

SABANCI ÜNİVERSİTESİ

Profesyonel Yüksek Lisans Programları Dijital Ajans Görev Tanımı

1. Sabancı Üniversitesi PYL ana marka konumlandırması ve ana markaya hizalanacak 8 mevcut ve 2 yeni eklenecek program üzere toplamda 10 programın satış pazarlama stratejik hedeflerine uygun yıllık sosyal medya stratejisinin ve yol haritasının belirlenmesi. (8 programımızın alt yapıları mevcut, yeni programlarla birlikte bütünsellik oluşturulması)
2. Sabancı Üniversitesi PYL resmi hesapları için PYL pazarlama satış stratejisi doğrultusunda iletişim yaratıcı konseptleri hazırlanması ve yönetim planının oluşturulması
 - a. Hali hazırda yönetilen 8 mevcut program yanında, 2 program için ilk defa bu sene tanıtım faaliyeti yapılacağından, iki program için yaratıcı tasarımların geliştirilmesi ve sosyal medya stratejisinin uygulanması
3. Mecra özelinde belirlenecek hedef kitlelerde nitelikli takipçilerle ve takip ettiklerimizle takipçi, etkileşim ve erişimlerin artırılması (bu hedefe yönelik haftalık ve aylık düzenli takip ve ölçümleme).
 - a. Stratejik Yol Haritası İçin Beklentiler
 - i. Mevcut Durum Analizi – Marka (PYL)-Ürün (Programlar) konumlandırma, hedef kitle profillemesi, yaratıcı çalışmalar, Sosyal Medya Yönetim Modeli
 - PYL hesaplarının mevcut durumunun niteliksel ve niceliksel olarak analizinin yapılması ana rakiplere göre röntgeninin çekilmesi (Analizin sıralanan kriterleri mutlaka kapsamalı beklenmektedir: takipçi sayıları, etkileşim, erişim sayıları, öne çıkan içerik türleri, hedef kitle analizi.)
 - PYL ilişkili fakülteler, enstitüler, programlar aktif pasif hesapların düzenlenmesi ve performanslarının özetinin çıkarılması,ve öncelik stratejisi çıkarılması. Keşif raporu oluşturulması
 - Şu anda halihazırda Meta, LinkedIn ve Twitter’da hesaplarımız bulunmaktadır.
4. Sabancı Üniversitesi resmi hesapları haftalık ortalama içerik paylaşımı dönemsel ve hesaplara göre farklılık gösterse de 2 veya 3’tür. Çalışılacak ajansın bu frekansı koruması stratejik yaklaşım doğrultusunda artırılması gerektiğinde buna göre çalışma yapması beklenmektedir. Örneğin, özellikle satış dönemlerinin yoğun olduğu dönemlerde, hesaplarda içerik paylaşımının gün içerisinde birkaç kez bile olması beklenebilir.
5. Rekabet analizi ve SWOT analizi hazırlanması. Rekabet analizi ve SWOT analizinin hizmet almaya başlarken bir kez yapılması ve altı 6 ayda bir tekrarlanması beklenmektedir. Yapılacak analizlerin sıralanan kriterleri mutlaka kapsamalı beklenmektedir: takipçi sayıları, etkileşim, erişim sayıları, öne çıkan içerik türleri, farklılaşan içerik türleri, öne çıkan konu başlıkları, hedef kitle analizi. Hizmet verecek firmanın sıralanan kriterler dışında analizi daha derinleştirecek ve anlamlı kılacak kriterlerle zenginleştirilmesi beklenmektedir.

6. Aylık mecra ve yüksek lisans, yönetici eğitimi trendlerini takip ederek PYL'ye uygun olabilecek içerik önerilerinin oluşturularak PYL birimine sunulması
7. Dijital iletişimde izlenecek çoklu-kanal (multi-channel) stratejisine uygun olarak Sabancı Üniversitesi ana web sayfası ve dijital gazetesi gazeteSU'daki Türkçe ve İngilizce içeriklerinin, sosyal media içeriğiyle senkron olarak yaratılması ve SEO konusunda destek verilmesi
8. Sosyal medyada çıkılan ve websitesine yönlendirilen içerikler için etkileşim raporlamasının (tıklanma oranı) haftalık veya aylık raporlanması, iç görülerin sonunda bir sonraki kreatif içerik için tavsiyelerde bulunması
9. PYL akademik ve pazarlama etkinliklerinin offline iletişim çalışmalarının kreatiflerinin yaratılması, önerilerin geliştirilmesi ve uygulanması . Offline yaratıcı çalışmaların dijital marka kimliğine hizalanmasının sağlanması.
10. Özel günlerde; - Sabancı Üniversite ile senkron içerik çıkılması