

إفهم جمهورك

إعرف جمهورك المستهدف
معلومة: كن محدداً، وإخلق الشخصيات.

أنت مشغول. وهم أيضاً.
لا تضيع وقتك، أو وقت الآخرين.

الأمر ليس كله عنك
أظهر بعض الإهتمام في حاجات الآخرين وليس في حاجاتك وحسب.

عامل الآخرين....
الآخرين يحبون أن تذكهم وتقوم بإعادة تغريدكم قدر ما تستطيع.

ضع حداً لطلب المساعدة
مثالياً يمكن إبقاء ذلك تحت مؤشر ١٠٪.

كن مستجيباً
إستجب في غضون ٢٤ ساعة. خطط لأن تكون أقل..

خطت محتواك

كم من الوقت لديك؟
كن واقعياً. خطط للوقت، ولتزم به.

شهرياً: إستراتيجية المحتوى.
إعرف هوية الأمور القادمة، سجّل الحملات.

شهرياً: الرسائل الأساسية
حدّد الرسائل الأساسية للحملات والأحداث.

إستخدم رزنامة إفتتاحية
يمكنك تنزيل واحدة مجانية من: TopNonprofitis.com/edcal

أسبوعياً: نظم خلق المحتوى
زد من الوقت، وخفّف من التقلبات الذهنية.

تسجيل المنشورات مسبقاً أمراً لا بأس به
معلومة: قم بتغيير الوقت قليلاً، تجنّب منتصف الليل وبعده بنصف ساعة.

تحقق من الأخبار على الأقل مرتين يومياً
إذا كان كذلك، فليكن في منتصف الصباح وفي وقت متأخر من بعد الظهر..

كيف ستقيس نجاحك؟
معلومة: ضع أهدافاً يمكن قياسها. راقب التقدم.

facebook أفضل الممارسات

فكر بالعنوان، وليس بالمقالة
إحصل على الإنتباه. وبعد ذلك، أضف الفعل أو الرابط

أنشر مرة كل يومين*
الوتيرة الأفضل للحصول والحفاظ على الإعجابات.

الصورة تساوي ألف كلمة
معلومة: قلّل من الصور المحبطة

أخبر قصصاً جيّدة
إحصاءات أقل، قصص أصحاب مصالح أكثر.

إستعمل التحليلات مع روابطك.
الرؤى، جيّدة. الهوس بلوحة الإعدادات، سيء.

twitter أفضل الممارسات

لا تعامله كالفيسبوك
نوع في المحتوى، ولا تقم بالنشر التلقائي بين ذلك.

أنشر على الأقل مرة يومياً*
كلما كان أكثر، كان أفضل، وقم بتغيير الوقت قليلاً.

أفضل بين تغريداتك
ليس أكثر من ساعة (دون شمل الردود @)

أفضل أوقات نسبة الضغط CTR: ٨-٩ ق. ظ،
٢ ب. ظ*. (إختبر نفسك) التوقيت السيء: من ١-٧ صباحاً، ١٠ ق. ظ-١ ظهراً، ٦-٧ ب. ظ.

أفضل أوقات إعادة التغريد: ظهراً حتى ٤ ب. ظ*
(إختبر نفسك) التوقيت السيء قبل ١٠ صباحاً، وبعد ٧ ب. ظ.

غرّد في عطلة نهاية الأسبوع
أقل إنشغالاً، يعني نسبة ضغط أعلى وإعادة تغريد أقل.

أبق الأمر قصيراً وجميلاً
أقل من ١٢٥ حرفاً، تسمح بإعادة تغريدات يدوية.

لا تكن شخصاً محبباً*
(+) مشاركة التغريدات بنسبة ٣٤٪ زيادة، (-) أقل بنسبة ١٣٪.

ضع الروابط مبكراً (١ / ٤ مؤثر)*
الأرجحية القصوى لنسبة الضغط CTR. أو في النهاية أيضاً لا بأس. بذلك.

*بناءً على البحث الذي قام به دان زاريللا <http://danzarrella.com>