

Sometoimenpidesuunnitelma kymmenellä askeleella (noin suunnilleen)

Askel 0: Benchmarking

Tutustu siihen, mitä muut tekevät sosiaalisen median avulla. Seuraa kilpailijoita ja onnistuneita sosiaalisen median tilejä, jotta näet miten muut toimivat ja mitä muut ovat tehneet onnistuakseen. Mikä saa heidän seuraajansa kiinnostumaan, jakamaan ja kommentoimaan? Missä kannattaa seurata heidän esimerkkiään ja missä kannattaa löytää aivan toisenlainen lähestymistapa?

Askel 1: Valitse tavoite

Valitse yksi tai useampi – pienemmän määrän hallinta on helpompaa

- Tunnettuuden kasvattaminen
- Liikevaihdon kasvattaminen
- Uusien asiakkaiden tavoittaminen
- Asiakaspalvelun tehostaminen
- Vuorovaikutuksen lisääminen
- Kävijäliikenteen kasvattaminen
- Liidien kerääminen
- Näkyvyyden kasvattaminen, esim. lehdistössä

Askel 2: Päätä miten seuraat toimivuutta

Mistä saat tarvittavat tiedot toimivuuden seuraamiseen? Mikä on se tieto, joka on oikeasti tärkeä?

Askel 3: Valitse kohderyhmä

Esimerkiksi ikäryhmä, sijainti, sukupuoli, kiinnostuksen kohteet, kieli

Askel 4: Valitse kanavat

Eri kohderyhmät käyttävät eri kanavia. Pyri olemaan siellä, missä saavutat valitun kohderyhmän. Kaikkiin kanaviin ei kannata panostaa, jos aikaa on rajatusti.

Askel 5: Valitse sisältötyypit

Mikäli tarpeen. Usein kanava itsessään ratkaisee tämän.

Askel 6: Valitse tyyli

Tähän rakentuu tavoitteiden, kohderyhmän, kanavien ja sisältötyypin varaan. Voit myös yhdistää tyylejä. Voit olla esimerkiksi faktapohjainen, mutta kannustaa ja innostaa seuraajia kokeilemaan näiden faktojen pohjalta. Voit lähestyä myös sisältöäsi hauskesti, neutraalisti, vakavasti tai tuttavallisesti.

Askel 7: Seuraajien sitouttaminen

Miksi joku haluaisi seurata sinua? Voit yrittää lahjoa itsellesi seuraajia alennuksilla, arvonnoilla tai kilpailuilla, mutta nämä seuraajat eivät ole tyypillisesti lojaaleja. On parempi sitouttaa seuraajia lähestymällä asiaa persoonallisesti henkilöesittelyillä, tarinoilla kulissien takaa tai muilla tarinoilla. Seuraajia voi saada myös tuottamalla lisäarvoa uutisilla tai ohjeilla. Interaktiivisuus kysymysten kautta tai antamalla seuraajille mahdollisuuden osallistua saattaa myös toimia.

Askel 8: Tuo nämä käytäntöön

8.1: Paljonko voin käyttää aikaa?

Päätä, että paljonko olet valmis käyttämään aikaa sosiaaliseen mediaan esimerkiksi päivittäin tai viikoittain. Huomaa, että

8.2: Paljonko yhden päivityksen tekemiseen kuluu aikaa?

Pyri vähentämään tätä mahdollisuuksien mukaan. Jos teet tekstipohjaisia päivityksiä, tee valmis pohja, josta näkyy kaikki muistettavat yksityiskohdat (esimerkiksi tervehdys, call-to-action eli kehoitus toimia, ja itse sisältö). Jos teet kuvia tai videota, tee itsellesi valmiiksi joko asetukset tai lista muistettavista asioista, kuten koko ja suodattimet. Jos editoit videon tai kuvan, tee valmis pohja, johon on sijoitettu asiat, jotka toistuvat.

Testaa kauanko sinulla menee tehdä päivitys. Tämä nopeutuu aikaa myöten, kun tekemiseen tottuu, mutta tietyt asiat, kuten videon lataaminen tai muuntaminen oikeaan muotoon, eivät nopeudu samalla tavalla.

8.3: Kuinka usein teet päivityksiä?

Laske tämä kahden edellisen pohjalta. Jos sinulla on viikossa kolme tuntia aikaa tehdä päivityksiä ja yhden päivityksen tekemiseen kuluu puoli tuntia, niin se tarkoittaa, että voit tehdä viikossa enintään kuusi päivitystä.

Muista kuitenkin ottaa huomioon myös tavoitteiden seuraaminen ja kommentteihin vastaaminen, jotka vaativat kaikki myös aikaa. Näitä voi helpottaa ottamalla käyttöön sosiaalisen median hallintaan suunnitellun ohjelmiston, joka auttaa keräämään tilastoja ja kommentteja samaan paikkaan.

Askel 9: Tee ohjeistus

Tämä ei ole pelkästään itseäsi varten, vaan myös muita mahdollisia päivittäjiä helpottamaan. Tämä auttaa pitämään päivitykset yhdenmukaisina ja nopeuttaa prosessia. Dokumentti muistuttaa myös asioista, joiden suhteen olet jo tehnyt päätöksiä.

Askel 10: Oppiminen

Kukaan ei osu oikeaan sosiaalisen median suunnitelmallaan ensimmäisellä yrityksellä ja vaikka osuisikin, käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa muuttuu nopeasti, joten myös sosiaalisen median päivitysten tai muun käytön pitää kehittyä sosiaalisen median mukana ja seuraajien odotusten mukana.

Tämän vuoksi olet määritellyt askeleessa kaksi tavat, joilla seuraat onnistumista. Jos et ole tyytyväinen onnistumistasoon, kannattaa miettiä, että voitko muuttaa lähestymistapaasi.