

# Rețelele de Socializare pentru organizațiile non-profit și individ

By Memouna Diallo

# Alegeți-vă platformele de socializare

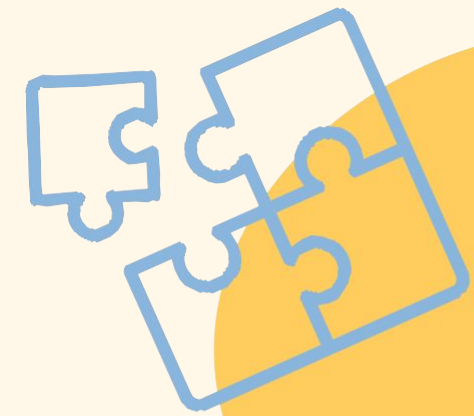
Majoritatea organizațiilor non-profit nu au nevoie să fie pe orice rețea de socializare.

În schimb, cele mai bune platforme de social media pentru organizații non-profit vor depinde de tipurile de conținut pe care doresc să le distribuie, de publicul la care speră să ajungă și de rețeaua în care susținătorii lor sunt deja activi.

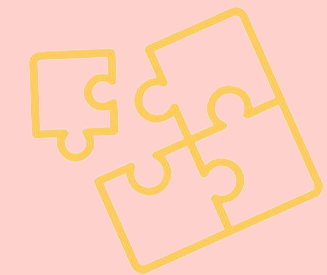
- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Twitter
- LinkedIn



Întrebări?



# Începeți cu o strategie



Este mult mai probabil să aveți succes pe rețelele de socializare dacă începeți cu o strategie.

# Scop și Obiective Clare

De ce doriți să folosiți rețelele de socializare în primul rând?

Ce sperați să realizați?

Odată ce vă cunoașteți scopul, puteți începe setarea obiectivelor. Un format de obiective "SMRRT" ("SMART" în engleză) vă poate ajuta să vă mențineți calea.

**S**      **Specific**

**M**      **Măsurabil**

**R**      **Realizabil**

**R**      **Relevant**

**T**      **Timp  
Util**

# Publicul Țintă

- La cine încercați să ajungeți?
- Observați interesele actualilor voștri urmăritori și susținători.
- La ce fel de conținut răspund aceștia cel mai bine?
- Pe ce platforme sunt aceștia activi?





# Persona



Ce este o Persona?

O Persona este schița de caracter ideală al unui membru al audienței dumneavoastră.

Această person fictivă vă permite să umanizați și să vă vizați comunicările ideale.





# Crearea unei persona vă va ajuta să înțelegeți nevoile utilizatorilor, experiențele, comportamentul și scopurile



- Nume
- Sex
- Locație
- Ocupație
- Scopuri
- Provocare
- Stil de viață
- Canale active
- Conținut
- Preferințe
- Hashtag-uri
- Influenceri
- Hobby-uri



# Elaborați persona

 <p><b>ETHAN SMITH</b> Male, 25 years</p> <p><b>Location:</b> Dallas, Texas <b>Designation:</b> Marketing Manager</p>	<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>   
	<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> #football #sidehustle #fitness, #investing
	<b>BUYING TRIGGERS</b>	<b>Influencers</b> @sommerray @cristiano @krisgethin, @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>	

# PersonaSimple



**Target With:**  
Instagram Stories  
re: college sports games

**Best Time to Post:**  
4-7 PM PT

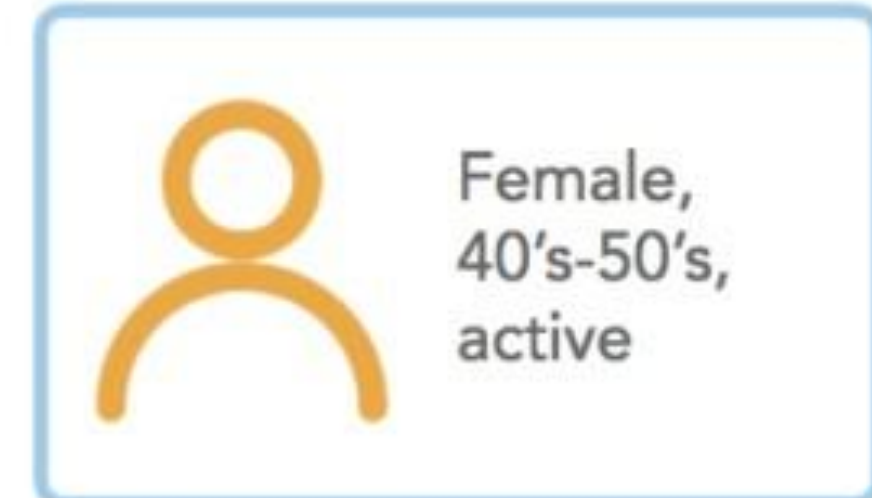
**Competitors:** Nike,  
Lululemon



**Target With:**  
Instagram feed posts  
w/ giveaways

**Best Time to Post:**  
9-12 PM PT

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



**Target With:**  
Instagram feed posts  
w/ influencers

**Best Time to Post:**  
7-12 PM PT

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

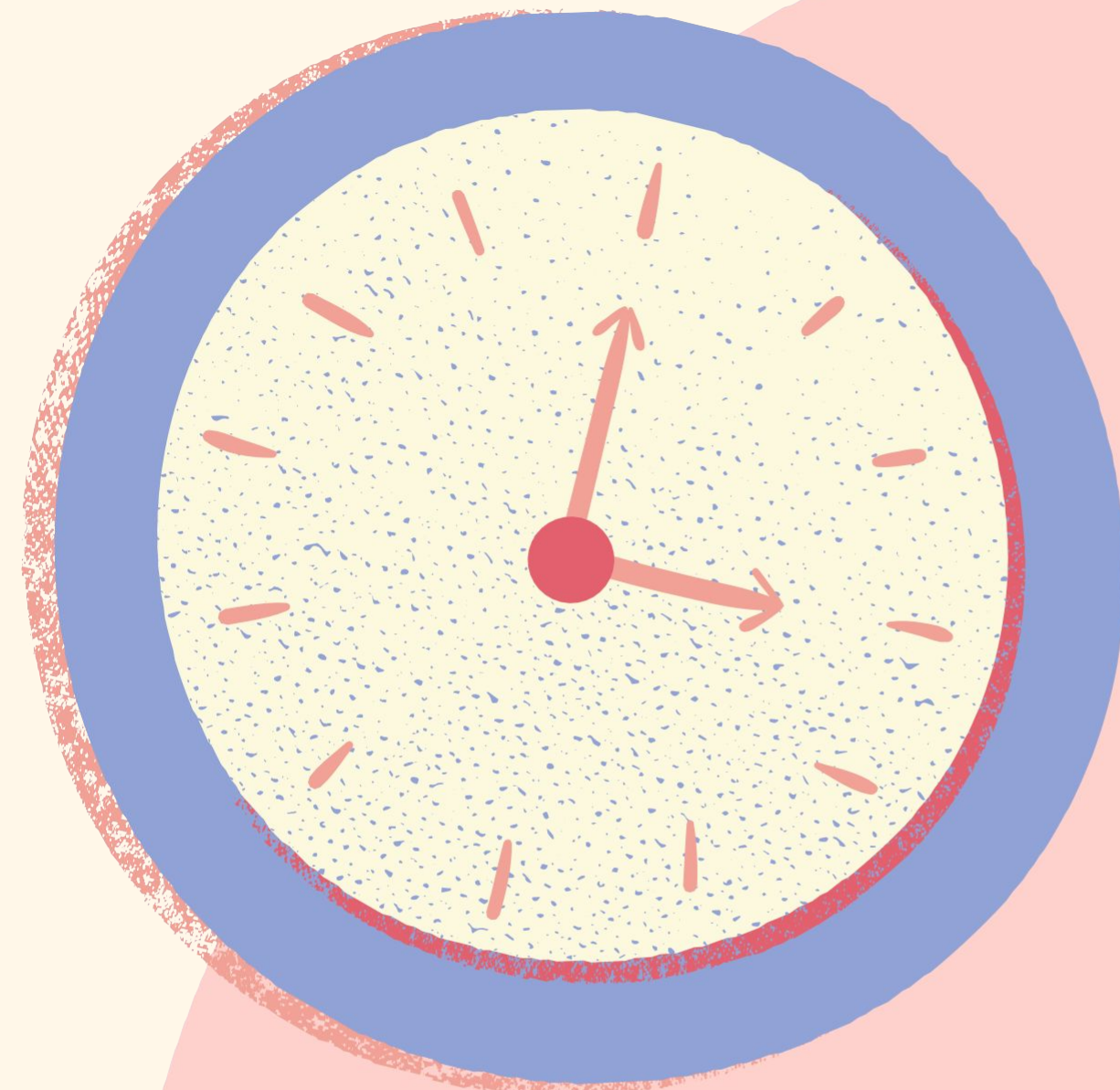


# Programă?!

Cât de des doriți să postați pe fiecare platformă?

În general, consistența și calitatea depășesc frecvența brută – este mai bine să postați conținut de înaltă calitate odată pe săptămână decât mai multe postări aleatorii, urmate de lacune de tăcere.

**Sfat:** *două postări pe saptamana e mai mult decat ok pentru început. Planificați să măriți frecvența pe măsură ce deveniți mai confortabili, lucrând înainte pentru a programa postări.*



# Identitatea pe Rețelele de Socializare

Cum doriți să vă prezentați pe rețelele de socializare?

- Roluri și responsabilități (cine va posta ce?)
- Ce tip de conținut distribuiți.
- Vocea și tonul la care aspirați.
- Politica dvs. cu privire la răspunsul la comentarii
- Cum să gestionați conflictele de pe rețelele de socializare.

# Cele mai bune practici pentru postare

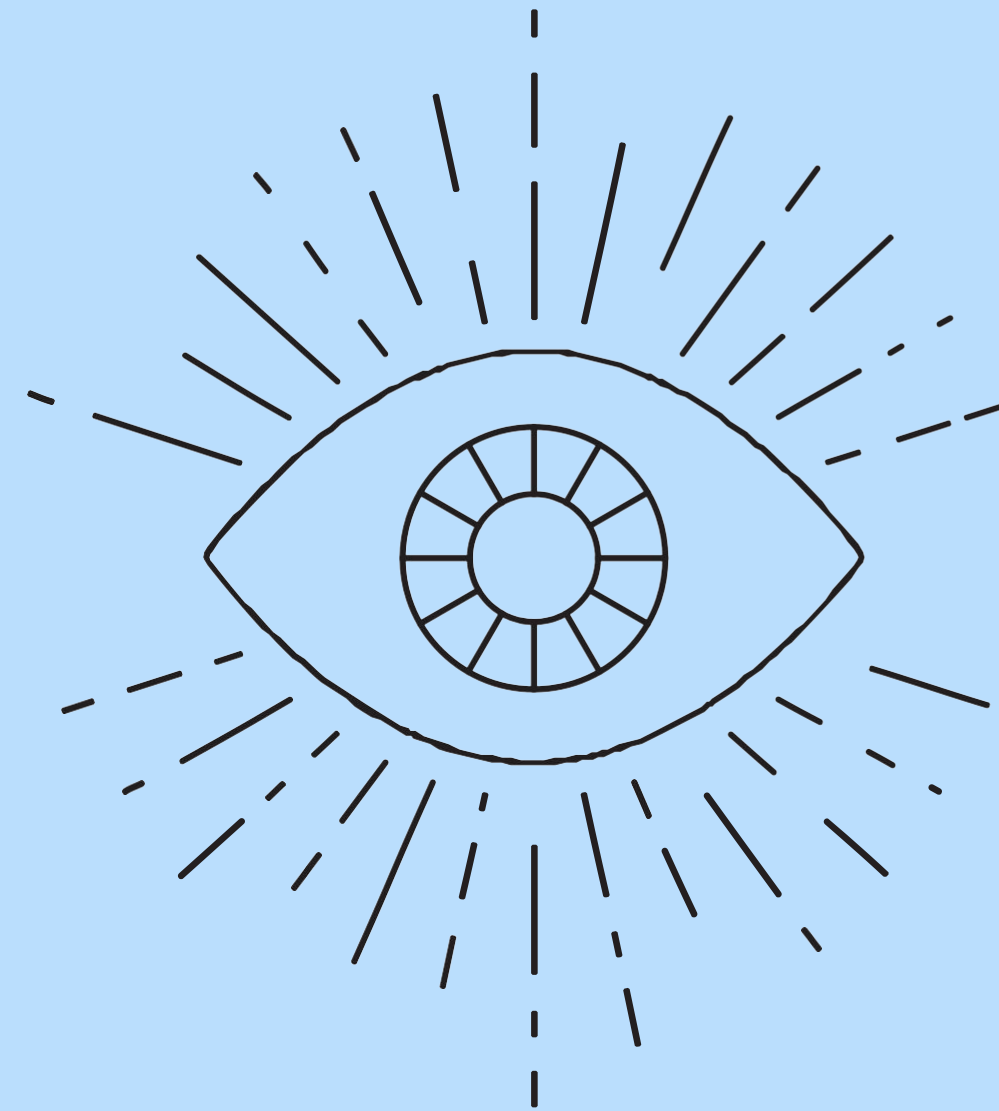
Mai exact ce ar trebui sa postați dvs. pe rețelele de socializare?

Aceste cinci practici vă vor ajuta să dezvoltați conținut captivant, indiferent de tipul de organizație în care vă aflați.

# 1. Faceți-o 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.





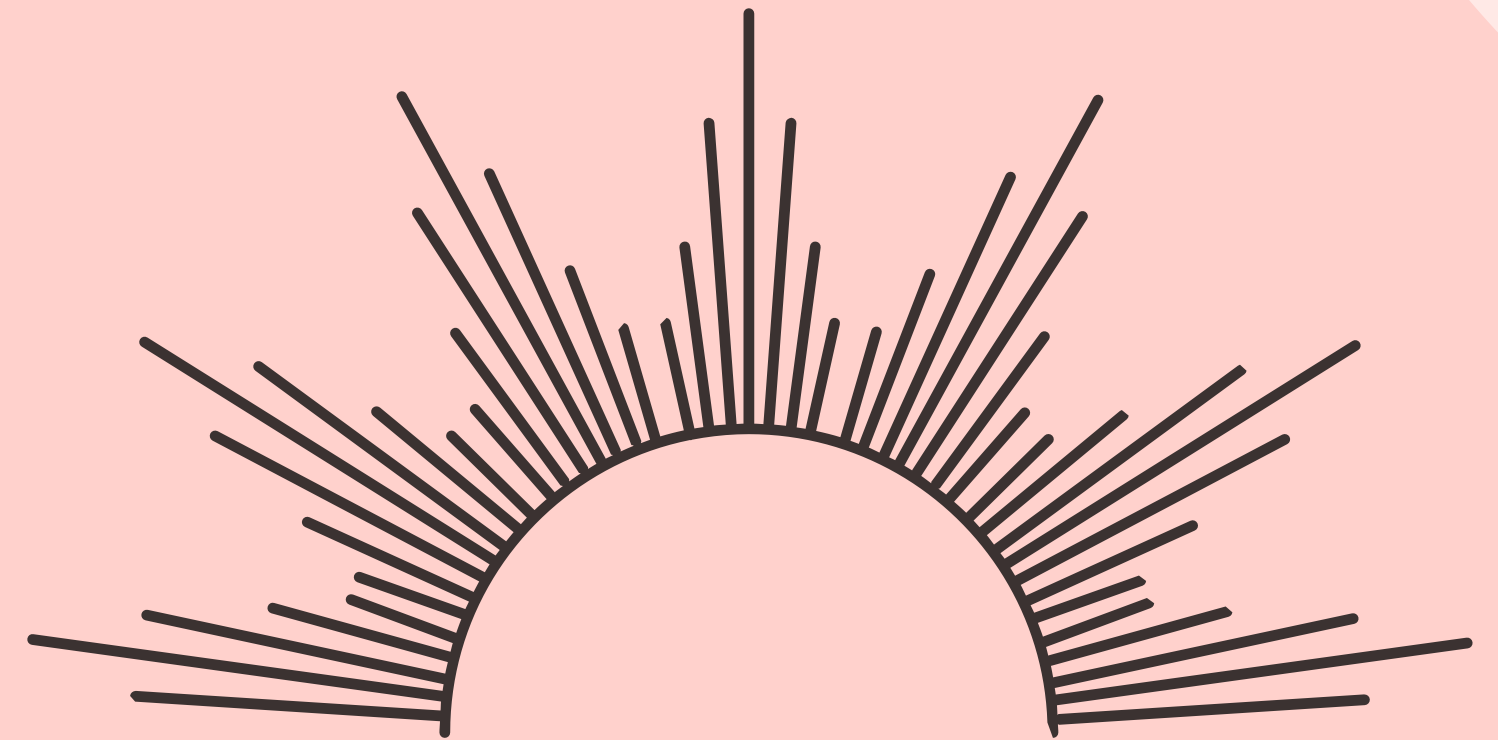
## 2. Oferiți Valoare

Ce „obțin” oamenii 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.



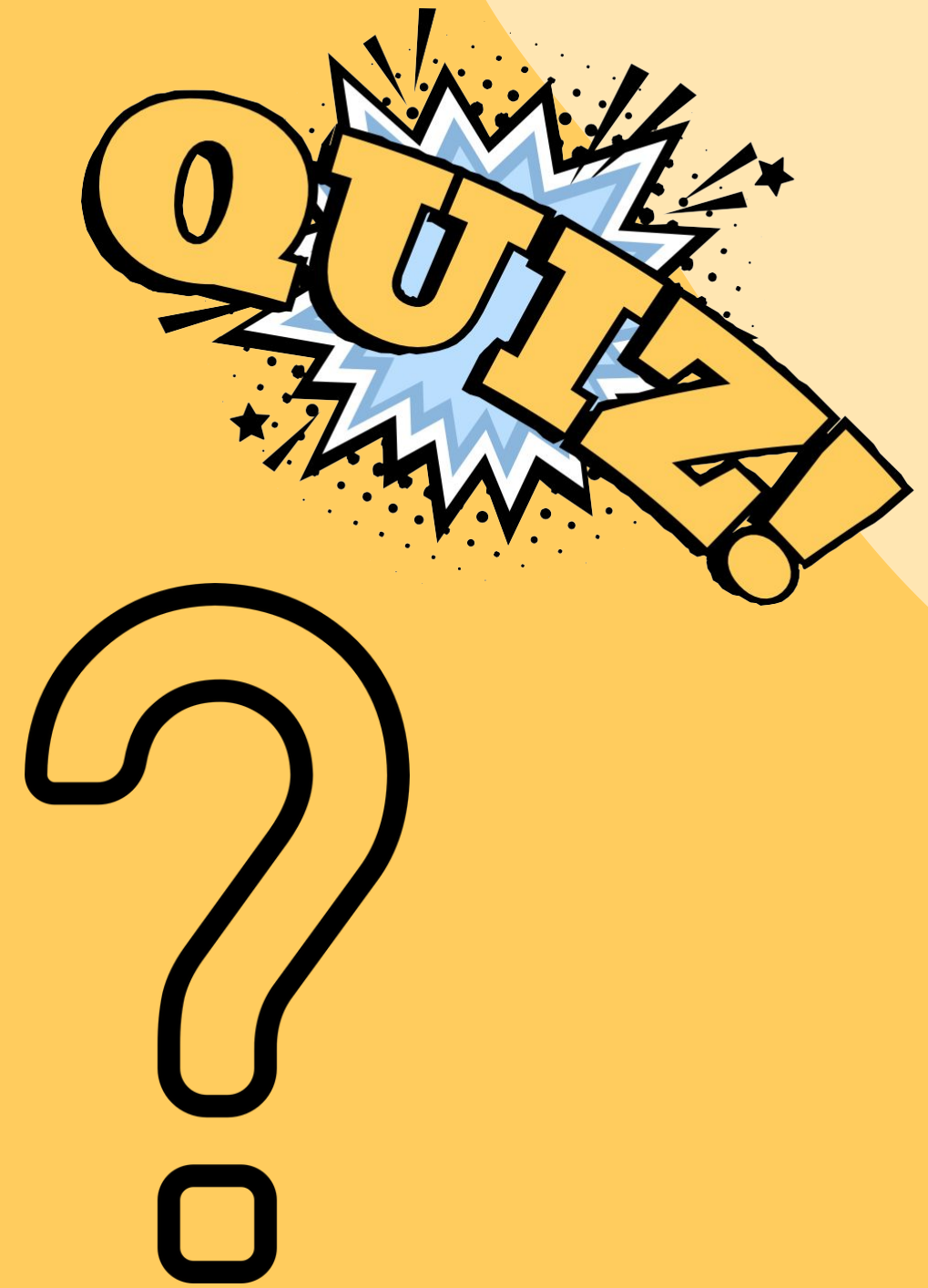
# 3. Puneți Întrebări

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.

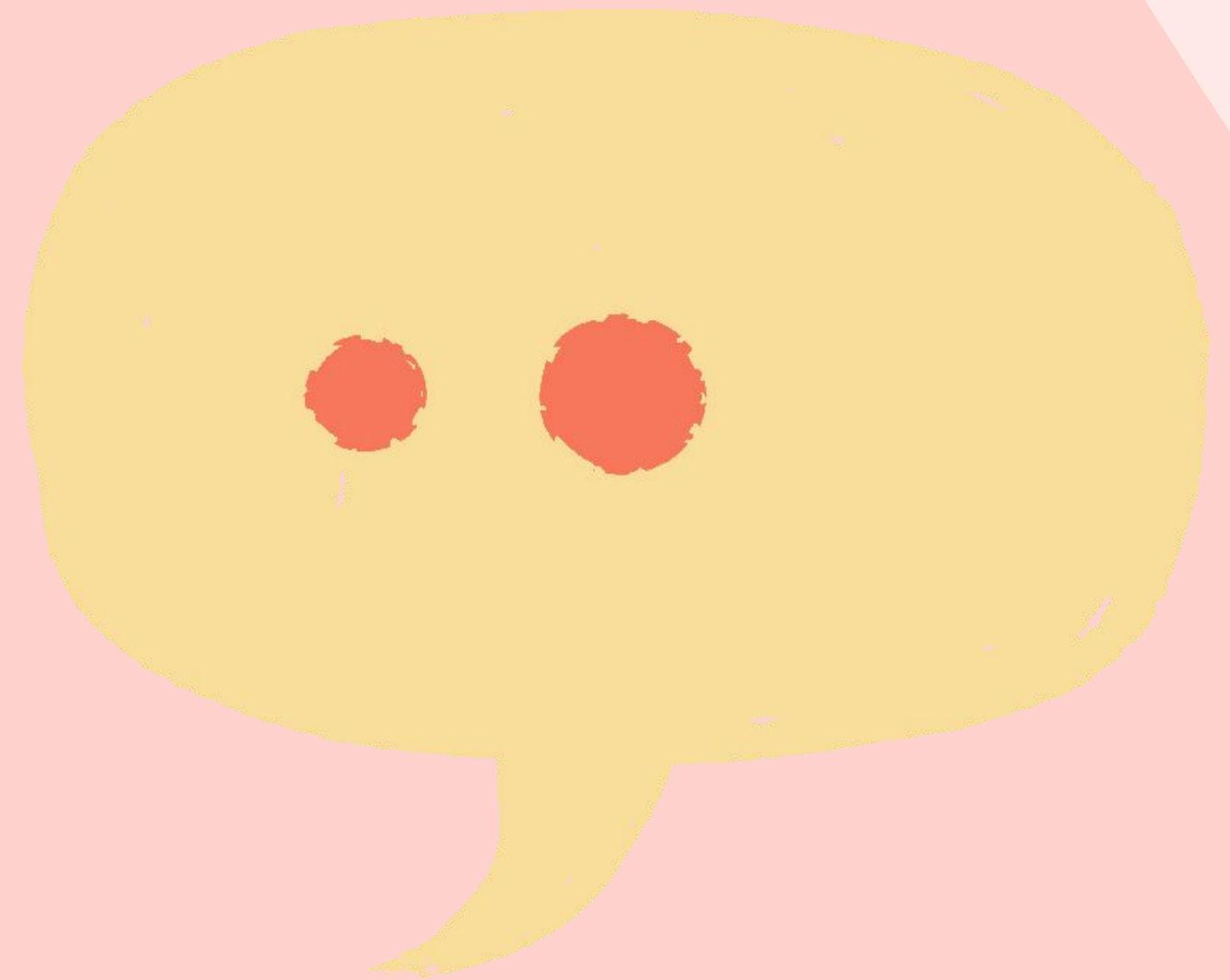
Este mai captivant pentru suporterii și vă ajută să aflați mai multe despre ei.

.



## 4. Răspundeți audienței

Rețelele de socializare sunt interactive. Când cineva pune o întrebare sau face un comentariu, speră că organizația dvs. să răspundă.



## 5. Fi-ți autentici

Rețeaua de socializare a organizației dvs. este o șansă de a fi autentic și de a oferi următorilor dvs. o privire reală asupra muncii dvs., a oamenilor care o fac și a schimbării pe care o faceți.

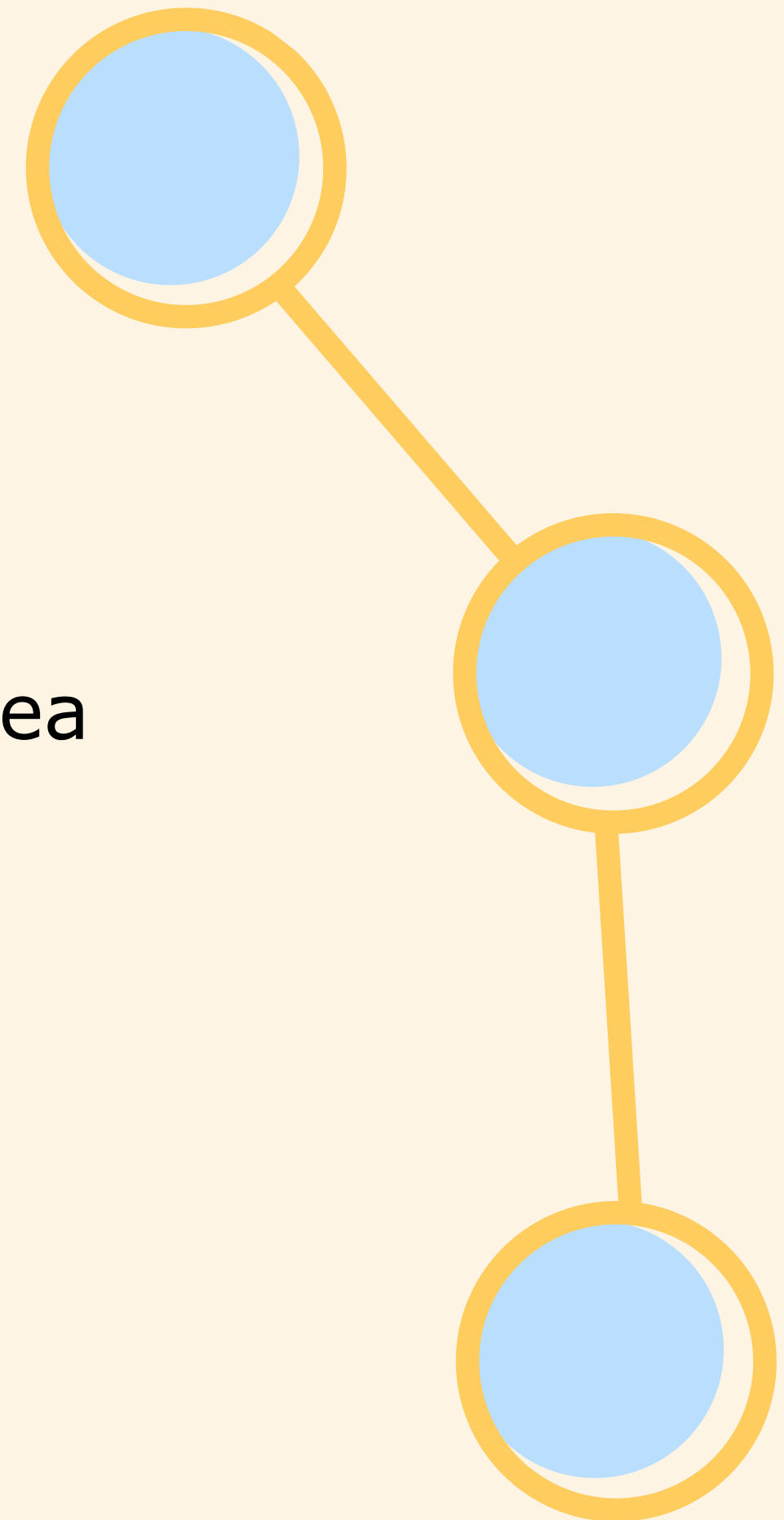
În timp ce ar trebui să rămâneți profesioniști, nu vă fie frică să arăți cine sunteți ca organizație.

Vorbiți despre ceea ce vă aduce bucurie, vă înnebunește și vă ține în viață. Este mult mai interesant și mai autentic decât o imagine perfectă strălucitoare.



# Trend-uri de top de pe rețelele de socializare

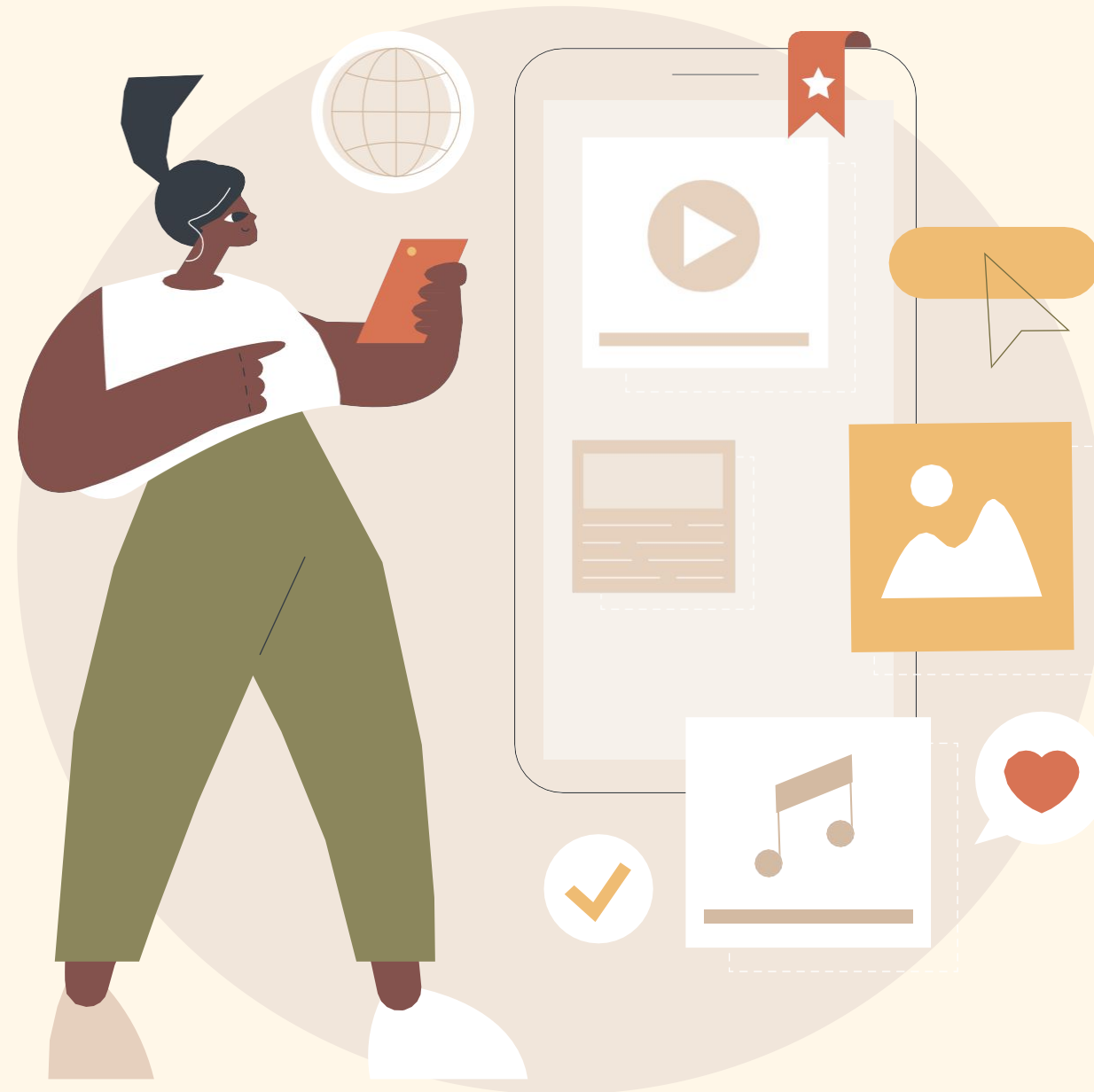
- Videoclipurile sunt încă îndrăgite de toată lumea
- Popularitatea conținutului efemer continuă
- Realitatea augmentată continuă să crească
- Personalizarea este așteptată



# Tipuri de conținut pentru rețelele de socializare

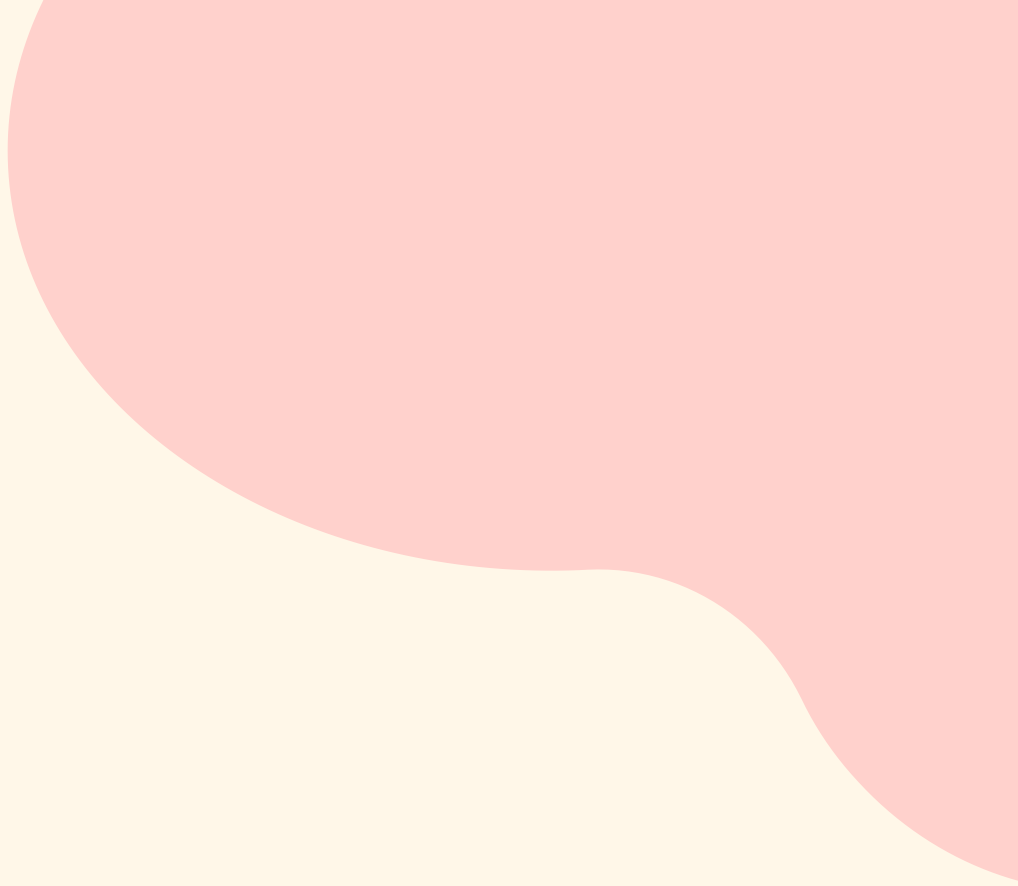
Iată diferite tipuri de conținut pentru rețelele de socializare pe care le puteți utiliza pentru a vă ajuta să vă planificați strategiile și programa postările.

- Animații
- Articole
- Conținut din culise
- Postări de tip Blog
- Feedback-ul participanților
  
- Noutăți despre companie
- Angajați
- Evenimente
- Conținut din țară sau oraș
- Întrebări adresate frecvent
- GIF-uri



- Meme-uri
- Citate
- Sfaturi și trucuri
- Conținut de la urmăritori
  
- Concursuri
- Noutăți
- Infografice
- Videoclipuri Live
- Date despre piață





# Mulțumim!

Acum hai să creăm o persona!