

CHECKLISTA

Rozpoczęcia współpracy
z klientem

dla Social Media Managerki



by Zyskowny Freelancer



CHECKLISTA ROZPOCZĘCIA WSPÓŁPRACY Z KLIENTEM

WSTĘPNA KONSULTACJA I ZROZUMIENIE CELÓW KLIENTA

- ☐ Ustal cele biznesowe klienta (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie marki, generowanie leadów).
- ☐ Zidentyfikuj grupę docelową (wiek, płeć, zainteresowania, lokalizacja) - na tym etapie, bardzo ogólnie.
- ☐ Zbierz informacje o dotychczasowych działaniach w mediach społecznościowych i ich wynikach.

USTALENIE ZAKRESU USŁUG I OCZEKIWAŃ

- ☐ Zdefiniuj wykonywane usługi (np. tworzenie treści, zarządzanie reklamami, analiza wyników).
- ☐ Określ częstotliwość publikacji i formaty treści (posty, wideo, karuzele, itp.).
- ☐ Ustal oczekiwania co do raportowania wyników (częstotliwość, kluczowe wskaźniki efektywności - KPI).

FORMALNOŚCI I UZGODNIENIA PRAWNE

- ☐ Uzgodnij na jakiej zasadzie będziesz współpracować z klientem i w jaki sposób będziesz się rozliczać.
- ☐ Przygotuj i podpisz umowę współpracy, uwzględniając zakres usług, warunki płatności, klauzule poufności, prawa autorskie, wynagrodzenie itp.
- ☐ Uzyskaj dostęp do niezbędnych kont na mediach społecznościowych (Facebook Business Manager, Instagram, LinkedIn, TikTok).
- ☐ Stwórz plik z „dobrymi praktykami współpracy”. Ustal swoje granice i zasady współpracy, kiedy odbierasz telefony, ilość poprawek w postach itp.
- ☐ Zdefiniuj proces szybkiej reakcji na ewentualne zmiany w strategii lub sytuacje kryzysowe.





CHECKLISTA ROZPOCZĘCIA WSPÓŁPRACY Z KLIENTEM

STWORZENIE PLANU KOMUNIKACJI

- ☐ Przeprowadź audyt istniejących kont na Mediach Społecznościowych klienta.
- ☐ Oceń obecność konkurencji i ich strategię.
- ☐ Zidentyfikuj najlepsze praktyki i luki w działaniach klienta oraz konkurencji.
- ☐ Określ ton i styl komunikacji zgodny z marką klienta.
- ☐ Zaplanuj styl wizualny postów, wyznacz kluczowe parametry do mierzenia efektywności.

OPRACOWANIE HARMONOGRAMU PUBLIKACJI

- ☐ Opracuj kalendarz treści dostosowany do każdego z kanałów (uwzględniając różne formaty i najlepsze godziny publikacji).
- ☐ Ustal rodzaje treści (informacyjne, rozrywkowe, edukacyjne, promocyjne) oraz ich proporcje.
- ☐ Przygotuj propozycje kampanii reklamowych, jeśli są w planie.
- ☐ Przedstaw treści klientowi do zatwierdzenia zgodnie z ustalonym harmonogramem.
- ☐ Po akceptacji przygotuj treści graficzne, wideo i tekstowe zgodnie z identyfikacją wizualną marki.

MONITOROWANIE I OPTIMALIZACJA

- ☐ Wykorzystaj narzędzia analityczne każdej z platform do śledzenia KPI i optymalizacji działań.
- ☐ Przygotuj regularne raporty wyników, zawierające analizę skuteczności działań (zasięgi, zaangażowanie, konwersje).
- ☐ Aktualizuj plan komunikacji raz na 3 msc/ pół roku, sprawdzaj czy wymaga poprawek.

