

仔细设计策略 让企业在网络世界占上风

企管Q&A

中小企业应该投资社交媒体平台吗？成本一定很高吗？投资多少才算合适？

新加坡管理大学李光前商学院企业通讯助理教授麦克·奈斯理（Michael Netzley）博士说：“人们对升级的新版事物拥有淘金般的热情。你在面簿上吗？你更新了LinkedIn吗？在Pinterest上，你的小公司引起人们的兴趣了吗？细节内容可能非常琐碎，但在投资之前，我们都需要牢记——投资于社交媒体是一个商业决定。”

毫无疑问的，中小企业能从社交媒体中受惠，比如开发潜在的客户端、提高客户购买概率，发挥创新精神和改善客户关系等等。但这些社交媒体除了甚为流行外，并非丝毫没有成本或者操作非常简单。

因此尽管社交媒体能带来直接收益，中小企业业主应该考虑的是，把宝贵的资源投资于数码渠道，要期待的是能得到什么收获？

麦克·奈斯理博士认为，首先，你是希望被“找到”吗？对于任何投资于网上平台的中小企业来说，最重要的起点是，能否达到“搜索引擎优化”（search engine optimization, 简称SEO）这个目的。

他问道：“回想一下，你是怎么找到附近的食物批发商、进出口业务、甚至医药用品供应？你应该是使用了像谷歌之类的搜索引擎。

“接下来的问题是，你的公司在这些搜索结果中排在前面吗？如果不是，你立刻就有答案了。是的！你应该在强化搜索引擎结果上，做出一笔小投资，让潜在的客户、供应商和合作伙伴更轻易地在网络上找到你。”

许多中小企业忽略了强化搜索引擎结果的重要性，以至在网上完全“无迹可寻”。然而，强化搜索引擎结果其实也仅仅是个开端。今年初，谷歌在搜索方式上做出重要改变。谷歌现在的搜索引擎不单只看网页上的关键词及链接，而且还关注中小企业在社交媒体方面的活动，以及在线链接的关系网，如公司在面簿、谷歌和微博上受欢迎的程度。

定期更新内容引起人们兴趣

这项改变理论上很简单。如果有人持续喜欢你放上网的内容，那么使用谷歌搜索引擎的人也会喜欢你的内容。

奈斯理博士指出，想在搜索结果中占上风，也意味着你必须在社交媒体上表现活跃，并彰显出自身的价值。但其中的关键点在于，只是表现活跃还不够。你的社交媒体须要定期更新，使之保持相关性、引起人们的兴趣、值得人们转载。



麦克·奈斯理博士：企业必须赢得读者的注意。通过设计内容的策略，来发布读者想看的故事、新闻和信息。如果做得好，很多使用社交媒体的机会将向你敞开。

这意味着，我们必须积极地发布新内容，不流于传统的推式营销。没有人喜欢只看你谈论自己的公司。中小企业必须集中于内容策略，发布令在线读者感兴趣的故事和新闻。强调发布故事、制造和更新内容，也促使一些人认为，现在每家公司都是社交媒体公司。如果我们只专注于谈论自己，没有照顾读者的兴趣，那他们只要轻轻地一点，就可以离开我们的网页，寻找别的乐趣。

奈斯理博士表示，企业现在必须赢得读者的注意。通过设计内容的策略，来发布读者想看的故事、新闻和信息。如果你做得好，很多使用社交媒体的机会将向你敞开。

一个比较显而易见的机会，包括引性销售。通过在网提供免费阅读白皮书，或邀请人们注册阅读季度电子报，或参加免费的网上讨论会，你能收集消费者的信息，并传达给你的行

销人员。

你也可以建立企业对企业（B2B）的专家博客平台。生产特殊焊料和浆料的钢泰科技（Indium Corporation），就从工程师之间的博客平台中受益匪浅，进一步建立了它在这一特定市场的领导地位。

在这类特定的市场，吸引到15个忠实追随者，要比面簿上的1500个粉丝更为重要。

另一个机会是通过客户服务。例如，当你通过面簿或推特（Twitter）回应客户咨询时，整个世界都会看到你如何认真地对待客户投诉和重视客户服务质量。如果没人知道，你再好的客户服务又有什么意义呢？

社交媒体任务须由经验丰富员工担任

既然有这么多的机会，那问题到底是出在哪里呢？

奈斯理博士指出，社交媒体的工作必须由经验丰富的员工来承担，他们了解你的业务，成熟度够，能很好地代表公司（也就是说，在这类情况下，不能用实习生），但年长而有经验的员工会要求较高的薪水，内部培养以及培训员工也都需要时间和金钱。

与此同时，能很好地完成社交媒体任务的员工比较少，这进一步推高了吸引、雇用和留住人才的成本。

由此可见，社交媒体为中小企业提供了丰富而重要的商机，但我们也必须意识到这些渠道所带来的实际影响。首先，提升你的搜索引擎结果，然后根据心中设定的目标，仔细设计你的社交媒体策略。

奈斯理博士也提醒，与没有网上平台相比，管理不善的网上宣传，效果其实更加糟糕。中小企业需要明确的策略，以及与业务相关的切实目标。公司也需要能很好代表公司的成熟员工。如果这些都具备了，那么成功投资于社交媒体的概率可能会更高些。