

WSTĘP

W ciągu ostatnich pięciu lat społeczeństwo przeżyło eksplozję używania "mediów społecznościowych" jako sposobu komunikowania się przez Internet. Możesz zobaczyć "media społecznościowe" omawiane w mediach, w twoim życiu społecznym i w życiu zawodowym, ale co to znaczy termin "media społecznościowe"? Media społecznościowe to wykorzystanie narzędzi w Internecie do znajdowania wiadomości (świata, sportu, celebrytów itp.), Dzielenia się tym, co robisz z innymi i komunikowania się z firmami, markami, agencjami medialnymi itp. Jest to sposób na "angażowanie" z dużą liczbą ludzi w czasie efektywny i opłacalny sposób. Narzędzia mediów społecznościowych są wykorzystywane przez firmy do marketingu, świadomości marki, edukacji i obsługi klienta. Agencje prasowe wykorzystują media społecznościowe jako kolejne medium do rozpowszechniania wiadomości i promowania swojej marki. Gwiazdy stosują media społecznościowe jako sposób na utrzymywanie kontaktu z fanami. Serwisy społecznościowe są wykorzystywane przez rekruterów poszukujących kogoś do obsadzenia stanowiska. Dzieci w wieku 10 lat i osoby w wieku 90 lat korzystają z mediów społecznościowych, aby komunikować się ze znajomymi i rodziną, a nie rozmawiać przez telefon, e-mail lub nawet rozmawiać! Czy czujesz się osamotniony? Celem naszym jest wprowadzenie do terminologii związanej z mediami społecznościowymi, wyjaśnienie różnic między odmianami narzędzi mediów społecznościowych i rozpoczęcie korzystania z głównych narzędzi do osobistego użytku. Koncentrujemy się na tym, jak w pełni wykorzystać media społecznościowe do osobistego użytku; nie obejmuje sposobu, w jaki firmy mogą wykorzystywać media społecznościowe w marketingu.

Czy wiedziałeś?

- * W Wielkiej Brytanii jest 26 milionów użytkowników Facebooka. Aplikacja mobilna Facebooka jest używana przez nieznaną, ale coraz większą liczbę osób (marzec 2013 r.).
- * Ponad 10 milionów użytkowników Twittera znajduje się w Wielkiej Brytanii. 60% tych użytkowników ma 25-44 lata (maj 2012).
- * 10 milionów użytkowników LinkedIn znajduje się w Wielkiej Brytanii, a 44% z nich zarabia ponad 50 000 GBP (wrzesień 2012 r.).
- * 18 milionów użytkowników z Wielkiej Brytanii zwróciło się do mediów społecznościowych, aby uzyskać obsługę klienta od marek.

Ale co to oznacza dla ciebie jako jednostki? Jak możesz w pełni wykorzystać tę nową metodę komunikacji i jak w rzeczywistości jej używasz? Dlaczego chcesz korzystać z mediów społecznościowych - czy nie chodzi o to, "co ktoś miał na lunch"? Czy powinno Ci zależeć na tym, w jaki sposób korzystasz z mediów społecznościowych? Czy nie jest to tylko osobiste stwierdzenie tego, co robisz? Dlaczego chcesz to udostępnić? W ciągu ostatnich pięciu lat głównie mówiono o wykorzystywaniu mediów społecznościowych jako narzędzia marketingowego dla biznesu. Jednak stało się jasne, że ludzie, którzy nie są w biznesie, również potrzebują pomocy w korzystaniu z tej fantastycznej metody komunikacji w sposób, który zwiększy, a nie zaszkodzi ich osobistej marce. Sposób korzystania z mediów społecznościowych i tego, co mówisz, jest publiczne - jest widoczne dla innych i staje się częścią Twojej historii i marki. Pozostanie z tobą przez wiele lat i stanie się częścią twojej historii, którą będą wyszukiwać wyszukiwarki. Ludzie (sławni i niezbyt sławni) szkodzą swojej osobistej reputacji, nie rozumiejąc wpływu korzystania z mediów społecznościowych. Są też ludzie, którzy boją się uszkodzić swoją markę, aby korzystać z tych potężnych narzędzi, aby uczyć się od innych, współpracować z markami i promować siebie na poziomie osobistym. Po przeczytaniu tego tekstu zrozumiesz znaczenie tworzenia i utrzymywania osobistej marki przed rozpoczęciem tworzenia profili. Zrozumiesz też, jak i dlaczego możesz używać mediów społecznościowych w życiu osobistym, aby angażować się w markę,

komunikować się z przyjaciółmi i rodziną, a nawet znaleźć pracę. Xnajdziesz także pomysły na to, co zrobić, gdy wszystko pójdzie nie tak! Rozpocznemy się od omówienia Twojej marki i sposobu prezentowania się innym osobom offline i online. Następnie przechodzi do różnicy między różnymi formami mediów społecznościowych i pomaga rozpocząć niektóre z głównych narzędzi, zarówno na komputerach stacjonarnych, jak i na urządzeniach mobilnych. Zakres narzędzi mediów społecznościowych jest ogromny, więc aby stworzyć jakąś logikę, narzędzia zostaną pogrupowane. Nieuchronnie zachodzi pewne nakładanie się grup, co zostanie omówione w ramach dyskusji w ramach każdej sekcji. Nie mamy na celu udzielenia szczegółowego szkolenia w zakresie korzystania z każdego narzędzia, ale zawiera wskazówki i porady, które pomogą ulepszyć markę osobistą w Internecie.

Zajmiemy się każdą z następujących grup narzędzi:

1 Marka osobista

Sposób, w jaki reprezentujesz siebie w Internecie i w mediach społecznościowych, sprawia wrażenie, że ludzie mają na ciebie wpływ. Gdyby ktoś cię szukał, znajdzie swoje profile w mediach społecznościowych i zobacz, jakie wypowiedzi zrobiłeś, co wyglądało na zastraszanie, homofobie, rasistę itp., które mogłyby wzbudzić w tobie wrażenie. Wrażenie, jakie tworzą, może być złym wrażeniem - ale na tym etapie byłoby za późno. W tej części nauczysz się identyfikować swoją markę, aby upewnić się, że wrażenie, jakie twoja aktywność w mediach społecznościowych przekazuje ludziom, jest poprawne. Po zrozumieniu osobistej marki możesz upewnić się, że wszystko, co robisz w mediach społecznościowych, opiera się na Twojej marce.

1.1 Dlaczego warto posiadać własną markę?

McDonald's, Marks and Spencer i Virgin mają wyraźnie zdefiniowaną markę. Każdy z nich ma deklarację misji, zestaw wartości i logo i wiesz, czego się spodziewać, gdy robisz z nimi interesy. Marka firmy stanowi część decyzji o zakupie. Znakowanie tych firm jest nieodłącznym elementem ich marketingu, obsługi klienta i każdej interakcji z tobą. W świecie mediów społecznościowych muszą monitorować komentarze na temat swojej marki, aby rozwiązywać potencjalne problemy, które mogłyby zaszkodzić ich działalności i podkreślać wszelkie pozytywne opinie. Media społecznościowe są tak błyskawiczne, że bardzo trudno jest poważnie zaszkodzić marce, jeśli komentarz nie zostanie skomentowany lub nie zostanie dobrze obsłużony. Jeśli chcesz dowiedzieć się czegoś o firmie lub marce, poszukiwanie firmy w mediach społecznościowych pozwala zobaczyć, co firma powiedziała, ale co ważniejsze, co inni powiedzieli na temat firmy. Ale to wszystko dotyczy biznesu; co to ma wspólnego z twoją osobistą marką? Marka osobista to sposób, w jaki prezentujesz się w mediach społecznościowych i tym samym w sposób, w jaki inni cię widzą. W życiu offline jesteś prawdopodobnie świadomy tego, jak wyglądasz dla innych. To może mieć dla ciebie znaczenie, czy jesteś postrzegany jako pomocny, uprzejmy czy społeczny. To wszystko jest częścią Twojej osobistej marki i musisz kontynuować swoje życie online. To, jak wyglądasz, jest częścią Twojej marki. Wiele osób zastanawia się, jak wyglądają na przykład podczas wywiadów. Jak powiedział Jeff Bezos, założyciel firmy Amazon: "Twoja marka jest tym, co ludzie mówią o Tobie, kiedy Ciebie nie ma w pokoju. "Czy kiedykolwiek szukałeś siebie w Internecie? To może być interesujące ćwiczenie, aby dowiedzieć się, co jest już o tobie i jak wyglądasz u innych. W jaki sposób jesteś obecnie reprezentowany w Internecie i czy jest on poprawny? To ćwiczenie działa najlepiej, jeśli nie masz wspólnego nazwiska - co celebrytka! Jeśli nie myślisz wcześniej o tym, jak chcesz być postrzegany online, łatwo jest zareagować i odpowiedzieć lub skomentować w błyskawicznym świecie mediów społecznościowych i powiedzieć lub zrobić coś, co nie reprezentuje Twojej marki. Powinieneś poświęcić czas na zdefiniowanie swojej osobistej marki w głowie, abyś miał pewność, jak chcesz wyglądać dla innych, a tym samym, jak powinieneś wyglądać i zachowywać się w Internecie i świecie mediów społecznościowych. Dowiesz się, jak to zrobić podczas pozostałej części.

1.2 Jaka jest Twoja osobista marka?

Tak więc, jak widzieliście, marka osobista polega na przedstawianiu tego, kim jesteście i na czym się opowiadacie. Silna osobista marka musi być autentyczna, ponieważ ty i inni musicie w nią wierzyć. Nie sugeruję, żebyś rozwinął alter ego - chodzi o to, aby zrozumieć więcej o tym, kim naprawdę jesteś. Twoja osobista marka powinna opierać się na twoich wartościach, twoich umiejętnościach, twoich celach, twojej osobowości, jak wyglądasz, co mówisz i robisz i jak patrzysz na innych ludzi. Zostaną one bardziej szczegółowo zbadane wkrótce. Po zrozumieniu marki osobistej powinieneś żyć swoją marką zarówno w trybie online, jak i offline. Stanie się jasne dla innych, o czym jest Twoja marka i będziesz w stanie przyciągnąć ludzi, z którymi chcesz się komunikować, na poziomie osobistym i zawodowym. Jeśli szukasz pracy, zrozumienie, jak reprezentować siebie w mediach społecznościowych i bycie świadomym konsekwencji nie reprezentowania marki osobistej pomoże ci znaleźć pracę u właściwego pracodawcy. Istnieje wiele opowieści o ludziach, którzy zostali wybrani na krótką listę, a nawet zaoferowali pracę, by wypowiedzieć się tylko w mediach społecznościowych, która może nie ma charakteru, ale niszczy ich osobistą markę i kończy się tym, że nie dostają pracy.

Jeśli nie szukasz pracy - możesz już być zatrudniony lub samozatrudniony - twoja marka jest nadal ważna. Bez uprzedniego przemyślenia, możesz fałszywie przedstawić siebie i / lub pracodawcę, co skutkuje działaniem dyscyplinarnym lub gorszym.

Jeśli zamierzasz używać mediów społecznościowych wyłącznie jako narzędzia do słuchania, powinieneś zrozumieć swoją markę, aby wiedzieć, czego słuchać. Jeśli zamierzasz korzystać z mediów społecznościowych tylko w celu osobistej komunikacji, nie zakładaj, że twoje aktualizacje lub profile nigdy nie zostaną powiązane z tobą. O ile nie jesteś bardzo ostrożny, jest mało prawdopodobne, że będziesz w stanie pozostać całkowicie ukryty. To niesamowite, co pojawia się przy wyszukiwaniu adresu e-mail, a nie imienia, a gdy tylko nawiążesz kontakt z innymi, Twoje aktualizacje będą widoczne dla znajomych. Bardziej szczegółowo przyglądamy się, dlaczego możesz wykorzystać media społecznościowe w następnej części. Czas zidentyfikować Twoją markę ... Wierzę, że Twoja osobista marka to połączenie:

- Twoich wartości
- Twoich umiejętności
- Twoich celów)
- Twoja osobowość
- Jak wyglądasz
- Co mówisz i robisz
- Jak wyglądasz na innych

Przyjrzymy się im kolejno po kolei.

1.2.1 Twoje wartości

Wartości są rzeczami, które uważasz za ważne w sposobie, w jaki żyjesz swoim życiem zarówno w domu, jak iw pracy. Słownik Oksfordzki definiuje wartości jako "zasady lub standardy zachowania; ocenianie tego, co jest ważne w życiu ". Twoje wartości będą odzwierciedlone w tym, co zdecydujesz, że jest dla ciebie ważne i prawdopodobnie są miarami, których używasz, aby powiedzieć, czy twoje życie idzie tak, jak chcesz.

Na przykład, jeśli ważną wartością dla Ciebie jest "życie rodzinne", ale musisz konsekwentnie spędzać 70 godzin w tygodniu, to prawdopodobnie czujesz się zestresowany i niezadowolony. Z drugiej strony może ci to odpowiadać, jeśli "bogactwo" i "promocja" są dla Ciebie ważniejsze. Zrozumienie swoich wartości pomoże Ci podjąć decyzję o życiu, a Twoje wartości powinny znaleźć odzwierciedlenie w osobistej marce, którą tworzysz w mediach społecznościowych. Aby pomóc Ci zdefiniować wartości, wykonaj następujące kroki:

a) Pomyśl przez chwilę (w domu lub w pracy):

- Jaka najbardziej podobała Ci się aktywność.
- Czujesz się najbardziej spełniony lub zadowolony ze swoich osiągnięć.
- Czujesz się dumny.

b) Dla każdego pomysłu o tym, co robiłeś i dlaczego czułeś się tak, jak to zrobiłeś. Napisz listę słów opisujących Twoje odczucia.

c) Spójrz na listę w Tabeli i dodaj dowolne słowa do swojej listy, które Twoim zdaniem są dla Ciebie ważne. (Istnieje wiele podobnych list wartości w Internecie, jeśli ten się nie inspiruje.)

Osiągnięcie

Postęp

Przygoda

Tkliwość

Pewność siebie

Konkurencyjność

Spoteczność

Współpraca

Kreatywność

Bezpieczeństwo gospodarcze

Sława

Szczęście rodzinne

Wolność

Przyjaźń

Hojność

Zdrowie

Przydatność

Wewnętrzna harmonia

Integralność

Uwikłanie

Lojalność
Otwartość umysłu
Zamówienie
Rozwój osobisty
Przyjemność
Moc
Profesjonalny
Uznanie
Odpowiedzialność
Bezpieczeństwo
Szacunek dla samego siebie
Samowystarczalność
Duchowość
Prawdomówność
Bogactwo
Mądrość

d) Z listy zidentyfikuj swoje dziesięć pierwszych wartości, a następnie pierwszą piątkę. To powinny być rzeczy, na których Ci najbardziej zależy i którymi chcesz podejmować decyzje w życiu (osobiste i zawodowe).

e) Kiedy rozpoznasz swoje wartości, zastanów się, jak przedstawiać swoje wartości zarówno w życiu online, jak i offline. Możesz odzwierciedlać swoje wartości w tym, co mówisz (lub nie mówisz), jak wyglądasz i jak zachowujesz się wobec innych. Możesz ulepszyć lub dodać do swojej listy wartości, przyglądając się innym aspektom swojej osobistej marki.

1.2.2 Twoje umiejętności

Bądźmy szczerzy, możesz mieć wartość "kreatywności", ale jeśli nie masz kreatywnej kości w swoim ciele, może to być trudne do osiągnięcia! Pomyśl o swoich umiejętnościach. W czym naprawdę jesteś dobry i jak jest reprezentowany przez twoje wartości? Być może trzeba będzie zawęzić listę wartości. Twoje umiejętności również stanowią część Twojej osobistej marki. To, w czym jesteś dobry, jest częścią tego, kim jesteś i musisz robić więcej tego, w czym jesteś dobry, a mniej tego, w czym nie jesteś dobry. Sporządź listę swoich umiejętności, które pomogą ci w tym, w jaki sposób reprezentujesz siebie. Niektóre profile w mediach społecznościowych wymagają wyraźniejszego uwzględnienia umiejętności niż innych, więc możemy użyć tej listy później.

1.2.3 Twoje cele

Co chcesz osiągnąć w życiu? Do czego dążysz? Co Cię inspiruje? Z kim chcesz być znany? Zrozumienie, co chcesz zrobić i dokąd chcesz się udać, pomoże ci określić, z kim powinieneś rozmawiać i jak powinieneś korzystać z mediów społecznościowych dla osobistych korzyści.

1.2.4 Jak wyglądasz

Twoja osobista marka musi znaleźć odzwierciedlenie w wyglądzie online i offline. Jeśli twoja osobista marka jest "kreatywną divą mody", upewnij się, że obejmuje ona także osobisty kontakt (strój, włosy, makijaż itp.) Oraz zdjęcia w mediach społecznościowych. Jeśli Twoja osobista marka jest "profesjonalna", wyglądasz profesjonalnie, gdy ludzie Cię spotykają i zobacz swoje profile w mediach społecznościowych.

1.2.5 Twoja osobowość

Kim jesteś, aby utworzyć część swojej osobistej marki. Nie chcesz tworzyć osobistej marki bez osobowości. Media społecznościowe są "społeczne" i powinieneś pokazać te aspekty swojej osobowości, które cię reprezentują. Twoja osobowość powinna być kluczową częścią Twojej marki. Musisz tylko zdawać sobie sprawę z tego, które aspekty twojej osobowości nie są uważane za akceptowalne społecznie i jakie są konsekwencje reprezentowania tych aspektów w mediach społecznościowych. Trzeba też uważać na to, jak spotyka się twoja osobowość w języku tekstowym. To, co mówisz w bezpośrednim otoczeniu z odpowiednim językiem ciała, może nie spotkać się w taki sam sposób w środowisku online.

1.2.6 Co mówisz i robisz

Musisz żyć swoimi wartościami jako częścią swojej osobistej marki. To, co mówisz, powinno reprezentować twoją markę. Jeśli Twoja osobista marka jest uczciwością, to zastanów się dwa razy, zanim okażesz się krytyczna lub złośliwa wobec innych. Na przykład, jeśli Twoja osobista marka uwzględnia wartość zdrowia, rozważ wpływ mówienia o niezdrowych działaniach i nieustannie mów o kremach! Nie sugeruję, żebyś nigdy nie mówił o niezdrowej żywności, ale powinieneś mówić o niej w kategoriach uczty, a nie o zwykłym temacie przebiegającym przez to, co mówisz. Podobnie to, co robisz, staje się częścią twojej osobistej marki. Musisz żyć swoją marką. Na przykład, jeśli "zdrowie" jest ważną wartością i ważną częścią twojej osobistej marki, powinieneś być postrzegany jako osoba prowadząca zdrowy tryb życia. Jeśli wspólnota lub hojność jest częścią Twojej osobistej marki, musisz być postrzegana jako pomoc w społeczności lub dawanie innym.

1.2.7 Jak wyglądasz dla innych

Warto zastanowić się, co inni myślą o Tobie, kiedy identyfikujesz swoją markę, a także myśleć o tym, jak traktujesz innych. Sposób, w jaki traktujesz innych, powinien być integralny z Twoją marką. Czy Twoja marka jest pomocna? Następnie bądź pomocny dla innych. Twoja osobista marka powinna być jasna we wszystkim, co robisz.

1.2.8 Tworzenie własnej marki

Teraz powinieneś zacząć tworzyć zdjęcie swojej osobistej marki. Warto napisać mapę myśli lub serię postów, abyś pamiętał procesy myślowe, które przeszedłeś. Może być konieczne przypomnienie sobie tego podczas korzystania z mediów społecznościowych w celu zapewnienia spójnego podejścia. W pozostałej części tego e-booka omówimy Twoją markę w mediach społecznościowych.

1.3 Jak reprezentować swoją osobistą markę w mediach społecznościowych

Gdy tworzysz profile i używasz różnych narzędzi mediów społecznościowych, musisz pomyśleć o swojej osobistej marce.

1.3.1 Jak wyglądasz

Jakiego zdjęcia powinieneś użyć w swoich profilach społecznościowych i jak to odzwierciedla Twoją osobistą markę? Jeśli chcesz wyświetlać profesjonalną markę osobistą, czy warto użyć snapu wakacyjnego lub źle zrobionego zdjęcia? Podobnie, jeśli Twoja osobista marka jest kreatywną divą mody, zdjęcie w eleganckim, profesjonalnym kostiumie prawdopodobnie nie jest odpowiednie. Twoje zdjęcie w mediach społecznościowych staje się tak samo ważne jak logo firmy. Jest to sposób, w jaki ludzie ufają tobie i rozumieją, kim jesteś i za czym stoisz. Widziałem, jak ludzie chowają się za zdjęciami swoich zwierząt, dzieci lub logo firmy. To nie jest dobry sposób na zachęcanie do zaufania. Z jakiego adresu e-mailowego korzystasz? Jeśli Twój adres e-mail to hot-totty123@hotmail.com jakie wrażenie to daje o tobie? Czy reprezentuje twoją osobistą markę? Ogólnie, adresy Gmail dają lepszą reputację niż Hotmail lub inni dostawcy internetu i mają dodatkową zaletę, że są połączone z innymi narzędziami Google, umożliwiając budowanie relacji online. Istnieje szkoła myślenia, która mówi, że dobrym pomysłem jest użycie firstname.lastname @ w swoim adresie e-mail - ale to sprowadza się do osobistego wyboru i bezpieczeństwa, jeśli planujesz korzystać z mediów społecznościowych w sposób publiczny. Na przykład używam Jonek@ do reprezentowania mojej marki jako przystępnej i nieformalnej, ale profesjonalnej

1.3.2 Co mówisz i robisz

Upewnij się, że wszystko, co mówisz i robisz w mediach społecznościowych, reprezentuje Twoją markę i zapewnia spójny wgląd w Twoją opinię. Nie wchodź w gorącą dyskusję na temat żadnego z narzędzi i staraj się unikać komentarzy religijnych, politycznych, rasistowskich i związanych z płcią itp. Zastanów się, czy przekleństwa są częścią twojej marki osobistej, a jeśli przeklinasz (nawet łagodnie), czy to wpłynie na to, kto angażuje się w ciebie lub z nią współdziela? Humor w szczególności to obszar obciążony niebezpieczeństwem. To, o czym wiesz, że jest żartem, może nie być żartem, gdy jest napisane bez skojarzonego języka ciała lub tonu. Na przykład, osoba w Wielkiej Brytanii została osadzona w więzieniu za umieszczenie aktualizacji na Facebooku o zamiarze strzelenia do losowej szkoły w USA. Utrzymał, że był to żart, ale niektóre amerykańskie szkoły interpretowały to jako poważne zagrożenie

1.4 Świadomość innych czynników

Mogą istnieć inne czynniki, które należy wziąć pod uwagę, gdy myślisz o reprezentowaniu swojej osobistej marki w mediach społecznościowych. Mogą to być: bezpieczeństwo osobiste, sytuacja osobista, ludzie, z którymi pracujesz, oraz sposób, w jaki pracodawca chce, abyś działał w mediach społecznościowych.

1.4.1 Bezpieczeństwo osobiste

Ważne jest, aby przez cały czas myśleć o swoim osobistym bezpieczeństwie podczas tworzenia i aktualizowania profili mediów społecznościowych. Powinieneś regularnie sprawdzać ustawienia bezpieczeństwa na swoich profilach w każdym z narzędzi. Wiele narzędzi ma opcję automatycznego wskazywania, skąd publikujesz. Musisz zdecydować, czy włączyć lub wyłączyć to w zależności od własnych wymagań. Musisz również pomyśleć o swoim osobistym bezpieczeństwie podczas pisania aktualizacji statusu. Nie zawsze należy mówić o świętach lub imionach dzieci na takiej publicznej arenie, jeśli ludzie są w stanie dowiedzieć się, gdzie mieszkasz!

1.4.2 Twoje osobiste okoliczności

To, kim jesteś i co robisz, będzie miało wpływ na korzystanie z mediów społecznościowych. Jeśli na przykład jesteś nauczycielem, prawdopodobnie nie powinieneś kontaktować się z dziećmi w szkole. Możesz być osobistym przyjacielem rodziców dzieci w twojej szkole - musisz zdecydować, czy warto

się z nimi skontaktować . Jeśli jesteś samozatrudniony, musisz poradzić sobie z przejściem między życiem osobistym i biznesowym. Z kim się połączyć nie zawsze jest wycinane i suszone i warto się nad tym zastanowić, zanim zaczniesz.

1.4.3 Widok twojego pracodawcy

Jeśli pracujesz dla pracodawcy, powinieneś wiedzieć, w jaki sposób twój pracodawca chce korzystać z mediów społecznościowych. Mogą istnieć zasady dotyczące mediów społecznościowych, których należy przestrzegać w przypadku korzystania z mediów społecznościowych w celach zawodowych lub osobistych. To prawda, że osobiste korzystanie z mediów społecznościowych powinno być osobiste. Ale jeśli masz powiązania z pracodawcą, zarówno ze swojego profilu, jak i z tego, co mówisz, musisz mieć świadomość, że to, co mówisz w mediach społecznościowych, może zaszkodzić marce twojego pracodawcy i może prowadzić do niepożądanych konsekwencji dla ciebie. Może to być tak proste, jak dodanie "moich poglądów to moje" do profili, aby wskazać, że nie reprezentujesz swojego pracodawcy. Będziesz musiał również przemyśleć kwestie takie jak poufność, aby upewnić się, że nie mówisz o kliencie ani zastrzeżonych informacjach, które mogłyby zaszkodzić Twojemu pracodawcy, jeśli są udostępniane w mediach społecznościowych.

1.5 Podsumowanie

Dowiedziałeś się o znaczeniu Twojej marki i o tym, jak chcesz się pokazać innym. Nie ma poprawnej odpowiedzi, ale kiedy korzystasz z mediów społecznościowych, musisz jasno określić, w jaki sposób chcesz się pokazać innym w Internecie i jak wpływa to na inne części Twojego życia. Przyjrzyjmy się teraz możliwym przyczynom korzystania z mediów społecznościowych.

2 Dlaczego warto korzystać z mediów społecznościowych?

Kiedy robisz coś w życiu, zawsze dobrze jest zastanowić się, dlaczego to robisz i co zamierzasz osiągnąć, zanim nauczysz się jak to zrobić. Korzystanie z mediów społecznościowych nie jest niczym innym, więc zanim rzucisz się i stworzysz mnóstwo profili opartych na Twojej osobistej marce, warto poświęcić trochę czasu, aby się dowiedzieć, dlaczego angażujesz się w to. Typowe powody, dla których ludzie, których znam, korzystają z mediów społecznościowych dla ich osobistych korzyści obejmują:

- Ucz się od innych
- Dowiedz się, o co chodzi w tym zamieszaniu
- Łącz się i komunikuj ze znajomymi i rodziną
- Rozmawiaj o programach telewizyjnych lub radiowych z osobami, które znają i nie znają
- Buduj społeczność z innymi
- Komunikuj się lub słuchaj gwiazd lub gwiazd sportu
- Otrzymuj aktualizacje z wiadomości i innych mediów
- Angażuj się w wiadomości i inne media
- Uzyskaj obsługę klienta
- Znajdź i nawiąż kontakt z osobami o podobnych zainteresowaniach
- Angażuj się w marki
- Graj w gry

- Znajdź i nawiązuj kontakty biznesowe
- Znajdź pracę
- Znajdź marki, produkty lub usługi na podstawie rekomendacji znajomych
- Zapewnij kreatywny punkt sprzedaży
- Dzielić się zdjęciami
- Zarabiaj pieniądze
-

Lista jest nieskończona, ale sugeruję, abyś zidentyfikował najważniejsze powody i pamiętaj o tym, czytając resztę tego e-booka. Powody, dla których chcesz korzystać z mediów społecznościowych, wpłyną na to, które grupy narzędzi i które narzędzie, zdecydujesz się użyć i jak z nich korzystać. Jest mało prawdopodobne, że użyjesz wszystkich narzędzi, które omówimy w pozostałej części tego e-booka. Pomyśl o użyciu narzędzi, które osiągną Twoje cele najłatwiej i szybko.

3 Sieci społecznościowe

Istnieje wiele narzędzi, które można sklasyfikować jako "sieci społecznościowe". W tym rozdziale rozważymy cztery "główne" narzędzia - LinkedIn, Facebook, Google+ i Twitter. Każda z nich ma swoje wady i zalety w zależności od celów korzystania z mediów społecznościowych. Każde z narzędzi jest omówione bardziej szczegółowo w tej części. Nie sugerujemy, że musisz używać każdego narzędzia, ale wybierz te, które najlepiej pasują do Twoich celów.

3.1 LinkedIn

LinkedIn to profesjonalna sieć społecznościowa. Co to znaczy? LinkedIn jest używany do przedstawienia profesjonalnego wizerunku "pracy" w bardziej formalny sposób niż niektóre inne narzędzia społecznościowe. Ogólnie rzecz biorąc, informacje udostępniane na LinkedIn są bardziej oparte na tekście i bardziej poważne niż niektóre inne narzędzia, chociaż LinkedIn niedawno zezwolił ludziom na udostępnianie zdjęć. Rzadko zdarza się, aby ludzie rozmawiali o swojej rodzinie lub działaniach poza pracą na LinkedIn. LinkedIn pozwala stworzyć kompleksowy profil podobny do CV. Następnie łączysz się z osobami z LinkedIn. Zazwyczaj łączysz się z osobami, które znasz lub masz z nimi połączenie.

3.1.1 Dlaczego warto korzystać z LinkedIn dla osobistych korzyści?

Powinieneś korzystać z LinkedIn, jeśli szukasz pracy, chcesz wygenerować więcej biznesu w ramach swojej obecnej roli lub znaleźć nowych klientów. LinkedIn to także dobry sposób na znalezienie dostawców i innych kontaktów. LinkedIn ma dział poświęcony uniwersytetom, aby młodzi mogli korzystać z LinkedIn, aby dowiedzieć się o uniwersytetach, do których chcieliby się zwrócić. Jest to dobre narzędzie do pogłębiania i rozwijania relacji z ludźmi. Jeśli utworzysz zoptymalizowany profil na LinkedIn, Twój profil zostanie znaleziony podczas korzystania z wyszukiwarek. LinkedIn może być również wykorzystywany jako sposób na bycie na bieżąco z najnowszymi przemysłami i technikami dotyczącymi biznesu, mediów i edukacji. LinkedIn jest ogromnym źródłem informacji ze źródeł medialnych, a także od wybitnych liderów myśli, takich jak Richard Branson, Guy Kawasaki i Adrianna Huffington. Nie jest to obecnie najlepsze narzędzie do komunikacji z przyjaciółmi i rodziną, angażowania się w działalność gospodarczą jako konsument lub w celu uzyskania obsługi klienta od firm.

3.1.2 Tworzenie profilu LinkedIn

Jeśli zdecydujesz się skorzystać z LinkedIn, najpierw wypełnij swój profil na stronie www.linkedin.com. W połowie ukończony profil może uczynić twoją osobistą markę bardziej szkodliwą niż dobrą. Wskazuje na brak dbałości o szczegóły, postawę "nie przejmuj się", kogoś, kto zaczyna coś, ale nie kończy. Może to spowodować brak zaufania. Być może po prostu nie jesteś pewien, co wpisać w sekcjach lub nie masz okazji ukończyć tego. Ale spójrz na to z punktu widzenia kogoś, kto chce dowiedzieć się więcej o Tobie i ewentualnie zatrudnić Cię lub robić z tobą interesy. Ulepszony profil na LinkedIn będzie również częściej pojawiał się w wynikach wyszukiwania, gdy ludzie będą poszukiwać umiejętności, które posiadasz lub oferowanych usług. LinkedIn uważa, że ukończony profil ma ocenę "All Star". Profil "All Star" musi mieć następujące elementy:

- Uzupełnione informacje kontaktowe
- Podsumowanie
- Aktualna pozycja
- Wymienione co najmniej dwie poprzednie prace
- 50 kontaktów
- Jeden ośrodek edukacyjny
- Co najmniej pięć umiejętności

Zapoznaj się z poniższymi wskazówkami i wskazówkami na temat wypełniania niektórych sekcji i jak najlepiej wykorzystać LinkedIn

Informacje kontaktowe

Dwie ważne części to:

Zdjęcie Jak wspomniano wcześniej, powinno to być Twoją osobistą marką. Zalecam używanie tego samego zdjęcia (lub podobnego) we wszystkich narzędziach mediów społecznościowych.

Nagłówek Powinien opisywać to, co robisz, a nie twoją rolę. Nagłówek jest uwzględniany w wyszukiwaniach i powinien zawierać słowa, które pozwolą Ci wyświetlać się w wynikach wyszukiwania na LinkedIn i w wyszukiwarkach. Te słowa są nazywane słowami kluczowymi i powinny być słowami, które potencjalni odbiorcy mogą użyć do znalezienia Ciebie, a nie słowami, których używasz do opisanie swoich umiejętności i usług.

Podsumowanie

Moim zdaniem, podsumowanie powinno być nowatorskie i oparte na korzyściach. Jeśli ktoś patrzy na Twój profil, wyjaśnij, co możesz zaoferować - możesz tu uwzględnić niektóre aspekty swojej osobistej marki. Napisz swoje podsumowanie w pierwszej osobie; piszesz osobisty profil, powinieneś go posiadać. Jeśli korzystasz z LinkedIn w poszukiwaniu pracy, powinieneś wyjaśnić, jakie umiejętności możesz wnieść do firmy.

Umiejętności i fachowa wiedza

Dodaj umiejętności, które zidentyfikowałeś, myśląc o swojej osobistej marce. Możesz wybierać umiejętności już na liście rozwijanej LinkedIn lub możesz wprowadzać własne umiejętności. Powinieneś dodać od 5 do 50 umiejętności. Gdy ludzie będą się z tobą kontaktować, będą zachęceni do popierania twoich umiejętności i ekspertyzy, kiedy spojrzą na twój profil i kiedy zostaną poparte

przez innych. Kiedy ktoś cię poprze, jego zdjęcie pojawi się obok umiejętności, dla której jesteś promowany, a liczba obok umiejętności wzrośnie. Gdy zaczniesz patrzeć na profile osób, z którymi jesteś połączony, będziesz zachęcany do ich popierania. Moja rekomendacja jest tylko popieraniem ludzi, którzy są pewni, że mają umiejętności. Nie popieram nikogo po to, żeby być miłym. Twoje zdjęcie jest wyświetlane obok umiejętności w ich profilu. Mówisz, że mogą to zrobić.

3.1.3 Łączenie się z ludźmi

Gdy masz profil, z którego jesteś zadowolony, musisz znaleźć ludzi, z którymi możesz się połączyć i zdecydować, co masz zamiar zrobić, jeśli ludzie poproszą cię o połączenie. Polecam tylko próbować nawiązać kontakt z osobami, które znasz lub masz z nimi coś wspólnego. Jeśli przypadkowo zapytasz ludzi, z którymi nie wiesz, jak się połączyć, a oni mówią LinkedIn, że Cię nie znają, LinkedIn może ograniczyć Twój profil. Ograniczenie to jest dość trudne do zniesienia, więc należy tego unikać. Aby znaleźć ludzi, z którymi możesz się połączyć, skorzystaj z pola wyszukiwania u góry strony lub skorzystaj z rekomendacji, które LinkedIn oferuje po prawej stronie. Z biegiem czasu zbuduj liczbę połączeń, a tym samym swoją sieć. LinkedIn bierze pod uwagę połączenia na poziomie 1, 2 lub 3. Połączenia na Twoim pierwszym poziomie to połączenia, które są bezpośrednio z tobą związane. Połączenia te zobaczą Twoje aktualizacje statusu i mogą bezpośrednio Cię wysyłać. Będą również mogli zobaczyć wszystkich, z którymi jesteś połączony (chyba że ukryjesz swoje połączenia). Połączenia na twoim drugim poziomie oznaczają, że masz wspólny kontakt. Możesz połączyć się bezpośrednio z połączeniami na drugim poziomie lub może chcieć, aby udostępnione połączenie zostało wprowadzone. Twoje połączenia na drugim poziomie nie widzą wszystkich twoich połączeń. Twoje połączenia trzeciego poziomu są nadal w twojej sieci i zazwyczaj będziesz mógł zobaczyć ich profile, ale trudniej jest się z nimi bezpośrednio skontaktować.

3.1.4. Bezpieczeństwo LinkedIn

Możesz zdecydować, czy Twoje zdjęcie i aktywność na LinkedIn były widoczne dla wszystkich, Twojej sieci lub połączeń. Możesz też wybrać, czy Twój profil będzie widoczny dla osób, które znajdą Cię za pomocą wyszukiwarki Google. Twoje imię i nazwisko oraz dane kontaktowe będą widoczne dla wszystkich. Ogólnie zalecam, aby Twój profil na LinkedIn był publicznie dostępny, ponieważ prawdopodobnie wykorzystasz go jako sposób promowania swojej osobistej marki.

3.1.5 Korzystanie z LinkedIn

Po skonfigurowaniu profilu LinkedIn musisz zdecydować, w jaki sposób i dlaczego zamierzasz z niego korzystać. Niektóre pomysły:

Rozwiń swoją osobistą markę

Jeśli chcesz rozwinąć swoją markę osobistą, aby być znanym jako ekspert w swojej dziedzinie, rozwijać relacje z klientami lub znaleźć pracę, powinieneś poprawić widoczność poprzez budowanie relacji i dzielenie się treściami. Aby to zrobić, "polub", "udostępnij" i "skomentuj" aktualizacje statusu publikowane przez połączenia i publikuj własne treści, udostępniając informacje, które zwiększają wartość twoich połączeń. Może to być twoja własna treść lub linki, które znalazłeś. Możesz także słuchać i uczestniczyć w odpowiednich dyskusjach grupowych.

Posłuchaj wiadomości i myślących liderów

Jeśli chcesz korzystać z LinkedIn, aby posłuchać artykułów z wiadomościami i opinii liderów myśli, możesz skorzystać z sekcji LinkedIn Dzisiaj i Influencers, która jest dostępna na stronie głównej LinkedIn.

Badania

LinkedIn zawiera informacje o 10 milionach ludzi w Wielkiej Brytanii. Informacje te obejmują imię i nazwisko, dla kogo pracują, pozycję, jaką zajmują w firmie i co robią. Możesz skorzystać z narzędzi wyszukiwania w LinkedIn, aby znaleźć osoby, z którymi chcesz rozmawiać i robić interesy.

3.1.6 Używanie LinkedIn do poszukiwania pracy

LinkedIn jest niezbędnym narzędziem do wykorzystania podczas polowań. Rekruterzy i pracodawcy przeszukują LinkedIn, aby znaleźć ludzi do wypełnienia dostępnych ról, więc musisz upewnić się, że Twój profil poprawnie odzwierciedla Twoją markę, w tym Twoje umiejętności i aspiracje. Należy również sprawdzić, czy ustawienia są ustawione na publiczne, aby można było znaleźć. Poszerz swoją sieć kontaktów i poinformuj swoją sieć, że szukasz pracy. Wyszukiwarka firm, z którymi chcesz pracować i śledzić ich aktualizacje. Znajdź odpowiednią osobę, z którą możesz porozmawiać, poszukaj wspólnych połączeń, aby uzyskać wstęp, a nawet spróbuj nawiązać bezpośrednie połączenie. W LinkedIn będą publikowane oferty:

- W dziale ofert pracy na LinkedIn.
- Według firm lub osób jako aktualizacje statusu.

LinkedIn będzie również sugerować, które prace zostały wysłane, które pasują do słów kluczowych i umiejętności, które ukończyłeś w swoim profilu. Możesz ubiegać się o niektóre prace bezpośrednio na LinkedIn.

3.1.7 Podsumowanie LinkedIn

LinkedIn jest niezbędnym narzędziem społecznościowym dla każdego, kto pracuje w biznesie lub dla każdego, kto szuka pracy. Jeśli zamierzasz korzystać z LinkedIn, dowiedz się, co chcesz z niego zrobić, i poświęć chwilę, aby skonfigurować profil, który dokładnie odzwierciedla Twoją markę. Użyj tego narzędzia do interakcji z innymi lub uczyć się od innych, w zależności od celów - nie pozwól, aby profil siedział tam.

3.2 Twitter

Twitter to szybki bezpośredni, publiczny sposób komunikowania się z dużą liczbą osób. Twitter jest używany przez osoby prywatne do komunikowania się ze swoimi przyjaciółmi oraz firmami każdej wielkości w celach marketingowych i zapewnienia funkcji obsługi klienta. Twitter to bardzo publiczny sposób komunikowania się. Każda wiadomość lub tweet ma maksymalnie 140 znaków i może zawierać linki do stron internetowych, zdjęć lub filmów. Link "bit.ly/1fgdjnC" w tym tweecie jest skróconym linkiem do strony internetowej. Ludzie mogą wybrać dowolny profil na Twitterze. Gdy ktoś śledzi profil na Twitterze, zobaczy wszystkie wiadomości publikowane na profilu na Twitterze. Potęga Twittera to szybki i łatwy sposób przekazywania wiadomości innym osobom lub przekazywania ich dalej. Jaka szkoda mogłaby wyrządzić Brand X w tym przykładzie, zwłaszcza jeśli Brand X nie monitoruje Twittera i nie oferuje rozwiązań lub odpowiedzi? Z drugiej strony, jeśli wiadomość była pozytywna, to ile dodatkowych korzyści można było osiągnąć?

3.2.1 Dlaczego warto korzystać z Twittera w celu uzyskania osobistych korzyści?

Twitter może być używany przez osoby z wielu powodów, w tym:

- Aby uzyskać obsługę klienta od marek - marki często reagują szybciej na tweety niż e-maile lub rozmowy telefoniczne, jako że potencjalna zła reklama tweetowania wirusów jest poważnym problemem.

- Jako źródło informacji. Twitter to niesamowite źródło informacji. Wiele osób korzysta z Twittera, aby stać się liderami myśli i pokazać swoją wiedzę, dzieląc się wiedzą za darmo. Jako osoba prywatna możesz korzystać z tej bezpłatnej informacji i uczyć się od niej.
- Aby nadążyć za nowościami. Organizacje informacyjne wykorzystują Twitter do publikowania aktualnych wiadomości. Wiadomość o niedawnym trzęsieniu ziemi w USA na Wschodnim Wybrzeżu pojawiła się na Twitterze 30 sekund przed tym, jak się poczuła. Służby ratownicze po raz pierwszy usłyszały o katastrofie lotniczej w USA za pośrednictwem Twittera.
- Porozmawiaj z celebrytami i zacznij sport. Wiele celebrytów i gwiazd sportu używa Twittera jako sposobu mówienia swoim fanom, co robią, a osoby mogą porozmawiać z gwiazdami za pośrednictwem Twittera.
- Angażowanie się w markę - udzielanie opinii na pytania i odkrywanie, co dzieje się z marką.
- Aby porozmawiać z przyjaciółmi na Twitterze. Możesz organizować spotkania i wymieniać poglądy - pamiętaj tylko, że jest to medium publiczne.
- Aby komunikować się z osobami o podobnych zainteresowaniach. Na przykład cała społeczność quilterów rozwinęła się na całym świecie na Twitterze. Przed Twitterem niektóre pojedyncze piksele czułem się bardzo odizolowany.

3.2.2 Tworzenie profilu na Twitterze

Aby założyć profil na Twitterze, zarejestruj się na stronie www.twitter.com. Wskazówki dotyczące zakładania konta na Twitterze

- Nazwa użytkownika na Twitterze to sposób, w jaki inni użytkownicy odnoszą się do Ciebie na Twitterze. Będziesz nazywał się @username (na przykład @concisetraining jest używany do mnie), ale rzeczywista nazwa użytkownika nie zawiera znaku "@". Moja nazwa użytkownika to concisetraining.
- Nazwa użytkownika ma maksymalnie 15 znaków i może zawierać tylko litery, cyfry lub znak podkreślenia (_).
- Dobra nazwa użytkownika jest podobna lub taka sama jak twoje imię (lub twoja marka). Pomaga to ludziom pamiętać, kim jesteś.
- Nazwa użytkownika musi być unikatowa, więc możesz potrzebować użyć pseudonimu i / lub cyfr.
- Twoja nazwa na Twitterze zostanie uwzględniona w wynikach wyszukiwania przez wyszukiwarki.
- Jeśli wybierzesz pseudonim, wybierz przyjazną i dostępną nazwę. Twoja nazwa użytkownika staje się częścią twojej osobistej marki.
- Każda nazwa Twittera jest powiązana z unikalnym adresem e-mail.
- Dołącz swoje prawdziwe imię, aby ludzie mogli Cię zidentyfikować.
- Dołącz zdjęcie profilowe, które będzie reprezentować Twoją osobistą markę. Twoje zdjęcie pomoże ci zwiększyć zaufanie do twojego profilu.
- Dołącz tekst "bio" lub tekst wprowadzający, który składa się z 160 znaków lub mniej, i opisuje to, o czym mówisz i co zamierzasz ćwierkać.

3.2.3 Język Twitter

W ciągu ostatnich kilku lat rozwinęła się znajomość języka wokół Twittera. Najważniejsze rzeczy, które zobaczysz na Twitterze to:

RT - retweet. Sposób przekazywania tweeta od kogoś, kogo śledzisz. Za pomocą RT zapewniasz, że kontakt jest utrzymywany z oryginalnym tweeterem.

DM - bezpośrednia wiadomość. To jest prywatna wiadomość wysłana do kogoś w twojej sieci.

Hashtag - słowo poprzedzone symbolem #, np. #tips. Hashtagi to sposób wyróżnienia słów kluczowych (lub ważnych słów w Twojej marce) w tweecie lub mogą być używane do grupowania tweetów wokół wspólnego motywu lub rozmowy. Ludzie mogą kliknąć na hashtagu i zobaczyć inne tweety, które używają tego samego hashtagu. Hashtagi mogą być używane do słuchania ludzi mówiących o słowach ważnych dla Twojej marki, jak również do promowania umiejętności i usług, które oferujesz. Możesz zobaczyć programy radiowe lub telewizyjne promujące hashtag jako sposób grupowania konwersacji na Twitterze. Na przykład jeśli w tweecie umieścisz # BGT13, będzie on widoczny dla każdego, kto będzie szukał tweetów zawierających # BGT13 i komunikując o brytyjskim programie Got Talent 2013.

@nazwa_użytkownika - sposób na podanie nazwy użytkownika Twittera.

// - używane z RT. Został zakończony sposób wyświetlania oryginalnego komentarza i rozpoczyna się Twój komentarz.

Ponieważ tweety mają maksymalnie 140 znaków, zobaczysz używany język. Tekst jest w porządku - ale upewnij się, że jest powszechnie używany, aby ludzie mogli zrozumieć, co chcesz powiedzieć.

Na przykład

"TGIF" jest dość dobrze znany jako "Thank Goodness It's Friday".

*\$ nie jest dobrze znana jako "Starbucks".

3.2.4 Wyszukiwanie osób do naśladowania

Po utworzeniu konta na Twitterze musisz znaleźć osoby, które chcesz obserwować. Najprostszym sposobem jest umieszczenie nazwy w polu wyszukiwania u góry strony www.twitter.com i przejrzanie wyników. Kliknij profil, który chcesz obserwować, i kliknij przycisk Obserwuj, aby go obserwować. Pamiętaj, że nie potrzebujesz uprawnień do śledzenia nikogo na Twitterze - wszystko jest publiczne i możesz podążać za kimkolwiek, chyba że ustawiono dodatkowe ustawienia bezpieczeństwa.

3.2.5 Tweeting i zaangażowanie

Aby usłyszeć, co ludzie śledzą, to tweetuj (mówiąc), spójrz na swoją stronę główną na www.twitter.com. Spowoduje to wyświetlenie wszystkich tweetów od wszystkich obserwowanych użytkowników. Tworzy to stale aktualizowany strumień tweetów, więc możesz potrzebować przewinąć w dół, aby przeczytać tweety. Masz trzy możliwości zaangażowania się w ludzi:

Napisz nowy tweet

W ten sposób mówisz ludziom, co robisz, czujesz lub udostępniasz interesujące treści. Pamiętaj, że to, o czym piszesz na Twitterze, jest publiczne. Każdy może to zobaczyć, nawet jeśli nie podążają bezpośrednio za tobą, więc bądź ostrożny, co napiszesz - będzie to Twoja osobista marka i może istnieć przez wiele lat. Istnieje wiele incydentów ludzi, którzy napisali tweeta, który powrócił, by prześladować ich kilka lat później. Sugerowałbym, że nie powinieneś używać Twittera do osobistych ataków na ludzi ani pisać niczego, co nie byłbyś gotowy powiedzieć publicznie.

Twitter nie jest odpowiednim medium do prowadzenia osobistego czatu z wybraną grupą osób. Zamiast tego użyj prywatnego czatu na Facebooku lub w Google+.

Odpowiedz na tweet

Gdy zobaczysz tweeta na stronie www.twitter.com, możesz na niego odpowiedzieć. Jeśli obrócisz myszką nad tweetem, zobaczysz przycisk Odpowiedz. Kliknięcie tego przycisku pozwala odpowiedzieć oryginalnemu autorowi w bardzo publiczny sposób. Odpowiedź będzie częścią rozmowy i wspomina oryginalnego autora, ale może być widoczna dla wszystkich. Odpowiadanie na tweety to świetny sposób na zapoznanie się z osobami, których jeszcze nie znasz, ale które mogą mieć znaczenie dla Twojej marki. Uwaga, gdy odpowiadasz na tweet i umieszczasz nazwę użytkownika na początku, tweet będzie wyświetlany w:

- Kanał wiadomości dla osoby, na którą odpowiadasz.
- Każdy, kto podąży za tobą i osobą, na którą odpowiedziałeś.
- Twój profil, aby każdy, kto patrzy na Twój profil na Twitterze, zobaczy go w odpowiedzi.

Prześlij ponownie tweeta

Możesz zobaczyć tweeta, który Twoim zdaniem byłby przydatny lub interesujący dla Twoich kontaktów, lub możesz po prostu pomóc innym, udostępniając ich treści. Przekręcając kursor myszy nad tweetem, zobaczysz przycisk Retweet. Kliknij, aby wyświetlić tweet w kanale informacyjnym kontaktów. Nie tylko dzieli się z Twoimi obserwatorami interesującymi treściami, ale także umieszcza markę nazwy Twittera, którą przesyłasz ponownie na oczach swoich obserwujących. Strona internetowa www.twitter.com wraz z aplikacją na smartfona na Twitterze działa dobrze na słuchanie i angażowanie się ze swoimi obserwatorami. Jeśli chcesz stać się poważnym użytkownikiem Twittera, polecam użyć narzędzia innej firmy, na przykład HootSuite lub Tweetdeck, aby spędzić czas na Twitterze bardziej skutecznie i produktywnie.

3.2.6 Bezpieczeństwo Twittera

Ogólnie rzecz biorąc, każdy może zobaczyć Twój profil i to, co piszesz na Twitterze, ale możliwe jest utworzenie prywatnego konta na Twitterze. Jeśli utworzysz konto prywatne, musisz zatwierdzić każdego, kto chce Cię śledzić. Może to zadziałać bardzo dobrze, jeśli chcesz kontrolować swoje konto lub po prostu używać konta do słuchania innych. Pamiętaj, że na koncie prywatnym nie możesz odpowiadać osobom, których nie zaakceptowałeś, aby za tobą podążać, więc kontakt z ludźmi może być dość trudny. Inni nie mogą podawać dalej swoich tweetów. Jesteś również zależny od osób, których przestrzegasz, jeśli chodzi o to, jak korzystasz z Twittera - pamiętaj, że nawet jeśli masz prywatne konto na Twitterze, jeśli napiszesz coś, co inni uważają za obciążające, będą mogli zrobić zrzuty ekranu z tweetem jako sposób zapisywania tweeta na przyszłość.

3.2.7 Używanie Twittera do poszukiwania pracy

Twitter nie jest oczywistym narzędziem do poszukiwania pracy, ale warto zastanowić się, czy jest on odpowiedni dla twoich okoliczności. Próbować:

- Po kontaktach lub hashtagach związanych z branżą, którymi jesteś zainteresowany i gdzie możesz uczestniczyć.
- Rozwijanie się jako lider myśli poprzez tworzenie treści istotnych dla ludzi.
- Podążanie za profilami na Twitterze firm, na które kierujesz.

- Budowanie sieci i informowanie ludzi o tym, czego szukasz.
- Utrzymywanie Twittera w sposób nieformalny i pokazujący twoje zainteresowania i osobowość - w ramach Twojej osobistej marki.
- Łączenie się z ludźmi, którzy pracują w firmach, na które kierujesz swoją działalność. Dowiedzieć się więcej o biznesie i możliwościach.
- Będąc zainteresowanym tym, co robią inni - nie używaj go tylko jako narzędzia autopromocji.

3.2.8 Podsumowanie Twittera

Twitter to znacznie więcej niż "to, co jadłem na lunch" i może być z powodzeniem wykorzystany w kontaktach z firmami, mediami i osobami prywatnymi we wszystkich aspektach życia. Zdecyduj, do czego chcesz używać Twittera (jeśli w ogóle) i daj mu szansę. Tylko pamiętaj, że jest to publiczny środek komunikacji!

3.3 Facebook

Facebook to narzędzie społecznościowe, które ma ponad 1,11 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie generujących 4,4 miliarda polubień i udostępniających 4,75 miliarda elementów treści dziennie. Facebook to przede wszystkim aktualizacje statusu (tekst, zdjęcia i filmy), które inni mogą "polubić" lub skomentować. Ludzie korzystają z Facebooka, aby pozostać w kontakcie z przyjaciółmi i rodziną, a także z kolegami. Wiele osób uważa, że Facebook jest osobistym medium społecznościowym, ale może być również z powodzeniem stosowany przez firmy i organizacje charytatywne.

3.3.1 Dlaczego warto korzystać z Facebooka dla osobistych korzyści?

Facebook to fantastyczne narzędzie do utrzymywania kontaktu z rodziną i przyjaciółmi oraz do nawiązania kontaktu z osobami, których nie widziałeś od jakiegoś czasu. Poprzez Facebooka utrzymuję kontakt z kuzynami z całego świata, z którymi w przeciwnym razie nie rozmawiałbym. Może być również używany do współpracy z firmami. Na poziomie osobistym możesz również rozważyć użycie Facebooka do:

- Rozmawiaj z przyjaciółmi lub rodziną.
- Odkryj kupony lub kody ofert dystrybuowane przez marki.
- Omów problemy obsługi klienta z markami - marki często reagują szybciej na aktualizacje zapisane na osi czasu marki, niż e-maile lub rozmowy telefoniczne jako potencjalna zła reklama jest prawdziwym problemem.
- Śledź celebrytów, aby dowiedzieć się, co dzieje się w ich życiu.
- Zaangażuj się w marki - udziel odpowiedzi na pytania i dowiedz się, co się dzieje z marką.
- Skorzystaj z usługi czatu, aby czatować z przyjaciółmi. Dodawanie grupy znajomych do czatu pozwala na prywatną rozmowę grupową.
- Komunikuj się z osobami o wspólnym zainteresowaniu za pośrednictwem grup na Facebooku.
- Znajdź marki, produkty i usługi, które lubią Twoi znajomi, a więc lubisz.

3.3.2 Tworzenie profilu na Facebooku

Zarejestruj się na Facebooku na stronie www.facebook.com. Uzupełnij swój profil o:

- Zdjęcie na okładkę, które jest dużym zdjęciem u góry profilu i może być używane do zilustrowania Twojej marki.
- Zdjęcie profilowe, które będzie wyświetlane wraz ze wszystkimi aktualizacjami.
- Podstawowe informacje o Tobie. Możesz wybrać tyle, ile chcesz. Pamiętaj, że niektóre informacje, które wypełniłeś, np. status związku, zainteresowania itp. będą wykorzystywane przez Facebooka do kierowania reklam.

Facebook widzi Twój profil na Facebooku, znany jako oś czasu, jako sposób na pokazanie swojej historii życia. Ludzie mogą przewijać wstecz na osi czasu, aby zobaczyć udostępnione zdjęcia lub komentarze, które zrobiłeś kilka lat temu. Ta funkcja oznacza, że bardzo ważne jest, aby zrozumieć, które części Twojego profilu lub statusu aktualizuje, które udostępniasz grupom odbiorców.

3.3.3 Bezpieczeństwo Facebooka

Dla każdej sekcji profilu możesz wybrać, kto może zobaczyć informacje: "Tylko ja", "Przyjaciele", "Przyjaciele z wyjątkiem Znajomych" lub "Publiczność".

- "Tylko Ja" jest sposobem na całkowitą prywatność informacji.
- "Znajomi z wyjątkiem Znajomych" oznacza kogoś, z kim się łączysz, ale wskazałeś kogoś znajomego, co oznacza, że Facebook będzie filtrował aktualizacje od tych osób, więc nie widzisz ich zbyt wielu.
- Wybór "Publiczny" oznacza, że informacje mogą być widoczne dla każdego, kto korzysta z Facebooka.

Możesz także wybrać, kto może Cię znaleźć na Facebooku - "Przyjaciele przyjaciela" lub "Wszyscy". Ważne jest, aby poświęcić czas, aby upewnić się, że jesteś zadowolony z tego, kto może zobaczyć, co na swoim profilu.

3.3.4 Funkcje Facebooka

Większość osób korzysta z Facebooka do komunikowania się ze znajomymi i rodziną oraz udostępniania zdjęć. Sekcja czatu na Facebooku jest również bardzo popularna. Znam wiele osób, które korzystają z sekcji czatu Facebooka, aby wymieniać informacje z grupą przyjaciół, zamiast korzystać z aktualizacji statusu na Facebooku, ponieważ jest to bardziej prywatne i nie pozostanie na Twojej osi czasu. Pamiętaj jednak o osobistych problemach z bezpieczeństwem podczas prywatnego czatu z osobami, które spotkałeś tylko przez Facebooka. Możesz użyć Facebooka, aby znaleźć strony Facebooka, aby komunikować się z markami i znaleźć interesujące informacje. Podobnie jak wiele innych narzędzi, firmy korzystają z Facebooka, aby komunikować się z klientami, oferować rabaty, udostępniać informacje o produktach lub przekazywać bezpłatne przydatne informacje. Jeśli klikniesz "Lubię to" na stronie na Facebooku, sugerujesz, że chcesz zobaczyć aktualizacje z tej strony. Jeśli strona zaczyna Cię denerwować, możesz ukryć stronę, ale pamiętaj, że Twój znajomi mogą zostać poinformowani przez Facebooka, że "polubiłeś" stronę. Zastanów się, jaki wpływ na twoją markę mają wybrane strony, które chcesz "polubić".

3.3.5 Aktualizowanie Facebooka

Aby zaktualizować swój status na Facebooku, musisz napisać w białym polu, które możesz zobaczyć u góry swojego kanału informacyjnego. Wymieniaj lub "taguj" osoby w aktualizacji, używając znaku "@" przed nazwą i wybierając je z wyświetlonej listy. Wybierz, kim chcesz zobaczyć swoją aktualizację, klikając menu, wybierając Publiczne, Znajomi lub "Znajomi z wyjątkiem Znajomych". Jeśli aktualizacja

statusu jest ustawiona na publiczną, pojawi się ona potencjalnie w wynikach wyszukiwania na Facebooku. Wszystkie aktualizacje będą pojawiać się na stronie profilu (widoczne dla osób, którym wybrano udostępnienie aktualizacji) oraz w grupie osób, którym udostępniono aktualizację. Możesz dodawać zdjęcia lub filmy do swoich aktualizacji, a to jest najlepszy sposób na zaręczyny z innymi na Facebooku. Możesz także dołączyć linki do stron witryny.

Co powiedzieć

Na Twoim osobistym profilu na Facebooku twoje zdanie będzie zależeć od tego, z kim się komunikujesz i dlaczego korzystasz z Facebooka. Zasadniczo uważam, że powinieneś być świadomy, że dopóki twoje ustawienia bezpieczeństwa nie są zbyt rygorystyczne, to, co mówisz na swoim profilu na Facebooku, wciąż odzwierciedla twoją osobistą markę. Radziłbym nie być negatywnym, homofobicznym, rasistowskim, seksistowskim itd. Nie bądź obraźliwy ani nie pisz komentarzy, które mogłyby być postrzegane jako zastraszanie. Uważam, że nie powinieneś używać Facebooka do mówienia czegokolwiek, czego nie jesteś gotów powiedzieć komuś lub swojemu szefowi / matce, na wypadek, gdybyś nie wybrał odpowiednich ustawień bezpieczeństwa, które kiedyś lub gdy ktoś zobaczy twoją oś czasu przez pomyłkę. Możesz używać hashtagów w swoich aktualizacjach na Facebooku, aby zwiększyć szanse na otrzymywanie aktualizacji przez osoby szukające aktualizacji zawierających określone hashtagi. Kliknięcie hashtagów w aktualizacjach innych osób spowoduje wyświetlenie aktualizacji, które zostały Ci udostępnione, zawierających te hashtagi. Facebook umożliwia udostępnianie informacji o tym, jak się czujesz i co robisz. Na przykład możesz powiedzieć, że czytasz książkę lub słuchasz muzyki, oglądasz film lub czujesz się szczęśliwy / smutny itd. Jeśli utworzysz aktualizację mówiącą, że czytasz konkretną książkę i link do nazwy książki, Facebook będzie zawierał odniesienie do książki w sekcji Informacje na osi czasu. Te informacje są zawarte w wynikach wyszukiwania na Facebooku. Jeśli ktoś szuka osób, które lubią książkę, Twoje nazwisko pojawi się, jeśli podasz tę informację publicznie.

3.3.6 Wyszukiwanie osób, z którymi można się połączyć

Najprostszym sposobem na znalezienie ludzi do obserwowania jest skorzystanie z opcji wyszukiwania u góry strony na Facebooku. Gdy znajdziesz osoby, które znasz, kliknij Dodaj znajomego. Twój znajomy otrzyma zaproszenie i może zdecydować, czy się z tobą połączyć. Gdy zaakceptują Twoją prośbę, ich aktualizacje statusu będą teraz widoczne w Twoim kanale informacyjnym. Gdy już nawiążesz kontakt z ludźmi, Facebook wkrótce zaproponuje więcej osób, które możesz znać na podstawie wzajemnych powiązań! Jeśli znasz ludzi, którzy komentują aktualizacje statusu opublikowane przez znajomych, zaproś ich do bycia przyjacielem. Możesz wybrać, czy chcesz zaakceptować zaproszenie do połączenia na Facebooku. Rozważ konsekwencje przyjęcia zaproszeń.

- Istnieje osobisty aspekt bezpieczeństwa. To może nie być dobry pomysł, aby połączyć się z ludźmi, których nie znasz i z którymi nie masz wspólnych znajomych. Po nawiązaniu połączenia z kimś, będą mogli zobaczyć, co jest na Twojej osi czasu, co może narazić Cię na osobiste zagrożenie bezpieczeństwa.
- Z kim chcesz dzielić swoje życie osobiste? W zależności od tego, w jaki sposób korzystasz z Facebooka, możesz zdecydować, że nie chcesz akceptować współpracowników lub osób, których nie znasz dobrze.
- W jaki sposób zamierzasz poradzić sobie z nakładaniem się życia osobistego i zawodowego? Na to nie ma "właściwej" odpowiedzi. Musisz zrozumieć, dlaczego korzystasz z Facebooka - jakie aktualizacje zamierzasz publikować i jak to odzwierciedla Twoją osobistą markę.

- Czy nauczyciele szkolni powinni kontaktować się ze swoimi uczniami? Odpowiedź na to pytanie prawdopodobnie nie jest - ale wciąż nie jest wycięta i wysuszona, ponieważ dzieci Twoich znajomych mogą być twoimi uczniami.

- Czy należy łączyć się z przyjaciółmi dzieci? Często mnie prosi się o kontakt ze znajomymi moich dzieci. Osobiście nie chcę, aby wiedzieli, co dzieje się na mojej osi czasu na Facebooku i nie chcę znać na ich temat intymnych szczegółów. Wiele osób, które korzystają z Facebooka, patrzy na liczbę "znajomych", zamiast myśleć o tym, jak komunikują się z tymi przyjaciółmi i jak ich osobista marka wygląda na ludzi, z którymi są związani.

3.3.7 Używanie Facebooka do poszukiwania pracy

Facebook może wydawać się mało prawdopodobnym narzędziem do poszukiwania pracy, ale jeśli utrzymujesz kontakt z ludźmi, z którymi pracowałeś lub z którymi się spotkałeś, nigdy nie wiesz, co może się wydarzyć! Jednym z najlepszych sposobów na znalezienie nowej pracy jest zalecenie przyjaciela. Upewnij się, że ludzie wiedzą, czego szukasz i jakie masz umiejętności. Nie wydaje się jednak zbyt potrzebna! Dołącz do odpowiednich grup na Facebooku, aby inni zauważyli Twoje uwagi i doświadczenie. Będziesz musiał stworzyć publiczny profil, który będzie znajdować się w wyszukiwaniach, i będziesz musiał połączyć się z osobami, których nie znasz. Zanim zaczniesz, polecam oczyścić to, co jest widoczne na Twojej osi czasu, aby odzwierciedlić Twoją markę.

3.3.8 Podsumowanie Facebooka

Facebook może być z powodzeniem używany do rozmowy z osobistymi przyjaciółmi i rodziną, komunikowania się z kontaktami biznesowymi i angażowania się w marki. Ważne jest, aby sprawdzić ustawienia zabezpieczeń i mieć świadomość tego, kto zobaczy to, co udostępniasz na Facebooku.

3.4 Google+

Google+ to wersja Google Facebooka lub LinkedIn. Mogą być używane przez osoby prywatne do komunikowania się ze swoimi przyjaciółmi lub firmami. Każdy, kto utworzy konto Gmail lub konto YouTube, automatycznie otrzyma konto Google+. Fragment treści opublikowany w Google+ jest natychmiast indeksowany do wyszukiwarki Google (w zależności od wybranych ustawień prywatności).

3.4.1 Dlaczego warto korzystać z Google+ dla osobistych korzyści?

Google+ to kolejne narzędzie społecznościowe, więc dlaczego miałbyś go używać? Niektóre powody mogą obejmować:

- Budowę swojej osobistej marki.
- Udostępnianie aktualizacji, zdjęć i filmów znajomym i rodzinie.
- Używanie spotkań (narzędzia konferencji wideo w Google+) do komunikowania się ze znajomymi i rodziną.
- Pojawianie się w wynikach wyszukiwania.
- Wykorzystanie autorstwa Google, jeśli masz bloga.
- Dołączenie do społeczności.
- Rozwinięcie swojego statusu lidera myśli.
- Śledzenie firmy i osoby prywatne, aby uczyć się i znajdować informacje o interesujących ich sprawach.

Niedługo omówimy tę funkcję bardziej szczegółowo.

3.4.2 Tworzenie profilu Google+

Aby utworzyć profil Google+, potrzebujesz najpierw konta Google. Utwórz konto Google, tworząc konto Gmail, tworząc konto YouTube lub rejestrując się w Google+ na <https://plus.google.com/>. Po zarejestrowaniu wpisz "Google" w przeglądarce, a na górze strony przeglądarki pojawi się czarny pasek. Kliknij + Nazwa po lewej stronie, aby wyświetlić swój profil Google+. W ramach tworzenia swojego profilu Google+ należy dołączyć zdjęcie na okładkę i zdjęcie profilowe swojej osobistej marki. Zdjęcie na okładkę to duże zdjęcie u góry profilu, które można wykorzystać do pokazania, o czym chcesz porozmawiać lub co reprezentujesz. Zdjęcie profilu jest wyświetlane, gdy udostępniasz aktualizację. Powinno to być zdjęcie podobne do tego, które zostało użyte na twoim innym profilu społecznościowym w profilu mediów. W ramach wypełniania profilu Google+ powinieneś wypełnić sekcję "Informacje", aby pokazać, kim jesteś i na co się godzisz. "Znak" w twojej historii powinien zawierać słowa kluczowe związane z twoimi umiejętnościami i / lub co oznacza twoja osobista marka. Każda część sekcji "O mnie" w Google+ zostanie uwzględniona w wynikach wyszukiwania, więc umiejętności, zawód, wprowadzenie powinny zawierać odpowiednie słowa kluczowe. W linku należy zamieścić linki do innych profili mediów społecznościowych, odpowiednich stron internetowych i blogów.

3.4.3 Funkcje Google+

Korzystając z Google+ do osobistego użytku, dostępnych jest wiele funkcji:

Zdjęcia

Dostępnych jest wiele narzędzi do ulepszania zdjęć przesyłanych do Google+ na komputerze lub urządzeniu mobilnym. Obejmują one:

- Automatyczna kopia zapasowa - po włączeniu zdjęcia wykonane na urządzeniu przenośnym zostaną automatycznie zapisane w profilu Google+.
- Auto wyróżnienie - pomaga znaleźć zdjęcia, które zostały przesłane, przez zmniejszenie podkreślenia duplikatów, rozmytych obrazów i zdjęć o słabej ekspozycji.
- Auto Enhance - automatycznie poprawia jasność, kontrast, nasycenie, strukturę, szum lub ostrość podczas przesyłania zdjęć.
- Autoefekty mają trzy opcje:
 - Prześlij sekwencję zdjęć, a Google+ automatycznie utworzy animację na podstawie zdjęć.
 - Prześlij serię tej samej grupy osób, a Google+ utworzy zdjęcie na podstawie najlepszego uśmiechu każdej osoby w grupie.
 - Prześlij dwa zdjęcia krajobrazowe obok siebie, a Google+ połączy zdjęcia, tworząc panoramę.

Spółeczności Google+

Utwórz lub przyłącz się do społeczności (grupy) odpowiedniej dla twojego obszaru lub zainteresowań, aby zaangażować się w dyskusje. Społeczności mogą być publiczne lub prywatne.

Wydarzenia w Google+

Publikuj lub znajdź wydarzenia (publiczne lub prywatne), zapraszaj ludzi i udostępniaj zdjęcia z tego wydarzenia osobom, które zaprosiłeś i publiczności. Każda osoba na imprezie może przesłać własne

zdjęcia na wydarzenie. Wydarzenia to świetny sposób zapraszania przyjaciół i rodziny na przyjęcie lub poznawania wydarzeń, które mają miejsce w Twojej okolicy.

Strony Google+

Organizacje lub firmy mogą utworzyć stronę Google+. Poszczególne osoby mogą obserwować strony Google+ i wchodzić z nimi w interakcje, aby otrzymywać oferty, rabaty lub informacje o firmie.

Spotkania Google+

Hangout to sposób na bezpłatną rozmowę wideo z maksymalnie dziewięcioma innymi osobami za pomocą kamery internetowej, głośników i mikrofonu. (Kamera internetowa jest opcjonalna - możesz ją wyłączyć!) Hangouts można uruchomić natychmiast lub zaplanować wcześniej. Hangouty mogą być prywatne lub publiczne. Każdy może dołączyć do publicznych hangoutów. Jakość hangoutów jest bardzo dobra, nawet przy niskiej przepustowości łącza szerokopasmowego. Spotkań można używać do wspólnej pracy nad dokumentami, udostępniania ekranów, oglądania filmów, spotkań, prowadzenia rodzinnej rozmowy itp.

Autorstwo Google

Jeśli napiszesz bloga, autorstwo Google pozwala utworzyć link między Twoim profilem Google+ a blogiem. Gdy ludzie znajdą treści z Twojego bloga (lub witryny) za pomocą wyszukiwarki Google, Twoje zdjęcie profilowe w Google+ będzie wyświetlane w wynikach wyszukiwania. Zwiększa to szanse, że ludzie klikną, aby przeczytać blog lub inną stronę internetową

3.4.4 Wyszukiwanie osób i stron, które należy śledzić

W podobny sposób do innych narzędzi społecznościowych obserwujesz osoby w Google+, aby zobaczyć ich aktualizacje w Twoim źródle treści. W Google+ możesz obserwować każdego i każdy może Cię śledzić. Jednak w Google+ nie ma przycisku "obserwuj". Aby podążać za kimś, dodajesz je do jednego ze swoich "kręgów". Google+ rozpocznie Cię od kręgów o standardowych nazwach - np. Przyjaciele / Rodzina - ale możesz tworzyć własne kręgi. Kontakt może być zawarty w więcej niż jednym kręgu. Możesz znaleźć osoby do obserwowania, klikając przycisk Osoby w menu po lewej stronie i przeglądając listę osób z udostępnionym połączeniem. Po najechaniu kursorem na przycisk Dodaj otrzymasz listę swoich kręgów. Możesz wybrać jedno ze standardowych kręgów (Rodzina, Przyjaciele) lub najpierw utworzyć własny krąg. Wybór jednego z kręgów dla poszczególnych oznacza, że będziesz śledzić aktualizacje od osoby. Możesz także znaleźć osoby, które chcesz obserwować:

- Wyszukiwanie ich według nazwy na pasku wyszukiwania u góry strony Google+.
- Widząc je wymienione przez innych w Twoim źródle domowym.
- Widzisz je wyświetlane po prawej stronie strony głównej Google + pod hasłem "Możesz wiedzieć".

3.4.5 Angażowanie się z innymi

Po zalogowaniu się w Google+ możesz wyświetlać aktualizacje wszystkim osobom z Twoich kręgów, klikając opcję Strona główna w menu po lewej stronie. Możesz dać +1 lub udostępnić dowolny wpis opublikowany przez innych, klikając przyciski w lewym dolnym rogu posta. Kliknięcie +1 jest podobne do "Lubię to" na Facebooku. Możesz także komentować każdy wpis i jest to kolejny dobry sposób na uwidocznienie się. Pamiętaj, że poszczególne osoby mogą zdecydować, czy zezwolić na udostępnianie lub komentowanie posta, aby w niektórych postach wyłączyć niektóre z nich. Możesz udostępnić aktualizację tekstu, zdjęcie, link, film lub wydarzenie. Gdy udostępniasz aktualizację statusu, możesz zdecydować, czy chcesz udostępnić ją publicznie, z określonym kręgiem kontaktów lub z konkretną

osobą. Możesz wymienić kogoś w swoich aktualizacjach, używając znaku + przed nazwą i wybierając je z wyświetlonej listy. Dobrym pomysłem jest dołączenie hashtagów do aktualizacji statusu, aby wskazać słowa kluczowe użyte w aktualizacji. Jeśli zapomnisz dodać hashtagi, Google+ spróbuje zidentyfikować odpowiednie hashtagi. Hashtagi są wyświetlane w prawym górnym rogu posta. Kliknięcie hashtagu wyświetli podobne posty zawierające hashtag.

3.4.6 Zabezpieczenia Google+

Możesz zdecydować, kto może zobaczyć każdą część Twojego profilu Google+, edytując swój profil, klikając odpowiednią sekcję i klikając menu po prawej stronie każdej opcji. Możesz wybrać spośród następujących opcji:

- Rozszerzone kręgi to osoby w kręgach Twoich kręgów.
- Publiczne - wszyscy będą mogli zobaczyć informacje.
- Nazwa firmy - oznacza tylko osoby, które pracują dla tej samej firmy, z której będziesz w stanie zobaczyć informacje (jeśli zawarłeś swoje zatrudnienie w swoim profilu Google+).
- Twoje kręgi - wszyscy w Twoich kręgach.
- Tylko ty nie masz na myśli nikogo innego.
- Niestandardowy - możesz uwzględnić pojedyncze kręgi lub pojedyncze osoby.

3.4.7 Używanie Google+ do poszukiwania pracy

Google+ wciąż jest używane przez mniejszość ludzi, ale widzowie codziennie dorastają i możesz odnieść korzyści, będąc postrzeganym jako pierwszy użytkownik. Rekruterzy zaczynają z niego korzystać, aby znaleźć kandydatów, ponieważ mogą bezpośrednio wysyłać wiadomości e-mail do kandydatów znalezionych w Google+. Wskazówki dotyczące używania Google+ do poszukiwania pracy:

- Utwórz profil Google+, który reprezentuje Twoją markę i zawiera słowa kluczowe powiązane z posiadanymi umiejętnościami i pracą, której szukasz.
- Utrzymuj informacje o swoim profilu jako publiczne, aby mogli Cię zobaczyć rekruterzy.
- Stwórz swoją sieć Google+, obserwując strony i ludzi w firmach, z którymi chcesz pracować lub mających związek z sektorem lub dziedziną wiedzy.
- Dołącz do odpowiednich społeczności ludzi i nawiąż z nimi kontakt.
- Udostępniaj interesujące i oryginalne treści, aby stać się liderem w branży.
- Podaj +1, aby wyrazić uznanie dla treści napisanych przez innych.
- Komentuj i udostępniaj informacje napisane przez innych.
- Dołącz do publicznych spotkań organizowanych przez firmy, z którymi chcesz pracować lub które są odpowiednie dla Twojej branży.

3.4.8 Podsumowanie Google+

Google+ to nowa, rozwijająca się sieć społecznościowa, która będzie coraz ważniejsza jako sposób na wyświetlanie Twojej marki. Ma już kilka fantastycznych funkcji dla osób i firm, a więcej pojawi się z czasem.

3.5 Podsumowanie sieci społecznościowych

W tej sekcji dokonano przeglądu czterech głównych narzędzi sieci społecznościowych pod kątem tego, jak reprezentować markę i jak korzystać z narzędzi do komunikacji z osobami i firmami. Serwisy społecznościowe to nowy sposób komunikowania się, a za kilka lat może zająć miejsce e-mail. Upewnij się, że korzystasz z serwisów społecznościowych, aby ulepszyć, a nie umniejszać marki.

4 Blog

Rzeczownik: witryna internetowa, na której osoba lub grupa użytkowników regularnie rejestruje opinie, informacje itp

Czasownik: Dodaj nowy materiał lub regularnie aktualizuj bloga

Blogi mogą być wykorzystywane do osobistych korzyści poprzez czytanie blogów napisanych przez innych lub pisanie własnego bloga. Dostępnych jest wiele blogów do przeczytania. Niektóre liczby: 3Tumblr.com ma ponad 101,7 milionów blogów z 44,6 miliardami blogów. WordPress ma ponad 63 miliony blogów. Blogger ma wiele milionów blogów, ale dokładna liczba nie została opublikowana. Ta ogromna liczba blogów może służyć do wyszukiwania informacji lub dołączania do społeczności osób o podobnych zainteresowaniach. Większość blogów szuka komentarzy, a komentując bloga, możesz zwiększyć swoją widoczność i nawiązać nowe połączenia. Stworzenie bloga i pisanie regularnych postów może być sposobem na ustalenie siebie jako eksperta, stworzenie kreatywnego punktu wyjścia i sposób na komunikowanie się z nową społecznością ludzi. Może to również stać się sposobem na zarabianie pieniędzy. Blog może przyjmować różne formy - napisane, głównie składające się z obrazów, wideo (znane jako vlog) lub audio (znane jako podcast) - i może dotyczyć wszystkiego, co jest interesujące dla Ciebie lub Twoich odbiorców.

4.1 Czytanie blogów

Jeśli interesuje Cię cokolwiek, prawdopodobnie istnieje kilka blogów napisanych na ten temat o różnych poziomach jakości! Jest to tylko kwestia znalezienia interesujących i trafnych i korzystania z narzędzi, aby łatwiej było być na bieżąco z najnowszymi wpisami. Czytając blogi, można znaleźć społeczność ludzi, z którymi można się kontaktować.

4.1.1 Wyszukiwanie blogów do czytania

Istnieje wiele sposobów na znalezienie blogów do przeczytania, w tym:

Katalogi blogów

Katalog blogów to strona internetowa zawierająca blogi podzielone na kategorie. Bloger będzie się ubiegał o listę bloga w katalogu. Jeśli na liście znajduje się blog, nie wskazuje on nic na jakość bloga.

Automatyzowane kanały oparte na temacie

Są to witryny, które automatycznie wyświetlają wpisy na blogu na podstawie tematów lub słów kluczowych, które wybrałeś. Wyświetlane blogi będą oparte na trafności, wieku i popularności. Omawiamy wiele narzędzi dostępnych do stworzenia bloga. Każde z tych narzędzi poleci blogi, na które możesz zwrócić uwagę.

4.1.2 Obserwowanie blogów

Gdy znajdziesz wpis na blogu, który Ci się spodoba i chcesz zobaczyć więcej, zapamiętaj go. Jest na to kilka sposobów - niektóre łatwiejsze niż inne:

Dodaj zakładkę do bloga

Większość przeglądarek internetowych ma zakładkę do zakładek i możesz dodać bloga do zakładki. Oznacza to, że będziesz musiał regularnie odwiedzać bloga, aby sprawdzić, czy pojawiły się nowe wpisy.

Śledź blogera w mediach społecznościowych

Większość blogerów korzysta z mediów społecznościowych, aby udostępniać nowe posty. Obserwując osobę w mediach społecznościowych, powinieneś zobaczyć aktualizacje - choć łatwo je przegapić. Ta metoda będzie oznaczać, że pamiętasz stronę bloga, ale musisz ręcznie wrócić do bloga, aby sprawdzić nowe posty.

Subskrybuj bloga przez e-mail

Niektóre blogi pozwalają subskrybować Twój adres e-mail, dzięki czemu otrzymasz e-mail z najnowszym wpisem. Jest to dobry sposób na pozostawanie w kontakcie, chociaż może zablokować e-mail, jeśli subskrybujesz wiele blogów.

Użyj narzędzia do tworzenia blogów

Narzędzia te umożliwiają przeglądanie wielu kanałów blogów w jednym narzędziu, dzięki czemu najnowsze posty są wyświetlane za każdym razem, gdy patrzysz na narzędzie. Wiele z tych narzędzi jest dostępnych na urządzeniach mobilnych, a niektóre są wyświetlane w "stylu czasopisma". Możesz dołączyć blogi i kanały informacyjne z mediów.

Istnieje wiele narzędzi. Ten, który będzie najbardziej odpowiedni dla Ciebie, będzie zależał od:

- Używane urządzenie mobilne.
- Wygląd i styl, który preferujesz.
- Czy chcesz uwzględnić aktualizacje z mediów społecznościowych (Twitter, Facebook).
- Niezależnie od tego, czy chcesz opublikować swój własny magazyn informacji, które podałeś kuratorowi.

Nowe narzędzia do tworzenia treści są tworzone przez cały czas. Trzy narzędzia, które poleciłbym Ci rozważyć to Flipboard, Pulse i Currents. Każde z tych narzędzi jest dostępne na urządzenia mobilne z systemem Android i iOS. Mogą występować różnice między wersjami telefonu i tabletu. Uwaga: Pulse należy do LinkedIn; Currents jest własnością Google

Każdy z nich:

- Umożliwia dołączanie witryn mediów społecznościowych, dzięki czemu można wyświetlać aktualizacje od znajomych i połączeń.
- Proponuje blogi i kanały informacyjne, które możesz obserwować.
- Umożliwia wyszukiwanie blogów do dodania.
- Umożliwia zapisywanie artykułów do przeczytania później (jest to łatwiejsze w Flipboard i Pulse).
- Umożliwia udostępnianie artykułów przez e-mail lub media społecznościowe.

Flipboard umożliwia utworzenie magazynu treści, który możesz udostępniać innym, co może okazać się przydatne, gdy zaczniesz pisać własne blogi, ponieważ możesz dołączyć własny blog jako jeden z artykułów. Zasadniczo sprowadza się to do osobistego gustu - narzędzia, z którego możesz czerpać

więcej korzyści! Działają one skutecznie tylko wtedy, gdy regularnie sprawdzasz najnowsze aktualizacje bloga.

4.2 Pisanie blogów

Zanim zaczniesz blog, dobrze jest pomyśleć o tonie i treści bloga. Pamiętaj, że Twój blog powinien reprezentować Twoją osobistą markę. Nawet jeśli piszesz nieformalny blog, to przed wysłaniem posta powinien on zostać sprawdzony i zweryfikowany.

4.2.1 Po co pisać blog

Istnieje wiele powodów, dla których warto blogować. 8% blogerów zarabia wystarczająco dużo pieniędzy, aby móc wspierać rodzinę. 9% zarabia wystarczająco dużo pieniędzy, aby utrzymać swój styl życia przez 4-6 godzin dziennie na blogach, 2% przez 1-2 godziny dziennie bloguje i zarabia 150 000 USD +4. Jednak wiele osób bloguje tylko dla przyjemności wyrażania siebie. Kiedy rozmawiam z ludźmi, którzy blogują, większość mówi o przyjemności, jaką czerpią z kreatywności podczas pisania bloga i dzielenia się swoimi pomysłami i przemyśleniami z innymi. Blogi są również dobrym sposobem na zwiększenie Twojej widoczności, ustanowienie siebie jako eksperta i dzielenie się swoimi pomysłami i doświadczeniami. Jeśli szukasz pracy, blogowanie może być dobrym sposobem na znalezienie. Blogi mają długie życie - raz napisane, istnieją w Internecie, dopóki nie zdecydujesz się je usunąć. Treść Twojego bloga będzie stanowić ważną część twojej osobistej marki. Blog to świetny sposób na budowanie zaufania wśród odbiorców, ale musisz być konsekwentny i regularny, aby odwiedzający wracali, by czytać i udostępniać swoje posty. Blogi Vanity to blogi tworzone przez osoby, które czerpią przyjemność z kreatywnego rejestrowania swoich pomysłów i dzielenia się tym, co zrobiły. Często zaczynają się blogi o sztuce kulinarnej lub gotowaniu. Ludzie lubią korzystać z anonimowości internetu, aby pochwalić się tym, co osiągnęli i komentować, co im się podoba. Pamiętaj jednak to, o czym piszesz, jest częścią Twojej osobistej marki. Wiele blogów zostało założonych przez matki z małymi dziećmi, które muszą rozmawiać z osobami spoza ich najbliższego kręgu. Blogowanie to dobry sposób na budowanie społeczności internetowej. Inne przyczyny mogą obejmować:

- Łączenie się z ludźmi o podobnych zainteresowaniach i dzielenie się przemyśleniami i opiniami.
- Robić różnicę. Blogi polityczne i blogi na tematy społeczne pisane są przez ludzi, którzy próbują coś zmienić.
- Aby pozostać w kontakcie z przyjaciółmi i rodziną. Blog to dobry sposób na poinformowanie znajomych i rodziny o tym, jak radzisz sobie i dzielenie się historiami o swoich doświadczeniach.
- Tylko po to, aby zobaczyć, o co w tym wszystkim chodzi.
- Aby dać wskazówki "jak".
- Aby pomóc osobom, które przeżywają podobne doświadczenie. W tym celu napisanych jest wiele blogów dotyczących rodzicielstwa i związanych ze zdrowiem.
- Aby nagrać podróż (fizyczną lub duchową).

4.2.2 O czym pisać

Wielką zaletą pisania bloga jest to, że nie ma żadnych zasad. Twój wpis na blogu może być tak długi lub krótki, jak chcesz. Zwykle dobrym pomysłem jest utrzymywać krótkie posty (od 200 do 600 słów) i korzystać z łatwego do odczytania stylu. Pamiętaj, że większość czytelników zazwyczaj skanuje zawartość, szukając najważniejszych punktów w krótkim czasie. Możesz napisać swój blog na dowolny temat, który Cię interesuje. Wybierając temat, pamiętaj, że po uruchomieniu bloga powinieneś

kontynuować. Musisz więc mieć co najmniej 24 tematy, o których możesz napisać post (zakładając 2 posty w miesiącu). W zależności od powodu napisania bloga może być konieczne zastosowanie testu "co z tego?". Czy post poinformuje lub zabawi publiczność? Czy użytkownicy będą chcieli wrócić do Twojego bloga, aby przeczytać więcej? Czy odzwierciedla Twoją osobistą markę i pomaga ludziom dowiedzieć się, kim jesteś i na co się godzisz? Blogi, które przeczytałem, obejmują różne obszary tematyczne:

- Pomoc i porady dotyczące korzystania z mediów społecznościowych.
- Osobista podróż kogoś, kto trenuje na wydarzenie Iron Man.
- Osobista opinia wykładowcy marketingu cyfrowego.
- Informacja o pikowaniu.
- Osobisty widok, jak kolor jest używany w życiu.

Często dobrym pomysłem jest zamieszczenie obrazu związanego z postem na blogu. Sprawia, że wpis stanie się bardziej interesujący i może dodać kontekst do postu. Uważaj, skąd czerpiesz obrazy ze swojego bloga. Tam, gdzie to możliwe, powinieneś użyć zdjęć lub obrazów, które posiadasz (zostały zrobione, utworzone lub opłacone). Istnieje wiele stron internetowych, które zawierają obrazy wolne od praw autorskich. Nie kopiuj tylko odpowiedniego obrazu z Internetu i nie zakładaj, że możesz go użyć. Możesz skończyć z dużym rachunkiem! Wskazówki, dzięki którym treść będzie łatwa do odczytania

- Używaj krótkich akapitów, dużo białej przestrzeni, pocisków, nagłówków i podtytułów, aby tekst był łatwy do skanowania.
- Użyj rodzaju czcionki i rozmiaru czcionki, który będzie łatwy do odczytania.
- Jeśli wyświetlasz reklamy, upewnij się, że nie odwracają uwagi od treści - wyświetlaj je z boku bloga.
- Użyj obrazów w poście, jeśli dodają wartości. Nie dołączaj tylko obrazu, ponieważ post powinien go mieć.
- Używaj oszczędnie formatowania (wytłuszczonego, kursywy), ale żeby to podkreślić.

4.2.3 Kiedy pisać

Wiele osób zaczyna pisać blogi i rezygnuje po kilku miesiącach. Głównym powodem tego jest to, że wielu blogerów nie ustanawia planu treści. Już zaleciliśmy zidentyfikowanie co najmniej 24 tematów. Aby być zorganizowanym, utwórz kalendarz redakcyjny, w którym będziesz pisać o tym, kiedy zamierzasz pisać i kiedy planujesz. Od Ciebie zależy, jak często tworzysz nowe posty. Niektórzy piszą raz dziennie, inni raz w miesiącu. Opiera się on na twoich powodach pisania twojego bloga, ilości posiadanych treści i czasu, jaki musisz napisać.

4.2.4 Promowanie bloga

Możliwe, że chcesz napisać blog dla własnej satysfakcji lub podzielić się nim z osobistymi przyjaciółmi i rodziną. Jeśli chcesz, aby Twój blog został znaleziony przez innych, powinieneś:

- Opublikuj link do swojego bloga na Twitterze, LinkedIn, Facebooku, Google+.
- Użyj Triberr, Stumbleupon i Scoopit, aby dodać do zakładek swój post, aby inni mogli go znaleźć.
- Dołącz blog do katalogów.

- Zastanów się, jak Twoje posty na blogu pojawią się w wyszukiwarkach. Użyj słów kluczowych w tytule i treści swojego posta, ale tam, gdzie ma to sens. Jeśli używasz słów kluczowych zbyt często, twoi odbiorcy nie zrozumieją, co mówisz.
- Komentuj posty napisane przez innych na rynku niszowym. Wprowadź wartość do swojego komentarza lub opinii i nie promuj się sam. Spraw, że staniesz się bardziej widoczny dla innych osób w Twojej branży i podasz linki do swojej witryny.

4.3 Narzędzia do blogowania

Istnieje możliwość wyboru oprogramowania, za pomocą którego można utworzyć blog. Decyzja będzie oparta na:

- Jak bardzo chcesz dostosować swój blog.
- Ile innych blogów powiązanych z Twoim znajduje się na stronie. Łatwiej jest budować społeczność z innymi na tym samym oprogramowaniu, co Ty.
- Gdzie będziesz aktualizować swój blog z - komputera stacjonarnego lub urządzenia mobilnego.
- Czy chcesz zarabiać na swoim blogu z reklam.

Trzy najbardziej popularne narzędzia do blogowania to Tumblr, Blogger i WordPress. W tej sekcji omówione zostaną zalety i wady każdego narzędzia, a także przykłady osób lub firm korzystających z każdego narzędzia.

4.3.1 Tumblr

Zalety

- Łatwo jest tworzyć posty z urządzeń mobilnych.
- Łatwo jest czytać posty na urządzeniach mobilnych.
- Blogi mogą być udostępniane na portalach społecznościowych w wersji mobilnej, nie tak łatwo w wersji na komputery.
- Łatwy i szybki w konfiguracji.

Niedogodności

- Możesz zobaczyć reklamy patrząc na Tumblr na urządzeniu mobilnym.
- Loga, kolory i inne elementy marki nie mogą być łatwo dodane do bloga
- Można go uznać za kłopotliwy do poruszania się.

Kto używa Tumblr?

Tumblr jest używany przez ludzi, którzy chcą tworzyć szybkie posty w stylu konsumpcji. Pytania, cytaty, zdjęcia i filmy działają szczególnie dobrze. Kilka przykładów:

- Marki modowe - np. Załoga J.
- Duże marki dzielą się nowościami lub kulturą firmy, np. Mashable.
- Publikowanie i rozpowszechnianie multimedialnych udostępnień fragmenty informacji, np. Telegraf.

4.3.2 Blogger

Zalety

- Jest szybki i łatwy do skonfigurowania na komputerze stacjonarnym.
- Możesz dodawać reklamy do bloga, dzięki czemu, jeśli masz wystarczającą liczbę odwiedzających, możesz zarabiać na swoim blogu.
- Łatwo jest publikować z urządzeń mobilnych.

Niedogodności

- Kiedy ktoś patrzy na twój blog, znajduje się przycisk "Następny blog" - nie ma kontroli nad tym, który blog może znaleźć, pomyśl o tym, kogo chcesz obejrzeć na swoim blogu.
- Możesz utworzyć post z urządzenia mobilnego, ale proces tworzenia wyświetla reklamy. Nie ma kontroli nad tym, jakie reklamy widzisz.
- Trudno jest czytać blogi ze społeczności Bloggera na urządzeniu mobilnym. Lepiej jest użyć narzędzia do sprawdzania treści, jak to opisano w 4.1.2

Kto korzysta z Bloggera?

Blogger jest używany głównie przez osoby prywatne lub małe firmy (np. Quilting Along of the Grain, Malcolm McDowell), chociaż blog na Twitterze jest hostowany na Bloggerze, podobnie jak blog YouTube.

4.3.3 WordPress

WordPress to oprogramowanie typu open source, które jest używane w milionach witryn i blogów. Istnieją dwie wersje WordPress:

- WordPress.org

Wersja, której chcesz użyć, jeśli chcesz utworzyć pełną witrynę lub chcesz udostępnić własny blog na serwerze, za który zapłaciłeś.

- WordPress.com

Pozwala utworzyć bezpłatną witrynę lub blog, ale będzie miał pewne ograniczenia. Możesz zapłacić dodatkowo, aby zwolnić niektóre ograniczenia, ale nadal będzie miał bardziej ograniczoną funkcjonalność

WordPress.org.

Aby założyć bezpłatny blog WordPress (jako porównanie do Bloggera lub Tumblra), powinieneś użyć WordPress.com. Aby mieć cały śpiew, cały blog lub stronę taneczną, powinieneś zapłacić za miejsce na serwerze, zainstalować WordPress.org i utrzymywać stronę samodzielnie.

Zalety

- Dostępny zakres dostępnych funkcji.
- Wysoce konfigurowalny.
- Zakres dostępnych tematów (płatny i bezpłatny).

Niedogodności

- Ustawienie może być nieco mylące, ponieważ jest tak wiele opcji.
- Istnieje limit ilości miejsca przydzielonego za darmo. Możesz kupić więcej, ale lepiej wykorzystać skalowalność WordPress.org.
- Wtyczki, które dodają więcej funkcji do witryny w WordPress.org, nie mogą być używane na WordPress.com.
- WordPress może zawierać reklamy w Twojej witrynie.

Kto korzysta z WordPress?

Oprogramowanie blogowe WordPress.com jest używane przez osoby prywatne i małe firmy

4.4 Komentarze na blogu

Internetowy charakter blogowania umożliwia komunikację z innymi za pomocą komentarzy. Możesz zachęcać ludzi do komentowania Twojego bloga lub komentowania blogów stworzonych przez innych.

4.4.1 Komentowanie blogów napisanych przez innych

Zaletą komentowania na blogach jest to, że dostajesz uwagę od innych. Jeśli skomentujesz lub udostępnisz mojego bloga, będę Ci wdzięczny i chcę dowiedzieć się więcej o Tobie. Jeśli napiszesz własnego bloga, mogę go obejrzeć i zasubskrybować twoje posty. Nawet jeśli nie masz własnego bloga, subskrybowanie i udostępnianie blogów innych osób jest dobrym sposobem na zwiększenie widoczności. Pamiętaj, że komentarze są publiczne, więc wszystko, co powiesz, powinno odzwierciedlać Twoją osobistą markę. Spróbuj dodać wartość do rozmowy; nie dodawaj linku do swojego bloga lub strony internetowej. To jest początek udziału w społeczności blogerów.

4.4.2 Zarządzanie komentarzami na swoim blogu

Wspaniale jest zamieszczać komentarze na swoim blogu, ale co wtedy? Aby się ukryć, zawsze zatwierdzaj komentarze przed ich opublikowaniem na swoim blogu (ustawienie w narzędziu). Jeśli komentarz jest prawdziwy, powinieneś zatwierdzić komentarz i napisać odpowiedź (jako komentarz), dziękując osobie, która skomentowała i odpowiadając na zadane pytania. W razie potrzeby dołącz kolejne wezwanie do działania, aby zachęcić więcej komentarzy. Powinno to nastąpić w odpowiednim czasie - w tej samej godzinie byłoby idealnie! Aby się zakryć, dobrze jest teraz zastanowić się, w jaki sposób zamierzasz reagować na negatywne komentarze lub komentarze zniechęcające, tak abyś miał procedurę, jeśli i kiedy nadejdzie czas. Możesz znaleźć się w jednej z następujących sytuacji:

- Negatywny komentarz

O ile komentarz nie jest wysoce obraźliwy, powinieneś zatwierdzić komentarz tak, jakby go nie było, komentarz można umieścić w miejscach, nad którymi nie masz kontroli. Musisz reagować szybko, ale nie w gniewie. Każdy ma prawo do opinii i powinieneś wziąć na siebie to, co mówią ludzie, i podać swoje powody, dla których się zgadzasz / nie zgadzasz. Jeśli negatywny komentarz jest wynikiem tego, że ktoś jest po prostu przygnębiony, chociaż może to być trudne, najlepiej jest odpowiedzieć na komentarz bez emocji, podając swoją stronę historii. Możesz poprosić osoby, które znasz, że są Twoimi fanami o wsparcie. W niektórych okolicznościach lepiej jest zignorować komentarz i przyjąć "wyższy poziom". Jeśli komentarz jest rzeczywiście oszczerczy lub obelżywy, masz prawo do nie publikowania komentarza, szczególnie jeśli masz wyraźną politykę komentowania. Aby utworzyć politykę

komentarzy, możesz umieścić tekst na dole bloga, aby powiedzieć "Wszelkie komentarze, które są obraźliwe, szkalują lub mogą spowodować obrazę, zostaną usunięte."

- **Komentarz do spamu**

Komentarz do spamu jest komentarzem, który nie jest związany z twoim postem, ale jest pozostawiony przez kogoś, kto chce umieścić link do swojej strony z twojego bloga, aby przekonać wyszukiwarki, że ich URL jest popularny, ponieważ ma wiele linków wstecznych. Te komentarze spamowe mogą umniejszać wpis w blogu, mogą denerwować odwiedzających i mogą negatywnie wpłynąć na ranking Twojej wyszukiwarki. Jest to kolejny powód, dla którego powinieneś upewnić się, że twoje ustawienia komentarzy są ustawione tak, aby zatwierdzać komentarze przed ich wyświetleniem. Powinieneś usunąć wszelkie otrzymane komentarze na temat spamu. Komentarz spamowy może wydawać się pochlebny - sprawdź adres e-mail, z którego pochodzi i jeśli mam wątpliwości, oznaczę go jako spam.

4.5 Społeczności blogujące

Kiedy utworzysz swojego bloga, znajdziesz narzędzie, z którego korzystasz (Tumblr, Blogger, WordPress.com) zacznie sugerować blogi, na które możesz pójść, a zaczniesz być śledzony przez innych blogerów. Szukając, śledząc i komentując inne blogi, tworzysz sieć ludzi, z którymi dzielisz się swoją wiedzą lub pasją. Jeśli obserwujesz i udostępniasz swoje blogi, ty z kolei otrzymasz obserwację i udostępniysz ją. Z biegiem czasu rozwiniesz grupę ludzi, którzy regularnie czytają, udostępniają i komentują Twoje posty. Znam ludzi, którzy tworzą trwałe przyjaźnie i grupy wsparcia z ludźmi, których poznali poprzez komentarze na blogu.

4.6 Podsumowanie blogów

Jeśli chcesz być kreatywny, robić ciekawe zdjęcia lub pisać przyjemne i stosunkowo łatwe, blogowanie może być fantastycznym sposobem promowania swojej marki, budowania reputacji eksperta lub budowania społeczności nowych przyjaciół. Jeśli nie masz czasu, treści ani chęci napisania własnego bloga, możesz wyszukać i przeczytać interesujące, prowokujące lub zabawne blogi napisane przez innych. Możesz znaleźć nowe zainteresowanie, które możesz dodać do swojej osobistej marki.

5 Udostępnianie zdjęć

Wraz z pojawieniem się smartfonów i postępów w korzystaniu z Internetu, ludzie coraz częściej udostępniają zdjęcia znajomym i rodzinie. Udostępnianie zdjęć może być również wykorzystane jako sposób na stworzenie sieci i zilustrowanie Twojej marki. W zależności od tego, dlaczego chcesz udostępniać obrazy lub odkrywać obrazy, możesz użyć wielu narzędzi i ustawień.

5.1 Dlaczego warto udostępniać zdjęcia?

Twoje powody udostępniania zdjęć mogą być tak proste, jak udostępnianie osobistych zdjęć przyjaciołom i rodzinie. Możesz przesłać osobiste zdjęcia do prywatnego obszaru w serwisie Flickr lub Picasa i podać znajomym i rodzinie link do przeglądania zdjęć. Możesz także zdecydować się na udostępnianie zdjęć na Facebooku lub w Google+ (publicznie lub prywatnie) lub innych serwisów społecznościowych (publicznie). Ludzie udostępniają zdjęcia publicznie, pokazując miejsca, w których przebywali lub jedzenie, które jedli. Możesz wyrazić swoją osobistą markę, dzieląc się zdjęciami, do których możesz się odnosić, znaleźć śmieszne lub wyrazić swoje uczucia. Oglądanie obrazów i komentowanie, polubienie lub udostępnianie obrazów publikowanych przez marki lub inne osoby jest sposobem wyrażenia tego, co czujesz na temat marki lub osoby. Możesz chcieć udostępniać lub zapisywać obrazy lub produkty, do których aspirujesz lub które chcesz zapamiętać. Bądź jednak ostrożny; spędzanie czasu na oglądaniu zdjęć innych osób może prowadzić do zazdrości, a czasami

może być formą prześladowania! Pamiętaj też, że jeśli udostępniasz jedno ze zdjęć w Internecie, możesz nie mieć kontroli nad tym, gdzie kończy się to zdjęcie. W tej sekcji przyjrzymy się używaniu Pinterest, Instagram, Flickr i serwisów społecznościowych, aby dzielić się zdjęciami z innymi i znaleźć zdjęcia, które lubisz.

5.2 Pinterest

Pinterest rozpoczął w USA od koncepcji scrap bookingu. Kobiety (zwykle) na zawsze stworzyły fizyczne tablice nastrojów lub albumy ze zdjęciami, które podobają się tematami - ślubowi, specjalnej okazji itp. Korzystając z Pinteresta, można stworzyć wiele tablic o różnych tematach i obrazkach "Pin", które im się podobają. Internet i od własnego komputera po tablicę cyfrową. Obrazy przypięte mogą zawierać adresy URL lub komentarze. Chociaż tablice mogą być prywatne, większość tablic jest tworzona publicznie, a ludzie mogą przypinać obrazy, które widzą na tablicach innych osób, do swoich tablic - zwanych "repinning". Z osobistego punktu widzenia jest to świetny sposób na znalezienie obrazów, które lubią i są powiązane z Twoją osobistą marką. Powstały tablice o podróżach, zwierzętach, modzie, mediach społecznościowych i nie tylko. Pinterest to trzecia co do wielkości strona społecznościowa w USA5 (za Facebookiem i Twitterem), a Pinterest ma wyższą średnią wartość zamówienia dla ruchu polecającego6. Ludzie są gotowi wydawać pieniądze na produkty, które widzą na Pinterest.

5.2.1 Pierwsze kroki z Pinterestem

Najlepszym sposobem na wejście na Pinterest jest zarejestrowanie się na konto na stronie www.pinterest.com. Uzupełnij dane swojego profilu i znajdź tablice, które zostały już utworzone w obszarze tematycznym, który Cię interesuje. Aby znaleźć tablice, użyj pola wyszukiwania lub kliknij w lewym górnym rogu na Pinterest i wybierz kategorię. Gdy zobaczysz obraz, który uważasz za interesujący lub który Ci się podoba, kliknij go i kliknij Przypnij, aby dodać go do jednej z tablic. Kliknięcie na serce w prawym górnym rogu. Możesz również wysłać aktualizację statusu przez Facebooka lub Twittera, aby poinformować znajomych, że dodałeś nowy PIN. Po przypięciu obrazu z własnej witryny możesz dołączyć opis obrazu i adres URL, dzięki czemu użytkownicy będą mogli uzyskać więcej informacji lub kupić produkt na swojej stronie. Najlepszym sposobem korzystania z Pinteresta jest rozejrzeć się. Zobacz, jak marki takie jak Lakeland <http://pinterest.com/lakelanduk/> lub Sainsbury's <http://pinterest.com/sainsburys/> używają Pinterest. Pinterest to świetny sposób na zbieranie i zapisywanie zdjęć (własnych i innych) w celu oglądania lub przeglądania w późniejszym terminie. Jest dostępny na komputerach i urządzeniach mobilnych.

5.3 Instagram

Instagram to aplikacja dostępna na urządzeniach mobilnych z systemami iOS i Android, która umożliwia udostępnianie zdjęć zrobionych za pomocą aplikacji Instagram na portalach społecznościowych. Możesz także komentować, polubić i udostępniać zdjęcia zrobione przez innych. Działa bardzo dobrze z Facebookiem (kupiony przez Facebooka w 2012 roku), więc jest to dobry sposób na przesyłanie zdjęć bezpośrednio na Facebooka. Na Instagramie działa społeczność ludzi i możesz śledzić ludzi (znanych i nieznanymi) z poziomu Instagrama.

5.3.1 Korzystanie z Instagrama

Aplikacja Instagram umożliwiła zrobienie zdjęcia, wprowadzenie zmian lub filtrów oraz przesłanie zdjęć do witryny Instagram (i innych serwisów społecznościowych). Aby użyć Instagram:

1. Pobierz aplikację i zarejestruj się. Jeśli chcesz, możesz utworzyć prywatne konto, co oznacza, że tylko zatwierdzeni przez Ciebie użytkownicy mogą śledzić Cię i wyświetlać Twój profil.

2. Uzupełnij swój profil o te najważniejsze informacje o zdjęciu i biografii.

3. Możesz zdecydować o otrzymaniu powiadomienia:

a) Gdy użytkownik lubi lub komentuje jedno ze swoich zdjęć.

b) Kiedy użytkownik wspomina o Tobie w komentarzu.

c) Kiedy Twoje zdjęcie zostanie opublikowane na stronie Popularne.

4. Jeśli chcesz, połącz się z innymi sieciami społecznościowymi.

7. Gdy jesteś zadowolony ze swojego zdjęcia, kliknij Dalej. Dodaj odpowiedni podpis, osoby lub lokalizację i kliknij, aby udostępnić wybrane sieci społecznościowe

8. Znajdź osoby do obserwowania, wybierając opcję Przeglądaj na karcie swojego profilu,

Możesz wyszukiwać znajomych, którzy połączyli swoje konta na Facebooku i Twitterze z Instagramem lub wyszukując według nazwy / słowa kluczowego, lub podłącz swoją mobilną listę kontaktów. Instagram zasugeruje również osoby, które chcesz obserwować w oparciu o ich popularność i znajomych.

9. Gdy obejrzyś użytkowników, ich zdjęcia pojawią się w Twoim kanale. Dodawaj lub komentuj, aby udostępniać swoje zdjęcia swoim obserwatorom z Instagramu. Możesz również Tweetować zdjęcia, aby udostępnić je swoim obserwatorom na Twitterze lub skopiować adres URL, aby udostępnić je w innych sieciach społecznościowych. Instagram to świetny sposób robienia zdjęć, edytowania i udostępniania ich od razu na różnych serwisach społecznościowych.

Serwisy Sieciowe.

5.4 Flickr

Flickr, własność Yahoo, pozwala na przechowywanie i udostępnianie zdjęć. W przeciwieństwie do Instagrama, gdzie Twoje zdjęcia będą widoczne dla osób obserwujących Ciebie, a następnie zapomnianych, Flickr pozwala Ci przechowywać, zarządzać i udostępniać swoje zdjęcia wiele razy. Istnieją wersje Flickr na iOS i Androida, a także wersja na komputery. Ty może korzystać z serwisu Flickr na dwa sposoby - za darmo do wyszukiwania i z kontem.

5.4.1 Bezpłatne wyszukiwanie

Flickr może być używany jako bezpłatny do przeszukiwania publicznej strony internetowej, dostępnej dla każdego, kto ma połączenie z Internetem. Jest to dobry sposób na znalezienie zdjęć wolnych od praw autorskich do wykorzystania na blogach, albo w sekcji Commons serwisu Flickr, albo w poszukiwaniu obrazów, które zostały objęte licencją Creative Commons. Jeśli znajdziesz obraz, który chcesz użyć na licencji Creative Commons, koniecznie sprawdź warunki licencji, która powie ci, jak możesz użyć obrazu i czy musisz przypisać obraz autorowi.

5.4.2 Zarejestruj konto

Każdy, kto chce przesłać, zapisać lub udostępnić swoje zdjęcia, może zarejestrować konto w serwisie Flickr. Po zarejestrowaniu konta Flickr otrzymasz 1 terabajt pamięci (co odpowiada ponad 500 000 zdjęć). Możesz wybrać uaktualnienie do konta bez reklam za 49,99 USD rocznie lub podwoić miejsce do 2 terabajtów za 499,99 USD rocznie.

Zarejestruj się w serwisie Flickr

Utwórz konto Flickr i wybierz nazwę użytkownika. Możesz utworzyć zdjęcie na okładkę swojego profilu, klikając zdjęcie na okładce u góry profilu. Kliknij mały obraz profilu (lub ikonę znajomego) po lewej stronie, aby wybrać inny obraz profilu. Kliknij na obraz profilu w prawym górnym rogu okna Flickr i wybierz Ustawienia, aby dodać bio, zmienić swoją nazwę użytkownika i ustawić swoje ustawienia prywatności. Powinieneś sprawdzić Prywatność i uprawnienia, aby zobaczyć, kto może uzyskać dostęp do oryginalnego rozmiaru obrazu i czy chcesz, aby Twoje zdjęcia i profil były wyświetlane w publicznych wyszukiwaniach. Udostępnianie i rozszerzanie pozwala łączyć i automatycznie udostępniać zdjęcia do innych serwisów społecznościowych.

Przesyłanie zdjęć

Aby przesłać zdjęcia, użyj linku Przesyłanie na górnym pasku nawigacyjnym lub użyj funkcji przesyłania w aplikacji Flickr. Możesz przesłać zdjęcia o rozmiarze do 200 MB i filmy o wielkości do 1 GB. Przesyłając zdjęcie, dodaj podpis, tagi, aby umożliwić ludziom znalezienie Twojego zdjęcia oraz nazwiska osób, które są na tym zdjęciu (upewniając się, że masz ich zgodę). Możesz także zdecydować, czy zdjęcie ma być widoczne dla wszystkich oraz czy dozwolone są komentarze na zdjęciu. Gdy prześlesz zdjęcie, zostaniesz poproszony o ustawienie filtrów:

- Poziom bezpieczeństwa - bezpieczny, umiarkowany lub ograniczony.
- Rodzaj treści - zdjęcia / filmy, ilustracja / sztuka / animacja, zrzuty ekranu / screencasty.

Twoje zdjęcia nie zostaną usunięte przez Flickr, chyba że naruszasz ich zasady (np. Prześlij zdjęcia, których nie jesteś właścicielem, zapomnij ustawić odpowiedni filtr zawartości lub prześlij nielegalne treści).

Budowanie sieci

Podczas odkrywania Flickr i znajdowania zdjęć, które Ci się podobają, możesz zaprosić ludzi do kontaktów lub dodać osoby z Twojej książki adresowej lub znajomych z Facebooka do kontaktów Flickr. Możesz także dołączać do grup i udostępniać zdjęcia grupom. Flickr działa dobrze jako przestrzeń do przechowywania zdjęć, które zrobiłaś i chce się dzielić z innymi lub jako miejsce, w którym możesz znaleźć ciekawe zdjęcia i nawiązać kontakt z nowymi ludźmi. Może to być sposób na znalezienie zdjęć, których możesz użyć w prezentacjach, blogach itp., Ale uważaj, aby najpierw sprawdzić licencję praw autorskich.

5.5 Korzystanie z sieci społecznościowych do udostępniania zdjęć

Facebook, Twitter, Google+ i LinkedIn umożliwiają udostępnianie obrazu jako aktualizacji statusu. Twitter zawiera link do zdjęcia, podczas gdy zdjęcie jest zawarte bezpośrednio w aktualizacji na innych stronach. Google+ oferuje dodatkowe funkcje do ulepszania zdjęć. Narzędzia te można wykorzystać do osobistych korzyści, aby udostępniać, komentować i komentować zdjęcia, aby pokazać swoją markę i zwiększyć sieć połączeń. Zachowaj ostrożność podczas ustawiania ustawień zabezpieczeń na udostępnionych zdjęciach. Gdy udostępniasz zdjęcia swoim kontaktom, rozważ wpływ, jeśli zdjęcie ma być udostępnione innym osobom i stać się wirusowe. Znam kogoś, kto podzielił się osobistym zdjęciem na Facebooku, które było lubiane i udostępniane przez tysiące ludzi. Otrzymała również wiele zaproszeń od ludzi z całego świata. Zdjęcie było dość niewinne, ale mogło spowodować problemy dla niej lub osób na zdjęciu.

5.6 Podsumowanie udostępniania obrazu

Wraz z pojawieniem się telefonów z aparatem i wynikającym z tego zainteresowaniem fotografią, istnieje wiele sposobów na udostępnianie zdjęć zrobionych znajomym i rodzinie. Możesz również

otoczyć swój profil obrazami, aby pokazać swoją markę, zainteresowania i wartości. Użyj dostępnych narzędzi, aby promować siebie w najlepszym możliwym świetle

6 Wideo

Wraz ze wzrostem popularności udostępniania obrazów w związku z pojawieniem się smartfonów, przechwytywanie i oglądanie filmów przeżyło podobne ożywienie. Ludzie uwielbiają oglądać filmy wszelkiego rodzaju i będą oglądać wideo na różnych urządzeniach. YouTube to druga największa wyszukiwarka, a co sześćdziesiąt sekund ponad sto godzin wideo jest dodawane. Jako osoba prywatna możesz wyświetlać filmy, by bawić, kształcić i informować, a także nagrywać filmy wideo, aby udostępniać je innym. Podobnie jak w przypadku wszystkich omawianych przez nas narzędzi, upewnij się, że nagrywany film odzwierciedla Twoją markę i nie zaszkodzi Twojej marce, jeśli zostanie wykryty przez osoby, które chcesz zaimponować.

6.1 YouTube lub Vimeo

Podczas wyszukiwania i hostingu wideo należy wziąć pod uwagę dwie główne strony: popularną witrynę YouTube i Vimeo. YouTube to strona, z której korzysta większość osób. Każdego miesiąca ponad miliard osób korzysta z YouTube, szukając informacji, rozrywki i edukacji. Dla porównania Vimeo ma około siedemdziesięciu milionów miesięcznych unikalnych odwiedzających. Ludzie, którzy używają Vimeo, zwykle będą zainteresowani filmowaniem i kreatywnością. Filmy będą prawdopodobnie lepszej jakości, a komentarze będą bardziej konstruktywne w stosunku do filmu niż w YouTube. Pamiętaj, że YouTube działa znacznie lepiej pod względem wyszukiwania (jest własnością firmy Google) i może przesyłać filmy w czasie krótszym niż 15 minut, podczas gdy Vimeo ma wolną opcję, może dość szybko uzyskać restrikcję, co zmusza do uaktualnienia płatna opcja.

6.2 Korzystanie z YouTube

YouTube może być używany bez konta do oglądania filmów, ale musisz utworzyć konto, aby przysyłać filmy i wchodzić w interakcje z innymi. Jak zwykle powinieneś zarejestrować się w serwisie YouTube i stworzyć swój ważny profil. Uwaga: adres e-mail w YouTube automatycznie utworzy profil Google+, więc dobrym pomysłem jest użycie tego samego adresu e-mail dla obu. Jeden adres e-mail na YouTube może być powiązany z wieloma kanałami wideo. Możesz tworzyć różne kanały dla różnych obszarów zainteresowań lub wiedzy. Po utworzeniu profilu YouTube możesz zasubskrybować interesujące Cię kanały, które będą otrzymywać powiadomienia, gdy kanał prześle nowy film. Do poszczególnych filmów możesz też dodawać polubienia, niechęci lub komentarze. Podobnie inni mogą polubić, nie lubić komentarzy do przesłanych filmów. Gdy przesyłasz film do YouTube, dodaj tagi i opis, aby pomóc innym w znalezieniu filmu. Filmy można ustawić na:

- Prywatne - widoczne tylko dla wybranych osób.
- Niepubliczny - nie wyświetla się na YouTube i jest dostępny tylko dla osób, które mają link.
- Publiczny - widoczny dla każdego.

6.3 Korzystanie z Vimeo

Darmowa wersja Vimeo pozwala przesłać 500 MB wideo każdego tygodnia. Wideo nie może być przeznaczone do użytku komercyjnego. Możesz użyć Vimeo, aby wyszukać filmy, które zostały utworzone w wielu kategoriach, klikając Watch. W prawym górnym rogu znajduje się pole wyszukiwania. Filmy są zwykle lepszej jakości, większe i bardziej twórcze niż te znalezione w serwisie YouTube. Możesz śledzić profil, aby zobaczyć nowe filmy, które przesyłają. Możesz także polubić, komentować i udostępniać filmy. Aby przesłać wideo na Vimeo, zarejestruj się, aby utworzyć konto na

Vimeo, wypełnij profil, aby poinformować innych o tym, kim jesteś i ustawić swoje ustawienia prywatności. Kliknij przycisk Prześlij, aby przesłać wideo i dodać Tytuł, Opis i Tagi, aby ułatwić znalezienie Twojego wideo. Będziesz musiał poczekać na przetworzenie wideo. Może to trwać nawet 45 minut. Jeśli nie chcesz czekać, musisz przejść na płatne konto.

6.4 Vine

Innym sposobem tworzenia i udostępniania filmu jest użycie Vine. Vine pozwala na zrobienie 6-sekundowego wideo w ciągłej pętli i udostępnianie go na Twitterze lub Facebooku. Niektóre firmy wykorzystują Vine do zrobienia krótkiego filmu promocyjnego, ale możesz użyć go do zademonstrowania swojej marki poprzez szybkie, spontaniczne, pełne humoru wideo lub zaplanowanie wideo, aby pokazać, na czym stoisz i kim jesteś. Możesz wziąć wideo z portfolio, na przykład (produkty, projekty, rysunki itp.). Pamiętaj, że filmy Vine są "na czasie" i szybko zostają zapomniane. Możliwe jest przekierowanie na video winorośli i przejście na "wirusowe", ale nadal będzie trwało całe życie, o ile jest oglądane na portalach społecznościowych. Aby pobrać wideo Vine, pobierz aplikację Vine na urządzenie mobilne. 6-sekundowe wideo można wykonać w krótkich odcinkach, które są automatycznie łączone razem przez Vine w 6-sekundowe ujęcie.

6.5 Korzystanie z Instagrama do oglądania i udostępniania filmów

Instagram wprowadził 15-sekundowy obiekt wideo (nie w pętli), który można udostępniać na Facebooku, Twitterze, Instagramie, Flickrze, e-mailu, Tumblrze i innych stronach. Można go użyć w podobny sposób do Vine - ale masz więcej czasu, aby uczynić go bardziej interesującym.

6.6 Podsumowanie wideo

Zużycie wideo rośnie wykładniczo. Istnieje pokoleniowa zmiana w oglądaniu, a nie w czytaniu informacji. Przesyłanie filmów to fantastyczny sposób na ulepszenie osobistej marki, ale należy zachować ostrożność, ponieważ może to zaszkodzić marce, jeśli film nie jest odpowiedni. Subskrybowanie kanałów wideo, udostępnianie i komentowanie oglądanych filmów może być świetnym sposobem na zdobycie osobistej marki przed innymi.

7 Wiadomości błyskawiczne

Wiadomości błyskawiczne to fantastyczny sposób komunikacji z przyjaciółmi i rodziną na całym świecie w czasie rzeczywistym i za darmo. Istnieje szereg narzędzi, które możesz chcieć zbadać, aby to zrobić.

7.1 Skype

Skype umożliwia bezpłatne rozmowy wideo z innymi użytkownikami Skype'a na urządzeniu mobilnym lub komputerze stacjonarnym. Skype na ogół działa dobrze w przypadku połączeń wideo i głosowych, ale wystąpiły pewne problemy ze zgodnością między urządzeniami. Jakość połączenia będzie zależeć od jakości / szybkości połączenia szerokopasmowego, z którego korzysta każdy uczestnik. Użytkownicy Skype spędzają ponad 2 miliardy minut dziennie. Aby korzystać ze Skype, musisz pobrać aplikację na komputer lub urządzenie przenośne i zarejestrować się w celu uzyskania nazwy Skype. Musisz dodać odpowiednie zdjęcie i zaprosić innych, aby się z Tobą skontaktowali. Najłatwiej jest znaleźć nazwę Skype osoby, z którą chcesz się połączyć. Po zaakceptowaniu zaproszenia możesz SMS-a, zadzwonić lub nawiązać połączenie wideo. Upewnij się, że znasz osobę, która prosi Cię o połączenie. Nie jest niczym niezwykłym otrzymywanie zaproszeń od osób, których nie znasz. Jeśli się połączysz, możesz odbierać od nich uciążliwe połączenia. Inne funkcje dostępne w Skype obejmują wiadomości grupowe lub połączenia telefoniczne, udostępnianie ekranu i wymianę plików. Nie wszystkie funkcje są dostępne we wszystkich wersjach Skype, co może powodować problemy. Firmy rekrutacyjne i

potencjalni pracodawcy mogą chcieć przeprowadzić wstępne wywiady za pomocą Skype więc polecam zapoznać się z nim. Pamiętaj, że Skype może być używany do połączeń wideo, a także tylko głosowych, więc upewnij się, że przynajmniej Twoja górna połowa odzwierciedla wizerunek Twojej marki!

7.2 Snapchat

Aplikację Snapchat można pobrać jako aplikację na urządzenia z systemem iOS lub Android. Snapchat umożliwia wysyłanie zdjęć i wiadomości do znajomych za pomocą timera od 1 do 10 sekund. Po wysłaniu zdjęcia lub wiadomości, odbiorca ma czas ustawiony przez czasomierz, aby spojrzeć na zdjęcie lub wiadomość, zanim dokona "autodestrukcji". Przyjaciele mogą następnie zrobić własne zdjęcie, aby odpowiedzieć lub wysłać wiadomość. Użytkownicy wysyłają 350 milionów zdjęć dziennie na Snapchacie. Snapchat działa dobrze, gdy wszystkie strony mają dostęp do swoich telefonów i mogą szybko reagować na wiadomości. Należy pamiętać, że zdjęcie lub wiadomość została usunięta przez Snapchat po kilku sekundach, ale nie uniemożliwia odbiorcy zrobienia zrzutu ekranu zdjęcia, gdy jest na ekranie. Jeśli tak się stanie, nadawca jest powiadamiany, ale może to nie przeszkadzać w udostępnianiu zdjęcia w innym formacie.

7.3 WhatsApp

WhatsApp to sposób przesyłania wiadomości przez Internet. Użytkownicy mogą wysłać i wysłać zdjęcia, wideo i audio bez konieczności płacenia za opłaty za SMS-y. Jest dostępny na urządzenia z systemem iOS, Blackberry, Android i Windows. W sierpniu 2013 roku WhatsApp miał ponad 300 milionów aktywnych użytkowników i udostępnił 325 milionów zdjęć w dzień. WhatsApp umożliwia przesyłanie wiadomości grupowych; możesz także zablokować kontakty i używać notatek takich jak "moja bateria wkrótce umrze" lub "Jestem zajęty". Nie ma reklam na WhatsApp, ale po pierwszym roku opłata abonamentowa wynosi 0,99 USD rocznie.

7.4 Wiadomości z sieci społecznościowych

Niektóre z narzędzi społecznościowych oferują możliwość korzystania z komunikatorów.

7.4.1 Facebook

Czat na Facebooku pozwala natychmiast wysłać wiadomość do każdego znajomego, który jest online. Po prawej stronie strony na Facebooku przycisk Czat pokaże, którzy znajomi będą mogli czatować (oznaczone zieloną kropką). Wybór znajomego i wpisanie wiadomości rozpocznie rozmowę. Znajomi korzystający z Facebooka na swoich urządzeniach mobilnych otrzymają wiadomości po zalogowaniu się na Facebooku. Alternatywnie istnieje mobilna aplikacja Messenger, która pozwala wysłać wiadomości do znajomych na Facebooku. Komunikat pojawi się na górze każdej innej uruchomionej aplikacji.

7.4.2 Google+

Możesz rozpocząć Hangout w Google+ ze znajomymi, którym może być wiadomość błyskawiczna lub rozmowa wideo. Możesz dołączyć do hangouta lub wiadomości błyskawicznej z grupą do 10 osób. Kliknij przycisk Hangouts, aby wyświetlić listę znajomych. Znajomi dostępni na hangoucie są oznaczeni zielonym dymkiem. Google+ Hangouts działa bardzo dobrze, gdy dołączysz do spotkania. Zapraszanie osób nieznanym w Google+ lub znalezienie odpowiedniego hangouta może być trudne. Jeśli chcesz użyć obiektu wideo w hangoucie, upewnij się, że jesteś prawidłowo przedstawiony.

7.5 Podsumowanie wiadomości błyskawicznych

Korzystanie z różnych narzędzi do obsługi wiadomości błyskawicznych zapewnia komunikację z każdym znajomym lub połączeniem biznesowym, niezależnie od tego, na jakim urządzeniu się znajdują i jakich narzędzi używają. Ważne jest, aby akceptować tylko komunikatory internetowe od osób, które znasz. Są to prywatne "pokoje" i mogą z łatwością być wykorzystywane przez ludzi do zastraszania, uwodzenia, nadużywania lub wniosków, które sprawiają, że czujesz się niekomfortowo. Jeśli tak się stanie, polecam natychmiast zakończyć rozmowę i natychmiast zablokować lub nie zaprzyjaźnić się z osobą.

8 Na zakończenie

Szeroka gama dostępnych narzędzi mediów społecznościowych oferuje niesamowity sposób nawiązywania kontaktu z ludźmi za pomocą tekstu, obrazu, wideo i głosu. Możliwości są nieskończone i ekscytujące. Nigdy wcześniej nie można było zaprzyjaźnić się z ludźmi na całym świecie i wymieniać z nimi pomysłów. Technologia umożliwia znajdowanie społeczności osób o wspólnych zainteresowaniach, uczących się z innych kultur i opinii, rozpoczynających ruchy polityczne lub wolnościowe i inne. Jednak może to być niebezpieczna technologia. Wiele osób ujawniło zbyt wiele o sobie lub zareagowało w pośpiechu. Ważne jest, aby zawsze pamiętać o publicznym charakterze mediów społecznościowych. Pod koniec dnia to Twoja decyzja, co udostępniasz w mediach społecznościowych. Nikt nie zmusza cię do dzielenia się swoimi najgłębszymi sekretami! Istnieją sposoby udzielania odpowiedzi lub mówienia prywatnie - ale w rzeczywistości istnieją lepsze technologie, które można w tym celu wykorzystać. Na przykład, możliwe jest wysłanie bezpośredniej wiadomości na Twitterze za pomocą DM przed tweet, ale w rzeczywistości, jeśli jest to bardzo prywatna wiadomość, dlaczego nie używać tekstu, zamiast ryzykować brakujące "DM" lub literówkę "DM" niepoprawnie, aby wiadomość została wysłana publicznie? Jeśli rozumiesz swoją markę i dlaczego używasz gamy dostępnych narzędzi mediów społecznościowych, mniej prawdopodobne jest, że wpadniesz w pułapkę popełnienia błędu lub ujawnienia zbyt dużej ilości informacji. Zasadniczo "najpierw pomyśl".