

在社群網站吸引注意的五大非做不可訣竅



澳洲一個扶輪社在世界最大餐會活動中烤香腸

照片來源：Susanne Rea

蘇珊·利亞 Susanne Rea 看到社群網站如何協助推動一項根除小兒麻痺募款活動，心想她可以運用同樣的工具來鼓勵全球各地的扶輪社舉辦類似的募款餐會。到目前為止，扶輪社及地區已經透過 600 多場晚餐活動，為扶輪的根除小兒麻痺運動募集超過 100 萬美元。

身為澳洲昆士蘭省凱恩斯日出 (Cairns Sunrise) 扶輪社社員的利亞說：「在我們註冊的高峰期間，它幾乎成為 24 小時不間斷的任務。社群網站真的給予我們的計畫莫大的推進力。」

1 月初，利亞請教她的朋友，英格蘭大倫敦區豪恩斯洛 (Hounslow) 扶輪社社員暨 1140 地區前總監穆凱許·梅霍特拉 Mukesh Malhotra，關於她想鼓勵扶輪社舉辦餐會來慶祝 2 月 23 日扶輪週年，並將所得捐助根除小兒麻痺運動的想法。兩個扶輪社同意辦理一項聯合計畫，名稱為「世界最大餐會」(World's Greatest Meal)。開設臉書專頁，接著建立網站，也拍攝 YouTube 影片。結果，數百個扶輪社也分別透過臉書網頁來宣傳他們自己的餐會活動。

利亞為她的活動所做的，你也可以仿效；一切只需要一點社群網站的知識。我們請教過幾位扶輪社員有關正確的專業知識，得到以下這份「非做不可」的清單：

1. 在臉書建立專頁宣傳你的活動。

如果你還沒在用臉書，就找貴社某個人擔任網頁管理者，並遵循臉書的簡易步驟來執行。

當建立活動網頁時，在邀請朋友前先增加一些訊息。文字要簡短扼要，要記得社群網站的主要目的是娛樂。避免扶輪術語和縮寫。你可以假定這個網頁的溝通對象是一位對扶輪一無所知的朋友。

你也可以從扶輪網站的品牌中心 Brandcenter (須先登入 My Rotary) 下載扶輪的視覺標誌。

2. 使用顯示人們正在做事的生動照片。

人們開心活動的照片會產生你想要傳達的興奮感，遠勝過捐贈支票的照片或團體照。靠近一點拍出動人照片。5 張照片為臉書貼文或照片集提供一個好的開始。你可以標記照片中的人物，這樣照片就會出現在他們的動態消息裡，但是須適度為之，不要使用過頭。

3. 利用推特並經常做主題標籤

管理芝加哥郊區 6440 地區社群網站活動的扶輪社員里奇·雷利 Rich Lalley 解釋為何推特 (Twitter) 很重要。

他說：「全球的每個記者都會用推特；對它上癮，經常用它來獲得報導靈感。你為何會不想用？」

主題標籤 (hashtag) 是推特、Instagram、Google+、Pinterest、臉書、及其它社群媒體平台上為社群媒體貼文分類的方式。在一個字前面加上 # 便可製作主題標籤。

每則貼文都使用一、二個主題標籤可讓有同樣興趣的人看見你的貼文。舉例來說，扶輪使用 #ricon15 來強化我們的訊息，增加對 2015 年聖保羅國際扶輪年會的興趣。而 #endpolio 及 #WorldPolioDay 這兩個標籤則增

加對根除小兒麻痺工作及扶輪在 10 月 24 日世界小兒麻痺日的扶輪現場串流活動的關注。

更多使用主題標籤的想法請參見 <http://www.wix.com/blog/2013/10/what-are-hashtags-and-how-to-use-them-on-social-media/>。

4. 讓所有社員參與社群媒體。

社群網媒體是一項公關工具，因為按讚、分享、及留言都會讓原來的訊息傳播出去，超越發文者的社交網絡，進入朋友的朋友的網絡。這就很像在池塘打水漂：每次跳躍都會產生新的漣漪。每名社員都要為分享貼文出一份力。

5. 花點錢做臉書廣告。

臉書這些年來做了一些變革，限制會自動看見你貼文的人數。雷利解釋說，以前貼文會被你網絡中 60% 到 80% 的人看到。他說：「現在，如果你的網絡有 8% 的人看到你的貼文就算幸運的了。」

雷利說，好消息是只要花 25 美元到 50 美元就能夠大幅提升你的曝光率。比方說，如果貴社在籌劃一場 5 公里賽跑，那麼你可以刊登一則廣告鎖定住在離你社區一定距離內的人及本身常跑步的人，這就會多接觸到幾千人。

一旦你設定了臉書的帳號資訊，要建立廣告只需要點選會出現在許多貼文的「推廣貼文」(Boost Post) 選項。

雷利指出：「如果你想要大家看見你的貼文，或者你想要鎖定對你活動有興趣的人，臉書廣告是獲得成果的實惠方式。」

在社群網站看看扶輪

閱讀「扶輪構想」(Rotary Ideas) 如何改變群眾外包 (crowdsourcing) 的風貌

撰文：Arnold R. Grahl

譯自扶輪消息 Rotary News