

POSSIBILITĂȚILE PROMOVĂRII PE FACEBOOK A COMPANIILOR TINERE

***Mihai SOCHIRCA, grupa MKL 131, Facultatea BAA, ASEM
Cond. șt.: Liliana SAHARNEAN, lect. sup., ASEM***

Facebook este rețeaua de socializare creată, în anul 2004, de către Mark Zuckerberg pentru a oferi posibilitatea de a contacta oamenii apropiați și de a face cunoștință cu persoanele care încă sunt necunoscute. Odată cu trecerea timpului, în ultimii zece ani, facebook.com a devenit cea mai populară rețea de socializare din lume, cu peste 1,28 mld utilizatori unici lunar, care petrec online o bună parte din timpul lor. Numărul impunător de utilizatori, timpul impresionant pe care îl petrec online, dar și adaptarea site-ului pentru interesele clienților, a creat premise atât pentru dezvoltarea businessului online, cât și a deschis noi orizonturi, și noi oportunități pentru cel off-line.

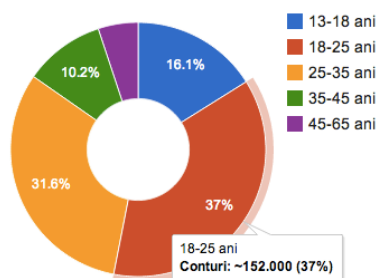
Pentru realizarea activității de marketing, facebook.com pune la dispoziția diferitelor companii oportunitatea de a-și promova produsele, serviciile, atât gratis, cât și contra plată, pentru

a informa mai mulți potențiali clienți. Companiile o pot face prin crearea paginilor oficiale, care le-ar reprezenta sau ar reprezenta o anumită gamă de produse, pe care acestea o oferă. Pe lângă posibilitatea de a crea o anumită pagină, internetul oferă diferite sisteme de analiză, pentru a indica moderatorului ce reacție are publicul larg asupra mesajelor postate, câte persoane au vizualizat mesajul dat, care este rata vizibilității etc. Pe lângă promovare, facebook-ul oferă posibilitatea ca firma să mențină legătura cu clientul, să asigure serviciul de suport al consumatorului și, desigur, să reacționeze rapid la feedback-ul acestuia din urmă.

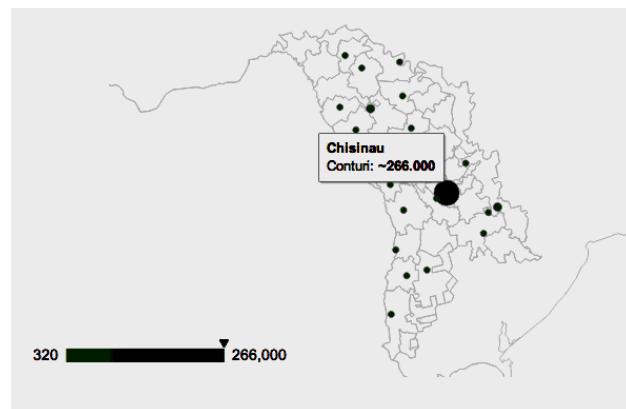
Specialiștii în domeniul marketingului online recomandă întreprinzătorilor să nu se axeze pe numărul like-urilor, ci să atragă atenție la grupul-țintă al lor, implicându-l în discuții interactive. La fel, există anumite perioade de timp când un mesaj postat va fi vizualizat de un public mai larg, precum și perioade când acest public este predispus să interacționeze ș.a.m.d.

În luna aprilie 2014, în Republica Moldova, numărul utilizatorilor activi pe facebook a fost estimat la 380 mii, dintre care 152 mii cu vârstele cuprinse între 18 și 25 de ani (37%) și 130 mii cu vârstele cuprinse între 25 și 35 de ani (31,6%). Observăm că majoritatea utilizatorilor acestei rețele de socializare sunt potențialii clienți, care se află la vârsta când atât puterea lor de cumpărare, cât și dorința de utilitate sunt combinate într-un mod avantajos pentru întreprinzător. Conform site-ului topbrands.md, majoritatea utilizatorilor facebook sunt localizați în or. Chișinău (aprox. 266 mii), care este urmat de Tiraspol, cu 12 800 de utilizatori și Bălți cu 11 600.

Numărul de conturi pe facebook în dependență de Vârsta



Numărul de conturi pe facebook în dependență pe localități



Concentrarea majorității utilizatorilor activi în Chișinău este oportună pentru întreprinzătorii locali, care doresc să-și promoveze produsele. În cazul întreprinzătorilor care au piața de desfacere în alte orașe ale țării, acesta este un factor mai puțin prielnic, cu toate că ritmurile de creștere ale numărului de utilizatori sunt unele optimiste.

Irina Frunza, specialist în domeniul marketingului în cadrul start-upului MoldovaMaps- o aplicație care facilitează utilizarea transportului public pentru deplasarea din punctul A în punctul B atât pentru locuitorii, cât și pentru vizitatorii capitalei și încă 3 orașe din Moldova, comunică: „Promovarea online a adus roade de la bun început. În timpul concursului SiCamp, unde a luat viață ideea, am creat pagina de FaceBook Moldova Maps, unde am îndemnat lumea să ne susțină, acesta a fost și un plus la jurizare, deoarece deja aveam vreo 2 sute și ceva de like-uri adunate în 48 de ore, ce a demonstrat utilitatea produsului nostru de la bun început „în scurt timp toate posturile Tv ne-au contactat, nu noi pe ei, dar ei pe noi după postările pe facebook.com și deja s-a început promovarea pe TV, care, de asemenea, a fost postată pe FaceBook aducând greutate aplicației noastre. În așa mod, în ziua Paștelui, am înregistrat deja 5000 de download-uri a aplicației (în 20 de zile!) și asta doar cu versiunea android, în română și doar pentru 4 orașe”.

Alexandru Lebedev, CEO & Founder www.diez.md și Social Media Manager la TEDx Chișinău recomandă: „Dacă vrei să începi să te promovezi pe Facebook și ai buget limitat, în loc să te concentrezi pe numărul de like-uri, fă-o pe calitate. Astfel să menții fericiți cei 100 de fani,

dacă îi ai inițial, ei sunt cei care, dacă vor aprecia calitatea, îți vor aduce restul popularității. Gândește-te ce vor fanii tăi, și ce informație să le dai. Scopul tău ar trebui să fie fanii, și nu numărul lor. Să le răspunzi mereu în maximum 30 de minute și să iei în considerare ideile lor. Fă-i parte a proiectului tău, întreabă-i lucruri mari și mici, de la cum ar trebui să pui logo-ul până în ce zi ar vrea ei să fie un anumit eveniment”.

Luând în considerație importanța activității de marketing pe facebook din Occident, sfătuiesc toți întreprinzătorii să se gândească la oportunitățile care le sunt oferite. Mai cu seamă că, pe lângă posibilitatea de a interacționa gratis cu publicul, sau de a plăti pentru ca postările companiei să fie afișate mai multor utilizatori, din luna aprilie și în Republica Moldova, putem defini audiența și selecta ce categorie de oameni este prioritară pentru campania noastră de promovare.

Bibliografie:

1. <https://www.facebook.com/business/overview>
2. <http://www.wordstream.com/blog/ws/2014/01/30/facebook-advertising-tips>
3. <http://www.socialmediaexaminer.com/tips-for-a-successful-facebook-page/>
4. www.facebook-pmdcenter.com/
5. <http://www.topbrands.md/date-demografice-moldova.html>