



به نام خدا

# آموزش کاربردی مدیر شبکه‌های اجتماعی

مؤلف:

**حسن فراهانی**

(دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات)



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

## ◀ عنوان کتاب: آموزش کاربردی مدیر شبکه های اجتماعی

◀ مولف: حسن فراهانی

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: مهدیه مخبری

◀ صفحه آرای: نازنین نصیری

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۲

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

◀ قیمت: ۱۸۵۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۷۲-۲

نشانی واحد فروش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه

-تقاطع شهدای ژاندارمری - پلاک ۱۵۸ ساختمان دانشگاه -

طبقه دوم - واحد ۴ تلفن ها: ۶۶۹۶۵۷۴۹-۲۲۰۸۵۱۱۱

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

[WWW.MFTBOOK.IR](http://WWW.MFTBOOK.IR)

[www.dibagartehran.com](http://www.dibagartehran.com)

سرشناسه: فراهانی، حسن، ۱۳۵۴-  
عنوان و نام پدیدآور: آموزش کاربردی مدیر شبکه های  
اجتماعی / مولف: حسن فراهانی؛  
ویراستار: مهدیه مخبری.  
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۱  
مشخصات ظاهری: ۱۸۰ ص: مصور، جدول: نمودار  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۶۷۲-۲  
وضعیت فهرست نویسی: فیبا یادداشت: کتابنامه: ص ۱۷۹-۱۸۰  
موضوع: شبکه های اجتماعی - مدیریت  
موضوع: Social networks-management  
موضوع: شبکه های کسب و کار  
موضوع: Business networks  
رده بندی کنگره: ۷۴۱ HM  
رده بندی دیویی: ۳۰۲/۴  
شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۵۴۷۱۴

نشانی تلگرام: @mftbook      نشانی اینستاگرام دیبا: dibagaran\_publishing

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید علمی و شغلی.

هرگوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

## فهرست مطالب

مقدمه ناشر .....	۵
پیشگفتار .....	۷
<b>فصل اول کلیات و تعاریف شبکه‌های اجتماعی .....</b>	<b>۹</b>
۱. شبکه اجتماعی و اهمیت آن در دنیای امروز .....	۹
۲. آشنایی با مفهوم شبکه اجتماعی و اصطلاحات وابسته .....	۱۲
۳. رسانه و نقش آن در دنیای امروز و آینده شغلی .....	۳۸
۴. ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی .....	۳۹
۵. نقش محوری شبکه اجتماعی در توسعه و بهبود بازار .....	۴۷
۶. مخاطب‌شناسی و دسته‌بندی مخاطبان .....	۴۸
۷. شناخت مشتریان هدف و مخاطبان شبکه اجتماعی .....	۵۱
۸. تفاوت‌های کلیدی مدیریت شبکه اجتماعی با سایر مدیریت‌ها .....	۵۵
<b>فصل دوم یک روز مدیر شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌گذرد؟ .....</b>	<b>۵۷</b>
۱. بازار کار مدیر شبکه اجتماعی .....	۵۷
۲. مهارت‌های مدیر شبکه اجتماعی کدام است؟ .....	۵۸
۳. بایدها و نبایدهای یک مدیر حرفه‌ای .....	۶۰
۴. آموزش و افزایش مهارت‌ها .....	۶۸
۵. انواع مدیریت برای شبکه‌های اجتماعی .....	۶۹
۶. مدیر شبکه اجتماعی کیست؟ .....	۷۴
۷. چگونه به یک مدیر شبکه‌های اجتماعی تبدیل شویم؟ .....	۷۵
<b>فصل سوم ارتباط با محیط رسانه‌ای؛ راه تنفس و بازسازی .....</b>	<b>۸۳</b>
۱. شناخت کامل مدیر شبکه‌های اجتماعی از فضای عمومی و جهان .....	۸۳
۲. اعتمادسازی .....	۸۴
۳. مدیریت محیط و پایش فضای رسانه‌ای .....	۸۵
۴. الگوریتم چیست و رفتار آن چگونه است؟ .....	۹۱
۵. کپی‌رایتینگ یا تبلیغ نویسی چیست و کپی‌رایتر کیست؟ .....	۹۲
۶. استراتژی برندسازی (برندینگ) .....	۹۵
۷. همکاری با افراد تأثیرگذار (اینفلوئنسرها) .....	۹۶
۸. همسویی با عَرَف جامعه .....	۱۰۲

## فصل چهارم چگونه جهان مجازی را تسخیر کنیم؟ ..... ۱۰۴

۱. تدوین راهبرد محتوا و نگارش تقویم محتوایی ..... ۱۰۴
۲. بازاریابی محتوا ..... ۱۰۹
۳. مدیریت تیم‌های مختلف تبلیغاتی و هماهنگی بین آنها ..... ۱۱۰
۴. تهیه پویش (کمپین) تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی ..... ۱۱۲
۵. اصول بازاریابی شبکه‌های اجتماعی ..... ۱۱۶
۶. عبور از بحران ..... ۱۱۷
۷. تشکیل جلسه هماهنگی با اعضا و همکاران ..... ۱۱۹
۸. برگزاری طوفان‌های فکری در راستای خلق ایده‌های نو ..... ۱۲۰
۹. اهمیت انتخاب نوع شبکه اجتماعی در فرایندها ..... ۱۲۲
۱۰. تولید محتوا و جریان‌سازی ..... ۱۲۵
۱۱. زمان مناسب انتشار ..... ۱۲۶
۱۲. هشتگ‌سازی و تأثیر آن ..... ۱۲۷
۱۳. شخصیت برند ..... ۱۲۹
۱۴. چکش بصری ..... ۱۳۰

## فصل پنجم چگونه بهترین آدمین باشیم؟ ..... ۱۳۱

۱. مدیریت اقتضانات و شرایط لحظه‌ای ..... ۱۳۱
۲. بایدها و نبایدهای انتشار ..... ۱۳۲
۳. تهیه گزارش ماهانه از فعالیت‌های انجام شده و ایجاد تغییراتی برای بهبود ..... ۱۳۴
۴. نظارت بر روند انجام فعالیت‌ها و اعمال تغییرات براساس بازخوردهای دریافتی ..... ۱۳۶
۵. آموزش، نیاز جدی کاربران در شبکه‌های اجتماعی ..... ۱۳۷
۶. نظارت بر شبکه‌های اجتماعی توسط ابزارهای دقیق تحلیلی ..... ۱۴۱
۷. فعالیت حداکثری در رسانه‌های اجتماعی پرطرفدار ..... ۱۴۳
۸. سواد رسانه‌ای و راه‌های تشخیص اخبار جعلی ..... ۱۴۵
۹. بررسی رابطه افزایش دقت رسانه‌ای و کاهش شایعه‌پراکنی ..... ۱۴۶

پیوست‌ها ..... ۱۴۷

منابع ..... ۱۷۹

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که تواند  
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.  
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست دارید تألیف "جناب آقای حسن فراهانی" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشر گشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

**با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید**

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران  
dibagaran@mftplus.com



تقدیم به هدا و رهای عزیزم؛ برای همه روزهایی که در کنارشان آرامش را تجربه کرده‌ام



## پیشگفتار

صنعت رسانه، دنیای امروز را به سرعت شبکه‌سازی کرده است، به طوری که گفته‌اند، روزگاری گمان می‌رفت زمین تخت است، بعدها ثابت شد که زمین گرد است، سال‌ها گذشت و با ورود به دنیای جدید حالا دیگر همه ما می‌دانیم که زمین بیضی شکل است و در خود دنیای دیگری دارد که نه تخت است و نه گرد، بلکه شبکه‌ای است، شبکه‌ای از رسانه‌های متعدد و متکثر. رسانه‌هایی که در دسترس همگان از بزرگ و کوچک، زن و مرد، کارگر و دانشجو و... با آن روزگار می‌گذرانند. امروزه این صنعت در نوک پیکان متغیرات است، تغییرات اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... در میانه این رسانه‌های متعدد و در اثرگذارترین فناوری‌های آن، می‌توان توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی را به چشم دید.

شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر با رشد مداوم و قابل توجهی روبه‌رو بوده است، از این‌رو جای تعجب نیست که دائماً شاهد معرفی شبکه‌های اجتماعی جدید و استقبال بیشتر و گسترده‌تر مخاطبان به آنها باشیم. در نتیجه این رشد بی‌وقفه، چشم‌انداز ما مدام در حال تغییر است و این موضوع دلیلی برای لزوم به‌روز بودن بازاریابان، صاحبان کسب‌وکار، مدیران، تأثیرگذاران فرهنگی و... است و به دلیل خاصیت به‌روز شوندگی، بهره‌برداری از رسانه مذکور نیز، سهل ممتنع بوده و می‌تواند در عین جذابیت و اثرگذاری به امری چالش‌برانگیز و سخت تبدیل شود.

یقین داریم در روزگار نوشونده و متفاوت امروزی، برای معرفی شغل خود و خدماتی که ارائه می‌شود و شنیده شدن حرف و اندیشه تولیدکنندگان کالا و خدمات، می‌بایست بر بال رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نشست تا در این فضای متکثر شده، بهتر دیده شویم. امروزه فعالیت در سپهر رسانه‌ای تخصص و ویژگی‌های خود را می‌طلبد، ویژگی‌ها و مختصات که با تسلط بر آن می‌توان جهانی نو را ترسیم نمود.

فعالیت به‌عنوان مدیر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند هم چالش‌برانگیز باشد و هم جذاب، هم درآمدزا باشد هم ویرانگر، هم تخصص است و هم حرفه‌ای مدرن، از این‌رو باید توجه داشت که یکی از ویژگی‌های این حوزه برخورداری از حس مسئولیت است. از خدمات به مشتریان، روابط عمومی، فروش و پاسخگویی به مخاطب گرفته تا پاسخگویی به کارفرما و محیط پیرامون. اغلب کسب‌وکارهای کوچک برای مدیریت و اجرای راهبردهای شبکه‌های اجتماعی، به مدیران فضای مجازی خود تکیه می‌کنند و همه امور را به آنها می‌سپارند؛ به امید اینکه موجب رونق و توسعه کارشان شود و این مسئولیتی بزرگ برای مدیران شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌کند.

حضور در شبکه‌های اجتماعی همیشه آسان نیست. اما با کسب دانش و با رعایت نکات و تکنیک‌های خاصی، می‌توان در این مسیر موفق شد. مدیریت رسانه‌های اجتماعی، حرفه‌ای است که صدای یک مجموعه را در کانال‌های اجتماعی بسط می‌دهد، به همین دلیل آنها در این حرفه مسئول پاسخگویی به نظرات دیگران و ایجاد محتوا برای آنها بوده و به دنبال فرصت‌هایی برای بیشتر دیده شدن و اثرگذارتر بودن هستند.

این کتاب سعی دارد با معرفی ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه اجتماعی به مدیران صفحه‌های این فضای رسانه‌ای، نکاتی را برای بهره‌برداری بیشتر و بهتر از این ظرفیت بیان کند. کتاب با هدف آشنایی بیشتر فعالان در شبکه

های اجتماعی و فضای مجازی در پنج فصل تنظیم شده است: در فصل اول با ارائه کلیات و تعاریف به بحث وارد شده و سپس در فصل دوم با معرفی ویژگی‌های مدیر شبکه اجتماعی به فصل سوم رفته و به شناخت محیط پیرامون رسانه‌های اشاره می‌کند، در فصل چهارم نیز به تکنیک‌های مهم برای موفقیت در این شغل پرداخته و در فصل آخر توصیه‌هایی کاربردی را برای بهترین بودن ارائه می‌نماید.

البته فضای رسانه‌ای دائماً در حال توسعه و تغییر است، به حدی که در هنگام تایپ این نوشتار هزاران بایت اطلاعات در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در حال تبادل و انتشار بوده و شاید از فاصله نوشتن این کتاب تا چاپ و انتشار آن، شاهد ورود اختراعات و توسعه بیشتر فناوری‌های جدید و متفاوت ارتباطی نیز باشیم. بنابراین آنچه نوشته شده است تنها گوشه‌ای از موضوع را براساس دامنه تجربیات نگارنده در برمی‌گیرد و این کوشش به عنوان قدم زدن و بازکردن راهی در این عرصه برای کمک به علاقه‌مندان و کنشگران رسانه است و مطالب آن قابل بررسی و حتی نقد خواهد بود.

در اینجا باید از زحمات بی‌دریغ مدیر محترم نشر دیباگران تهران تشکر ویژه نمایم که با فراهم آوردن امکان چاپ این کتاب، موجب تولید اثری متفاوت در مدیریت شبکه‌های اجتماعی شده‌اند و به این امید که مسیری نو در دنیای آینده را نشان دهد.

**حسن فراهانی**

دی‌ماه ۱۴۰۱ تهران