



**ZOSTAŃ
PROFESJONALNYM**

SPECJALISTĄ DS.

**MEDIÓW
SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

PRZESTAŃ BYĆ TWÓRCA LUB ODTWÓRCĄ TREŚCI.
WEJDŹ NA WYŻSZY POZIOM PRO - ZOSTAŃ
CERTYFIKOWANYM SPECJALISTĄ DS. MEDIÓW
SPOŁECZNOŚCIOWYCH Z **IMOK.EDU.PL**



CHECKLISTA



Oto checklista zadań dla specjalisty ds. mediów społecznościowych (social media manager), która pomaga zorganizować codzienne obowiązki i zadania:

1. Planowanie strategii:

- ☐ Określenie celów kampanii na mediach społecznościowych.
- ☐ Wybór platform mediów społecznościowych.
- ☐ Ustalenie grupy docelowej i persona.

2. Tworzenie treści:

- ☐ Planowanie kalendarza publikacji.
- ☐ Tworzenie spersonalizowanych treści, takich jak posty, zdjęcia, wideo itp.
- ☐ Optymalizacja treści pod kątem każdej platformy.

3. Publikowanie:

- ☐ Ustalanie odpowiednich dni i godzin publikacji.
- ☐ Wybór i używanie narzędzi do zarządzania publikacjami.
- ☐ Dodawanie hashtagów i tagów do treści.

4. Monitorowanie i zaangażowanie:

- ☐ Monitorowanie aktywności użytkowników, komentarzy i wiadomości.
- ☐ Odpowiadanie na komentarze i pytania od użytkowników.
- ☐ Tworzenie relacji z klientami i społecznością.

5. Analiza i raportowanie:

- ☐ Śledzenie wskaźników zaangażowania (engagement metrics) i analiza wyników.
- ☐ Tworzenie regularnych raportów z wyników kampanii.
- ☐ Dostosowywanie strategii na podstawie analizy danych.

6. Kampanie reklamowe:

- ☐ Planowanie i wdrażanie płatnych kampanii reklamowych.
- ☐ Optymalizacja budżetu i targetowania reklam.

7. Kreowanie grafiki i multimedia:

- ☐ Tworzenie grafik, zdjęć i wideo.
- ☐ Używanie narzędzi do edycji grafiki i wideo.

8. Zarządzanie społecznością:

- ☐ Budowanie lojalności i zaufania wśród obserwujących.
- ☐ Rozważanie organizacji konkursów i akcji promocyjnych.



9. Badanie konkurencji:

- ☐ Monitorowanie działań konkurencji na mediach społecznościowych.
- ☐ Wnioskowanie z działań konkurentów.

10. Etyka i zasady

- ☐ Przestrzeganie zasad etyki i regulaminów platform społecznościowych.
- ☐ Utrzymywanie szanującego prywatność podejścia.

11. Brand visual identity

- ☐ Rozwijanie i utrzymywanie spójności wizerunku marki na mediach społecznościowych.

12. Nadzór nad budżetem:

- ☐ Zarządzanie budżetem na kampanie reklamowe i narzędzia.

13. Kontrola jakości:

- ☐ Sprawdzanie treści pod kątem błędów i spójności.

14. Raportowanie do przełożonych:

- ☐ Przygotowywanie regularnych raportów dla kierownictwa.

15. Kryzysowe zarządzanie:

- ☐ Opracowanie planu reagowania na ewentualne kryzysy lub negatywne sytuacje.

16. Dokumentacja i archiwizacja

- ☐ Przechowywanie kopii treści, raportów i dokumentacji związanej z kampaniami.

17. Reagowanie na zmiany algorytmów:

- ☐ Śledzenie zmian w algorytmach mediów społecznościowych i dostosowywanie strategii.

18. Ciągłe doskonalenie:

- ☐ Uczestnictwo w spotkaniach branżowych i szkoleniach, aby być na bieżąco z najnowszymi trendami.

To tylko ogólna lista zadań, które social media manager może wykonywać. Każda firma może mieć swoje specyficzne wymagania, więc ważne jest dostosowanie checklisty do konkretnych potrzeb i celów organizacji.



Oto przykładowa lista codziennych zadań specjalisty ds. mediów społecznościowych, rozpisana na godziny od 8:00 do 16:00, uwzględniająca działania na platformach Facebook i Instagram:

8:00 - 8:30 | Przygotowanie:

- ☐ Przegląd wiadomości e-mail i powiadomień / odpowiadanie, reagowanie.
- ☐ Przegląd zaplanowanych publikacji i przygotowanych materiałów.
- ☐ Sprawdzenie czy publikacje mają odpowiednie dla realizacji celu CTA.
- ☐ Sprawdzenie aktualności branżowych i nowości na Facebooku i Instagramie.

8:30 - 9:30 | Planowanie i Analiza:

- ☐ Aktualizacja kalendarza publikacji.
- ☐ Przeglądanie wyników z poprzedniego dnia (zasięg, zaangażowanie).
- ☐ Określenie i sprawdzenie głównych celów na dzień / tydzień / miesiąc.

9:30 - 10:30 | Tworzenie Treści:

- ☐ Tworzenie treści - różne formaty - redystrybucja
- ☐ Wykorzystanie narzędzi AI (grafiki, transkrypcje, wideo, pdf-y, napisy do wideo).
- ☐ Kontakt w sprawie nowych materiałów (teksty, wideo).

10:30 - 11:00 | Publikacja:

- ☐ Planowanie i planowane publikacje na Facebooku i Instagramie.

11:00 - 12:00 | Zarządzanie Społecznością:

- ☐ Ponowne monitorowanie komentarzy i wiadomości na Facebooku i Instagramie.
- ☐ Odpowiadanie na pytania i interakcja z użytkownikami.
- ☐ Aktywność na innych profilach.
- ☐ Budowanie relacji i zaangażowania.

CHECKLISTA



12:00 - 13:00 | Lunch:

- ☐ Przerwa na lunch i odświeżenie.

13:00 - 14:00 | Kampanie Reklamowe:

- ☐ Zarządzanie płatnymi kampaniami na Facebooku i Instagramie.
- ☐ Optymalizacja budżetu i targetowania reklam.

14:00 - 15:00 | Analiza Wyników:

- ☐ Przegląd wyników kampanii reklamowych.
- ☐ Aktualizacja danych w raportach.

15:00 - 15:30 (Tworzenie Raportów):

- ☐ Tworzenie raportów z wyników działań na mediach społecznościowych.

15:30 - 16:00 | Kontrola Jakości i Przygotowanie na Dzień Następny:

- ☐ Sprawdzanie treści pod kątem błędów.
- ☐ Przygotowanie zaplanowanych postów na kolejny dzień.

Oczywiście, ta lista jest tylko przykładem i może być dostosowana do konkretnej sytuacji i potrzeb firmy. Warto również uwzględnić okresowe zadania, takie jak organizacja konkursów, analiza konkurencji, czy tworzenie strategii długoterminowej.

Specjalista ds. mediów społecznościowych powinien być elastyczny i dostosowywać swoje działania w zależności od bieżących wyzwań i celów firmy.