

Bir ayı planla.

Aylık içerik takvimi şablonu. Önce ayın çerçevesini yaz, sonra içerikleri tabloya diz.

Takvim bir hedefe hizmet eder; hedef yoksa takvim yalnız bir liste olur.

Ayın çerçevesi

Ay

Bu ayın hedefi

Tek cümle: bilinirlik, etkileşim ya da satış.

Kime konuşuyoruz

Yaş, ilgi, ihtiyaç; tek cümle.

Paylaşım sıklığı

Kaliteyi düşürmeden sürdürebileceğin tempo.

☐ Haftada 2 ☐ Haftada 3 ☐ Haftada 4-5

☐ Her gün

Sabit tarihler ve özel günler

Lansman, kampanya, bayram; markana uyanlar.

İçerik sütunları

Üç ile beş sütun seç; fikir aramak kolaylaşır, takvim ritim kazanır. "Bu ay" sütununa bu ay kaç içerik çıkacağını yaz.

Sütun	Amacı	Örnek	Bu ay
Ürün ve hizmet	Ne sattığını açıkça göstermek	Yeni ürünün kullanım anı	
Faydalı bilgi	Kitlenin sorusunu yanıtlamak	Kısa bir nasıl yapılır videosu	
Sahne arkası	Markanın arkasındaki insanları göstermek	Üretimden bir gün	
Müşteri ve topluluk	Güven oluşturmak	Müşterinin paylaşımını izniyle öne çıkarmak	
Kampanya	Belirli bir tarihe satış ya da katılım getirmek	Özel gün indirimi	

[illegible]

Akış: yayın gününden geriye doğru

Takvim onayı

Üretim

Onay

Yayın

Onaylanan içerik planlanan gün paylaşılır.

Ay sonu değerlendirmesi

Hangi içerikler hedefe hizmet etti?

Bilinirlikte erişime, etkileşimde kaydetme, paylaşım ve yoruma, satışta siteye gelen ziyarete bak.

Hangi sütun beklenenden iyi ya da kötü gitti?

Planlanıp yayınlanamayan içerik oldu mu, neden?

Gelecek ay neyi değiştiriyoruz?

Kısa kontrol

- ☐ Bu ayın hedefi tek cümleyle yazılı mı?
- ☐ Üç ile beş içerik sütunu belli mi?
- ☐ Paylaşım sıklığı üretim kapasitesine uyuyor mu?
- ☐ Sabit tarihler ve markana uyan özel günler takvimde mi?
- ☐ Her içeriğin üretim ve onay tarihi var mı?

Takvimi biz kuralım mı?

Piktram'da aylık sosyal medya işinde ayın planı ay başlamadan hazır olur; her içerik onayına gelir, onay vermediğin hiçbir şey yayına çıkmaz.

piktram.com