الاطار الاستراتيجي لوسائل الاتصال الاجتماعية

Internews
Local voices. Global change.

تعلم

- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية
- معاينة دراسات ذات الصلة بالحالة
- تثقيف كبار التنفيذيين
- السماع من الممارسين
- استكشاف أحدث الاتجاهات والنزعات

تحديد أولويات الأهداف

- تحسين مشاركة العملاء
- تعزيز العلامة التجارية وسمعة الإدارة
- ت سريع الابتكار لخدمة العملاء
- جذب الموظفين الموهوبين
- زيادة المبيعات

الاستماع

- تحديد أدوات رصد وسائل الاعلام الاجتماعية ذات الصلة
- تعلم كيف يمكنك استخدام أفضل الأدوات
- اكتشاف ما يقال عنك وعن السوق الخاص بك
- البحث عن المجتمعات والمحادثات ذات الصلة
- كشف المؤثرين الرئيسين

تعزيز الحكم الرشيد

- تحديد الفرص
- فهم المخاطر
- توضيح خطر عدم المشاركة
- وضع سياسات وسائل الاعلام الاجتماعية الواضحة
- توصيل السياسات داخليا

الدخول في محادثة

- أدخل محادثة
- توفير محتوى ذات صلة
- إضافة قيمة إلى المجتمعات
- التعامل مع المؤثرين
- الاستجابة بطريقة ايجابية

تحديد الأنشطة

- تحديد المرحلتين الأولى واللاحقة
- استهداف المنابر الأولية
- تحديد الموارد المطلوبة
- توزيع المسؤوليات والالتزام بالوقت
- انشاء صلة لأنشطة التسويق حاليا

قياس وتنقيح

- وضع التدابير ذات الصلة للنجاح
- مراقبة النقاط
- اقتناص قصص النجاح
- تقرير لكبار التنفيذيين
- صقل الاستراتيجية والتدابير الخاصة بك

تطوير القدرات

- تحديد "البطل" الداخلي لوسائل الإعلام الاجتماعي
- تدريب ودعم الأبطال والموظفين
- مواكبة التطورات
- إنشاء برنامج تجريبي
- تطوير ثقافة الشفافية المسؤولة

Published under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 2.5 licence

Advanced Human Technologies
- Strategy for the network economy
- Thought leadership economy
- Publishing and ventures
ahtgroup.com

ROSSDAWSON
- Futurist
- Keynote speaker
- Strategy advisor
- Author
rossdawson.com