

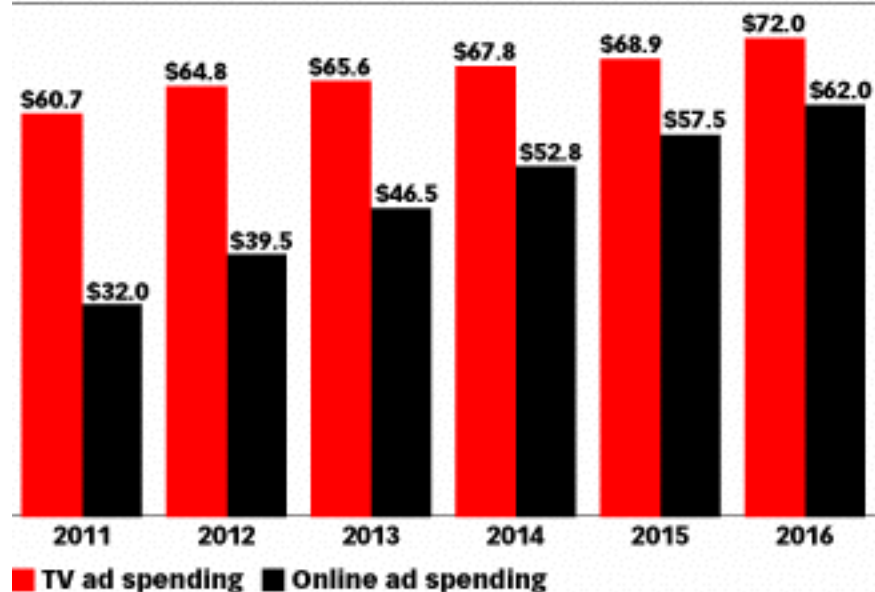
Pengaturan social media calender sehingga bisnis online jadi hotnews di media sosial



Alokasi bujet untuk digital advertising seringkali "menembus batas". Fenomena ini dari tahun ke tahun semakin menjadi-jadi. Dibanding iklan televisi, pertumbuhan budget online advertising hampir setara.

US TV vs. Online Ad Spending, 2011-2016

billions



Note: eMarketer benchmarks its US online ad spending projections against the IAB/PwC data, for which the last full year measured was 2010

Source: eMarketer, Jan 2012

136018

www.eMarketer.com

Bermodalkan bujet sebegitu banyak, belum tentu online marketing Anda berhasil lho. Kadang kala, target impression dari iklan tidak tercapai. Kondisi ini rata-rata dikarenakan minimnya pengetahuan pebisnis soal tata kelola online marketing.

Buat goal bulanan di setiap channel

Ini merupakan langkah awal Anda untuk memulai online campaign. Buat tabel seperti ini:

The screenshot shows a Google Sheet titled "SM GOAL SETTING". The interface includes a menu bar (File, Edit, View, Insert, Format, Data, Tools, Add-ons, Help) and a toolbar with various formatting options. The sheet contains a table with the following structure:

GOAL SETTING						
Goals	Content	Followers	Traffic	Subscribers	Sales	Notes, Action Items
January						
February						
March						
April						
May						

Seperti yang Anda lihat, tabel tersebut memiliki beberapa kategori goal yaitu:

- Content
- Followers
- Traffic
- Subscribers
- Sales

Kelima goal ini akan menjadi acuan utama proses eksekusi campaign Anda. Apabila tahap ini sudah selesai, lanjut ke bagian kedua.

Produksi jenis konten yang beragam

Rancangan goal sudah dibuat, lanjut ke tahap produksi content marketing. Meski konten hanya diperuntukkan di channel media sosial, Anda tetap perlu memproduksi konten yang variatif. Misalnya ini:

- Blog posts
- Quotes and motivation
- Product promotions

- Holidays
- User-generated content
- Events and announcements

Enam jenis konten tersebut patut diproduksi supaya audience tidak bosan dengan akun bisnis Anda. Namun, tidak semua konten tersebut cocok bagi bisnis Anda. Coba perhatikan kembali segmentasi bisnis Anda. Lalu, pilih jenis konten yang favorit menurut mereka.

Langkah berikutnya, silakan membuat spreadsheet seperti di bawah ini:

A	B	C	D	
CONTENT PIECE	URL	IMAGE	NOTES	ACTION ITEMS
Posts				
Step-by-Step Blog + Social Media Plan	http://conversionminded.com/	flat lay work space	add SM Strategy cheat sheet to post	Create share images
How to Write Blog Posts That Sell			add Blog Business Plan to post	
How to Launch a New Brand			add BMB Workbook to post	
The Business Tools I Use Every Week			include affiliate links	
Products/Services				
Build My Brand Workbook	http://conversionminded.com/	build-my-brand-kit.jpg		update share images
Smart SM	https://conversionminded.teac/	smart-sm-fb.png		Create sales page
Freebies				
Social Media Strategy Cheat Sheet	http://1landingpage.com			Actual cheat sheet
Free Resources opt-in				Landing page

Supaya mempermudah, bedakan antara satu kolom dengan kolom lainnya menggunakan warna.

Buat kronologi eksekusi di Google Calendar

Selesai membuat tabel di atas, saatnya Anda mengisi schedule post berdasarkan hari. Untuk melakukan ini, buat kronologi post seperti ini:

MONTH				
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	
1	2	3	4	
Facebook:	Facebook:	Facebook:	Facebook:	Facebo
Twitter:	Twitter:	Twitter:	Twitter:	Twitter
Instagram:	Instagram:	Instagram:	Instagram:	Instagr
Pinterest:	Pinterest:	Pinterest:	Pinterest:	Pintere
YouTube:	YouTube:	YouTube:	YouTube:	YouTub
8	9	10	11	
Facebook:	Facebook:	Facebook:	Facebook:	Facebo
Twitter:	Twitter:	Twitter:	Twitter:	Twitter
Instagram:	Instagram:	Instagram:	Instagram:	Instagr

Apabila sudah, langkah berikutnya yaitu menambahkan konten ke dalam google calendar tersebut. Tujuannya, Anda tahu konten seperti apa yang perlu dipublish di hari tersebut.

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY
2	3	4	5
Facebook:	Facebook:	Facebook:	Facebook:
How to Really Use ConvertKit	Smart SM Launch	Build My Brand Kit	List-Building with Facebook
Twitter:	Twitter:	Twitter:	Twitter:
How to Really Use ConvertKit	Smart SM Launch	Build My Brand Kit	List-Building with Facebook
Instagram:	Instagram:	Instagram:	Instagram:
How to Really Use ConvertKit	Smart SM Launch	Build My Brand Kit	List-Building with Facebook
Pinterest:	Pinterest:	Pinterest:	Pinterest:
How to Really Use ConvertKit	Smart SM Launch	Build My Brand Kit	List-Building with Facebook
YouTube:	YouTube:	YouTube:	YouTube:
	Smart SM Launch		
			EMAIL BROADCAST: SM Launch
	Smart Social Media	Smart Social Media	Smart Social Media
9	10	11	12
Facebook:	Facebook:	Facebook:	Facebook:
	Free Resources	Create a Social Media Plan	
Twitter:	Twitter:	Twitter:	Twitter:
	Free Resources	Create a Social Media Plan	SM Success Tweet
Instagram:	Instagram:	Instagram:	Instagram:
	Free Resources	Create a Social Media Plan	
Pinterest:	Pinterest:	Pinterest:	Pinterest:
	Free Resources	Create a Social Media Plan	
YouTube:	YouTube:	YouTube:	YouTube:
	List-Building with Facebook		

Apabila semua sudah siap, selanjutnya yaitu proses produksi konten. Anda bisa memakai beragam tools untuk membuat konten lebih atraktif dan sesuai dengan target bisnis Anda. Salah satunya dengan <http://promorepublic.com> atau <https://relaythat.com>.

Selain kedua tools di atas, gunakan tools semacam Canva untuk memproduksi konten pemasaran yang efektif. Ingat, setiap segmen memiliki jenis konten marketing yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, perhatikan kembali "selera" konten pemasaran buatan Anda.

Selesai memproduksi, silakan distribusikan konten berdasarkan strategi tertentu. Beberapa di antaranya seperti yang sudah saya tuliskan di halaman ini (<http://bisnisbisnis.id/?s=sosial+media+marketing>). Cermati dan praktikkan secara konsisten.

Lakukan monitoring terhadap semua content marketing

Selepas didistribusikan, tugas Anda belum usai. Ada satu hal lagi yang perlu dilakukan yaitu monitoring. Tujuan aktivitas ini supaya Anda tahu performa konten pemasaran.

Efektivitas online marketing tergantung dengan monitoring konten. Selain itu, Anda pun bisa meningkatkan efektivitas produksi konten. Lihat tabel berikut:

C	D	E	F	J	K	N	O
	Email	Pinterest Pin1	Pinterest Pin 2	Planoly Image 1	Planoly Image 2	Buffer	Smarter Queue
nded.com/social-media-cheat-sheet-	9/1	11/16	x			8/30	2/9
nded.com/how-to-write-a-business-	9/26	11/16	x	6/20	6/20	9/9	2/9
Guide to Success	x	11/16				9/26	2/9
nded.com/create-branding-system-b	11/5	1/29				2/20	2/9
Strategy That Actually Works for Yo	10/6	11/16				10/6	2/9
3log Post Before You Hit Publish	x	11/16	4/25	6/28	6/28	9/15	2/9
kedIn Profile That Generates Leads	x	11/16				9/29	2/9
n't Know What to Do Next (For Your	x	11/17				12/8	2/9
r Business - Even On a Small Budget	x	11/16	8/13	8/5	8/5	10/25	2/9

Label di bagian atas bisa dikondisikan berdasarkan channel media sosial yang Anda gunakan, tidak harus Pinterest saja. Proses monitoring ini bisa pula menggunakan ragam tools yang tersedia, tidak manual seperti demikian.

Namun, akan lebih baik bila monitoring dilakukan secara kombinasi. Apabila tertarik beriklan di media sosial tetapi masih bingung mengenai alur dan cara menganalisisnya, hubungi saya di halaman ini.

Source:

<https://www.pexels.com/>

<https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-create-social-media-calendar-template-marketers/>