

چگونه برای مدیریت شبکه های اجتماعی زمان بندی کنیم؟

چگونه تقویم

شبکه های اجتماعی درست کنیم؟



نویسنده: مهران منصوری فر

تقویم شبکه های اجتماعی کمک می کند که برنامه ریزی بهتری برای سازمان دهی و انتشار محتوای خود در شبکه های اجتماعی داشته باشید.

کیفیت محتوای تولید شده در شبکه های اجتماعی یکی از مهم ترین راه های درگیر کردن مخاطب و افزایش تعداد فالوورها است. بنابراین اولین کاری که هر بازاریاب محتوایی باید انجام دهد این است که اهداف ماهانه ای در نظر بگیرد و برای رسیدن به این اهداف، برنامه تولید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی را به صورت هفتگی تنظیم کند. این کار نه تنها در زمان تیم تولید محتوا صرفه جویی می کند بلکه کیفیت محتوای تولیدی را نیز بالا می برد. در ادامه مراحل ساخت تقویم شبکه های اجتماعی را بررسی می کنیم.



۱- برای شبکه های اجتماعی اهداف ماهانه تعریف کنید

برای اینکه تشخیص دهید چه نوع محتوایی بیشتر مورد توجه قرار گرفته است باید محتوای به اشتراک گذاشته شده در شبکه های اجتماعی را مدام تحت نظر داشته باشید. به عبارتی برندها برای بررسی کمپین های بازاریابی باید عملکرد این کمپین ها را مورد بررسی قرار دهند و ببینند تولید چه نوع محتوایی مخاطب و مشتری بیشتری برای آنها داشته است. اهداف ماهانه برای بازاریابان شبکه های اجتماعی به دو دسته افزایش ترافیک وبسایت و افزایش میزان فروش تقسیم می شود. با بررسی معکوس اهداف بلندمدت، می توانید اهداف کوتاه مدتی بسازید که رسیدن به اهداف بزرگ را راحت تر می کنند.

اهداف کوتاه مدت باید خاص و کوچک بوده و مدت زمانی که برای رسیدن به آنها تعیین می شود واقع گرایانه باشد. اهداف کوتاه مدت معمولا به پنج دسته تقسیم بندی می شوند:

- محتوا
- فالوئرها یا دنبال کنندگان
- ترافیک سایت
- مشترکین
- فروش

جهت سهولت در مدیریت شبکه های اجتماعی برای هر دسته بندی تصمیم بگیرید و مشخص کنید که قصد دارید به چه هدفی برسید و سپس آن را به تقویم شبکه های اجتماعی اضافه کنید. در پایان هر ماه عملکرد هر بخش را بررسی کنید. ببینید چه کارهایی بهتر جواب داده اند و با توجه به این موضوع برای اهداف آینده برنامه ریزی کنید.

در زمان هایی که از قبل مشخص کرده اید
مطالب را منتشر کنید.

مدیریت



۲- برای نوع محتوای مورد نظر تصمیم بگیرید

هدف از تهیه تقویم شبکه های اجتماعی، ساختن قالبی برای محتوا است که بتواند بهتر با مخاطبان ارتباط برقرار کند و میزان فروش محصول یا خدمات را افزایش دهد. پیش از ساختن تقویم، کمپین های متفاوتی را طراحی و اجرا

کنید. برای این کار باید ابتدا نوع محتوایی که بتواند موضوع کسب و کار شما را بهتر نشان داده و مخاطبان را افزایش دهد تعیین کنید. برخی از عمومی ترین انواع محتوا عبارتند از:

- پست های وبلاگ
- نقل قول ها و جملات انگیزشی
- پست هایی در ارتباط با تبلیغ محصول یا خدمات
- محتوای تولید شده توسط کاربران
- اطلاعات و رویدادها

محتوای هر کسب و کاری بر اساس نیازهای آن تعیین می شود. به عنوان مثال محتوای مرتبط با یک سایت سلامتی شامل ویدئوهای ورزشی، معرفی باشگاه ها، کلینیک ها و برنامه های ورزشی و تغذیه می شود. بعد از انتخاب دسته بندی محتوا در مورد محتوای اصلی، محصولات، رویدادها و پروموشن ها برنامه ریزی کنید.

قبل از آغاز هر ماه نیز در مورد تولید محتوا، طراحی عکس و به اشتراک گذاری آن ها تصمیم بگیرید و برنامه ریزی های لازم را انجام دهید.



گوگل درایو، یک سرویس میزبانی فایل است که توسط گوگل ارائه می شود. در این سرویس، کاربر می تواند اطلاعات خود را در فضای ابری قرار دهد.



۳- ساخت تقویم را آغاز کنید

برای ساختن تقویم شبکه های اجتماعی دو راه پیش رو دارید. اینکه خودتان و بر اساس نیازی که دارید، تقویم را تهیه کنید یا اینکه قالب های موجود در اینترنت را دانلود کرده و از آن ها استفاده کنید. ما در ادامه مراحل ساخت تقویم محتوا به وسیله spreadsheet های Google Drive را بررسی خواهیم کرد.

ابتدا وارد Google Drive شده و وارد حساب کاربری خود شوید. سپس روی New کلیک کرده و new spreadsheet را انتخاب کنید. روی title بزنید و یک عنوان مناسب وارد کنید. حال می‌توانید این صفحه را که شبیه به صفحه‌های اکسل است به سلیقه خود طراحی کنید و قالب خودتان را برای تقویم شبکه‌های اجتماعی بسازید. برای برنامه‌ریزی روزهای هفته به هفت ستون احتیاج خواهید داشت بنابراین هفت ستون انتخاب کنید و ستون‌های اضافی را پاک کنید تا فضای بازتری داشته باشید. قابلیت داکيومنت‌های نرم‌افزار آفیس مانند Merge کردن ستون‌ها، تغییر فونت، رنگ و استایل در این برنامه به شما داده شده است پس می‌توانید تمام تنظیمات را به سلیقه خود تغییر دهید. همچنین می‌توانید ردیف‌های مورد نظر را ثابت یا Freeze کنید تا با پایین آوردن صفحه در جای خود باقی بمانند. روزهای هفته را همراه با تاریخ وارد کنید و برنامه تولید محتوا را به تفکیک هر شبکه اجتماعی مشخص کنید.

برای هر نوع محتوا یک رنگ مخصوص در نظر بگیرید تا آن‌ها را به راحتی از یکدیگر تشخیص دهید. تاریخ انتشار، توضیح پست‌ها، URL‌ها، عکس‌ها، سایر اقدامات کمپین و هر جزئیات دیگری که نیاز به بررسی دارد را مشخص کنید. همچنین اگر می‌خواهید هر هفته روی موضوع مخصوصی کار کنید، یک ستون باز کرده و در مورد جزئیات آن توضیح دهید.

برای مناسبت‌ها و رویدادها حتما مطالبی آماده و ارسال کنید
این کار تاثیرات اثربخشی خواهد داشت.

تاریخ



۴- به تقویم خود محتوا اضافه کنید

صفحه جداگانه‌ای که برای انتشار محتوا برنامه‌ریزی کرده بودید را باز کنید و با توجه به آن ایام هفته را پر کنید. می‌توانید کمی خلاقیت به خرج داده و

برای هر نوع محتوا یک رنگ مخصوص در نظر بگیرید تا راحت تر تشخیص داده شود. اگر برای انتشار محتوا ساعت به خصوصی در نظر گرفته اید، آن را نیز وارد کنید. می توانید برای هر روز چند ردیف اضافه در نظر بگیرید و رویدادهای مهم برای تولید محتوای خاص و مناسبی را یادداشت کنید. در نظر گرفتن یک رنگ مخصوص برای هر شبکه اجتماعی نیز کمک می کند در یک نگاه متوجه شوید چه تعداد پست در طول هفته در هر کدام از آنها منتشر خواهید کرد. اگر حجم محتوایی که برای هر شبکه اجتماعی در نظر گرفته اید زیاد است می توانید از تقویم های مجزا برای هر کدام استفاده کنید.



۵- پست ها را بسازید، زمان بندی کرده و منتشر کنید

حال که برای انتشار پست ها در شبکه اجتماعی برنامه ریزی کردید زمان آن رسیده است تا محتوای مورد نظر را تولید کنید. جستجو و جمع آوری محتوا کار ساده ای است. با توجه به موضوع کسب و کار خود برای وبلاگ پست تهیه کرده و عکس طراحی کنید. اگر دقت کرده باشید برخی برندها برای تهیه پست های خود از قالب های یکسان استفاده می کنند. اگر قصد دارید با نظم بیشتری محتوا تولید کنید، سایت های زیادی در سراسر اینترنت وجود دارند که برای شبکه های اجتماعی قالب ارائه می دهند. می توانید از این قالب ها ایده بگیرید و طرح مورد نظر خود را پیاده سازی کنید.

با استفاده از RelayThat تصویر مورد نظر خود را طراحی کنید سایت RelayThat یک پلتفرم طراحی است که به غیرگرافیک ها کمک می کند تصاویر زیبا بسازند. تنها کافی است شکل تصویر مورد نظر (دایره یا مربع بودن و سایر تنظیمات مانند طول) را تعیین کرده و یک تصویر برای

پس زمینه انتخاب کنید. سپس می‌توانید لوگو و متن مورد نظر را به عکس اضافه کنید. سایر ویژگی‌های این سایت به شما اجازه می‌دهد همه چیز را شخصی‌سازی کنید و در نهایت تصویر مورد نظر خود را بسازید. با استفاده از Trello برنامه تولید محتوا را مدیریت کنید. Google Docs محل مناسبی برای ساخت تقویم شبکه‌های اجتماعی است. سایت Trello نیز ابزارهای تصویری مناسبی را برای مدیریت فرآیند تولید محتوا ارائه می‌دهد. لیست‌های ترلو دسته‌بندی‌ها را نشان می‌دهند و هر کارت نماینده محتوایی است که باید ساخته شود. می‌توانید کارت‌ها را بین لیست‌ها جابه‌جا کنید و با استفاده از برچسب‌های رنگی و توضیحات، جزئیات مربوط به هر محتوا را مشخص کنید. همچنین مشخص کردن محدوده زمانی یکی دیگر از ابزارهای Trello است که برای زمان دادن به پروژه‌ها می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد. این سایت ابزارهای زیادی را به رایگان در اختیار کاربران قرار می‌دهد و بردهای آن به راحتی میان اعضای تیم به اشتراک گذاشته می‌شود.

باتوجه به بازخوردی که از مشتریان خود می‌گیرید
برای خود یک چک لیست تهیه کنید.

مدیریت



6- محتوای تولید شده را بررسی کنید

حال که برای نوع محتوای مورد نظر در شبکه‌های اجتماعی تصمیم گرفتید و آن را منتشر کردید نوبت به بررسی نهایی می‌رسد. یک صفحه جداگانه بسازید و تمام پست‌هایی که منتشر کرده‌اید را به همراه ساعت انتشار یادداشت کنید. همچنین بنویسید که هر پست در کدام شبکه اجتماعی به اشتراک گذاشته شده است. این کار کمک می‌کند که آمار دقیقی از مطالب

منتشر شده داشته باشید تا در آینده راحت تر بتوانید بازخورد هر کدام از آن ها را مورد بررسی قرار دهید.

نتیجه گیری

استفاده از تقویم شبکه های اجتماعی کمک می کند برنامه ریزی بهتری برای تولید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی برند خود داشته باشید و کمپین های تبلیغاتی را هدفمندتر پیش ببرید. روش ها و ابزارهای بررسی شده در این مقاله کمک می کنند تقویم خود را بر اساس نیازها و سلايق شخصی بسازید و از فعالیت برند خود در شبکه های اجتماعی نتیجه بهتری بگیرید. هم چنین بتوانید به درستی مدیریت شبکه های اجتماعی خود را به عهده بگیرید. فراموش نکنید که برای ارزیابی فعالیت ها باید تمام پست های منتشر شده، میزان درگیر کردن مخاطبان، تعداد لایک ها، کامنت ها و فالوئر ها را به طور روزانه و به تفکیک هر شبکه اجتماعی مورد بررسی قرار دهید.