

Activitatea de Content Management in 6 pasi



checklist

1. Împărțirea informației după tipologia **CEDAC** și conștientizarea **rolurilor** care trebuie jucate: Creator, Editor, Distribuitor, Administrator, Consumator
2. **Pentagrama întrebărilor** de Content
3. Determinat **abilitățile** pentru fiecare punct din strategia CEDAC
4. **Alocarea resurselor** după capabilitățile de a le produce Intern sau Extern
5. Alese **uneltele** cu care se produce și manipulează informația
6. Desenată **dinamica** informației pentru cel puțin următoarele 12 luni

sursa

Se spune ca americanii au lucrat 20 de ani la elaborarea unui stilou cu cerneala antigravitationala cu care astronautii lor sa scrie in spatiu. Rusii au folosit un creion. De fiecare data cand ma gandesc la Content Management (CM) imi vine in minte aceasta gluma pentru a intelege cele doua fatete ale Continutului: una elaborata si perfectionata pe termen lung si una functionala.

Managementul de Continut este o colectie de procese si tehnologii in care se exprima in stocarea, gestionarea si publicarea informatiei digitale de orice forma, pe orice support . Cand ne referim la computere si internet tindem sa ii spunem «Continut Digital» sau pur si simplu «Content» in limba engleza. CONTENT-ul ca si concept difera prin prisma unghiul sub care este privit – ca si consumator sau ca organizatie care il gestioneaza (in speta fiind vorba de tipologia sitului web care furnizeaza informatia).

Care sunt Rolurile prin care putem aborda Continutul?

Clasificarea este importanta pentru ca deseori ne punem in postura de a face TOATE rolurile amestecat, fara sa oferim reflectia necesara abilitatilor fiecaruia. Sunt 5 ipostaze principale: Creator, Editor, Distribuitor, Administrator, Consumator [CEDAC]. Intre fiecare doua din ele, intocmai ca la culorile curcubeului, se afla inca cate un post. (Artist) Creator (Copywriter) Editor (Web Admin) Distribuitor (Web Master) Administrator (Contributor) Consumator (Social Comentator). Majoritatea oamenilor se afla la capatul din dreapta, adica Utilizatori si Comentatori in Social Media. CONTENT-ul este suma elementelor de Creatie (originala sau adaptata), Editare (adaptarea mesajului la mediu - traducere, stilizare, paragrafare, corectura), Publicare sau Distributie (afisarea publica intr-un loc, de obicei un site web), Administrare (orga-

nizare si paza informatiilor, stocare logica pe servere si accesare prin softuri specializate), Utilizare (consumatori, vizitatori, clienti, cititori, jucatori, etc).

Cea mai mare provocare pentru tine este planificarea in DINAMICA a Continutului sub toate aspectele sale de mai sus: Are cine sa il produca? Cine sa il editeze? Cine sa il distribuie sa fie vizibil? Cine sa il administreze? Este indeajuns de atractiv sa il consume? In aceasta pentagrama de intrebari trebuie aruncata orice initiati-va.

Unde trebuie trasa linia dintre original si replicare?

Teoretic , in secunda de fata, exista deja TOATA informatia de care cineva are nevoie intr-o viata (sau mai bine zis o suta de vieti), uploadata in milioanele de servere online. Asta nu impiedica Omenirea sa produca ZILNIC inca o replica a unei mari parti din aceasta informatie, si nimic nu pare sa o opreasca (poate doar sfarsitul energiei pentru servere). Nevoia de rafinare duce la o calitate mai buna in timp. Artistii informatiei doar asa se pot impune, prin Creatie continua. STANDARDIZAREA Informatiei Web este o consecinta uimitoare a intalnirii constante dintre Creatorii si Consumatorii de Informatie. Standardizarea a reusit sa faca Internetul mai frumos, mai clar, mai ordonat, mai limpede.

Milioane de tutoriale stau marturie online despre bune practici. Tot ceea ce accesam zilnic ca si Continut Digital este supus acestei Standardizari care si ea - din fericire - cunoaste Revolutii dese. Pentru Editare exista un standard al modului in care articolele trebuie scrise, subliniate frazele importante, numarul de caractere optim, frazeologia, tipologia textului, tipologia produselor van-

dute online, a pozelor si filmelor. Pentru Distributie, exista siturile de informare, siturile de comert electronic, siturile de interactiune, toate au un standard de distributie a informatiei. Pentru un produs vandut online, avem neaparat poze, descriere, incadrare, utilizare, posibil video, comentariile celor care au cumparat, posibilitatea sa il adaug in cos si sa il platesc, alerte de pret. In Administrare exista obligativitatea sa pot edita orice parte a Continutului. Pentru sistemele de distributie a informatiei personale (Bloguri) este suficient sa deschidem modulul de administrare de la Wordpress (50% din siturile lumii il folosesc ca standard).

Ce instrumente avem la dispozitie pentru CM ?

Ca orice bun gospodar, inainte de a ne apuca de treaba, ne verificam uneltele. Daca nu o facem, de multe ori cadem in Capcana-Paraliziei-Instrumentelor, atribuind gresit atentia necesara creatiei de continut altor roluri din cadrul proiectului. Am auzit de multe ori «nu pot sa vand pana nu am un magazin online» (serios?) sau «nu scriu acum nimic pana nu este sus designul cel nou» (serios...) sau «nu pun inca filmele pentru ca nu am sistemul de streaming video functional» (ah, da, e serius!). Fiecare rol are instrumentele sale, lipsa unuia sau mai multora niciodata nu este CRITICA pentru Sistem – poate doar in cazul in care conditia este Creatia originala pe un fond de lipsa de imaginatie. Dar ... [toata lumea a vazut Ratatouille si stie ca «Anyone can cook».](#)

Creatia - inca de la scoala facem exercitii de compuneri, si ORICINE poate sa scrie un articol; unii mai bine, unii mai putin bine (literar-artistic). Daca e vorba de o schema electrica nimeni nu asteapta decat desenul, care poate fi facut cu creionul pe hartie. Ca unelte pentru creatie dispunem de o gama larga: o tastatura,

foaie de hartie, stilou electronic sau normal, scannere. Editarea - frumos-ul are norme, e standardizat. O singura zi de cercetare transforma un neofit intr-un expert al modului de prezentarea informatiei. Conteaza mult talentul si mai ales volumul de munca. Unelte pentru editare: programe software de tip office, editare imagine, video, montaj, creioane colorate, hyperlinking. Administrare - exista mii de asa numite CMS (Sisteme de Management al Informatiei). Unelte pentru administrare: un CMS, un server de stocare. Toate aceste instrumente de mai sus au o utilizare gratuita sau conditionata. Atentie mare ! Se spune in Internet ca daca produsul este gratuit, Produsul esti chiar TU. (dintre uneltele pentru utilizatori as mentiona: Conturi, Avatare, Profile, Liste Personale, Grupuri.)


[Click aici pentru a descarca Checklistul](#)

In povestea cu americanii, rusii si instrumentul de scris, morala nu este ce fac ei in spatiu ci ce ar trebui sa faci tu daca esti in spatiu. Si unde si o varianta de scriere prin scrijelire poate fi viabila. Nu uita ca 90% din continutul produs pe internet serveste de carte de vizita. Motivatia personala a fiecaruia este cea care tine susurul izvorului pornit. Cableaza-te si Hop! in Autostrada Informationala.

PRACTICAL GUIDE IN SETTING UP YOUR E-BUSINESS

content management
3

EQ



CLAUDIU
GAMULESCU
online business project management

 intelligence books