

**ZOSTAŃ
PROFESJONALNYM**

SPECJALISTĄ DS.

**MEDIÓW
SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

PRZESTAŃ BYĆ TWÓRCA LUB ODTWÓRCĄ TREŚCI.
WEJDŹ NA WYŻSZY POZIOM PRO - ZOSTAŃ
CERTYFIKOWANYM SPECJALISTĄ DS. MEDIÓW
SPOŁECZNOŚCIOWYCH Z IMOK.EDU.PL

CHECKLISTA

Oto checklista zadań dla specjalisty ds. mediów społecznościowych (social media manager), która pomaga zorganizować codzienne obowiązki i zadania:

1. Planowanie strategii:

- Określenie celów kampanii na mediach społecznościowych.
- Wybór platform mediów społecznościowych.
- Ustalenie grupy docelowej i persona.

2. Tworzenie treści:

- Planowanie kalendarza publikacji.
- Tworzenie spersonalizowanych treści, takich jak posty, zdjęcia, wideo itp.
- Optymalizacja treści pod kątem każdej platformy.

3. Publikowanie:

- Ustalanie odpowiednich dni i godzin publikacji.
- Wybór i używanie narzędzi do zarządzania publikacjami.
- Dodawanie hashtagów i tagów do treści.

4. Monitorowanie i zaangażowanie:

- Monitorowanie aktywności użytkowników, komentarzy i wiadomości.
- Odpowiadanie na komentarze i pytania od użytkowników.
- Tworzenie relacji z klientami i społecznością.

5. Analiza i raportowanie:

- Śledzenie wskaźników zaangażowania (engagement metrics) i analiza wyników.
- Tworzenie regularnych raportów z wyników kampanii.
- Dostosowywanie strategii na podstawie analizy danych.

6. Kampanie reklamowe:

- Planowanie i wdrażanie płatnych kampanii reklamowych.
- Optymalizacja budżetu i targetowania reklam.

7. Kreowanie grafiki i multimedia:

- Tworzenie grafik, zdjęć i wideo.
- Używanie narzędzi do edycji grafiki i wideo.

8. Zarządzanie społecznością:

- Budowanie lojalności i zaufania wśród obserwujących.
- Rozważanie organizacji konkursów i akcji promocyjnych.

CHECKLISTA

9. Badanie konkurencji:

- Monitorowanie działań konkurencji na mediach społecznościowych.
- Wnioskowanie z działań konkurentów.

10. Etyka i zasady

- Przestrzeganie zasad etyki i regulaminów platform społecznościowych.
- Utrzymywanie szanującego prywatność podejścia.

11. Brand visual identity

- Rozwijanie i utrzymywanie spójności wizerunku marki na mediach społecznościowych.

12. Nadzór nad budżetem:

- Zarządzanie budżetem na kampanie reklamowe i narzędzia.

13. Kontrola jakości:

- Sprawdzanie treści pod kątem błędów i spójności.

14. Raportowanie do przełożonych:

- Przygotowywanie regularnych raportów dla kierownictwa.

15. Kryzysowe zarządzanie:

- Opracowanie planu reagowania na ewentualne kryzysy lub negatywne sytuacje.

16. Dokumentacja i archiwizacja

- Przechowywanie kopii treści, raportów i dokumentacji związanej z kampaniami.

17. Reagowanie na zmiany algorytmów:

- Śledzenie zmian w algorytmach mediów społecznościowych i dostosowywanie strategii.

18. Ciągłe doskonalenie:

- Uczestnictwo w spotkaniach branżowych i szkoleniach, aby być na bieżąco z najnowszymi trendami.

To tylko ogólna lista zadań, które social media manager może wykonywać. Każda firma może mieć swoje specyficzne wymagania, więc ważne jest dostosowanie checklisty do konkretnych potrzeb i celów organizacji.

CHECKLISTA

Oto przykładowa lista codziennych zadań specjalisty ds. mediów społecznościowych, rozpisana na godziny od 8:00 do 16:00, uwzględniająca działania na platformach Facebook i Instagram:

8:00 - 8:30 | Przygotowanie:

- Przegląd wiadomości e-mail i powiadomień / odpowiadanie, reagowanie.
- Przegląd zaplanowanych publikacji i przygotowanych materiałów.
- Sprawdzenie czy publikacje mają odpowiednie dla realizacji celu CTA.
- Sprawdzenie aktualności branżowych i nowości na Facebooku i Instagramie.

8:30 - 9:30 | Planowanie i Analiza:

- Aktualizacja kalendarza publikacji.
- Przeglądanie wyników z poprzedniego dnia (zasięg, zaangażowanie).
- Określenie i sprawdzenie głównych celów na dzień / tydzień / miesiąc.

9:30 - 10:30 | Tworzenie Treści:

- Tworzenie treści - różne formaty - redystrybucja
- Wykorzystanie narzędzi AI (grafiki, transkrypcje, wideo, pdf-y, napisy do wideo).
- Kontakt w sprawie nowych materiałów (teksty, wideo).

10:30 - 11:00 | Publikacja:

- Planowanie i planowane publikacje na Facebooku i Instagramie.

11:00 - 12:00 | Zarządzanie Społecznością:

- Ponowne monitorowanie komentarzy i wiadomości na Facebooku i Instagramie.
- Odpowiadanie na pytania i interakcja z użytkownikami.
- Aktywność na innych profilach.
- Budowanie relacji i zaangażowania.

CHECKLISTA

12:00 - 13:00 | Lunch:

- Przerwa na lunch i odświeżenie.

13:00 - 14:00 | Kampanie Reklamowe:

- Zarządzanie płatnymi kampaniami na Facebooku i Instagramie.
- Optymalizacja budżetu i targetowania reklam.

14:00 - 15:00 | Analiza Wyników:

- Przegląd wyników kampanii reklamowych.
- Aktualizacja danych w raportach.

15:00 - 15:30 (Tworzenie Raportów):

- Tworzenie raportów z wyników działań na mediach społecznościowych.

15:30 - 16:00 | Kontrola Jakości i Przygotowanie na Dzień Następny:

- Sprawdzanie treści pod kątem błędów.
- Przygotowanie zaplanowanych postów na kolejny dzień.

Oczywiście, ta lista jest tylko przykładem i może być dostosowana do konkretnej sytuacji i potrzeb firmy. Warto również uwzględnić okresowe zadania, takie jak organizacja konkursów, analiza konkurencji, czy tworzenie strategii długoterminowej.

Specjalista ds. mediów społecznościowych powinien być elastyczny i dostosowywać swoje działania w zależności od bieżących wyzwań i celów firmy.

ZDOBĄDŹ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ NA RYNKU!

Rozwiń swoje kompetencje z najlepszymi ekspertami. **Zdobądź certyfikat i zaświadczenie MEN z kodem zawodu Specjalista ds. mediów społecznościowych.**

Dołącz do szkolenia teraz! Zdobądź kompleksowy pakiet umiejętności.

KLIKNIJ I DOŁĄCZ



Masz pytania? Chcesz porozmawiać o szkoleniu?

Skontaktuj się z nami:



kontakt@imok.edu.pl



+48 798 767 705