

**Polska**



O kontaktach na Wechat - rodzaje,  
wskazówki, tendencje

2018-02-01 05:26:37



Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w Chinach powinno uwzględniać sposób życia współczesnych Chińczyków, w tym sposób korzystania z Internetu, i trafiać bezpośrednio do określonej grupy odbiorców. Jednym z najlepszych narzędzi jest prowadzenie oficjalnych kont na Wechat, który jest najpopularniejszym komunikatorem w Chinach. Konta oficjalne pozwalają na bezpośrednią komunikację z klientami lub potencjalnymi konsumentami towarów i usług.

W tym artykule WPHI w Pekinie prezentuje informacje o **rodzajach kont na Wechat, ich zaletach, jak i trudnościach związanych z ich prowadzeniem kont** oraz dzieli się również **wskazówkami i doświadczeniami** z rocznego prowadzenia dwóch kont.

Zapraszamy do zapoznania się z osobnym artykułem, poświęconym informacjom o kontach, które WPHI w Pekinie obecnie prowadzi na Wechat ([link](#)).



Zapraszamy również do obejrzenia materiału filmowego o kontach oficjalnych na stronie WPHI na Facebook ([link](#)).

## 1. Zalety związane z prowadzeniem kont

- Możliwość **dotarcia do określonej grupy odbiorców** z daną informacją za pośrednictwem aplikacji na smartfonie, który jest najpopularniejszym urządzeniem do połączenia z Internetem w Chinach.
- Opublikowane treści mogą być łatwo **udostępniane przez inne konta**, co pozwala na szerszą promocję.
- Dostęp do **powiązanych usług**, w tym m.in. możliwość rejestracji uczestników na wydarzenia poprzez

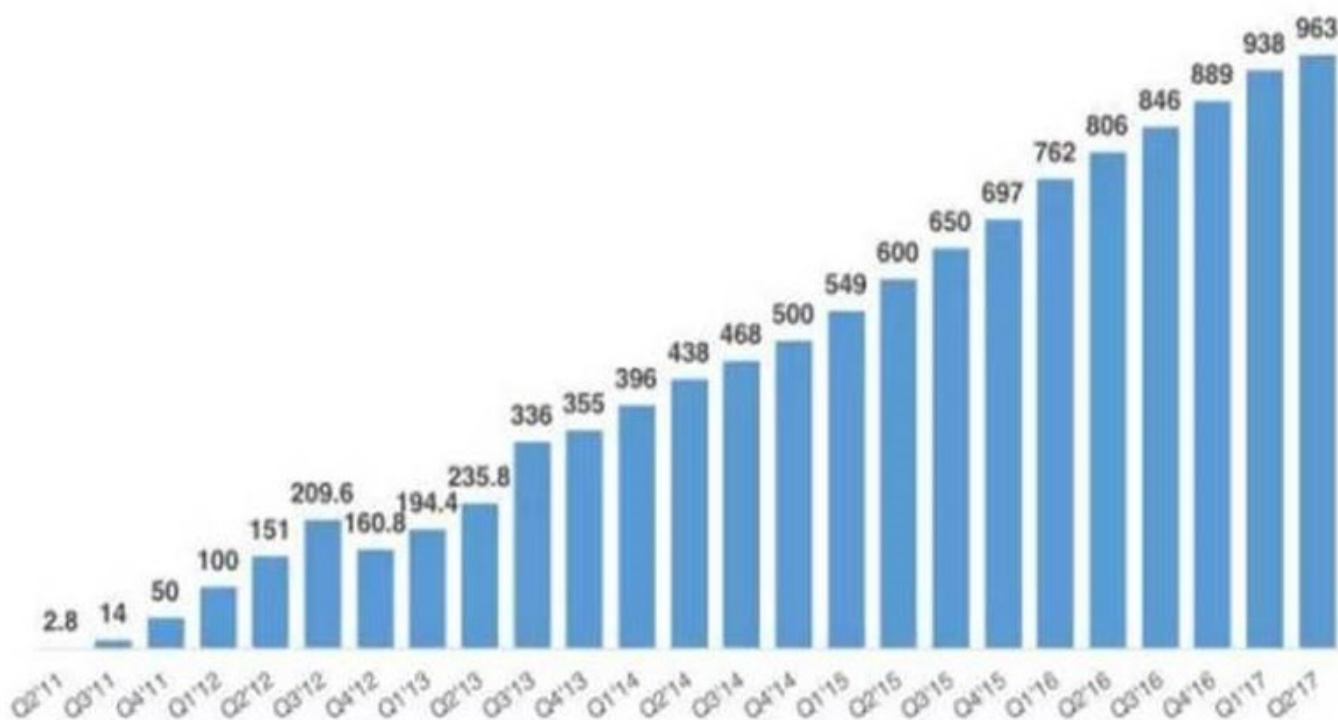
konta i prowadzenie ankiet.

- Łatwa możliwość pozyskania nowych fanów poprzez **umieszczenie kodu QR** na materiałach drukowanych lub gadżetach firmowych.

## 2. Dlaczego konta na Wechat?

**Wechat jest podstawowym komunikatorem w Chinach**, także w sferze biznesu. Zgodnie z najnowszymi danymi, z Wechata **aktywnie korzysta prawie miliard ludzi!**

### ILOŚĆ AKTYWNYCH UŻYTKOWNIKÓW WECHAT MIESIĘCZNIE (Wartość podana w milionach z uwzględnieniem zarówno użytkowników w Chinach jak i poza)



Źródło: Tencent

- W drugim kwartale 2017 r. liczba aktywnych użytkowników Wechata sięgnęła **963 miliony**.
- Użytkownicy internetu na smartofanach w Chinach, aż 3/4 czasu spędzają **korzystając w Wechat**.
- 75% użytkowników Wechata spędza na nim ponad 1 godzinę dziennie (53% ponad 2 godziny).
- 83% użytkowników Wechata korzysta z niego w celach zawodowych.

### 3. Rodzaje kont na Wechat

Konta Wechat mogą być zarejestrowane przez osoby **fizyczne narodowości chińskiej lub chińskie przedsiębiorstwa**. Istnieje co prawda także możliwość rejestracji przez firmy zagraniczne, lecz jest to ograniczone i problematyczne (każde konto przechodzi osobną weryfikację).

Istnieją dwa główne rodzaje kont na Wechat:

**1. Konta Subskrypcji Wechat** (订阅号) najbardziej rozpowszechniony rodzaj konta, mogą być założone przez osobę prywatną (wtedy dostęp do niektórych funkcji panelu administratora jest ograniczony) lub przedsiębiorstwa. Konta Subskrypcji pozwalają na publikację **jednej wiadomości dziennie**. Posty ukazują się w folderze, gdzie zgrupowane są różne konta subskrypcji obserwowane przez użytkownika, a konto nie daje możliwości prowadzenia sprzedaży.

**2. Konta Usługowe Wechat** (服务号), które pozwala na publikację **maksymalnie czterech wiadomości w miesiącu**. Ukazują się one jednak wśród czatów w panelu Wechat, dzięki czemu są szczególnie widoczne. Poprzez to konto można **prowadzić sprzedaż produktów i usług**.

Istnieją także inne rodzaje kont, w tym konto **Firmowe Wechat** (企业号), które służy do komunikacji wewnętrznej w firmie oraz tzw. **Mini-programy Wechat** (小程序) uruchomione w styczniu 2017 r.

### 4. Ciekawostki

1. Głównym źródłem odwiedzin obu kont nie są osoby wchodzące w wiadomości przez samo konto, lecz odsłony **za pośrednictwem odnośników** w chwilach lub w czatach grupowych.

2. W edytorze dostępne są ogólne **informacje o osobach obserwujących konto i ich aktywności**. Podane są także statystyki dotyczące wszystkich postów, w tym przedziały czasowe, w których są one czytane (dzięki temu można zauważyć, że oglądalność postów znacząco spada w godzinach lunchu i kolacji, czyli 13 i 19).

### 5. Wskazówki

- Warto tworzyć **wartościowe wpisy**, które mogą być ciekawe dla fanów. Konta o niskiej jakości postów nie zyskują na popularności. Z drugiej strony, nie należy się wyłącznie skupiać na liczbie fanów. O wiele ważniejsze jest **dotarcie z daną treścią do odpowiednich osób** i zaangażowanie użytkowników.
- Treści i usługi promowane na kontach Wechat warto **przekazywać jako opinie osób**, które są cenionych w danej sferze lub posiadają odpowiedni autorytet z uwagi na sprawowaną funkcję. Może być to wywiad ze znanym Chińczykiem, który korzysta z usług danej firmy lub wywiad z samym właścicielem, który oprócz opisu usług wyraża także osobiste opinie o rozwoju gospodarczym Chin etc.
- Warto promować konta na **wydarzeniach tematycznych** skupiających daną branżę oraz umieścić **kod**

**qr konta** na wizytówkach i gadżetach firmowych.

- Dobrym sposobem do zwiększenia oglądalności postów jest ich **rozpowszechnianie na różnych grupach dyskusyjnych**. Warto w tym celu samemu założyć takie grupy (w celu promocji treści na koncie 博安 (Bolan Shipin), WPHI w Pekinie prowadzi cztery grupy w tematyce spożywczej).
- W celu edycji postów korzystaj z **zewnętrznych edytorów tekstowych**, takich jak strony [www.ipaiban.com](http://www.ipaiban.com) i <http://paiban.xmt.cn/>. Są one dostępne wyłącznie w języku chińskim.
- Zdaniem WPHI w Pekinie **najlepsza pora do publikowania postów** na Wechat to 20-21 wieczorem czasu chińskiego kiedy użytkownicy Wechat mają więcej swobodnego czasu na przeglądanie aktualnych treści lub 8 rano, gdy jadą do pracy w komunikacji miejskiej. Treści o charakterze biznesowych najlepiej publikować w dni robocze.
- Z uwagi na **utrudnienia techniczne i różnice kulturowe**, prowadzenie kont lub przygotowywanie treści przez organizacje z Polski, które nie mają doświadczenia w Chinach, generalnie powinno być wspierane przez **Polaków znających języki chiński, chińską kulturę** i realia chińskiego Internetu we współpracy z **Chińczykami, którzy będą mogli edytować wiadomości**, a także **dostosowywać treść** do odbiorców w Chinach. Warto rozważyć skorzystanie z usług wyspecjalizowanych w tym firm polskich lub chińskich. Prowadzenie konta na Wechat przez niedoświadczonych w tym osoby, dla których będzie to jeden z bieżących obowiązków, najpewniej nie przyniesie spodziewanych rezultatów.

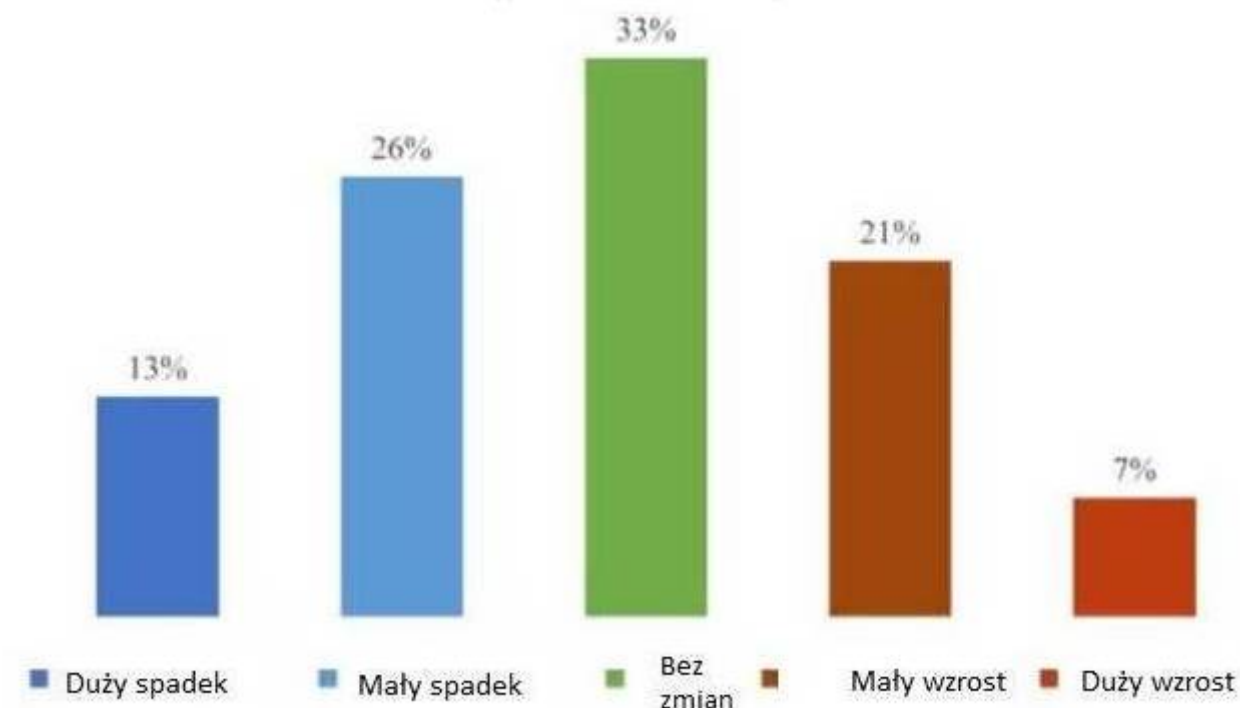
## 6. Wady kont i trudności związane z prowadzeniem kont na Wechat

- Obecnie na Wechat prowadzona jest **bardzo duża liczba kont**, wobec czego śledzenie wiadomości na różnych kontach może być utrudnione dla osoby, która subskrybuje większą ich liczbę.
- Edytor wiadomości jest dostępny **wyłącznie w języku chińskim**.

## 7. Tendencje związane z kontami na Wechat

- Zgodnie z ankietą NewRank przeprowadzoną wśród 131 operatorów kont oficjalnych, w 2017 r. konta Wechat zanotowały **wyraźny spadek oglądalności**. Jak pokazano na poniższym wykresie, 39% kont doświadczyło spadku oglądalności artykułów. Mniej, bo 28%, odnotowało wzrost.

## ZMIANA PROCENTOWA OGLĄDALNOŚCI ARTYKUŁÓW NA KONTACH OFICJALNYCH WECHAT (Ankieta 2017)



Źródło: NewRank

WALKTHECHAT

- Tendencja ta jest jeszcze bardziej wyraźna, jeśli chodzi o liczbę zwolenników kont oficjalnych. W 2017 r. **tylko 51% kont odnotowało wzrost liczby zwolenników**. Jest to zaskakująco niska liczba. Oznacza to, że połowa oficjalnych kont doświadcza stagnacji w liczbie fanów, a 23% kont oficjalnych wręcz traci zwolenników podczas publikowania artykułów.
- To normalne, że **część fanów rezygnuje z obserwowania kont** po publikacji artykułów. Im mniej trafny lub gorszej jakości artykuł będzie publikowany, tym więcej ludzi przestanie czytać posty. Z drugiej strony, nowe tematy mogą przyciągnąć nowych zwolenników, którzy są naprawdę zainteresowani najnowszymi artykułami. Ogólny spadek jest jednak silnym sygnałem, że jakość publikowanych treści jest za niska.
- Wyniki ankiety mogą nie być reprezentatywne dla wszystkich kont. Ankieta była przeprowadzona wśród menedżerów działających w firmie NewRank, którzy aktywnie zarządzają kontami. Z tego względu, te konta prawdopodobnie osiągają lepsze wyniki niż średnia.

### 8. Konta Wechat, które mogą być ciekawe dla polskich przedsiębiorców w Chinach

WPHI zachęca polskich przedsiębiorców do obserwowania następujących kont prowadzonych w języku angielskim



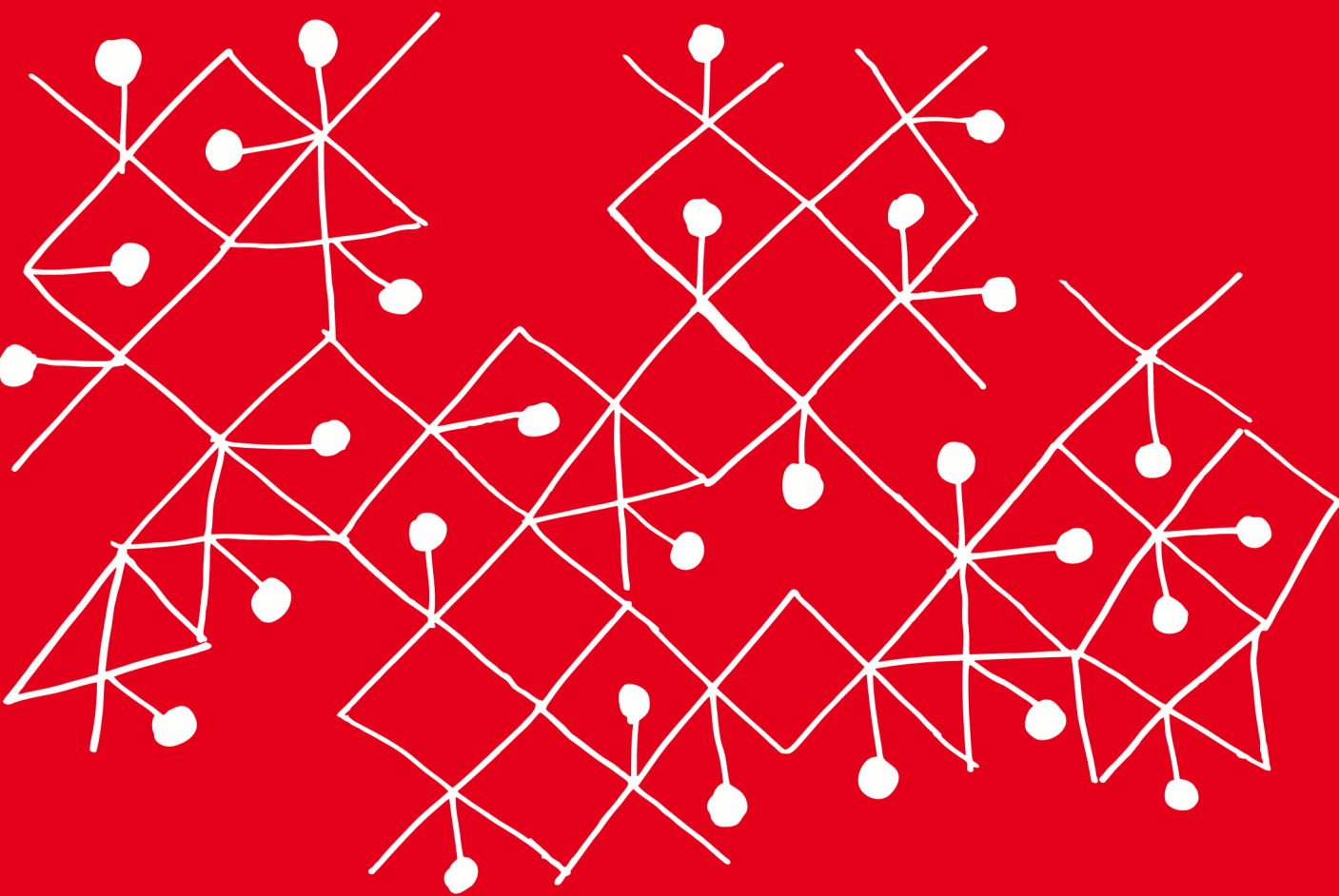
- **WalktheChat** - konto poświęcone Wechat zawierające informacjami o tej platformie, wskazówki etc.
- **China-Channel (ChCh)** - jw.
- **EUSMECentre** 欧洲中小企业中心 - konto zawiera wskazówki w zakresie marketingu, prawa etc. dla przedsiębiorstw z EU działających w Chinach.

## 9. Podsumowanie

W wymiarze promocyjno-gospodarczym konta na Wechat mogą być prowadzone przez instytucje, stowarzyszenia branżowe, czy przedsiębiorstwa z Polski - szczególnie te, które prowadzą aktywne działania w Chinach. Prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych może być uzupełnione przez publikacje na Weibo (chiński odpowiednik Twittera).

Z uwagi na utrudnienia techniczne i kulturowe, organizacje, które planują otwarcie kont powinny odpowiednio się przygotować, czyli przede wszystkim dobrać odpowiedni rodzaj konta, sposób rejestracji oraz osobę/firmę, która będzie prowadzić konto.

Warto nastawić się na działanie w dłuższej perspektywie, gdyż, co oczywiste, zdobycie fanów wymaga czasu, a z drugiej strony najpewniej nie uniknie się pewnych trudności w dopasowaniu treści do chińskich odbiorców.



**INNOWACYJNA GOSPODARKA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO  
ROZWOJU**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego