Analiza SWOT dla Fundacji Służby Rodzinie Nadzieja – Facebook & zaproponowanie zmian

|  |  |
| --- | --- |
| MOCNE STRONY | SŁABE STRONY |
| * Wskazanie klarownych danych do kontaktu tj. adres email, nr tel, LinkedIn (zapewnia to odbiorcom elastyczność w możliwości skontaktowania się z Państwem poza portalem Fb) * Aktywne i sprawne łącze odsyłające na stronę www * Systematyczność dodawania postów, regularność treści * Duży plus za ukazywanie w postach wiarygodnych, szczerych osób * Dobry opis szczegółowy * Próby nawiązywania interakcji z odbiorcami poprzez posty również na + | * Dosyć skromny opis konta Fundacji. W opisie link do strony jest zbędny (odbiorcy znajdą go już poniżej w łączu, tam też najczęściej w tym celu skupia się ich uwaga selektywna). Mimo dwóch zdań postać matek ujęta jest w os. 3 (one, im) zamiast „Pomożemy Tobie i Twoim dzieciom” (spróbujmy zmodyfikować tekst w tą stronę) * Pewnym mankamentem jest ekspresyjny ton szaty graficznej postów – są bardzo kolorowe i sympatyczne, jednak może warto byłoby pomyśleć o ujednoliceniu contentu postów? (np. tj. dokonanie wyboru kilku dominujących kolorów, które będą przejawiać się w treściach graficznych) * Nie na każdej grafice widnieje Państwa logo, ponadto logo zdaje się być umiejscawiane losowo w zależności od grafiki (może spróbujmy umieścić logo w jednym, stałym miejscu z jedną, określoną obróbką – ramka lub bez ramki) |
| SZANSE | ZAGROŻENIA |
| * Więcej ukazywania organizacji Fundacji „od kuchni” np. podzielenie się historią genezy Fundacji, posty z wartościami Fundacji (za pomocą chociażby ciekawej infografiki), cykl postów z ukazaniem członków organizacji i kilka zdań o nich od nich (w tym ukazanie swoich pasji, być może wartości, dlaczego dołączyli do Fundacji itp.) 🡪 tworzenie ciepłego, szczerego wizerunku Fundacji * Prowadzenie interakcji z odbiorcami poprzez Relacje na Facebooku np. quizy, ankiety * Nawiązanie współpracy ze specjalistą np. psycholog dziecięcy w celu wydania wspólnego wywiadu/webinaru poruszającego ważne tematy zgodne z obszarem Fundacji oraz wiedzą i kompetencjami danego rozmówcy. * Stworzenie cyklu „Polecajek” (nazwa robocza), czyli materiałów polecanych przez Fundację odbiorcom np. ciekawy podcast, ciekawa książka itp. 🡪 spójnie związanych z Fundacją, jej wartościami. * Stworzenie grupy na Facebooku dla aktywnych odbiorców | W przypadku Fundacji zazwyczaj nie rozważa się jako takich zagrożeń w aspekcie konta Fb, jednakże pragnę zwrócić Państwa uwagę na ciągły rozwój i samoaktualizację najnowszych trendów marketingu cyfrowego, systematyczność oraz płynność działań, jak i niezapominanie o misji i celach Państwa Fundacji. Mam nadzieję, iż wskazane propozycje Państwu posłużą. Powodzenia! 😊 |