



Ведение социальных сетей

Социальные сети могут стать для вашего бизнеса палочкой-выручалочкой, но только при одном условии: регулярность. Просто проверьте себя по этому чек-листу - и мы гарантируем успех.

1. Ежедневно:

- ☐ **1.1** Выложить публикации;
если не пользуетесь сервисами автопостинга
- ☐ **1.2** Проверка своевременности выхода публикации;
если пользуетесь автопостингом, может быть сбой сервиса
- ☐ **1.3** Планирование и публикация активностей;
сториз, прямые эфиры и т.д.
- ☐ **1.4** Ответить на все сообщения и комментарии;
- ☐ **1.5** Мониторить упоминания компании/бренда и реагировать на них.

2. Еженедельно:

- ☐ **2.1** Нет постингу без контент-плана! Поэтому по воскресеньям проверяем и, при необходимости, корректируем к-п;
- ☐ **2.2** Подбор фото и видео для публикаций;
- ☐ **2.3** Анализ новостей в нише;

Сервисы, обновления, флешмобы и тренды.

☐ **2.4 Беглый анализ конкурентов.**

Акции, конкурсы, обновления.

3. Ежемесячно:

☐ **3.1 Подведение итогов месяца по критериям проекта;**

Продажи, заявки, прирост подписчиков, охваты, популярность постов, комментарии, успех проведенных конкурсов/акций и т.д

☐ **3.2 Планирование активностей на следующий месяц;**

Аакции, розыгрыши, конкурсы и т.д.

☐ **3.3 Планирование и создание контента:**

• отобрать портфолио за месяц (кейсы, отзывы и т.д); • продумать визуал (стиль, цвета и учесть специфику работы и сезон); • при необходимости, провести съёмку.

☐ **3.4 Проработка базового контент-плана. Он не является конечным результатом, но даёт понимание куда вы идёте;**

☐ **3.5 Обновление и создание рубрик исходя из итогов месяца.**

Какие рубрики пользуются наибольшим интересом у вашей ЦА, какие можно улучшить, какие вовсе убрать.

4. Ежеквартально:

☐ **4.1 Внимательно изучайте страницы своих конкурентов:**

• действия на странице: что постят, когда постят, какая реакция аудитории на это; • что интересно их подписчикам, т.е. и вашей ЦА: что комментируют, спрашивают, в чем их «боль»; • как оформлен профиль; • какие форматы коммуникаций выбирают; • как отвечают на комментарии, насколько быстро; • какие активности проводят и какой результат это им дает в цифрах, активности аудитории. ВАЖНО! Основная задача мониторинга конкурентов - не содрать у них идею, а знать, что они делают. Поступать так, чтобы быть на шаг впереди и чтобы ваш бизнес в итоге был лучше.

- ☐ **4.2** Анализ и корректировка цели и стратегии присутствия в соцсетях;
- ☐ **4.3** Смотрим эффективность использования той или иной площадки. Ведь может быть, что ваша аудитория в основном, в инстаграм, а вы деньги в рекламу вкладываете в вк и одноклассники).

Вот и всё. Знание этих пунктов и распределение их во временном пространстве поможет более точно расписать ваш план и список задач. А это, в свою очередь, поможет улучшить основные критерии вашей работы: продажи/заявки/регистрации, в общем конкретные лиды от ваших действий. Удачи вам в вашем деле! Анастасия Гризли

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?