

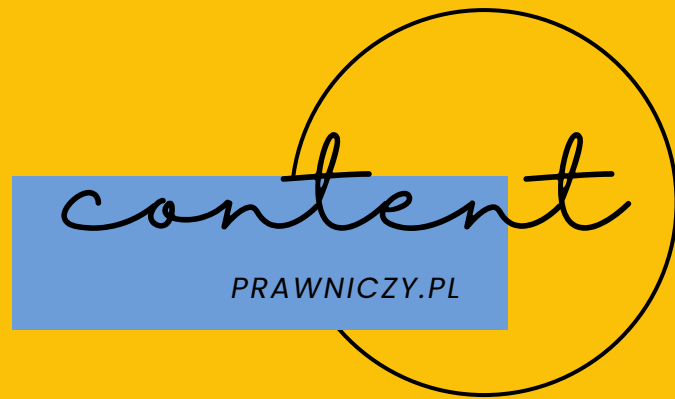


content

PRAWNICZY.PL

CHECKLISTA STRATEGII MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH





Stworzenie dobrego planu dla mediów społecznościowych może być proste.

Strategia to pierwszy krok do rozwoju marki i biznesu w mediach społecznościowych.

Przejrzyj uważnie tę listę kontrolną i nie spiesz się. Zastanów się i odpowiedz na wszystkie pytania tak dobrze, jak potrafisz. Gdy już skończysz, będziesz mieć ten dokument, takiego Świętego Graala, który zawsze będziesz mógł mieć pod ręką.

Krok 1: Ustaw inteligentne cele

Zastanów się, czego chcesz od mediów społecznościowych.

Czy jest to więcej klientów?

Większa
sprzedaż?

Czy po prostu informowanie ludzi o Twojej firmie?

Twoje cele muszą być SMART:

Konkretne, mierzalne, osiągalne, istotne i określone w czasie.

Cele te będą miały wpływ na wybór platformy, rodzaje treści i częstotliwość publikowania i nie tylko. Zapisz swoje cele w prostych słowach. Te cele pomogą kształtować to, co robisz w mediach społecznościowych.

Pytania do przemyślenia:

- Chcesz znaleźć nowych klientów?
- Chcesz sprzedawać więcej produktów?
- Chcesz, żeby o Twojej firmie dowiedziało się więcej osób?
- Czy jest coś konkretnego, co chcesz osiągnąć?

Krok 2: Poznaj swoją grupę docelową

Poznaj osoby, do których chcesz dotrzeć w mediach społecznościowych.

Co lubią?

Gdzie spędzają czas online?

Dzięki temu możesz tworzyć treści, które im się spodobają.

Pytania do przemyślenia:

- Kim są Twoi potencjalni klienci?
- Jakie są ich pragnienia?
- Opracuj szczegółową osobę kupującego (personę), biorąc pod uwagę dane demograficzne i psychografikę.

- Analizuj wiek, płeć, miejsce zamieszkania.
- Przeanalizuj dobrze działające platformy społecznościowe konkurencji, częstotliwość publikowania postów i typy treści.
- Zidentyfikuj platformy mediów społecznościowych, na którymch najlepiej będzie nawiązać z nimi kontakt.

Krok 3: Przeprowadź audyt mediów społecznościowych

Przyjrzyj się swoim kontom w mediach społecznościowych. Zanim przejdziemy dalej, konieczne jest zrozumienie swojego obecnego statusu.

Przeprowadź dokładny audyt. Zobacz co jest skuteczne, a co wymaga poprawy. Jak dużo ludzi pójdzie za Tobą?

Pytania do przemyślenia:

- Oceń liczbę obserwujących i trendy wzrostu.
- Oceń średni poziom zaangażowania.
- Identyfikuj posty, które najbardziej rezonują z odbiorcami.

Krok 4: Zdefiniuj filary treści

Wybierz kilka głównych rzeczy, o których będziesz mówić w mediach społecznościowych. Aby stworzyć spójne i zróżnicowane treści, należy ustanowić filary treści reprezentujące różne aspekty marki dla Twojego klienta.

Filary te stanowią ramy dla spójnego przekazu na różnych platformach.

To są główne tematy Twoich postów.

To sprawi, że Twoje treści będą bardziej interesujące i pomogą ludziom wiedzieć, czego się po Tobie spodziewać.

Pytania do przemyślenia:

- Zidentyfikuj tematy, które są zgodne z wartościami i celami Twojej marki.
- Utwórz 3-5 filarów treści.
- Przemyślcie pomysły na treści w ramach każdego filaru.

Krok 5: Utwórz harmonogram

Zastanów się, czym chcesz się podzielić w mediach społecznościowych.

Harmonogram działa jako dobrze zorganizowany plan dystrybucji poczty.

Systematycznie planuj swoje posty, aby zachować spójność.

Utwórz harmonogram swoich postów. Do planowania możesz użyć prostego arkusza kalkulacyjnego. Dzięki temu Twoje treści są uporządkowane i masz pewność, że publikujesz regularnie.

Pomysły:

- Zbuduj swój kalendarz treści w układzie miesięcznym, dwutygodniowym.
- Użyj arkuszy kalkulacyjnych lub planerów, aby szczegółowo opisać wszystkie aspekty każdego postu.
- Skorzystaj z narzędzi do planowania, takich jak Notion, Later, HootSuite, Metricool.

Krok 6: Stwórz swój ekosystem

Zaplanuj, jak często będziesz publikować i o czym będziesz publikować. Zdecyduj, czy to zrobisz przy użyciu narzędzi do planowania swoich postów.

Wskazówki:

- Jak często możesz publikować bez wypalenia się?
- Jakich narzędzi będziesz używać do tworzenia i planowania postów?
- Rozważ utworzenie standardowych procedur operacyjnych dla swojego procesu (co?, kiedy?, jak często?).

Krok 7: Zbuduj lejek w mediach społecznościowych

Pomyśl o mediach społecznościowych jak o podróży. Zbuduj lejek mediów społecznościowych z etapami zaprojektowane z myślą o świadomości, zaangażowaniu i sprzedaży. Zacznij od postów, które przedstawiają Twoją firmę.

Następnie zaangażuj ludzi w interaktywne treści.

Na koniec pokaż im swoje produkty lub usługi, gdy będą gotowe.

Etapy lejka:

- **Świadomość:** przeprowadź burzę mózgów na temat pomysłów na treści, które przyciągną uwagę zwolenników idei, którzy nie wiedzą, kim jesteś. Używaj dobrych haczyków. Opowiadaj historie w postaciach i rolkach.
- **Zaangażowanie:** przeprowadź burzę mózgów na temat pomysłów na treści, które zainspirują interakcję i kontakt z odbiorcami poprzez interaktywne treści, konkursy, ankiety, i treści tworzone przez użytkowników. Buduj relacje i buduj zaufanie.
- **Sprzedaj:** Zaprezentuj swoje produkty lub usługi. Wdrażaj przekonujące posty, promocje, referencje i wezwania do działania.