



SOSYAL MEDYA

NEDEN?

NASIL?

Murat Güner
SSUK Medya Yöneticisi

SOSYAL MEDYA

Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte,

teknolojiyi ve sosyal girişimciliği tek yönlü bilgi paylaşımından,

kelimeler, görseller ve ses dosyaları ile çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan şemsiye bir kavramdır.



Web 2.0,

ikinci nesil internet hizmetlerini

- toplumsal iletişim sitelerini
- wikileri
- iletişim araçlarını
- folksonomi

yani internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşılarak yarattığı sistemi tanımlar.



SOSYAL MEDYA;

İnsanların çevrimiçi
mecrayı kullanarak
İletişim kurmalarıdır



Bu iletişim:

- Bloglar
- Mikro Bloglar
- Çevrimiçi sohbet
- RSS
- Sosyal Ağlar
- Forumlar
- Sosyal İmlleme siteleri
- Ortam Akışı (podcast)
- Video Paylaşım Siteleri
- Fotoğraf Paylaşım Siteleri
- Sanal Dünyalar
- Wikiler

tarafından desteklenmektedir...

Peki neden dikkate alınmalı?



1. Küreselleşme

Monolog iletişim yöntemleri ile reklamlara ilgi azalıyor..

TV reklamları
sadece %18 lik
bir pozitif dönüş
sağlanabiliyor..



Günde ortalama
3000 reklam mesajına
maruz kalıyoruz..

TV de reklam izlemek
istemeyenlerin %90'ı
reklamlarda
kanal değiştiriyor

**Ve sadece %14'ü
reklamlara güveniyor**



"TV kanallarınızı uydudan izliyoruz,
reklamlarda gördüğümüz keskin
bıçaktan almaya geldik"

Oysa Sosyal Medya ile

En çok kullanılan dillerde
13.000.000'den fazla
tanımlı konu başlığı

Sigara kelimesi konu başlıkları:

[1 Sigarayı bıraktıktan sonra olanlar!](#)

[2 Pasif içicilik](#)

[3 Sigara içme yasağı](#)



WIKİPEDIA
Özgür Ansiklopedi

22 ülkede
24 farklı lisan...

100 milyondan fazla
video...

Her gün
yaklaşık 70,000 adet
daha eklenmekte...

Videoların tümünü
seyretmek için
412.3 yıl gerekiyor...



200.000.000 u
aşkın blog



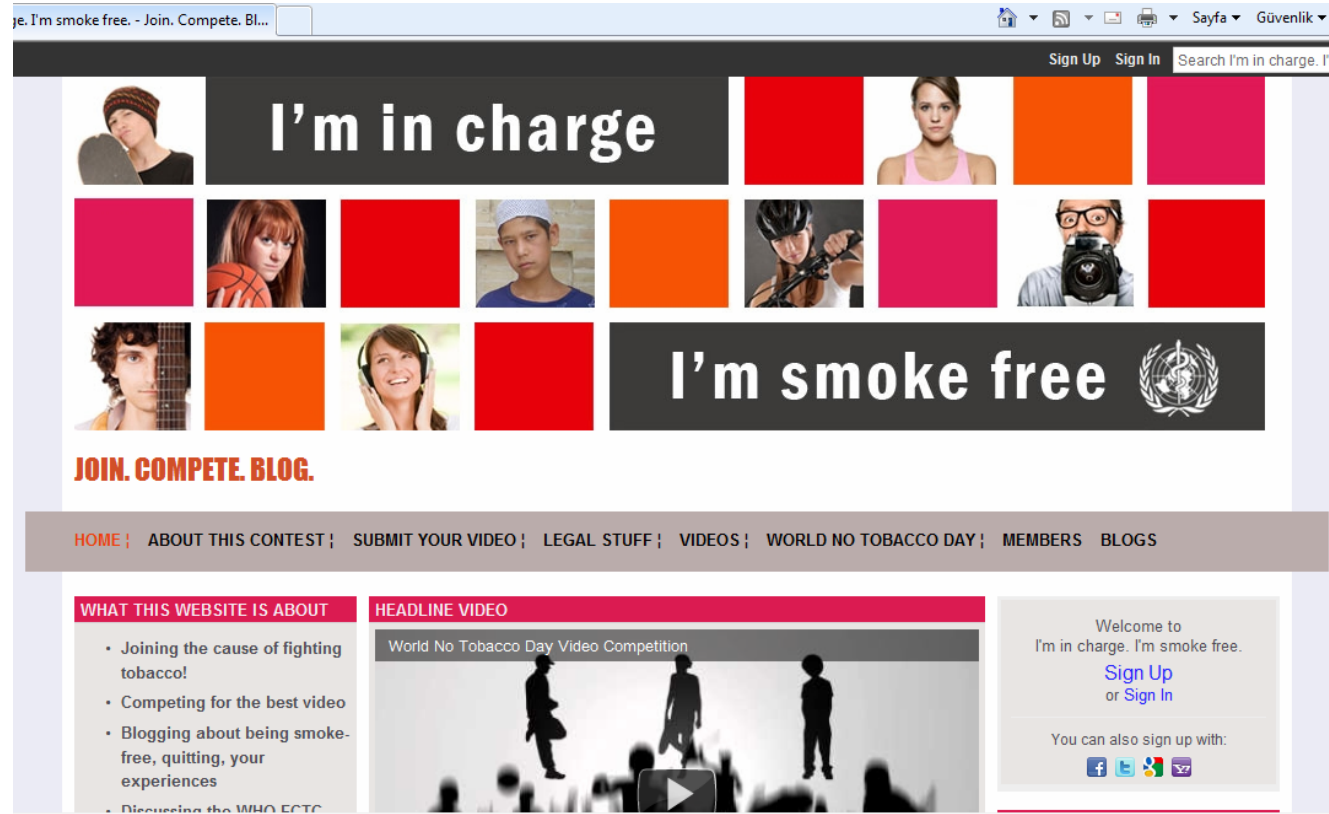
LIVEJOURNAL



1,5 milyondan
fazla
yerleşimci

Çevrimiçi
kullanıcıların
%73'ü blogları
takip ediyor.

Bunların %55 i
bloglara yorum
bırakıyor.

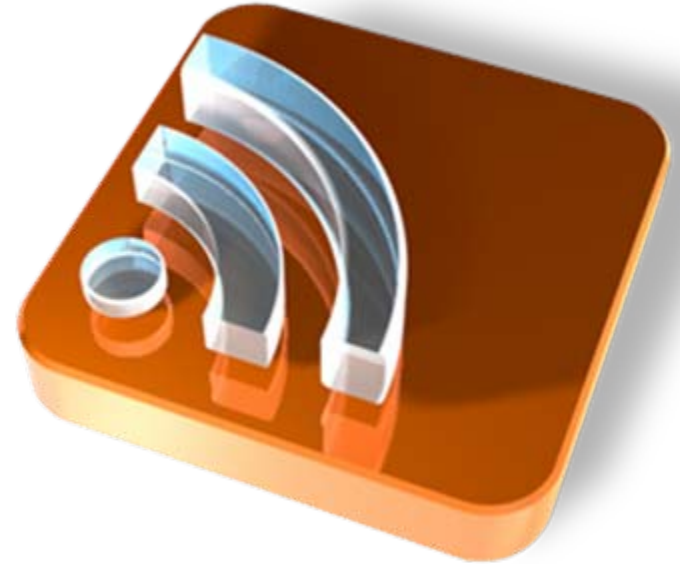


%39 u
kendi bloglarını
yazmaya başladılar bile..

Blogların %54 ü
sayfa içeriğini
günlük
değiştiriyor...



%34 ü RSS
(Really Simple Syndication)
beslemesi
kullanmakta...



%57 si
bir sosyal ağ'a
katılmış
durumda



flickr™



%63'ü fotoğraf paylaşım
sitelerini ziyaret ederken

%52'si fotoğraflarını
paylaşmakta

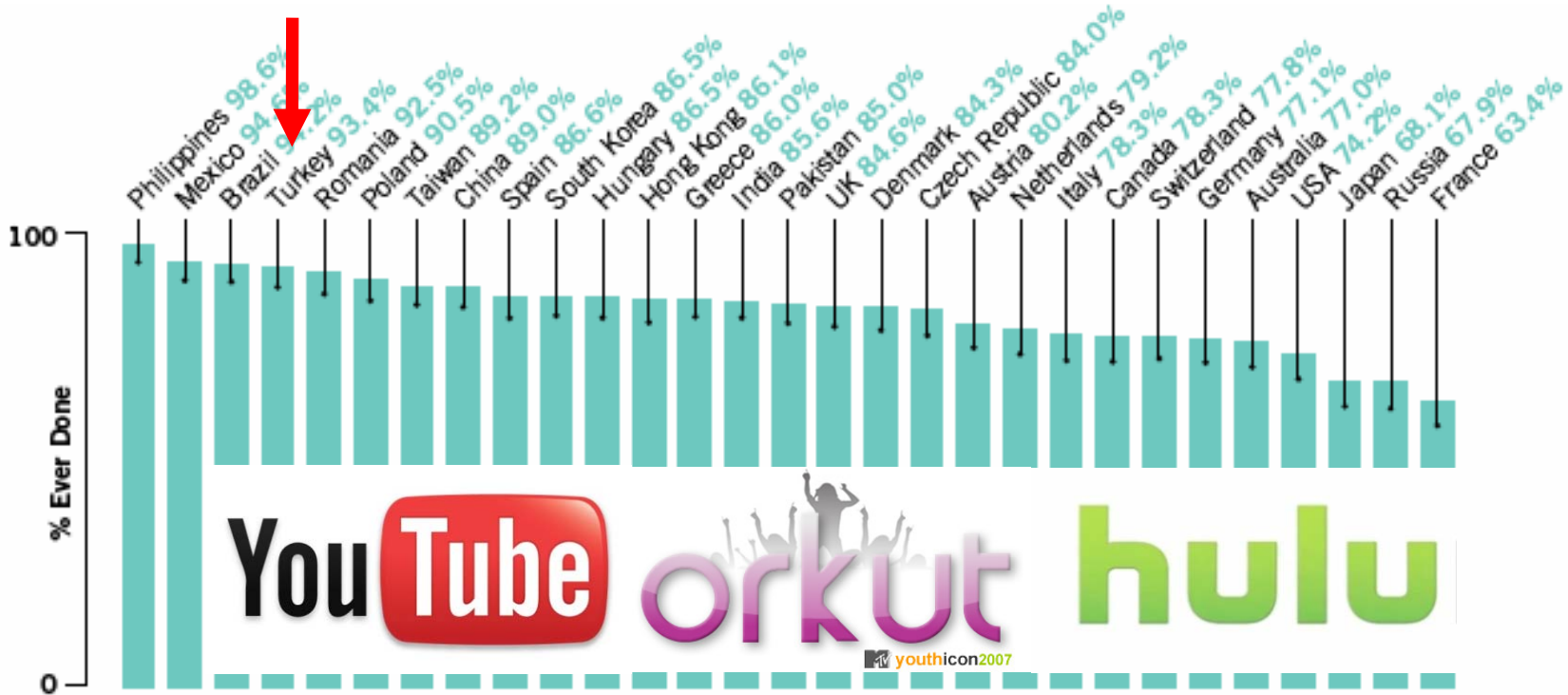


%83'ü video paylaşım
sitelerinden video izliyor

Ekim 2008'den beri
neredeyse 2 misline çıkmış

Video klibi seyretmek

"İnternet kullanımı düşündüğünde en çok yaptığınız hangisi?" "Video seyredirim" Aktif internet yaygınlığı



2. Değişen iletişim Yöntemleri



“İnsanların %78’i diğer tüketicilerin tavsiyelere kulak veriyor.”

-Nielsen
-Trust in Advertising Report
Kasım 2007

%14 < %78



Yeni İletişim Metodu: **Dialog**

Bu iletişim,

- Kendine özgü
- Oldukça şeffaf
- İçerik yüklü
- Enerjik
- Tüketici tarafından yönlendirilen

bir dialog...



Ama bu iletişim hiçbir zaman,

- Kontrollü
- Organize
- Özel
- Ürün tarafından yönlendiriler

bir dialog değil...



**“İçerik yeni demokrasi aracıdır ve
biz insanlar artık
sesimizin duyulduğundan eminiz.”**

The Social Media Manifesto – Haziran 2007
Brian Solis – Altimeter Group



3. Markanıza Verdiğiniz Değer



İnsanlar markanız hakkında konuşmaya başladı

Markalar hakkındaki görüşlerini kendi bloglarında yayınlıyorlar veya yorum bırakıyorlar

%36'lık bir kesim blogları olan kurumlar hakkında daha olumlu düşünüyor

%32'lik bir kesim
Bloggerların markalar
hakkındaki görüşlerine güveniyor



4. Gitgide Yaygınlaşan Sosyal Medya



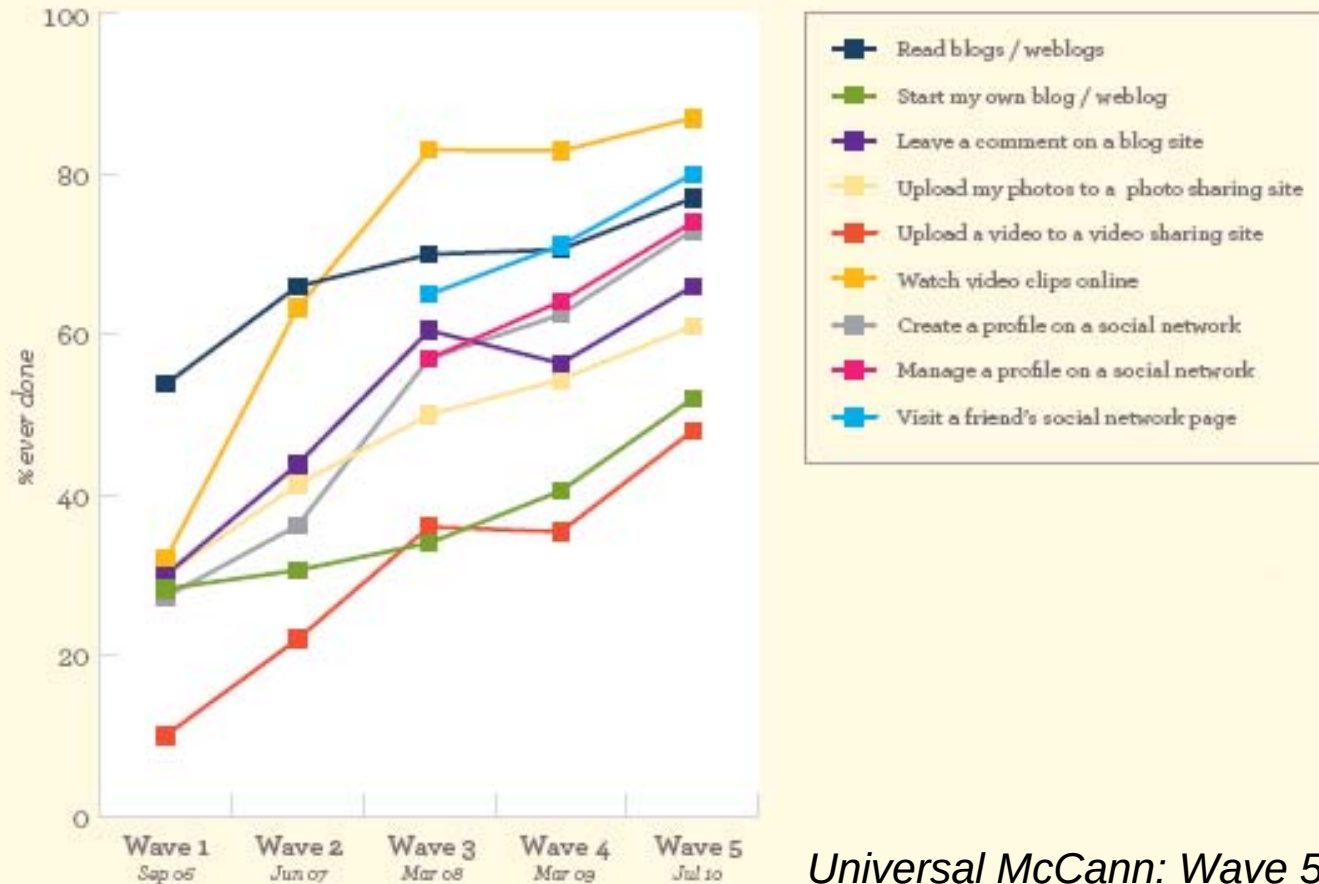
**“Sosyal Medya gitgide daha yaygın
hale gelecek ve her türlü işin
başarılı ya da başarısız olmasında
temel öğe olacak.”**

Brian Solis – The Social Media Manifesto



Sürekli büyüyen Sosyal Medya

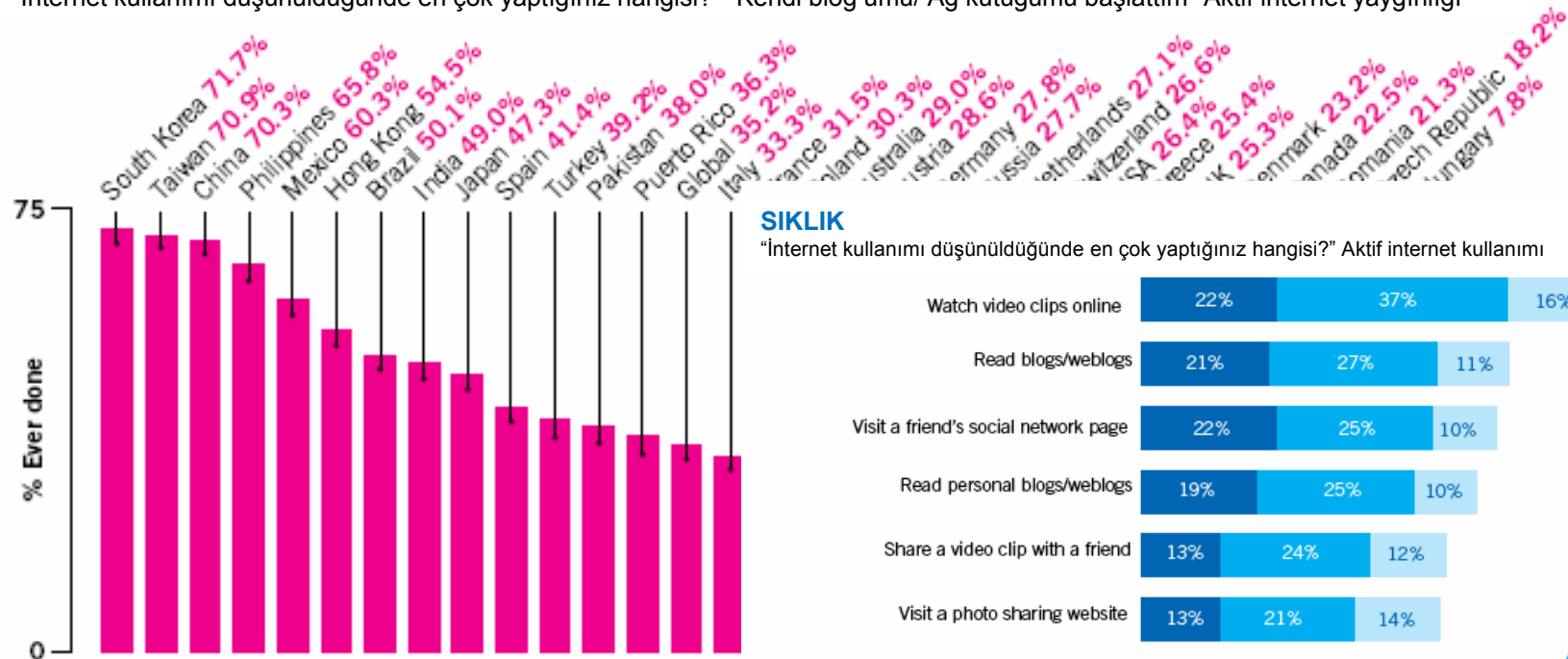
Figure 2 : "Thinking about the internet, which of the following have you ever done?"



Universal McCann: Wave 5

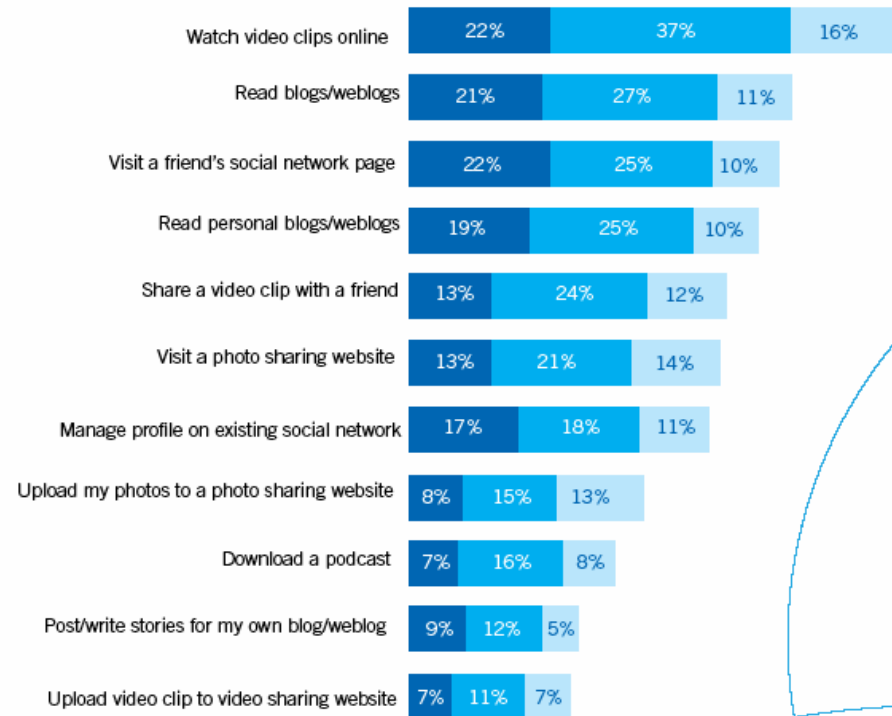
BİR BLOG KURMAK

“İnternet kullanımı düşünüldüğünde en çok yaptığınız hangisi?” “Kendi blog umu/ Ağ kütüğümü başlattım “Aktif internet yaygınlığı



SIKLIK

“İnternet kullanımı düşünüldüğünde en çok yaptığınız hangisi?” Aktif internet kullanımı



5. Yeni Çağın Dijital Çocukları



Yarının tüketicisi bugün doğuştan dijital

Haftada 16 saatten fazla online..

%96'sı sosyal bir ağ'a
katılmış durumda

Önemsedikleri sizin reklamınız değil
arkadaşlarının ne düşündüğü



**“Her şey konuşma ile ilgili
ve
en iyi iletişimciler işe
iyi dinleyerek başladılar.”**

Brian Solis – The Social Media Manifesto



- O zaman dinle
- Konuşmaların yapıldığı dünyaya gir..
- Sen de katıl
- Kontrolden vazgeç
- Amaç kontrolü sağlamak değil,
bu dünyanın içinde olmak,
tüketiciyi dinlemek
ve mümkünse anlamak



Birlikte hareket etmenin keyfini çıkartın

**İnsanların markanı sahiplenmeleri için
fırsat yaratın**



TEŞEKKÜRLER



facebook

www.facebook.com/pages/SSUK



twitter

www.twitter.com/ssukomitesi