

KÖZÖSSÉGI MÉDIA

STRATÉGIA

 Stratégia Leírás / Dátum

Válassza ki a közösségi hálózatokat
Fedezze fel, hogy közönsége hol vesz részt aktívan a közösségi médiában, hogy felfedezze a legnagyobb lehetőségeit.

Mely hálózatok kapják a legtöbb forgalmat?
Használja ezt a Google Analytics egyéni jelentést, hogy megtalálja a legnagyobb forgalmú közösségi hálózatokat.

|  |  |
| --- | --- |
| HÁLÓZAT | FORGALMI MÉRŐSZÁM |
| Facebook |  |
| Twitter |  |
| LinkedIn |  |
| Pinterest |  |
| Google+ |  |
| Tumblr |  |
| Instagram |  |
| Snapchat |  |

Mely hálózatok a legnépszerűbbek a versenytársai követői körében?
A versenytársai valószínűleg hasonló közönséggel rendelkeznek, akiket a közösségi médián
keresztül szeretne márkájához vonzani.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| HÁLÓZAT | {VERSENYTÁRS} | {VERSENYTÁRS} | {VERSENYTÁRS} | {VERSENYTÁRS} | {VERSENYTÁRS} |
| Facebook |  |  |  |  |  |
| Twitter |  |  |  |  |  |
| LinkedIn |  |  |  |  |  |
| Pinterest |  |  |  |  |  |
| Google+ |  |  |  |  |  |
| Tumblr |  |  |  |  |  |
| Instagram |  |  |  |  |  |
| Snapchat |  |  |  |  |  |

##

## Sorolja fel közösségi hálózatait

Hozzon létre egy fő listát az aktív közösségi média fiókjairól.

Közösségi hálózat:

Céges felhasználónév:

Közösségi hálózat:

Céges felhasználónév:

Közösségi hálózat:

Céges felhasználónév:

Közösségi hálózat:

Céges felhasználónév:

Közösségi hálózat:

Céges felhasználónév:

2. Tervezze meg a megosztandó tartalmakat

A közösségi médiában való részvétel magában foglalja a követők által kedvelt tartalmaklétrehozását és megosztását. Tervezzük meg, hogyan és mit fog létrehozni, és hogyan
fog résztvenni a beszélgetésben.

## Melyek az Ön szakterületének témái?

Sorolja fel a közösségi hálózatokon megosztott tartalom témáinak és altémájának listáját
(mind a kurátori, mind a saját tartalom esetében).

* Téma
	+ - Altéma
* Téma
	+ - Altéma
* Téma
	+ - Altéma
* Téma
	+ - Altéma

Mit tudsz létrehozni?

Nézzük meg, milyen források állnak rendelkezésedre a tartalom létrehozásához. Ez egy
magas szintű áttekintés arról, hogyan fogsz megosztásra alkalmas tartalmat létrehozni.

### Grafikai tervezés

Eszközök: {Lista}

Csapattagok/tehetségek: {Nevek}

### Video

Eszközök: {Lista}

Csapattagok/tehetségek: {Nevek}

Writing

Eszközök: {Lista}

Csapattagok/tehetségek: {Nevek}

Kurátori tartalom

Eszközök: {Lista}

Csapattagok/tehetségek: {Nevek}

### Kampányok

Eszközök: {Lista}

Csapattagok/tehetségek: {Nevek}

Tone

Három szó, amely leírja a tartalomkészítéshez való hozzáállását: {Lista}

Hogyan fog részt venni a beszélgetésben?

Tervezze meg azokat az időpontokat, amikor figyelni és hallgatni fog. Blokkold ki ezeket
az időpontokat a határidőnaplódban, és állíts be értesítéseket, amelyek emlékeztetnek
a közösségi hálózatokon történő bejelentkezésre.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| HÉTFŐ | KEDD | SZERDA | CSÜTÖRTÖK | PÉNTEK | SZOMBAT | VASÁRNAP |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |



3. Készítse el közösségi média promóciós tervét

Most, hogy már tudod, milyen hálózatokon leszel - és milyen módon fogod használni őket -, itt az ideje, hogy elkészítsd a tervet.

## Határozza meg céljait

Mit szeretne elérni a közösségi médiával?

Határozza meg az első számú okot, amiért a közösségi médiát használja: {Az ok}

Hogyan fogja mérni ezt a célt? {Mérőszám}

Mennyit szeretne kapni ebből a mérőszámból hetente/havonta: {Szám per időkeret}

Hogyan fogja mérni ezt a mérőszámot? {A cél mérésére használt eszköz(ök)}

Milyen gyakran fogja mérni? {Az időpont/nap/gyakoriság, amikor mérni fogsz}

Tervezze meg, hogy milyen gyakran fogja megosztani.

A napi megosztási gyakoriság ismerete segít abban, hogy megértse, mennyi tartalmat kell készítenie és milyen változatosságot kell hozzáadnia a közösségi megosztásokhoz.

Facebook: {Szám per időkeret}

Twitter: {Szám per időkeret}

LinkedIn: {Szám per időkeret}

Pinterest: {Szám per időkeret}

Google+: {Szám per időkeret}

Tumblr: {Szám per időkeret}

Instagram; {Szám per időkeret}

Snapchat: {Szám per időkeret}

Tartalommegosztási terv felvázolása

Most elemezd, hogy hányszor fogsz megosztani egy adott tartalmat, például egy blogbejegyzést. Ez lesz a sablonja egy-egy projekt közösségi médián keresztüli megosztásához.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MIKOR | FACEBOOK | TWITTER | LINKEDIN | PINTEREST | GOOGLE+ | TUMBLR | INSTAGRAM | SNAPCHAT |
| Közzétételkor |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Másnap |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 nappal utána |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 hét után |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 hónap után |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Egyedi |  |  |  |  |  |  |  |  |

## Tervezze meg költségvetését

Minden kiadásba úgy belevágni, hogy nem tudod, hol húzódik a költségvetési vonal, szuper rossz ötlet.

Mennyi pénzt tudsz havonta elkülöníteni a fizetett közösségi média promócióra? {szám}

Mely közösségi hálózatokon fog kísérletezni a fizetett promócióval? {Szociális hálózatok neve}

## Kövesse nyomon a felturbózott posztjait

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| FUTTATÁS DÁTUMA | CSATORNA | KÖLTSÉGVETÉS | CÉLKÖZÖNSÉG | A FELTURBÓZOTT BEJEGYZÉS CÉLJA | EREDMÉNYEK |
| 12/1 – 12/25 | Facebook | $20 naponta | 5-10 éves korú szülők | Oldalmegtekintések növelése  | 25%-kal nőtt az oldal letöltések száma |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |