

Analýza

Proč používáme sociální sítě a máme na to "páky"?

- business cíle (goals)
- struktura firmy / klienta - kdo se zapojuje, s kým můžeme počítat, kdo drží celkovou zodpovědnost za komunikaci na sítích
- základní informace o značce a její charakteristika (tonalita komunikace, persony)

Interní informace

- jaké používáme kanály
- k čemu je používáme
- kdo se na obsahu podílí
- jaké máme cíle (targets)
- co vyhodnocujeme
- jaký je rozpočet
- jaké jsou naše kompetence v rámci firmy

Externí informace

- kdo je naše konkurence
- jak funguje naše konkurence
- kde se mluví o naší značce (online/sociální sítě)
- jaké lze využít some nástroje
- analytika (GA) / facebook pixel

Strategie

- jaké budeme nadále používat kanály (stávající/nové)
- kdo se bude podílet na jejich obsahu (lidé/oddělení)
- interní social media policy
- jednotlivé role v procesu správy (admin, moderátor, grafik, reporting apod.)
- časová náročnost / využití kampaní
- propojení s dalšími aktivitami (online, offline, print, PR atd)
- jak využíváme soc. sítě, které nejsou pod naší přímou kontrolou (spolupracující subjekty, influenceři)
- placené kampaně
- potřebné kompetence a součinnost
- jaké nástroje budeme používat pro vytváření a spolupráci

Cíle

- owned, paid, earned media
- časová osa (měsíčně, ročně, toto čtvrtletí, příští pololetí ...)
- byznysové cíle
- sledované metriky
- způsob měření (s jakými nástroji, kde shromažďovat)
- nastavení reportingu (co a jak se komu reportuje)

- vytváření, vyhodnocování a uchování best practice

Co dalšího může obsahovat strategie

- inspiraci (konkurence, věci ze světa)
- doporučení pro každodenní správu
- odkazy na další studijní materiály a zdroje
- výsledky rešerše (konkurence, stránky pro seeding, influenceři)
- slovníček