

Adrian Gamoń 

**SOCIAL MEDIA W 2020 ROKU.
JAK BUDOWAĆ MARKĘ OSOBISTĄ, INFLUENCERA I
FIRMY W SOCIAL MEDIACH?**

19.12.19, Kraków

Adrian Gamoń

**Strateg i ekspert ds. brandingu i social media /
mówca i trener / adriangamon.com**

WIERZĘ W MOC SŁÓW I ZNACZENIE NARRACJI,
dlatego pomagam firmom, instytucjom i osobom budować
wartościowe relacje i doświadczenia ze swoim otoczeniem
biznesowym i społecznym.

Ponad 7 lat temu założyłem agencję [Option 360](#) Agnecy
(wcześniej Social Frame), która projektuje strategie
komunikacji, tworzy kampanie marketingowe i wysokiej
jakości treści. Współpracowałem z takimi markami jak
[Skanska Polska](#), RMF MAXXX, Empik, [BOŚ Bank](#), Bytom,
[Śnieżka](#), [sieć hoteli ibis](#), [Nakielny](#), Jerónimo Martins, [Region](#)
[Małopolska](#) i [Miasto Kraków](#). Utworzyłem również unikatowy
w Polsce kierunek studiów podyplomowych na AGH
w Krakowie: „[Social Media & Content Marketing](#)”.
Jako host organizuję spotkania [LinkedIn Local Kraków](#).
Więcej [TUTAJ](#).



PLAN SZKOLENIA:

8.00 – 10.30 Blok I

10.30 – 10.40 Przerwa

10.40 – 12.10 Blok II

12.20 – 12.30 Przerwa

12.30 – 14.00 Blok II

+ ok 3-5 ćwiczeń dyskusyjnych



#1

MARKA W KOMUNIKACJI



PRODUKT
USŁUGA
APLIKACJA
FIRMA

OSOBA

INFLUENCER
INSTYTUCJA
MIEJSCE
REGION

=

MARKA



OSOBA = MARKA



MARKA:

WARTOŚCI JAKIE
WNOŚCI W ŻYCIE
LUDZI



TO, JAK **INNI** JE
DOŚWIADCZAJĄ





*NIE MA INNEJ PRAWDY (O MARCE) POZA
PRAWDĄ, JAKĄ DOŚWIADCZAMY.*

*JEŚLI NIE DOŚWIADCZAMY NARRACJI MARKI,
TO TAK, JAKBY JEJ NIE BYŁO.*





91% konsumentów uważa,
że „**bycie autentycznym**” jest
o wiele ważniejsze w marce niż jej
„popularność” czy „urok”.

Źródło: Cohn&Wolfe, Październik 2014



#2

PERSONAL BRANDING



Ćwiczenie. Doświadczenie marki.

Opisz w maksymalnie 5 zdaniach (punktach), jaką wartość wnosi w życie ludzi (jakie potrzeby zaspokajają) wybrana marka. Czas: 2 minuty.



THE LinkedIn EFFECT

W prawdziwym życiu



ANNA
KIEROWNICZKA



MAREK
SPRZEDAWCA



ANDRZEJ
PRACOWNIK
DZIAŁU KADR



AGNIESZKA
FREELANCER

LinkedIn alter ego



ANNA
REGIONAL CHIEF LEADER
PROJECT MANAGER, BUSINESS
GURU, INSPIRATOR ZESPOŁÓW.

Wyślij wiadomość

Wyślij InMail



MAREK
SALES MANAGER, DIRECTOR
KREATOR POMYSŁÓW DLA
KLIENTA, LIDER PASJI WE
WDRAŻNIU ROZWIĄZAŃ

Wyślij wiadomość

Wyślij InMail



ANDRZEJ
INNOVATION HEADHUNTER
WIZJONER POTENCJAŁU I
TWÓRCA KARIER, EXPORTER
TALENTÓW

Wyślij wiadomość

Wyślij InMail



AGNIESZKA
CEO OF MY OWN DESIGN
STUDIO, ENTREPRENEUR
CRAFTING THE AWSOME

Wyślij wiadomość

Wyślij InMail

PO CO NAM JEST PERSONAL BRANDING?



PO CO NAM JEST PERSONAL BRANDING?

- Wyróżnienie się w tłumie
- Budowa rozpoznawalności
 - Budowa wizerunku
 - Budowa wpływu
 - Znalezienie pracy
 - Budowa biznesu
- Dotarcie do zainteresowanych naszą „ofertą”
- Bycie znalezionym przez zainteresowanych naszą „ofertą”
 - **Jakość życia...**





*„Marka osobista tym, co ludzie mówią o Tobie,
gdy wyjdiesz z pokoju”*

Źródło: Jeff Bezos, CEO Amazon





Budowanie marki osobistej to PROCES, który dotyczy każdego z nas. Czy tego chcemy czy nie, **zawsze w oczach innych jesteśmy marką.** To już od nas zależy czy pokierujemy nią uważnie i świadomie.





***Osoby, którym udaje się odkryć i żyć
w zgodzie ze swoimi wartościami (potrzebami),
są odbierane jako **spójne i autentyczne**,
a co z tym idzie **szczęśliwsze**.***



#3

ZASADY BUDOWANIA MARKI



CZTERY NAJWAŻNIEJSZE ZASADY W BUDOWANIU MARKI:

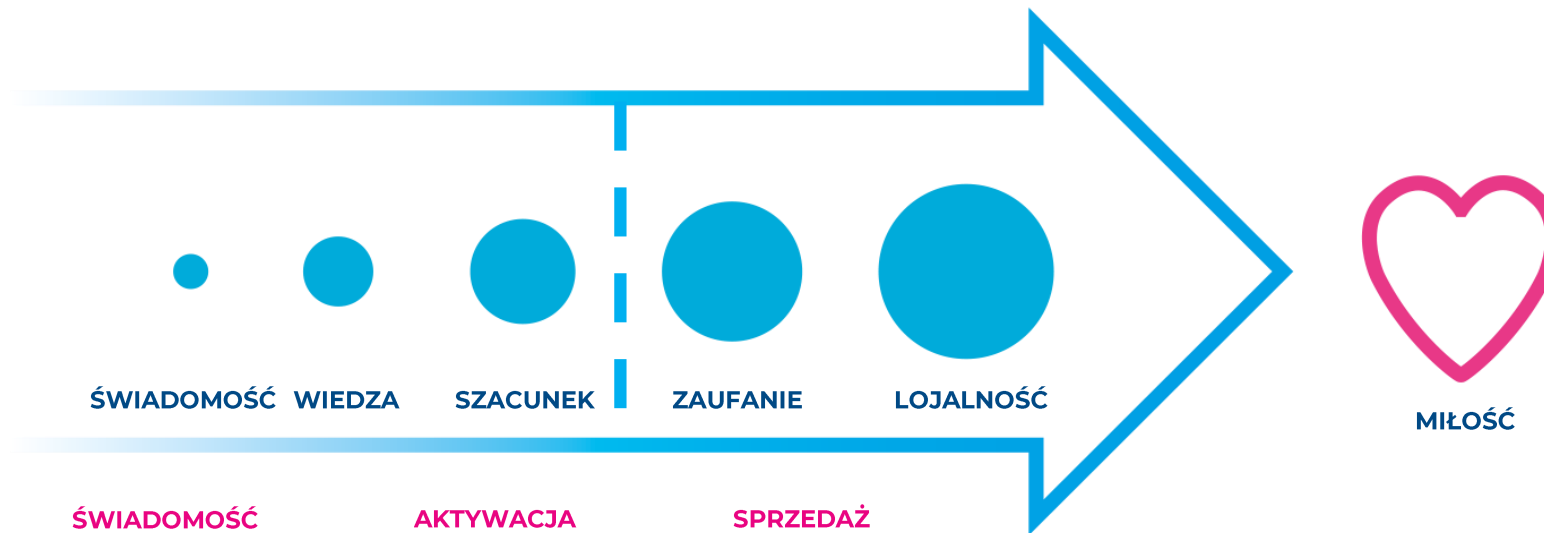
1. **CLARITY** – JASNOŚĆ/KLAROWNOŚĆ PRZEKAZU
2. **CONSISTENCY** – SPÓJNOŚĆ I KONSEKWENCJA
3. **CONSTANCY** – STAŁOŚĆ CIĄGŁOŚĆ
4. **CONFORM** – DOSTOSOWANIE SIĘ DO ZMIAN

=> POTRZEBA ZAUFANIA / BEZPIECZEŃSTWA <=





PROCES TWORZENIA EMOCJONALNEJ WIĘZI Z MARKĄ



ŹRÓDŁO: P. Temporal, *Advanced Brand Management: Managing Brands in a Changing World*, John Wiley & Sons, Singapore 2010.





 **Więcej na radość z życia!**

Cel: świadomość



Darek Gutkowski przedstawia: pasty rybne na kanapki! 😊 Do wyboru pasta z łososia, makreli lub halibuta. Przekonaj się, która zostanie Twoją ulubioną. 😊



KUCHNIALIDLA.PL
[Zobacz przepisy](#)

[Learn More](#)

👍❤️😂 376

10 Comments 202 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 🍷



Cukinia, marchewka, kalarepa, rukola, prażone migdały oraz wyśmienity dressing i sałatka z młodych warzyw Kingi Paruzel gotowa! Przekonaj się jakie to proste! 😊



KUCHNIALIDLA.PL
[Zrób sałatkę](#)

[Learn More](#)

👍❤️ 132

49 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 🍷

Cel: aktywacja (fakty)

Lidl Polska
May 27 at 11:59 AM

Super produkty dla najmłodszych z okazji DNIA DZIECKA! Innowacyjne gumki do włosów Hair Springs, które nie plączą i nie wyrwijają włosów. Szczotka do włosów Compact Styler Frozen, która lekko rozczesuje splecione włosy nie powodując bólu oraz NOWOŚĆ - grające mydelka do rąk z ulubionymi bohaterami filmowymi dziećmi, dzięki którym mycie rąk stanie się super zabawą! 😊 Już w Lidlu!



HIT CENOWY
10⁹⁹

SUPER

Mydło w płynie z pozytywką



GADE

Mydło w płynie z pozytywką

41 likes 13 Comments 1 Share

Like Comment Share

Lidl Polska
May 27 at 5:30 PM

Czy wiecie, że czekolada FIN Carre jest najczęściej kupowaną mleczną czekoladą z całymi orzechami laskowymi w Polsce? Wcale się temu nie dziwnym! Jest pyszna, a do tego posiada certyfikat UTZ, który jest dowodem na uprawę kakao z poszanowaniem środowiska i pracowników plantacji!



KUP 3 ZAPAKI ORZEŁ!
2⁹⁹

NASZ

Czekolada mleczna



SŁOŻ

Czekolada deserowa

156 likes 64 Comments 3 Shares

Like Comment Share

Lidl Polska
May 30 at 4:18 PM

Małe, żółte, słodkie bananiątka! 😊 W sam raz dla małych milusińskich! 😊
Już od czwartku znajdziecie je na Ryneczku Lidla 25% taniej!
<http://tak.to/MiniBanany>

Banany mini, 250 g/1 opak.

-25%

~~3,99~~
2⁹⁹

250 g



BANANIĄTKA

RYNECZEK Lidla
PO PRACUJĄCICH

233 likes 87 Comments 1 Share

Like Comment Share

Cel: sprzedaż

EMOCJE = ZAANGAŻOWANIE

ZANGAŻOWANIE => UTOŻSAMIENIE

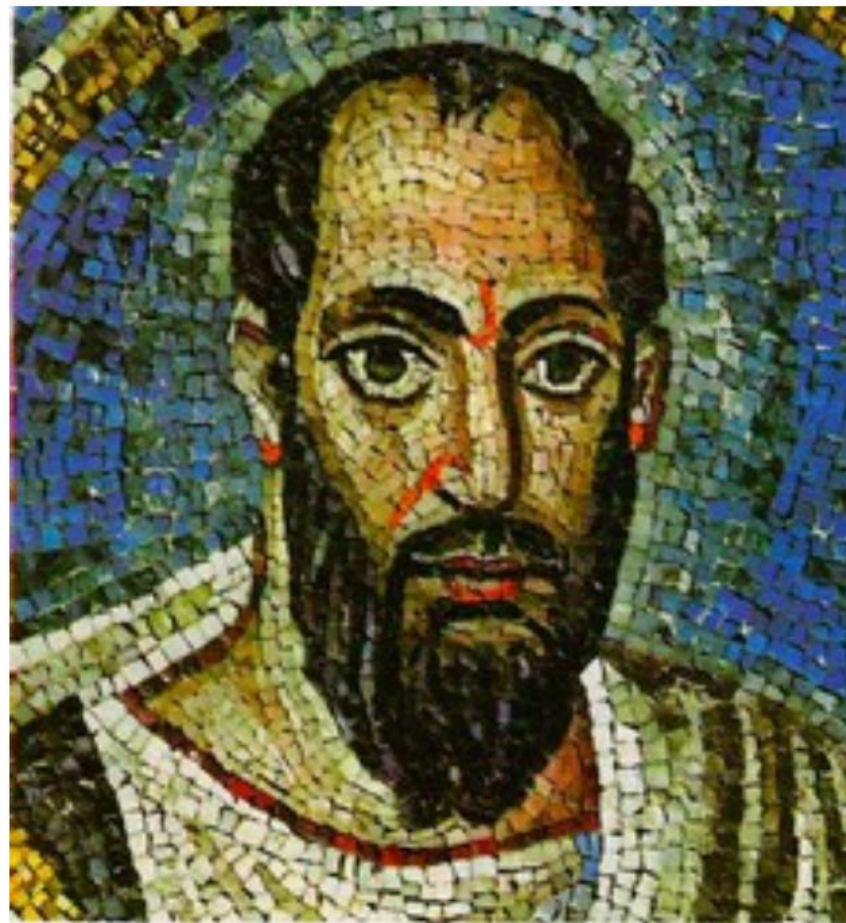




***Na rynku wygrywa nie najlepszy produkt,
ale najlepiej skomunikowany.***



*O dobrych
uczynkach
i ich rozgłaszaniu,
nie zapominaj*
List św. Pawła
do Hebrajczyków





***Zawsze bądź w umysłach
swoich odbiorców.***



Podsumowanie. Na co warto postawić budując markę w social mediach?

1. Dawanie wartości!
2. Twoje silne strony (te słabsze też mogą być atutem i wyróżnikiem).
3. Jasną komunikację (na obecność) pośród innych.
4. Spójność i konsekwencję.
5. Odpowiedzialność i wiarygodność.
6. Autentyczność.
7. Rozwój.



#4

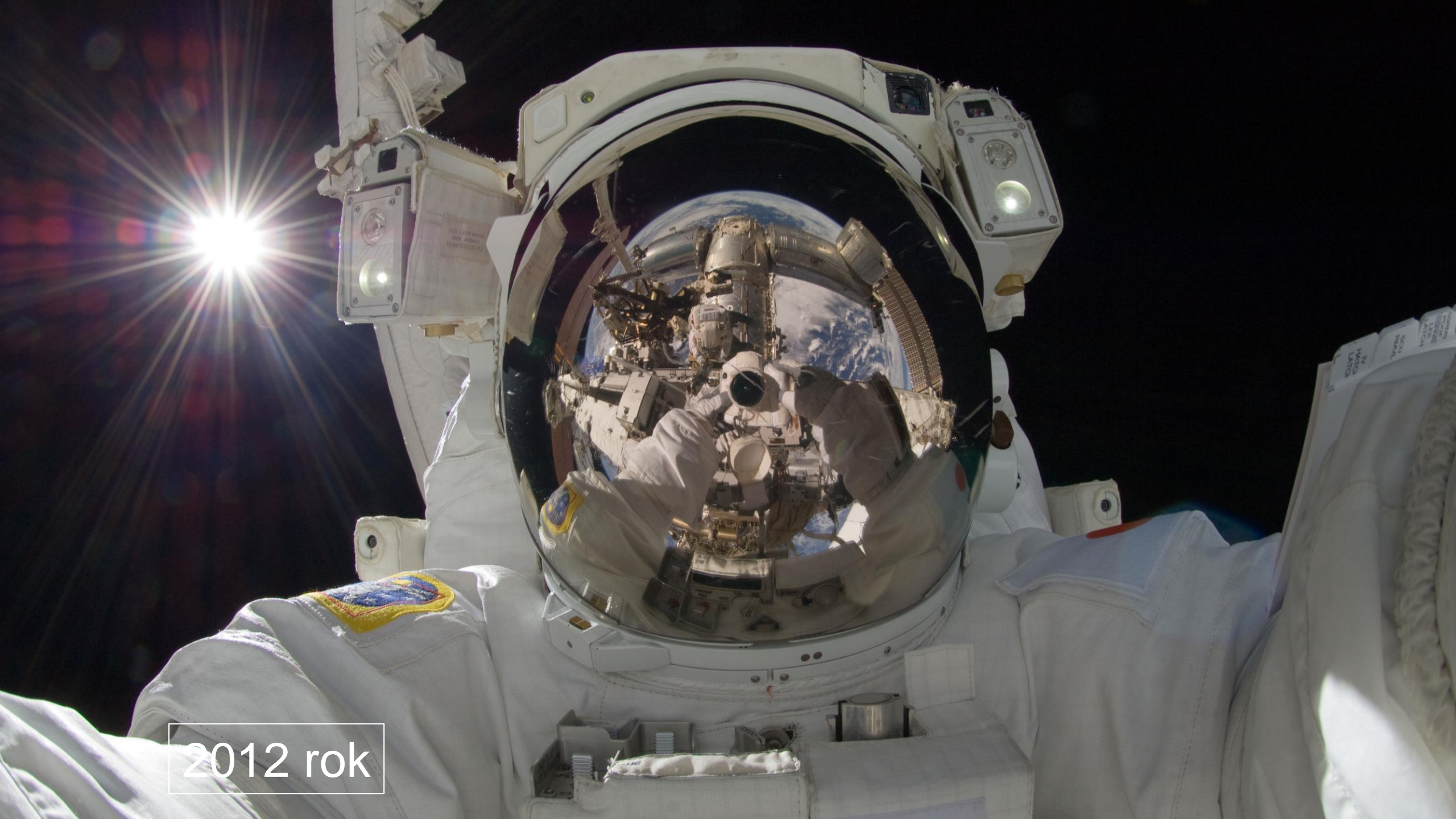
KIM JEST WSPÓŁCZESNY ODBIORCA KOMUNIKACJI?





„ZDOBYWANIE INFORMACJI W INTERNECIE
JEST JAK PICIE WODY Z HYDRANTU”





2012 rok



KAŻDE zachowanie człowieka
służy zaspokajaniu POTRZEB.

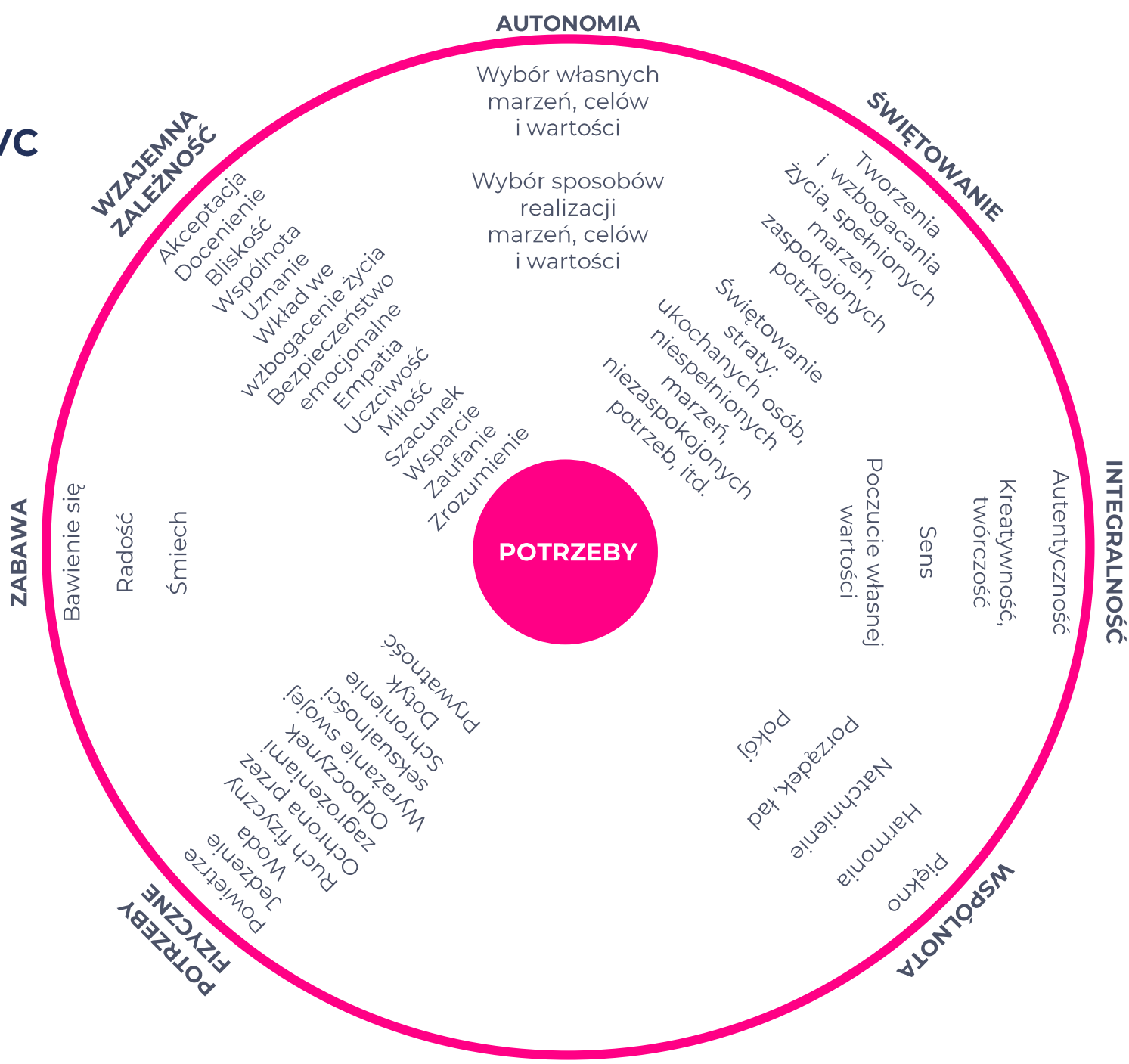




*Potrzeby są **uniwersalne dla wszystkich ludzi**
i są motywacją naszych działań.*



PODSTAWOWE POTRZEBY WG NVC



Lista potrzeb NVC:

<http://bit.ly/ListaPotrzebNVC>





*CZŁOWIEK POZNAJE NARRACJĘ
MARKI, WIĘC „KUPUJE” MARKĘ.
„KUPUJE” MARKĘ, ABY UCZYNIĆ
JĄ CZĘŚCIĄ SWOJEJ **NARRACJI**.*





WSPÓŁCZESNY CZŁOWIEK:

- 1. Chce szybko i konkretnie wiedzieć, jak możesz mu pomóc w rozwiązaniu jego problemów.**
- 2. Chce Ci pomóc, ale chce konkretnie wiedzieć jak może to zrobić.**
- 3. Chce czuć się bezpiecznie i mieć zaufanie do Ciebie.**
- 4. Chce abyś był blisko, gdy będzie potrzebował pomocy.**
- 5. Chce abyś mu szybko dostarczył dla niego najlepszy produkt, ale gdy będzie na to gotowy.**



#5

**TRZY GRZECHY GŁÓWNE
KOMUNIKACJI W MARKETINGU**



Grzech 1.

Brak znajomości/zrozumienia potrzeb klienta.



GLASS





Grzech 2.

Komunikacja jest niedopasowana do emocji i potrzeb.





Adrian

KOCHA WSZYSTKIE KOBIETY ...

WALCZ O SIEBIE!
JA TO ZROBIŁAM!!

Karolina Piasecka

www.adrian-rajstopy.pl



Grzech 3.

Brak komunikacji.



#6

**FUNDAMENT
PERSONAL BRANDIGU**



Strategia Personal Branding:

- 1. Odkrywanie marki osobistej:** cele, grupy docelowe, możliwości => **Świadomość**
- 2. Określanie konceptu:** wizja, Big Idea, linie narracyjne => **Idea**
- 3. Planowanie działań:** kanały, taktyki, treści, reklama => **Plan**
- 4. Działanie:** optymalizacja profili, budowa sieci kontaktów, tworzenie i publikacja treści, budowa relacji i ich podtrzymywanie => **Konwersja**
- 5. Analiza działań** => **Optymalizacja**



#7

**ODKRYWANIE
MARKI OSOBISTEJ**



Co jest **unikatowego** w Twojej marce?

Jaki jest Twój **wyróżnik**?

W czym innym możesz **pomóc**?

Co, jak, do kogo i dlaczego chcesz komunikować/realizować?



**JAKA JEST TWOJA SYTUACJA
WYJŚCIOWA?**



Ćwiczenie

Pokaż swój profil drugiej osobie i poproś ją o to samo (do wyboru profil na Facebooku / Instagramie).

Co widzisz na jej profilu? Co ona widzi na Twoim profilu? Opisz w 5 zdaniach.

Przejrzyj oś czasu, zobacz jak wygląda profil publiczny, grupy, oznaczenia, zdjęcia, posty...

Czas. 2 minuty.



in Szukaj

Główna Sieć Praca Wiadomości Powiadomienia

Communication with meaning

Adrian Gamoń

📍 Strateg i konsultant ds. brandingu i social media • Mówca i trener • Social selling • Linkedin • Storytelling 👍

Kraków, woj. małopolskie, Polska

[Dodaj część w profilu](#) [Więcej...](#)

Adrian Gamoń

AGH University of Science and Technology

Zobacz informacje kontaktowe

Zobacz kontakty (500+)

WIERZĘ W MOC SŁÓW I ZNACZENIE NARRACJI, dlatego pomagam firmom, instytucjom i osobom budować wartościowe relacje i doświadczenia ze swoim otoczeniem biznesowym i społecznym. Ponad 6 lat temu założyłem agencję Social Frame, która projektuje strategie komunikacji, tworzy kampanie mark...

[Pokaż więcej](#)

Tvoja tablica
Prywatne dla Ciebie

Najwyższy poziom

964 Kto wyświetlił Twój profil	1 009 Wyświetleń publikacji	337 Pojawień w wynikach wyszukiwania
-----------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------------

Ćwiczenie w domu

Sprawdź siebie w wynikach wyszukiwania Google, na Facebooku, Instagramie. Wpisz swoje „Imię Nazwisko”.

Jakie informacje, zdjęcia i profile są tam dostępne?

Jakie skojarzenia wywołują?

*Jeśli nie widać, to wpisz dodatkowo miasto zamieszkania.



JAKIE SĄ TWOJE CELE?



Ćwiczenie.

Napisz jaki jest Twój cel?

Dla opracowania marki i jej strategii
kluczowe jest określenie konkretnego celu.



ANALIZA MARKI



Analiza marki osobistej:

1. Testy osobowościowe i predyspozycji (np. test Gallupa)
2. Konsultacje z coachem/mentorem/trenerem
3. Literatura rozwojowa
4. Rozmowy ze znajomymi/bliskimi
5. Własna analiza np. koło życia, analiza SWOT
6. 360Reach Survey www.360reach.me



„LUDZIE NIE KUPUJĄ
TEGO CO ROBISZ,
KUPUJĄ TO, DLACZEGO
TO ROBISZ”

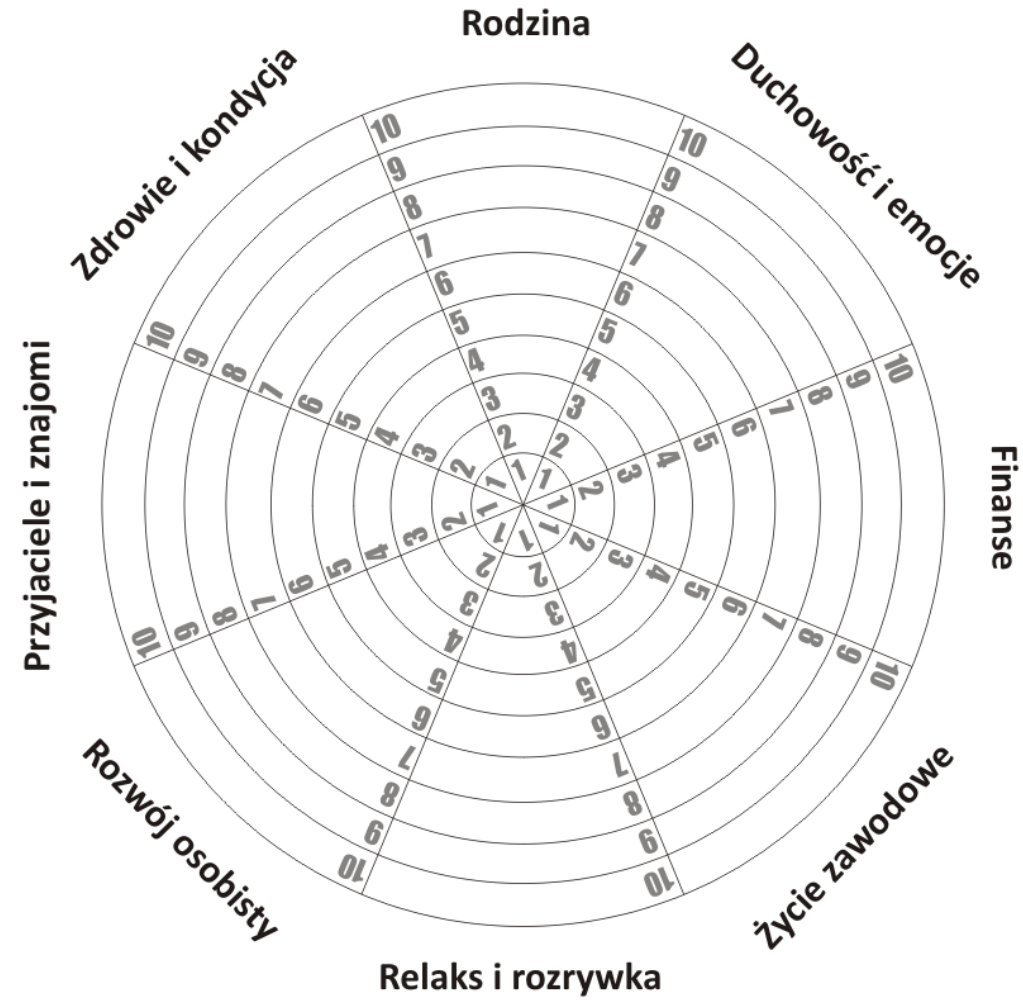
Simon Sinek



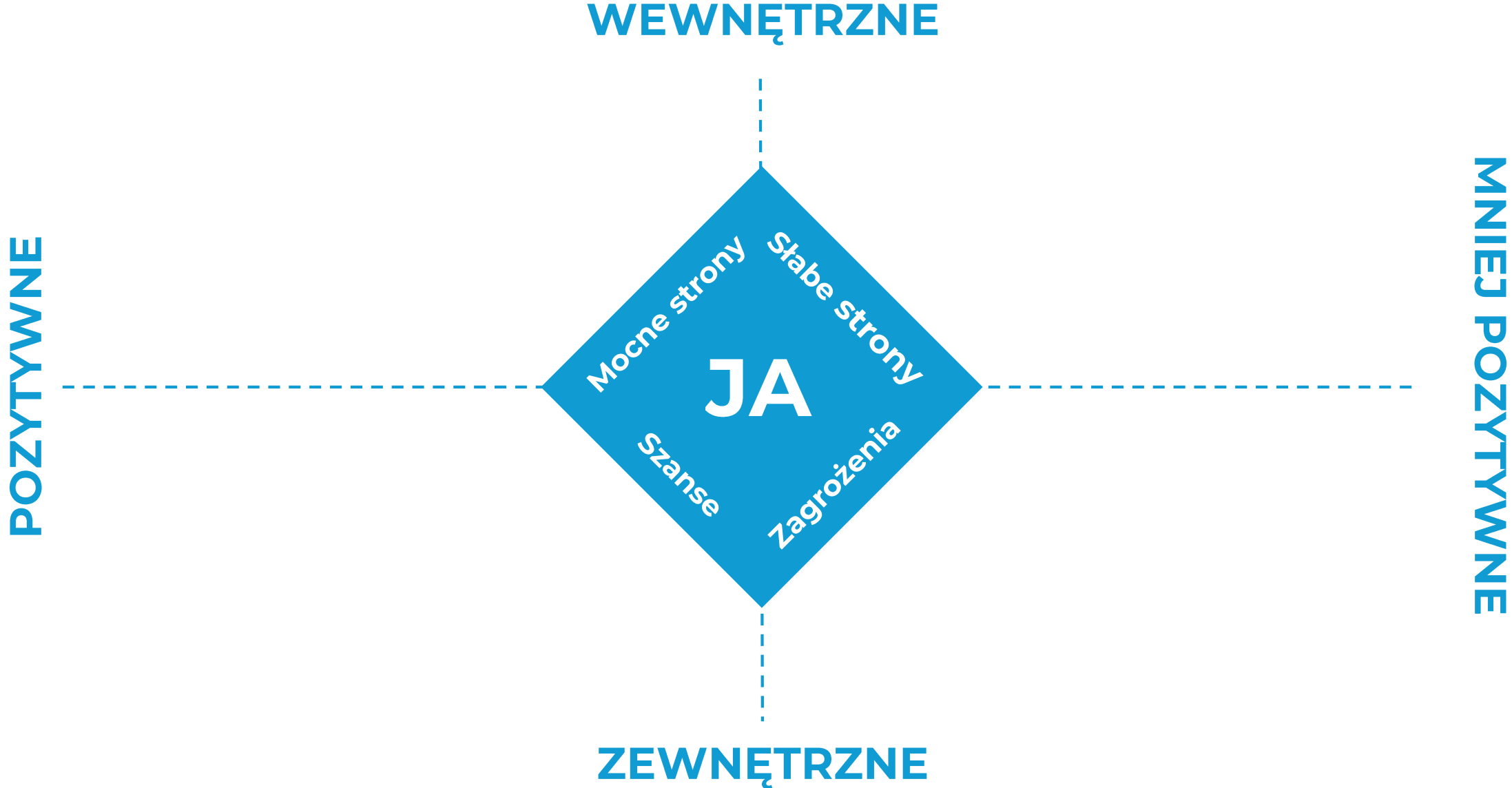
KONIECZNIE ZOBACZ:

www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

Moje Koło Życia



Analiza SWOT marki osobistej



Analiza SWOT marki osobistej.

Instrukcja i pytania pomocnicze:

 bit.ly/SWOTmarkiosobistej



To co jest **unikatowego** w Twojej marce?

Jaki chcesz aby był Twój **wyróżnik**?

W czym **możesz pomóc** innym?



**JAKA JEST TWOJA GRUPA
DOCELOWA?**





**Pokaż mi swoich przyjaciół,
a powiem Ci Twoją przyszłość.**



Liczba Dunbara (148).





Do pewnej liczby kontaktów ilość ma znaczenie, ale finalnie **liczy się ich jakość!**



Kluczowe osoby dla Twojej sieci kontaktów:

1. Mentor/coach (strateg).
2. Ekspert z branży (sojusznik).
3. Trendsetter.
4. Łącznik (agent).
5. Potencjalny klient.
6. Sparingpartner (konkurent).
7. Pretendujący (fan).
8. Wspierający (bliska osoba).



Grupy docelowe na LinkedIn, to m. in.:

! Potencjalni „klienci”

Wszyscy inni, którzy mogą Ci pomóc zbudować markę osobistą i dotrzeć do potencjalnych „klientów”:

1. Obecni współpracownicy/współuczniowie.
2. Byli współpracownicy/współuczniowie.
3. Bliscy i znajomi.
4. Osoby z naszej branży/świata życia, które chcemy obserwować.
5. Influencerzy, dziennikarze, wpływowe osoby mogące pomóc nam dotrzeć do grupy docelowej.



**Przeanalizuj kogo już znasz,
komu możesz pomóc
i kto Ci może pomóc.**





***Ludzie nie dbają o to, co wiesz,
dopóki nie wiedzą, że o nich dbasz.***



- 1. Kogo chcesz zainteresować sobą?**
- 2. Kim są Twoi potencjalni odbiorcy?**
- 3. Jakich treści szukają?**
- 4. W czym możesz im pomóc?**
- 5. Jakie treści możesz im dostarczać?**



#8

KONCEPT





**Określamy co i jak chcesz
komunikować/realizować?**

BIG IDEA:

Wierzę, że każdy człowiek ma unikatową historię do opowiedzenia. Moja rola pomoc w jej opowiedzeniu.

OPIS:

Pomagam osobom, firmom i instytucjom w tworzeniu autentycznych video opowieści. Doradzam merytorycznie, opiekuję się produkcją video, a przede wspieram w Tworzeniu opowieści oddających esencję Twojej marki.



Oferta	Edukacja	Portrety	Ja i moje wartości
<p>Opowieść o oferowanych usługach. Opowiadać możesz ty i Twój klient. Przykłady realizacji. Rekomendacje od innych. ...</p>	<p>Edukujesz na temat problemów i wyzwań i sposobów radzenia sobie z nimi. Np. 5 typowych błędów przy planowaniu i zleceniu produkcji filmu.</p>	<p>Case study projektu. Zapowiedź. Realizacja. Efekt.</p>	<p>Opowiadasz o sobie i o tym co dla Ciebie ważne w życiu i współpracy z klientami. Tu możesz pokazywać inspiracje ze świata, filmy, osoby... w zasadzie wszystko co jest zgodne z tobą. Tu pokazujesz bardziej siebie.</p>



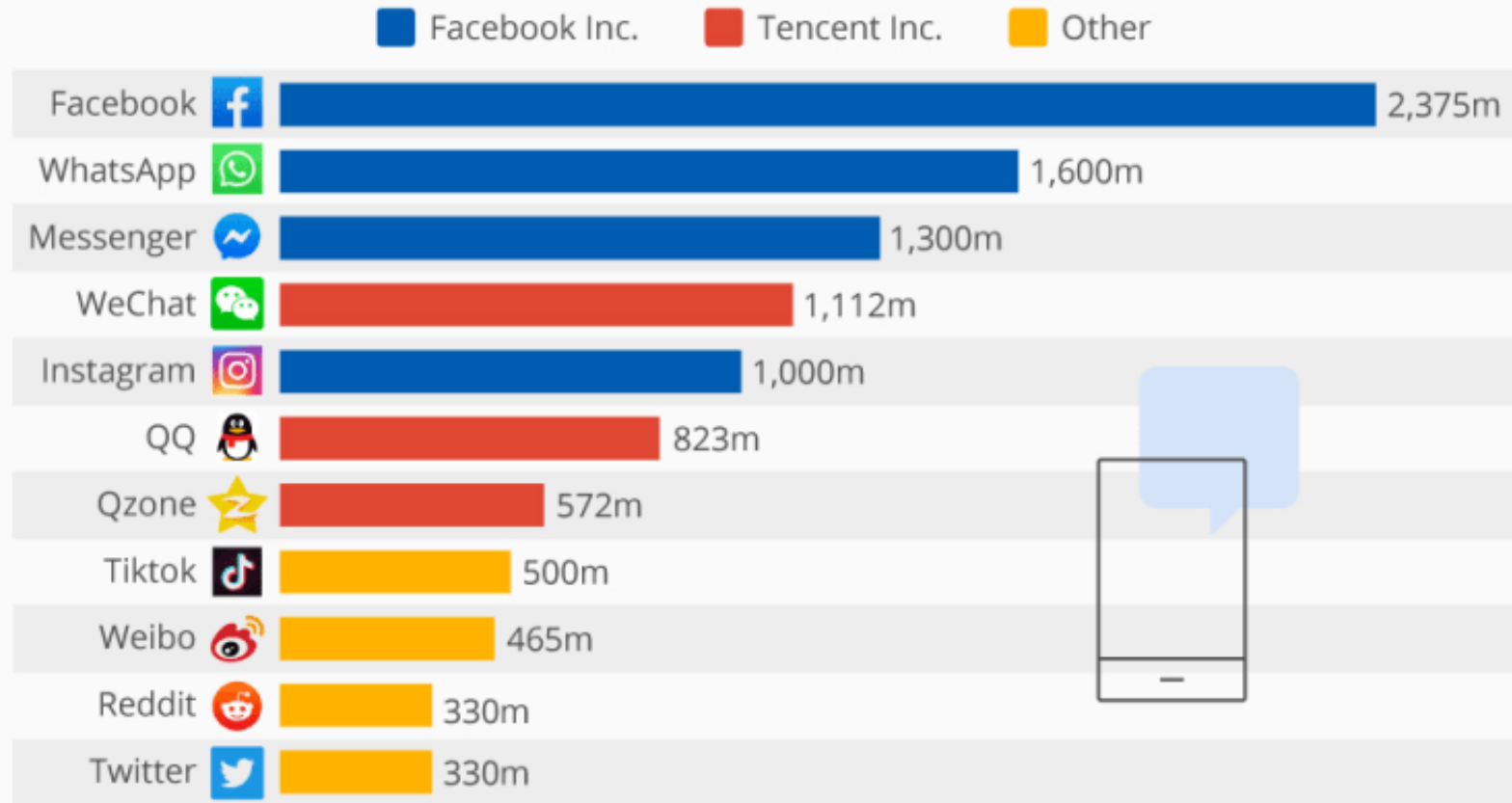
#9

PLANOWANIE



Facebook Inc. Dominates the Social Media Landscape

Monthly active users of selected social networks and messaging services worldwide*



@StatistaCharts

* July 2019 or latest available

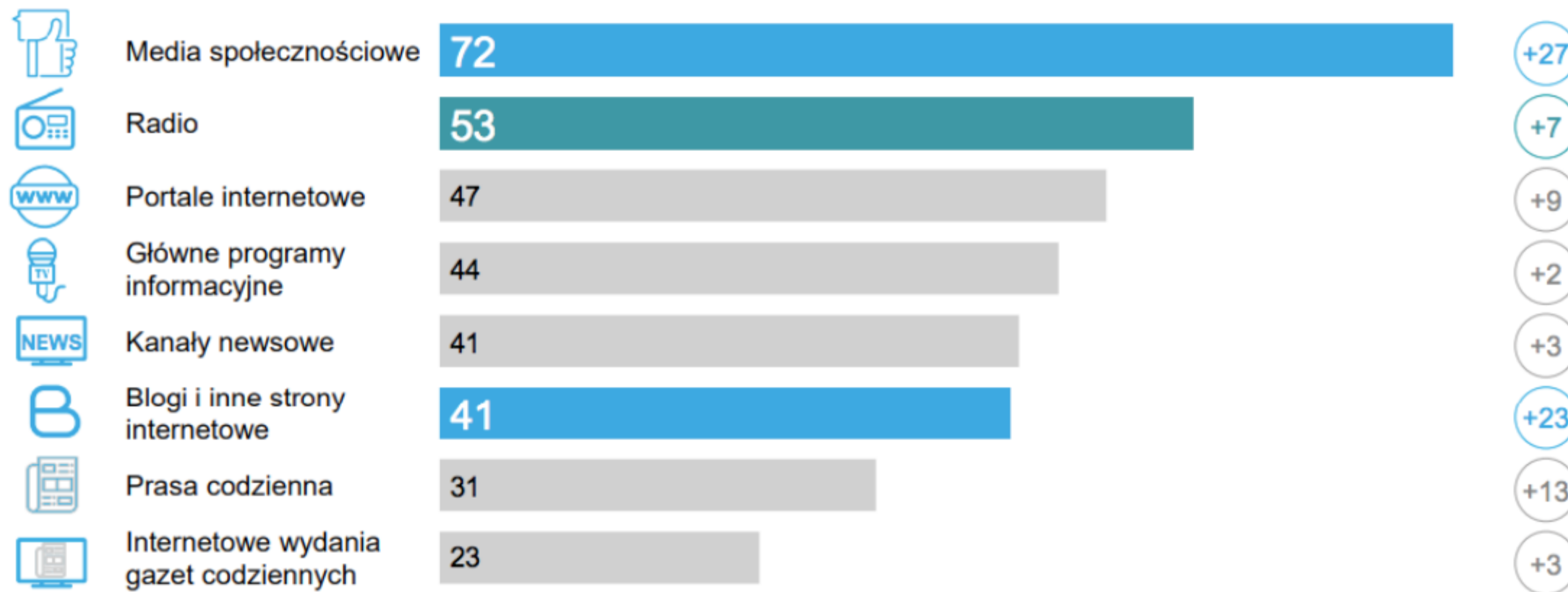
Source: Company data via DataReportal Q3 Global Digital Statshot

statista

Najczęściej używane źródła informacji

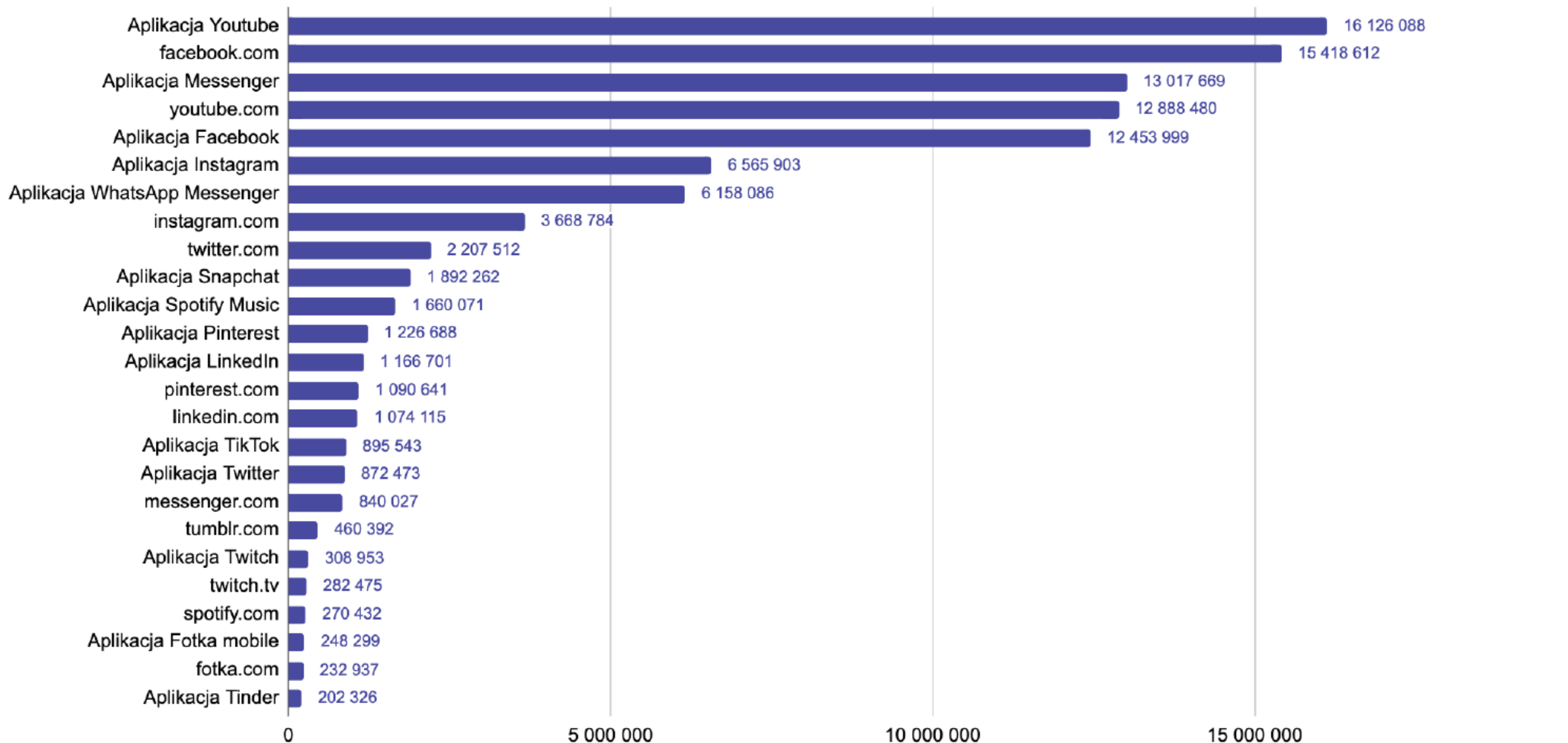
○ Zmiana względem 2016, p.p.

Odsetek respondentów używających danego źródła informacji przynajmniej raz dziennie, 2018



ŹRÓDŁO: „Cyfrowi Polacy”, badania McKinsey z lat 2016 i 2018

Liczba użytkowników serwisów społecznościowych w Polsce wg. Gemius/PBI



✔ Przedstawione liczby to liczby szacowane - tzw. real users. Faktyczna liczba użytkowników każdego z serwisów różni się od podanych tutaj liczb,

✔ Źródło danych: Badanie Gemius/PBI za okres 29.07-04.08.2019 - dane pochodzą z aplikacji Gemius Explorer.

JAN
2019

SOCIAL MEDIA ADVERTISING AUDIENCES

A COMPARISON OF THE TOTAL ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCE* OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON FACEBOOK
(MONTHLY ACTIVE USERS)



17.00
MILLION

FEMALE 52%
MALE 48%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON INSTAGRAM
(MONTHLY ACTIVE USERS)



6.80
MILLION

FEMALE 58%
MALE 42%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON TWITTER
(MONTHLY ACTIVE USERS)



934.0
THOUSAND

FEMALE 32%
MALE 68%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON SNAPCHAT
(MONTHLY ACTIVE USERS)



3.80
MILLION

FEMALE 58%
MALE 41%

TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON LINKEDIN
(REGISTERED MEMBERS)



3.30
MILLION

FEMALE 48%
MALE 52%



we
are
social



we
are
social

JAN
2019

SOCIAL MEDIA AUDIENCES: QUARTERLY GROWTH

THE QUARTERLY CHANGE IN THE TOTAL ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCES* OF SELECTED SOCIAL MEDIA PLATFORMS



QUARTERLY CHANGE IN
THE TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON FACEBOOK
(MONTHLY ACTIVE USERS)



0%

we
are
social

QUARTERLY CHANGE IN
THE TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON INSTAGRAM
(MONTHLY ACTIVE USERS)



+6.3%



QUARTERLY CHANGE IN
THE TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON TWITTER
(MONTHLY ACTIVE USERS)



+4.6%

we
are
social

QUARTERLY CHANGE IN
THE TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON SNAPCHAT
(MONTHLY ACTIVE USERS)



-15%



QUARTERLY CHANGE IN
THE TOTAL ADVERTISING
AUDIENCE ON LINKEDIN
(REGISTERED MEMBERS)



+3.1%

Płeć

Mężczyźni
51%
Kobiety
49%

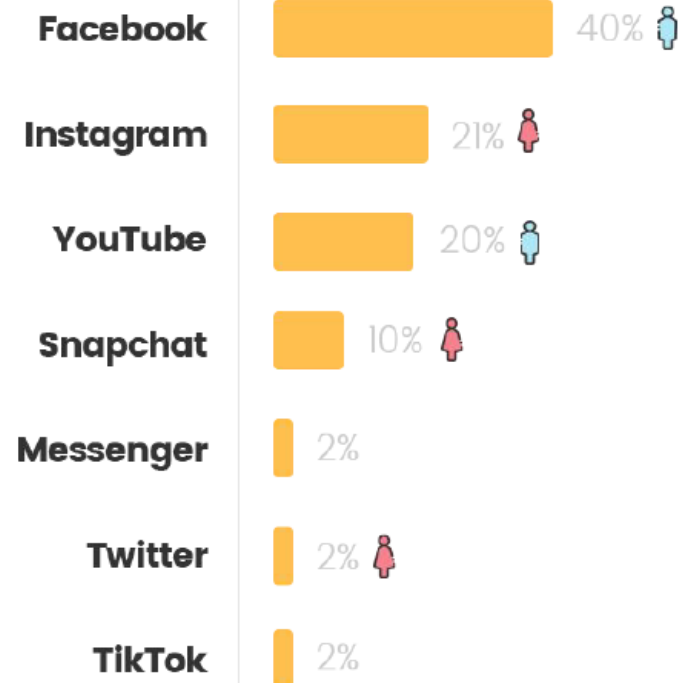
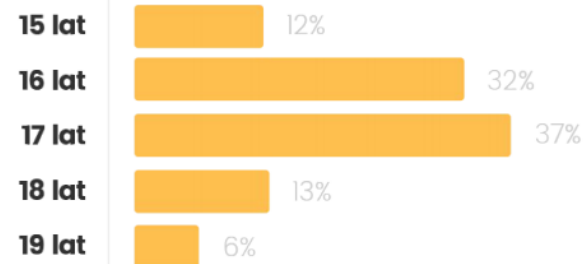


Badanie zrealizowane techniką CAWI na ogólnopolskiej próbie młodych Polaków (w wieku 15-19 lat) N=713

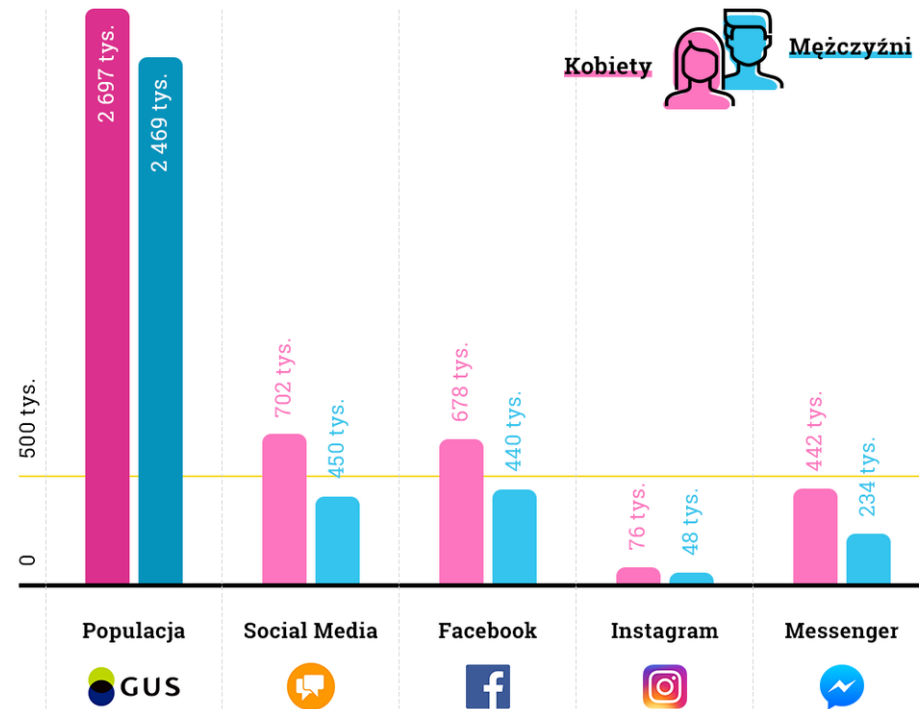
Raport: <https://www.labber.pl/polska-mlodziez-uzalezniona-od-internetu-premiera-raportu-mlodziez-social-media-i-marketing/>

Z tego serwisu społecznościowego korzystam najczęściej

Wiek



Użytkownicy Social Media w Polsce w wieku 55-64 lat



Data publikacji infografiki: luty 2019

Źródła:

<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnosc-piramida/>

<https://datareportal.com/reports/digital-2019-poland>

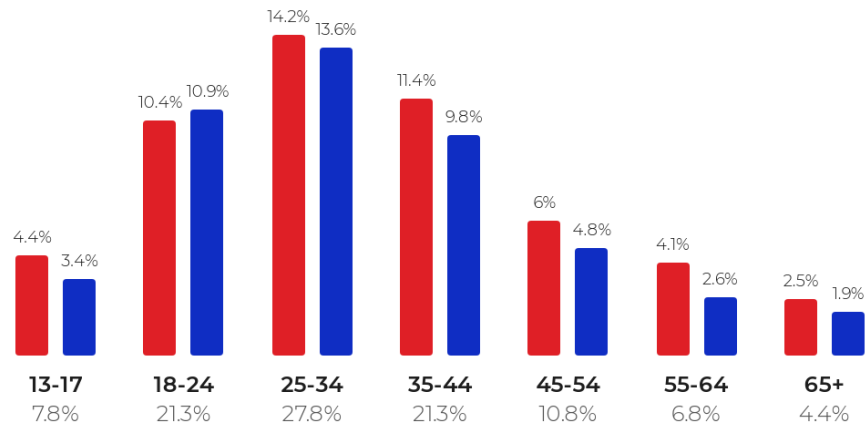
<https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-poland/2019/01>

Facebook users in Poland
October 2019



18 350 000

53% women
 47% men



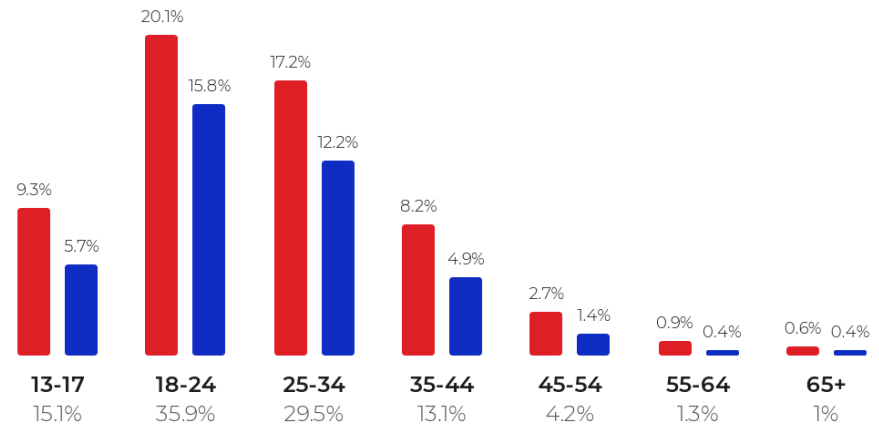
Source: NapoleonCat.com

Instagram users in Poland
October 2019



6 957 000

59.1% women
 40.9% men



Source: NapoleonCat.com



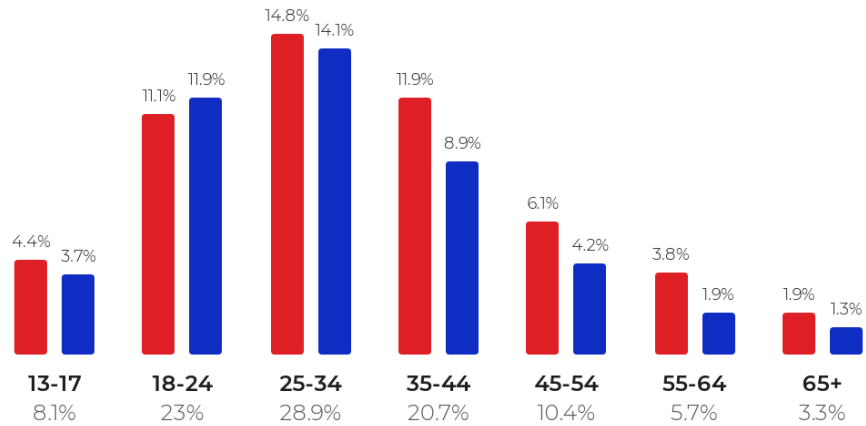
Messenger users in Poland
October 2019



13 500 000

54%
women

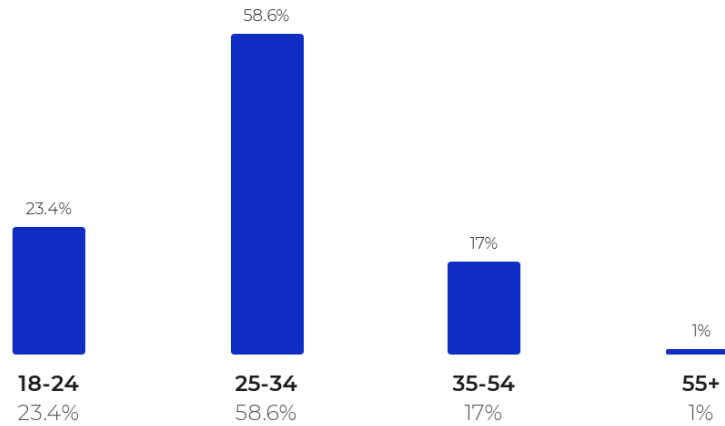
46%
men



LinkedIn users in Poland
October 2019



3 586 000



największe portale społecznościowe w liczbach



ŹRÓDŁA:

<https://buffer.com/library/social-media-sites>, <https://pinterestdlabiznesu.pl/pinterest-w-liczbach/>

<https://www.youtube.com/intl/pl/yt/about/press/>, <https://www.grafton.pl/strefa-kariery/linkedin-portal-spolecznościowy-dla-profesjonalistow>

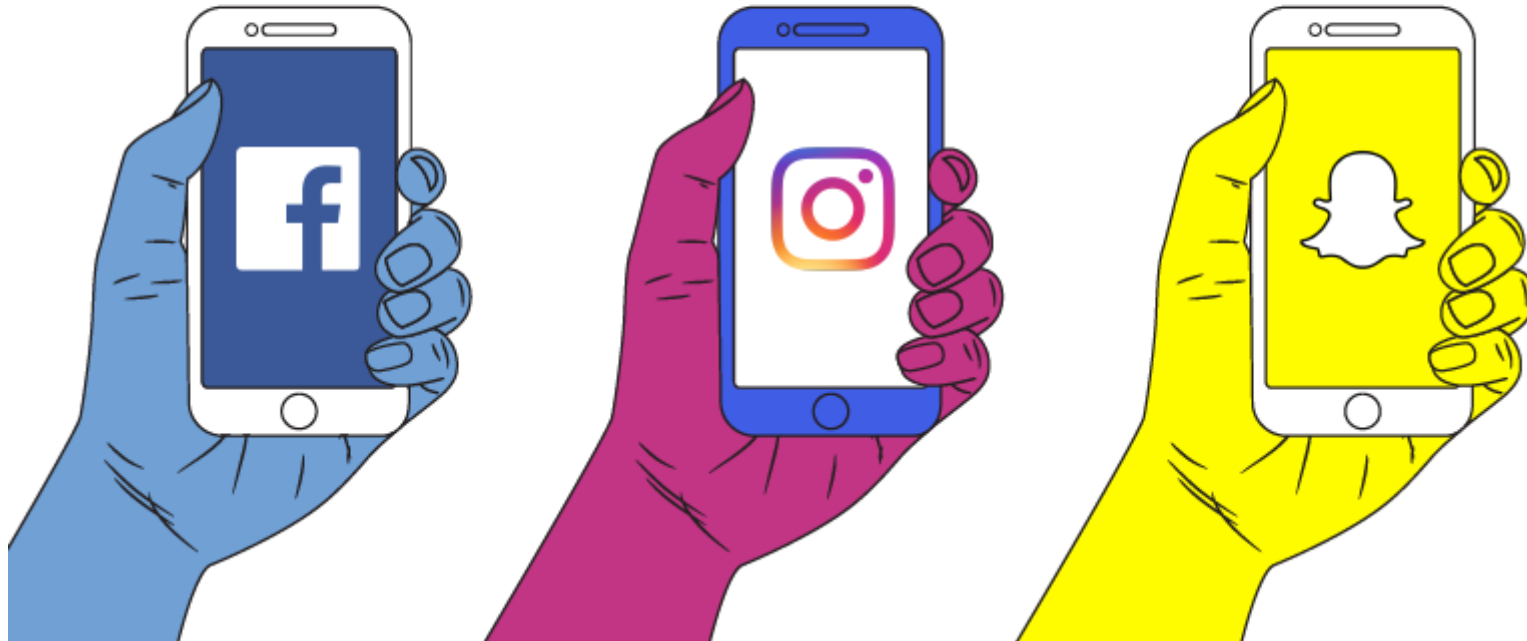
<https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/kim-sa-uzytownicy-serwisu-linkedin.html>, <https://pl.wikipedia.org/wiki/YouTube>



UKONTENTowani.pl

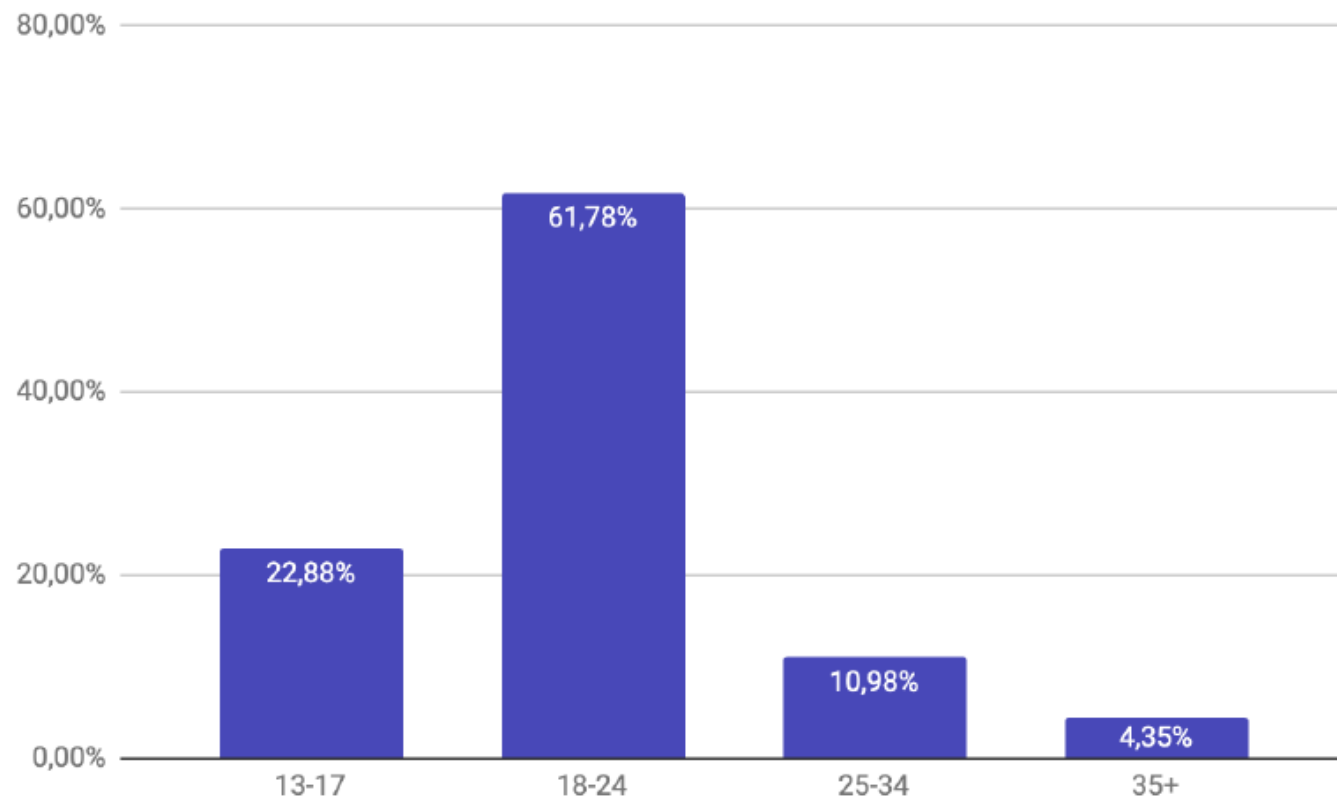
...bo KAZDY ma być zadowolony

STORIES: EVERYWHERE YOU LOOK

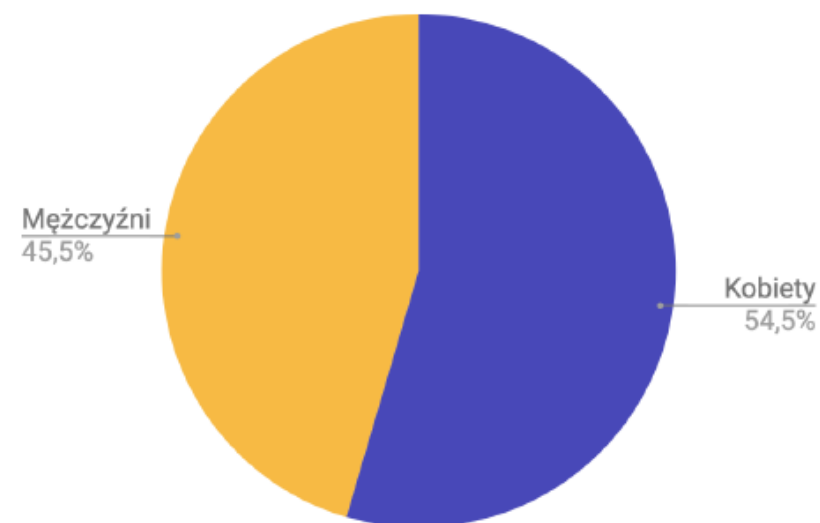




Liczba i demografia użytkowników Snapchata w Polsce



ok. 3 277 500



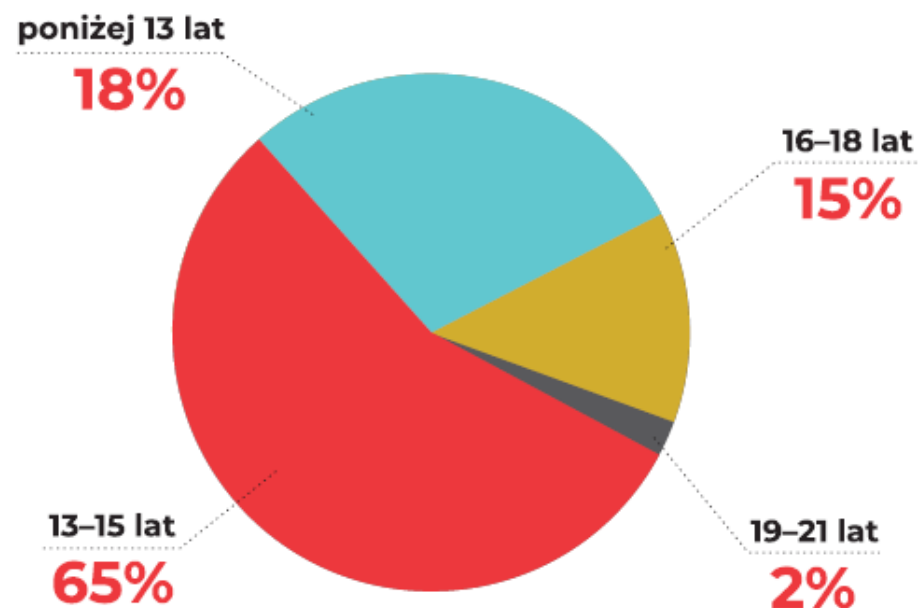
DEMOGRAFIA BADANYCH

Wiek użytkowników

Zdecydowana większość badanych (65%) to osoby w wieku 13–15 lat. Jeżeli chodzi o pozostałych użytkowników to 18% stanowią osoby poniżej 13 roku życia, a użytkownicy w wieku 16–18 lat to 15%. Badanie potwierdza wcześniejsze wnioski i założenia aplikacji, jako miejsca w społeczności sieciowej, gdzie młodszy internauci mogą znaleźć swoje miejsce. TikTok doskonale wywiązuje się z tej obietnicy, bo tworzy przestrzeń przystosowaną dla młodszych użytkowników, gdzie mogą realizować swoje pasje i bezpiecznie spędzać czas w gronie znajomych.

Przeważającą większość użytkowników TikTok stanowią **kobiety**.

Wiek oraz płeć użytkowników



5%

MĘŻCZYŹNI

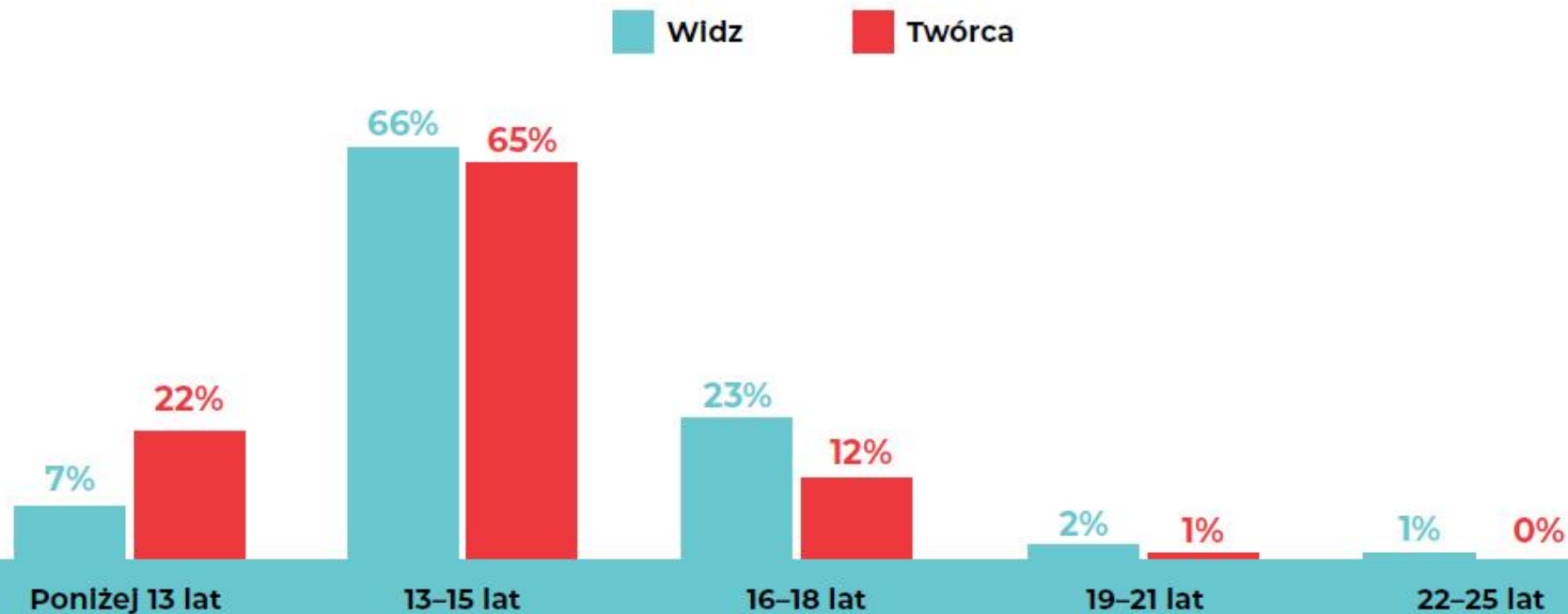


95%

KOBIETY

Pełny raport: <https://gethero.pl/raport-tiktok/index.php>

Ile lat mają widzowie, a ile twórcy?



Jeżeli chodzi o korelację pomiędzy wiekiem użytkowników, a ich zaangażowaniem w tworzenie, to można zauważyć, że w najliczniej reprezentowanej grupie użytkowników (13-15 lat) tyle samo osób tworzy, co jest odbiorcą treści. Natomiast zastanawiające jest, że wśród młodszych użytkowników (poniżej 13 roku życia) więcej badanych publikuje, niż jest tylko odbiorcą. Z drugiej strony, wśród starszych użytkowników (16-18 lat) tendencja jest odwrotna, więcej osób jest odbiorcami, a mniej twórcami.

Najbardziej aktywni użytkownicy – zarówno tworzący i obserwujący, to osoby w wieku 13-15 lat. Jednocześnie wśród osób poniżej 13 roku życia więcej użytkowników tworzy materiały, niż tylko je ogląda. Można na podstawie tego wyciągnąć wniosek, że platforma pozwala, już od samego początku, tworzyć treści i dzielić się swoją kreatywnością.

Co więcej, możemy zaobserwować, że **rośnie nam pokolenie twórców**.

Im młodsze osoby, tym chętniej tworzą.

Pełny raport: <https://gethero.pl/raport-tiktok/index.php>

TELEWIZJA
RADIO
PRASA
PUBLIC RELATIONS
SPONSORING
PRODUCT PLACEMENT
OUTDOOR
AMBIENT
GUERRILLA MARKETING
VIDEO
REKLAMY
REKLAMY ONLINE
RETARGETING
DOOH
PLATNY CONTENT
POZYCJONOWANIE (SEO)
INFLUENCER MARKETING
SMS



IDENTYFIKACJA WIZUALNA
DRUKI
WYDARZENIA
PREZENTACJE/OFERTY
MIEJSKIE NOŚNIKI INFORMACJI
GADŻETY
USŁUGI
OBSŁUGA KLIENTA
PRACOWNICY
SIEĆ KONTAKTÓW
TELEWIZJA
STRONA INTERNETOWA
NEWSLETTER
KANAŁY SOCIAL MEDIA
EMAILE
E-USŁUGI
ZDJĘCIA/VIDEO
APLIKACJE

AMBASADORZY
PRZEKAZ SZEPTANY
DOŚWIADCZENIE
MEDIA RELATIONS
ZDJĘCIA/VIDEO

REAKCJE
KOMENTARZE
UDOSTĘPNIENIA / REPOSTY
MEMY I VIRALE
INFLUENCER RELATIONS
REKOMENDACJE
WZMIANKI W SOCIAL MEDIA
WZMIANKI W MEDIACH ONLINE

DOBÓR KANAŁÓW/NARZĘDZI

DOBÓR KANAŁÓW/NARZĘDZI



Dobierz kanały/narzędzia wg:

- zasięgu w grupie docelowej
- wymogów (np. contentowych)
- efektywności kosztowej: koszt vs. cel
- dostępnych mechanizmów
- wyróżników marketingowo-reklamowych
- uzasadnienia biznesowego, a nie mody



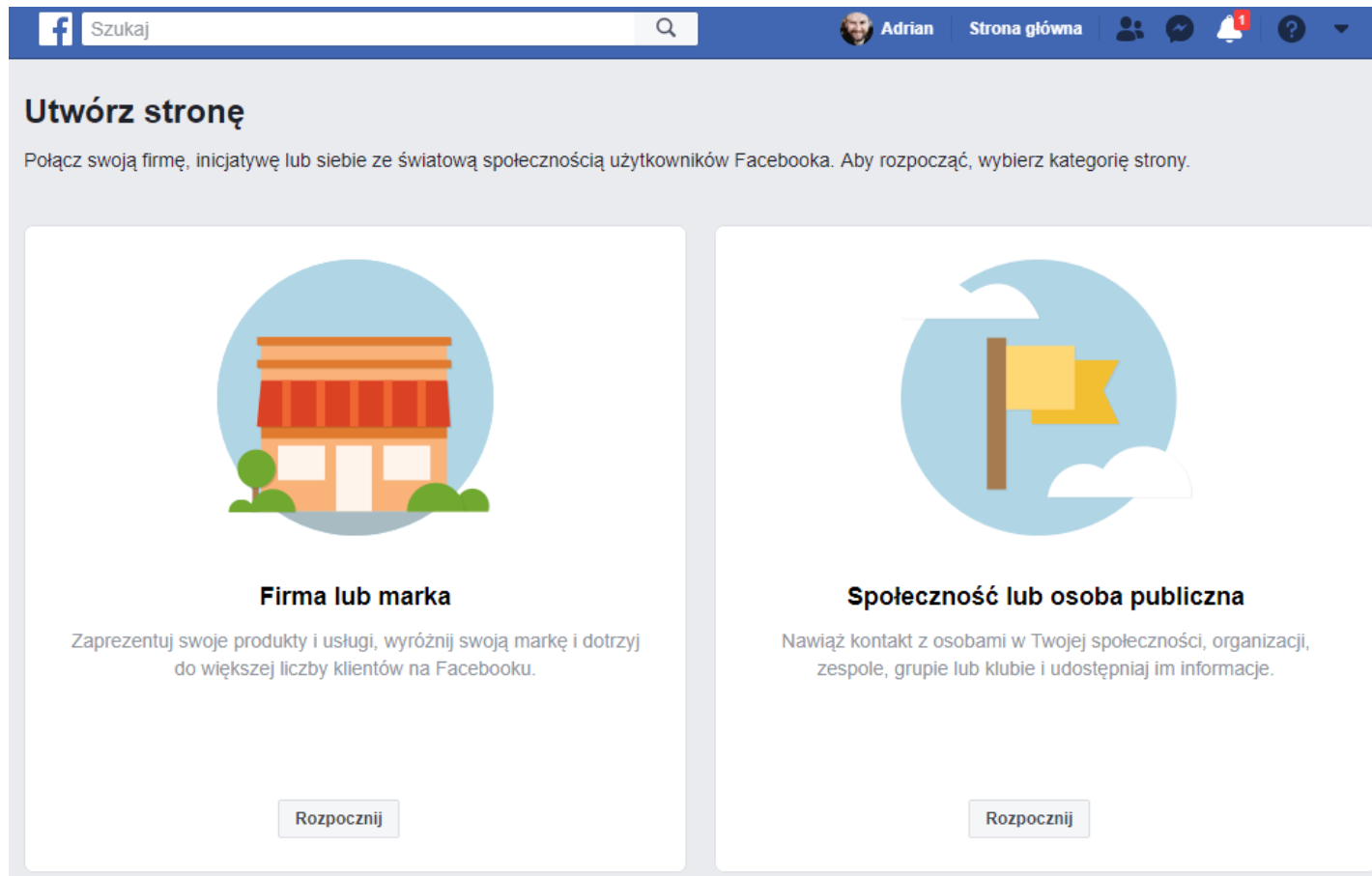
#10

DZIAŁANIE. GŁÓWNE KORZYŚCI Z SOCIAL MEDIA



I.

BEZPŁATNA STRONA, GRUPA, PROFIL



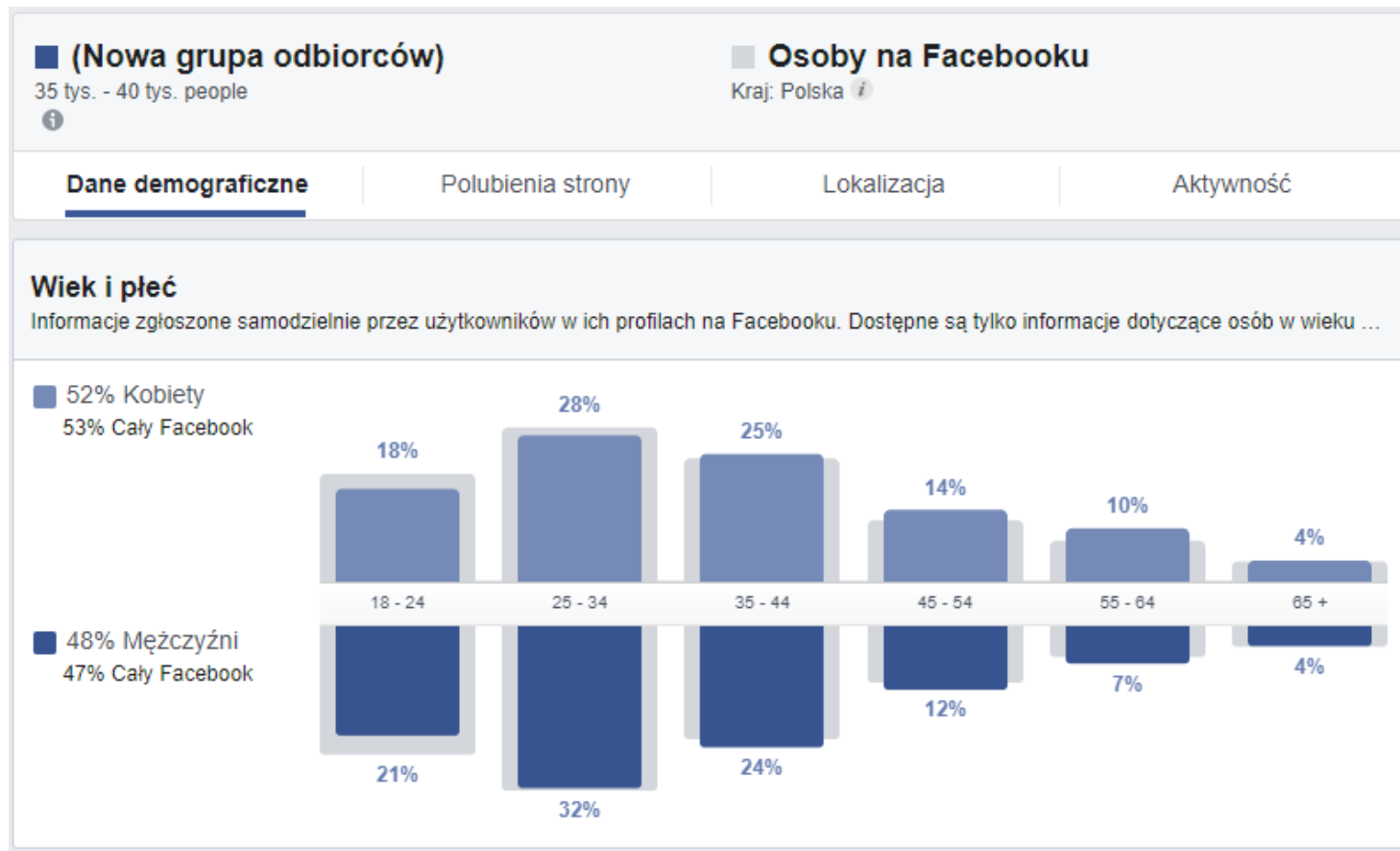
The screenshot shows the Facebook 'Utwórz stronę' (Create Page) interface. At the top, there is a search bar with the text 'Szukaj' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar, there is a profile picture of a person named 'Adrian', a link to 'Strona główna' (Home), and several notification icons (people, messages, a bell with a red '1', and a question mark). Below the navigation bar, the main heading is 'Utwórz stronę' (Create Page). Underneath this heading is a sub-heading: 'Połącz swoją firmę, inicjatywę lub siebie ze światową społecznością użytkowników Facebooka. Aby rozpocząć, wybierz kategorię strony.' (Connect your business, initiative or yourself with the world's Facebook user community. To get started, choose a page category.) There are two main options presented in large white boxes with rounded corners. The first option is 'Firma lub marka' (Business or Brand), which features an icon of a storefront with a red awning and green bushes. Below the icon, the text reads: 'Zaprezentuj swoje produkty i usługi, wyróżnij swoją markę i dotrzyj do większej liczby klientów na Facebooku.' (Present your products and services, distinguish your brand and reach more customers on Facebook.) At the bottom of this box is a button labeled 'Rozpocznij' (Get Started). The second option is 'Społeczność lub osoba publiczna' (Community or Public Figure), which features an icon of a yellow flag on a pole against a blue sky with white clouds. Below the icon, the text reads: 'Nawiąż kontakt z osobami w Twojej społeczności, organizacji, zespole, grupie lub klubie i udostępniaj im informacje.' (Connect with people in your community, organization, team, group or club and share information with them.) At the bottom of this box is a button labeled 'Rozpocznij' (Get Started).



Użytkownicy Facebooka z Jaworzna.

II.


LEPSZE POZNANIE ODBIORCÓW



Użytkownicy Facebooka z Jaworzna.

II.

LEPSZE POZNANIE ODBIORCÓW

Polubienia strony				
Strony Facebooka, które najprawdopodobniej są powiązane z Twoją grupą odbiorców na podstawie polubień strony Facebooka.				
Strona	Trafność <i>i</i> ▼	Odbiorcy	Facebook <i>i</i>	Powiązanie <i>i</i>
Bistro Magazyn Towarzyski	1	1,6K	1,6K	48368x 
PKM_Jaworzno	2	1,2K	1,3K	46553x 
iCar Taxi Jaworzno	3	1,8K	1,9K	45347x 
Spotted: Jaworzno Mcdonalds	4	1,3K	1,4K	43778x 
Spotted: CAŁE Jaworzno	5	1,3K	1,4K	43745x 
<u>MZDiM - Miejski Zarząd Dróg i Mostów w Jaworznie</u>	6	1,3K	1,4K	42712x 
Gusto Ristorante.it	7	2,3K	2,6K	42392x 
Puls Jaworzna	8	2,1K	2,4K	41585x 
Jaworznicke drogi	9	2,4K	2,8K	40753x 
Lubię Jaworzno	10	2,1K	2,5K	40676x 



III.

**PRECYZYJNE
DOTARCIE
Z KOMUNIKATEM**



IV. BEZPOŚREDNIA KOMUNIKACJA (OBSŁUGA KLIENTA)



Kraków Experience
Polubiono stronę · 26 marca · Edytowany ·

One look and you know it all. You just want to stay here forever, don't you? #KrakowExperience
Photography: Paweł Krzan

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

909 Najpopularniejsze komentarze

45 ponownych udostępnień 14 komentarzy

Vladimir Manevski In love with this city.Looking forward to go again.What sooner than better 😊
Lubię to! · Odpowiedz · 2 · 28 marca o 01:18

Kraków Experience True! ❤️
Lubię to! · Odpowiedz · 28 marca o 09:34

Júlia Oliveira When I left Kraków, I left my heart there.. such a beautiful place! I will definitely come back!!
Lubię to! · Odpowiedz · 1 · 27 marca o 14:26

Kraków Experience You need to come back! ❤️
Lubię to! · Odpowiedz · 1 · 27 marca o 16:11

⚡ Pokaż więcej odpowiedzi

Roxane Louise Bell Going on friday. Cant wait.
Lubię to! · Odpowiedz · 2 · 26 marca o 19:36

Kraków Experience ❤️
Lubię to! · Odpowiedz · 27 marca o 10:08

Manuel Ferreira I want visit.
Lubię to! · Odpowiedz · 1 · 26 marca o 17:35

Kraków Experience Come to Kraków! 😊
Lubię to! · Odpowiedz · 27 marca o 10:08



V. WIRUSOWE ROZPRZESTRZENIANIE SIĘ TREŚCI

JOE MONSTER WYKONANIE SAITKUCZNOHYKOROWALNY witaj nieznanomy(a) zaroguj się lub dołącz do nas
Lubię to! 250 tys. Szukaj

Główna Galeria MonsterTV Gry Forum Linki Blogi Bojownicy Szaffa **Prześlij nam**
Najnowsze » Poczekalnia « Top MP3 Twoje ulubione Szukaj Katalog Kolejka Poleć film

CIMA Chartered Institute of Management Accountants

**WEŹ KARIERĘ
W SWOJE RĘCE**

Pielgrzymi z całego świata wypowiadają nazwy małopolskich miejscowości

Następny film autoodtworzenie
Co jest potrzebne do ściągnięcia łożyska? (225)

Podobne filmy

Mu

Poprosiliśmy naszych gości z zagranicy o przeczytanie listy nazw małopolskich miejscowości. Zobaczcie jak sobie poradzili z trudnymi nazwami polskimi, takimi jak Murzasichle.

Murzasichle

0:43 / 2:27

Pielgrzymi z całego świata czytają nazwy małopolskich miejscowości
WYD2016 YouTube 360p

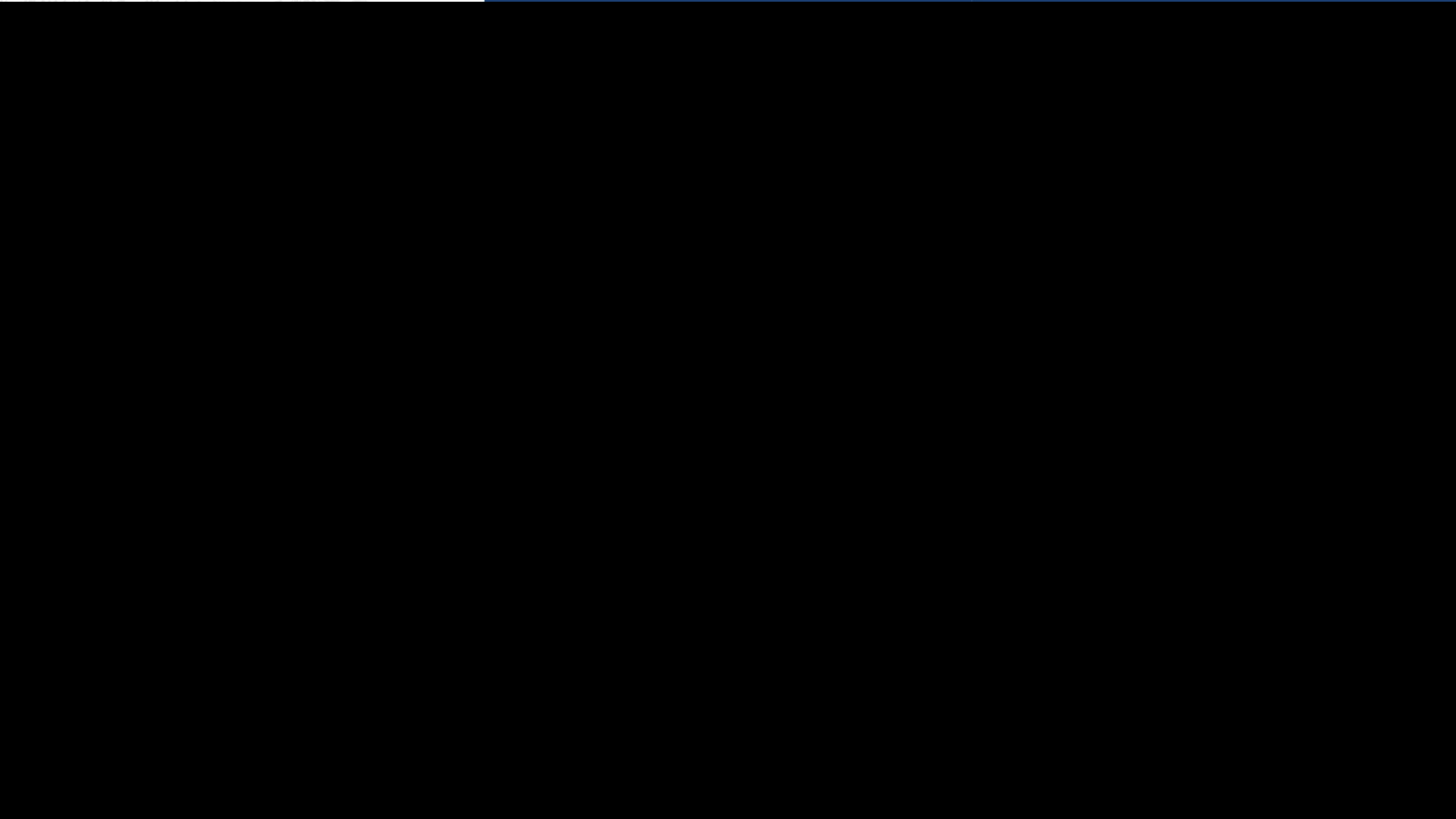
Parafia Matki Bożej Częstochowskiej w Zelowie
Subskrybuj 16

1 733 wyświetlenia

+ Dodaj do Udostępnij Więcej

26 0





VI. ZAANGAŻOWANIE ODBIORCÓW

 **ibis**
15 września o 09:08 · 🌐

Co warto zobaczyć w Gdańsku? 😊 Na pewno ulicę Mariacką, jest naprawdę zachwycająca ❤️ Macie jeszcze inne sugestie?

➔ Podzielcie się podpowiedziami!



 **BEST CHOICES**

Lubię to! Komentarze Udostępnij

👍 🗨️ 🗑️ Marcin Pluskota i 923 innych użytkowników Najlepsze komentarze



VII.

USER GENERATED CONTENT

 **Jolinkowo Gospodarstwo Agroturystyczne** udostępnił(a) post użytkownika Jola Jasińska.

3 października o 17:57 · 🌐

Mili goście weekendowi pojechali i nadesłali pocztą zdjęcia, migawki z jolinkowa, kilka zdjęć mnie zaskoczyło 😊 dziękuję 😊



Jola Jasińska dodał nowe zdjęcia (20).

3 października o 17:57 · 🌐

Mili goście weekendowi pojechali i nadesłali pocztą zdjęcia, migawki z jolinkowa, kilka zdjęć mnie zaskoczyło 😊 dziękuję 😊

👍 Lubię to!

💬 Komentarze

➦ Udostępnij



👍❤️👹 67

Najlepsze komentarze ▾



VII.

USER GENERATED CONTENT



 ola.chojnackaa • Obserwowanie

ola.chojnackaa Ciężka praca popłaca!
#happy #dziekuje #kpmg @kpmgpoland
#programambasador #motywacja
jerzykid Wow - super :)
malisto_ 🙌🙌
blamads Ale super :)

  
Liczba polubień: 49
28 CZERWCA 2015
Dodaj komentarz... 



VIII.

**REAL TIME
MARKETING**



**San Escobar broni
swojej przyrody.
A my?**

**DZIĘKI MASOWYM PROTESTOM
MIESZKANEK I MIESZKAŃCÓW SAN ESCOBAR
DO DYMISJI PODAŁ SIĘ NISZCZĄCY ŚRODOWISKO
MINISTER JUAN DEL CARBÓN.**

KOLEJ NA POLSKĘ!

**21.01 Marsz w Obronie
Polskiej Przyrody**

#MARSZDLAPRZYRODY

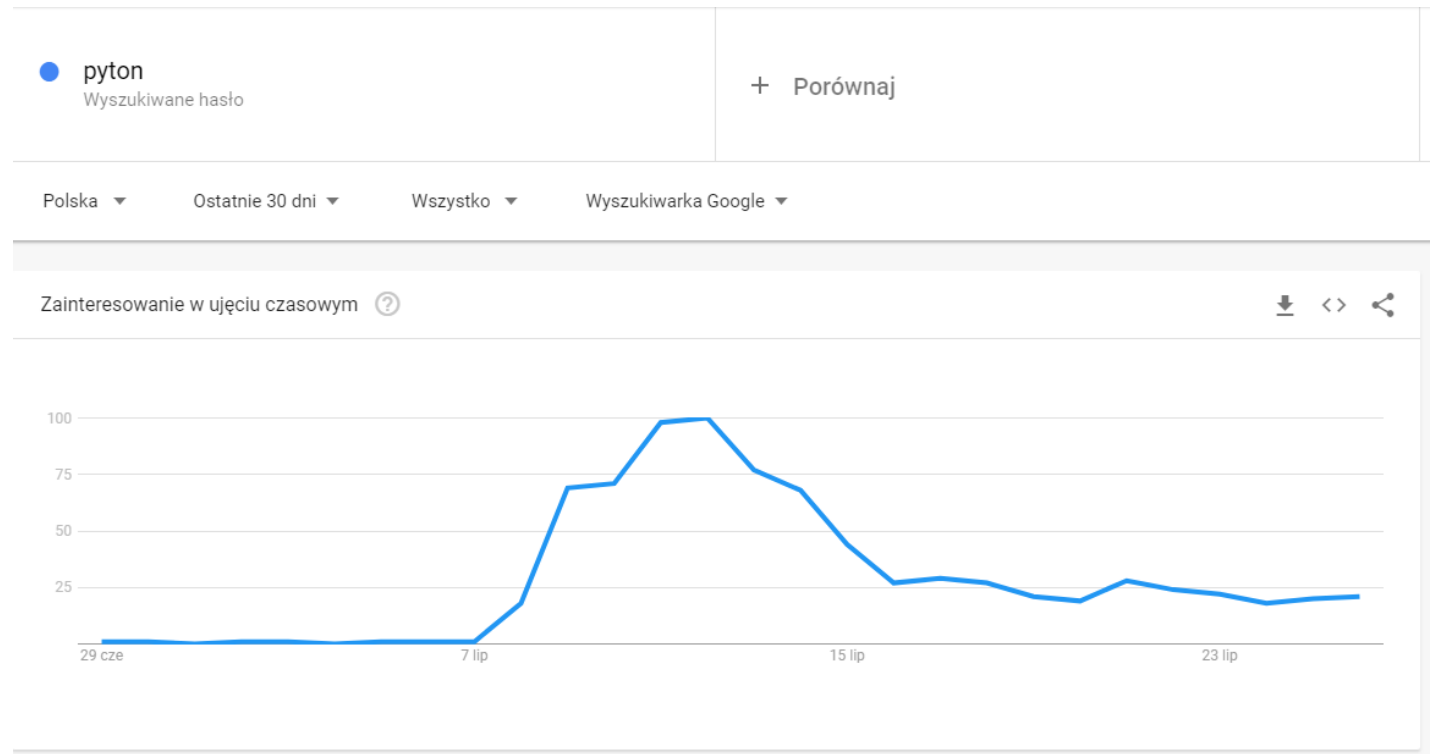
**partia
zieloni**

JESUS SOLANA CC BY 2.0



REAGUJ NA AKTUALNE TRENDY/ WYDARZENIA

TWÓRZ REAL TIME CONTENT



Dane z dnia
29.07.2018

REAGUJ NA
AKTUALNE
TRENDY/
WYDARZENIA

TWÓRZ REAL
TIME CONTENT



Krakus
1 godz. · 🌐
Najlepszy smak 😊

MAMY GO!
ŚWIAT WARZYW KRAKUS

An advertisement for Krakus pickles. The background is a solid blue color. At the top, a white speech bubble contains the text "MAMY GO!" in large, bold, blue letters. Below the speech bubble, the text "ŚWIAT WARZYW KRAKUS" is written in a smaller font. In the center, there is a glass jar of Krakus pickles with a blue lid, a whole cucumber, and a white plate with a few slices of pickles. At the bottom of the image, the Krakus logo is visible, featuring the year "1963" above the word "KRAKUS" in a blue banner.

Lubię to! Komentarze Udostępnij NM

👍 😂 🍷 384 Od najstarszego ▾

IX.

RELACJE LIVE (LIVE CONTENT)

19 października o 11:42 · Piewska · 🌐

#LIVE jakże ważny i potrzebny.
O władaniu sprawnie #Słowem, aby bez manipulacji osiągać cele. 🏆👏🗣️

facebook.com/jptomaszewski 🇵🇱🇵🇱 #on-line

Zapraszam dziś godzina 16:00



👍👍👍 32

Komentarze: 6 3 udostępnienia

👍 Lubię to!

💬 Komentarze

🔗 Udostępnij



CEL: UTOŹSAMIENIE SIĘ

 **Derek Stewart** Best place in the world
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 1 - 1 listopada o 21:59

 **Bogumila Miła** Jest piękny 😊 bo to moje miasto
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 2 - 18 listopada o 13:17


 **Wilhelmina Nowak** Powiem krótko najmlszy widok na świecie kto się tu urodził nie zamieni tego miasta na inne miejsce
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 10 - 5 listopada o 12:29

 **Zofia Repec** To najpiękniejsze miasto. Moj kochany Krakow.
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 2 - 19 listopada o 14:10

 **Derek Stewart** Best place in the world
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 1 - 1 listopada o 21:59

 **Natalie Laking** I got married in Krakow, even though my partner and I are both English. We love this city 😊 it's our second home! Xxx
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 13 - 12 listopada o 13:12

 **Kathryn Pacult Lmt** Love this beautiful city!!! Most magical place in the world!!!
Super · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 2 - 29 października o 18:24

 **Katarzyna Bayer** Choćby ze smogiem ale Kraków to perła. Piękny bajeczny ze swoją historią to moje miasto 😊
Lubię to! · Odpowiedz · Wiadomość · 🗨️ 14 - 4 listopada o 14:52



#10

CZĘSTE BŁĘDY W KOMUNIKACJI W SOCIAL MEDIA



Gmina Pszczółki

Dodaj znajomego Wiadomość

Oś czasu Informacje Znajomi Zdjęcia Więcej

CZY ZNASZ UŻYTKOWNIKA GMINA?

Aby móc zobaczyć, co on udostępni znajomym, wyślij mu zaproszenie do grona znajomych. [Dodaj znajomego](#)

Prezentacja

Mieszka w: Pszczółki, Gdansk, Poland
Z: Pszczółki, Gdansk, Poland

[Dodaj informacje o sobie do profilu.](#) [Dodaj informacje](#)

Zdjęcia

Znajomi · 1168

Marcin Skolimowski Dorota Dombrowska Anita Drozdowska
Julita Deja Radek Jercezek Czarek Szcząchor

Gmina Pszczółki lutego · €

Pani Iwona Romanowicz, Gdański Urząd Pracy zaprasza wszystkich na Targi Pracy Pomorza, które odbędą się 2 marca 2017 r. w Amber EXPO.

METROPOLITALNE TARGI PRACY POMORZA

MAR 2 Metropolitalne Targi Pracy Pomorza ...
czw. 10:00 · AmberExpo · Gdańsk, Wojewódz...
1417 zainteresowanych użytkowników · 465 u... [Zainteresowana](#)

Lubię to! Komentarze

Napisz komentarz...

Gmina Pszczółki udostępnił wydarzenie użytkownika Fundacja DKMS.
18 listopada 2016 · €

I.

BRAK POMYSŁU NA OBECNOŚĆ W SOCIAL MEDIA



21 czerwca 2013 Kraków · 🌐

Coś dla ochłody na upalne dni 😊

<http://healthyplanbyann.pl/?p=1677>

Zdrowy napój na upalne dni

Zbliżają się upalne dni więc polecam orzeźwiający napój: -woda mineralna, - imbir (pokrojony w kostkę bądź starty na tarce), -sok z granatu, -plasterki cytryny oraz limonki, - surowy ogórek ze skórką (opcjonalnie; pokrojony w...

HEALTHYPLANBYANN.PL

Lubię to! Komentarze Udostępnij

4

II.

BRAK SPÓJNOŚCI I KONSEKWENCJI W DZIAŁANIACH



To zasługuje na niusa roku.... data publikacji 2 dni po Prima Aprillis. tylko gdzie tkwi diabeł? Czekamy na konkrety i więcej szczegółów.



PiS szykuje rewolucje ws. składek ZUS. Zobacz co się zmieni

To już koniec zryczałtowanego ZUS dla mikroprzedsiębiorców. W tym tygodniu poznamy szczegóły i wysokości nowych stawek. Jednak już dziś z naszych...

MONEY.PL

Lubię to!

Komentarze

Udostępnij



III.

**KRYTYKA ZAMIĄST
OBIETNICY
POMOCY
DLA KLIENTÓW**

21 kwietnia · 🌐

Post na czasie przed 25-tym 😊

**Internet nie działał przez 5 minut,
więc zesłam porozmawiać z rodziną...**



Wydają się być miłymi ludźmi.

Księgowia na obcasach
21 kwietnia · 🌐

Przesłanie na weekend. 😊

👍 Polub stronę

👍 Lubię to! 💬 Komentarze ➦ Udostępnij

👤

👍 3

IV. ZABAWNE TREŚCI ZAMIAST MERYTORYKI



25 sierpnia · Otwock, Masovian Voivodeship · 🌐

Nasze biura znajdziesz również w Górze Kalwarii, Otwocku i Józefowie
Zapraszamy !

Jesteś płatnikiem VAT ?

od stycznia 2018 **musisz** składać
do **URZĘDU SKARBOWEGO**

Jednolity Plik Kontrolny w formie elektronicznej !

Jesteś na to przygotowany ?????

MY TAK, więc zapraszamy do **NAS** !
Będziemy to robili za Ciebie !!!

Dla nowych Klientów biura super oferta !



OTWOCK ul. Górna 5/47 tel. 797 737 187	GÓRA KALWARIA ul. Pijarska 4/1 tel. 785 17 95 86	DZIECINÓW 123A gm. Sobienie Jeziory tel. 693 80 72 72	JÓZEFÓW ul. Piłsudskiego 20a tel. 780 055 510
-----------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------

IMG BIURO RACHUNKOWE www.img.waw.pl

IMG Biuro Rachunkowe

Księgowy

Wyślij wiadomość



V.
LEKCEWAŻENIE
ELEGANCJI
JĘZYKOWEJ
I WIZUALNEJ



Atrakcyjne
Wojkowice

@atrakcyjnewojkowice

Strona główna

Informacje

Zdjęcia

Recenzje

Osoby, które to lubią

Filmy

Wydarzenia

Posty

Utwórz stronę

Lubię to! Obserwuj Udostępnij Więcej



Atrakcyjne Wojkowice dodał(a) nowe zdjęcia (34) do albumu:
Otwarcie inwestycji i ślubowanie uczniów ZSOiT — w mieście:
Wojkowice.

12 grudnia o 08:03 · 🌐

7 grudnia 2016 roku w Wojkowicach odbyło się otwarcie dwóch ogromnych inwestycji – kompleksu sportowo-rekreacyjnego przy Szkole Podstawowej nr 1 oraz otwarcie wyremontowanej sali gimnastycznej w Zespole Szkół Ogólnokształcących i Technicznych w Wojkowicach. Zgromadzeni goście, po oficjalnym otwarciu inwestycji przenieśli się do Miejskiego Ośrodka Kultury w Wojkowicach, gdzie odbyła się Gala Wspólna, na której uczniowie klas pierwszych Zespołu Szkół Ogólnokształcących i Technicznych złożyli oficjalne ślubowanie.

Wśród wielu zaproszonych gości byli m.in. Burmistrz Miasta Wojkowice Tomasz Szczerba, Starosta Będziński Arkadiusz Watoła, Śląski Kurator Oświaty Urszula Bauer, Dyrektor Kuratorium Oświaty w Katowicach – Delegatura w Sosnowcu Mirosława Kolwas-Soczyńska, przedstawiciel Senatora Arkadiusza Grabowskiego, przedstawiciele posłów – Waldemara Andzela oraz Barbary Chrobak, instytucje partnerskie współpracujące z ZSOiT, przedstawiciele duszpasterstwa, radni powiatowi, radni miejscy, instytucje reprezentujące służby mundurowe policji i straży pożarnej, przedstawiciele Ochotniczej oraz Państwowej Straży Pożarnej, przedstawiciele Międzynarodowego Portu Lotniczego Katowice-Pyrzowice, przedstawiciele ZK Wojkowice, przedstawiciele Straży Granicznej, przedstawiciele Zespołu Parków Krajobrazowych Województwa Śląskiego, przedstawiciele instytucji oświatowych, kultury, Towarzystwo Przyjaciół Liceum Ogólnokształcącego w Wojkowicach, przedstawiciele instytucji partnerskich ZSOiT z wyższych uczelni.

Goście najpierw odwiedzili kompleks sportowo-rekreacyjny przy Szkole Podstawowej nr 1, gdzie nastąpiło symboliczne otwarcie poprzez wspólne przecięcie wstęgi. Przy SP1 powstało boisko do piłki nożnej ze sztuczną trawą i oświetleniem, boisko wielofunkcyjne, plac zabaw, 12 miejsc postojowych i niezbędna infrastruktura towarzysząca. Następnie zgromadzeni przenieśli się do ZSOiT w Wojkowicach, gdzie otwarto nowoczesną salę gimnastyczną. Sala zyskała zupełnie nowy wygląd - całkowicie wymieniono nawierzchnię sali, oświetlenie, instalację wentylacyjną, przystosowano salę do gry w różne sporty. W ramach tej inwestycji przebudowano również pomieszczenia szatni (wraz z natryskami) oraz pomieszczenie trenera.

Główną część uroczystości stanowiła Gala Wspólna, która odbywała się w wojkowickim MOK-u. To tutaj nastąpiły oficjalne przemówienia, m.in. Burmistrza Tomasza Szczerby, Starosty Będzińskiego Arkadiusza Watoły czy Śląskiego Kuratora Oświaty Urszuli Bauer. Wreszcie nastąpił najważniejszy moment dla uczniów klas pierwszych ZSOiT, czyli ślubowanie. W obecności znamienitych gości oraz pocztów sztandarowych ślubowali uczniowie

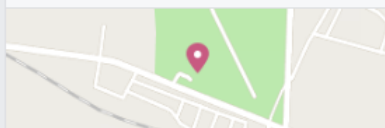
Wyślij wiadomość

Szukaj postów na tej stronie

Bardzo sprawnie odpowiada na wiadomości

Zaproś znajomych do polubienia tej strony

INFORMACJE



Jana III Sobieskiego 290a
42-580 Wojkowice

Poproś o udostępnienie numeru telefonu
użytkownika Atrakcyjne Wojkowice

Otwarte
Następne otwarcie: dzisiaj 07:00 - 15:00

Zwykle odpowiada w ciągu godziny
Wyślij wiadomość teraz

<http://www.wojkowice.pl/>

INNI LUBIĄ TEŻ



Tomasz Szczerba

Osoba publiczna

Lubię to!



Katowice Airport

Lotnisko

Lubię to!



Łukasz Komaniewski

Osoba publiczna


Lubię to!

Organizacje rządowe w: Wojkowice

VI.

NIEPRZYWIĄZYWANIE WAGI DO ROLI MATERIAŁÓW WIZUALNYCH



 19 września · 🌐

MISTRZOSTWA SZKÓŁ W GRILLOWANIU KARPIA - WYNIKI

Wielkie Zatorskie Żniwa Karpiove, które 17 września 2017 r. miały miejsce na Łowiskach wędkarskich Podolsze k/Zatora, dostarczyły mnóstwo atrakcji. Podczas tegorocznej imprezy toczyły się Mistrzostwa Szkół Gastronomicznych w Grillowaniu Karpia, które odbywały się przy wsparciu i pomocy merytorycznej Stowarzyszenia Małopolskich Kucharzy i Cukierników oraz Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, który też ufundował nagrody dla uczestników. W zmaganiach uczestniczyło 6 dwuosobowych zespołów, ocenianych przez: Jury techniczne, które oceniało przygotowanie stanowiska pracy, zużyty surowiec, czystość pracy, profesjonalizm pracy oraz wygląd stanowiska pracy oraz Jury degustacyjne, które oceniało wygląd i aranżację potrawy, dobór składników oraz smak przygotowanej potrawy.

Po 120 minutach zmagania, ocenie oraz degustacji potraw przez jury podano ogłoszono wyniki:

I miejsce – Zespół Szkół Gastronomicznych nr 2 w Krakowie, który reprezentowali uczniowie: Arkadiusz Ujma i Mateusz Gawlik





II miejsce – Zespół Szkół Ekonomiczno-Gastronomicznych w Tarnowie, który reprezentowali uczniowie: Kacper Szat i Marcin Słowik


III miejsce - Wielozawodowy Zespół Szkół w Zatorze, który reprezentowali uczniowie: Jakub Paluch i Elżbieta Mamoń

Została również przyznana Nagroda Publiczności, którą otrzymał Wielozawodowy Zespół Szkół w Zatorze.

Uczestnicy wykazali się wysokim kunsztem kucharskim i determinacją. Wszystkim serdecznie dziękujemy i gratulujemy oraz zapraszamy na kolejną w 2018 roku edycję mistrzostw!

Zdjęcia: <http://bit.ly/2f80ySo>

 Lubię to!  Komentarze  Udostępnij 

 4

VII.

NIEDOSTSOWANIE JĘZYKA, ZBYT WIELE TREŚCI (ŚCIANY TEKSTU)



KOMUNIKAT

dotyczący eksploatacji butli gazowych w gospodarstwach domowych

Powiatowy Inspektor Nadzoru Budowlanego w Golubiu-Dobrzyniu informuje o zakazie użytkowania reduktorów, które zostały wytworzone na podstawie już nie obowiązującej od 15.02.2003 r. normy PN-71/M-4032 (okres użytkowania co najmniej 13 lat).

Mając na uwadze, że:

- reduktor gazu przykręcany bezpośrednio do zaworu butlowego jako element instalacji zasilającej kuchenkę gazową z pojedynczej butli, nie podlega dozorowi technicznemu (na podstawie rozporządzenia Rady Ministrów z 7.12.2012 r. w sprawie rodzajów urządzeń technicznych podlegających dozorowi technicznemu, Dz. U. z 2012 r., poz. 1468),
- wymogi rozdziału 14 rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z 16 sierpnia 1999 r. w sprawie warunków technicznych użytkowania budynków mieszkalnych (Dz. U. z 1999 r. Nr 74, poz. 836 – rozporządzenie na bazie „Prawa budowlanego”) dla użytkowania instalacji gazu zasilanej gazem LPG z butli, w której znajduje się reduktor gazu,
- norma PN-71/M-40321 wybita na pokrywie reduktora, zgodnie z tą normą znajdują się w użytkowaniu co najmniej 13 lat (wskutek długoletniej pracy tych reduktorów, ich elementy zamykające dopływ gazu do przestrzeni pod membraną przy wyższym ciśnieniu i powodować zwiększony nacisk sprężyny na pokrywę reduktora, co sprzyja oderwaniu się pokrywy od dolnego korpusu reduktora).

Powiatowy Inspektor Nadzoru Budowlanego
w Golubiu-Dobrzyniu
Jolanta Sztym

Lubię to!

Komentarze

Udostępnij

1 udostępnienie

VIII. NIENATURALNOŚĆ JĘZYKA



Bartnem.
23 sierpnia · 🌐



26 sierpnia 2017 (sobota) od godz. 13.00
Zagroda Maziarska w Łosiu / Łosie 34-38-312 8000

Zagroda Maziarska w Łosiu z cerkwią w Bartnem dodał(a) nowe zdjęcia (2).
23 sierpnia · 🌐 👍 Polub stronę

POMÓŻCIE! Przygotowywałam się do święta mazarzy cały miesiąc. W niedzielę, kiedy miała być impreza , zalało nas. Nie jesteśmy już w stanie zrobić sobie takie...
[Zobacz więcej](#)

IX.

PUBLIKACJA LINKÓW I GRAFIK BEZ KOMENTARZY



#11

**NARZĘDZIA W PRACY
SOCIAL MEDIA SPECJALISTY**



I.

ANALIZA SKUTECZNOŚCI DZIAŁAŃ (1)

Facebook Insight: (w panelu strony firmowej)
LinkedIn Insights (tylko profile biznesowe)
Twitter Analytics

Sotrender: www.sotrender.com/pl/
YouTube Studio

The screenshot displays the Sotrender dashboard interface. At the top, it shows the 'Dashboard' title and the user's email 'kontakt@socialframe.pl'. The main content area is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains navigation options: 'Dashboard', 'Wybierz profil', 'Dodaj profil', 'Raportowanie', and 'Porównanie'.
- Top Right:** Shows 'Obecny miesiąc' (Current month).
- Top Section:** Two tables comparing profile performance.
- Bottom Section:** A grid of 'Najlepsze posty według sumy aktywności' (Best posts by total activity).

Najwyższy przyrost wyświetleń		Najwyższa średnia wartość zasięgu	
Profil	Przyrost liczby wyświetleń	Profil	Średni zasięg dzienny
Bytom S.A.	+14.16% (27 495)	Kraków Experience	17 033
Skanska Polska	-30.48% (-44 511)	Bytom S.A.	8 670
Kraków Experience	-55.80% (-465 018)	Skanska Polska	4 561

Najlepsze posty według sumy aktywności			
<p>Kraków Experience 8 wrz 2018 03:00 pm CEST</p> <p>Kazimierz at night begins to live a new life 🌃 Restaurants, cafes and pubs are filled with music and chattering, dozens of tourists pass through the streets seeking climatic places for long night talks or a bit of madness on the dance floor...</p> <p>2368 Reactions 196 Comments 1 Shares 39 Shares 0 Shares 0 Shares</p>	<p>Kraków Experience 9 wrz 2018 03:00 pm CEST</p> <p>The sun setting slowly behind the horizon is lighting up the Wawel Castle with its last rays. Soon, after dusk, the royal chambers will sink into the dignified silence, waiting for someone to visit its walls again in the morning and allow to...</p> <p>2363 Reactions 164 Comments 2 Shares 10 Shares 0 Shares 0 Shares</p>	<p>Kraków Experience 2 wrz 2018 03:00 pm CEST</p> <p>This large meadow in the middle of Kraków called "Błonia" is one of the largest urban grasslands in Europe, located in the city center. It covers an area of 48 ha and its circumference is up to 3587 meters, so if you are fans of running, then even...</p> <p>2132 Reactions 133 Comments 1 Shares 43 Shares 0 Shares 0 Shares</p>	

I.

ANALIZA SKUTECZNOŚCI DZIAŁAŃ (2)

BADANIE RUCHU:

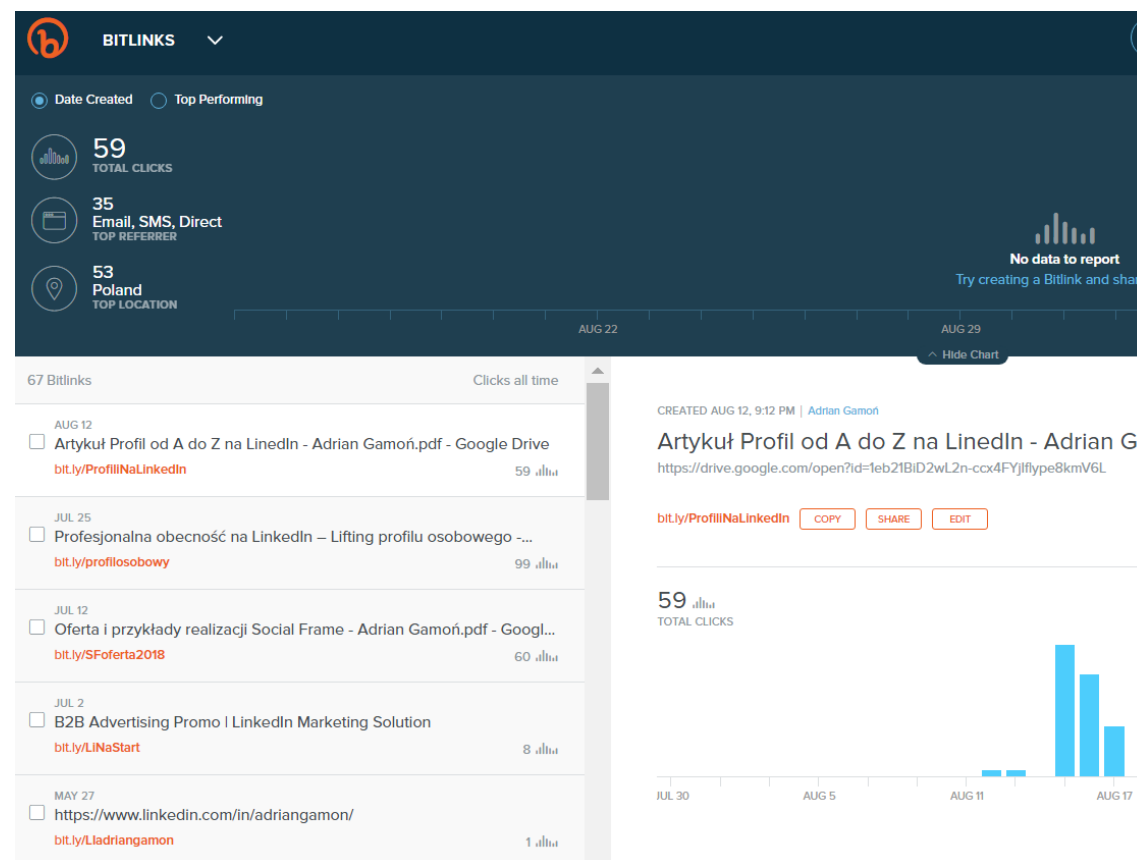
Google Analytics: <https://analytics.google.com/>

Similarweb: www.similarweb.com

Google Campaign URL Builder:

<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

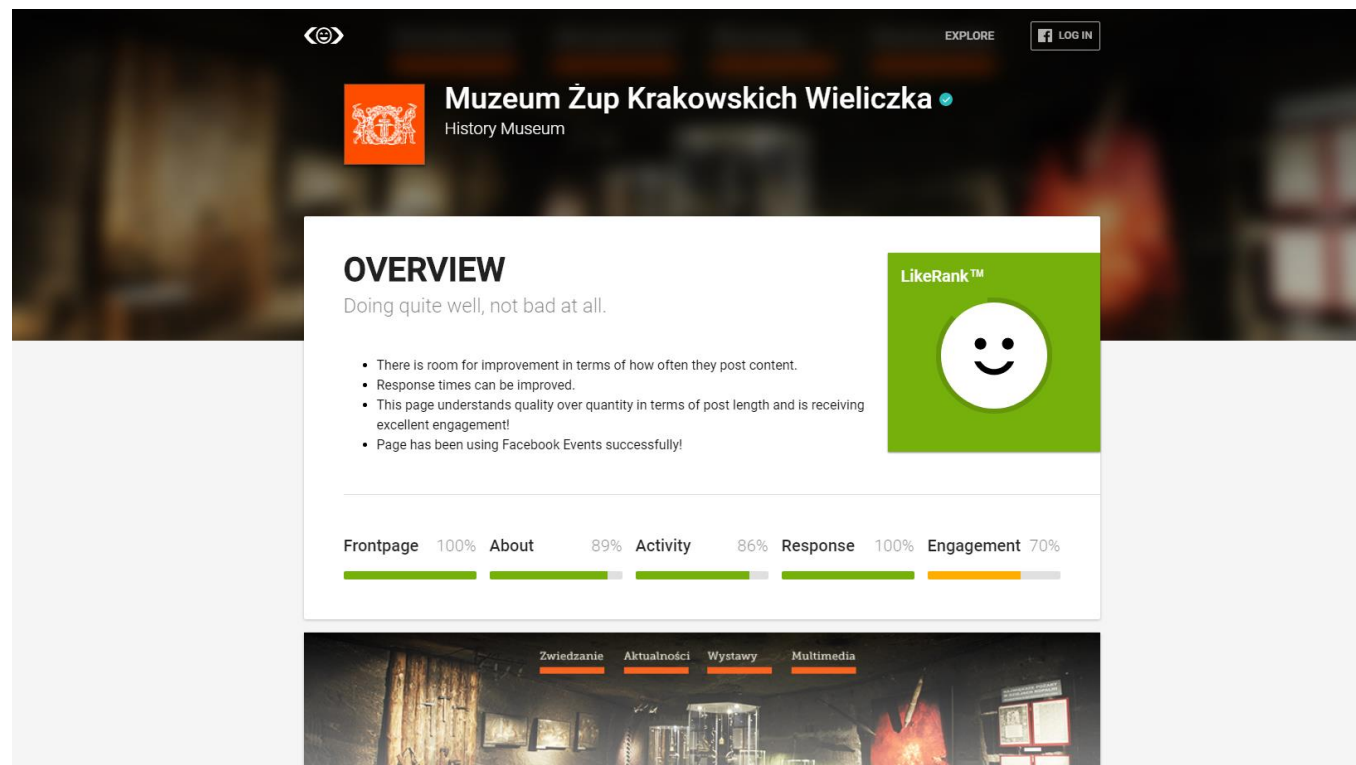
Bitly: <https://app.bitly.com/>



II.

ANALIZA PROFILI INFLUENCERÓW, I KONKURENCJI

LikeAlyzer: www.likealyzer.com
SocialBlade: <https://socialblade.com/>



III.

MONITORING INTERNETU

SentiOne: www.sentione.com

Brand24: www.brand24.pl

NewsPoint: www.newspoint.pl

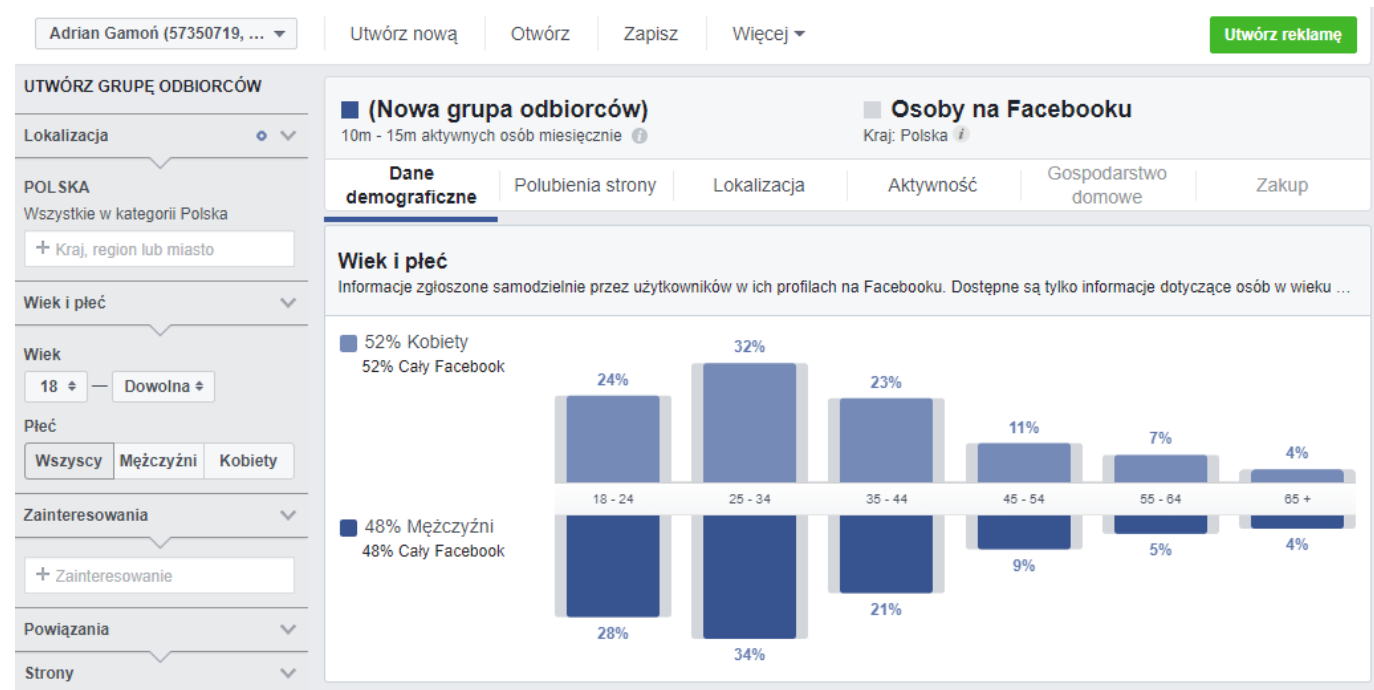
Free > GoogleAlerts: <https://www.google.pl/alerts>



IV. ANALIZA ODBIORCÓW

FacebookIQ: <https://www.facebook.com/iq>
Facebook Audience Insights: www.facebook.com/ads/audience-insights

Panele reklamowe serwisów społecznościowych
Narzędzia do monitoringu Internetu



V.

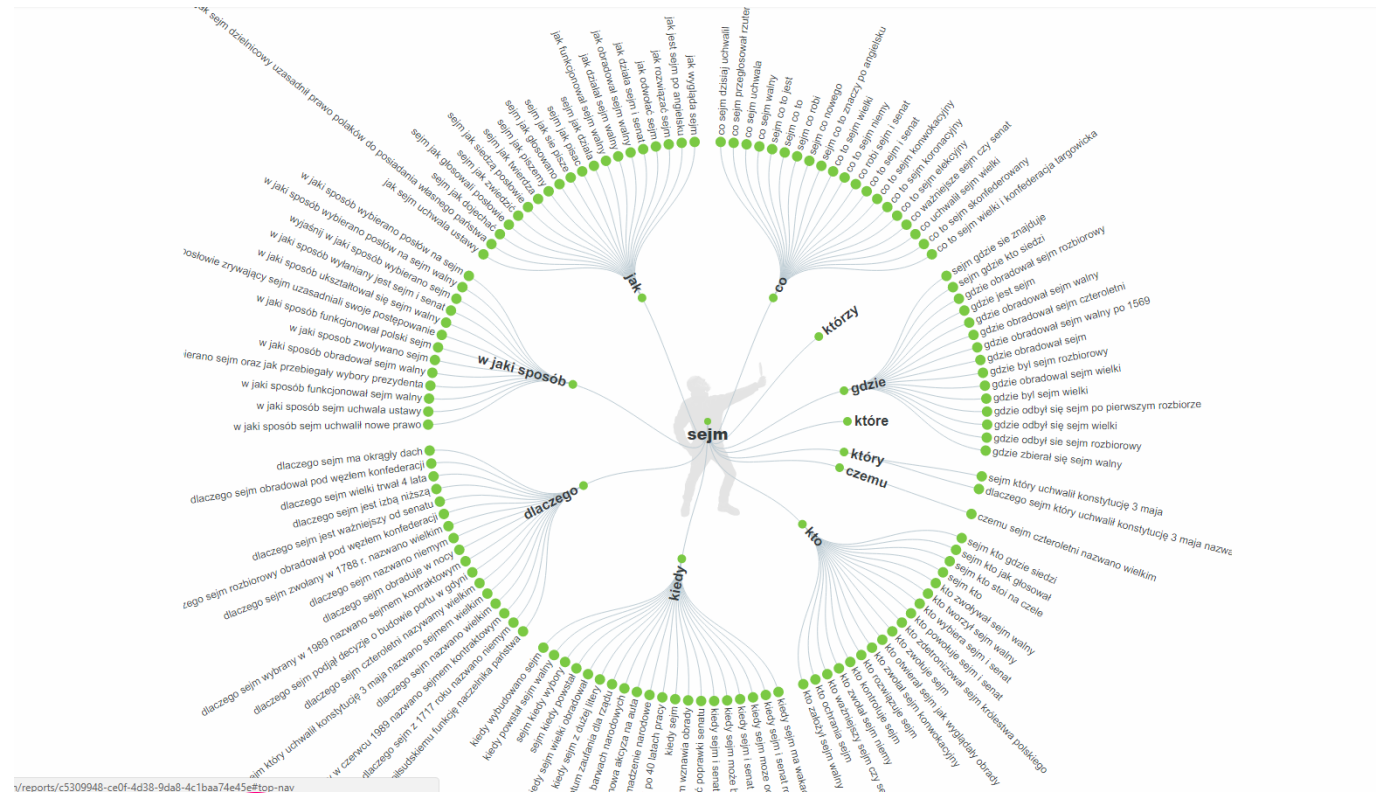
KREACJA CONTENTU (1)

SŁOWA KLUCZOWE I INSPIRACJE:

Ubersuggest: <https://neilpatel.com/ubersuggest/>
AnswerThePublic.com: <https://answerthepublic.com/>

Google Trends:

<https://trends.google.pl/trends/trendingsearches/daily?geo=PL>



V.

KREACJA CONTENTU (2)

MATERIAŁY AUDIOWIZUALNE

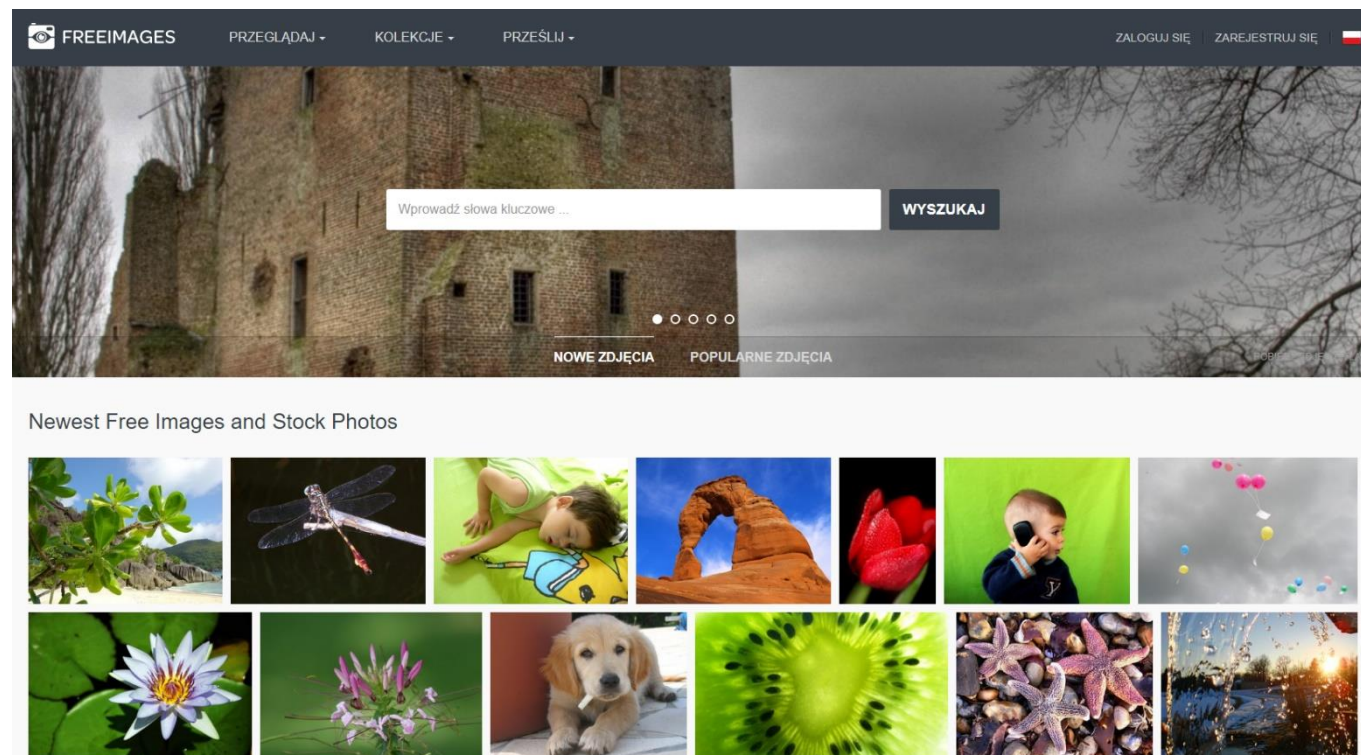
Unsplash: <https://unsplash.com/>

Wikimedia Commons: www.commons.wikimedia.org

Foter: www.foter.com

FreeImages: www.pl.freeimages.com

FB Kolekcja Nagrań: www.facebook.com/sound/collection



V.

KREACJA CONTENTU (3)

GRAFIKA:

Facebook Creator Studio:

<https://business.facebook.com/creatorstudio/>

Canva: www.canva.com/pl_pl

Pickmonkey: <https://www.picmonkey.com/>

S Create a Graphic Saved Graphics Help My Account

Saved Graphics

+ CREATE A NEW GRAPHIC

Search your graphics

All your graphics

- Add new folder
- Blog Graphics
- eBooks
- Social Media
- Website Graphics

All your graphics

- Quora**
Blog Featured Image
1200px x 600px
Blog Graphics
- Quote**
Facebook Post
940px x 788px
Social Media
- Color Theory**
Twitter Post
1024px x 512px
Blog Graphics
- Content Types**
Infographic
800px x 2000px
Blog Graphics
- Color Palette Inspiration**
Blog Featured Image
1200px x 600px
Blog Graphics
- Social ads**
eBook Cover
1410px x 2250px
eBooks
- Twitter Header**
Blog Featured Image
1200px x 600px
Blog Graphics
- Snappa Twitter Header**
Twitter Header
1500px x 500px
Social Media

V.

KREACJA CONTENTU (4)

Emojipedia: <https://emojipedia.org/>

Inne: <https://pl.piliapp.com/facebook-symbols/>

Bold text generator: <https://lingojam.com/BoldTextGenerator>



Search Emojipedia

eg heart 🗨️ arrow beach music 👍 laugh birthday 🎂

Categories

- 😊 Smileys & People
- 🐾 Animals & Nature
- 🍷 Food & Drink
- ⚽ Activity
- 🏠 Travel & Places
- 💡 Objects
- 🏳️ Symbols
- 🚩 Flags

Most Popular

- 🙄 Person Shrugging
- ❤️ White Heart Suit
- ❤️ Red Heart
- 😭 Face With Tears of Joy
- 😏 Thinking Face
- 😊 Smiling Face With Smiling Eyes
- 🔥 Fire
- 😍 Smiling Face With Heart-Eyes
- 👍 Thumbs Up

Latest News

- 🗨️ Emojipedia: Rick Moby from Emoj...
- 📱 Samsung Experience 9.5 Emoji C...
- 👁️ Facebook Testing New Emoji De...
- 👤 Emojipedia: Emojipedia 4.0 Changelog
- 🤖 Emojipedia: Cowboy Hat Face
- 🐶 Service Dog, Deaf Person, Coupl...
- 🗨️ Microsoft Emojipedia Team on Emoj...
- 👤 Emojipedia: Android 9.0 Emoji Changelog

V.

KREACJA CONTENTU (5)

KOREKTA I REDAKCJA TEKSTU:

Ortograf.pl

iKorektor.pl Jasnopis.pl

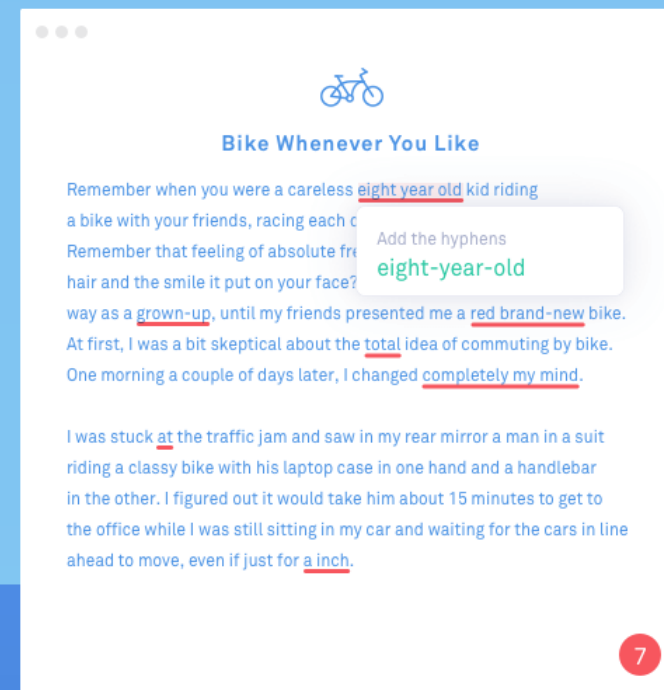
Logios.pl

Word

Grammarly <https://www.grammarly.com/>

Finally, the Polish You Expect

Grammarly offers accurate, context-specific suggestions to make your work shine.



The screenshot shows a web page titled "Bike Whenever You Like" with a bicycle icon. The text contains several grammar errors highlighted in red. A tooltip for the error "eight year old" suggests "eight-year-old". Other errors include "grown-up", "red brand-new", "total", "completely my mind", "at", and "a inch".

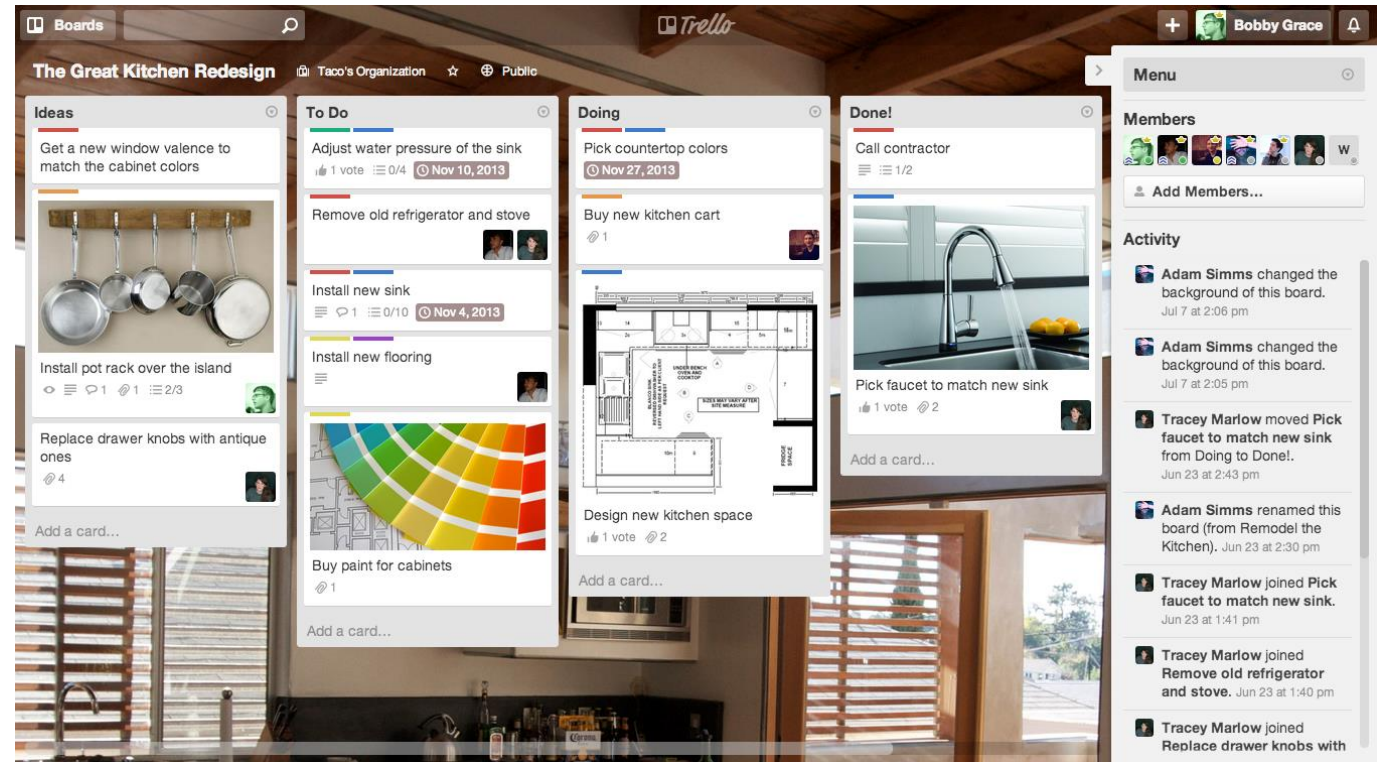
Bike Whenever You Like

Remember when you were a careless eight year old kid riding a bike with your friends, racing each other. Remember that feeling of absolute freedom, the wind in your hair and the smile it put on your face? It's a way as a grown-up, until my friends presented me a red brand-new bike. At first, I was a bit skeptical about the total idea of commuting by bike. One morning a couple of days later, I changed completely my mind.

I was stuck at the traffic jam and saw in my rear mirror a man in a suit riding a classy bike with his laptop case in one hand and a handlebar in the other. I figured out it would take him about 15 minutes to get to the office while I was still sitting in my car and waiting for the cars in line ahead to move, even if just for a inch.

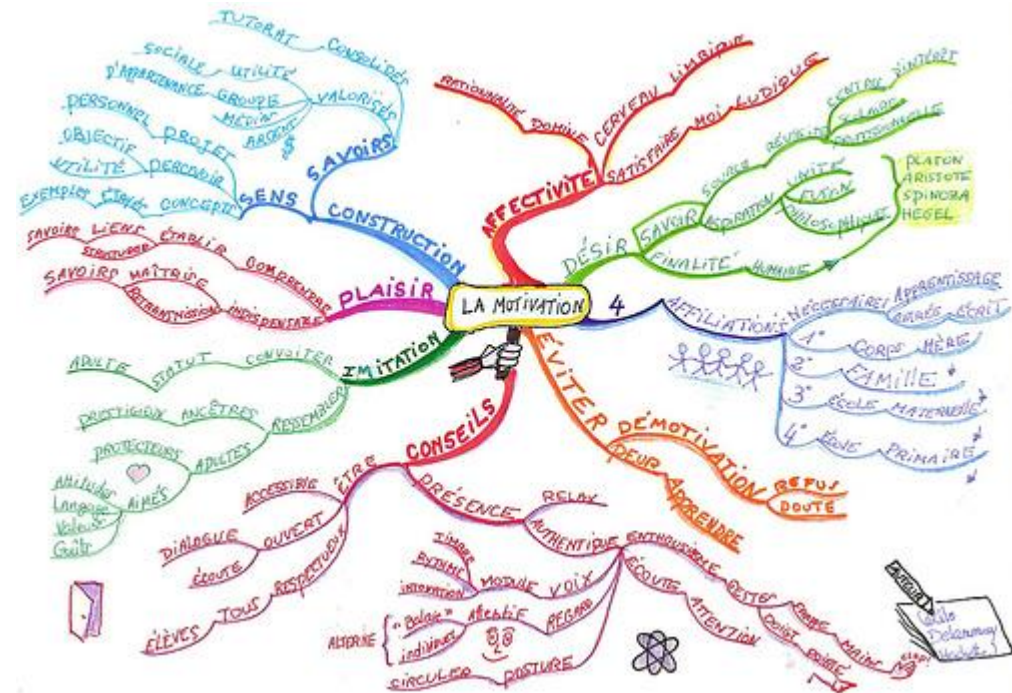
VI. ZARZĄDZANIE PROJEKTEM

Trello: <https://trello.com/>
CoSheldue: <https://coschedule.com/>
Google Docs
Google Notes
BaseCamp



VII. INNE

Mapy myśli



VIII. INFORMACJE O ZMIANACH W SERWISIE I KONTAKT Z SERWISEM FACEBOOKA

Newsroom

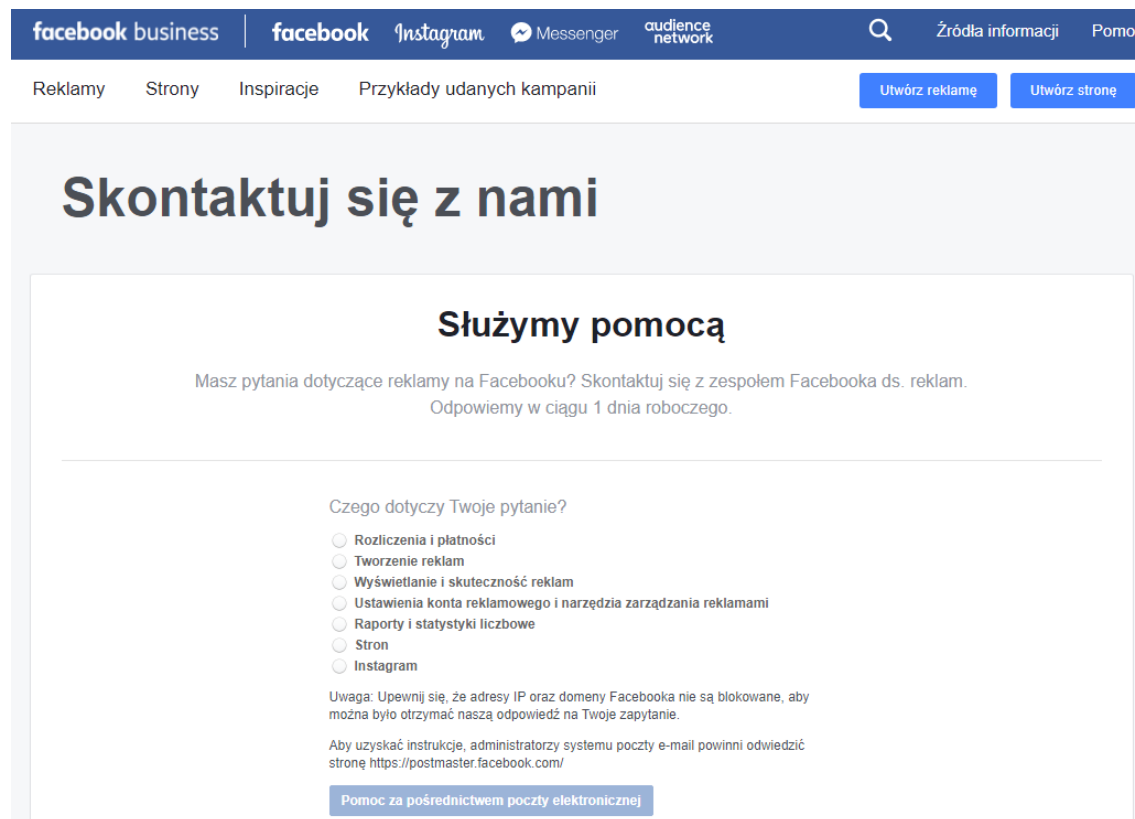
<https://newsroom.fb.com/company-info/>

Contact Support Team (Facebook)

<https://www.facebook.com/business/contact-us/>

Facebook Blueprint

<https://www.facebook.com/business/learn>



The screenshot shows the top navigation bar of the Facebook Business help center. It includes links for 'facebook business', 'facebook', 'Instagram', 'Messenger', and 'audience network'. There is a search icon and links for 'Źródła informacji' and 'Pomoc'. Below the navigation bar are links for 'Reklamy', 'Strony', 'Inspiracje', and 'Przykłady udanych kampanii', along with buttons for 'Utwórz reklamę' and 'Utwórz stronę'.

Skontaktuj się z nami

Służymy pomocą

Masz pytania dotyczące reklamy na Facebooku? Skontaktuj się z zespołem Facebooka ds. reklam.
Odpowiemy w ciągu 1 dnia roboczego.

Czego dotyczy Twoje pytanie?

- Rozliczenia i płatności
- Tworzenie reklam
- Wyświetlanie i skuteczność reklam
- Ustawienia konta reklamowego i narzędzia zarządzania reklamami
- Raporty i statystyki liczbowe
- Stron
- Instagram

Uwaga: Upewnij się, że adresy IP oraz domeny Facebooka nie są blokowane, aby można było otrzymać naszą odpowiedź na Twoje zapytanie.

Aby uzyskać instrukcje, administratorzy systemu poczty e-mail powinni odwiedzić stronę <https://postmaster.facebook.com/>

[Pomoc za pośrednictwem poczty elektronicznej](#)

#12

FACEBOOK





Facebook users in Poland

October 2019



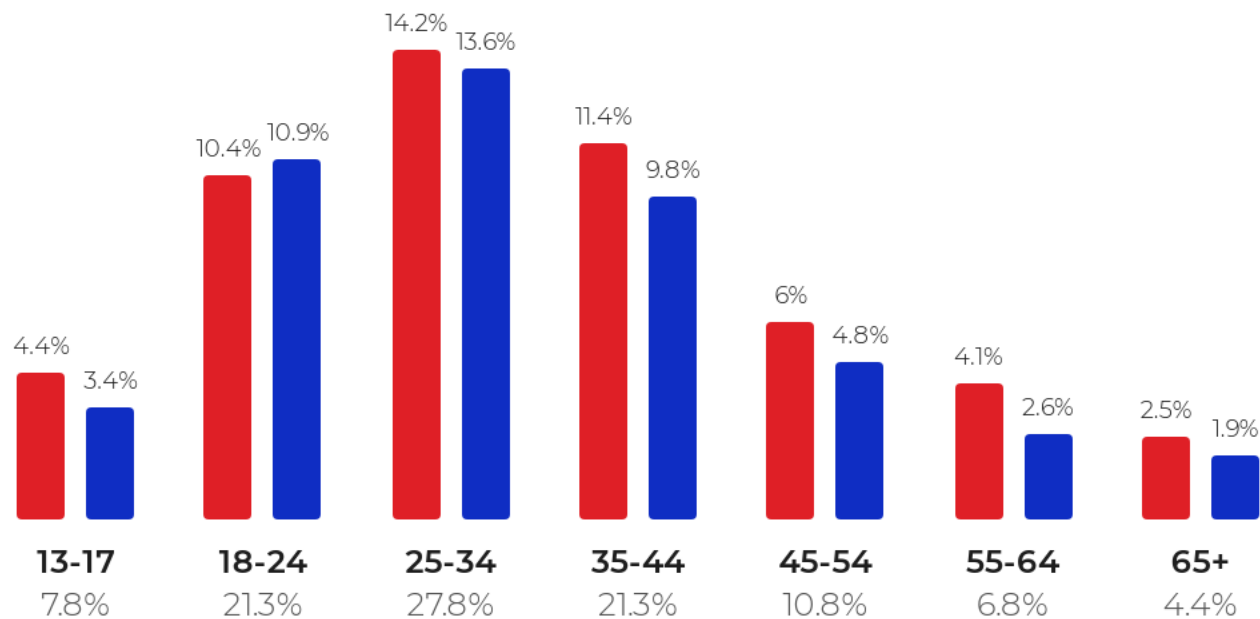
18 350 000



53%
women



47%
men



NapoleonCat.

Source: NapoleonCat.com

I. PROFIL OSOBOWY

Adrian Gamoń

Edytuj profil | Dziennik aktywności 20+

Oś czasu | Informacje | Znajomi 3820 | Zdjęcia | Więcej

Masz 344 elementy do weryfikacji

Utwórz post | Zdjęcie/film | Transmisja wideo na żywo | Wydarzenie z życia

Co słyszać?

Zdjęcie/film | Oznacz znaj... | Nastrój/akty... | ...

Posty | Zarządzaj postami | Widok listy | Widok siatki

Adrian Gamoń
15 grudnia o 23:19 · 🌐

Olga Tokarczuk mądrze tłumaczy dlaczego potrzebne są Nam w Polsce wolne, niezawisłe i niezależne od władzy Sądy 🙌😊



II. GRUPA



Grzyby, grzybiarze, grzybobranie :)

Grzyby, grzybiarze, grzybobranie 😊
Grupa zamknięta

Informacje

Członkowie

Skróty

- Marketing miejsc i kreo...
- Moc miejsca - grupa or...
- Mój mały wielki dzień 2
- Team Cykl Kompetency...
- Ćwiczenia z uważności ...
- Kraków Lindy Invasion ...

+ Dołącz do grupy Więcej Dołącz do tej grupy, aby obserwować dyskusje, publikować posty i komentować.

Informacje o grupie

Opis

REGULAMIN

Witamy wszystkich pasjonatów grzybów.



UTWÓRZ NOWE GRUPY

Dzięki grupom udostępnianie materiałów znajomym, członkom rodziny i współpracownikom jest prostsze niż kiedykolwiek.

Utwórz grupę



III. WYDARZENIE

f Szukaj   Adrian S

CZAS

- Wszystkie
- Dzisiaj
- Jutro
- W tym tygodniu
- W najbliższy weekend
- W przyszłym tygodniu
- ... Wybierz datę



LOKALIZACJA

- W pobliżu Kraków, Les...
- Kraków, Lesser Poland...
- Kleparz, Kleparz, Less...
- Kazimierz, Kazimierz, ...
- Wawel, Lesser Poland ...
- Śródmieście, Lesser P...
- ... Więcej

KATEGORIA


- Sztuka
- Cele dobroczynne
- Komedia
- Rękodzieło
- Taniec
- Napoje
- Film
- Fitness
- ... Więcej

Wydarzenia W pobliżu Kraków, Lesser Poland Voivodeship, Polska



LUT 22 **Startupy, które zmieniają świat na le...**
czw. 18:00 · Hubraum · Kraków
Udostępnione w grupie Startup/IT events in Po... [★ Zainteresowany\(a\)](#)

Na całym świecie coraz więcej przedsiębiorców buduje swój biznes w oparciu o rozwiązywanie ważnych problemów społecznych. Ich celem oprócz generowania solidnych zysków finansowych jest również zmienianie świata na lepsze.... [Zobacz więcej zdjęć](#)



LUT 7 **Imprezy, zabawy, przyjęcia [Spotkanie]**
Dzisiaj o 18:30
Lubisz: Toastmasters Kraków [★ Zainteresowany\(a\)](#)

Każdy z nas na jakiejś był. Każdy z nas ma jakąś ulubioną i taką, o której chciałby

IV. STRONA NA FACEBOOKU (FACEBOOK PAGE)

The image shows a screenshot of the Facebook page for Poczta Polska. The page header includes the name "Poczta Polska" and a search bar. The cover photo is a festive illustration of a red post office building with a red delivery van, Santa Claus, and children in a snowy landscape. The left sidebar contains navigation options: "Strona główna", "Informacje", "Zdjęcia", "Filmy", "Wydarzenia", "Posty", "Społeczność", and a green "Utwórz stronę" button. The main content area shows a post titled "Zdjęcia" with a photo of two women in a post office. To the right, there is a section titled "INFORMACJE POCZTA POLSKA" with a photo of a white delivery truck and a text block starting with "Poczta Polska to firma o 460-letniej tradycji, największy operator na rodzimym rynku. Nasza sieć obe...".

Poczta Polska

Strona główna Utwórz

Poczta Polska

@pocztapolska

Strona główna

Informacje

Zdjęcia

Filmy

Wydarzenia

Posty

Społeczność

Utwórz stronę

Lubię to! Obserwuj Udostępnij ... Wyślij wiadomość

Zdjęcia

INFORMACJE POCZTA POLSKA

Poczta Polska

Poczta Polska to firma o 460-letniej tradycji, największy operator na rodzimym rynku. Nasza sieć obe...














V. REKLAMA

[Utwórz nową kampanię](#) [Użyj istniejącej kampanii](#)

Kampania: Wybierz cel.

Jaki jest Twój cel marketingowy? [Pomoc: wybór celu](#)

[Aukcja](#) [Zasięg i częstotliwość](#)

Świadomość	Działania	Konwersja
 Rozpoznawalność marki	 Ruch	 Konwersje
 Zasięg	 Aktywność	 Sprzedaż z katalogu
	 Instalacje aplikacji	 Wizyty w firmie
	 Wyświetlenia filmu	
	 Pozyskiwanie kontaktów	
	 Wiadomości	



#12

RODZAJE TREŚCI NA FACEBOOKU



$$\Sigma = U \times W \times D$$

Edge Rank

 intensywność interakcji

 waga

 świeżość i aktualność

JAN
2019

FACEBOOK ENGAGEMENT BENCHMARKS

THE NUMBER OF PEOPLE WHO ENGAGE WITH A FACEBOOK PAGE'S POSTS vs. PAGE REACH



AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE POSTS (ALL TYPES OF
POST, ALL TYPES OF PAGE*)



3.83%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE VIDEO POSTS
(ALL TYPES OF PAGE*)



4.14%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE PHOTO POSTS
(ALL TYPES OF PAGE*)



4.92%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE LINK POSTS
(ALL TYPES OF PAGE*)



1.53%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE STATUS POSTS
(ALL TYPES OF PAGE*)




1.03%


CO MA WPŁYW NA ZASIĘG?

















1. Treść (o tym jeszcze będzie).
2. Liczba aktywnych odbiorców.
3. Liczba całkowita obserwujących i ich sieci kontaktów.
4. Branża obserwujących i ich indywidualne upodobania.
5. Dobre targetowanie treści.





Napisz post. | Album ze zdjęciami | Transmisja wideo na żywo

 Napisz post...

 [Napisz post w innym języku](#) [?]


 Zdjęcie/film	 Nastrój/aktywność
 Zamelduj się	 Napisz notatkę
 Wesprzyj organizację non profit	 Oznacz produkt
 Dodaj ważne wydarzenie	 Reklamuj swoją firmę
 Dodaj wskazówki dojazdu	 Otrzymuj wiadomości
 Zachęć do dzwonienia	 Utwórz wydarzenie
 Oferta/zniżka	 Ankieta
 Lista	 Zacznij sesję pytań i odpowie...


Aktualności
  Posty są publiczne i pojawiają się na Twojej stronie i w wynikach wyszukiwania.
[Opcje posta](#)


 **Relacja Twojej strony**
Widoczne publicznie przez 24 godziny


Udostępnij teraz


Napisz post. | Album ze zdjęciami | Transmisja wideo na żywo





 **Prześlij zdjęcia/filmy**
Dodaj zdjęcia lub film do swojego statusu.


 **Utwórz album ze zdjęciami**
Utwórz album z wieloma zdjęciami.


 **Utwórz karuzelę zdjęć**
Utwórz karuzelę przewijanych zdjęć przy użyciu linku.

 **Utwórz pokaz slajdów**
Dodaj od 3 do 10 zdjęć, aby utworzyć film.

 **Utwórz kanwę**
Teraz możesz przedstawić bardziej wciągającą narrację, łącząc zdjęcia i filmy.

 Zdjęcie/film  Nastrój/akty...  Napisz notatkę 

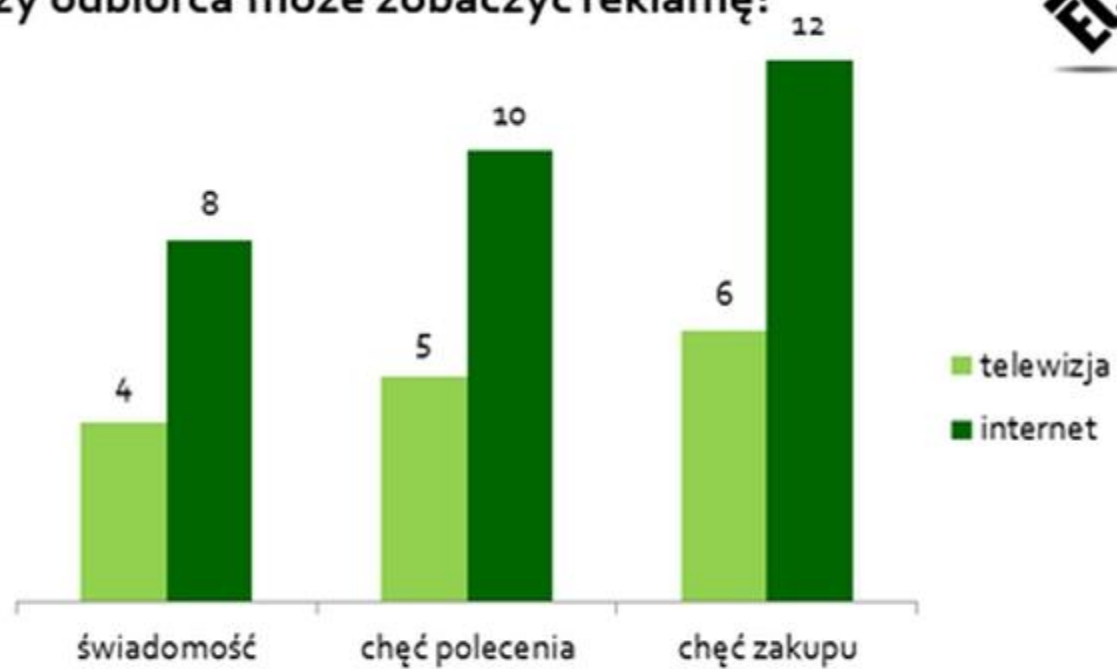
Aktualności
  Posty są publiczne i pojawiają się na Twojej stronie i w wynikach wyszukiwania.
[Opcje posta](#)

 **Relacja Twojej strony**
Widoczne publicznie przez 24 godziny

Udostępnij teraz

Ile razy odbiorca może zobaczyć reklamę?

MEC



* maksymalna częstotliwość zapewniająca pełne wykorzystanie potencjału TV i online w kampaniach badanych marek, źródło: Ad Quantum, MEC

#13

TWORZENIE TREŚCI NA FACEBOOKU



Bądź przodownikiem / gospodarzem dla swoich fanów.

Jeśli mają przychodzić do Ciebie, tu muszą czuć się bezpiecznie, zadbani.

Kiedy trzeba wytłumacz, opowiedz historię, wskaż drogę, poczęstuj.



TWÓRZ WARTOŚCIOWE ZNACZĄCE TREŚCI:

- AUTENTYCZNE
- PORUSZAJĄCE EMOCJE
- DAJĄCE DO MYŚLENIA

=> TREŚCI Z MOCĄ



Dobry post (checklista):

- Jaki jest cel postu (informacja, zaangażowanie, przekierowanie)?
- Kim jest odbiorca? Co będzie mieć z tego postu? Co ma zrobić po zobaczeniu postu?
- Jaki format postu w stosunku do celu i grupy docelowej będzie najlepszy?
- Czy post jest spójny ze strategią komunikacji?
- Jaką masz / musisz zdobyć treść wizualną przed publikacją?

- Czy post ma mocne rozpoczęcie? Czy jest w nim historia? Czy odpowiada na pytania: co?, kto?, kiedy?, jak?, dlaczego? po co? (nie muszą być wszystkie). Czy mówi o wartościach?

- Czy oznaczyłeś ludzi i firmy (@)?
- Czy odznaczyłeś miejsce / czynność / nastrój ?
- Czy jest odpowiednie *call to action (CTA)*?
- Czy w treści są emoji (z umiarem)?
- Czy tekst jest podzielony na akapity?
- Czy używasz hashtagów?
- Czy treść została sprawdzona?



#20

OBSŁUGA KLIENTA



Ludzie najgłośniej komentują, gdy **nie
ma Cię w pokoju.**

**Tak samo jest w mediach
społecznościowych.**

**1. JEŚLI MOGĄ POJAWIĆ SIĘ
NEGATYWNE KOMENTARZE,
TO PRAWDOPODOBNIĘ SIĘ POJAWIĄ**

2. NIE WSZYSCY MUSZĄ KOCHAĆ NASZĄ MARKĘ

**3. JESTEM, SŁUCHAM,
ROZUMIEM, PRZEPRASZAM,
PRZYNAJĘ RACJĘ...**

Widzę/Słyszą/Akceptuję -

istnieją momenty, gdy nie zgadzamy z klientem i jego odczuciami. Dzięki takim frazom jak „wiedzimy Twoją opinię” czy „słyszeliśmy o takim stanowisku” istnieje możliwość zaznaczenia, że rozumiemy to, co fan pisze, ale niekoniecznie zgadzamy się z treścią publikacji. Użytkownik zdenerwowany nie powinien czuć się lekceważony.

**4. OPINIE I KOMETARZE SĄ
SUBIETKYWNE,
ALE ZWYKLE PRAWDZIWE**

**5. GOTOWI NA NIC - GOTOWI NA
WSZYSTKO**

Należy przygotować się na wszystkie możliwe scenariusze – a szczególnie te negatywne. Trzeba stać się na chwilę pesymistą, aby rozpoznać wszelkie możliwe trudności. Następnie można powrócić do optymistycznej wizji.

Tylko dystans i luz pozwoli nam sprawnie reagować na **nieprzewidywalne sytuacje.**

**6. LEPIEJ WIEDZIEĆ NIŻ NIE
WIEDZIEĆ, CO O NAS SĄDZĄ KLIENCI**

CO Z HEJTEM?





„Wypowiadamy się w sieci praktycznie o wszystkim, jesteśmy sędziami, którzy mogą wydawać bezwzględne wyroki w tematach, których nie mamy szansy zgłębić, nauczycielami, którzy pouczają, wymagają od zupełnie obcych ludzi konkretnych zachowań i prawią morały.”



Źródło: Karolina Janik, Magazyn Social Media Manager



1. Stwórz regulamin / ustal zasady.
2. Nie wdawaj się w dyskusje z hejterami.
3. Udzielaj konkretnych, rzeczowych odpowiedzi, jeżeli ktoś nadal używa mowy nienawiści, rozważ zablokowanie użytkownika.
4. Obserwuj wpisy, które mogą potencjalnie generować hejt – reaguj. natychmiast, aby nie rozkręciła się spirala komentarzy.



- <https://uprzedzuprzedzenia.org/re-akcje-na-hejt/wiecej-dobrych-praktyk/>
- <http://hejtstop.pl/>
- <https://jakdzialacskutecznie.pl/jak-sobie-radzic-z-hejtem-i-krytyka/>
<https://socialpress.pl/2019/01/10-porad-ekspertow-jak-reagowac-i-walczyc-z-hejtem>
- <https://socialpress.pl/2019/01/dlaczego-hejtujemy-i-poslugujemy-sie-mowa-nienawisci-w-social-media>
- <https://globstory.pl/jak-radzic-sobie-z-hejtem/>



Nie musisz być herosem, by mieć poczucie własnej wartości. Wtedy nikt z nas by jej nie miał. Życie to ciągła praca i nauka, będziesz się więc rozwijać, szybciej lub wolniej. Nie ma cudownego, jednego etapu kiedy poczujesz się zajębiście i powiesz „Tak, teraz jestem pewny siebie”. Lepiej zaakceptuj fakt, że jesteś w ciągłym procesie rozwoju, to i to już umiesz, tego się nauczysz – **nie skupiaj się na niedoskonałościach, bo to stan przejściowy.**



- Piosenka dedykowana hejterom: <https://youtu.be/3aPpESrsqGQ>
- I jeszcze jedna: <https://www.youtube.com/watch?v=olx44T54Pjc>

- <http://segritta.pl/roznica-pomiedzy-hejtem-konstruktywna-krytyka/>
- <http://segritta.pl/jak-nie-byc-hejterem/>
- <http://segritta.pl/krotki-quiz-hejcie-i-garsc-informacji-badan/>

- <http://www.self-psychologia.pl/medium/jak-przyjmowac-krytyke>
- <https://kursdigital.pl/jak-poradzic-sobie-z-hejtem-i-krytyka-w-internecie-na-temat-naszych-prac-i-umiejetnosci/>
- <https://antyweb.pl/hejt-jak-walczyc-zgloszenie-przestepstwo/> <https://socialpress.pl/2019/01/konsekwencje-prawne-hejtu-w-sieci-i-social-media>



1. Zaakceptuj rzeczywistość
2. Bądź łagodny i miły dla siebie
3. W rozmowach odnoś się do faktów, a nie ocen.
4. Analizuj swoje emocje
5. Daj sobie przestrzeń na brak odpowiedzi, ciszę.
6. Poczucie własnej wartości
7. Posiadanie alternatyw
8. Przyjaciele / bliscy / nauczyciele / organizacje / policja



- <http://www.przytulhejtera.pl/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=c-220ALw7s>
- <https://sektor3-0.pl/blog/hejt-a-media-spoleszczeniowe/>
- <https://jellinek.pl/pl/hejt-na-fanpage-u-jak-sobie-z-nim-radzic.html>
- Trochę o fake newsach:
<https://annamiotk.pl/fake-news-jak-rozpoznać-nie-daj-sie-nabrać/>
- <https://businessinsider.com.pl/technologie/digital-poland/fake-newsy-jak-odróżnić-prawdę-od-klamstwa/y32t33d>



Przemoc seksualna

Dobry poradnik - sextortion - jak reagować?

<https://dyzurnet.pl/baza-wiedzy/jestes-ofiara-sextortion-otrzymaj-pomoc.html>

<https://plblog.kaspersky.com/sextortion/5213/>

Linki od niebezpiecznika: <https://niebezpiecznik.pl/tag/sextortion/>

Przy okazji szantażu - jak sprawdzić czy dane wyciekły?

<https://blog.az.pl/twoje-konto-zostalo-zhackowane-wiadomosci-email-od-szantazysty-ktory-zada-wplaty-300/>

<https://www.nationalcrimeagency.gov.uk/what-we-do/crime-threats/kidnap-and-extortion/sextortion-webcam-blackmail> - kolejny poradnik



Wideo-poradniki

- https://youtu.be/tO_jTPWAr58 Protect Yourself Against #Sextortion - National Crime Agency
- https://www.youtube.com/watch?v=vJgyAf_gXBg How to spot a sextortion cam?

Różne w temacie

- <https://wirtualnyznaczyrealny.interia.pl/news-jak-reagowac-na-przemoc-seksualna-wzgledem-dziecka-w-sieci,nId,3279737>
- <https://feminoteka.pl/cyberprzemoc-to-tez-przemoc-plec-i-siec-enter/>
- <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/wykorzystywanie-dzieci-w-internecie-dramatycznie-rosnie,865823.html>
- <https://www.uzaleznieniabehawioralne.pl/seksolizm/sexting-nie-tylko-w-hollywood/>
- <https://www.newsweek.pl/polska/sexting-wsrod-nastolatkow-newsweekpl/z5fxwky>
- <https://www.prawo.pl/prawnicy-sady/sexting-wsrod-nastolatkow-opinia-malgorzaty-skorzewskej-amberg,462869.html>



#21

STUDIUM PRZYPADKU



Case study:



NAKIELNY

KAWA | WYPIEKI

CELE BIZNESOWE:

- Launch nowej sieci gastronomicznej w Krakowie

CELE KOMUNIKACYJNE:

- Start i **wypozycjonowanie** marki Nakielny
- Budowa oraz utrzymanie **pozytywnego wizerunku** marki Nakielny
- Dotarcie z odpowiednim komunikatem marki do **4 wyróżnionych grup docelowych**

CELE W SOCIAL MEDIA:

- Zbudowanie **społeczności** wokół marki
- Budowa i utrzymanie **zaangażowania Fanów** na poziomie min. 10% - optymalnie 15%
- Prezentacja **najważniejszych wartości** marki
- Zwiększenie rozpoznawalności marki w kanałach społecznościowych poprzez hashtag **#nakielny** (UGC)



**STUDENTKI LUBIĄ SPĘDZAĆ SWÓJ WOLNY
CZAS W KAWIARNIACH**

A woman with wavy brown hair, wearing a white t-shirt, is seated at a table in a cafe. She is holding a white coffee cup to her lips with her right hand and looking out a window with white blinds. The scene is lit with warm, natural light from the window. In the foreground, a white teapot and a bowl of food are partially visible on the table.

KAWIARNIE TO MIEJSCA, W KTÓRYCH
CHĘTNIE ODPOCZYWAMY W MIEŚCIE

GRUPA DOCELOWA (SEGMENTACJA):

- **Studenci**
 - dobre miejsce na spotkanie z przyjaciółmi
 - warto „wpaść” w przerwie między zajęciami
 - oferta „na wynos”
- **Przedsiębiorcy/freelancerzy**
 - miejsce dobre na odpoczynek w trakcie i po pracy
 - oferta „na wynos”
- **Ludzie o średnim/wyższym statusie materialnym**
 - miejsce typu premium
 - efektowne wypieki butikowe
 - miejsce spotkań z przyjaciółmi i rodziną
- **Osoby zamieszkałe w okolicy lokali**

przystan
w nowym
semestrze



przystan
po pracy



przystan
dla biznesu



BIG IDEA:

Marka Nakielny pozwala **odpocząć od
męczącego środowiska życia.**

Esencją marki Nakielny jest jej claim:

Przysiąć i odpocznij

REALIZACJA:

Komunikacja marki Nakielny skupia się na dostarczeniu odbiorcom argumentów, które przekonają ich, że jest to **wyjątkowe miejsce**, w którym odpoczniesz od trudów i zregenerujesz siły.

PRZEŁOŻENIE INSIGHTÓW STRATEGICZNYCH NA SOCIAL MEDIA



Nakielny
Polub stronę · 16 listopad 2016 ·

Nakielny to wspaniałe miejsce na spotkanie z przyjacielem.
Z kim wybralibyście się do naszej kawiarni? 😊

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

25 · Chronologicznie

Ania Pastuszka Michał Polak ❤️
Lubię to! · Odpowiedz · 2 · 16 listopad 2016 o 22:33
↳ 1 odpowiedź

Edyta Pawłowicz Marysia Mery Kot
Lubię to! · Odpowiedz · 1 · 17 listopad 2016 o 01:26

Żaneta Kisiel Magda Kościelniak, zapraszam 😊
Lubię to! · Odpowiedz · 2 · 17 listopad 2016 o 10:20
↳ 1 odpowiedź

Kala Antończyk Edzia MK ?
Lubię to! · Odpowiedz · 3 · 17 listopad 2016 o 13:56

Ola Fijałkowska Alicja Pleśniarska Małgorzata Pacura tak wybieram się
Lubię to! · Odpowiedz · 1 · 18 listopad 2016 o 06:57

Anna Janik Żaneta Grabowska ❤️
Lubię to! · Odpowiedz · 1 · 24 listopad 2016 o 06:17
↳ 1 odpowiedź

Napisz komentarz...

1. Prezentacja produktów:

 **Nakielny**
November 8 at 6:41pm · 🌐

Próbowaliście już naszego wyjątkowego, pistacjowego ptysia? 😊



Like Comment Share

 Karolina Przybylska, Karolina Pluskota and 44 others

Chronological



 **nakielny.kawiarnia**
Kraków, Poland

Liczba polubień: 62

5 tyg.

nakielny.kawiarnia #Śniadanie Mistrzów!
Przystań na maślanego #croissant z
dżemem żurawinowym i miodem 🍯 😊
Pamiętajcie o naszym konkursie, w którym
można wygrać voucher o wartości 50 zł na
nasze produkty! Więcej informacji na
Facebooku 📍 #nakielny #nakielnykawa
#nakielnykawiarnia #nakielnywypieki
#instaplace #instacafe #breakfast #kawa
#coffee #kawiarnia #cafe #cake #yummy
#krakow #kraków #bonarka #basztowa

 Dodaj komentarz...



2. Prezentacja atmosfery panującej w kawiarni:

 **Nakielny**
October 27 · 🌐

Odwiedź nas w Bonarka City Center 😊



**Przystań
i odpocznij.**

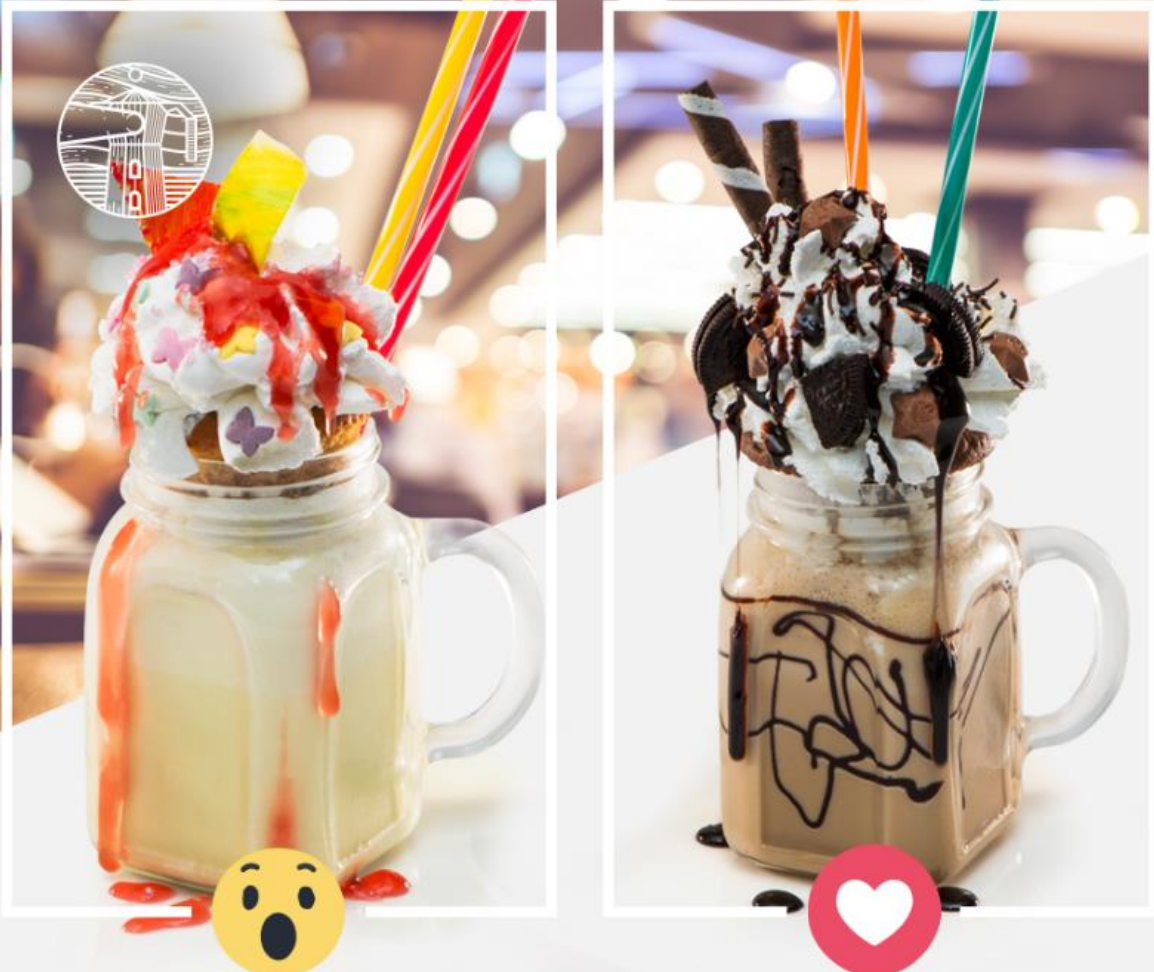
👍 Like 💬 Comment ➦ Share

👤 Karolina Pluskota and 21 others

Chronological ▾



3. Aktywizacja Fanów:



The image displays two milkshakes in glass mugs. The left milkshake is topped with whipped cream, fruit, and a red sauce drizzle, with a surprised face emoji (😱) overlaid at the bottom. The right milkshake is topped with whipped cream, chocolate sauce, and Oreo cookies, with a heart emoji (❤️) overlaid at the bottom. A circular logo is visible in the top left corner of the left image.

Nakielny
Polub stronę · 26 październik 2016 · 🌐

Który z naszych przepysznych shake'ów spróbujecie jako pierwszy? Głosujcie! 😊 😊 😊

👍 Lubię to! 💬 Komentarze ➦ Udostępnij 📷

👍 🗳️ 59 Chronologicznie

Zobacz więcej komentarzy (2)

Kinga Jarosz Anna Jakik liczę na takiego! ;D ❤️
Lubię to! · Odpowiedz · 👍 2 · 26 październik 2016 o 19:23
↳ 3 odpowiedzi

Roksana Balicka Patrycja Antolak
Lubię to! · Odpowiedz · 👍 1 · 26 październik 2016 o 22:29
↳ 3 odpowiedzi

Patrycja Maluty Justyna Janus
Lubię to! · Odpowiedz · 👍 1 · 27 październik 2016 o 00:12
↳ 1 odpowiedź

Marta Grzegorska Ja już próbowałam 😊 Po zjedzeniu rozważałam czy umrzeć bo za słodko czy jeszcze poprawić ciasteczkami bo dobre 😊
Lubię to! · Odpowiedz · 👍 2 · 27 październik 2016 o 08:03
↳ Wyświetl wcześniejsze odpowiedzi

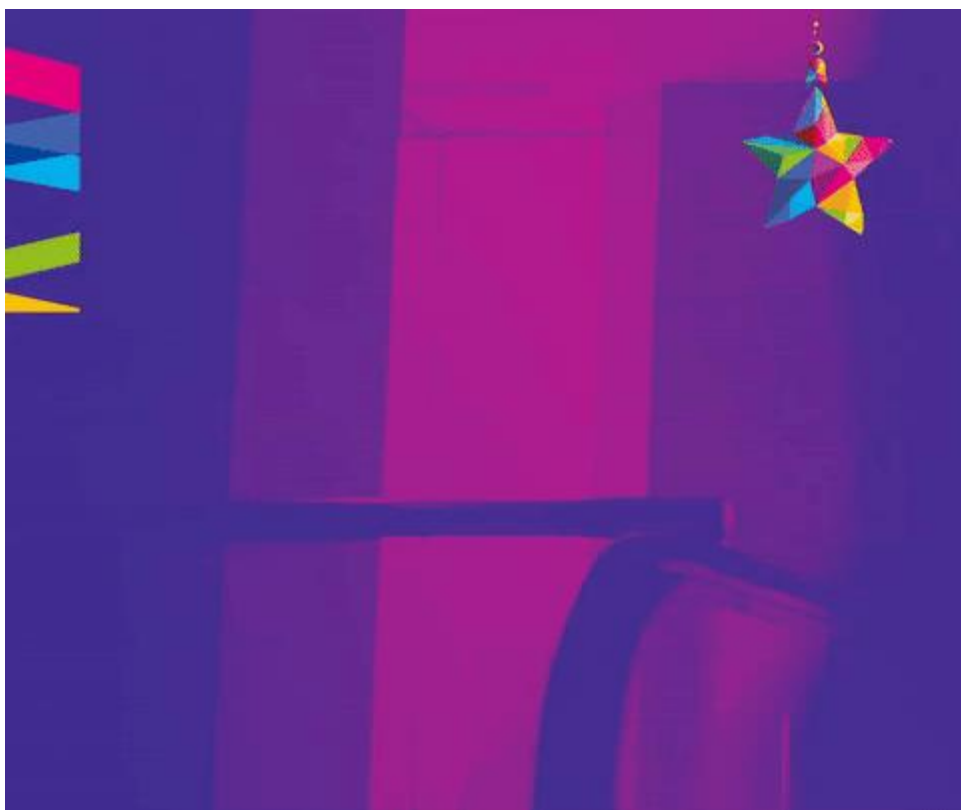
Nakielny
😄
Lubię to! · Odpowiedz · 👍 1 · 27


Napisz komentarz...

Case study:




POSTY ZACZEPNE




 **Grażyna Wardzyńska** Piotrkowska bez śniegu ujdzie w łok, góry nie, więc dziękujemy, ten śnieg pięknie wygląda u was.

Unlike · Reply · Message ·  20 · December 15 at 4:35pm

 **Małopolska** Ładnie powiedziane 😊 Pozdrawiamy i życzymy Wesołych Świąt! 😊

Like · Reply ·  5 · December 15 at 4:38pm


[View more replies](#)

 **Joanna Kempko** Pięknie dziękujemy 😊 Życzę Wam zdrowych, spokojnych, ale jednocześnie radosnych Świąt Bożego Narodzenia.



Unlike · Reply · Message ·  3 · December 15 at 11:38pm · Edited

 **Małopolska** Dziękujemy za życzenia i Wesołych Świąt! 😊

Like · Reply ·  1 · December 16 at 7:41am

 **Dorota Tybinkowska** A My na to , jak na lato !!!


Unlike · Reply · Message ·  5 · December 15 at 2:21pm

 **Małopolska** 😊


Like · Reply ·  1 · December 15 at 2:23pm

 **Zygmunt Płuciennik** A jak go oddamy na wiosnę ? 😊


Unlike · Reply · Message ·  4 · December 15 at 1:40pm

 **Małopolska** Jakoś się rozliczymy 😊


Like · Reply ·  1 · December 15 at 1:51pm

 **Wiktoria Czarnecka** Łódź tęskni za Małopolską! 😊

Unlike · Reply · Message ·  1 · December 16 at 2:05pm

 **Grażyna Kordyjarek** A My Wam Śniadanie Na Trawie 😊 😊 😊

Unlike · Reply · Message ·  2 · December 15 at 4:32pm

 **Beata Skrzypczyk** Niech spoczywa na Kasprowym :)Pietryna zasypana śniegiem wcale taka urokliwa nie jest 😊

Like · Reply · Message ·  1 · December 15 at 6:10pm

POSTY ZACZEPNE

Małopolska (PL, GB - polski, DE - polski, ...)
Autor: Social Frame [?] · 15 grudnia 2016 o 13:11 · 🌲🌟

Uwaga mieszkańcy Stolicy, ta wiadomość jest dla Was 🌲🌟

wiele nas dzieli...

Odbiorcy: 80 586

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

👍👎🗨️ 646 · Najpopularniejsze komentarze ▾

60 ponownych udostępnień · 43 komentarzy

Małopolska (PL, GB - polski, DE - polski, ...)
Autor: Social Frame [?] · 15 grudnia 2016 o 13:30 · 🌲🌟

Ważna informacja dla mieszkańców Wrocławia 🌲🌟

krasnołudki nie zdążyły przygotować świąt?

Odbiorcy: 41 645

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

👍👎🗨️ 87 · Najpopularniejsze komentarze *

12 ponownych udostępnień · 10 komentarzy

Małopolska (PL, GB - polski, DE - polski, ...)
Autor: Social Frame [?] · 15 grudnia 2016 o 12:22 · 🌲🌟

Uwaga mieszkańcy Trójmiasta! Mamy dla Was ważny komunikat 🌲🌟

morze Ci się nudzi?

Odbiorcy: 31 712

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

👍👎🗨️ 106 · Najpopularniejsze komentarze *

2 ponowne udostępnienia · 20 komentarzy

ZAŁOŻENIA:

- + Małopolska - najsilniejsza marka regionalna na Facebooku
- + przygotowywany materiał wideo ma być częścią kampanii świątecznej "Poczuj ducha świąt. Małopolska - tu mieszka szczęście".
- + materiały mają być zaprojektowane do dystrybucji w mediach społecznościowych i Internecie

ODKRYWANIE:

- + wielka popularność materiałów wideo typu pranks i flashmob
- + Święta jako czas dobroci, dobrego słowa, dobrych uczynków, pozytywnych emocji
- + pozytywny nurt Random Acts of Kindness - pula uczuć bardzo zbliżona do świątecznych
- + Małopolska - tradycja jest ważnym elementem komunikowanym przez region

KONCEPT + PLANOWANIE:

Seria świątecznych materiałów wideo bazująca na mechanikach typu pranki/flashmob i prezentująca akcje i sytuacje, które udowadniają, że w Małopolsce "mieszka szczęście".

Materiał 1 – W Małopolsce Mikołaj jeździ koleją!

 **Małopolska**
9 gru 2016 06:02 pm CET

🎄 ✨ Ponury dzień? Poznajcie małopolską receptę na poprawę humoru! Zobaczcie filmik! 🎄 ✨



Poczuj Ducha Świąt - W Małopolsce Mikołaj jeździ koleją!

👍 1405 ❤️ 211 😊 40 😱 4 😞 0 😡 0

Reactions 1 660 Comments 72 Shares 235

Link do video -> <https://www.facebook.com/lubiemalopolske/videos/1349686178428407/>



Materiał 2 – Tajemnicze prezenty!



Małopolska

15 gru 2016 02:42 pm CET



Tajemnicze prezenty trafiły w ręce przechodniów na krakowskim Rynku Głównym. Co znajduje się w środku? Zobaczcie filmik :) 🌲



Poczuj Ducha Święt - Tajemnicze prezenty!

👍 2416 ❤️ 346 😄 17 😱 3 😞 1 😡 0

Reactions
2 783

Comments
85

Shares
403

Link do video -> <https://www.facebook.com/lubiemalopolske/videos/1357086981021660/>



Materiał 3 – Flashmob - kolędy

 **Małopolska**
22 gru 2016 06:29 pm CET 

Duch Święt potrafi zaskakiwać. Na pewnym przystanku postanowił pojawić się w wyjątkowy sposób. Zobaczcie! ;) 🎄 ✨
#poczujduchaszwiat #malopolskatumieszkaszczenie



Poczuj Ducha Święt - Kolędowanie! :)

 7256  1101  73  8  1  3

Reactions 8 442 Comments 362 Shares 1 960

Link do video -> <https://www.facebook.com/lubiemalopolske/videos/1367315846665440/>

PODSUMOWANIE (VIDEO):

3,085 mln odsłon postów z filmami

1,588 mln osób zobaczyło post z filmami

710 tys. razy odtworzono filmy

600 tys. osób odtworzyło filmy

PODSUMOWANIE (ZAANGAŻOWANIE):

99 tys. liczba kliknięć w post

18 tys. polubień

2 662 udostępnień

837 komentarzy



Anna Maria Stanisława Wesółych Świąt Bożego Narodzenia :):) Ludzie są szczęśliwi to najważniejsze 😊 Dużo zdrowia

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 1 · 16 grudnia 2016 o 04:55



Małopolska Dziękujemy za życzenia, także życzymy Wesółych Świąt!



Lubię to! · Odpowiedz · 👍 1 · 16 grudnia 2016 o 08:52



Ewa Szpilczyńska Piękna akcja, pobeczalam sie ze wzruszenia!

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 11 · 15 grudnia 2016 o 15:15



Małopolska Wesółych Świąt! 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 2 · 15 grudnia 2016 o 15:25

👉 Pokaż więcej odpowiedzi



Sebastian Kopiec Kolejna fajna akcja po mikołaju w pociągu! Super pomysł!

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 5 · 15 grudnia 2016 o 14:56



Małopolska Dzięki za miłe słowa. Wesółych Świąt! 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 15 grudnia 2016 o 15:00



Paulina Kasalka Jakie świetne! I jaka radość 😊 super 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 9 · 15 grudnia 2016 o 14:49



Małopolska



Lubię to! · Odpowiedz · 👍 2 · 15 grudnia 2016 o 15:00



Paweł Kłaput super akcja!!! 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 👍 1 · 19 grudnia 2016 o 15:01



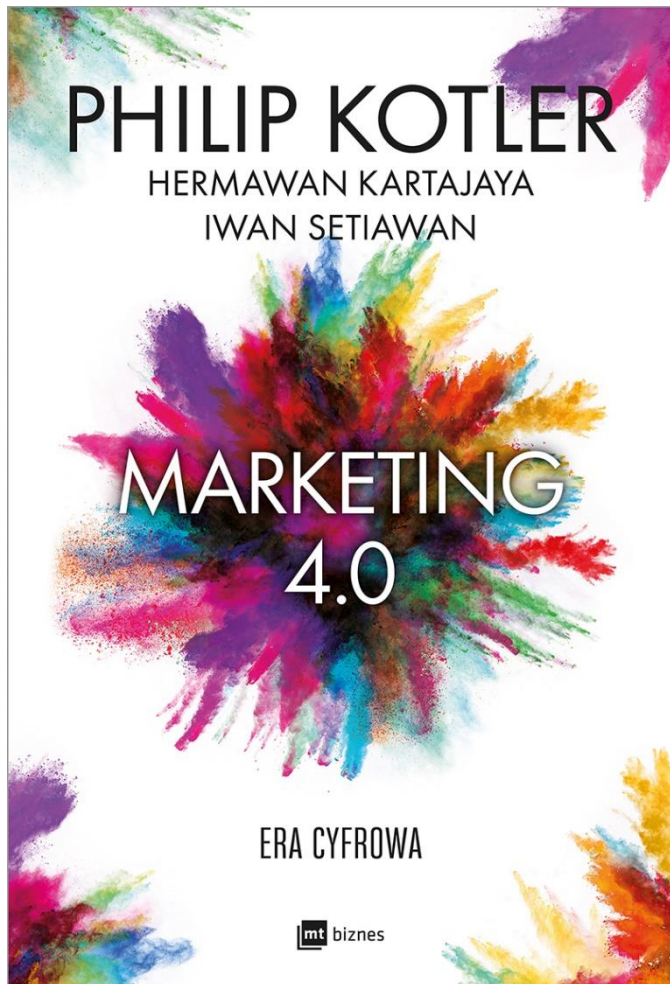
Małopolska



BONUS

POLECANE KSIĄŻKI





Wykorzystaj potencjał drzemiący w serwisach społecznościowych!

JAK ZARABIAĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Rozwijaj firmę dzięki
nowoczesnym narzędziom marketingowym

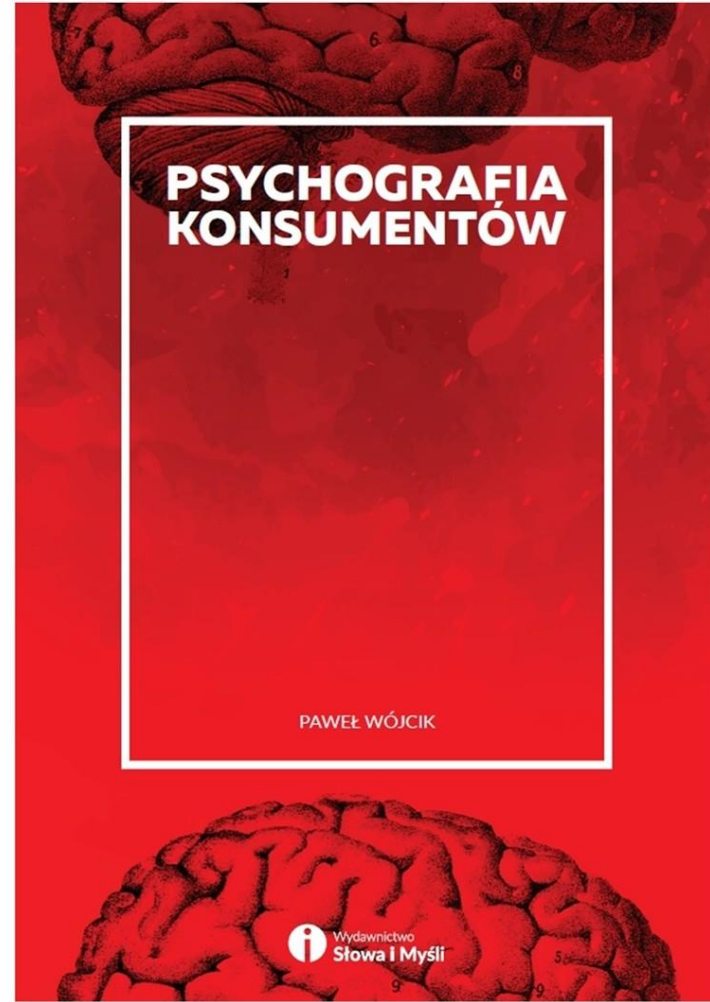


Jamie Turner

Reshma Shah

Wydanie II

one POWER

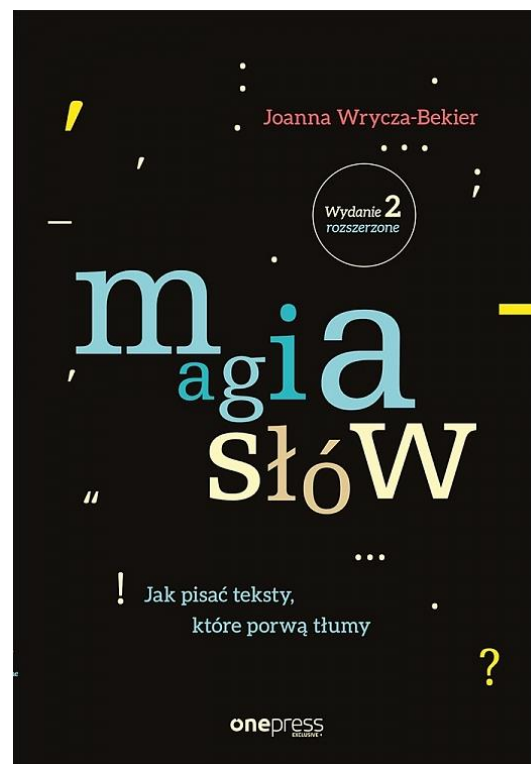
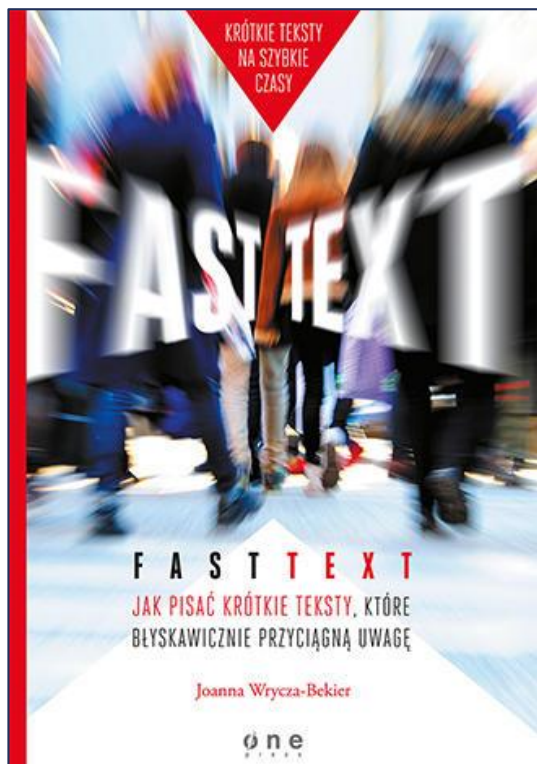


PSYCHOGRAFIA KONSUMENTÓW

PAWEŁ WÓJCIK

Wydawnictwo
Słowa i Myśli





sensus

DALE CARNEGIE

Autor bestsellera

Jak pokonać zmartwienia i poradzić sobie ze stresem

JAK TWORZYĆ DOSKONAŁE RELACJE

Zdobądź zaufanie i wpływaj na ludzi



DALE
CARNEGIE
& ASSOCIATES

JAK ZDOBYĆ
PRZYJACIOŁ
I ZJEDNAĆ
SOBIE LUDZI
W EPOCE CYFROWEJ

WYDAWNICTWO
Studio
Emka

MICHAŁ SZAFRAŃSKI

Autor bestsellera „Finansowy ninja”

ZAUFAŃIE

CZYLI

WALUTA PRZYSZŁOŚCI

MOJA DROGA OD ZERA
DO 7 MILIONÓW Z BLOGA





Adrian Gamoń

Brand Experience & Communication
Strategist

Co-Founder & Business Partner
Option 360 Agency

+48 511 153 666

contact@adriangamon.com

www.adriangamon.com