

Социални мрежи: 16 въпроса, преди да платите

Не всички въпроси важат за всеки проект: Правилните въпроси зависят от това какво целите като краен резултат. Изберете тези, които пряко се отнасят до крайния продукт или цел, която искате да постигнете. Задаването на всички без релевантна преценка по-скоро ще обърка човека от другата страна.

C1

Кой ще бъде собственик на страницата и на бизнес акаунта?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Страница, създадена от изпълнител на негов акаунт, може да остане при него. Възстановяването е бавно, понякога невъзможно, а междувременно нямате достъп до собствената си аудитория.

ДОБЪР ОТГОВОР

Вие сте собственик на страницата, а те получават роля с права. Той приема това условие веднага, без да търси причини акаунтът да бъде регистриран на негово име.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ние ще я направим и ще ви я прехвърлим накрая.“ Именно думата „накрая“ поставя собствеността ви в зависимост от бъдещото съдействие на изпълнителя.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Отворете настройките на страницата от вашия акаунт. Ако не можете да премахнете администратор, не сте собственик.

C2

Колко публикации на месец и какъв е поводът за всяка?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Броят е лесен за обещаване и лесен за изпълнение. Намирането на реален повод е съществена част, която кара потребителя да спре, да прочете и да реагира.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят свързва съдържанието с действителни събития и потребности на бизнеса: нов продукт, сезонна тема или въпрос, който клиентите задават редовно. Предпочита по-малко на брой, но по-конкретни и смислени публикации.

ЛОШ ОТГОВОР

„12 публикации на месец“ и нищо повече. Дванайсет публикации без полезно съдържание създават активност в календара, но не и стойност за аудиторията.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Помолете за плана за следващия месец, преди да го одобрите. Ако не можете да кажете защо съществува дадена публикация, вероятно и никой друг не може.

C3

Кой отговаря на съобщения и коментари и в какъв срок?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Тук се губят реални поръчки. Много договори включват публикуване, но не и отговаряне и никой не забелязва това, докато не мине месец.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят определя конкретен срок в рамките на работното време и ясно разграничава на кои въпроси отговаря самостоятелно и кои предава на вашия екип, защото изискват специализирана информация за продукта.

ЛОШ ОТГОВОР

Темата за съобщенията и коментарите изобщо не присъства в офертата. В този случай

отговорността по подразбиране най-често не принадлежи на никого.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изпратете запитване като потенциален клиент от личния си профил в петък следобед. Тази проверка ще ви покаже повече за действителното обслужване, отколкото три месечни отчета.

C4

Как ще разберем дали това носи продажби, а не харесвания?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Обхватът и последователите се движат от неща, които нямат връзка с приходите. Услугата може да е добра и пак трябва да знаете това.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят признава, че връзката с продажбите често е косвена, и предлага конкретни показатели като получени съобщения, запитвания, посещения на сайта или използвания на специален код.

ЛОШ ОТГОВОР

Отчет с ръст на обхвата като единствено доказателство. Обхватът е следствие от алгоритъм, върху който нито вие, нито изпълнителят имате пряк контрол.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Публикувайте код за отстъпка или специална оферта единствено в социалните мрежи и проследете използванията в продължение на един месец. Така ще получите конкретна стойност, която не зависи от свободно тълкуване.

C5

Какво правим при негативен коментар?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Подобна ситуация рано или късно ще възникне. Разликата между добре подготвени и неподготвени изпълнители се вижда именно в трудния момент, а не през спокойните месеци.

ДОБЪР ОТГОВОР

Има предварително правило какво се отговаря публично, кога разговорът се прехвърля в лично съобщение, в кои случаи съдържание се премахва и кога изпълнителят трябва да се свърже с вас

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще изтрием негативните коментари.“ Триенето е това, което превръща един недоволен клиент в публикация, която виждат хиляда души.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попискайте да опишат как биха отговорили на конкретно оплакване от вашия бранш. Отговорът в две изречения ви казва всичко.

C6

Защо сте избрали точно тези платформи за моя бизнес?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Изборът на платформа е първото стратегическо решение, но без предварителен анализ той често се основава на навиците и уменията на изпълнителя, а не на поведението на вашите клиенти.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят свързва предложението с местата, на които реално присъства аудиторията ви, и с характера на предлаганите продукти или услуги, като е готов открито да заяви, че определена платформа не ви е необходима.

ЛОШ ОТГОВОР

Предлага общ пакет за всички социални мрежи с аргумента, че „присъствието навсякъде е важно“. Поддържането на профил без ясна аудитория и конкретна функция е разход без обоснована причина.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте защо трябва да инвестирате в предложената платформа, а не в друга. Отговорът трябва да съдържа информация за вашите клиенти и цели, а не за услугите, които изпълнителят умее да продава.

С7

Кой ще снима и монтира съдържанието, и включено ли е в цената?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Качественото съдържание зависи от наличието на подходящи материали, а без уговорен процес за тяхното създаване профилите ви постепенно ще се запълнят със стокови изображения и чужди кадри.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят посочва точния брой снимачни дни или сесии месечно, кой ще идва на място, кой ще обработва и монтира материалите и какво съдействие се очаква от вашия екип.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще работим с материалите, с които разполагате.“ Наличният архив обикновено се изчерпва за няколко седмици, след което започва повтаряне на кадри или използване на изображения от фотобанки.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Разгледайте профил, който поддържа от поне година. Ако след третия месец кадрите станат стокови, това е отговорът.

С8

Как ще одобрявам съдържанието и с какъв срок ще разполагам за обратна връзка?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Без предварително уговорен процес одобрението лесно се превръща в тясно място, което или забавя публикуването, или позволява съдържанието да бъде публикувано без вашето потвърждение.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предлага ясен работен ритъм с план за предстоящия месец, конкретен срок за вашите бележки и предварително правило как ще се процедира, ако не отговорите навреме.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще ви пращаме всичко за одобрение.“ Без срокове и определена последователност това лесно се превръща в механизъм, чрез който отговорността за всяко забавяне се прехвърля върху вас.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Уговорете колко дни имате за преглед и го запишете. След това го спазвайте и вие, защото одобрението може да се блокира и от двете страни.

С9

Платеното промотиране включено ли е и с какъв отделен бюджет?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Органичният обхват често е ограничен, затова очакването съдържанието само да достигне до достатъчно широка аудитория води до предвидимо разочарование, освен когато това ограничение е обяснено предварително.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят ясно разделя таксата за създаване и управление на съдържанието от рекламния бюджет и обяснява какви реалистични резултати могат да се очакват със и без платено разпространение.

ЛОШ ОТГОВОР

Офертата съдържа една обща сума за всички дейности. Впоследствие се оказва, че в нея изобщо не е предвиден бюджет за промотиране или сумата е единствено символична.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попитайте каква точно част от общата сума ще бъде преведена към социалните платформи като рекламен бюджет. Отговорът трябва да бъде конкретно число, а не неопределеното „според необходимостта“.

C10

Кой определя начина, по който ще звучи бранда?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Тонът е една от характеристиките, които аудиторията запомня, а без ясни насоки различните автори пишат по различен начин и профилът започва да звучи като няколко души.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят подготвя кратък документ с конкретни примери как пише компанията, как не пише, кои гуми използва и кои формулировки избягва.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще усетим и пресъздадем духа на вашата марка.“ Подобна характеристика трябва да бъде описана с ясни правила, иначе ще се изгуби още при първата смяна на автора.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Прочетете десет последователни публикации в профил на техният клиент. Ако звучат последователно, вероятно има предварително определени езикови насоки. Ако всяка публикация използва различен стил, такива правила най-вероятно липсват.

C11

Кой отговаря на съобщения вечер, в почивните дни и по празници?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Потребителите често пишат в свободното си време, когато офисът вече не работи, а продължителното мълчание в този момент може да превърне реалното запитване в изгубена поръчка.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят уточнява кога осигурява реално покритие, в кои периоди се използва автоматичен отговор и при какви въпроси комуникацията се прехвърля към вашия екип.

ЛОШ ОТГОВОР

Комуникацията се обслужва единствено в работното време на агенцията, без това ограничение да е посочено предварително. Обикновено разбирате за него в неделя, когато клиент вече е недоволен от липсата на реакция.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изпратете съобщение в събота вечер до страница, която агенцията поддържа. Полученият отговор или пълната му липса показват реалното ниво на услугата извън работно време.

C12

Как се правят игри и томболи, без да нарушаваме правилата?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Игрите и томболите трябва да спазват изискванията на съответната платформа и приложимите законови правила, защото нарушенията могат да доведат до ограничаване на страницата или финансова санкция.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят познава изискванията, подготвя ясни условия за участие и може да обясни кои широко разпространени практики всъщност не са допустими.

ЛОШ ОТГОВОР

„Всички организират игрите по този начин.“ Масовото използване на гадена практика не означава, че тя е разрешена или че вашата страница няма да бъде санкционирана.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Попискайте условията за участие от последната томбола, организирана от изпълнителя. Това е кратък документ, който или е бил подготвен предварително, или изобщо не съществува.

C13

Кой пази достъпите и как са защитени профилите?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Възстановяването на открадната бизнес страница е бавно и понякога невъзможно, а пробивът често започва от един служител със слаба парола и прекалено широки права.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят описва кой разполага с достъп и каква роля има, изисква двустепенна защита за всички потребители и поддържа процедура за отнемане на правата при напускане на човек от която и да е страна.

ЛОШ ОТГОВОР

Една обща парола се изпраща между всички участници чрез съобщение. В този момент сигурността на цялата страница зависи от най-слабо защитения профил и най-небрежния потребител.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Отворете настройките и пребройте всички хора и партньори с активен достъп. Всеки профил, който не разпознавате, изисква проверка още днес.

C14

Какво съдържа месечният отчет освен обхват и последователи?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Обхватът и броят на последователите се променят и по причини извън контрола на двете страни, затова отчетът само с тези показатели описва средата, а не непременно извършената работа.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят отчита действия с конкретна стойност, като съобщения, запитвания, посещения на сайта и използвани кодове, и добавя кратко обяснение за причината за промените.

ЛОШ ОТГОВОР

Получавате възходящи графики и заключението „добър месец“. При спад през следващия период отчетът отново го определя като успешен, без да обяснява какво действително се е променило.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Изберете един показател от отчета и попитайте какви конкретни действия на екипа са повлияли върху него. Отговорът ще покаже разликата между извършената работа и пасивното наблюдение на данните.

C15

Какво става с цялото създадено съдържание, ако спрем работа?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Снимките, видеата и текстовете са бизнес актив, финансиран от вас, но без предварителна уговорка достъпът до него може да изчезне заедно с изпълнителя.

ДОБЪР ОТГОВОР

В договора изрично е записано, че суровите материали и готовите публикации са ваша собственост и при прекратяване се предават в организиран и използваем вид.

ЛОШ ОТГОВОР

„Ще ви предоставим всичко необходимо.“ Когато отношенията вече са прекратени, едностранното решение кое е „необходимо“ обикновено оставя значителна част от материалите при изпълнителя.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Пускайте достъп до папката със суровите материали още през първия месец, а не при прекратяването на договора. Редовното им получаване е по-надеждна гаранция от обещанието за бъдещо предаване.

C16

Какво правим с клиентските отзиви и с добрите, и с лошите?

ЗАЩО ПИТАТЕ

Отзивите са сред формите на съдържание с най-високо доверие, но много компании нямат процес за тяхното събиране, не им отговарят и не използват положителните мнения в комуникацията си.

ДОБЪР ОТГОВОР

Изпълнителят предлага процес за искане на мнение след покупка, отговор на всеки получен отзив, включително негативните, и включване на подходящите положителни оценки в съдържанието.

ЛОШ ОТГОВОР

Отзивите изобщо не са споменати в офертата, сякаш не представляват важна част от публичното присъствие на компанията.

КАК ДА ПРОВЕРИТЕ

Прегледайте последните пет отзива в профил на техният клиент. Ако нито един не е получил отговор, вероятно по същия начин ще бъде управлявана и вашата страница.

