

DEL. 4.2.1 Development of training material - knowledge transfer toolkits, on thematic: Social Media and SMEs, Sustainable Growth Models

The contents of this report are sole responsibility of University of Macedonia and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat.

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Cooperation Programme Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020"

РЪКОВОДСТВО ПО ПРИЛАГАНЕ НА МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

- Двата основни подхода към използването на социалните медии, по отношение на които предприятието желащо да приложи маркетинг в социалните медии трябва да е наясно, за да избере кой от двата най-добре отговаря на поставените от него цели, са следните:
 - Пасивен подход (passive approach)
 - Активен подход (active approach)

Фактори за успех на маркетинга в социалните медии

- а) Изборът на конкретни социални медии за използване (поне в началото), в зависимост, разбира се, от нуждите на предприятието и популярността му в отрасъла, в който то работи;
- б) Конфигурирането на фирмения профил в социалните медии, така че да се постигне възможно най-голям брой «приятели» или «последователи», чрез публикуване на марката на предприятието и отчитане на реална информация за присъствието му;
- в) Свързване на уебсайт на предприятието с профила на предприятието в социалните медии; г) Добавяне на връзки към «бутона» на социалните медии към уебсайта на предприятието;
- д) Идентифициране на специализираните и популярни компании в бранша, така че предприятието да ги следва в социалните медии;
- е) Публикуване на съдържание в социалните медии на предприятието, което ще се характеризира с разнообразие (т.е. ще бъде комбинация от текстове, изображения и видеоклипове) и ще предизвиква интереса на потребителите на социални медии;
- ж) Редовно публикуване на постове в социалните медии.

В частност, на стратегическо ниво, важните за успеха фактори са следните

- а) Създаване на подходящ маркетингов план за социални медии от предприятието, като се набележат конкретни цели и се оценят отделните маркетингови действия които ще бъдат използвани в социалните медии;
- б) Акцентиране върху постигане на взаимодействие с потребителите на социалните медии (и същевременно клиенти) чрез даване на възможно най-бърз отговор на техните въпроси и коментари;
- в) Проследяване на споменаването и коментарите, направени в социалните медии по отношение на предприятието и неговите продукти/ услуги, с цел получаването на данни за мнението, което потребителите на социалните медии са сформирали за него;
- г) Планиране на публикациите, които ще бъдат направени в социалните медии, така че да бъдат правилно подготвени;
- д) Следване на предприятието от потребителите на социални медии, които взаимодействат дигитално с него, така че да се увеличава кръгът от последователи на предприятието в социалните медии;
- е) Провеждане на проучване на акаунтите на конкурентите, така че предприятието да има ясна представа и за тях. Подчертава се, че социалните медии трябва да бъдат инструмент за постигане и увеличаване на продажбите на предприятието и използването им не трябва да бъде самоцел.

Факторите, които ще повлияят на успешното прилагане на маркетинга в социалните медии в бъдеще, са следните

- а) укрепване на взаимодействието с потребителите на социалните медии;
- б) акцентът върху създаването и участието в потребителски групи в социалните медии;
- в) влиянието на инфлуенсърите (хора с хиляди последователи в социалните медии), по отношение на популяризирането на различни марки сред потребителите на социалните мрежи;
- г) спазването на принципите на прозрачност и защита на личните данни на потребителите в социалните мрежи;
- д) засилване на връзката между популяризирането на различни марки в социалните медии и увеличаването на продажбите им;
- е) прилагане на изкуствен интелект (напр. чатботове), които ще направят комуникацията в социалните медии по-директна и ефективна;
- ж) влиянието на служителите на компания по отношение на повишаване на видимостта ѝ в социалните медии;
- з) влиянието на «историите» (stories – публикации в социалните медии, които остават онлайн за 24 часа и след това изчезват) в интерактивното представяне на различни марки, главно чрез Instagram, Snapchat и Facebook;
- и) влиянието на видеоклиповете на живо върху корпоративното промотиране и представяне, което е често срещано главно в Youtube, Facebook и Instagram, и й) ролята на приложенията, изпращащи съобщения до мобилни телефони и таблети, които съдържат различни социални медии (напр. Messenger за Facebook)

РЪКОВОДСТВО ЗА ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ I

- Стратегии за прилагане на инструменти за обслужване на клиенти чрез социални медии
 - Искрените взаимоотношения с клиентите трябва да бъдат установени своевременно
 - Хаштаговете трябва да се използват стратегически. Росадо твърди, че използването на конкретен хаштаг помага на потребителите да търсят вълнуващите ги неща под този хаштаг
 - Предприятията трябва да реагират. Когато една фирма отговаря на конкретно оплакване на клиент, първо трябва да „изслуша“ внимателно този клиент, съветва Патън-Карсън
 - Предприятието трябва да е достъпно. За да отговори ефективно на изискванията на своите клиенти, едно предприятие трябва да може да комуникира с тях
 - Трябва да направите публичните чатове частни. Много ядосани или разочаровани клиенти оставят публични коментари на бизнес страницата в Instagram и Facebook или туитват на бизнес страницата
 - Трябва да се създаде отделен акаунт за поддръжка на обслужването на клиентите. Много фирми имат отделен акаунт в социалните медии, за да обслужват своите клиенти.

РЪКОВОДСТВО ЗА ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ 2

- Съществуват различни социални инструменти, които могат да бъдат приложени в подпомагането на нуждите на предприятията при обслужването на клиенти
 - Приложения за съобщения
 - Разговор в реално време
 - Системи за проследяване

РЪКОВОДСТВО ЗА ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ 3

- Разработване на политика за обслужване на клиенти в социалните медии
 - Следва да научите повече за нуждите на вашите клиенти
 - Проучванията трябва да съгласуват нуждите на клиентите с целите за обслужване на клиенти
 - Служителите (особено младите хора) трябва да бъдат обучени по отношение на политиката за обслужване на клиенти в социалните медии
 - Целите и действията, свързани с обслужването на клиенти чрез социалните медии, трябва често да се преоценяват

РЪКОВОДСТВО ЗА ПРИВЛИЧАНЕ И НАБИРАНЕ НА ПЕРСОНАЛ

- Опис на присъствието на предприятието в специализирани медии и социални мрежи.
- Надграждане на присъствието в социалните медии
- Поддържане на автентичността на предприятието и в корпоративния профил в социалните медии
- Анализ и оценка на присъствието на конкурентите в социалните медии и фирмените им профили
- Използване на рекламните инструменти, достъпни в социалните медии (Boyd & Ellison, 2007)
- Създаване на събития в социалните медии
- Укрепване на професионалното участие в мрежи в социалните медии
- Създаване на екип в предприятието с цел търсене на потенциални сътрудници-служители на базата на техните профили в социалните мрежи и кръстосана проверка на данните, показвани в социалните медии, така че през втората година те да бъдат поканени на интервю и евентуално на допълнителни подборни тестове до окончателния им подбор
- Отбелязва се, че най-разпространената социална медия за тази цел е Linked-in, без да се изключва използването на други средства, както е описано в предходния раздел.

РЪКОВОДСТВО ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ I

- Рамка за устойчиво развитие
- Според ООН 17-те цели на устойчивото развитие са:
 - Изкореняване на бедността
 - Карй на глада
 - Добро здраве и просперитет
 - Качествено образование
 - Равенството между половете
 - Чиста вода и санитарно хигиенни условия
 - Възобновяема енергия
 - Сигурна работа и икономически разтеж
 - Иновации и инфраструктура
 - Намаляване на неравенствата
 - Устойчиви градове и общности
 - Отговорно потребление и производство
 - Борба с климатичните промени
 - Живот под водата
 - Живот на земята
 - Мир, справедливост и силни институции
 - Партньорства за целите

РЪКОВОДСТВО ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

2

- Основни стъпки за съгласуване на предприятията с целите за устойчиво развитие
 - Първо, трябва да се създаде подкрепяща среда за прилагането на Глобалните цели като правилна стратегия за развитие на предприятията и цялата бизнес общност
 - Освен това глобалните цели трябва да бъдат интегрирани в стратегията на предприятието
 - Освен това, трансформацията към устойчиви пазари трябва да се извърши с приноса на партньорите в сектора
 - В допълнение, предприятията трябва да работят в сътрудничество с въвлечените в политиката, за да заплащат реалната стойност на природните и човешките ресурси
 - Бизнесът трябва да настоява за развитието на финансова и кредитна система, която е насочена към дългосрочни устойчиви инвестиции
 - Доверието в предприятията е толкова силно подкопано след световната финансова криза, че социалната структура отслабва. Мнозина смятат, че предприятията нарушават условията на обществения договор

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели I

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 1 чрез:
- допринасяне за създаването на сигурни и достойни работни места, особено в по-слабо развитите страни и за уязвимите групи от населението;
- Изпълнение на програми за икономическо овластяване на групи в неравностойно положение;
- Осигуряване на достойни условия на труд за всички работници в рамките на бизнеса и веригата на доставките;
- Създаване и предлагане на пазара на стоки и услуги, които обслужват и целят конкретно подобряване на живота на уязвимите групи.
- Набиране, обучение и наемане на членове на местната общност, включително живеещи в бедност и интегрирането им във веригата за създаване на стойност.

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 2

- Подпомагане на земеделските стопани за увеличаване на добивите и доходите им от устойчиво дребномащабно земеделие;
- Промяна на производството, дистрибуцията и продажбата на дребно на хранителни продукти с цел премахване на недохранването и глада във всички общности около дейността на компанията;
- Дейности за премахване на разхищението и загубата на храна

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 3

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 3 чрез:
- Осигуряване на възможно най-добрите резултати за здравето на служителите и на околните общности във всички нива на функциониране на бизнес предприятието и веригата за доставки;
- Изследване и разработване на продукти, услуги и бизнес модели за постигане на по-добри резултати по отношение на здравет;
- Насочване на инициативата на много участващи заинтересовани страни, която насърчава здравословното поведение и подобрява достъпа до здравеопазването.

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 4

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 4 чрез:
- Осигуряване на достъп до професионално обучение и възможности за учене през целия живот на всички работници в предприятието и във веригата на доставките.
- Увереност, че всички работници в предприятието и по веригата за доставки получават заплата, която им позволява да поддържат образованието на зависими лица и че не се използва детски труд.
- Изпълнение на програми в подкрепа на висшето образование и достъпа до безплатно, справедливо и

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 5

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 5 чрез:
- Прилагане на политики и практики без полова дискриминация на работното място, на пазара и в общността.
- Подкрепа за заетостта на жените и стремеж към равенство между половете в целия бизнес и веригата на доставките и като цяло на всички нива.
- Разработване на продукти и услуги и провеждане на маркетингови кампании, които овластяват жените.

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 6

- Предприятията могат да подкрепят активно цел 6 чрез:
- Разработване и прилагане на цялостни стратегии за водоснабдяване, които са социално и екологично устойчиви и икономически изгодни за дейностите по веригата им на доставките.
- Защита и/или възстановяване на водните екосистеми около техните дейности и около дейностите на веригата на доставки.
- Осигуряване на достъп до вода и санитарни условия чрез представяне на въздействието на тяхната

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 7

- Предприятията могат да подкрепят активно цел 7 чрез:
- Значително повишаване на енергийната ефективност на останалите енергийни ресурси от възобновяеми източници и насърчаване на същите действия по цялата верига на доставки чрез подбор и подкрепа на доставчиците.
- Изследване и разработване на достъпни продукти и услуги в областта на устойчивата енергия и енергийната ефективност.
- Разработване и прилагане на бизнес модели за

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 8

- Предприятията могат да подкрепят активно цел 8 чрез:
- Подкрепа за достойни условия на труд за всички работници по веригата на предприятието и на доставките с партньорствата за развиване на възможността за доставчиците да правят същото.
- Образование и обучение на работната сила, с акцент върху уязвимите групи и групите в неравностойно икономическо положение.
- Създаване на достойни работни места в трудоемките сектори, особено в по-слабо развитите страни.
- Насърчаване на икономическия растеж и

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 9

- Предприятията могат да подкрепят активно цел 9 чрез:
- Изследване и разработване на продукти, услуги и бизнес модели за осигуряване на устойчива и издръжлива инфраструктура.
- Подкрепа за устойчивото и приобщаващо усъвършенстване на развиващите се национални индустрии в глобалните вериги за създаване на стойност
- Създаване на иновационни системи за устойчиво развитие чрез достъп до финансови продукти, насърчаване на предприемачеството и обединяване на

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 10

- Предприятията могат да активно да подкрепят цел 10 чрез:
- Оценка на разпределението на икономическата стойност между заинтересованите страни и прилагане на политики и практики за постигане на справедливо разпределение.
- Подкрепа за въвеждането и разширяването на мерките за социална закрила на национално равнище.
- Прилагане на политики и практики в подкрепа на равните възможности, управлението и резултатите за всички в самото предприятие и във веригата за

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 11

- Предприятията могат да подкрепят активно цел 11 чрез:
- Изследване и разработване на продукти и услуги, които подобряват достъпа до устойчиви сгради, транспорт, зелени зони и комунални услуги.
- Защита на културното и природното наследство и инвестиции в него.
- Подпомагане на достъпа до основни услуги на работното място, на пазара и в общността.

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 12

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 12 чрез:
- Проектиране и прилагане на отговорен, цикличен бизнес модел.
- Значително по-кратки материални и енергийни цикли по време на дейността им и по веригата на доставки.
- Преминаване към портфолио от стоки и услуги, които изискват и насърчават незначително използване на ресурси и произвеждат незначителни отпадъци

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 13

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 13 чрез:
- Осигуряване на устойчивост на предприятието и веригата му на доставките към изменението на климата, както и на заобикалящите ги общности.
- Намаляване на емисиите, свързани със собствените операции и операциите по веригата на доставки.
- Преминаване към портфолио от стоки и услуги с незначителни емисии.
- Насърчаване на поведение, съобразено с климата, и

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 14

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 14 чрез:
- Прилагане на политики и практики за защита на океанските екосистеми, засегнати от бизнес дейности и дейности по веригата на доставки.
- Изследване и разработване на продукти, услуги и бизнес модели, които нямат никакво въздействие върху океанските системи и допринасят за тяхното възстановяване.
- Финансиране на защитата и по-нататъшното развитие на океанските екосистеми и водните потоци.

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 15

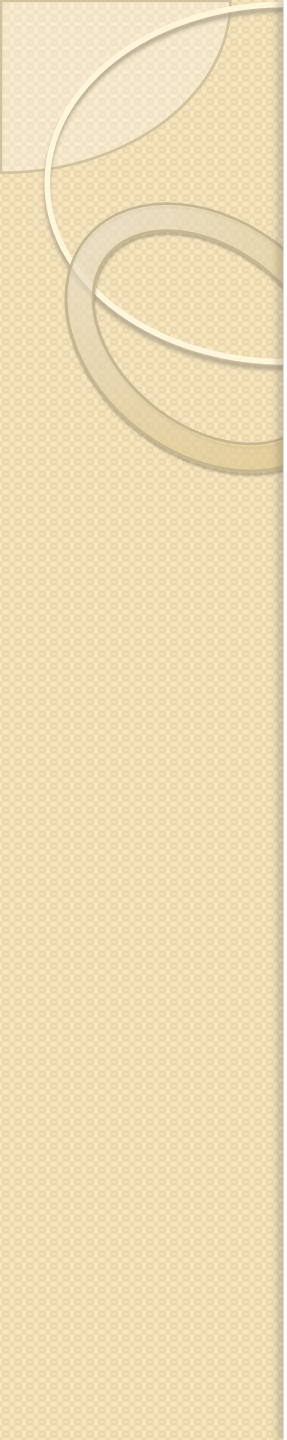
- Предприятията могат активно да подкрепят цел 15 чрез:
- Прилагане на политики и практики за защита на природните системи, засегнати от бизнес дейностите и от дейностите на веригата на доставки.
- Изследване и разработване на продукти, услуги и бизнес модели, които ще спомогнат за смекчаване на деградацията на природните екосистеми, дължаща се на икономическата дейност.
- Финансиране за повишаване на осведомеността, защита и по-нататъшно възстановяване на естествените екосистеми.

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 16

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 16 чрез:
- Идентификация и предприемане на решителни действия срещу корупцията и насилието в собствената си дейност и в дейностите по веригата на доставки.
- Работа с правителството за укрепване на институциите и повишаване на уважението и подкрепата на върховенството на закона.
- Сутрудничество с правителствени и/или международни организации в райони на конфликти

Индикативни дейности на бизнеса за устойчиво развитие в съответствие с Глобалните Цели 17

- Предприятията могат активно да подкрепят цел 17 чрез:
- Създаване на партньорства за подобряване на мобилността на националните ресурси въз основа на отговорни данъчни практики;
- Частно финансиране в подкрепа на инициативи за устойчиво развитие в развиващите се страни;
- Създаване на партньорства за разработване и споделяне на нови и съществуващи технологии, знания и бизнес модели за устойчиво развитие;
- Повишаване на регулаторния и организационния капацитет и увеличаване на работната сила в

- 
- Благодаря ти много!