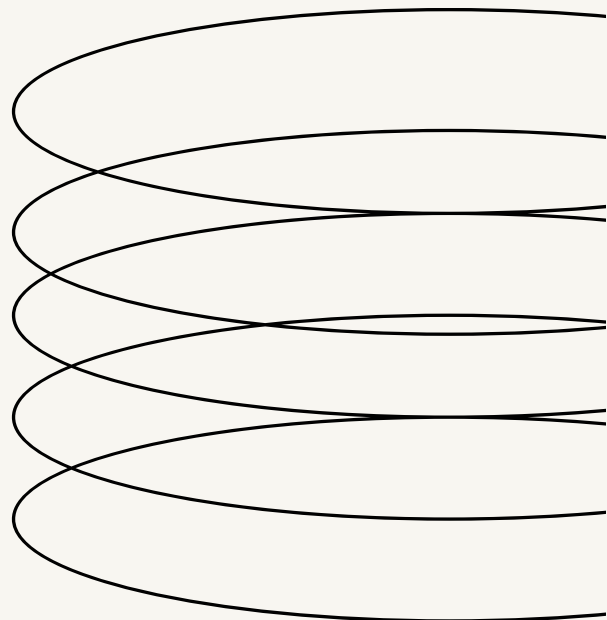




DEVINO UN 2 VIP influencer



UN GHID PAS-CU-PAS
DEVINO UN 2VIP INFLUENCER



CAPITOLUL 1

5 Tipuri de social media



Rețele de socializare
Photo Sharing
Video Sharing
Media Interactivă
Blogging/Comunități

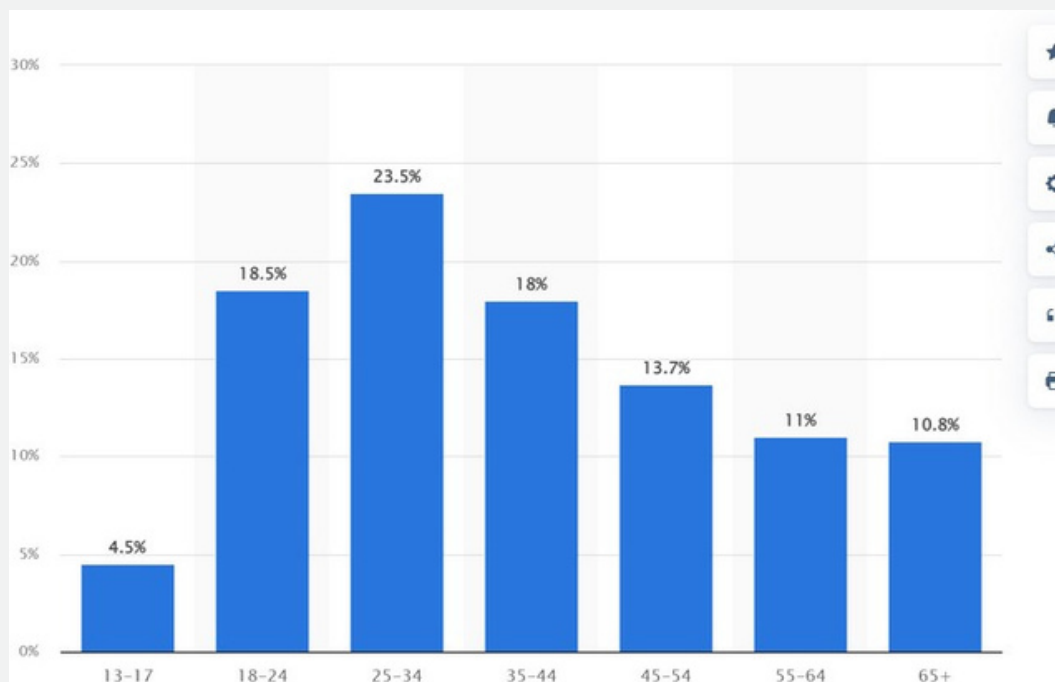
Rețele de socializare



Platforme ca Facebook, Twitter și LinkedIn sunt adesea numite platforme de " networking ", deoarece permit conturilor de utilizatori să interacționeze între ele într-o varietate de moduri diferite.

REȚELELE DE SOCIALIZARE SUNT PROBABIL CEA MAI TRADIȚIONALĂ FORMĂ DE SOCIAL MEDIA.

Pe toate cele trei rețele utilizatorii se pot conecta cu ușurință cu alte persoane prin acțiuni simple, cum ar fi etichetarea, hashtagging, comentarii, mesaje private, reacții la postări și partajarea de conținut. Pe lângă interacțiunea socială, fluxurile de știri de pe platformele obișnuite de socializare sunt concepute pentru a prezenta un amestec de text și imagini, mai degrabă decât un singur tip principal de conținut. Această flexibilitate face ca platformele de socializare să fie ușor de început o strategie socială, deoarece puteți experimenta cu diferite forme de conținut înainte de a trece la platforme care necesită tipuri de conținut mai specifice.



Pentru cei care vor să se inițieze în video sau grafică, aceste platforme pot fi un loc excelent pentru a testa acest nou conținut. Odată cu creșterea marketingului video, multe dintre ele au început să lanseze funcții mai avansate, cum ar fi Facebook Stories și Twitter live streams.

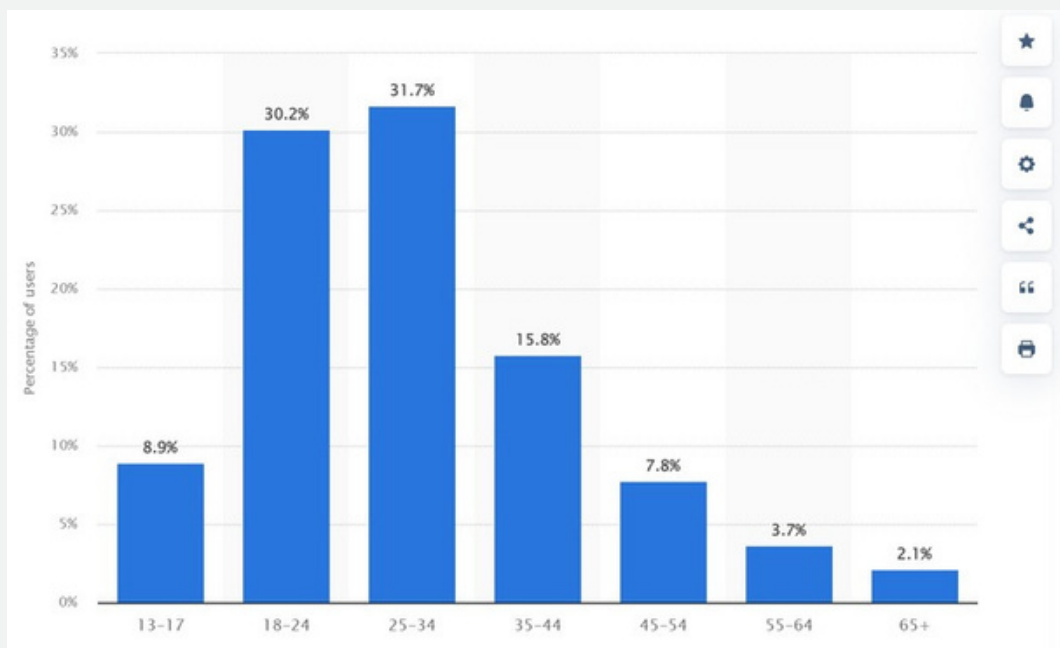
Photos sharing



PLATFORMELE DE PHOTO SHARING OFERĂ UN PRILEJ DE PREZENTARE A CONȚINUTULUI VIZUAL SAU A FOTOGRAFIILOR DE PRODUS.

Două dintre cele mai mari platforme specializate în partajarea de fotografii sunt Instagram și Pinterest.

Acestea oferă un feed vizual cu postări care prezintă fotografiile și videoclipuri scurte urmate de o legendă. Utilizatorii pot posta, de asemenea, videoclipuri live sau pot crea Stories care dispar după o zi. La fel ca platformele de socializare de mai sus, utilizatorii pot interacționa cu ceilalți prin tag-uri, like-uri, comentarii sau mesaje directe.



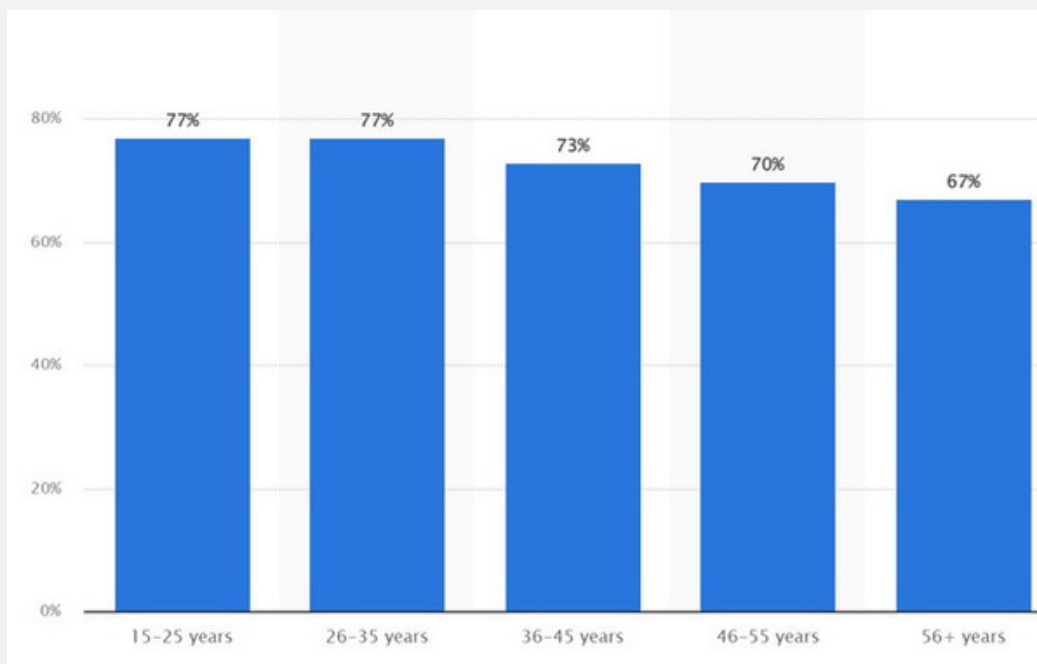
Înainte de a intra pe una sau ambele platforme, va trebui să stabilești dacă obiectivul tău este să câștigi notorietate de marcă sau trafic bazat pe linkuri. Deși atât Instagram cât și Pinterest pot fi instrumente utile pentru fotografiile de produse și pentru conștientizarea mărcii, publicul activ al Instagram este mult mai mare decât cel al Pinterest. Atunci când alegeți o platformă, poate doriți să luați în considerare lățimea de bandă legată de conținut. Ambele necesită imagini vizuale, dar este posibil să trebuiască să includeți și crearea de videoclipuri.

Video sharing



PLATFORMELE DE VIDEOS SHARING SUNT EXCELENTE PENTRU O STRATEGIE DE COMUNICARE SOCIALĂ, AR PUTEA FACE CA PREZENȚA TA SĂ PARĂ RELEVANTĂ.

Pentru videoclipurile de lungă durată, Youtube, Vimeo și Dailymotion sunt principalele platforme. În timp ce Youtube are o bază de audiență mai mare și capacități SEO mai bune, platforma mai mică a lui Vimeo este foarte orientată spre comunitate. Materialele video pot fi utile pentru o gamă largă de industrii. În timp ce un restaurant ar putea avea un vlog cu sfaturi culinare, o companie de tehnologie și-ar putea concentra strategia video în jurul demonstrațiilor de produs.



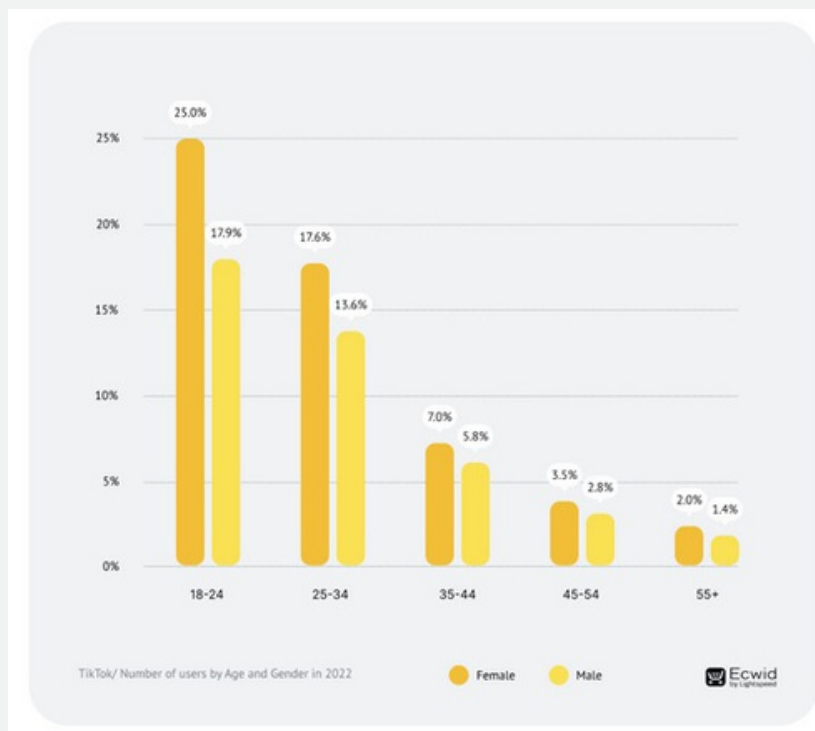
Pe lângă Youtube, Vimeo și Dailymotion, și platformele tradiționale de socializare au început să adopte mai agresiv marketingul video. În ultimii ani, Facebook a lansat Facebook Stories și Facebook Live și a adăugat o filă video dedicată în aplicația sa mobilă. Twitter, între timp, a permis utilizatorilor să lanseze fluxuri video în direct.

Media Interactivă



CEA MAI POPULARĂ APLICAȚIE SOCIAL MEDIA, CARE PERMITE UTILIZATORILOR SĂ CREEZE, SĂ URMĂREASCĂ ȘI SĂ PARTAJEZE VIDEOCLIPURI DE 15 SECUNDE FILMATE

Permit utilizatorilor să partajeze fotografiile și videoclipuri. Au de asemenea, o varietate de caracteristici interactive unice și foarte experimentale. Aceste două aplicații includ filtre AR/VR, suprapuneri muzicale și jocuri interactive. Bazele lor de audiență sunt, de asemenea, în mod proeminent Gen-Z.



Dacă testați aceste platforme, asigurați-vă că sectorul și conținutul dvs. sunt relevante pentru grupul de vârstă al tinerilor. De asemenea, ar trebui să încercați să evaluați corect timpul și banii necesari pentru a menține aceste conturi actuale și relevante.

Blogging/Comunități



PERMIT UTILIZATORILOR SĂ POSTEZE DESPRE SUBIECTE DE NIȘĂ INTERESANTE, CUM AR FI MEME-URI, EVENIMENTE, POLITICĂ ȘI CULTURĂ POP.

Atât Tumblr cât și Reddit permit utilizatorilor să posteze despre subiecte interesante de nișă, cum ar fi meme-uri, evenimente, politică și cultură pop. Atunci când utilizatorii publică o postare, aceste platforme permit altor utilizatori să o partajeze sau să se adauge la conversație cu propriile comentarii.



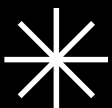
Prin crearea unui blog puteți scrie articole pe subiecte legate de sectorul de activitate al companiei voastre și le puteți lega de produsul sau site-ul vostru. În timp ce mulți oameni au un blog pe site-ul lor, platforme precum Tumblr pot fi utile dacă nu aveți această funcție configurată - sau dacă doriți doar să vedeți ce scriu alții din sectorul vostru de activitate pe blogurile lor.

Cu un site de discuții, cum ar fi Reddit, puteți partaja un link sau posta despre un anumit subiect într-un forum de discuții legat de domeniul vostru de activitate și puteți vedea cum răspund utilizatorii. De asemenea, vă puteți crea propriul forum dacă subiectul pe care doriți să încurajați discuțiile nu are deja unul.

Ambele platforme încurajează în mod specific discuțiile pe web și schimbul de mesaje între utilizatorii interesați de aceleași subiecte.

DEVINO UN 2VIP INFLUENCER

Cele mai populare platforme în rândul tinerilor



Milenialii și generația Z
10-38 ani

YOUTUBE

2 miliarde

Dintre platformele cuprinse în noul sondaj, YouTube este liderul peisajului online pentru tineri în 2022, fiind utilizat de 95% dintre aceștia.

TIKTOK

1 miliard

TikTok este următoarea pe lista platformelor despre care s-a întrebat în acest sondaj (67%)

INSTAGRAM

1 miliard

Instagram este pe locul trei pe listă, cu aproximativ 6 din 10 tineri.

Câteva aspecte de luat în considerare

Înainte de a începe să vă conectați și să vă configurați conturile pe mai multe platforme, asigurați-vă că luați în considerare acești factori:

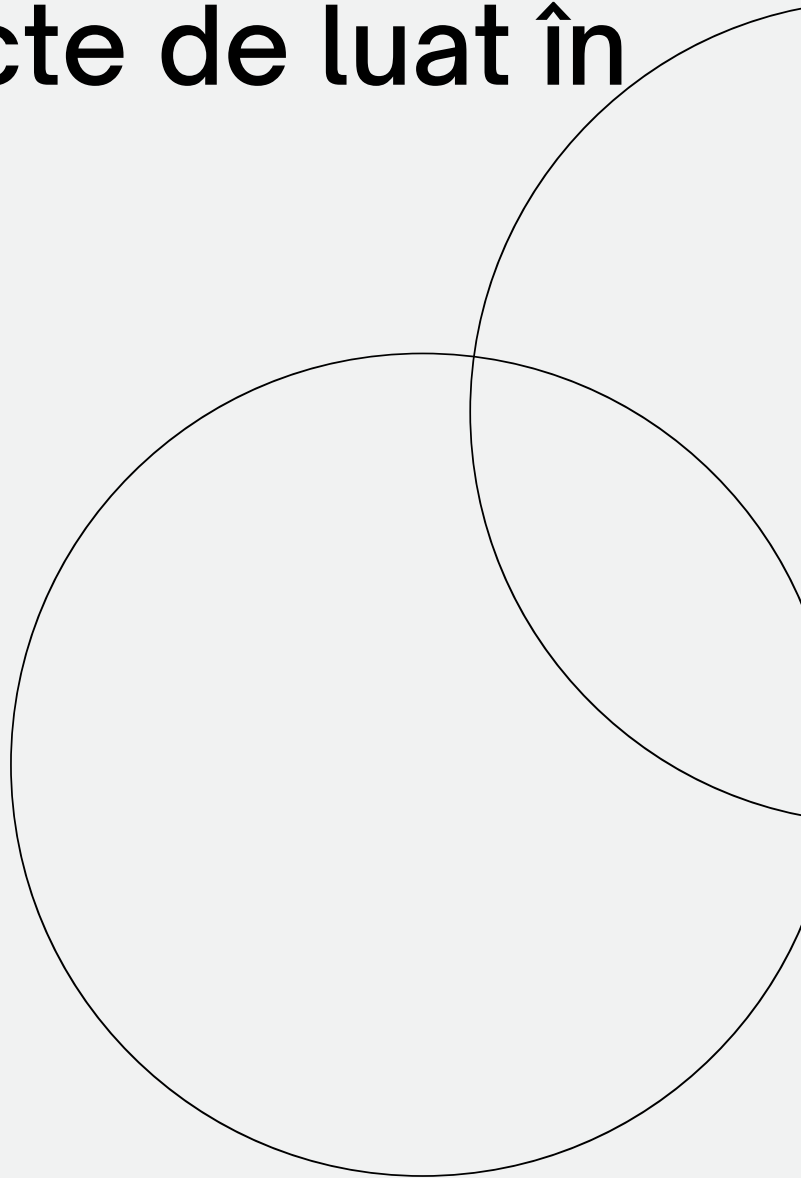
Cât timp aveți la dispoziție pentru a vă dedica construirii unei strategii în jurul unei platforme sociale?

Aveți resursele necesare pentru a crea grafică sau videoclipuri?

Obiectivele voastre sunt creșterea notorietății mărcii, a traficului sau a veniturilor?

Veți avea nevoie de un membru suplimentar al personalului pentru a gestiona această platformă sau va fi ușor de întreținut?

Odată ce ați ales o platformă sau două, asigurați-vă că sunteți la curent cu evoluția acestora și cu ceea ce fac specialiștii în marketing.



Cât timp trebuie să vă dedicați elaborării de strategii în jurul unei platforme sociale?



Aveți resurse pentru crearea graficii sau a videoclipurilor?



Obiectivele voastre presupun creșterea prezenței voastre online, sau generarea de trafic și venituri?



Veți avea nevoie de un membru al personalului suplimentar pentru a gestiona această platformă sau va fi ușor de întreținut?

CAPITOLUL 2

Cum să profitați de Rețelele de Socializare



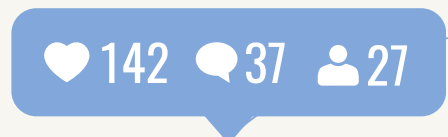
să înțelegem rețelele de socializare

Beneficiile rețelelor de socializare

Miliarde de oameni din întreaga lume folosesc social media pentru a împărtăși informații și a stabili conexiuni. La nivel personal social media vă permite să comunicați cu prietenii și familia, să învățați lucruri noi, să vă dezvoltați interesele și să vă distrați.

La nivel profesional puteți utiliza social media pentru a vă extinde cunoștințele într-un anumit domeniu și pentru a vă construi o rețea profesională, prin conectarea cu alți profesioniști din domeniul vostru de activitate.

La nivel de companie social media vă permite să purtați o conversație cu publicul vostru, să obțineți feedback de la clienți și să vă îmbunătățiți marca.



SOCIAL MEDIA ȘI TINERII

Rețelele de socializare oferă tinerilor posibilitatea de a intra instantaneu în contact cu ceilalți și de a-și împărtăși viața prin intermediul fotografiilor, videoclipurilor și actualizărilor de status. Tinerii înșiși descriu aceste platforme ca fiind un instrument important pentru construirea și menținerea relațiilor, pentru a fi creativi și pentru a învăța mai multe despre lume.

În ciuda riscurilor, social media poate oferi copiilor sau tinerilor oportunități valoroase de a-și dezvolta abilitățile și de a-și construi o bună imagine digitală, aflați care sunt celelalte beneficii pe care le oferă pentru a-i ajuta să obțină cele mai bune rezultate din social media.



Introducere

CARE ESTE SCOPUL PRINCIPAL AL REȚELELOR DE SOCIALIZARE?

În era tehnologiei și a comunicării virtuale, rețelele sociale reprezintă un atu major, oferind numeroase avantaje. În medie, petrecem între 2 și 24 de minute pe zi pe rețelele de socializare. Le folosim în principal pentru a ține legătura cu familia și prietenii, a urmări știrile, a multiplica contactele, a obține informații, a găsi un loc de muncă și multe altele! Cu ajutorul rețelelor sociale vă puteți dezvolta imaginea proprie sau a companiei/ONG-ului vostru.

Interacțiuni

se utilizează în mod obișnuit pentru interacțiunea socială, accesul la știri și informații și luarea deciziilor.

Comunicare

Este un instrument valoros de comunicare cu alte persoane la nivel local și mondial, precum și pentru a partajarea, crearea și răspândirea de informații.

CUM SĂ PROFITAȚI DE REȚELELE DE SOCIALIZARE

Mărirea conexiunii și înțelegerea oamenilor

Oamenii pot învăța și aprecia diferite perspective și viziuni asupra lumii pentru a înțelege mai bine lumea din jurul lor și pentru a-și consolida cunoștințele despre o serie de subiecte. Având atât de multe idei împărtășite pe mai multe platforme, ei pot descoperi domenii de interes și pot utiliza platformele în scop educațional.

Dezvoltarea competențelor tehnice și de comunicare

Întrucât social media face parte acum din viața de zi cu zi, este important ca oamenii să învețe cum să comunice online pentru a-i pregăti pentru viitoarele oportunități la locul de muncă și pentru a-i ajuta să interacționeze cu prietenii și familia.

Îndepărtarea granițelor pentru a dezvolta conexiuni

Rețelele de socializare elimină granițele în ceea ce privește întâlnirea și menținerea oamenilor și formarea de legături dincolo de granițe. Pentru persoanele care pot avea un handicap sau care nu simt că pot intra în contact cu alte persoane din comunitatea lor, poate fi o modalitate excelentă de a intra în contact cu alte persoane care le împărtășesc ideile și interesele.

Consolidarea relațiilor

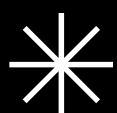
Accesul la membrii familiei care locuiesc la kilometri distanță sau la prietenii care s-au mutat din zona locală poate ajuta la menținerea relațiilor și le permite să păstreze legătura și să își împărtășească viața cu ușurință.

Un loc în care puteți căuta sprijin

Poate deschide oportunități de a oferi sprijin prietenilor și familiei care se confruntă cu o anumită problemă. Pe de altă parte, pentru unii tineri, poate fi un loc în care pot căuta sprijin dacă trec prin ceva despre care nu pot vorbi cu cei apropiați.

DEVINO UN 2VIP INFLUENCER

TIKTOK



să înțelegem Tiktok

Ce este TikTok?

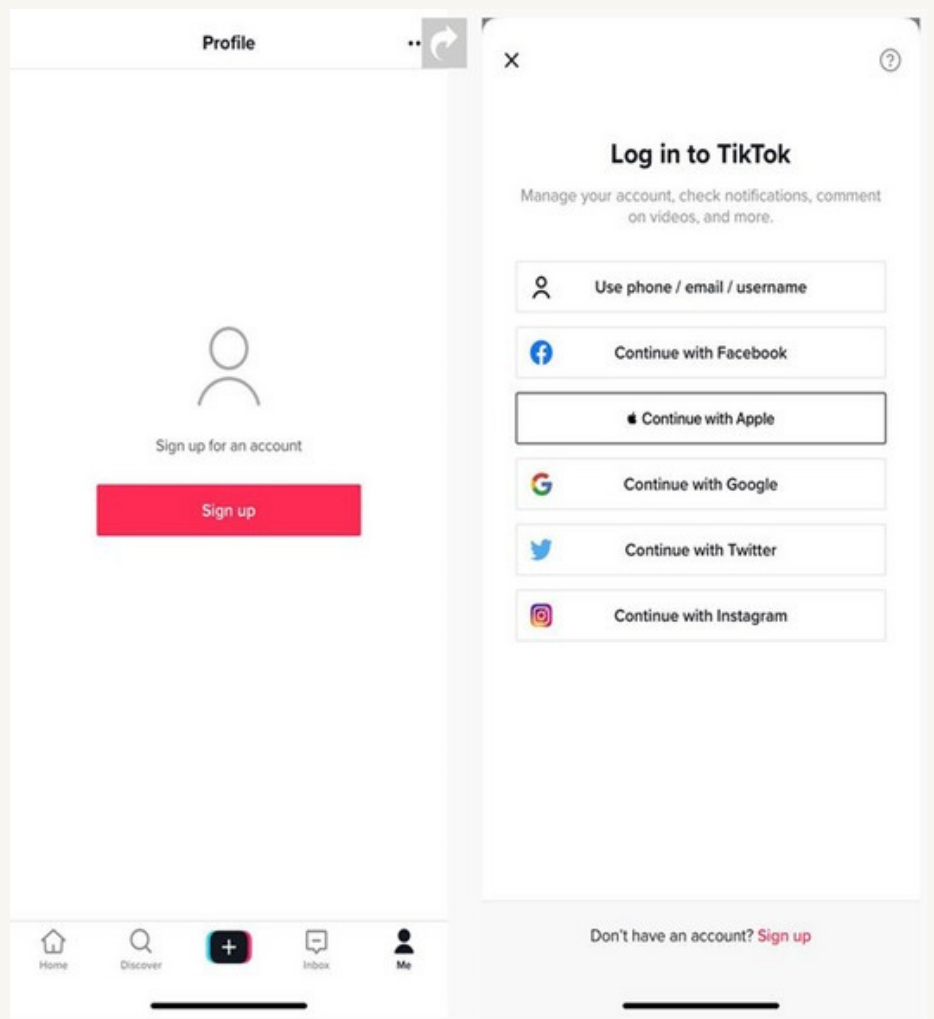
- Rețea socială care aparține unei companii chineze numită ByteDance
- 2014-2018: aplicația s-a numit Musical.ly, apoi a devenit TikTok
- Permite crearea de videoclipuri scurte cu filtre și efecte, realizarea de povești,
- comunicarea cu oamenii. Este folosită mai ales de tineri



Cum să te înregistrezi

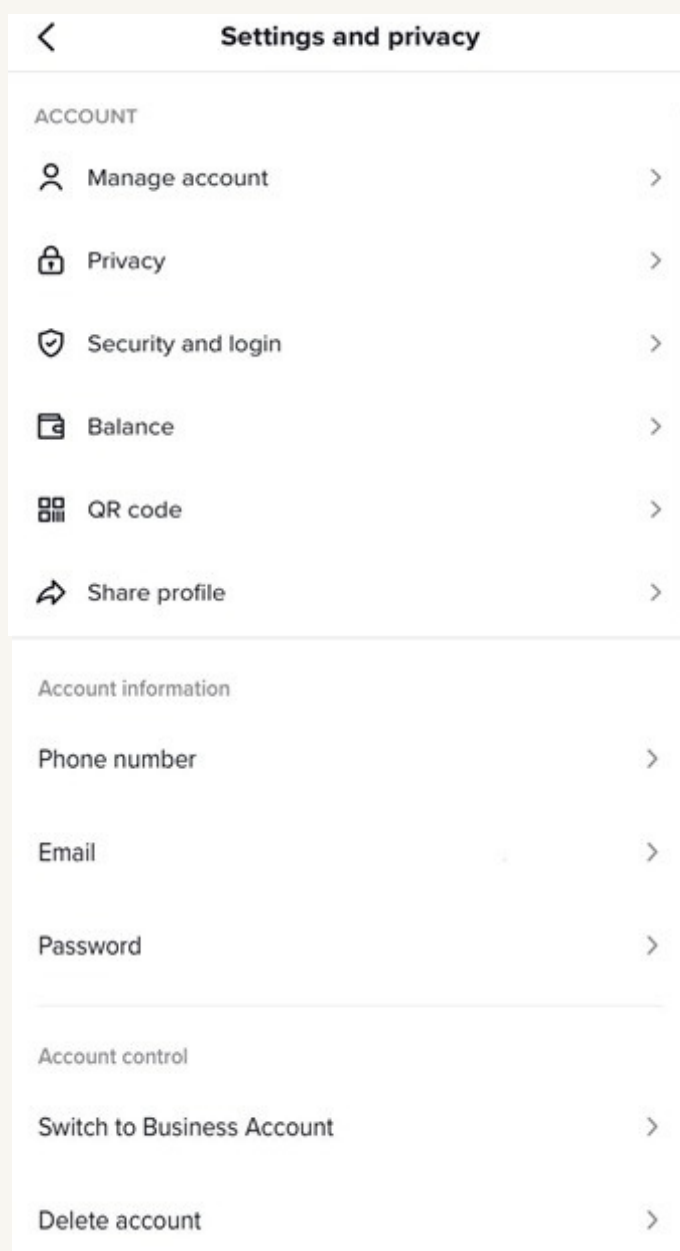
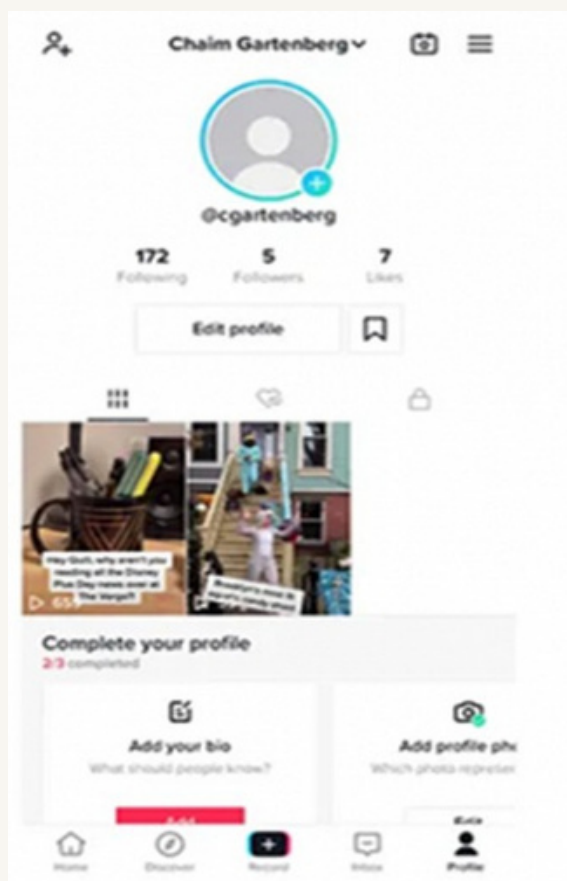
Mergeți la App Store sau Google Play și descărcați TikTok. Nu este nevoie să plătiți pentru el.

Când îl deschideți, trebuie să vă înscrieți. Vă puteți înregistra instantaneu cu Facebook, Gmail sau Twitter, sau puteți adăuga un nume de utilizator și o parolă standard.



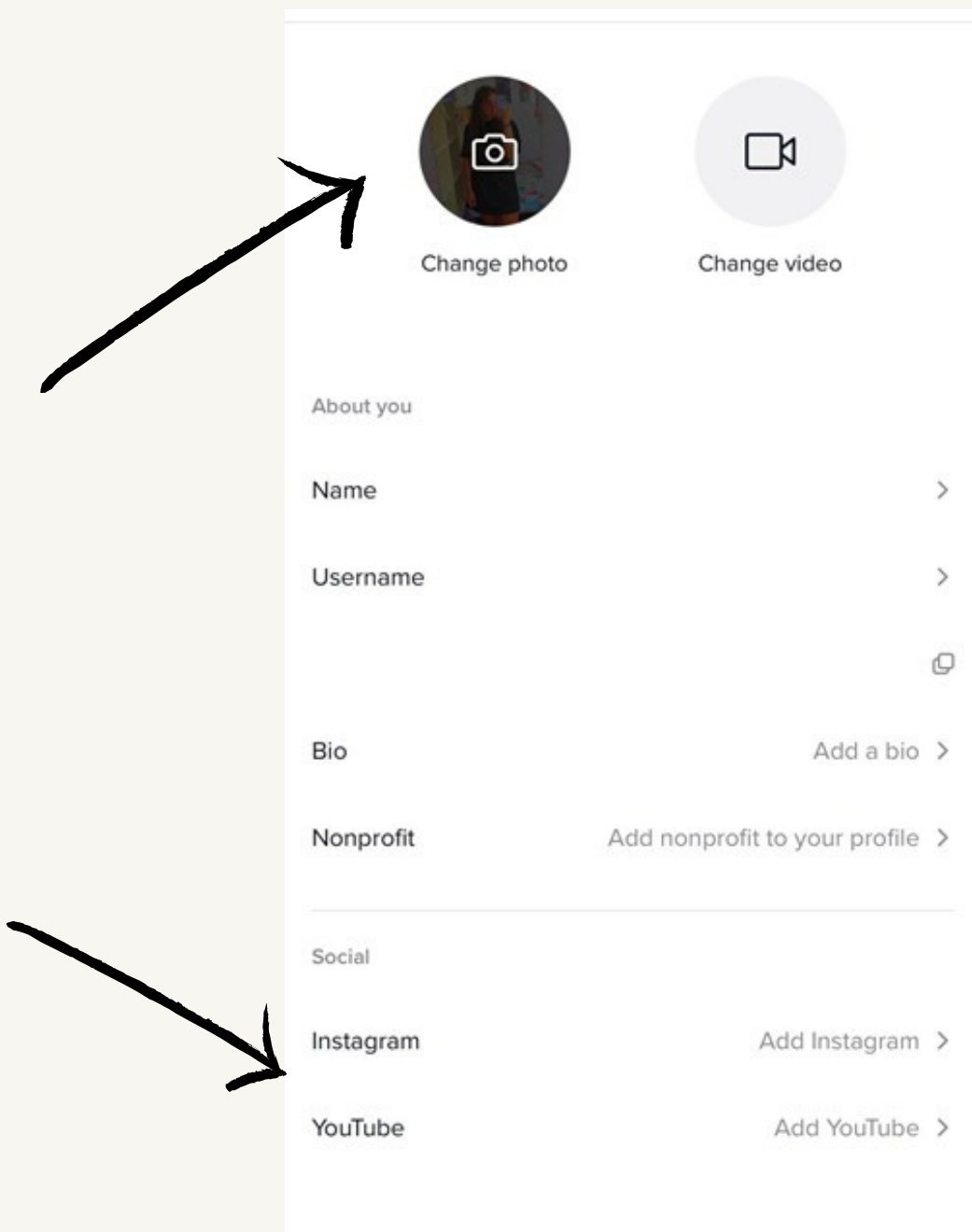
Setează-ți profilul

Atingeți pictograma din dreapta jos pentru a vedea profilul dvs. Setările se află în dreapta sus (trei linii)
Puteți adăuga restricții privind conținutul și vârsta
Profilul poate fi privat, public sau de afaceri



Setează-ți profilul

Fotografia de profil poate fi o imagine sau un videoclip.
Puteți insera numele, biografia, link-uri youtube și instagram



Appreciați, comentați sau distribuiți videoclipurile care vă plac

Poți atinge pictograma cu inima pentru a da like sau pictograma cu benzi desenate pentru a comenta.

Pentru a partaja videoclipul, apăsați înainte semnul de sub simbolul de comentariu pentru a vizualiza opțiunile de partajare. Dacă vă place foarte mult un videoclip și doriți să vedeți dacă utilizatorul are mai multe postări care vă vor plăcea, trageți cu degetul spre stânga pentru a trece la profilul acestuia.



Raport



Nu sunt interesat



Salvare video



Duet



Stitch
(Cusătură)



Raport



Cont



Cont



Cont

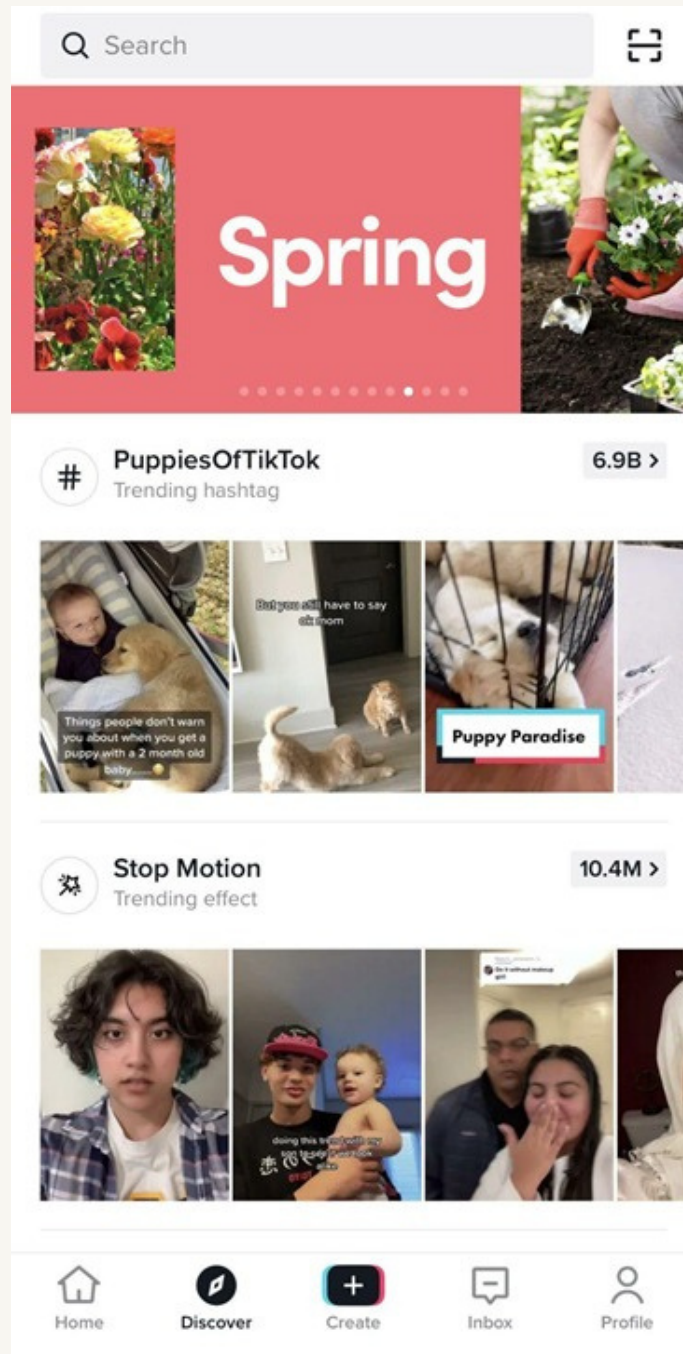


Cont



Căutați videoclipuri

Apăsați pe lupă pentru a accesa zona de căutare a aplicației. În această filă, puteți căuta conturi sau videoclipuri sau puteți căuta sub bara de căutare pentru a vedea videoclipuri bazate pe subiectul în trend. De asemenea, îl puteți găsi și scanând un TikCode. Pentru a face acest lucru, mergeți la fila de căutare și atingeți butonul pătrat de scanare de lângă bara de căutare.



Alegeți efectele speciale

Atingeți fila centrală pentru a accesa modul aparat foto.

În partea dreaptă a ecranului, veți vedea pictograme pentru următoarele:

Pictograma de întoarcere: pentru a orienta camera în direcția corectă.

Speed (Viteză): Vă permite să înregistrați video cu încetinitorul sau accelerat.

Filtre: Schimbă filtrul de culoare al camerei.

Enhance (Îmbunătățire): un filtru AR care poate ascunde imperfecțiunile și netezește pielea.

Cronometru: Setează o numărătoare inversă pentru înregistrarea automată.

Bibliotecă: vă permite să utilizați fotografiile și videoclipuri din galerie.

Întrebări și răspunsuri: puteți răspunde la întrebările pe care vi le-au pus următorii.

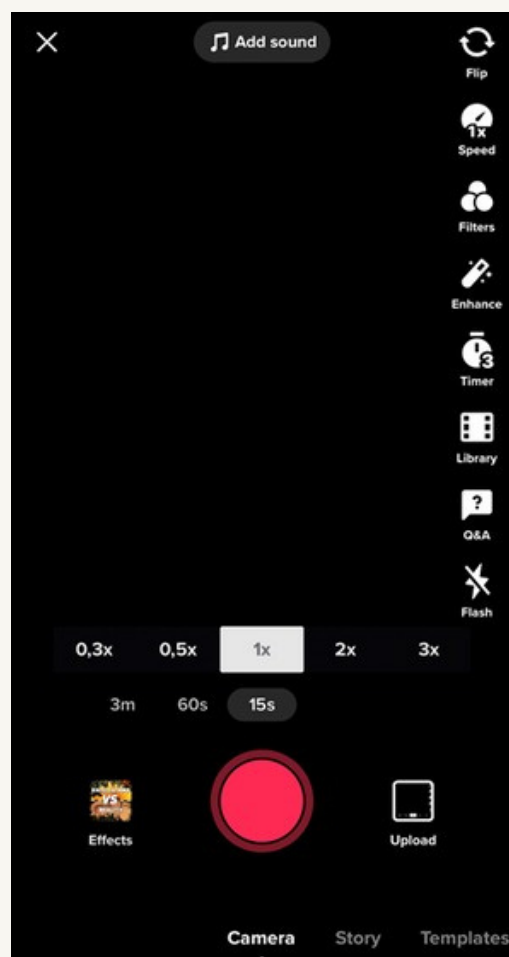
Flash (blitz)

Înregistrare videoclip

Atingeți "Add a sound" (Adăugați un sunet) pentru a alege suprapunerea muzicală sau efectul sonor cu care doriți să lucrați.

Apăsăți și mențineți apăsat butonul roșu de înregistrare. Puteți înregistra videoclipul dintr-o dată sau pe bucăți.

Puteți utiliza cronometrul pentru a vă oferi suficient timp pentru a ține telefonul și a vă așeza în fața lui înainte de a începe înregistrarea în mod automat.



Alegeți efectele speciale

Atingeți fila centrală pentru a accesa modul aparat foto.

În partea dreaptă a ecranului, veți vedea pictograme pentru următoarele:

Pictograma de întoarcere: pentru a orienta camera în direcția corectă.

Speed (Viteză): Vă permite să înregistrați video cu încetinitorul sau accelerat.

Filtre: Schimbă filtrul de culoare al camerei.

Enhance (Îmbunătățire): un filtru AR care poate ascunde imperfecțiunile și netezește pielea.

Cronometru: Setați o numărătoare inversă pentru înregistrarea automată.

Bibliotecă: vă permite să utilizați fotografii și videoclipuri din galerie.

Q&A (Întrebări și răspunsuri): puteți răspunde la întrebările pe care vi le-au pus adepții.

Flash (blitz)

Înregistrare video

Atingeți "Add a sound" (Adăugați un sunet) pentru a alege suprapunerea muzicală sau efectul sonor cu care doriți să lucrați.

Apăsați și mențineți apăsat butonul roșu de înregistrare. Puteți înregistra videoclipul dintr-o dată sau pe bucăți.

Puteți utiliza cronometrul pentru a vă oferi suficient timp pentru a ține telefonul și a vă așeza în fața lui înainte de a începe înregistrarea în mod automat.



Sfaturi pentru a deveni viral

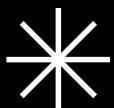
Distrează-te cu efectele speciale: videoclipul tău va deveni unic și captivant. Folosiți muzica pentru a atrage publicul. Faceți câteva videoclipuri cu mai multe cadre: va fi mai interesant și mai activ. Nu vă fie teamă să fiți amuzanți: oamenii vin pe această platformă pentru a se distra. Folosiți hashtag-uri la modă și relevante pentru video în legendă, în acest fel videoclipul poate fi vizualizat atunci când oamenii îl caută. Urmați tendințele și faceți colaborări/duet cu cei mai faimoși tiktokeri.



CUM SĂ ÎNCEPI O AFACERE ONLINE

CAPITOLUL 5

YOUTUBE



să înțelegem youtube

Ce este YouTube?

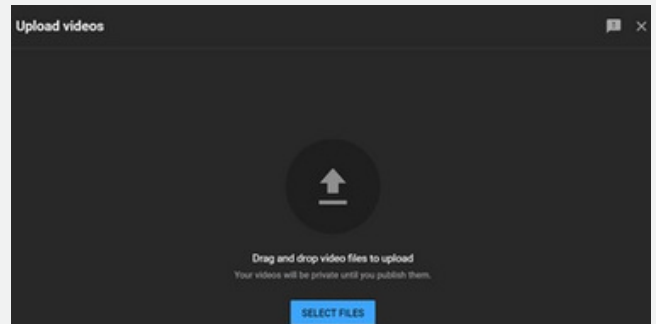
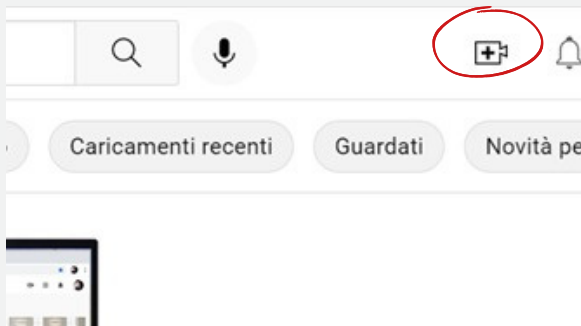
YouTube este o platformă web 2.0 fondată la 14 februarie 2005, iar în octombrie 2006 a fost achiziționată de compania americană Google. Este al doilea cel mai vizitat site web din lume. Permite partajarea și vizualizarea de conținut multimedia, cum ar fi clipuri video, trailere, scurtmetraje, știri, transmisiuni în direct.

CUM SĂ ÎNCARCI UN VIDEOCLIP

Pe pagina principală, apăsați butonul în formă de cameră cu simbolul "+" în partea de sus.

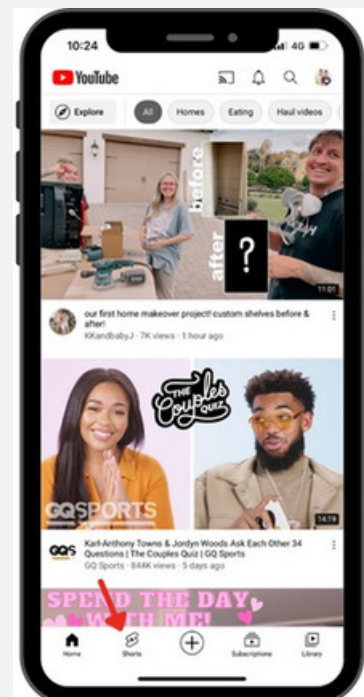
Alegeți elementele "upload video" (încărcare video) și "select file" (selectare fișier), iar încărcarea va avea loc automat sau apăsați butonul "import" "În dreapta pentru a încărca un video de pe contul Google Foto. În timpul încărcării, puteți introduce: titlul, descrierea, tag-ul și puteți încărca o imagine ca și copertă a videoclipului.

Videoclipul încărcat poate fi: public, adică vizibil pentru toți, nelistat, privat, programat pentru a fi setată o dată de publicare. Videoclipul poate fi inserat într-o listă de redare prin intermediul funcției "add to playlist" (adăugare în lista de redare) și "add playlist" (adăugare listă de redare).



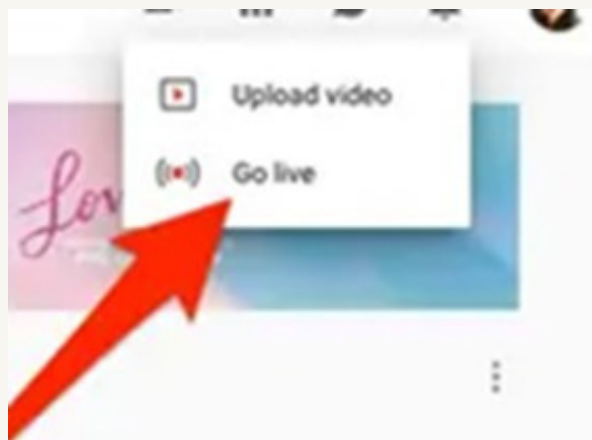
SCURTĂTURI

Puteți realiza videoclipuri scurte, numite Shorts și de până la 60 de secunde, direct cu ajutorul camerei de pe dispozitivul dvs. mobil. Conectați-vă la contul dvs. de YouTube. Atingeți "+" și apoi pictograma camerei. Lăsați opțiunea implicită de 15 secunde sau atingeți numărul 15 de deasupra butonului "Înregistrare" pentru a o extinde până la 60 de secunde. Înregistrați videoclipul atingând și ținând apăsat butonul de înregistrare sau atingându-l o dată pentru a începe și o dată pentru a opri. Atingeți butonul "Terminat" pentru a vedea o previzualizare. Îmbunătățiți videoclipul cu ajutorul filtrelor sau modificați viteza pentru a-l reda rapid sau cu încetinitorul. Atingeți "Next" (Următorul) și apoi adăugați titlul, descrierea și alte detalii. Atingeți butonul "Încărcați".



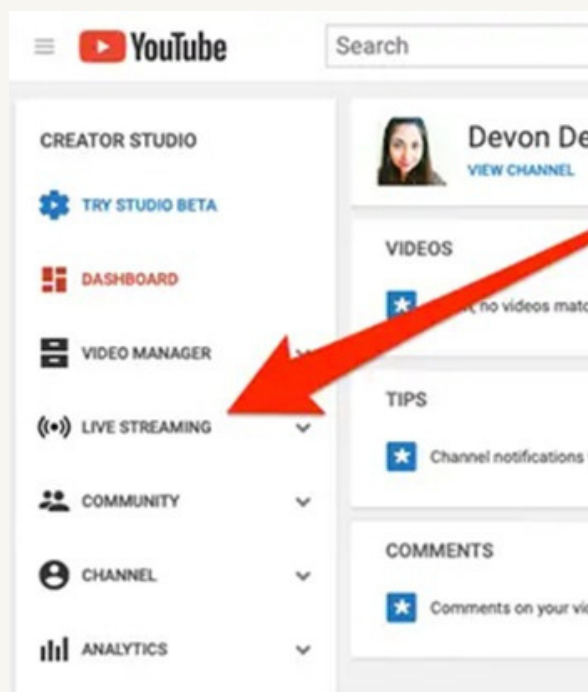
Transmisiune în direct

Cu YouTube puteți transmite în direct, astfel încât oamenii să poată urmări în timp real. Navigați la butonul "creați" din colțul din dreapta sus al paginii principale a YouTube. Este pictograma camerei cu simbolul "+". Selectați "Go Live" (Mergi în direct).



Alegeți un moment pentru a intra în direct atunci când intrați în "YouTube Live Control Room". Dacă nu vedeți această opțiune, selectați "Cameră web" din opțiunile din partea stângă. alegeți un titlu, o descriere a fluxului, o categorie, o miniatură, dacă doriți să îl puneți într-o listă de redare și dacă este potrivit pentru copii. dacă doriți să monetizați fluxul, puteți alege această opțiune.

Alegeți setările pentru chat-ul live și dacă este doar pentru abonați sau pentru oricine. Decideți cât de repede trebuie să fie trimise mesajele. aveți posibilitatea de a face streamingul YouTube privat, nelistat sau public. După ce ați făcut alegerea, faceți clic pe Done (Gata).



CUM SĂ CÂȘTIGI CU YOUTUBE

Pentru a câștiga cu YouTube, trebuie să aplicați direct la YouTube, care este acordat celor care au:

- 4000 de ore de vizionare
- 1000 de abonați
- un cont AdSense
- respect pentru comunitate
- politici de monetizare
- să locuiești într-o țară în care programul de afiliere este activ.



Google AdSense

SFATURI PENTRU A DEVENI VIRAL

Fiți atenți la decorul în care înregistrați videoclipul: amplasați bine luminile și asigurați-vă că videoclipul are o calitate bună.

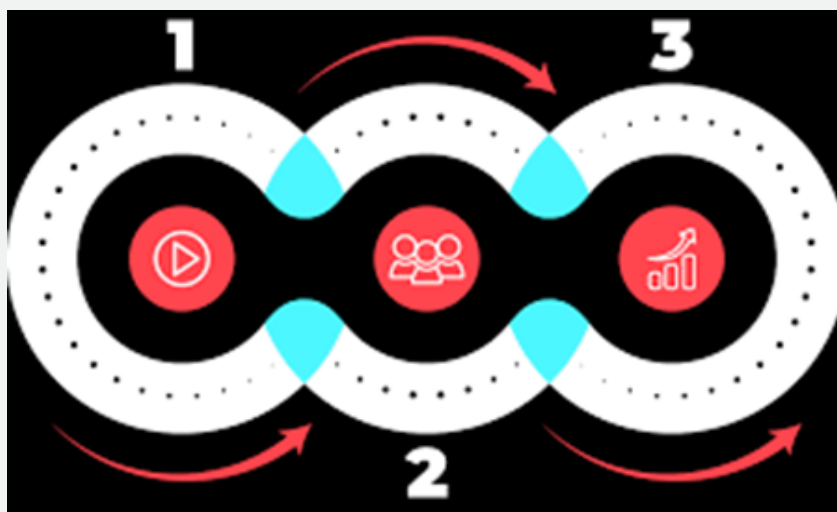
Urmați tendințele momentului

Adăugați muzică în videoclipurile dvs.

Fii original și fii tu însuși, nu-ți fie teamă să te exprimi

Colaborați cu alți youtuberi sau sponsori de produse

Interacționați cu cei care vă urmăresc în timp ce transmiteți live



DEVINO UN 2 VIP INFLUENCER

INSTAGRAM

să înțelegem Instagram

ÎNVAȚĂ

Ce este Instagram?

Instagram este o rețea socială gratuită creată în 2010

Aceasta permite utilizatorilor înregistrați să facă și să partajeze fotografiile și videoclipuri în rețea. De asemenea, vă permite să filtrați fotografiile. Cea mai populară funcție este Stories (Povești). Puteți, de asemenea, să discutați cu alte persoane în direct, să faceți live și să vă uitați la secțiunea de magazine. În 2012, compania a fost cumpărată de Facebook.



2010



2010 - 2011



2011 - 2016



2016 - 2022



2022 - now

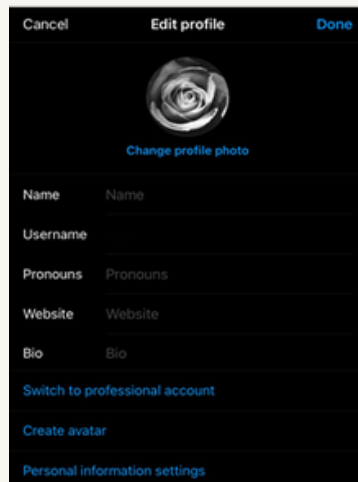
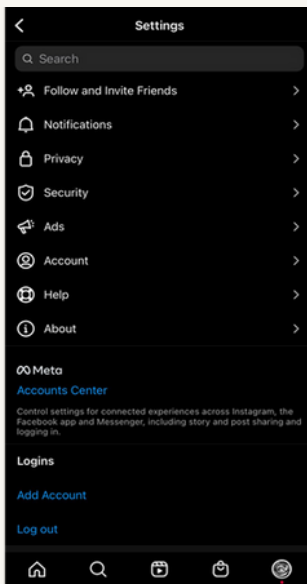
Setează-ți profilul

Creați-vă un cont nou făcând clic pe Înregistrare sau pe Creare cont nou.

Introduceți numărul de telefon mobil sau adresa de e-mail (sau conectați-vă direct cu contul dvs. de Facebook).

Introduceți numele și prenumele, o poreclă și o parolă.

The image shows the Instagram sign-up page. At the top, it says "Instagram" in a stylized font. Below that, it says "Sign up to see photos and videos from your friends." There are two main options: "Log in with Facebook" (with a Facebook logo) and "OR". Below "OR", there are four input fields: "Mobile Number or Email", "Full Name", "Username", and "Password". At the bottom, there is a "Next" button. There is also a small disclaimer about contact information and a link to "Learn More".

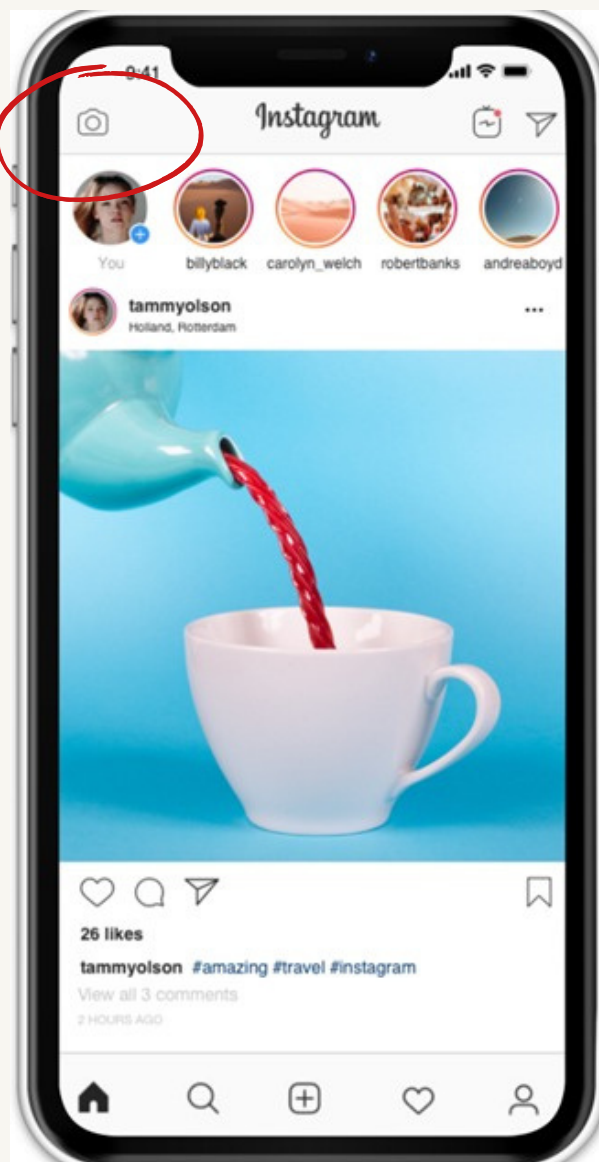


Alege o fotografie de profil.
Scrie o biografie sau adăugă un site web.

Contul tău poate fi privat, public sau de afaceri.

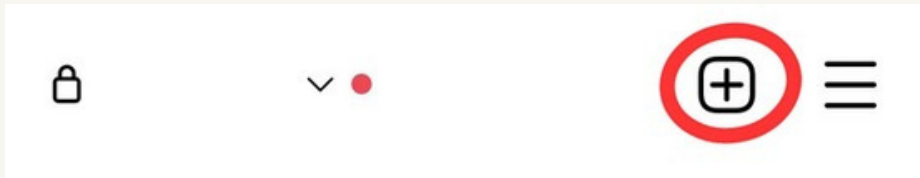
Cum să postezi o poveste

Poveștile Instagram sunt vizibile pentru urmăritorii dvs. timp de 24 de ore. Primul pas este să faceți clic pe "Poveștea dvs." în partea stângă sus.



Cum să postezi poze sau videoclipuri

Pentru a posta o fotografie sau un videoclip, apăsați ultima pictogramă din dreapta jos după ce ați intrat în profilul dvs., apăsați butonul "+" din dreapta sus, alegeți opțiunea "postare" încărcați fotografiile din galeria dvs. sau faceți-le pe moment, puteți posta mai multe fotografii/video în aceeași postare



Cum se face un reel (rolă video)

Înregistrați și editați clipuri video multi-clip de 15 secunde cu sunet, efecte și noi instrumente creative. Puteți partaja reel-urile cu urmăritorii dvs. pe Feed și, dacă aveți un cont public, le puteți face publice.

Selectați Reel în partea de jos a camerei Instagram.

Audio: Căutați o melodie din biblioteca muzicală Instagram. De asemenea, puteți utiliza propriul audio original, înregistrând pur și simplu un reel cu acesta.

Efecte AR: Selectați unul dintre numeroasele efecte din galeria de efecte, create atât de Instagram, cât și de creatori din întreaga lume.

Sfaturi pentru a avea mai multe like-uri și urmăritori

- Utilizați între 5 și 10 hashtag-uri.
- utilizați hashtag-uri care se potrivesc cu fotografia sau videoclipul. Calitate ridicată a fotografiilor / videoclipurilor
- Interacționați cu oamenii
- Utilizați live
- Scrieți o descriere
- Publicați în mod regulat



Rețelele de socializare pentru organizații nonprofit și persoane fizice

Alege-ți Platforma

Cele mai multe organizații nonprofit nu au nevoie să fie prezente pe fiecare platformă de socializare.

În schimb, cele mai bune platforme de socializare pentru organizațiile nonprofit vor depinde de tipurile de conținut pe care doresc să le partajeze, de publicul pe care speră să îl capteze și de locurile în care susținătorii lor sunt deja activi.

Facebook: Utilizat pe scară largă de persoane de toate vârstele (deși adolescenții reprezintă cel mai mic grup de vârstă al utilizatorilor), Facebook este un loc excelent pentru a împărtăși evenimente, strângerea de fonduri, imagini, videoclipuri și texte. Funcțiile de streaming live și de povestire de pe Facebook continuă să câștige popularitate.

Twitter: Limitele de caractere fac ca Twitter să fie cel mai bun pentru actualizări rapide, discuții și interacțiunea cu mass-media. Organizațiile nonprofit care sunt axate pe apărare sau activism pot găsi, de asemenea, Twitter o platformă bună pentru organizarea și comunicarea despre acțiuni sau desfășurarea de campanii hashtag.

Instagram: Instagram este o platformă foarte vizuală, perfectă pentru fotografii, videoclipuri și subtitrări de impact.

LinkedIn: Conceput pentru rețele profesionale, LinkedIn vă conectează cu talent atunci când faceți angajări și vă poate ajuta să ajungeți la donatori corporativi și să aflați mai multe despre carierele și conexiunile donatorilor dvs. existenți.

TikTok: O platformă bazată pe video populară printre adolescenți, utilizatorii înregistrează și partajează 15-60 de secunde clipuri video pe muzică. Utilizatorii participă, de asemenea, la provocări și proiecte care aduc beneficii organizațiilor non-profit prin creșterea gradului de conștientizare și a fondurilor.



ÎNCEPE CU O STRATEGIE

Ai mult mai multe șanse să ai succes în rețelele de socializare dacă începi cu o strategie

Una dintre greșelile frecvente pe care le fac organizațiile non-profit la lansarea rețelelor de socializare este să se înscrie pe o platformă pentru că ei cred că trebuie să o facă, apoi să posteze lucruri la întâmplare. Mai apoi rețelele de socializare nu fac cu adevărat nimic pentru ei, iar ei devin descurajați sau copleșiți. Aveți mult mai multe șanse să aveți succes cu rețelele de socializare dacă începeți cu o strategie. Aceasta nu trebuie să fie incredibil de complexă.

Un scop și obiective clare

În primul rând, de ce vreți să folosiți rețelele de socializare?

Ce sperați să realizați?

Doriți să:

Odată ce vă cunoașteți scopul, puteți începe să vă stabiliți obiectivele. Un format de obiectiv "SMART" vă poate menține pe drumul cel bun. Un obiectiv **SMART** este:



Specific: Prezentați exact ceea ce încercați să realizați.

Măsurabil: În loc de un obiectiv vag, cum ar fi "să fim mai buni în rețelele de socializare", încercați "să postați de X ori pe săptămână" sau "să ne creștem numărul de urmăritori cu X%".

Realizabil: Dacă sunteți un departament de marketing/recrutare de fonduri format dintr-o singură persoană, nu ar trebui să aveți aceleași obiective ca cineva cu o echipă de zece persoane. Timpul și bugetul dvs. vor influența ceea ce puteți face, așa că stabiliți-vă obiectivele în consecință.

Relevant: Este obiectivul dvs. în concordanță cu ceea ce are nevoie organizația dvs. și scopul rețelelor de socializare? Dacă scopul dvs. principal este de a vă educa urmăritorii, obiectivul dvs. nu ar trebui să se refere la cifrele de strângere de fonduri.

La timp: Când veți ști că v-ați atins obiectivul? Cât timp veți încerca o strategie înainte de a o evalua? Obiectivul dvs. ar trebui să aibă o dată calendaristică.

Un Public Țintă

TREBUIE SĂ RĂSPUNDEȚI LA CÂTEVA ÎNTREBĂRI

La cine încerci să ajungi? Privește-ți actualii urmăritori și susținători și ia în considerare interesele acestora. La ce fel de conținut răspund cel mai mult? Pe ce platforme sunt activi?

PERSONAJUL

Un personaj este o schiță a caracterului membrului ideal al audienței tale, care include date demografice, interese, puncte de durere și istoricul implicării. Această persoană fictivă vă permite să vă umanizați și să vă direcționați comunicările.







CREAREA DE
PERSONAJE VĂ VA
AJUTA SĂ
ÎNȚELEGEȚI
NEVOILE,
EXPERIENȚELE,
COMPORTAMENTEL
E ȘI OBIECTIVELE
UTILIZATORILOR
DUMNEAVOASTRĂ

Crearea de personaje vă va ajuta să înțelegeți nevoile, experiențele, comportamentele și obiectivele utilizatorilor dumneavoastră.



- Nume
- Gen
- Locație
- Ocupație
- Obiective
- Provocare
- Mod de viață
- Canale active
- Preferințe de conținut
- Hashtag-uri
- Influenceri
- Hobbi-uri

ELABORARE PERSONAJ

 <p>ETHAN SMITH Male, 25 years</p> <p>Location: Dallas, Texas Designation: Marketing Manager</p>	GOALS <ul style="list-style-type: none">• To start investing money• To start a side hustle• To have two to three streams of income	SOCIAL MEDIA
	CHALLENGES <ul style="list-style-type: none">• 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	Active channels   
	BUYING TRIGGERS <ul style="list-style-type: none">• Reading success stories of side hustles• Watching how-to video interviews on social media• Testimonials from friends	Content preferences <ul style="list-style-type: none">• YouTube videos• Instagram Stories• Instagram Reels
	LIFESTYLE <p>Lives alone in an apartment</p>	Hashtags #football #sidehustle #fitness, #investing
		Influencers @sommerray @krisgethin, @cristiano @193countries
		HOBBIES <ul style="list-style-type: none">• Horticulture• Reading• Watching TV shows and movies• Attending stand-up comedy events

O Programare



Cât de des doriți să postați pe fiecare platformă? Nu există un număr sau o frecvență perfectă și va trebui să experimentați pentru a vedea ce este atractiv pentru publicul dumneavoastră și sustenabil pentru organizația dumneavoastră. În general, consecvența și calitatea prevalează asupra frecvenței brute - este mai bine să publicați conținut de înaltă calitate o dată pe săptămână decât mai multe postări la întâmplare, urmate de goluri de tăcere.

Identitatea în Rețelele de Socializare

CUM DORIȚI SĂ VĂ PREZENTAȚI ÎN REȚELELE DE SOCIALIZARE?



- Roluri și responsabilități (cine ce postează ?)
- Ce tipuri de conținut împărtășiți?
- Vocea și tonul la care aspirați
- Politica dumneavoastră privind răspunsul la comentarii
- Cum să gestionați conflictele pe rețelele de socializare

Cele mai bune practici pentru postare

Ce anume ar trebui să postați pe rețelele de socializare? Va depinde foarte mult de scopul și de publicul dvs. Cu toate acestea, aceste cinci bune practici vă vor ajuta să dezvoltați conținut captivant, indiferent de tipul de organizație în care vă aflați.

Faceți-o vizual

Rețelele de socializare folosesc text, desigur, dar adevărata lor putere constă în conținutul vizual.

Conținutul vizual include grafică, videoclipuri și fotografii. Este coloana vertebrală a platformelor precum Instagram, dar este esențială și pe alte platforme. Oamenii au mai multe șanse să interacționeze, să-și amintească și să vadă conținut cu un element vizual.

Realizarea de fotografii și videoclipuri la evenimente este o sursă excelentă de conținut vizual, dar nu uitați că infograficele, ilustrațiile și diapozitivele sunt și ele conținut vizual.

Puneți întrebări

Organizațiile non-profit care folosesc cu succes rețelele de socializare nu doar își difuzează știrile – încep o conversație. Cereți publicului dvs. feedback, opinii și idei. Apoi, invitați-i să participe în rețeaua dvs. de socializare prin întrebări și sondaje. Este mai captivant pentru suporterii și vă ajută să aflați mai multe despre ei.

Chiar și o conversație ușoară poate indica misiunea ta, cum ar fi întrebările Societății Tree House Humane pentru iubitorii de pisici cu părul lung din lume.

OFERITI-LE VALOARE

De ce vă urmăresc oamenii? Ce „obțin” aceștia din interacțiunea cu dvs. pe rețelele de socializare? Acordați atenție tipului de postări cu care interacționează publicul dvs. și oferiți-le mai multe dintre acestea. Întrebați-vă: „Care este valoarea pentru urmăritori?” cu fiecare postare.

Ca regulă generală, 80% din conținutul dvs. ar trebui să fie inspirator, informativ sau distractiv pentru susținătorii dvs., iar 20% pot fi pur auto-promoționale.

Această postare de la World Wildlife Fund oferă iubitorilor de animale conținutul pe care îl doresc, consolidând motivele pentru care urmăresc WWF.

Răspundeți Audienței

Rețelele de socializare sunt interactive. Când cineva pune o întrebare sau face un comentariu, speră că organizația dvs. să răspundă. Deci, faceți un efort pentru a răspunde prompt, chiar dacă este doar: „Mulțumesc pentru feedback!” sau „Ne bucurăm să auzim asta!”

FI-ȚI AUTENTIC

Rețelele de socializare vă permit să vă prezentați doar momentele cele mai strălucitoare. La fel ca mulți influenceri de pe Instagram, unele organizații non-profit își păstrează prezența în social media impecabilă. Este tentant să faci acest lucru, dar dacă nu sapi niciodată mai adânc, vei pierde autenticitatea.

Rețelele de specializare pentru organizațiile non-profit sunt o șansă de a fi autentic și de a oferi următorilor tăi o privire reală asupra muncii voastre, a oamenilor care o fac și a schimbării pe care o aduceți. În timp ce ar trebui să rămâi profesionist, nu-ți fie frică să arăți cine ești ca organizație – vorbește despre ceea ce îți aduce bucurie, te înnebunește și te ține în viață. Este mult mai interesant și mai autentic decât o imagine perfectă și strălucitoare.



Tipuri de conținut pe rețelele de socializare

Uitați câteva tipuri diferite de conținut pentru rețelele de socializare pe care le puteți folosi pentru a vă îmbunătăți strategiile și calendarul postărilor:

- Animații
- Articole
- Conținut din culise
- Postări de Blog
- Feedback-ul Participanților
- Meme-uri
- Citate
- Sfaturi și trucuri
- follower content
- Noutăți din Companie
- Angajați
- Evenimente
- Conținut din țara, oraș
- Întrebări adresate frecvent
- GIF-uri
- Concursuri
- Noutăți
- Infografice
- Videoclipuri Live
- Date de pe piață



DEVINO UN 2 VIP INFLUENCER

2vip