

Stereotipuri în comunicarea pe Facebook

București – 6 decembrie – În urma unei analize a comunicării pe Facebook a companiilor din sectoare diverse de activitate, derulată pe parcursul toamnei anului 2011 de către Mediawrite, iese în evidență faptul că implicarea fanilor într-un dialog constant și relevant este ingredientul care lipsește multor companii prezente pe rețeaua de socializare cu cea mai mare audiență la momentul actual.

În perioada septembrie – decembrie 2011, Mediawrite a derulat o analiză a modului în care comunică pe Facebook cele mai populare companii, în funcție de numărul de fani pe rețeaua de socializare. Analiza și-a propus să identifice în ce măsură companiile utilizează stereotipuri de comunicare și în ce măsură este utilizată o comunicare care să diferențeze un anumit brand în comparație cu altul.

A fost urmărită activitatea a peste 80 de branduri din domenii de activitate diferite – de la bănci și alte companii care oferă servicii financiare, magazine online, companii IT&C și companii care produc bunuri de larg consum, până la restaurante și firme care oferă servicii turistice.

Majoritatea companiilor analizate plusează la capitolul constanță și promptitudine, în sensul că postează frecvent conținut și răspund fără întârziere solicitărilor și întrebărilor de la fani, oferindu-le informații utile și rezolvându-le anumite probleme. De asemenea, de regulă - companiile reușesc uneori să antreneze fanii în discuții, prin intermediul concursurilor, întrebărilor și aplicațiilor.

Pe de altă parte, conținutul postat pe pagina de Facebook constă în proporție semnificativă în publicarea mesajelor comerciale/de vânzări, legate de promoții și oferte, care – de cele mai multe ori, nu se pretează susținerii unui dialog și unei comunicări directe și interactive.

Astfel, utilizatorii site-ului Facebook sunt supuși zilnic comunicărilor comerciale cu caracter de stereotip - susține MONICA Mihai, autor la Webwriters.eu.

Conținutul monoton și plictisitor, ignorarea utilizatorilor când postează pe pagină, tonul corporativ și sec ori din contră – mult prea familiar pentru un brand, sunt principalele motive care transformă pagina de Facebook a unei companii mai degrabă într-un monolog, decât într-un dialog util pentru ambele părți.

Informații suplimentare despre acest studiu pot fi obținute trimițând un mail la contact@webwriters.eu

Despre Mediawrite

Mediawrite este o societate comercială cu răspundere limitată (SRL), cu sediul în București, în sectorul 2. Startup-ul a fost demarat de către echipa proiectului www.webwriters.eu, după doi ani de activitate în zona de web content writing, în cadrul proiectului. Firma înființată la începutul lui 2011 își propune să ofere servicii și produse de conținut web axate, în principal, pe scrierea de texte pentru internet (web content writing) și web publishing: web content writing, social media writing, copywriting, blog writing (blogging), articole, editoriale, jurnalism de brand, product reviews, seo copywriting, traduceri sau writing (orice limbă), white papers, studii de caz, FAQ, tutoriale, marketing content web, poezie, proză, povești, etc.

Contact:

Caraliu Samuel - Manager Proiect

Telefon 0770.460.340

mediawrite@webwriters.eu

<http://www.webwriters.eu>