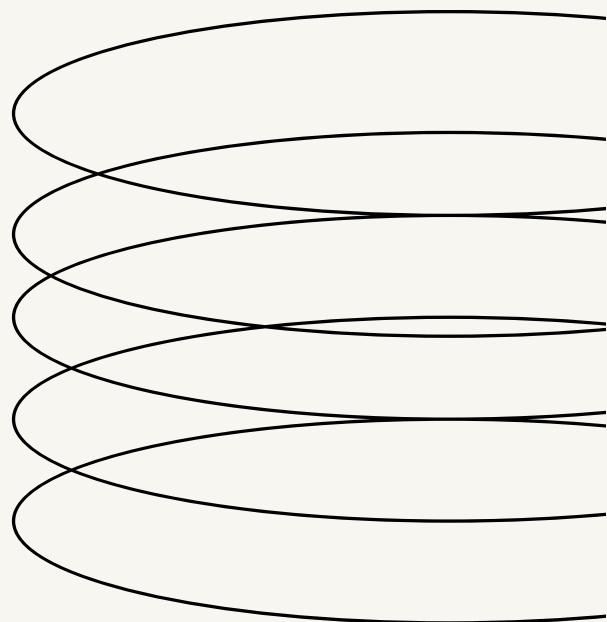


ZOSTAŃ influencerem 2 VIP



PRZEWODNIK KROK PO KROKU
ZOSTAŃ INFLUENCEREM 2VIP





Wprowadzenie

JAKIE SĄ GŁÓWNE CELE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH?

W dobie technologii i komunikacji wirtualnej sieci społecznościowe są dużym atutem i mają wiele zalet. **W mediach społecznościowych spędzamy średnio od 2 do 24 minut dziennie.** Wykorzystujemy je głównie do utrzymywania kontaktu z rodziną i przyjaciółmi, śledzenia aktualności, pomnażania kontaktów, zdobywania informacji, znajdowania pracy i wielu więcej! Dzięki mediom społecznościowym można również rozwijać swój wizerunek i/lub wizerunek swojej firmy/NGO.

Interakcje

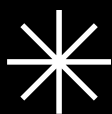
Media społecznościowe są zwykle używane do interakcji społecznych, dostępu do wiadomości i informacji oraz podejmowania decyzji.

Komunikacja

Jest to cenne narzędzie komunikacji z innymi lokalnie i na całym świecie, a także do udostępniania, tworzenia i rozpowszechniania informacji.

ROZDZIAŁ 1

5 rodzajów mediów społecznościowych



Sieć społecznościowa
Udostępnianie zdjęć
Udostępniania wideo
Interaktywne blogowanie w
mediach/budowanie
społeczności

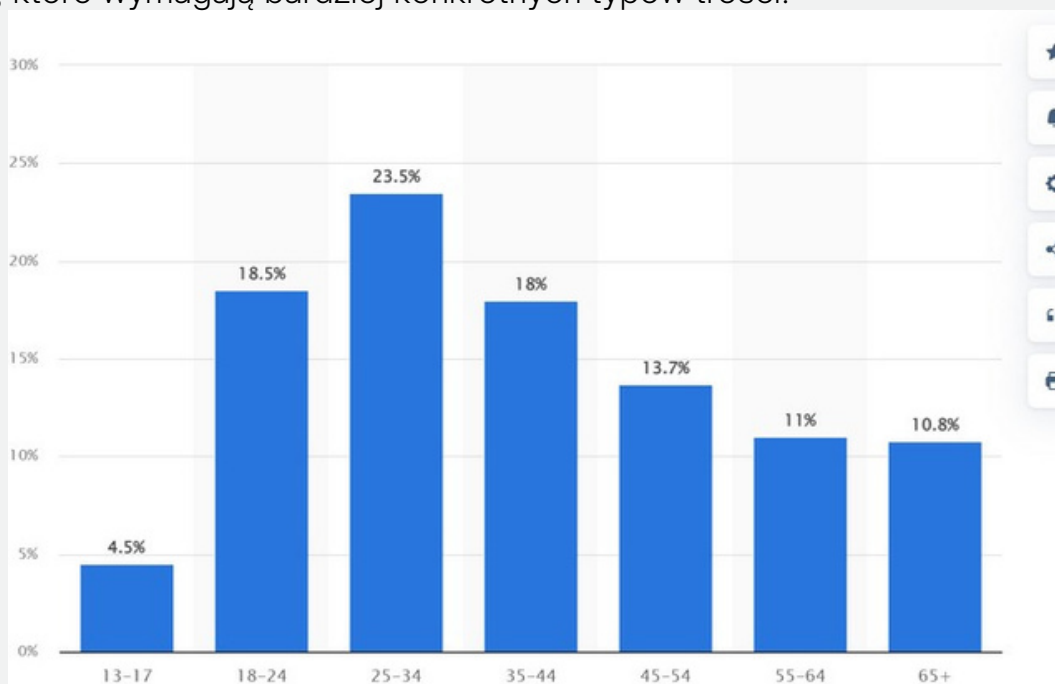
Sieć społecznościowa



Platformy takie jak Facebook, Twitter i LinkedIn są często nazywane platformami „sieciowymi”, ponieważ umożliwiają kontom użytkowników interakcję ze sobą na wiele różnych sposobów.

SIECI SPOŁECZNOŚCIOWE TO PRAWDOPODOBNIENIE NAJBARDZIEJ TRADYCYJNA FORMA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH.

We wszystkich trzech sieciach użytkownicy mogą łatwo łączyć się z innymi za pomocą prostych działań, takich jak tagowanie, hashtagi, komentowanie, prywatne wiadomości, reagowanie na posty i udostępnianie treści. Oprócz interakcji społecznościowych, kanały informacyjne na popularnych platformach społecznościowych są zaprojektowane tak, aby zawierały mieszankę tekstu i elementów wizualnych, a nie jeden główny typ treści. Ta elastyczność sprawia, że platformy mediów społecznościowych są łatwe do rozpoczęcia strategii społecznościowej, ponieważ pozwalają na eksperymentowanie z różnymi formami treści, zanim przejdziesz do platform, które wymagają bardziej konkretnych typów treści.



Dla tych, którzy chcą zająć się wideo lub grafiką, te platformy mogą być doskonałym miejscem do testowania nowych treści. Wraz z rozwojem marketingu wideo wiele osób zaczęło wprowadzać bardziej zaawansowane funkcje, takie jak relacje na Facebooku i transmisje na żywo na Twitterze.

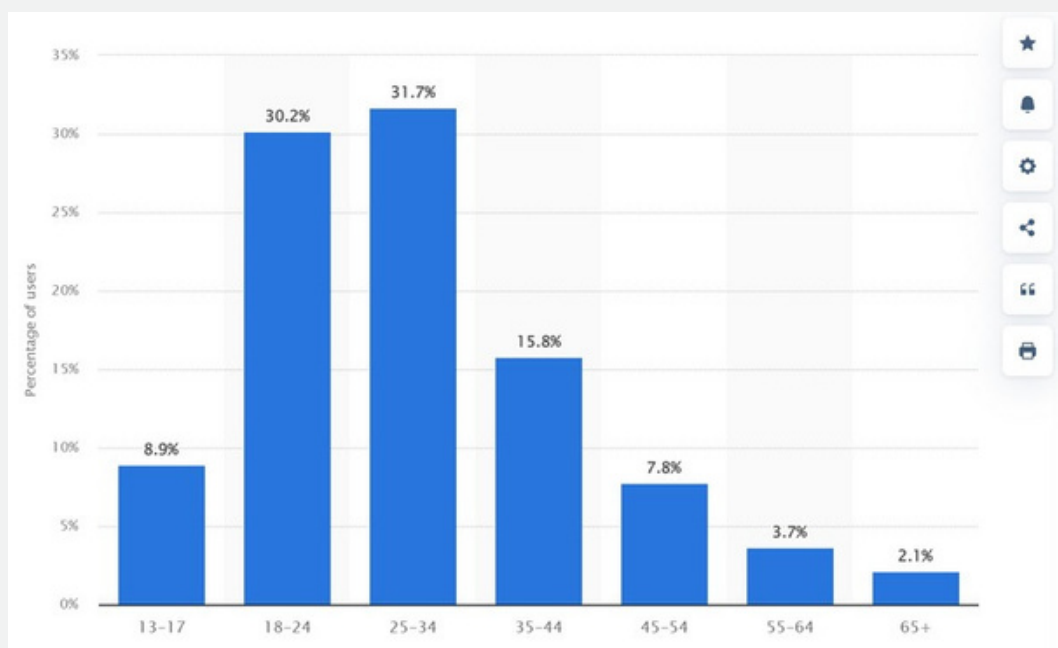
Udostępnianie zdjęć



PLATFORMA DO UDOSTĘPNIANIA ZDJĘĆ ZAPEWNI
MOŻLIWOŚĆ WYŚWIETLANIA TREŚCI WIZUALNYCH
LUB ZDJĘĆ PRODUKTÓW.

Dwie największe platformy specjalizujące się w udostępnianiu zdjęć to Instagram i Pinterest.

Oferują wizualny kanał z postami pokazującymi zdjęcia i krótkie filmy, pod którymi znajduje się opis. Użytkownicy mogą również publikować wideo na żywo lub tworzyć Stories, które znikają po jednym dniu. Podobnie jak powyższe platformy społecznościowe, użytkownicy mogą wchodzić w interakcje z innymi za pomocą tagów, polubień, komentarzy lub bezpośrednich wiadomości.



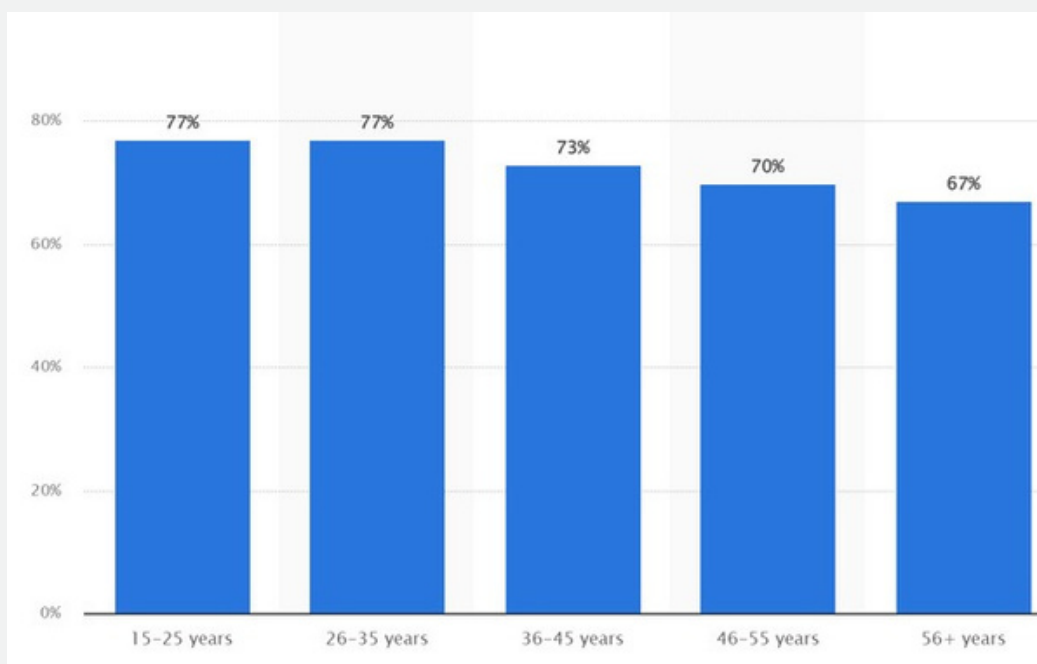
Zanim przejdziesz na jedną lub obie te platformy, musisz określić, czy Twoim celem jest zdobycie świadomości marki, czy ruchu opartego na linkach. Chociaż zarówno Instagram, jak i Pinterest mogą być przydatnymi narzędziami do zdjęć produktów i świadomości marki, aktywni odbiorcy na Instagramie są znacznie liczniejsi niż na Pinterście. Wybierając platformę, możesz wziąć pod uwagę przepustowość związaną z treścią. Obie wymagają obrazów wizualnych, ale może być konieczne również uwzględnienie tworzenia filmów .

Udostępnienie wideo



PLATFORMA DO UDOSTĘPNIANIA WIDEO JEST DOSKONAŁA DO REALIZACJI STRATEGII SPOŁECZNEJ, MOŻE SPRAWIĆ, ŻE TWOJA OBECNOŚĆ WYDAJE SIĘ ODPOWIEDNIA

Jeśli chodzi o długie filmy, wiodącymi platformami są Youtube, Vimeo i Dailymotion. Podczas gdy Youtube ma większą bazę odbiorców i lepsze możliwości SEO, mniejsza platforma Vimeo jest bardzo zorientowana na społeczność. Wideo może być pomocne w wielu branżach. Podczas gdy restauracja może mieć vloga z poradami kulinarnymi, firma technologiczna może skoncentrować swoją strategię wideo na prezentacjach produktów.



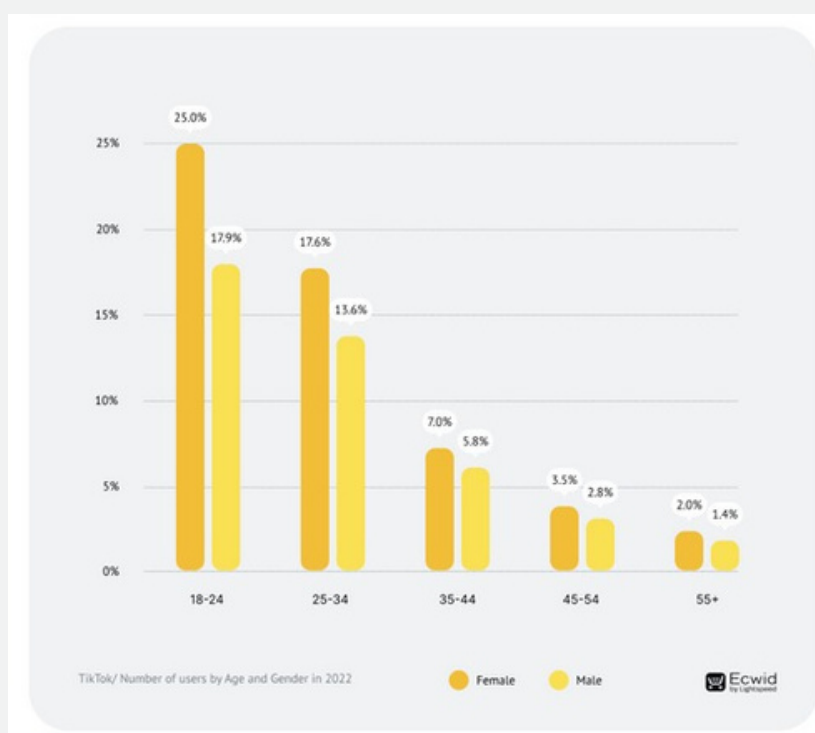
Oprócz Youtube'a, Vimeo i Dailymotion, bardziej tradycyjne platformy mediów społecznościowych również zaczęły bardziej agresywnie wykorzystywać marketing wideo. W ostatnich latach Facebook uruchomił Facebook Stories i Facebook Live oraz dodał dedykowaną kartę wideo do swojej aplikacji mobilnej. W międzyczasie Twitter umożliwił użytkownikom uruchamianie strumieni wideo na żywo.

Media interaktywne



NAJPOPULARNIEJSZE APLIKACJE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH, KTÓRE POZWALAJĄ UŻYTKOWNIKOM TWORZYĆ, OGLĄDAĆ I UDOSTĘPNIAC 15-SEKUNDOWE VIDEO.

Zezwalanie użytkownikom na udostępnianie zdjęć i filmów, ma też wiele unikalnych interaktywnych i wysoce eksperymentalnych funkcji. Te dwie aplikacje obejmują filtry AR/VR, nakładki muzyczne i gry interaktywne. Ich bazy odbiorców również należą do pokolenia Z.



Jeśli testujesz te platformy, upewnij się, że Twoja branża i treści są odpowiednie dla grupy wiekowej młodzieży. Powinieneś również spróbować właściwie ocenić czas i pieniądze potrzebne do utrzymania aktualności i aktualności tych kont.

Blogowanie/Spółeczność



POZWÓL UŻYTKOWNIKOM PISAĆ NA CIEKAWYCH
NISZOWYCH TEMATYCH, TAKIE JAK MEMY, WYDARZENIA,
POLITYKA I POPKULTURA.

Tumblr i Reddit umożliwiają użytkownikom publikowanie postów na interesujące niszowe tematy, takie jak memy, wydarzenia, polityka i popkultura. Gdy użytkownicy publikują posty, platformy te umożliwiają innym użytkownikom udostępnianie ich lub dodawanie własnych komentarzy do rozmowy.



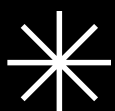
Zakładając bloga, możesz pisać artykuły na tematy związane z branżą Twojej firmy i linkować je do swojego produktu lub strony. Podczas gdy wiele osób ma blog w swojej witrynie, platformy takie jak Tumblr mogą być pomocne, jeśli nie masz skonfigurowanej tej funkcji – lub jeśli chcesz po prostu zobaczyć, co inni z Twojej branży piszą na swoich blogach.

Dzięki witrynie dyskusyjnej, takiej jak Reddit, możesz udostępnić link lub post na określony temat na forum dyskusyjnym związanym z Twoją branżą i zobaczyć, jak reagują użytkownicy. Możesz także utworzyć własne forum, jeśli temat, na który chcesz zachęcić do dyskusji, jeszcze go nie ma.

Obie te platformy w szczególności zachęcają do dyskusji w sieci i wymiany wiadomości przez użytkowników zainteresowanych tymi samymi tematami.

ZOSTAŃ INFLUENCEREM 2VIP

Najpopularniejsze
platformy wśród
młodych ludzi.



Millenials i pokolenie Z
w wieku 10-38 lat

YOUTUBE



2 miliardy

Spośród platform uwzględnionych w nowej ankiecie YouTube jest liderem wśród młodych ludzi w Internecie w 2022 r., z którego korzysta 95% z nich.

TIKTOK



1 miliard

TikTok jest następny na liście platform, o które pytano w tej ankiecie (67%)

INSTAGRAM



1 miliard

Instagram jest trzeci na liście, korzysta z niego około 6 na 10 młodych ludzi.

Kilka rzeczy do rozważenia

Zanim zaczniesz się logować i konfigurować swoje konta na wielu platformach, weź pod uwagę następujące czynniki:

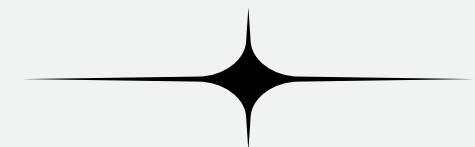
Ile czasu musisz poświęcić na zbudowanie strategii wokół platformy społecznościowej?

Czy masz zasoby do tworzenia grafik lub filmów?

Czy Twoim celem jest zwiększenie świadomości marki, ruchu lub przychodów?

Czy będziesz potrzebować dodatkowego pracownika do zarządzania tą platformą, czy też będzie ona łatwa w utrzymaniu?

Po wybraniu platformy lub dwóch pamiętaj, aby być na bieżąco z ich rozwojem i działaniami marketerów.



Ile czasu musisz poświęcić na opracowywanie strategii wokół platformy społecznościowej?



Czy masz zasoby do tworzenia grafik lub filmów?



Czy Twoje cele obejmują zwiększenie obecności lub generowanie ruchu i przychodów?



Czy będziesz potrzebować dodatkowego pracownika do obsługi tej platformy, czy też będzie ona łatwa w utrzymaniu?

ROZDZIAŁ 2

Jak korzystać z mediów społecznościowych



Korzyści z mediów społecznościowych

Miliardy ludzi na całym świecie używają mediów społecznościowych do wymiany informacji i nawiązywania kontaktów. Na poziomie osobistym media społecznościowe umożliwiają komunikowanie się z przyjaciółmi i rodziną, uczenie się nowych rzeczy, rozwijanie zainteresowań i rozrywkę.

Na poziomie zawodowym możesz korzystać z mediów społecznościowych, aby poszerzać swoją wiedzę w określonej dziedzinie i budować swoją profesjonalną sieć, łącząc się z innymi profesjonalistami w swojej branży. Na poziomie firmy media społecznościowe umożliwiają rozmowę z odbiorcami, uzyskanie opinii klientów i podniesienie poziomu marki.



♥ 142 💬 37 👤 27

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I MŁODZIEŻ

Media społecznościowe oferują młodym ludziom możliwość natychmiastowego łączenia się z innymi i dzielenia się swoim życiem za pomocą zdjęć, filmów i aktualizacji statusu. Sami młodzi ludzie opisują te platformy jako ważne narzędzie do budowania i utrzymywania relacji, bycia kreatywnym i poznawania świata.

Pomimo zagrożeń media społecznościowe mogą oferować dzieciom lub młodym ludziom cenne możliwości rozwijania umiejętności i budowania dobrego śladu cyfrowego. Zobacz, jakie inne korzyści oferują, aby pomóc im jak najlepiej wykorzystać media społecznościowe.



JAK KORZYSTAĆ Z ZALET MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Poszerzone połączenie i zrozumienie świata.

Ludzie mogą poznawać i doceniać różne perspektywy i światopoglądy, aby lepiej rozumieć otaczający ich świat i poszerzać swoją wiedzę na różne tematy. Przy tak wielu pomysłach udostępnianych na wielu platformach mogą odkrywać obszary zainteresowań i wykorzystywać platformy w celach edukacyjnych.

Rozwijanie umiejętności komunikacyjnych i technicznych.

Ponieważ media społecznościowe są teraz częścią codziennego życia, ważne jest, aby ludzie nauczyli się komunikować online, a także przygotować ich na przyszłe możliwości w miejscu pracy i wspierać ich w kontaktach z przyjaciółmi i rodziną.

Usuwanie granic w celu rozwijania połączeń.

Media społecznościowe usuwają granice poznawania i utrzymywania ludzi oraz tworzenia więzi ponad granicami. Dla osób, które mogą być niepełnosprawne lub mogą nie czuć, że mogą łączyć się z innymi członkami swojej społeczności, może to być świetny sposób na łączenie się z innymi ludźmi, którzy dzielą ich pomysły i zainteresowania.

Wzmocnienie relacji

Dostęp do członków rodziny, którzy mogą mieszkać wiele kilometrów od znajomych, którzy przeprowadzili się z okolicy, może pomóc w utrzymaniu relacji i pozwolić im pozostać w kontakcie i z łatwością dzielić się swoim życiem.

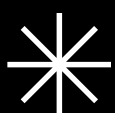
Miejsce szukania wsparcia.

Może to otworzyć możliwości zaoferowania wsparcia przyjaciołom i rodzinie, którzy mogą doświadczać określonego problemu. Z drugiej strony dla niektórych młodych ludzi może to być miejsce, w którym mogą szukać wsparcia, jeśli przechodzą przez coś, o czym nie mogą rozmawiać z bliskimi.



ZOSTAŃ INFLUENCEREM 2VIP

TIKTOK



Zrozumieć TikToka

Czym jest TikTok?

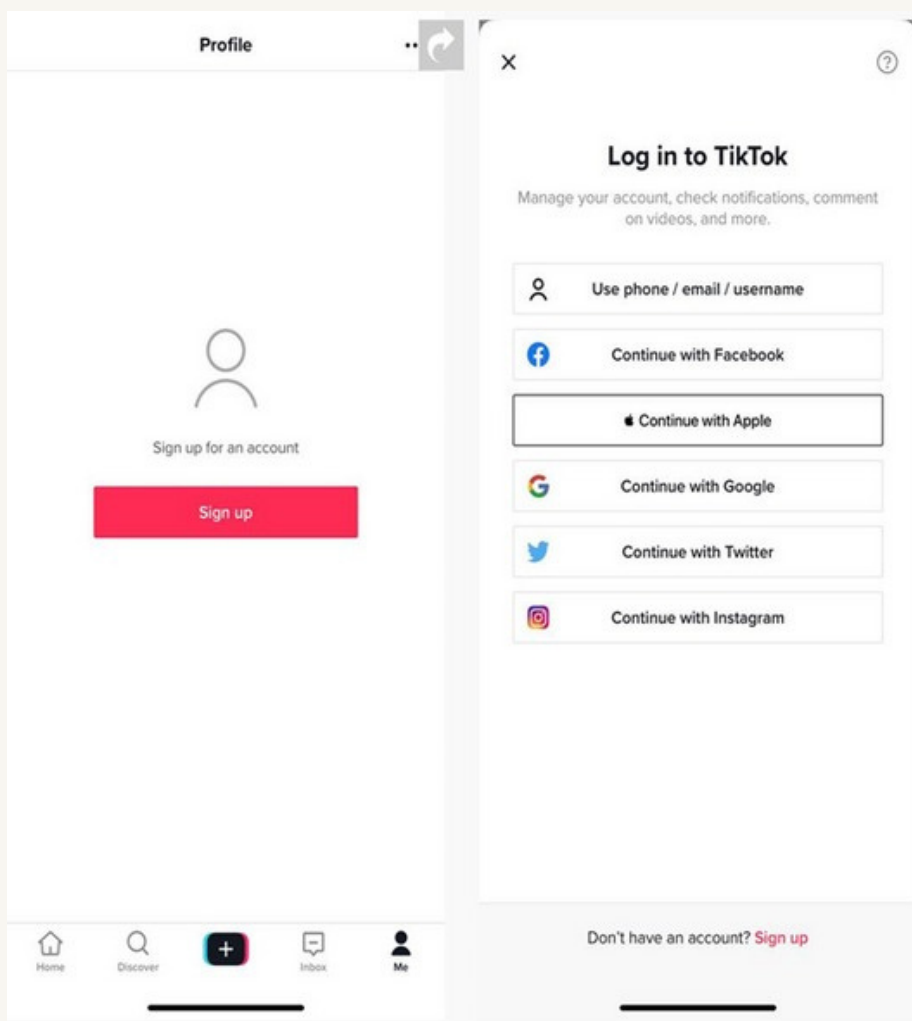
- Serwis społecznościowy należący do chińskiej firmy ByteDance
- 2014-2018: aplikacja nazywała się Musical.ly, a następnie zmieniła nazwę na TikTok
- Pozwala tworzyć krótkie filmy z filtrami i efektami, tworzyć historie, pisać z ludźmi
- Jest używany głównie przez młodych ludzi



Jak się zarejestrować

Przejdź do App Store lub Google Play i pobierz TikTok. Nie musisz za to płacić.

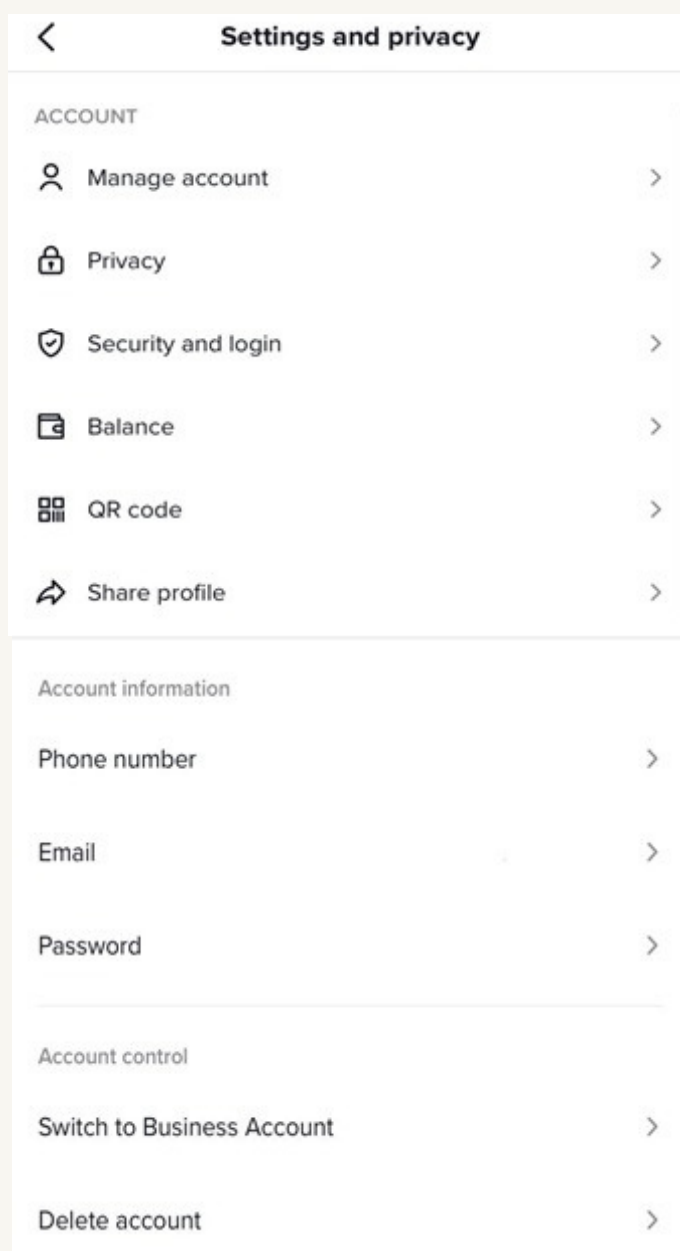
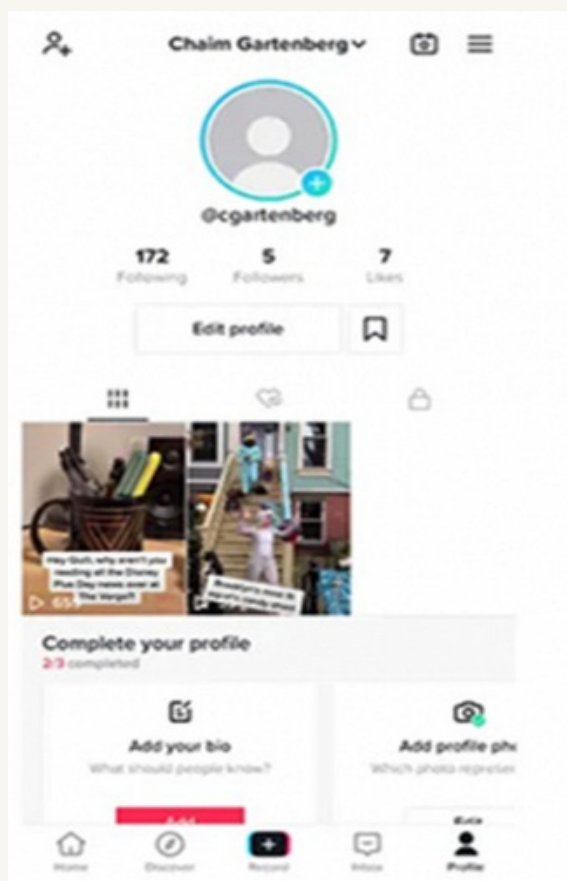
Po otwarciu musisz się zarejestrować. Możesz natychmiast zarejestrować się używając swojego konta na Facebooku, Gmailu lub Twitterze lub dodać standardową nazwę użytkownika i hasło.



Utwórz swój profil

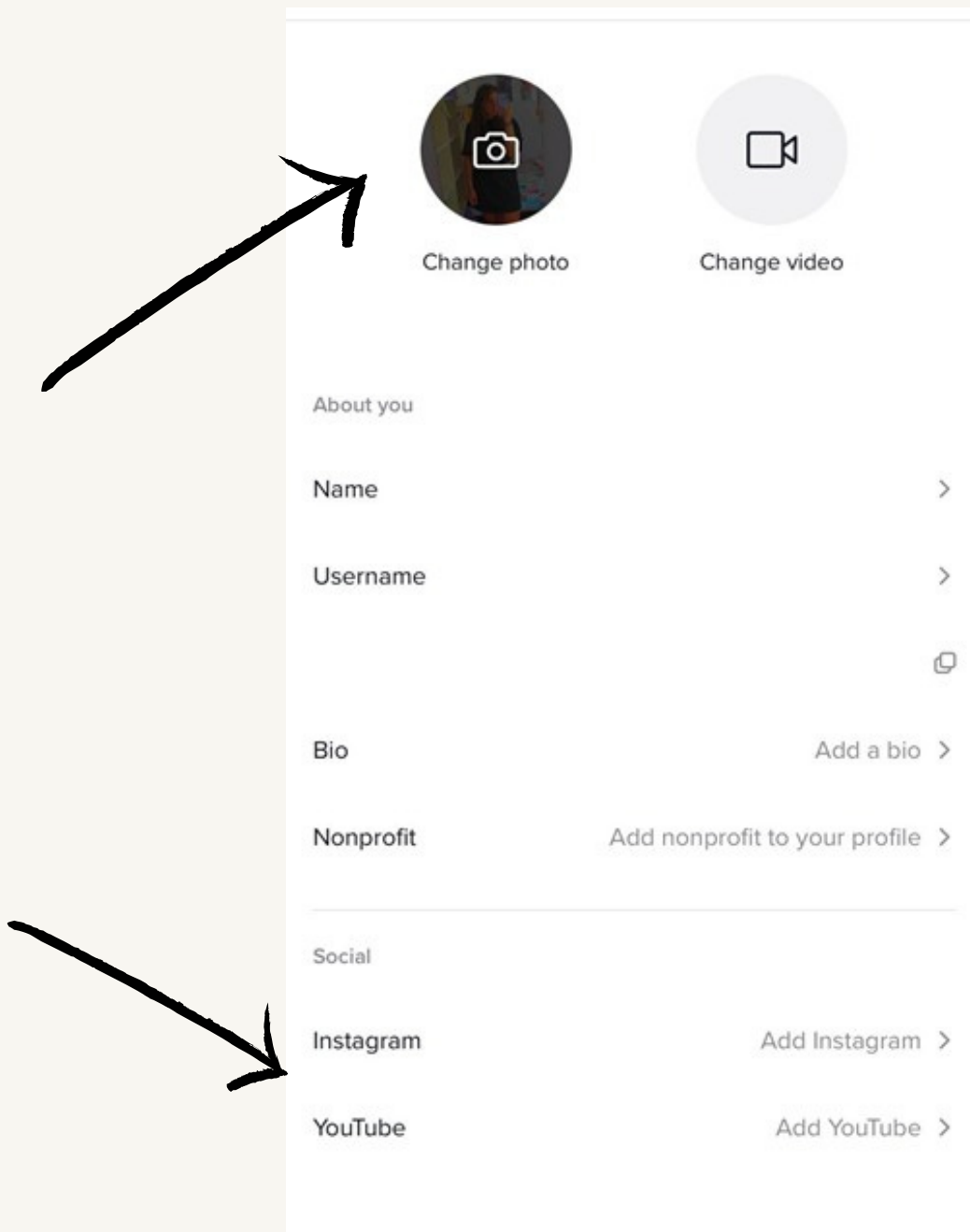
Stuknij ikonę w prawym dolnym rogu, aby zobaczyć swój profil Ustawienia znajdują się w prawym górnym rogu (trzy linie)

Możesz dodać ograniczenia dotyczące treści i wieku
Profil może być prywatny, publiczny lub firmowy



Utwórz swój profil

Zdjęciem profilowym może być zdjęcie lub film
Możesz wstawić imię i nazwisko, biografię, linki do
YouTube'a i Instagrama



Polub, skomentuj lub udostępnij filmy, które Ci się podobają

Możesz dotknąć ikony serca, aby ją polubić, lub ikony komiksu, aby ją skomentować. Aby udostępnić wideo, naciśnij znak dalej pod symbolem komentarza, aby wyświetlić opcje udostępniania. Jeśli naprawdę podoba Ci się film i chcesz zobaczyć, czy użytkownik ma wiele postów, które Ci się spodobają, przesunij palcem w lewo, aby przełączyć się do jego profilu.



Zgłoś



Nie interesuje
mnie to



Zapisz
video



Duo



Złap



Podaj
dalej



Konto



Konto



Konto

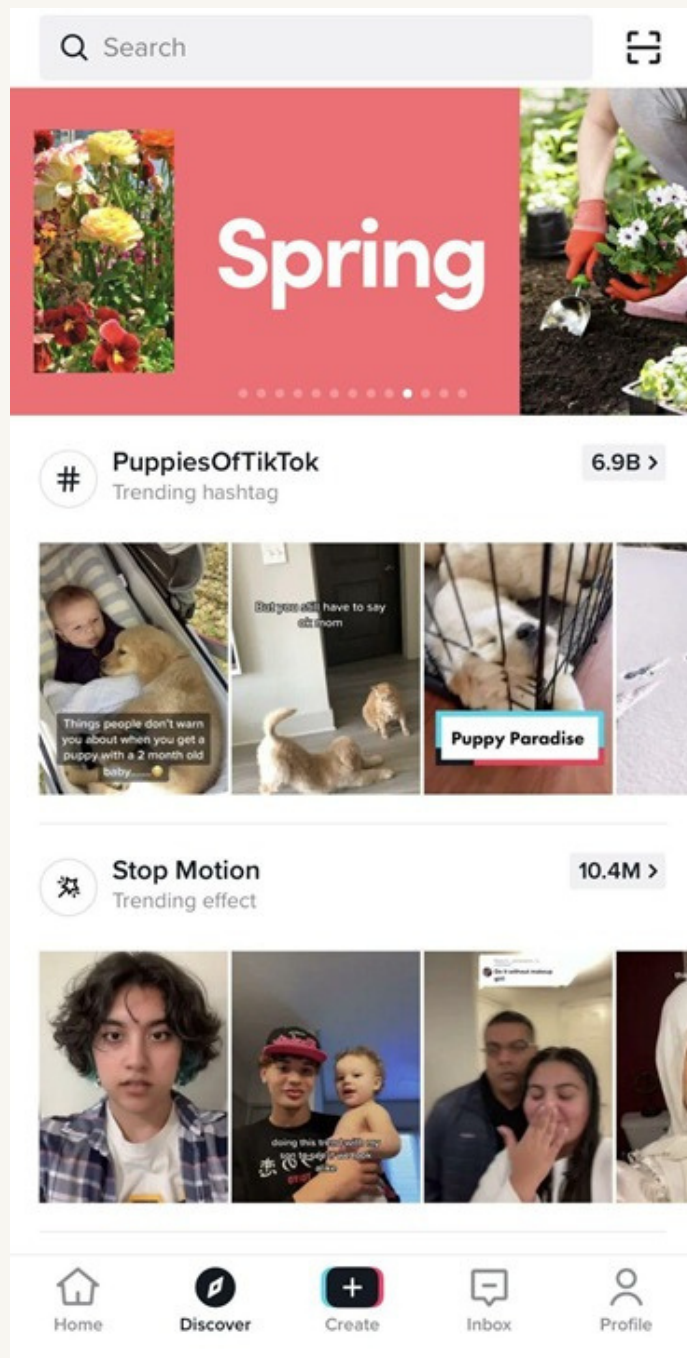


Konto



Szukanie wideo

Stuknij w lupę, aby uzyskać dostęp do obszaru wyszukiwania aplikacji. Na tej karcie możesz wyszukiwać konta lub filmy albo zajrzeć pod pasek wyszukiwania, aby zobaczyć filmy oparte na popularnym temacie. Możesz go również znaleźć, skanując TikCode. Aby to zrobić, przejdź do karty wyszukiwania i dotknij kwadratowego przycisku skanowania obok paska wyszukiwania.



Wybór efektów specjalnych

Stuknij środkową kartę, aby uzyskać dostęp do trybu aparatu.

Po prawej stronie ekranu zobaczysz ikony następujących elementów:

Flip: skierowanie aparatu we właściwym kierunku

Speed: umożliwia nagrywanie wideo w zwolnionym lub przyspieszonym tempie

Filters: zmienia filtr kolorów aparatu

Enhance: filtr AR, który może ukryć niedoskonałości i wygładzić skórę

Timer: ustawienie odliczania do automatycznego nagrywania

Library: umożliwia korzystanie ze zdjęć i filmów z galerii

Q&A: dpowiedzianie na pytania, które zadali Ci obserwujący

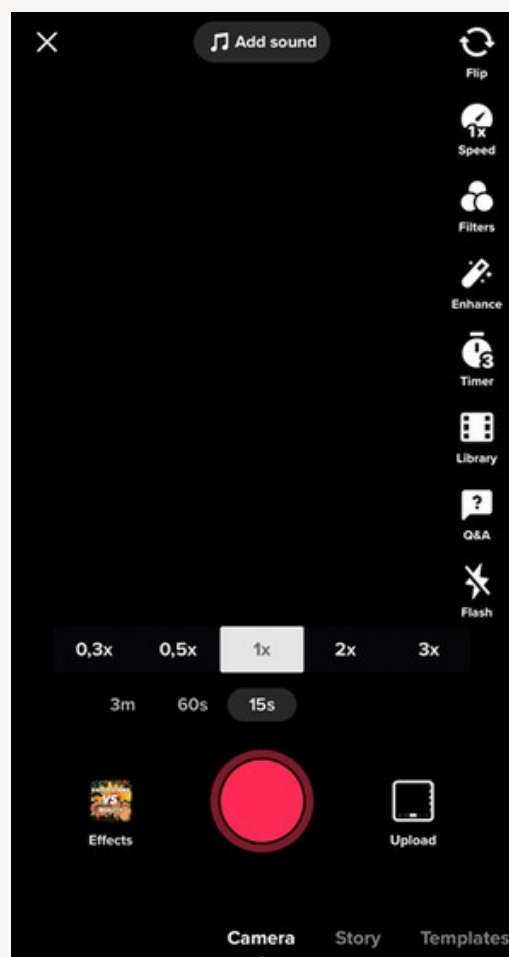
Flash

Nagrywanie wideo

Stuknij „Dodaj dźwięk”, aby wybrać nakładkę muzyczną lub efekt dźwiękowy, z którym chcesz pracować.

Naciśnij i przytrzymaj czerwony przycisk nagrywania. Możesz nagrać cały film na raz lub w częściach.

Możesz użyć **timera**, aby mieć wystarczająco dużo czasu, aby trzymać telefon i położyć się przed nim, zanim automatycznie rozpocznie nagrywanie.



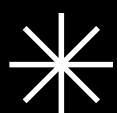
Wskazówki, jak stworzyć treść mogącą stać się viralem

Baw się efektami specjalnymi: Twój film stanie się wyjątkowy i ekscytujący. Użyj muzyki, aby przyciągnąć publiczność. Zrób kilka filmów z większą liczbą ujęć: będzie to bardziej interesujące i aktywne. Nie bój się być zabawnym: ludzie wchodzi na tę platformę, aby się dobrze bawić. Używaj w podpisach modnych i związanych z filmami hashtagów, dzięki czemu wideo będzie można oglądać, gdy ludzie go szukają. Śledź trendy i duet z najstynniejszych tiktokerów.



ROZDZIAŁ 5

YOUTUBE



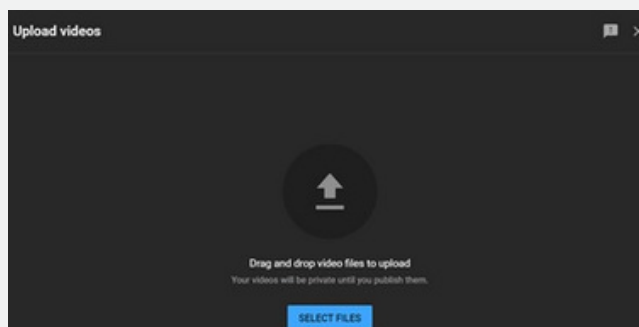
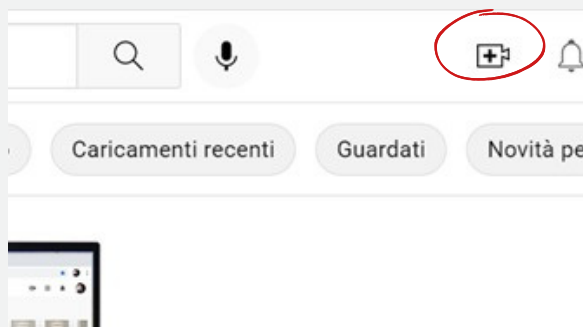
Czym jest YouTube?

YouTube to platforma web 2.0 założona 14 lutego 2005 r. W październiku 2006 r. została przejęta przez amerykańską firmę Google. Jest to druga najczęściej odwiedzana strona internetowa na świecie. Umożliwia udostępnianie i przeglądanie treści multimedialnych, takich jak klipy wideo, zwiastuny, filmy krótkometrażowe, wiadomości, transmisje na żywo.

JAK PRZESŁAĆ FILM

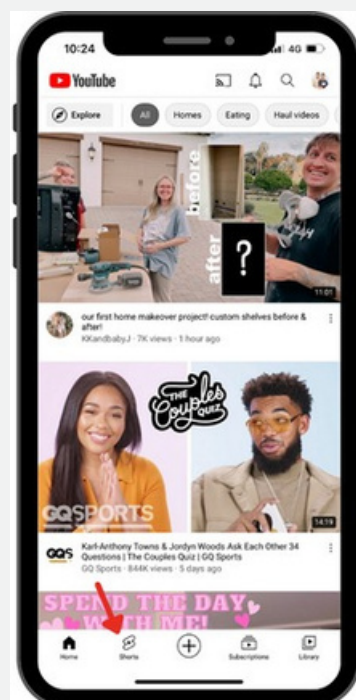
Na stronie głównej naciśnij przycisk w kształcie kamery z symbolem „+” u góry. Wybierz elementy „prześlij wideo” i „wybierz plik”, a przesyłanie odbędzie się automatycznie lub naciśnij przycisk „importuj” po prawej stronie, aby przesłać film z konta Google Photo. Podczas przesyłania możesz wprowadzić: tytuł, opis, tag i przesłać obraz jako okładkę wideo.

Przesłane wideo może być: publiczne, tj. widoczne dla wszystkich, niewymienione, prywatne, z zaplanowaną datą publikacji. Film można umieścić na liście odtwarzania za pomocą opcji „dodaj do listy odtwarzania”.



SHORTS

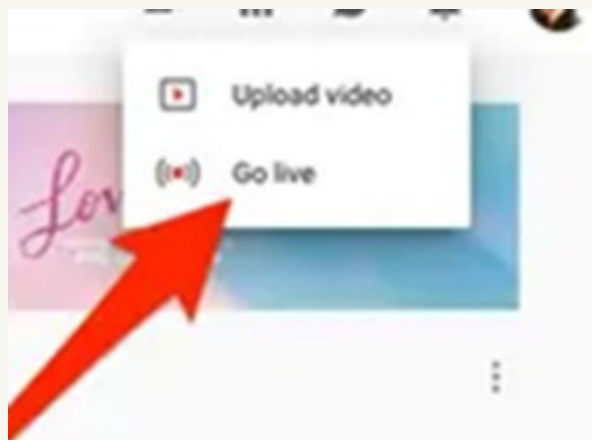
Możesz tworzyć krótkie filmy, zwane Shorts i trwające do 60 sekund, bezpośrednio za pomocą aparatu w urządzeniu mobilnym. Zaloguj się na swoje konto YouTube. Dotknij „+”, a następnie ikonę aparatu. Zostaw domyślną opcję 15 sekund lub dotknij numer 15 nad przyciskiem „Nagraj”, aby przedłużyć go do 60 sekund. Nagraj wideo, dotykając i przytrzymując przycisk nagrywania lub dotykając go raz, aby rozpocząć i raz, aby zatrzymać. Dotknij przycisku „Gotowe”, aby wyświetlić podgląd. Popraw wideo za pomocą filtrów lub zmień prędkość, aby odtwarzać je w przyspieszonym lub zwolnionym tempie. Stuknij "Dalej", a następnie dodaj tytuł, opis i inne szczegóły. Stuknij "Prześlij".



Transmitowanie na żywo

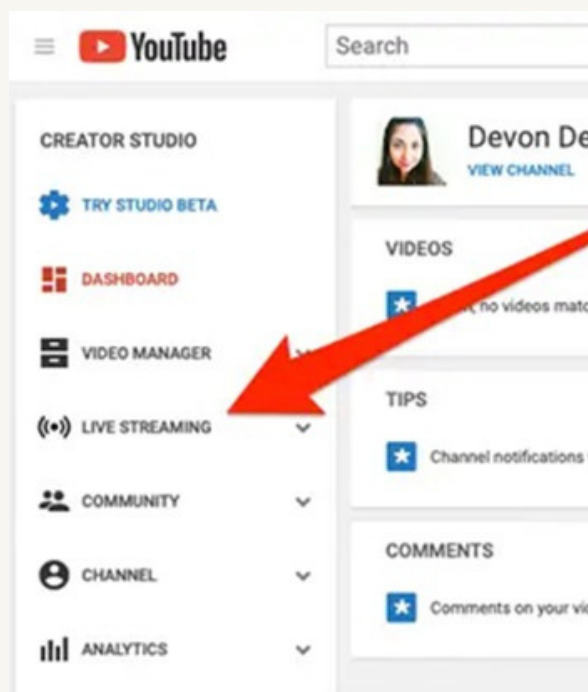
Dzięki YouTube możesz transmitować na żywo, aby ludzie mogli śledzić to w czasie rzeczywistym.

Przejdź do przycisku „utwórz” w prawym górnym rogu strony głównej YouTube. To ikona aparatu z symbolem „+”. Wybierz „Transmituj na żywo”.



Choose a time to go live when you enter the “YouTube Live Control Room”. If you don’t see this option, select “webcam” from the options on the left side. Choose a title, a stream description, a category, a thumbnail, if you want to put it on a playlist, and if it’s suitable for children. If you want to monetize the stream, you can choose this option.

Wybierz ustawienia czatu na żywo i określ, czy są to tylko subskrybenci, czy ktokolwiek. Zdecyduj, jak szybko mają być wysyłane wiadomości. Możesz ustawić transmisję strumieniową YouTube jako prywatną, niepubliczną lub publiczną. Po dokonaniu wyboru kliknij Gotowe.



JAK ZARABIAĆ Z YOUTUBEM

Aby zarabiać dzięki YouTube'owi, musisz złożyć wniosek bezpośrednio do YouTube'a, który jest przyznawany osobom, które spełniają poniższe kryteria:

- zamieścili filmy wynoszące 4000 godzin oglądania
- mają 1000 subskrybentów
- posiadają konto AdSense
- wyrażają szacunek dla społeczności
- akceptują politykę monetyzacji
- mieszkają w kraju, w którym działa program partnerski.



Google AdSense

Wskazówki, jak stworzyć treść mogącą stać się wiralem

Zwróć uwagę na zestaw, w którym nagrywasz wideo: umieść dobrze światła i upewnij się, że wideo jest dobrej jakości

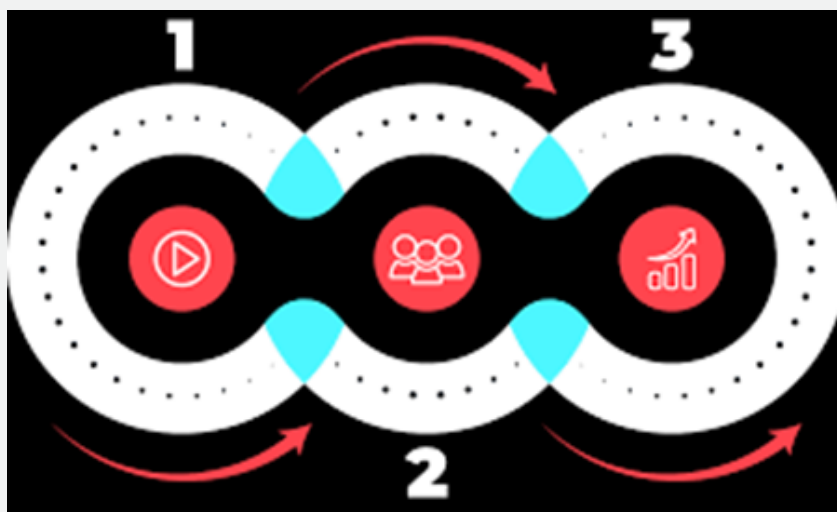
Podążaj za aktualnymi trendami

Dodaj muzykę do swoich filmów

Bądź oryginalny i bądź sobą, nie bój się wyrażać siebie

Współpracuj z innymi youtuberami lub sponsoruj produkty

Wchodź w interakcję ze swoimi obserwatorami podczas transmisji na żywo



ZOSTAŃ INFLUENCEREM 2VIP

INSTAGRAM

Zrozumieć instagram

DOWIEDZ SIĘ

Czym jest Instagram?

Instagram to darmowa sieć społecznościowa stworzona w 2010 roku

Pozwala zarejestrowanym użytkownikom na robienie i udostępnianie zdjęć i filmów w sieci. Pozwala także filtrować zdjęcia. Najpopularniejszą funkcją są Stories. Możesz także rozmawiać z innymi osobami bezpośrednio, robić live i przeglądać dział sklepu. W 2012 roku firma została zakupiona przez Facebooka.



2010



2010 - 2011



2011 - 2016



2016 - 2022



2022 - now

Utwórz swój profil

Utwórz nowe konto, klikając Zarejestruj się lub Utwórz nowe konto.

Wprowadź swój numer telefonu komórkowego lub adres e-mail (lub zaloguj się bezpośrednio na swoje konto na Facebooku).

Wprowadź swoje imię i nazwisko, pseudonim i hasło.

Instagram

Sign up to see photos and videos from your friends.

[Log in with Facebook](#)

OR

Mobile Number or Email

Full Name

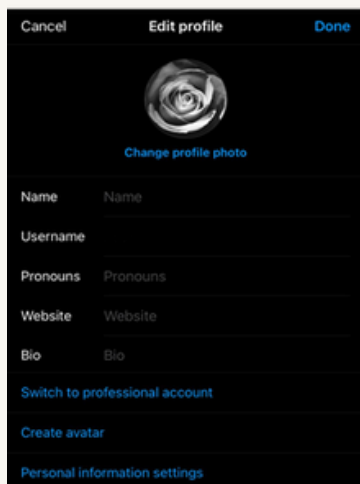
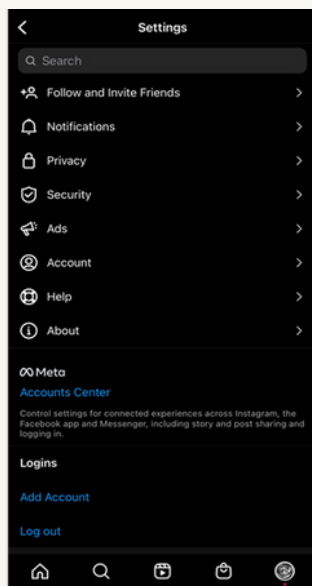
Username

Password

People who use our service may have uploaded your contact information to Instagram. [Learn More](#)

By signing up, you agree to our [Terms](#). Learn how we collect, use and share your data in our [Privacy Policy](#) and how we use cookies and similar technology in our [Cookies Policy](#).

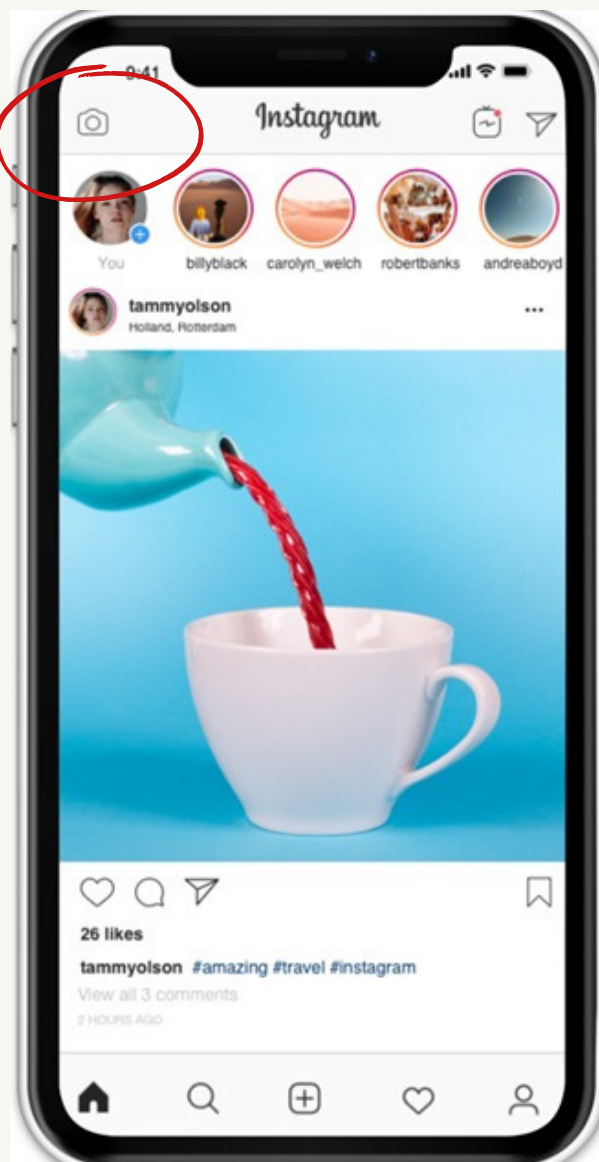
[Next](#)



Wybierz zdjęcie profilowe.
Napisz biografię lub dodaj stronę internetową.
Twoje konto może być prywatne, publiczne lub firmowe.

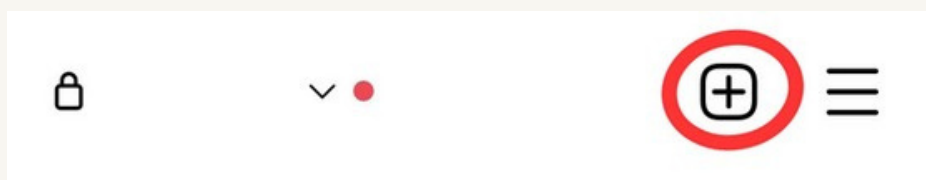
Jak zamieszczać stories

Stories na Instagramie są widoczne dla obserwujących przez 24 godziny. Pierwszym krokiem jest kliknięcie „Twoje stories” w lewym górnym rogu.



Jak publikować zdjęcia lub wideo

Aby opublikować zdjęcie lub film, naciśnij ostatnią ikonę w prawym dolnym rogu po wejściu do swojego profilu, naciśnij przycisk „+” w prawym górnym rogu wybierz opcję „opublikuj” prześlij zdjęcia ze swojej galerii lub zrób je w tej chwili, możesz publikować wiele zdjęć/filmów w tym samym poście.



Jak zrobić rolkę

Nagrywaj i edytuj 15-sekundowe klipy wideo z dźwiękiem, efektami i nowymi kreatywnymi narzędziami. Możesz udostępniać rolki swoim obserwatorom w Feed, a jeśli masz konto publiczne, upublicznij je.

Wybierz Reels na dole aparatu na Instagramie.

Audio: wyszukaj utwór z biblioteki muzycznej Instagrama. Możesz także użyć własnego oryginalnego dźwięku, po prostu nagrywając z nim rolkę.

Efekty AR: Wybierz jeden z wielu efektów w naszej galerii efektów, stworzonych zarówno przez Instagram, jak i twórców z całego świata

Wskazówki, jak mieć więcej polubień i obserwujących

Użyj od 5 do 10 hashtagów.

Używaj hashtagów pasujących do zdjęcia lub filmu.

Zamieszczaj zdjęcia/filmy o wysokiej jakości

Wchodź w interakcje z ludźmi

Bądź na żywo

Pisz opisy

Publikuj regularnie



BECOME A 2VIP INFLUENCEUR

Media społecznościowe dla organizacji non-profit i osób fizycznych

Wybierz swoje platformy

Większość organizacji non-profit nie musi być obecna na każdej platformie mediów społecznościowych.

Zamiast tego najlepsze platformy mediów społecznościowych dla organizacji non-profit będą zależeć od rodzaju treści, które chcą udostępniać; odbiorców, do których mają nadzieję dotrzeć; oraz miejsca, w którym ich zwolennicy są już aktywni.

Facebook: Powszechnie używany przez osoby w każdym wieku (choć nastolatki to najmniejsza grupa wiekowa użytkowników). Facebook to doskonałe miejsce do udostępniania wydarzeń, zbierania funduszy, zdjęć, filmów i tekstów. Funkcje transmisji na żywo i relacji na Facebooku wciąż zyskują na popularności.

Twitter: Limity znaków sprawiają, że Twitter najlepiej nadaje się do szybkich aktualizacji, dyskusji i interakcji z mediami. Organizacje non-profit, które zajmują się rzecznictwem lub aktywizmem, mogą również uznać Twittera za dobrą platformę do organizowania i komunikowania się na temat działań lub prowadzenia kampanii hashtagowych.

Instagram: Instagram to wysoce wizualna platforma, idealna do zdjęć, filmów i efektownych napisów.

LinkedIn: Zaprojektowany z myślą o profesjonalnej sieci, LinkedIn łączy Cię z talentami podczas zatrudniania i może pomóc dotrzeć do darczyńców korporacyjnych i dowiedzieć się więcej o karierach i kontaktach Twoich obecnych darczyńców.

TikTok: Platforma wideo popularna wśród nastolatków, użytkownicy nagrywają i udostępniają 15-60 sekundowe klipy wideo z podkładem muzycznym. Użytkownicy biorą również udział w wyzwaniach i projektach, które przynoszą korzyści organizacjom non-profit, podnosząc świadomość i fundusze.



ZACZNIJ OD STRATEGII

O wiele bardziej prawdopodobne jest, że odniesiesz sukces w mediach społecznościowych, jeśli zaczniesz od strategii

Jednym z typowych błędów popełnianych przez organizacje non-profit przy uruchamianiu mediów społecznościowych jest wskakiwanie na platformę, ponieważ uważają, że muszą, a następnie losowe publikowanie. Wtedy media społecznościowe tak naprawdę nic dla nich nie robią i stają się zniechęceni lub przytłoczeni. O wiele bardziej prawdopodobne jest, że odniesiesz sukces w mediach społecznościowych, jeśli zaczniesz od strategii. To nie musi być niesamowicie skomplikowane.

Jasne cele

Dlaczego w ogóle chcesz korzystać z mediów społecznościowych?

Co masz nadzieję osiągnąć?

Czy chcesz:

Kiedy już znasz swój cel, możesz zacząć wyznaczać cele. Format celu „SMART” pomoże Ci utrzymać się na właściwej drodze. Cele **SMART** są:



Specific/Konkretne: dokładnie określ, co chcesz osiągnąć.

Measurable/Mierzalne: zamiast niejasnego celu, takiego jak „bądź lepszy w mediach społecznościowych”, spróbuj „postować X razy w tygodniu” lub „zwiększyć liczbę obserwujących o X%”.

Attainable/Osiągalne: jeśli jesteś jednoosobowym działem marketingu/fundraisingu, nie powinieneś mieć takich samych celów, jak ktoś z dziesięcioosobowym personelem. Twój czas i budżet będą miały wpływ na to, co możesz zrobić, więc odpowiednio ustal swoje cele.

Relevant/Istotne: czy Twój cel jest zgodny z potrzebami Twojej organizacji i celem mediów społecznościowych? Jeśli Twoim głównym celem jest edukacja obserwujących, Twoim celem nie powinno być zbieranie funduszy.

Timely/Terminowe: kiedy będziesz wiedział, że osiągnąłeś swój cel? Jak długo będziesz wypróbowywać strategię przed jej oceną? Twój cel powinien mieć datę w kalendarzu.

Grupa docelowa

MUSISZ ODPOWIEDZIEĆ NA KILKA PYTANIA

Do kogo próbujesz dotrzeć? Spójrz na swoich obecnych obserwujących i zwolenników i rozważ ich zainteresowania. Na jakie treści są najbardziej responsywni? Na jakich platformach są aktywni?

PERSONA

Persona to szkic postaci idealnego członka widowni, który obejmuje dane demograficzne, zainteresowania, punkty bólu i historię zaangażowania. Ta fikcyjna osoba pozwala na humanizację i ukierunkowanie komunikacji.



TWORZENIE
PERSON POMOŻE
CI ZROZUMIEĆ
POTRZEBY,
DOŚWIADCZENIA,
ZACHOWANIA I
CELE
UŻYTKOWNIKÓW.

Tworzenie person pomoże Ci zrozumieć potrzeby, doświadczenia, zachowania i cele Twoich użytkowników.



- Imię
- Płeć
- Lokalizacja
- Zawód
- Cele
- Wyzwanie
- Styl życia
- Aktywne kanały
- Preferencje treści
- Hashtagi
- Influencerzy
- Zainteresowania

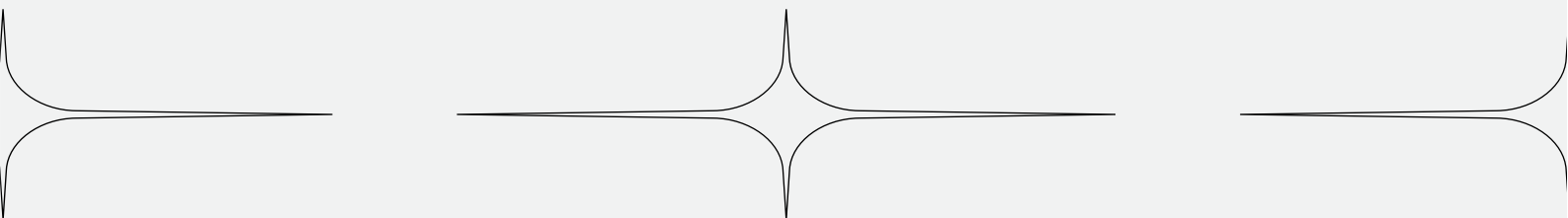
STWORZONA PERSONA

 ETHAN SMITH Male, 25 years Location: Dallas, Texas Designation: Marketing Manager	GOALS	SOCIAL MEDIA
	• To start investing money • To start a side hustle • To have two to three streams of income	Active channels   
	CHALLENGES	Content preferences
	• Not knowing where or how to start a side hustle. • Afraid that he will not be able to manage his expenses once he grows older or will not be able to clear student loans	• YouTube videos • Instagram Stories • Instagram Reels
	BUYING TRIGGERS	Hashtags
	• Reading success stories of side hustles • Watching how-to video interviews on social media • Testimonials from friends	#football #sidehustle #fitness, #investing
	LIFESTYLE	Influencers
	Lives alone in an apartment	@sommerray @cristiano @krisgethin, @193countries
		HOBBIES
		• Horticulture • Reading • Watching TV shows and movies • Attending stand-up comedy events

Harmonogram



Jak często chcesz publikować na każdej platformie? Nie ma idealnej liczby ani częstotliwości. Musisz poeksperymentować, aby zobaczyć, co jest interesujące dla odbiorców i trwałe dla Twojej organizacji. Ogólnie rzecz biorąc, spójność i jakość przeważają nad częstotliwością — lepiej publikować wysokiej jakości treści raz w tygodniu niż kilka przypadkowych postów, po których następują przerwy w ciszy.



Tożsamość w mediach społecznościowych

JAK CHCESZ SIĘ PREZENTOWAĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH?



- Role i obowiązki (kto co będzie publikował?)
- Jakie rodzaje treści udostępniasz
- Głos i ton, do którego dążysz
- Twoje zasady dotyczące odpowiadania na komentarze
- Jak radzić sobie z konfliktami w mediach społecznościowych

Sprawdzone metody publikowania

Co dokładnie powinieneś publikować w mediach społecznościowych? Wiele będzie zależać od Twojej misji i odbiorców. Jednak te pięć najlepszych praktyk pomoże Ci opracować angażujące treści, bez względu na to, w jakiej organizacji jesteś.

ZRÓB TO WIZUALNIE

Media społecznościowe oczywiście wykorzystują tekst, ale ich prawdziwa siła tkwi w treści wizualnej.

Treść wizualna obejmuje grafikę, filmy i zdjęcia. To podstawa platform takich jak Instagram, ale jest również niezbędna na innych platformach. Ludzie są bardziej skłonni do interakcji, zapamiętywania i oglądania treści z pewnymi elementami wizualnymi.

Robienie zdjęć i nagrywanie filmów na imprezach to świetne źródło treści wizualnych, ale nie zapominaj, że infografiki, ilustracje i slajdy też są wizualne.

ZADAWAJ PYTANIA

Organizacje non-profit korzystające z mediów społecznościowych z powodzeniem nie tylko publikują swoje wiadomości, ale rozpoczynają rozmowę. Poproś odbiorców o opinie i pomysły. Następnie zaproś ich do udziału w swoich mediach społecznościowych poprzez pytania i ankiety. Jest to bardziej angażujące dla osób wspierających i pomaga dowiedzieć się o nich więcej.

Nawet beztroska rozmowa może wskazywać na twoją misję, na przykład pytania Tree House Humane Society skierowane do miłośników długowłosych kotów na całym świecie.

ZAPEWNIJ WARTOŚĆ

Dlaczego obserwatorzy cię śledzą? Co „dostają” dzięki interakcji z Tobą w mediach społecznościowych? Zwracaj uwagę na rodzaje postów, z którymi wchodzi w interakcje Twój odbiorca, i dawaj im ich więcej. Zadaj sobie pytanie: „Jaka jest wartość dla obserwujących?” z każdym postem.

Zasadniczo 80% Twoich treści powinno być inspirujące, informacyjne lub rozrywkowe dla Twoich zwolenników, a 20% może mieć charakter czysto autopromocyjny.

Ten post z World Wildlife Fund zapewnia miłośnikom zwierząt treści, których pragną, wzmacniając powody, dla których śledzą WWF.

ODPOWIADAJ SWOJEJ PUBLICZNOŚCI

Media społecznościowe są interaktywne. Gdy ktoś zadaje pytanie lub komentuje, ma nadzieję, że Twoja organizacja odpowie. Postaraj się więc szybko odpowiedzieć, nawet jeśli będzie to po prostu „Dziękujemy za Twoją opinię!” lub „Dobrze to słyszeć!”

BĄDŹ AUTENTYCZNY

Media społecznościowe pozwalają pokazać tylko najlepsze momenty. Podobnie jak wielu influencerów na Instagramie, niektóre organizacje non-profit utrzymują swoją obecność w mediach społecznościowych powierzchownie bez zarzutu. Kuszące jest to, aby tak działać, ale jeśli nigdy nie będziesz kopać głębiej, stracisz autentyczność.

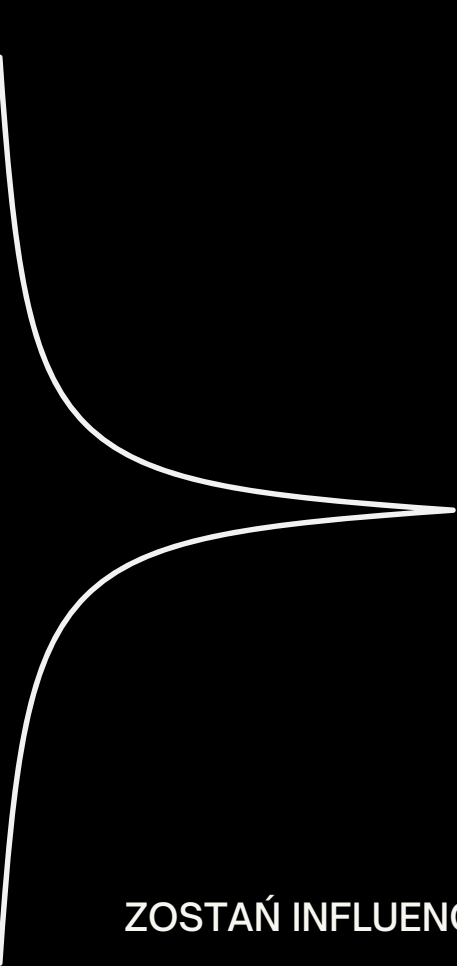
Media społecznościowe Twojej organizacji non-profit to szansa na zachowanie autentyczności i umożliwienie obserwującym prawdziwego wglądu w Twoją pracę, ludzi, którzy ją wykonują, oraz zmiany, które wprowadzasz. Chociaż powinieneś pozostać profesjonalistą, nie bój się pokazać, kim jesteś jako organizacja — mów o tym, co przynosi ci radość, doprowadza cię do szatu i pozwala ci działać. Jest o wiele bardziej interesujący i autentyczny niż idealnie błyszczący obraz.



Rodzaje treści w mediach społecznościowych

Oto różne rodzaje treści w mediach społecznościowych, których możesz użyć, aby zaplanować strategię publikowania i kalendarze:

- Animacje
- Artykuły
- Treści zza kulis
- Posty na blogu
- Opinie uczestników
- Memy
- Cytaty
- Porady i wskazówki
- Treść obserwującego
- Wiadomości Firmowe
- Pracownicy
- Wydarzenia
- Treści dotyczące kraju/miasta
- Często zadawane pytania (FAQ)
- GIF-y
- Prezenty reklamowe
- Aktualności
- Infografiki
- Wideo na żywo
- Dane rynkowe



ZOSTAÑ INFLUENCEREM 2 VIP

2vip