

5 porad na Social Media Marketing dla pożyczek



Marcin Kowalik



Paweł Krzych



Marcin Puś

Trudny produkt w wymagającym kanale

- Jest rok 2011. Podczas mojej **prelekcji** na IAB ShowCase – Social Media Marketing rozmawiamy z uczestnikami o tym, które produkty łatwiej promuje się w mediach społecznościowych, a które są mniej wdzięczne dla tego typu działań.
Wtedy nie spodziewałem się, z jaką eksplozją liczby produktów pożyczkowych będziemy mieli do czynienia 4 lata później.
- W prelekcji wskazaliśmy, że to, co jest „cool” i „trendy” – czyli to, czego się nie wstydzimy i co byśmy polecili dalej – łatwiej może odnieść sukces w Social Media Marketingu.
- Natomiast to, co dotyka naszej sfery osobistej, to czego się wstydzimy lub to, co źle o nas mówi, może natrafić na przeszkodę przy promocji w social media.
- Jak w tej sytuacji poradzić sobie z zadaniem realizacji działań Social Media Marketingu dla pożyczek? Jest to przecież usługa finansowa, którą raczej nie chcemy się chwalić. Wolimy pokazać, że przebiegliśmy dziś znowu 5 km poniżej 25 minut, niż że wzięliśmy kredyt gotówkowy na 5 tysięcy złotych, żeby wykończyć łazienkę...
- Spytałem profesjonalistów od Social Media Marketingu – Pawła Krzycha i Marcina Pusia z **tencat.pl** o to, jak zabrać się za promowanie pożyczek właśnie w mediach społecznościowych. Paweł i Marcin specjalizują się w realizowaniu kampanii w social media i mają na koncie współpracę z kilkoma konkretnymi klientami posiadającymi niełatwe jak na ten kanał produkty: home.pl, fly.pl, pyszne.pl, pizzaportal.pl. Są kreatywni, oddani swojej pracy i mają mnóstwo dobrych pomysłów.
- Pożyczki w social media. Jakich błędów unikać? O co zadbać na samym początku? Co może być naszą przewagą? Zapraszam do lektury pierwszej publikacji z  **reklamoznawca.pl**.

5 porad na Social Media Marketing dla pożyczek

#1 Ustal swoją grupę docelową i formę komunikacji

✓ Powtarzane do bólu, znajdziesz to na każdej prezentacji, w każdym podręczniku marketingu, ale trzeba to robić. Nadal niestety obserwujemy wiele działań marketingowych, które prowadzone są bez dobrego przygotowania, bez planu, bez poznania potencjalnych odbiorców. Stąd też wszechobecność tej porady.

✓ Musisz uświadomić sobie, że nie jesteś w stanie mówić do wszystkich naraz. Inaczej będziesz mówił do kogoś, kto pożycza 500 zł, bo nie starczy mu do końca miesiąca, a jeszcze inne potrzeby ma osoba, pożyczająca 50 000 zł na rozwój interesu.

#2 Społeczność to pieczęć autentyczności Twoich działań

✓ Cały czas pieniądze leżą gdzieś w dziale tematów z wielką naklejką TABU. Powoli się to zmienia, ale nikt nie będzie się chwalił publicznie w social media, że ma kłopoty finansowe i korzysta ze wsparcia pożyczek (oczywiście są od tego wyjątki). Dlatego też warto tworzyć społeczność niekoniecznie bezpośrednio w temacie pożyczek, ale w tematach pokrewnych. Kwestie oszczędzania pieniędzy, optymalizacji kosztów, budżetu domowego, kosztów w firmie – to tylko kilka propozycji.