

SOSYAL MEDYA EĞİTİM İÇERİĞİ

Madde I. GİRİŞ

- Bu bölümde ön görülen (ilk mantık ve inşa kuralını oluşturmaktır.) tanıdığımız sosyal medya değil, arka planda algoritma ve yazılım dünyasının nasıl çalıştığı ile tanışılan ilk bölüm olup, farkındalığı ve sağlayacağı faydalar hakkında verilere dayalı şekilde anlatım yapılacaktır. Her deneyim ve kişinin anlayabileceği dilden, geniş örneklerle zenginleştirilecektir.

Kısım 1 Sosyal medya Türkiye verileri ?

Kısım 2 Öne çıkan eğilim ve trendler nasıl takip edilir.

Kısım 3 Kaynak paylaşımları

Madde II. İÇERİK VE SOSYAL MEDYA

- Bu bölümde sosyal medya dünyasında içeriğin önemi, içeriklerle sayfa büyüme yöntemleri ve ipuçları üzerinde durulacaktır. Rakip ve rol model araştırmasına dayalı ilk atölye bu bölümde gerçekleşecektir.

Kısım 1 İçerik nedir ?

Kısım 2 İçerik neden önemlidir ?

Kısım 3 İçerik nasıl bulunur ?

Kısım 4 Benchmarking ve rakip araştırmasından verilere ulaşma

Madde III. STRATEJİ

- Ölçülemeyen verinin yönetilemediği ve birbiriyle ilişkili organizasyon yapısının sağlanmadığı durumda, yapılacak çalışma başarısızlıkla sonuçlanacaktır. Bu durumda iyi bir strateji ve ön görüye ihtiyaç vardır. Harcanan her üretim eforunun dengeli ve dönüşünün maksimum seviyede olabilmesi strateji, beğeni, sayfa büyümesi konuları üzerinde durulacaktır.

Kısım 1 Strateji nasıl oluşturulur ?

Kısım 2 Yeni dönem kullanıcı davranışları (Türkiye)

Kısım 3 Algı nasıl oluşturulur ?

Kısım 4 Bizi neden takip etsinler ?

Madde IV. ARA UYGULAMA : SOSYAL MEDYA PLANI

- Pusulasız gemiye yardımcı olacak tek şey rüzgardır. Bu rüzgarın yönünü doğru yere gidebilmek için kullanılması amaçlanmıştır. Atölye yoğunluğu daha fazladır.

Kısım 1 Sosyal medyada araç ve gereçlerin tanıtılması

Kısım 2 Şirket içinde hızlı aksiyon alınacak bulut sistemlerle çözüm üretilmesi

Kısım 3 Video üretimi

Kısım 4 Hareketli içerik ve sabit içeriklerin üretimi

Kısım 5 Podcast yayıncılığı

Kısım 6 Üretim için ihtiyaç olan fiziki ekipmanlar

Madde V. ARKA PLAN

- Kullanıcının arama niyetini anlamak, sonuca götürmede önemli rol üstlenmektedir. Yeni düzende kullanıcıyı tanıyacağız ve dönüşe nasıl çevirebileceğini anlamak için algoritma, paylaşım sıklığı, video, müzik ve dikkat edilmesi gereken kuralları anlayacağız.

Kısım 1 Instagram algoritması nasıl çalışıyor ?

Kısım 2 Paylaşımlarda nelere dikkat edilmelidir ?

Kısım 3 Uygun video nasıl çekilir ?

Kısım 4 Paylaşım ve müzik ilişkisi

Kısım 5 Erişim nasıl sağlanır ? Sadakatli kullanıcı ile sosyal medya hesabı nasıl büyür ?

Kısım 6 Paylaşım sıklıkları

Madde VI. VAKA ANALİZLERİ & MAKALE OKUMALARI & SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI

- ◆ Öğrenmek pahalı ama öğrenmemek daha pahalıdır. Reklam kütüphanelerinde ve reklam çalışmalarında başarıyla sonuçlanmış vaka analizleri tüm yönleriyle incelenerek (ajansların, işletmelerin) global ve yerel ölçekte neyi hedeflediğini, bu hedefe nasıl gittiğini ve hangi reklam araçlarını kullanarak nasıl sonuçlandığını inceleyeceğiz. Deneyimlerden başarı ve başarısızlık hikayelerine değinerek farklı sektörlerden araştırma yapılacaktır.

Kısım 1 Think With Me kaynakları

Kısım 2 Blueprint kaynakları

Kısım 3 LinkedIn kullanımı

Kısım 4 Online community üretme ve içerik almak için hazır bir motivasyon sağlama

Kısım 5 Sosyal medya pazarlaması

Kısım 6 Soru cevap etkinliği