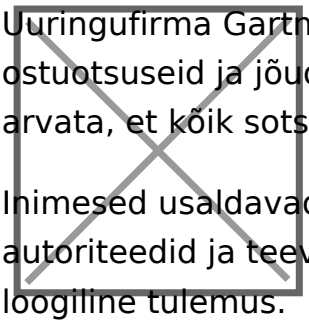
Gartneri uuring: sotsiaalvõrkudes on "võtmekliendid"

16 aastat tagasi - 28.07.2010 Autor: AM

Uuringufirma Gartner uuris, kuidas sotsiaalvõrgud mõjutavad inimeste ostuotsuseid ja jõudis tulemusele, et mõjutavad väga palju. Samas ei maksa arvata, et kõik sotsiaalvõrgu kasutajad on turundajale ühtmoodi kasulikud.



Inimesed usaldavad kõige enam oma kontakte, kes on nende jaoks valdkonna autoriteedid ja teevad ostuotsused nende soovituste järgi, kõlab uuringu üsnagi loogiline tulemus.

Gartner koostas nimekirja sotsiaalvõrkudes esinevatest rollidest, mis aitavad sotsiaalvõrguturundajal paremini soovitajate ja klientideni jõuda. Mõned rollid on kasulikud, mõned mitte nii väga.

Ühendaja / *Connector* — loob ühendusi erinevate inimeste ja gruppide vahel. Neil on kontakte erinevate sotsiaalsete gruppidega ja neile meeldib luua ühendusi nende vahel.
Müügimees / *Salesman* — laia kontaktibaasiga tegelane, kes kutsub üles inimesi pidevalt otsuseid tegema - midagi ostma, kuidagi käituma, kuhugi minema.
Otsija / *Seeker* — kontakteerub teistega info otsimiseks, nõuannete saamiseks.
Maven — infomaakler ehk infovahendaja. Levitab heameelega ka negatiivset infot toodete ja ettevõtete kohta erinevalt "müügimehest", kes ainult kiidab ja soovitab.
Iseseisev / *Self-Sufficient* — otsib ise infot ja teda eriti ei huvita teiste soovitused. Teeb ise taustauuringuid, võrdleb andmeid ja veab näpuga järge spetsifikatsioonides.
Klassifitseerimata / Unclassified — kaks kolmandikku kasutajatest ei kuulugi ühtegi gruppi, leiab Gartner.

Turundajatele on kõige efektiivsemad kliendid "müügimees", "otsija" ja "ühendaja", sellele segmendile maksab kõige enam panustada. Need kasutajad tasub võtta oma n.ö võtmeklientideks sotsiaalvõrkudes.

- Uudised