



SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

SZCZEGÓŁOWA TEMATYKA



CIM
The Chartered
Institute of Marketing

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- Klient w świecie cyfrowym i mediów społecznościowych
- Rola mediów społecznościowych w biznesie
- Social selling
- Audyty mediów społecznościowych
- Analiza działań konkurentów w mediach społecznościowych
- Profil odbiorcy i specyfika platform społecznościowych
- Analiza zachowania odbiorców - zaangażowanie, atrakcyjność treści, rola hashtagów, częstotliwość publikacji etc.
- Cele i strategia działania w mediach społecznościowych
- Strategia treści
- Integracja płatnych i organicznych działań w mediach społecznościowych
- Zarządzanie społecznościami i ich zaangażowaniem
- Treści w mediach społecznościowych – narracja
- Formaty w mediach społecznościowych – posty, video, grafiki, zdjęcia, infografiki, karuzele etc.
- Zasady prowadzenia działań płatnych na różnych platformach społecznościowych
- Social listening – monitoring social mediów, moderowanie dyskusji, zarządzanie negatywnymi opiniami
- Zarządzanie zdarzeniami kryzysowymi w mediach społecznościowych
- Influencer marketing – dobór, współpraca, rozliczanie, pomiar i ocena
- Narzędzia do zarządzania mediami społecznościowymi - Hubspot, Hootsuite, Buffer itp.
- Testowanie i optymalizacja social media marketingu - Google analytics, Sprout Social, Multivariant, A/B,)
- AI w social media marketingu