

# Getxo >MEETING<



## Otsailaren 18an

### Barra-barra argitaratzea ez da arrakastaren gakoa. Edo bai?

Estrategia digitalari buruzko saio hau benetan interesgarria da, hainbat ezagutza partekatzen baitira ekintzaileen eta enpresarien artean. Eta, horrez gain, argi ikusi delako ez dagoela egia absoluturik, dena baita zure enpresa edo proiektu motaren, zure publikoaren, zure beharrezanaren eta hartzaileen araberakoa, besteak beste.

Aipatu ziren zenbait kontu gogoraraziko ditugu:

- Zein sare sozial erabili? Sare bakoitzak baditu bere estiloa, bere tonua, bere formak. Eta bere hartzaile mota. Pertsona bera bada ere, baliteke plataformetako bakoitzean zerbait ezberdina bilatzea eta orrialde edo eduki ezberdinak jarraitzea.
- Xede den pertsona. Zeintzuk dira zure hartzaile erabakitzaileek erabiltzen dituen sareak? Adinak, izaerak edo interesek informazio asko eman dezakete norbaitentzat idatzi ahal izateko. Nor duzu buruan? Non bizi da? Zer egitea gustatzen zaio? Profil hori deskribatzeak beti laguntzen du zehazten eta interesetan oinarritutako egutegi bat osatzen.
- Nire profil profesionala eta pertsonala berbera izan daiteke? Batzuetan bai eta besteetan ez. Zu ordezkatzear gain jende gehiago ordezkatzeko du zure enpresak? Orduan, agian ez da egokia norberekierian erortzea, salbu eta zu zeu bazara aktibo nagusia. Askok hitz egin zen profil profesionalak gizatiartzeko informazio pertsonala arautzeko moduari buruz, informazio intimoa edo soilik laguntzat dena argitaratzeko akatsa egin gabe. Enpresen orrialdeak aukera interesgarria dira, baina baloratu beharrekoa.

- Gutxiago baina ondo argitaratu. Jakinarazpenen kalitatea garrantzitsua da. Ez dute ortografia akatsik izan behar, eta esango dena zaindu behar da. Argitaratzeagatik argitaratze hutsa ere ez da interesgarria. Kopuruaren gainean kalitatea lehenestek esan nahi izan dezake astean behin edo birritan zerbait kontatzea, baina betiere hausnartu ostean. Erabili gertuko tonu zuzena, salbu eta zure markak bestelako ezaugarriak baditu.

Denbora dezente badaramazu sare sozialak erabili gabe, agian jendeak pentsatuko du itxi egin duzula. Non sartuko ote zen? Agian horixe pentsatuko dute. Zure hartzaileak gehiago erabiltzen duzun beste sare sozial batera bideratu behar badituzu, zergatik ez diezu hala kontatuko?

Helburuak jartzea eta plan bat finkatzea da lehentasuna. Eta pentsatu sare sozialak merkataritza lanaren osagarri direla, oraingo egoeran inoiz baino garrantzitsuagoak bilakatu diren arren.