



## 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.

### Ежедневно:

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

### Еженедельно:

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

*Сервисы, обновления, флешмобы и тренды.*

Беглый анализ конкурентов.

*Акции, конкурсы, обновления.*

## **Ежемесячно:**

Подведение итогов месяца по критериям проекта;

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

Планирование активностей на следующий месяц;

*Аакции, розыгрыши, конкурсы и т.д.*

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.*

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

Обновление и создание рубрик исходя из итогов месяца.

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

## **Ежеквартально:**

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.*

- Анализ и корректировка цели и стратегии присутствия в соцсетях;
- 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?