

# 长享瑞月报

这篇文章以一个相对新颖的角度看待社交媒体。营销中的社交媒体可能是一把双刃剑。疫情已经使适应变化和数字化成为所有行业生存和发展的关键因素。这篇文章表示帖子的质量和透明度对于提高潜在客户和潜在雇员的转换率非常重要。

## 养老行业运营商为社交媒体新时代制定战略——第一部分

那是半夜，Priority Life Care的首席执行官Severine Petras辗转反侧，无法入睡。她对这一场疫情记忆犹新，她正在深入研究了解公司的社交媒体形象。

她经常会注意到一些不合适的细节，比如没有正确佩戴口罩或背景中有尴尬的场面，并提醒她团队的其他成员，这张照片“不适合在社交媒体上使用”。这种情况并不少见，以至于她开玩笑说，她“让组员有了轻度的创伤后应激障碍”。

Petras在弗吉尼亚州阿灵顿举行的2022年养老行业新闻销售峰会上说：“我花了很多时间反复推敲揉和我们的社交媒体，它让我感觉有点紧张。”

Petras对社交媒体的忧虑与行业内其他人一样。虽然社交平台如果运用得当，可以成为一个强大的工具，但它也同样容易引发营销失误。

Juniper社区创始人兼首席执行官Lynne Katzmann担心，社交媒体的出现对公众看待养老院的方式产生了负面影响，并使年龄歧视更为严重，她看到这种趋势在疫情期间正在加速上升。

Katzmann告诉《养老行业新闻》：“个人偏好会强化每个人获得信息的途径和模式，所以除非自己寻求，否则很难得到一个平衡的观点。这更加强了每个人对某一问题的特定看法。在我们的行业中，与疫情有关的恐惧往往造成大众对我们行业和老年人一连串的负面评论，这强化了对老龄化的负面看法。因此出现了年龄歧视。”

虽然一些养老院运营商宁愿完全远离网络，但互联网会继续留在养老行业。无论经营者是否愿意，潜在住户和他们的家人在做研究时，首先会转向养老院在Facebook或Instagram等社交媒体平台上的页面。而且，潜在的住户并不是唯一在社交媒体上查看社区动态的人群，潜在的工作人员也在其中。

### 社交媒体并不是一个独立的营销策略

在当前和未来的社交媒体环境中，养老院运营商需要谨慎且积极地推动销售和招聘。对于那些能够做到这一点的运营商来说，投资回报率可以成为一个差异化因素。但这样做需要一个整体的营销计划。

Harbor Retirement Associates公司的营销和传播总监Ginger Atwood告诉《养老行业新闻》：“它永远不应该被视为一个独立的营销策略。”

当Atwood在2021年加入HRA时，这家位于佛罗里达州维罗海滩的公司的每个社区都有自己的Facebook页面，由社区自己进行管理。Atwood估计，这其中约15%的社区持续更新他们的Facebook页面。

为了提高参与度和扩大在线覆盖面，HRA与其线上营销机构合作，创建了一个在线门户网站，社区代表在网站上可以上传图片和内容，并将其发送到公司层面。

在更完善地构建公司的社交媒体战略后，HRA看到在线社区参与度在六个月内从15%增加到85%。Atwood表示：“帖子的质量大幅提高。且重要的是，社交媒体到网站的转化率增加了35%。”

Harbor Retirement Associates在14个州经营着36个社区。虽然它们都是豪华社区，但Atwood说：“不同地区买家的特点都有些不一样。”

她说：“我们对阿拉巴马州贾斯珀社区的潜在客户的讲话方式与我们对新泽西州普林斯顿社区的潜在客户的讲话方式会有所不同。”

潜在客户通过Facebook页面链接跳转到网站，潜在的工作人员也是如此。

总部位于新泽西州布卢姆菲尔德的Juniper Communities公司发现，潜在的员工会在Facebook上找到公司，然后跳转到其他网站，如Indeed。但在那之后，公司对他们的了解很少。

Katzmann告诉《养老行业新闻》：“一旦潜在的员工从Facebook跳转到Indeed，我们就失去了他们。我们无法追踪他们是否真正申请过。”

因此，Juniper改变了策略。该公司大约一年前开始使用招聘广告，并建立了一个带有简单表格的登陆页面，供员工填写。Juniper现在还可以准确地追踪有多少Facebook用户从Juniper的广告跳转到在线申请。如果这些用户去了Indeed等其他网站，他们就无法做到这一点。

WelcomeHome（一家养老院CRM软件公司）的营销副总裁Chris Mohrman说：“养老院运营商应该将他们的在线社交媒体战略分为两个部分：自然流量和付费广告。”

Mohrman告诉SHN说：“付费的部分更直接一些。因为你可以决定信息的内容，而且信息是与特定的受众分享的。在自然流量方面，我认为有机会，但它变得更具有挑战性。”

然而，网络营销的成功之路充满了带有警告性质的故事。2021年，一位Priority Life Care的护士长成为了一场在线骚扰活动的受害者，该活动包括一个假的Facebook个人资料和含有种族主义和粗俗语言的恶搞信息。

通过私人调查员和警方的帮助，Priority Life Care公司得以洗刷该员工的罪名。但到那时，这个故事已经传播到了几家新闻出版物上。对Petras来说，有价值的教训是，使用社交媒体需要仔细考虑和规划。

Petras说：“你必须保护自己，你必须为你的员工和居民做正确的事情。”

原文链接：

<https://seniorhousingnews.com/2023/01/12/tiktok-on-the-clock-how-senior-living-operators-set-social-media-strategies/>

长享瑞养老地产投资公司是一家专注于养老地产市场的私人房地产投资公司。作为 Suske 资本与朗达资本强强联合的产物，长享瑞团队在房地产以及养老地产开发行业积累了总计超过 55 年的专长和经验，达成的交易总量超过 50 亿加元。

如果您想了解更多有关长享瑞公司及项目的信息，欢迎访问我们的网站：[www.chanceryseniors.com](http://www.chanceryseniors.com)