مدیر رسانه های اجتماعی

بررسی شغل، مهارت ها، شایستگی ها و سوابق مورد نیاز



هدف شغل و مسئولیت های اصلی



ایجاد و مدیریت برنامه ریزی رسانه‌های اجتماعی برای افزایش آگاهی برند، تعامل با مخاطبان و دستیابی به اهداف بازاریابی و تجاری سازمان، هدف اصلی این شغل است.



- پیاده سازی استراتژی رسانه‌های اجتماعی.
- مدیریت حساب‌های رسانه‌های اجتماعی.
- برنامه‌ریزی تولید محتوا.
- مدیریت تعاملات در تمامی رسانه های سازمان.
- توسعه کمپین‌های تبلیغاتی در کانال های مختلف.
- رصد روندها و رقبا.
- همکاری با تیم‌های داخلی مارکتینگ و سایر ذی نفعان.

شایستگی‌ها و مهارت‌ها

فنی



- ✓ تجربه عملی در مدیریت حساب‌های رسانه‌های اجتماعی و آشنایی با ابزارهای مرتبط.
- ✓ مهارت در مدیریت تولید و ویرایش محتوای متنی، تصویری و ویدیویی برای رسانه‌های اجتماعی.
- ✓ توانایی تحلیل داده‌ها و استفاده از ابزارهای تحلیلی برای ارزیابی عملکرد.
- ✓ تجربه در طراحی و مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی در رسانه‌های اجتماعی و استفاده از ابزارهای تبلیغاتی پلتفرم‌های مختلف.
- ✓ درک اصول بهینه‌سازی موتور جستجو SEOو بازاریابی موتور جستجو SEMو چگونگی پیاده‌سازی آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی.

نرم



- ✓ توانایی برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان و ذی نفعان مختلف.
- ✓ دارای خلاقیت و نوآوری برای استراتژی های تولید محتوا.
- ✓ توانایی مدیریت چندین پروژه و فعالیت به طور همزمان با رعایت زمان‌بندی‌های مشخص.
- ✓ توانایی شناسایی و حل مشکلات مربوط به رسانه‌های اجتماعی به طور مؤثر.
- ✓ توانایی مدیریت بحران.

سوابق مورد نیاز

تحصیلات

حداقل مدرک لیسانس در رشته‌های مرتبط مانند بازاریابی، ارتباطات، رسانه، روزنامه‌نگاری، یا رشته‌های مشابه.

تجربه کاری

معمولاً ۲ تا ۵ سال تجربه کاری در زمینه مدیریت رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی دیجیتال، یا نقش‌های مشابه.

گواهینامه‌ها

داشتن گواهینامه‌های معتبر در زمینه رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی دیجیتال یا ابزارهای مدیریت رسانه‌های اجتماعی.

دوره‌های آموزشی

شرکت در دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی و مدیریت کمپین‌ها.

نمونه‌کارها

داشتن نمونه‌کارهای موفق و قابل ارائه در زمینه تولید و مدیریت محتوا در رسانه‌های اجتماعی.

تجربه با ابزارها و فناوری‌ها

آشنایی با ابزار های مدیریت پروژه

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما