните социални медии в социални бизнес медии

Как се използвате социалните медии и каква печалба извличате от тях?

ЕТО ВИ НАЙ-ВЕРОЯТНИЯ ОТГОВОР: Използвате ги, но не печелите от тях.

Защо ли? Ами защото...

- * Страницата ви във Facebook е пълна със снимки от пикника в неделя, с няколко коментара от близки и приятели – и нито дума за бизнес.
- * Имате профил в Twitter, който казва на всичките ви 75 контакта, че сте по пижама и се каните да си лягате. (Още по-лошото е, че наричате контактите си „туитакти“.)
- * Профилът ви в LinkedIn (ако изобщо имате такъв) има под сто контакта и нито един от тях не е получавал когато и да е ценностно послание от вас.
- * Нямате собствен канал в YouTube.

Олеле!

РЕАЛНОСТТА Е СЛЕДНАТА: Време е да теглите чертата и да определите границата между личния живот и бизнеса в социалните медии.

Има лесен – и безплатен – начин да станете привлекателни и да съберете контакти в социалните бизнес медии. Предизвиквам ви да направите необходимите стъпки – и то сега.

Ето две неща, които можете да направите ДНЕС.

1. СЪЗДАЙТЕ БИЗНЕС СТРАНИЦА ВЪВ FACEBOOK, КОЯТО ВАШИТЕ КЛИЕНТИ – НАСТОЯЩИ И ПОТЕНЦИАЛНИ, – КАКТО И ПОЧИТАТЕЛИТЕ ВИ ДА МОГАТ ДА ХАРЕСВАТ. Страницата, посветена на бизнеса ви, ще ви позволи да създадете възможност за диалог с клиентите. Тя ще ви предизвика и да създадете ценностни послания, да качвате клипове и да давате предложения и идеи на клиентите си, които да им помогнат да изградят бизнеса си – и резултатът от това е, че можете да спечелите по-широка аудитория.

Хвърлете едно око на моята бизнес страница във Facebook и обърнете внимание, че публикувам по нещо в нея всеки ден и създавам линкове към уебсайта си, така че хората, които харесват страницата ми, да могат да продължат да ме възприемат като източник на ценности и като полезен ресурс. Докато сте там, отделете минута-две, за да прочетете коментарите, които получавам в отговор на ценностните си предложения. Те ме връщат към скромността, като същевременно ме ласкаят и увеличават доходите ми. И вие можете да направите същото.

Готов съм да се обзаложа, че всеки от вашите клиенти вече участва активно във Facebook, но по-скоро само на лично и социално ниво. Лесно можете да намерите подобни клиенти и да ги помолите да харесат страницата ви.

ВНИМАНИЕ: Бизнес страницата ви във Facebook изисква работа, непрекъснато обновяване и отговори. Ако пускате по нещо веднъж месечно, доверието към вас спада до нула. Поставил съм си за задача да поствам поне три пъти седмично. Интересното е, че дори да не публикувам нищо, някой от феновете ми пуска нещо за мен или от мен – цитат, благодарност, идея, история. За мен това не е просто постинг, а препоръчително писмо – има хора, които отделят време, за да общуват с мен и да споделят благодарността, въпросите или идеите си. А вас колко души ви харесват?

2. TWITTER Е АНОМАЛИЯ – САМО ЧЕ ЗАДЪЛЖИТЕЛНА. Повечето хора с лека ръка отхвърлят предлаганите от Twitter възможности. Те или мълчат като риби, или се опитват да ви пробутат нещо. През първата си година в Twitter аз пуснах около 180 туита – и се оказах с повече от 15 000 последователи.

Да, имах предимството да бъда популярен писател и лектор, но не пропуснах да се възползвам от това предимство.

Вече съм година и четири месеца в Twitter и вчера пуснах двеста и осемнадесетия си туйт: „Устойчивостта не е нещо, което просто ти се случва. Тя е израз на начина, по който реагираш на онова, което ти се е случило, и по който се възстановяваш от него“. Съобщението беше препратено повече от сто пъти – и ми позволи да мина границата от 20 000 последователи. В туйтовете си предлагам на хората да направят нещо – по този начин те получават ценна информация, без да са дошли да си я поискат.

Никой не осъзнава още истинската стойност на Twitter. Но със 175 милиона потребители все трябва да има някой и друг долар в тази работа. Хвърлете едно око на туйтовете ми, за да видите как предлагам стойност.

И обърнете внимание, че когато пускам цитати, те са си мои. Не ви повтарям думи на Бенджамин Франклин или Алберт Айнщайн (несъмнено блестящи хора). Не цитирам другите – предпочитам да цитирам себе си.

Един от първите ми цитати гласеше: „Ако искаш да си значим в Twitter, туитни нещо значимо“. Беше препратен стотици пъти.

А вие какво правите в Twitter? Как се възползвате от присъствието на 175 милиона души с помощта на 140 знака всеки ден?

Социални медии или социални БИЗНЕС медии? Изборът е ваш.

Според мен LinkedIn е най-ценната социална бизнес медия. Но в никакъв случай не е ЕДИНСТВЕНАТА.

За да овладеете социалните бизнес медии, имате нужда от успешна комбинация от бизнес страница във Facebook, акаунт в Twitter и LinkedIn, както и канал в YouTube.

LinkedIn ви позволява да намирате хора, които биха могли да правят бизнес с вас, да се изявявате като ценен контакт, като на всичкото отгоре (и това е най-важното) позволява на хората да ви открият.

Повечето търговци, използващи LinkedIn, се опитват да намерят някакви насоки за работа или поне да си изпросят някоя и друга връзка. Тази стратегия не е кой знае колко полезна, но със сигурност е по-добра от телефонното обаждане „на студено“.

LinkedIn изобилства с изпълнителни директори и други старши ръководители, както и с милиони предприемачи (ама наистина милиони), които са собственици на фирмите си и могат да взимат окончателните решения.

LinkedIn е новият начин за търсене на клиенти. Вместо да се обаждате на някоя секретарка и да се опитвате да отгатнете кой в крайна сметка взема решенията във фирмата, вече можете да отворите търсачката в LinkedIn и да намерите точния човек ПРЕДИ още да сте се обадили. Можете да видите с кого са свързани вашите контакти и да намирате хора по длъжностна характеристика и наименования на позицията.

Като майстор на социалните бизнес медии вашата работа е да привлечате хора, а не да им се молите. Не трябва да ги търсите – успехът ви ще дойде, ако просто им позволите да ви открият.

Имам хиляди контакти в LinkedIn – и съм помолил да се свържат с мен по-малко от сто. Другите са молили мен. Това трябва да е целта ви.

Ето ви една непобедима стратегия за работа в социалните мрежи.

КУПЕТЕ WWW.ВАШЕТОИМЕ.COM. Ако името е заето, добавете „аз съм...“ или „великият...“, или пък „единственият и неповторимият...“ отпред. Ако и четирите са налични, купете ги всичките. Ако фамилното ви име също е свободно, купете и него.

НАПРАВЕТЕ СИ ПРОСТ УЕБСАЙТ ОТ ЕДНА СТРАНИЦА. На него публикувайте философията си за това как да се отнасяме към клиентите си. Не след дълго това ще ви позволите да получите ранг в „Google“ (и вероятно този ранг ще бъде номер едно), който да позволи на хората лесно да ви намират.

СЛЕД ТОВА СИ НАПРАВЕТЕ БЛОГ. (Wordpress, Турепад и Blogger предлагат евтини или направо безплатни възможности.)

И НАКРАЯ СИ НАПРАВЕТЕ СТРАНИЦА ВЪВ FACEBOOK, АКАУНТИ В LINKEDIN И TWITTER И КАНАЛ В YOUTUBE. Уверете се, че всички те са на ваше име или поне съдържат името ви. Това ще ви даде още по-силни позиции в „Google“ и ще започнете да се появявате на поне пет-шест места.

*Най-важното е да станете
видими в интернет – чрез
уебсайт, блог и основано на
ценностите използване на
социалните медии.*

Препоръчвам ви да отидете и на <http://www.aceofsales.com> и да си направите акаунт. Струва само двадесет долара месечно и ви позволява да влизате във Facebook, LinkedIn и Twitter от началната страница само с един клик. Освен това ви дава възможността да създадете и изпращате ваш собствен електронен бюлетин.

Повече за „Асът на продажбите“ можете да видите в края на книгата.

След като вече видяхте голямата картина, ето какво трябва да направите:

- 1. Туитвайте по едно ценно послание всеки ден. Само едно.** Нещо, което настоящите и потенциалните ви клиенти ще сметнат за стойно.
- 2. Добавяйте по един параграф в блога си всеки ден и включете туйта си в него.** Нека бъде нещо, което другите биха сметнали за стойно. Просто трябва да станете сутринта и да започнете да пишете.
- 3. Свършете профилите си в социалните мрежи така, че онова, което пускате в един от тях, да се появява във всичките.**
- 4. Поствайте важни събития в бизнес страницата си във Facebook.** Обръщайте особено внимание на събития, свързани общуването с клиенти.