Social website ပေါ်က တစ်ဆင့် brand တစ်ခုတည်ဆောက်ခြင်း

Facebook ၊ Twitter အပါအဝင် social site တော်တော်များများဟာ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေကို စားသုံးသူတွေ၊ စီးပွားရေး လက်တွဲဖော်တွေ၊ စက်ရုံတွေ၊ ဈေးကွက်တွေ စတာတွေနဲ့ ချိတ်ဆက်ပေးနိုင်တဲ့အတွက် အရေးပါတဲ့ အခန်းကဏ္ဍကို ကူးပြောင်းရောက်ရှိလာပါတယ်။

ကုမ္ပဏီအသစ်တစ်ခု တည်ထောင်သည်ဖြစ်စေ၊ ရှိပြီးသား brand တစ်ခုကို ဈေးကွက်ချဲ့ထွင်သည်ဖြစ်စေ၊ social website ရဲ့ အကူအညီကို ရယူသင့်ကြောင်း အကြံပြုပါရစေ။ အခုတင်ဆက်မယ့် အကြောင်းအရာက social media တွေရဲ့ အင်အားနဲ့ ဈေးကွက်ထဲမှာ နေရာယူနိုင်ဖို့ အကြံပြုချက်တွေ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနေ့ခေတ်မှာ web အကူအညီမယူဘဲ ကုမ္ပဏီတစ်ခုကို စဖို့ဆိုတာ တော်တော်ခက်ခဲပါတယ်။ အနည်းဆုံးတော့ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီအမည်နဲ့ domain name တစ်ခု (ဥပမာ *www.yourcompany.com*) အပါအဝင် webpage အနည်းငယ်နဲ့ ကိုယ့် business အကြောင်း ရှင်းပြထားတဲ့ website

တစ်ခုတော့ ရှိသင့်ပါတယ်။ Twitter ၊ Facebook ၊ YouTube စတဲ့ social website တွေကနေတစ်ဆင့် စိတ်ဝင်စားသူတွေကို ဆွဲဆောင်မယ့် နည်းလမ်းတွေ သုံးလိုက်မယ်ဆိုရင်တော့ ကိုယ့်စီးပွားရေးဟာ ဒီရေအလား တိုးပွားအောင်မြင်လာမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

သတင်းပေးခြင်း

ကိုယ်ဟာ ပိုက်ပြင်သမားပဲဖြစ်ဖြစ် ၊ စားသောက်ဆိုင် ပိုင်ရှင်ပဲဖြစ်ဖြစ် ၊ အလှပြင်ဆိုင် ပိုင်ရှင်ပဲဖြစ်ဖြစ် ၊ ဆောက်လုပ်ရေး ကန်ထရိုက်တာပဲဖြစ်ဖြစ် ဘယ်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို လုပ်နေတာပဲဖြစ်ပါစေ ဒီလုပ်ငန်းကနေတစ်ဆင့် ဘယ်လိုလုပ်ပြီး တိုးတက်အောင်မြင်အောင် ကြိုးစားရမယ်ဆိုတာ သိပြီး ဖြစ်နေပါလိမ့်မယ်။ Social website အပေါ်မှာ အောင်မြင်ဖို့ဆိုတာ ကိုယ်သိပြီးသား အသိတွေကို အခြေခံပြီး ကိုယ့်စားသုံးသူဖြစ်နိုင်ချေရှိတဲ့ သူတွေဆီကို ပေးချင်တဲ့ သတင်းရောက်ရှိစေဖို့ ဖြစ်ပါတယ်။

ကိုယ့်ကုမ္ပဏီအကြောင်းကို လူတွေကို ပြောလိုက်တာနဲ့ ပိုက်ဆံတွေလာပေးကြမယ်လို့ ဘယ်တော့မှ တွက် မထားပါနဲ့။ ဖြစ်လည်း မဖြစ်နိုင်ပါဘူး။ ဒီလိုတွေးနေမယ့်အစား ကိုယ့်ရဲ့ brand နဲ့ ပတ်သက်လို့ ဘယ်လိုအရည်အချင်းတွေ၊ အတွေ့အကြုံတွေ ရင်းနှီးထားတယ်ဆိုတာတွေရယ်၊ စားသုံးသူတွေကို ဘယ်လို ဝန်ဆောင်မှု ပေးထားတယ်ဆိုတာတွေ အပေါ်မှာ အားစိုက်ထုတ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီ အားသာချက်တွေကိုလည်း social website တွေ အပေါ်မှာ လိုရင်းနဲ့ မှန်မှန်ကန်ကန် ရေးထားသင့်ပါတယ်။ ဒါဆိုရင် ကိုယ့်အနောက်မှာ အောင်မြင်မှုဆိုတာ ကပ်ပါလာပါလိမ့်မယ်။

တကယ်လို့ ကိုယ်က လုပ်ငန်းတစ်ခုလုံးကို တစ်ယောက်တည်း run နေသူဆိုရင်လည်း ကိုယ့်ရဲ့တန်ဖိုးရှိတဲ့ အတွေ့အကြုံတွေကို web ကနေတစ်ဆင့် share လုပ်သင့်ပါတယ်။ ဂုဏ်ယူဝင့်ကြွားစွာနဲ့ share လုပ်ပါ။ လူတွေက ကိုယ့်နောက်လိုက်လာပါလိမ့်မယ်။ ဒီလိုနဲ့ လူသိသွားပြီဆိုရင် လူတွေရဲ့စိတ်ထဲမှာ ကိုယ့်နာမည်က ရင်းနှီးပြီးသားဖြစ်သွားမှာပါ။

အရေးပါဆဲ blog များ

လေ့လာမှုတော်တော်များများအရ blog တွေရဲ့ အခန်းကဏ္ဍပြီးဆုံးသွားပြီလို့လည်း ဆိုကြပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ ဆွေးနွေးစရာအချက်အလက်တွေကို ပြည့်ပြည့်စုံစုံ ဆွေးနွေးနိုင်အောင် စီစဉ်ထားတာတွေက Facebook ၊ Twitter တွေမှာ မရနိုင်တဲ့ site visitor တွေကို ရနေဆဲဖြစ်ပါတယ်။ ပြည့်ပြည့်စုံစုံ တင်ဆက်ထားတဲ့ blog တစ်ခုဟာ ရေပိုက်ပြင်တဲ့အကြောင်းကို ရေးထားတာဖြစ်နေရင်တောင်မှ google serach result မှာ မြင်နေရရင် ပြိုင်ဘက် blog တွေထက် သာလွန်နေမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ကိုယ်မျှော်လင့်မထားတဲ့ အကျိုးအမြတ်တွေကိုလည်း ခံစားရမှာဖြစ်ပါတယ်။ Blog တစ်ခုကို စတင်ဖို့ဆိုတာ အင်မတန် လွယ်ပါတယ်။ Professional developer တစ်ယောက်ဖြစ်နေဖို့ မလိုအပ်ပါဘူး။ Blog ကောင်းတစ်ခု ဖြစ်လာဖို့ဆိုရင်

တော့ ကိုယ်က အနည်းငယ် ပိုပြီး အားစိုက်ထုတ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

Web hosting ကုမ္ပဏီတော်တော်များများက ကိုယ့်ရဲ့ blog အတွက် လိုအပ်မယ့် control panel interface တွေကို လွယ်ကူရှင်းလင်းအောင် လုပ်ပေးထားတာကို တွေ့ရပါတယ်။ Blog နဲ့ ပတ်သက်လို့ Drupal ၊ WordPress စတာတွေ ရှိပါတယ်။ WordPress ကိုတော့ သဘောကျမိပါတယ်။အကြောင်းရင်းကတော့ ကိုယ့်ရဲ့ site ကို လှလှပပဖြစ်စေဖို့ design themes တွေနဲ့ plug-in တွေကို ထည့်သွင်းပေးထားတာကြောင့် ဖြစ်ပါတယ်။

ကိုယ့်ရဲ့ site ဟာ ရိုးရှင်းတဲ့ static site တစ်ခုဖြစ်ပြီး၊ ဓာတ်ပုံ နှစ်ပုံ၊ သုံးပုံလောက်နဲ့ service တွေအကြောင်း အနည်းအကျဉ်း ရှင်းပြထားတာလောက်ပဲ ရှိမယ်ဆိုရင်တော့ အားလုံးကို front page မှာပဲထားဖို့ အကြံပြုပါတယ်။ Two-column layout ကို webpage အားလုံးမှာ အသုံးပြုထားမယ်ဆိုရင် အရေးကြီးတဲ့ ဘယ် information ကိုမှ ချန်ထားစရာ မလိုတော့ပါဘူး။ တကယ်လို့ ကိုယ့် site ဟာ ဒီထက်ပိုပြီး ရှုပ်ထွေးတယ်ဆိုရင်တော့ information တွေကို site မှာတင်ပြီး၊ blog ကိုတော့ သီးသန့်သဘောနဲ့ web directory မှာ blog ဆိုပြီး install လုပ် သုံးစွဲသင့်ကြောင်း အကြံပြုပါရစေ။ ပြီးတော့မှ information site ကနေ အဲဒီ blog ကို link လှမ်းပေးလိုက်ရင် လုံလောက်ပါတယ်။

Blog ကို online တင်ပြီး သွားပြီဆိုရင်တော့ Twitter ၊ Facebook ၊ YouTube ၊ Flickr နဲ့ ဘယ် social site ကိုမဆို ချိတ်ဆက်နိုင်ဖို့ plug-in တွေ၊ widget တွေ ရှိပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ တကယ်တမ်းတော့ blog မှာ အရေးကြီးဆုံးက တင်ဆက်မယ့် အကြောင်းအရာ (content)ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ဘယ်နေ့မှာ post တင်မလဲဆိုတာသတ်မှတ်ပြီး အမြန်ဆုံး အပြီးတင်ပါ။တစ်ပတ်တစ်ခါတင်မယ်ဆိုရင်လည်း ရပါတယ်။ အရေးကြီးတာက site ကို ဝင်ကြည့်သူတွေက ၂ လလောက်ရှိပြီ ဘာမှလည်းအသစ်မတင်ပါလားဆိုတဲ့ အဖြစ်မျိုးဖြစ်မသွားဖို့ပါပဲ။

လူတွေကို ဆွဲဆောင်နိုင်ပြီး အသုံးဝင်တဲ့ post တွေ တင်ထားမယ်ဆိုရင်တော့ ဒီလူတွေက ကိုယ့် page တွေကို bookmark လုပ်ထားမှာ သေချာပါတယ်။ ဘယ်စာအုပ်ထဲမှာမှ ရှာမရနိုင်တဲ့ ကိုယ့်ရဲ့ အတွေ့အကြုံတွေတင်ထားတာမျိုး၊ ခရီးသွားတုန်းကရိုက်လာတဲ့ လှလှပပရှုခင်းပုံတွေကို တင်ထားတာမျိုး၊ ခရီးသွားတုန်းက အတွေ့အကြုံလေးတွေ ရေးထားတာမျိုး စတာတွေက လူတွေကို ဆွဲဆောင်နိုင်ပါလိမ့်မယ်။ နည်းနည်းတော့ ပိုကြိုးစားဖို့လိုပါလိမ့်မယ်။ ကိုယ်ဘယ်လို service မျိုးတွေပေးကြောင်း၊ ဘယ်လို ပညာတွေတတ်ကြောင်းကိုပါ ကိုယ့် blog မှာ ထည့်ရေးရင်းကနေ တစ်ချိန်မှာ ကိုယ်တည်ဆောက်ချင်တဲ့ brand တစ်ခု ၊ သွားချင်တဲ့ လမ်းကြောင်းတစ်ခုကို အောင်မြင်စွာ ချမှတ်နိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။

အစပြုဖို့ လွယ်တဲ့ Twitter

အခုမှ blog ကို စသုံးပြီး ဓာတ်ပုံတွေ၊ စာတွေတင်မယ်ဆိုရင်တော့ အလွယ်ကူဆုံးက Twitter ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ သုံးစွဲသူတွေအတွက် short post လေးတွေ တင်နိုင်တဲ့အချက်က internet နဲ့ အဆက်မပြတ်ဖြစ်စေပြီး အချိန်အနည်းဆုံးနဲ့ ထိရောက်မှု အရှိဆုံးကိစ္စလည်း ဖြစ်ပါတယ်။

Twitter မှာ account ဖွင့်ဖို့ဆိုတာ တစ်မိနစ်သာသာပဲ ကြာပါတယ်။ *www.twitter.com* ကို သွားပါ။ Sign up ကို နှိပ်ပါ။ ကိုယ့်ရဲ့နာမည် ၊ ဒါမှမဟုတ် ကုမ္ပဏီနာမည်ကို full name နေရာမှာ ဖြည့်ပါ။ User name တစ်ခုရွေးချယ်ပါ။ ကောင်းတာကတော့ ကိုယ့်နာမည် (ဒါမှမဟုတ် ကုမ္ပဏီအမည်) နဲ့ တူပါစေ။ နာမည်ကြီး web service တွေ၊ web blog တွေမှာ ကိုယ်နဲ့ နာမည်တူတွေရှိပြီး ဖြစ်နေတတ်ပါတယ်။ ဒီလိုကိစ္စအတွက်တော့ creative ဖြစ်ဖို့လိုပါတယ်။ ဥပမာ– ကိုယ့်ကုမ္ပဏီက Bill's Electric ဖြစ်ပြီး @billselectric ဆိုတဲ့ အမည်ကယူပြီး ဖြစ်နေပါလိမ့်မယ်။ ဒါဆိုရင် @electricBill စသည်ဖြင့် ပြောင်းပြီးပေးကြည့်ပါ။ @billelectric3417 ကို

လက်ခံရမယ်ဆိုတာကတော့ လုံးဝ မဖြစ်သင့်ပါဘူး။ User name ဆိုတာ လိုရင်းတိုရှင်းနဲ့ ဂဏန်းတွေ မပါရင် ပိုကောင်းပါတယ်။

လူတွေ ကိုယ့်နောက်လိုက်လာအောင် ဘယ်လိုလုပ်ရမလဲဆိုရင် ပထမဦးဆုံးအနေနဲ့ ကိုယ်နဲ့ဝါသနာတူ ၊ ဒါမှမဟုတ် စိတ်ဝင်စားစရာကောင်းသူတွေနောက်ကို follow လုပ်ပါ။ ကိုယ်နဲ့ အလုပ်အကိုင်တူ၊ ဒါမှမဟုတ် နီးစပ်ရာ ပတ်ဝန်းကျင်က သူတွေနဲ့စပါ။ ကိုယ်စိတ်ဝင်စားတဲ့ အချို့အကြောင်းအရာတွေဟာ သူတို့တွေ တင်ပြီးသားဖြစ်နေတတ်ပါတယ်။ ဒီလိုဆိုရင် ထပ်မတင်ပါနဲ့။ Span မလုပ်ပါနဲ့။ သူတို့တင်ထားတဲ့ post တွေမှာပဲ ကိုယ်ကလည်းစိတ်ဝင်စားသူအနေနဲ့ retweet လုပ်ပါ။

ကိုယ်က မှန်မှန်ကန်ကန်နဲ့ စနစ်တကျ ပြောနိုင်သူဆိုရင် ကိုယ့်နောက်ကို လူတွေ follow လုပ်လာပါလိမ့်မယ်။ Follow လုပ်တဲ့ လူများလာရင်ပြီးရောဆိုတဲ့ စိတ်နဲ့ ဖြတ်လမ်းနည်းတွေ၊ service တွေ မသုံးသင့်ပါဘူး။ Follow လုပ်တဲ့လူတွေ များကောင်း များလာပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ လူများပြီး ပွဲမစည်ဆိုသလို ကိုယ်နဲ့လည်း ဝါသနာမတူ၊ ကိုယ်ပြောတာလည်း နားမထောင်၊ စိတ်မဝင်စား၊ retweet ပြန်မလုပ်ဆိုရင် ဘာအကျိုးအမြတ်ရမှာမဟုတ်ပါဘူး။ သဘာဝအတိုင်း follow လုပ်တဲ့သူတွေများလာအောင်သာ မှန်မှန်ကန်ကန် ကြိုးစားပါ။ ကိုယ်မှန်းထားတဲ့နှုန်းထက် နှေးကောင်းနှေးနေပါလိမ့်မယ်။ ဒါပေမဲ့ အမှန်တကယ် စိတ်ဝင်စားပြီး ကိုယ့်နောက် follow လုပ်လာသူ ဆယ်ဦးလောက်ရဲ့ အားဟာ၊ စိတ်မဝင်စားဘဲ follow လုပ်ထားသူ တစ်ထောင်ကျော်ထက်တော့ သာလွန်ပါတယ်။

ကိုယ့်ကို follow လုပ်သူ အနည်းငယ်ရှိလာပြီဆိုရင် ကိုယ့်ရဲ့ follower တွေကို special offer အချို့ပေးပြီး promote လုပ်သင့်ပါတယ်။ Discount အနည်းငယ်နဲ့ အခြားလက်ဆောင်သဘောမျိုးပေး တာမျိုးက user တွေရဲ့ စိတ်ဝင်စားမှုကို တက်စေပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ discount တွေ ခဏခဏ လုပ်လွန်းရင်လည်း ကိုယ့် brand ဟာ တန်ဖိုးမရှိ ဖြစ်တတ်ပါတယ်။ ပြီးတော့ ကိုယ့်ကို follow လုပ်သူတွေကို အမြဲတမ်း ရေရှည်ဆက်ဆံဖို့ social strategy တွေ ချမှတ်သင့်ပါတယ်။

Facebook ကို ဘယ်လိုသုံးမလဲ

Facebook မှာ page တစ်ခုလုပ်ဖို့ option ၆ ခုထဲက တစ်ခုကိုရွေးပြီး form ဖြည့်ပါ။ ပြီးရင်တော့ facebook page အနေနဲ့ စတင်အသုံးပြုနိုင်ပြီဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနေ့အထိ သုံးစွဲသူ သန်း ၆၀၀ ကျော် ရှိပါတယ်။ Facebook ဆိုတာ အချိန်နဲ့တပြေးညီ အောင်မြင်လာတဲ့ site တစ်ခုဖြစ်လို့ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီရဲ့ page မှာ မရှိဘူးဆိုရင် ကိုယ်ပဲ နောက်ကျကျန်ရစ်ခဲ့မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

Facebook ကနေတစ်ဆင့် ကိုယ့်ရဲ့ brand ကို တည်ဆောက်ချင်ရင်တော့ အရေးကြီးတဲ့ အချက် ၂ ချက်ရှိပါတယ်။ ပထမအချက်ကတော့ Facebook မှာ ရှိနေတဲ့ ကိုယ့်ကုမ္ပဏီ page ကနေတစ်ဆင့် blog post တွေတင်တာ၊ special offer တွေ ပေးတာ၊ ဈေးကွက်ထဲမှာ ရှိတဲ့သူတွေ၊ စားသုံးသူတွေနဲ့ အပြန်အလှန်သတင်းပေး၊ ရယူတာတွေကို ပုံမှန်ဆိုသလို ပြုလုပ်သင့်ပါတယ်။ ဒုတိယအချက်ကတော့ ကိုယ့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရဲ့ တည်နေရာကို Facebook places ကနေတစ်ဆင့် update လုပ်ထားသင့်ပါတယ်။ အဲဒါမှ user တွေက အပြင်မှာ

တကယ်ရှိ ၊ မရှိ သေချာဆုံးဖြတ်နိုင်ပြီး ယုံကြည်မှုလည်း ပိုရစေပါတယ်။ Facebook page တစ်ခု တည်ဆောက်ဖို့ဆိုတာ Twitter account တစ်ခုတည်ဆောက်ရသလိုမျိုး လွယ်ကူပါတယ်။ Facebook ကို ကိုယ့်မှာရှိတဲ့ user account နဲ့ log in ဝင်ပါ။ Create a page ကို သွားပါ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းနဲ့ ကိုက်ညီတဲ့ option တစ်ခုကို ရွေးပါ။ Form ဖြည့်ပြီး စတင်အသုံးပြုနိုင်ပြီ ဖြစ်ပါတယ်။

စတင်အသုံးပြုချိန်မှာတော့ information အနည်းငယ်သာ လိုအပ်ပြီး နောက်ပိုင်းသုံးစွဲနေစဉ်ကျမှ မိမိအလိုရှိသလို page ကို customize လုပ်ယူနိုင်ပါတယ်။ ကိုယ့်ရဲ့ ကုမ္ပဏီရုံးခန်း တည်နေရာကိုပြဖို့ဆိုရင် create a page screen မှာရှိတဲ့ local business or place option ကို click နှိပ်ပြီး ရွေးနိုင်ပါတယ်။ နေရာနဲ့ပတ်သက်လို့ facebook က သိပြီးသားဖြစ်တာကို သတိထားမိပါလိမ့်မယ်။ Places page မှာလည်း ကိုယ့်ကို ownship right တစ်မျိုးပေးထားမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ကိုယ့်ကုမ္ပဏီရဲ့ ဓာတ်ပုံနဲ့တကွ လိုအပ်တာတွေကို အလွယ်တကူ update လုပ်နိုင်ပါတယ်။

PCWorld ကထုတ်တဲ့ Patricle Miller ရေးသားတဲ့ 'A quick guide to Facebook places' မှာ ကိုယ့်နေရာနဲ့ပတ်သက်လို့ ဘယ်လိုယူရမလဲဆိုတာတွေ၊ Facebook Places အသုံးပြုနည်းတွေ ပါဝင်ပါတယ်။ Tony Bradley ရေးထားတဲ့ 'Three ways business can take advantages of Facebook places' ကလည်း အသုံးဝင်တဲ့ အကြံတွေအများကြီး ပေးထားပါတယ်။

Vinc Cult တင်ထားတဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းငယ်တစ်ခုရဲ့ page ဟာ နမူနာယူသင့်ပါတယ်။ အပြင်မှာရှိနေတဲ့ နေရာတစ်ခု ရယူတာပဲဖြစ်ဖြစ် ၊ ကုမ္ပဏီ webpage တစ်ခု ဖန်တီးတာပဲဖြစ်ဖြစ် Facebook page တစ်ခုကို ဖန်တီးပြီး social media marketing အနေနဲ့ အသုံးချသင့်ပါတယ်။ ဘာဖြစ်လို့လဲဆိုတော့ အဲဒီတစ်ခုတည်းကသာ visitor တွေ လက်ထဲကို ပို့ချင်တဲ့ information အမြန်ရောက်နိုင်တာကြောင့်ပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ JR Raphael ရေးသားထားတဲ့ 'Guide to the newhy revamped Facebook page' မှာ ဘယ်လိုဆွဲဆောင်သင့်တယ်ဆိုတာ ဖော်ပြထားပါတယ်။

Facebook page အနေနဲ့ user name ကို လူသိစေဖို့ အားစိုက်ထုတ်မှုအနည်းငယ်ကို ပြုလုပ်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။ ဆိုလိုချင်တာက လူတစ်စုက like button ကို နှိပ်ပြီး comment တွေ ရေးဖို့ဖြစ်ပါတယ်။ အလွယ်ဆုံး၊ အမြန်ဆုံးနည်းကတော့ ကိုယ့်ဝန်ထမ်းတွေ၊ လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်တွေ၊ မိသားစုတွေ၊ သူငယ်ချင်းတွေကို ကိုယ့် page ကို like လုပ်ပေးဖို့ အကူအညီ တောင်းရမှာဖြစ်ပါတယ်။ လူတစ်ရာလောက် ကိုယ့် page မှာ ချိတ်မိပြီဆိုတာနဲ့ page ကို edit နှိပ်ပြီး page အတွက် နာမည် တစ်ခု ပေးထားရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီလို user name နဲ့ page နာမည် အတိအကျရသွားပြီးတဲ့နောက်မှာတော့ *Facebook.com/yourpagename* ဆိုပြီး လူတကာကို ကြော်ငြာဝင်လို့ ရပါပြီ။

Facebook မှာလည်း Twitter လိုပဲ like လုပ်ပြီး ရှိထားတဲ့ စိတ်ဝင်စားသူတွေကို တန်ဖိုးထားဖို့ လိုပါတယ်။ Discount တွေ အလွှန်အမင်းပေးသလို မလိုအပ်တဲ့၊ မဆိုင်တဲ့ အကြောင်းအရာတွေ တင်တာမျိုးတွေက စိတ်ဝင်စားသူ fan တွေ အလွယ်တကူအမြန်ဆုံး unlike လုပ်သွားစေတဲ့ အကြောင်း တစ်ခုပဲ ဖြစ်ပါတယ်။

တစ်ဖက်တစ်လမ်းက ကူညီတဲ့ YouTube

ကိုယ့်ရဲ့ YouTube channel မှာ custom background image တင်ထားတာက ကိုယ့်ရဲ့ brand ကို လူသိစေတဲ့ အကြောင်းရင်းတစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ Facebook နဲ့ Twitter တို့ဟာ social media လောကမှာ လက်ဝါးကြီးအုပ်ထားပြီး ဖြစ်ပေမယ့်လို့ YouTube ကလည်း ကိုယ့် brand ကို မြှင့်တင်ဖို့ရာ အရေးကြီးတဲ့ site တစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။ သတင်းပေးတဲ့ video တွေ၊ promotion လုပ်တဲ့ video စတာတွေကို upload လုပ်ပြီး ကိုယ့်ရဲ့ blog ၊ Facebook page စတာတွေမှာ embedded လုပ်ပြီး တင်ထားနိုင်ပါတယ်။ ဒီလိုနည်းနဲ့လည်း စားသုံးသူတွေကို ဆွဲဆောင်လို့ရပါတယ်။

Facebook ထဲမှာ YouTube video ကို တွဲပြနိုင်တာက ကိုယ့် customer တွေကို ထိထိရောက်ရောက် သတင်းပေးနိုင်တဲ့ အားသာချက်တစ်ခု ဖြစ်ပါတယ်။

ကိုယ်က video တစ်ခု ဖန်တီးပြီးပြီဆိုရင် ရိုးရိုးရှင်းရှင်း၊ ထင်ထင်ရှားရှားဖြစ်အောင် ပြန်လည်ပြုပြင်ရပါမယ်။ Brand ကို လူမှတ်မိအောင်လည်း လုပ်ရမှာပါ။ ကိုယ် logo နဲ့ URL က ကြည့်ရှုသူတွေအတွက် အရေးကြီးဆုံး ဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအချက်နှစ်ခုကို အနည်းဆုံး သုံးပြီးသူတိုင်း မှတ်မိသွားအောင် ကြိမ်ဖန်များစွာသုံးပါ။ စာများများ၊ စကားများများ ဆိုတဲ့ပုံစံက အဆင်မပြေပါဘူး။ ကိုယ့် ကုမ္ပဏီရဲ့ logo ၊ URL ၊ မေ့နေတဲ့ ဝန်ဆောင်မှုစတာတွေကို လိုရင်းနဲ့ ထိရောက်စေတာက အကောင်းဆုံးဖြစ်ပါတယ်။ YouTube က ကုန်ကျစရိတ် အနည်းဆုံးနဲ့ တင်ဆက်နိုင်တဲ့ နေရာလည်း ဖြစ်ပါတယ်။ Special effect တွေ များလွန်းတာကလည်း မကောင်းပါဘူး။

သာမန် handy com လေးကိုပဲသုံးပြီး ရိုးရှင်းတဲ့ စကားပြောပုံနဲ့ တင်ဆက်တာက transition တွေအများကြီးနဲ့ မျက်စိနောက်အောင်လုပ်ထားတဲ့ ကြော်ငြာထက်တော့ အများကြီး သာလွန်ပါတယ်။ YouTube မှာ ကြည့်လို့ရတဲ့ video တစ်ခု ဖန်တီးပြီး ကိုယ်ဘာကို ပြမယ်ဆိုတာ ရှင်းပြပြီး ရိုးရိုးတန်းတန်း တင်ဆက်သွားလည်း ရပါတယ်။ ကုမ္ပဏီအတွက် video တင်မယ်ဆိုရင်တော့ ကိုယ့် personal account ကို မသုံးသင့်ပါဘူး။ အချိန်အနည်းငယ်ပေးပြီး ကုမ္ပဏီအတွက် account အသစ်တစ်ခု (ကုမ္ပဏီအမည်မရရင်တောင်မှ အနီးဆုံး ဆင်ဆင်တူတဲ့အမည်နဲ့ account တစ်ခု) ဖန်တီးသင့်ပါတယ်။ ဒါမှသာ ဝင်ကြည့်တဲ့သူတွေက ဘယ်သူတင်ထားတာလဲဆိုပြီး account ကို နှိပ်ကြည့်လိုက်တဲ့အခါမှာ video တွေကို မြင်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

သတိထားသင့်တဲ့ အချက်တစ်ခုက YouTube ဆိုတာ ကိုယ့် brand ရဲ့ extension တစ်ခု ဖြစ်တယ်ဆိုတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ကိုယ့် brand channel ကို ဆက်ဖြည့်ချင်တယ်ဆိုရင်တော့ log in ဝင်ပြီး ကိုယ့် channel page ရဲ့ အထက်က themes and colours ကို click နှိပ်ရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ပြီးရင် ပေးထားတဲ့အရောင်တွေထဲက ကြိုက်နှစ်သက်ရာ တစ်ခုကို ရွေးချယ်နိုင်ပါတယ်။ ဒါမှမဟုတ်ရင် show advanced options ကို နှိပ်ပြီး page channel တစ်ခုချင်းစီကို မိမိကြိုက်နှစ်သက်ရာ အရောင်တွေ သတ်မှတ်နိုင်ပါတယ်။ အကောင်းဆုံးကတော့ အရောင်ရွေးချယ်ရာမှာ ကိုယ့် brand နဲ့ကိုက်ညီမယ့် အရောင်မျိုးကို ရွေးချယ်သင့်ပါတယ်။ ဒီ menu ကို အသုံးပြုပြီး video ရဲ့ နောက်ခံကိုလည်း ကိုယ့်ကုမ္ပဏီ logo ကို တင်ထားနိုင်ပါတယ်။

YouTube background ကို ပြောင်းဖို့ဆိုတာ လွယ်ပါတယ်။ ကြိုက်နှစ်သက်ရာ graphic editor တစ်ခုကိုဖွင့်ပြီး 1400 pixels အကျယ်နဲ့ 2000 pixels ရှည်တဲ့ပုံရအောင် လုပ်ရပါမယ်။ Background အရောင်နဲ့ brand logo အရောင်ကို အဆင်ပြေအောင်ပြင်ပါ။ Logo image ကို transparent background ဖြစ်အောင် ပြင်ထားရင် ပိုကောင်းပါတယ်။ Logo ကို အဆင်ပြေတဲ့ ဘေးတစ်ဖက်မှာထားပါ။ YouTube ရဲ့ content area က 960 pixels ကျယ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ဒီအကျယ်နဲ့ ကိုက်ညီအဆင်ပြေအောင် ပြုလုပ်သင့်ပါတယ်။

အခြား social site များ

Facebook ၊ Twitter နဲ့ YouTube တို့ကို အသုံးပြုပြီးဆိုရင် ကိုယ်အလိုရှိသလောက် customer တွေကို ရပြီးဖြစ်နေ

လောက်ပါပြီ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းက နိုင်ငံခြားမှာရှိတယ်ဆိုရင် ၊ ဒါမှမဟုတ် စီးပွားပုံစံက တစ်မျိုးဖြစ်တယ်ဆိုရင် သူနဲ့ သင့်တော်မယ့် အခြား site တစ်ခုကို အသုံးပြုရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။ ဥပမာ – မြန်မာနိုင်ငံက IT ကို ဦးတည်တယ်ဆိုရင် *www.myanmaritpras.com* ကို အသုံးပြုရမှာ ဖြစ်ပါတယ်။

အခြား ဥပမာတစ်ခုပေးမယ်ဆိုရင် MySpace ဟာ အမေရိကန်နဲ့ ဘယ်လိုမှ မပတ်သက်ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ အရှေ့တောင် အာရှဒေသရဲ့ music နဲ့ ပတ်သက်တယ်ဆိုရင်တော့ အသုံးပြုနိုင်ပါတယ်။ တခြား blog တွေလည်းရှိပါသေးတယ်။

အားလုံးကိုဝေမျှခြင်း

တကယ်လို့ ကိုယ့်က အချိန်ပြည့် ဝန်ထမ်းခန့်ထားပြီး social media campaingn အတွက် မခိုင်းဘူးဆိုရင် ကိုယ်ကိုယ်တိုင်ပဲ နာရီပေါင်းများစွာ channel တစ်ခုချင်းစီအလိုက် post တွေ၊ content တွေ တင်ပြီး အချိန်ကုန်ရမှာဖြစ်ပါတယ်။ ဒီအတွက်နဲ့တော့ အချိန်ကုန်မခံပါနဲ့။ ကိုယ့်ရဲ့ ပင်ရင်း blog မှာပဲ တင်လိုက်ပြီး Facebook နဲ့ Twitter တွေကို ရောက်စေတဲ့ plug-in တွေအကြောင်းကို လေ့လာပြီး အသုံးချသင့်ပါတယ်။ ကိုယ့် blog ရဲ့ page တိုင်းမှာ ဒီလို feature မျိုး ထည့်သွင်းထားရမှာဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနေရာမှာ သိထားရမှာက လူတွေက သူတို့တကယ်ကြိုက်တယ်ဆိုမှ share လုပ်မှာဖြစ်ပြီး မကြိုက်ဘူးဆိုရင်တော့ mouse တောင် တင်ကြည့်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဒါပေမဲ့ တစ်ဖက်ကလည်း လွယ်ကူအောင် ၊ ထင်ရှားအောင် မလုပ်ထားဘူးဆိုရင် အဆင်မပြေပါဘူး။

Blog ဖြစ်လာဖို့ကို ဂရုစိုက်ပါ။ Content တွေ စုံလင်ပါစေ။ Video တွေလည်း မကျန်ခဲ့ပါစေနဲ့။ နောက်ဆုံး update post ကို အမြန်တင်ဖို့၊ Tweet လုပ်ဖို့ နောက်မကျပါစေနဲ့။ Facebook wall မှာလည်း like လုပ်ဖို့ မမေ့ပါနဲ့။ ကိုယ့်ရဲ့ အချိန် အများစုကို follower တွေ၊ fun တွေအပေါ်မှာ ဂရုစိုက်ပေးပါ။ မေးခွန်းတွေကို မှန်မှန်ဖြေပေးပါ။ သူတို့ရဲ့ feedbake တွေဟာ အပြုသဘောမဆောင်တဲ့တိုင်အောင် ကျေးဇူးတင်စကားဆိုပါ။ သူတို့အပေါ် သဘောထားကြီးပါ။ Virtuous cycle အနေနဲ့ ကောင်းသည်ထက်ကောင်းအောင် ၊ များသည်ထက် များလာအောင် ကြိုးစားရင်း social media ရဲ့ လှိုင်းနဲ့အတူ စီးမျောနိုင်ဖို့ ကြိုးစားရပါမယ်။

Facebook page နဲ့ Twitter account တွေကို ကိုယ့်ရဲ့ business card အပေါ်မှာ ပါအောင်ထည့်ထားသင့်ပါတယ်။ ကိုယ့်ရဲ့ မိတ်ဆွေတွေအားလုံးက ကိုယ်ဟာ social media တွေကို အသုံးပြုနေတယ်ဆိုတာ သိအောင်ကြိုးစားပါ။ ဒါမှ Twitter မှာ follow လုပ်ပြီး Facebook မှာ like လုပ်နိုင်မှာဖြစ်ပါတယ်။ ဒီနည်းတွေနဲ့ သင့်ရဲ့ရှိပြီးသား customer တွေ အပါအဝင် online က customer တွေကိုပါ ကိုယ့် brand အတွက် ထိန်းသိမ်းထားနိုင်မှာ ဖြစ်ပါတယ်။

စ၊ လယ်၊ ဆုံး အနှစ်ချုပ်ပြောရရင် social media မှာ စတင်အသုံးပြုဖို့ဆိုတာ အလွန်ဆုံး နေ့ဝက်လောက်နဲ့ အားလုံး ပြီးစီးနိုင်ပါတယ်။ ဒါပေမဲ့ customer တွေ ထိန်းသိမ်းရမှာကတော့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်း တည်ရှိနေသရွေ့ ဖြစ်ပါတယ်။ Social media တွေ အရေးပါတာမှန်ပေမယ့် အဓိကအကျဆုံးကတော့ မိမိဟာ စီးပွားရေးလုပ်နေတယ်။ ဘယ်လို ကောင်းအောင် လုပ်နေတယ်ဆိုတာပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ ■

ကောင်းမြတ်ထွဋ်