

# MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE DLA ORGANIZACJI NON- PROFIT I OSÓB FIZYCZNYCH

Memouna Diallo

# WYBIERZ SWOJĄ PLATFORMĘ

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 one udostępniać; odbiorców, do których mają nadzieję dotrzeć; a także przestrzeni w której ich zwolennicy są już aktywni.



PYTANIA

# ZACZNIJ OD STRATEGII

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

JASNY

ZAMIA

R I

CELE

Dlaczego w ogóle chcesz  
korzystać z mediów  
społecznościowych?

Co masz nadzieję osiągnąć?

Kiedy już znasz swój zamiar,  
możesz zacząć wyznaczać  
cele. Format celu „SMART”  
pomocze Ci utrzymać się na  
właściwej drodze.

S

M

A

R

T

**Specific - konkretny**

**Measurable – wymierny**

**Attainable - osiągalny**

**Relevant - wymierny**

**Timely - aktualny**

# ODBIORCY DOCELOWI

Do kogo próbujesz dotrzeć?

Spójrz na swoich obecnych obserwujących oraz zwolenników i rozważ ich zainteresowania.

Na jakie treści są najbardziej responsywni?

Na jakich platformach są aktywni?

# PERSONA

## **Co to jest persona ?**

Persona to szkic postaci idealnego członka widowni.

Ta fikcyjna osoba pozwala na humanizację i ukierunkowanie komunikacji

# TWORZENIE PERSON POMÓŻE CI ZROZUMIEĆ POTRZEBY, DOŚWIADCZENIA, ZACHOWANIA I CELE TWOICH UŻYTKOWNIKÓW..

Cele

Wyzwania

Imię

Płeć

Lokalizacja

Zawód

Styl życia

Aktywne kanały

Preferencje treści

Hashtagi

Influencerzy

Zainteresowania

# ROZBUDOWANA PERSONA

|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div></div> <div><b>ETHAN SMITH</b><br/>Male, 25 years</div> <div><b>Location:</b> Dallas, Texas<br/><b>Designation:</b> Marketing Manager</div> | <b>GOALS</b>                                                                                                                                                                                                                       | <b>SOCIAL MEDIA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• To start investing money</li><li>• To start a side hustle</li><li>• To have two to three streams of income</li></ul>                                                                       | <b>Active channels</b><br>   |
|                                                                                                                                                                                                                                    | <b>CHALLENGES</b>                                                                                                                                                                                                                  | <b>Content preferences</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• YouTube videos</li><li>• Instagram Stories</li><li>• Instagram Reels</li></ul>                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Not knowing where or how to start a side hustle.</li><li>• Afraid that he will not be able to manage his expenses once he grows older or will not be able to clear student loans</li></ul> | <b>Hashtags</b><br>#football      #fitness,<br>#sidehustle      #investing                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                    | <b>BUYING TRIGGERS</b>                                                                                                                                                                                                             | <b>Influencers</b><br>@sommerray      @krisgethin,<br>@cristiano      @193countries                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                    | <b>LIFESTYLE</b>                                                                                                                                                                                                                   | <b>HOBBIES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                    | Lives alone in an apartment                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Horticulture</li><li>• Reading</li><li>• Watching TV shows and movies</li><li>• Attending stand-up comedy events</li></ul>                                                                                                                    |

# PROSTA PERSONA

## SIMPLE PERSONA



Female,  
College-age,  
athlete

### Target With:

Instagram Stories  
re: college sports games

### Best Time to Post:

4-7 PM PT

**Competitors:** Nike,  
Lululemon



Female,  
20's-30's,  
active

### Target With:

Instagram feed posts  
w/ giveaways

### Best Time to Post:

9-12 PM PT

**Competitors:** Lululemon,  
ALO, Under Armour



Female,  
40's-50's,  
active

### Target With:

Instagram feed posts  
w/ influencers

### Best Time to Post:

7-12 PM PT

**Competitors:** Target,  
Prana, Lululemon, Adidas

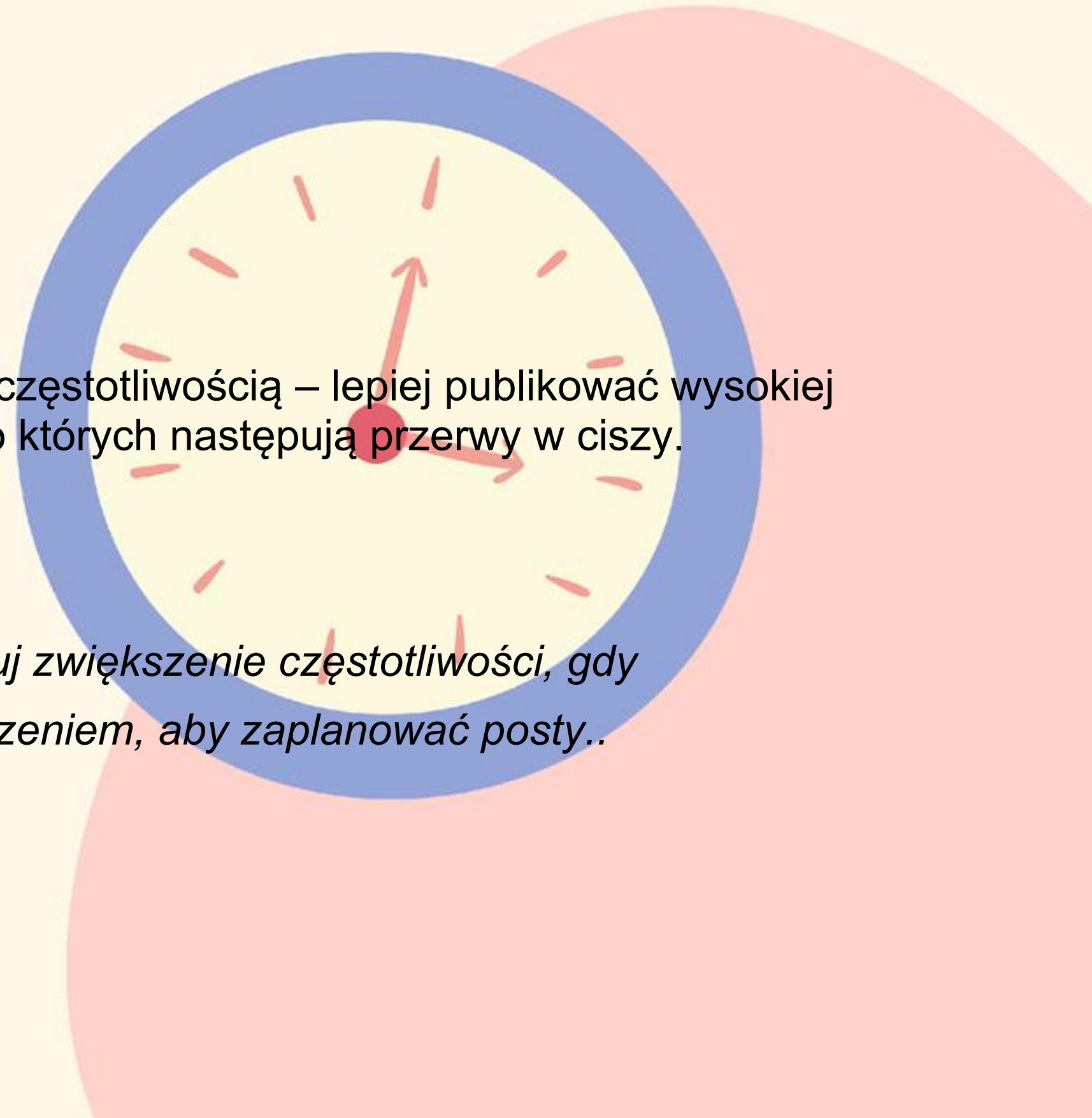
# SCHEDULE?!

# HARMONOGRAM?!

Jak często chcesz publikować na każdej platformie?

Ogólnie rzecz biorąc, spójność i jakość przeważają nad surową częstotliwością – lepiej publikować wysokiej jakości treści raz w tygodniu niż kilka przypadkowych postów, po których następują przerwy w ciszy.

**Rada:** *dwa posty tygodniowo to więcej niż ok na początek. Planuj zwiększenie częstotliwości, gdy poczujesz się bardziej komfortowo, najlepiej pracując z wyprzedzeniem, aby zaplanować posty..*



# TOŻSAMOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚC IOWYCH

Jak chcesz się prezentować w mediach społecznościowych?

Role i obowiązki (kto co opublikuje?)

Jakiego rodzaju treści udostępniasz

Głos i ton, do którego dążysz

Twoje zasady dotyczące odpowiadania  
na komentarze

Jak radzić sobie z konfliktami w mediach  
społecznościowych

# **NAJLEPSZE PRAKTYKI DOTYCZĄCE PUBLIKACJI**

Co dokładnie powinieneś publikować w mediach społecznościowych?

Te pięć najlepszych praktyk pomoże Ci opracować angażujące treści, bez względu na to, w jakiej organizacji jesteś.

# 1.1. ZRÓB TO WIZUALNIE

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.



## 2. ZAPEWNIJ WARTOŚĆ

Co Twoi obserwatorzy „dostają” dzięki interakcji z Tobą w mediach społecznościowych?

Zwracaj uwagę na rodzaje postów, z którymi wchodzi w interakcje Twoi odbiorcy, a także dawaj im ich więcej. Z każdym postem zadaj sobie pytanie: „Jaka jest wartość dla obserwujących?”

Zgodnie z ogólną zasadą 80% Twoich treści powinno być inspirujące, informacyjne lub rozrywkowe dla Twoich zwolenników, a 20% może mieć charakter czysto autopromocyjny



# 3. ZADAWAJ PYTANIA

Organizacje non-profit korzystające z mediów społecznościowych z powodzeniem nie tylko publikują swoje wiadomości, ale rozpoczynają rozmowę.

Poproś odbiorców o informacje zwrotne, opinie i pomysły. Następnie zaproś ich do wchodzenia w interakcję na Twoich kanałach społecznościowych poprzez pytania, ankiety i ankiety.

Jest to bardziej angażujące dla osób wspierających i pomaga dowiedzieć się o nich więcej.



# 4. ODPOWIADAJ SWOJEJ PUBLICZNOŚCI

Media społecznościowe są interaktywne. Gdy ktoś zadaje pytanie lub komentuje, ma nadzieję, że Twoja organizacja odpowie.

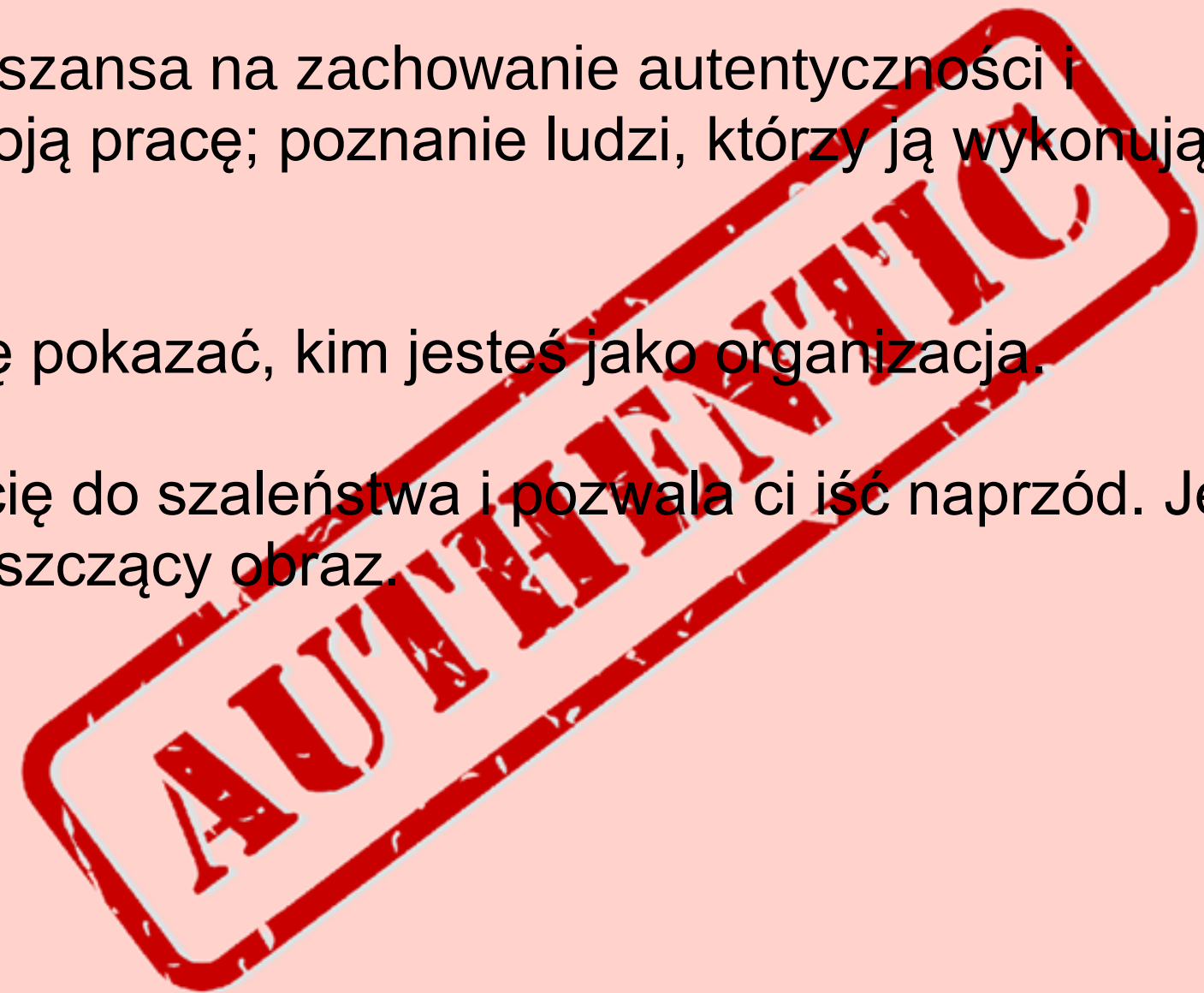


# 5. BĄDŹ AUTHENTYCZNY

Media społecznościowe Twojej organizacji non-profit to szansa na zachowanie autentyczności i umożliwienie obserwującym prawdziwego wglądu w Twoją pracę; poznanie ludzi, którzy ją wykonują; a także pokazanie zmian, które wprowadzasz.

Chociaż powinieneś pozostać profesjonalistą, nie bój się pokazać, kim jesteś jako organizacja.

Porozmawiaj o tym, co sprawia ci radość, doprowadza cię do szaleństwa i pozwala ci iść naprzód. Jest o wiele bardziej interesujący i autentyczny niż idealnie błyszczący obraz.



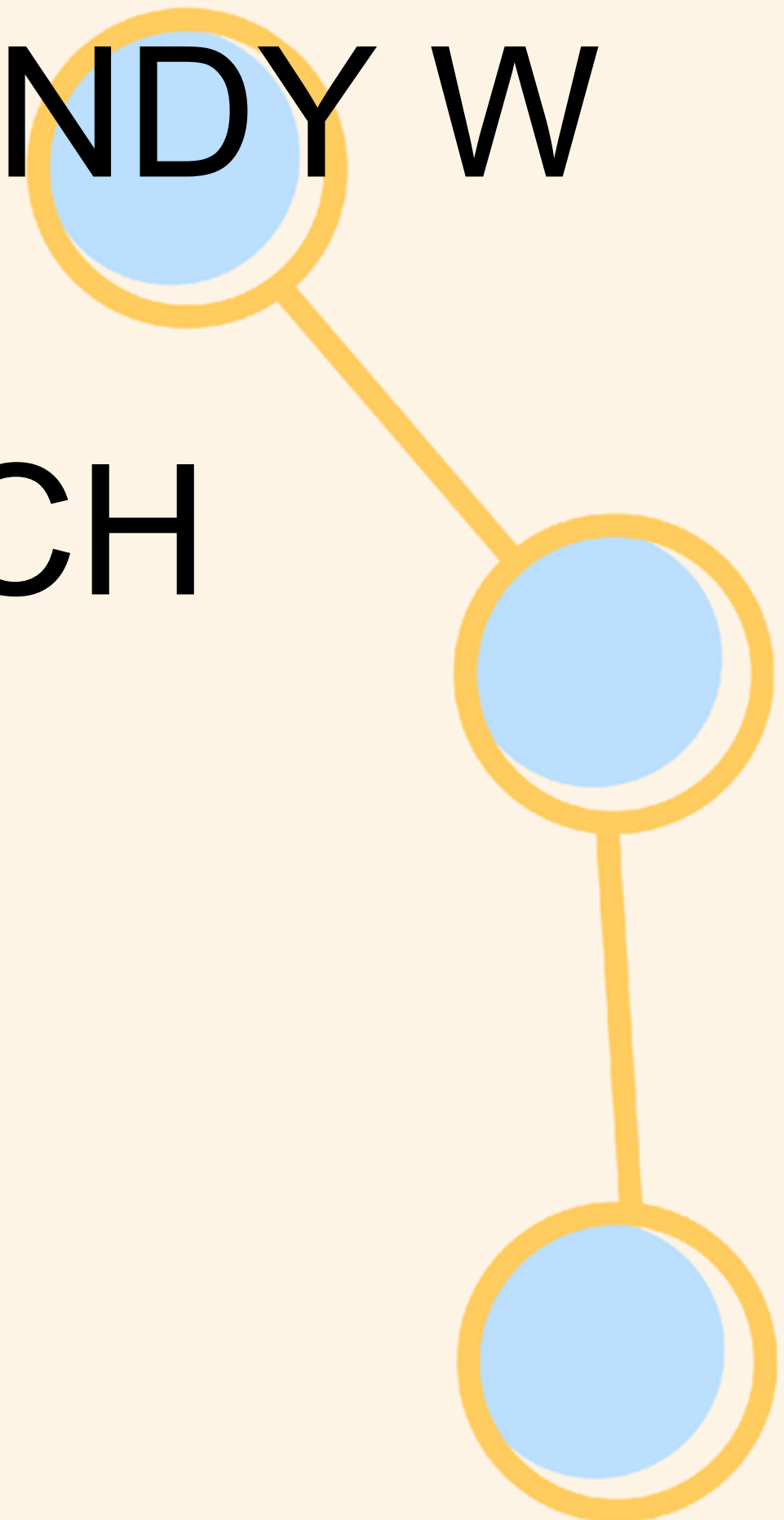
# NAJWAŻNIEJSZE TRENDY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Wszyscy wciąż kochają wideo

Popularność treści efemerycznych trwa

Rzeczywistość rozszerzona wciąż się rozwija

Oczekiwana jest personalizacja



# TRODZAJE TREŚCI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

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

Kraj, miasto Treść

Często zadawane pytania (FAQ)

Animacje

Artykuły

Treści zza kulis

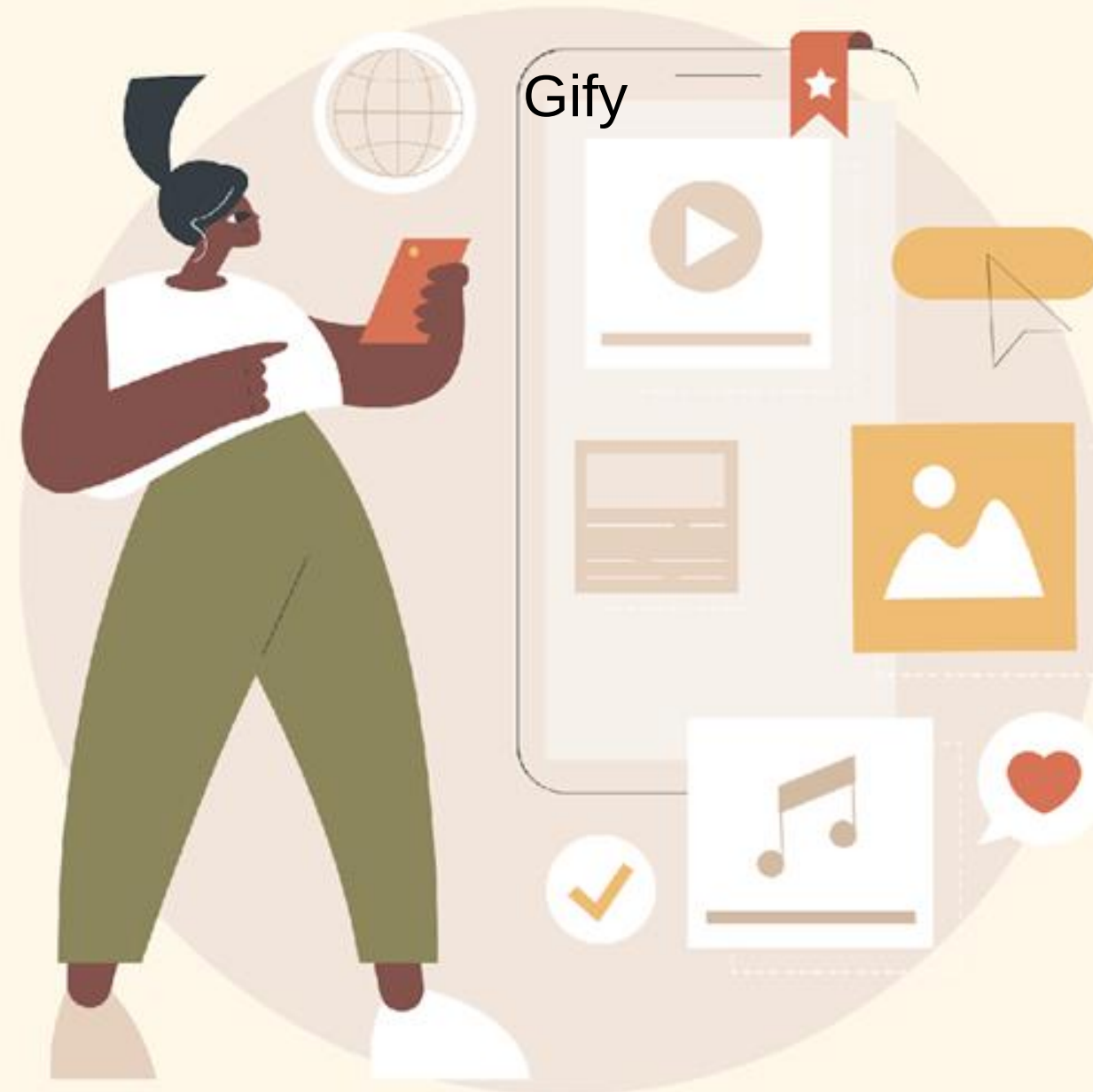
Posty na blogu

Opinie uczestników

Wiadomości Firmowe

Pracownicy

Wydarzenia



Memy

Cytaty

Porady i wskazówki

Treść obserwującego

Prezenty

Aktualności

Infografiki

Wideo na żywo

Dane rynkowe

DZIEKUJEMY

TERAZ STWÓRZ PERSONĘ!