

Başkent Üniversitesi

Akademik ve İdari Birimler Kurumsal Sosyal Medya

Hesap Yönetim Kılavuzu

Dijital Medya Yönetimi Nedir? Dijital Medya Yöneticisi Ne Yapar?

Dijital Medya Yönetimi, kişi ya da kurumların Dijital Medya ortamlarındaki varlıklarının belirli bir **amaç** ve **strateji** oluşturularak yönetilmesi sürecini ifade eder. Bu yönetim süreci, organik paylaşım ve takipçi kazanımlarını, sponsorlu paylaşım ve takipçi kazanımlarını, marka bilinirliğinin sürdürülmesini, dijital itibar yönetimini, sosyal medya iletişim süreçlerini, içerik üretim süreçlerini, pazarlama süreçlerini, MİY (Müşteri İlişkileri Yönetimi) kapsamaktadır.

Sosyal Medya Ne İşe Yarıyor?

Sosyal Medya ortamları kurumsal ölçekte kullanıldığında; kurumsal iletişim ve (faaliyet alanına göre) pazarlama iletişiminin sosyal ağlar üzerinden sürdürülmesine hizmet etmektedir. Burada amaç iç-dış kamular ve hedef kitle ile olan iletişimin bu ortamlar üzerinden etkileşime açık bir biçimde (interaktif olarak) sürdürülmesi ve bu ortamlarda süregelen rekabet içinde kurumların yer alabilmesinin sağlanmasıdır.

Temel Amaç: Hedef Kitle ve Takipçilerle Etkileşim Sağlanması.

Bizim Amacımız Ne?

Yüksek etkileşimli, duyarlı ve doğru tonda bir iletişim çalışması sürdürmek.

İç Kamular (Mensuplar, Öğrenciler, Mezunlar)

Dış Kamular (Rakipler, Aday Öğrenciler, Mezunlar, Toplum)

Bu Amaçlar İle Hangi Ortamlardayız? Hangilerinde Yer Alacağız?

Facebook (Aktif)

Twitter (Aktif)

Instagram (Devreye girecek)

Sizlerden Neler Bekliyoruz?

- Bu ortamı/ortamları önemsememiz.
- Fakülte/Enstitü/Okul/Yüksekokul/İdari Birim ve Merkezinizin faaliyetlerini duyurmanız.
- Öğrenciler ile olan etkileşim düzeyinizi yüksek tutmanız.
- İçerik üretmeniz.
- Düzenli içerik paylaşmanız.
- Kurumsal ile kişisel kullanım arasında dengeli bir dil ve strateji oluşturmanız.

Birim Sosyal Medya Kullanımında Dikkat Edilmesi Gereken Konular

1. Belirli bir paylaşım trafiğiniz olmasına özen gösterin. Eğer fazla konu/içerik var ise bunları zaman aşımına uğramayacak şekilde belirli bir sıraya koyun. Bu uygulamaları hesapların aktif kalması açısından önemlidir.
2. Fazla ve sık içerik paylaşımı takipçilerinizi kaçıır. Gün içerisinde 1 en fazla 2 paylaşımın ötesine geçmeyin ve paylaşımlarınızın arasında belirli bir zaman bırakmaya (sabah-akşam) özen gösterin. Çünkü, takipçiler sosyal medya hesaplarının zaman akışında sürekli aynı kişi ya da kurumdan gelen iletileri/paylaşımları görmek istemezler.
3. Kullandığınız dile ve imla kurallarına özen gösterin. Bir birimi ve bir kurumu temsil ettiğinizi göz önünde bulundurun.
4. Gelen soru ve önerileri dikkate alın. Tam zamanlı olarak işiniz bu olmasa da en azından günde bir kere mesajları ve gelen yorumları kontrol etmeye özen gösterin.
5. Doğru bilgi veremeyeceğiniz bir durum söz konusu ise, mesajın size ulaştığını ve konu ile ilgili gerekli yönlendirmeyi yapacağınızı ya da doğru bilgi edindikten sonra kendileri ile paylaşacağınızı bildirin.
6. Cinsiyetçi ve ayrımcı söylemlerden kaçının.
7. Görsel seçiminizde özenli olun. Görselleri deforme etmeden kullanın. Önemli bir eser kullanıyorsanız ya da bir bilgi paylaşacaksanız muhakkak alıntılıdığınız yerden bahsedin. Hashtag (#) ya da mention (@) kullanarak bilgisinden/görselinden faydalandığınız kişi ya da kurumu etiketleyin.
8. Bir kurumun hesabından yayın yaptığınızı unutmadan, kişisel başarılarla yer verirken konunun kurum ile olan ilişkisini de göz önünde bulundurarak içerik hazırlayın.
9. Siyasi bir görüş ya da ideolojiyi ön plana çıkaran, öven ya da yeren içerikler ile; toplumsal değerlerin zedelenmesine yol açacak içerikler üretmemeye ya da paylaşmamaya dikkat edin.
10. Paylaştığınız içerikte yer alan bilgilerin kullanıcılar açısından ilgi çekici olmasına ve önem taşımaya dikkat edin.
11. Kullandığınız hesapların güvenliğinin sizden sorumlu olduğunu unutmayın! Şifreleri herhangi bir yere yazmayın; tüm güvenlik ayarlarınızı gözden geçirin ve doğrulama seçeneklerini aktive edin. Bildirimlerinizi kapatmayın. Hesap bilgilerinizi ve erişim yetkilerinizi muhakkak bir çalışma arkadaşınız ile yedekleyin. Size ulaşılamaması halinde hesaplara erişimi olanaklı hale getirin.
12. Takip ettiğiniz Başkent Üniversitesi sosyal medya hesaplarında Resmi Hesap olduğu bilgisi yer almayan hesapları takip etmeyin ve paylaşılan içerikleri dikkate almayın.
13. Facebook'ta oluşturduğunuz hesapların kişisel hesap niteliğinde olmamasına özen gösterin. Kişisel hesap yönetimi tek bir şifre ve hesap üzerinden yapılabilmektedir. Kişisel hesapların

takipçi/arkadaş sayısı 5000 ile sınırlıdır. Bu nedenle moderasyonun birden çok kişi tarafından yapılabilmesi ve sayı sınırına takılmaması için Facebook'ta yer alan sayfalar sekmesinden sayfa oluştur seçeneği ile biriminizin faaliyet alanı ve niteliklerine uygun bir sayfa oluşturmanız gerekmektedir.

Başarılar ve iyi çalışmalar dileriz.

Ü-KİK