

# TABELA POSTĘPÓW

### Jak korzystać z tabeli postępów

Ta tabela to Twoje narzędzie do śledzenia rozwoju, utrzymywania tempa i budowania nawyków. Pomaga nie tylko „odhaczać” wykonane zadania, ale też zatrzymać się i pomyśleć, co działa, co wymaga poprawy, co sprawia Ci przyjemność, a co frustruje.

Krok po kroku:

1. Codziennie otwieraj tabelę – rano przeczytaj, co jest do zrobienia, a wieczorem wróć i uzupełnij.
2. W kolumnie „Data” wpisz dzień, w którym wykonałaś dane zadanie (nie musi to być dokładnie dzień 1, 2, 3 itd. – idź swoim tempem).
3. Zaznacz ✓ „Wykonane?” – możesz wpisać „tak”, postawić znak X lub ✓ – ważne, żebyś widziała swój progres.
4. W „Notatkach / refleksji” wpisz krótko:
  - o co było łatwe/trudne,
  - o co zrobiłaś inaczej niż zaplanowano,
  - o co z tego zadania chcesz wdrożyć na stałe,
  - o czego nie chcesz więcej robić.
5. Nie musisz robić po kolei – jeśli któreś zadanie bardziej Cię pociąga, zacznij od niego. Ta tabela ma wspierać, nie ograniczać.
6. Zachowaj ją na później – po 30 dniach będziesz mieć świetny materiał do analizy i aktualizacji swojej strategii.

To miejsce nie służy ocenie, ale świadomemu rozwojowi i budowaniu pewności siebie. Jeśli przez kilka dni nic nie wypełniasz – wróć spokojnie, bez wyrzutów. To Ty ustalasz tempo.



## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

| Data | Zadanie główne                                         | ✓ Wykonane? | Notatki / refleksje |
|------|--------------------------------------------------------|-------------|---------------------|
| 1    | Określenie celu obecności w SM                         |             |                     |
| 2    | Wybór jednej marki (swojej lub klienta) do ćwiczeń     |             |                     |
| 3    | Stworzenie mini opisu marki i jej wyróżników           |             |                     |
| 4    | Określenie grupy docelowej i języka komunikacji        |             |                     |
| 5    | Wybór platform i analiza ich potencjału                |             |                     |
| 6    | Ustalenie celów komunikacyjnych (np. sprzedaż, zasięg) |             |                     |
| 7    | Rozpisanie 3 filarów komunikacji                       |             |                     |
| 8    | Stworzenie listy pomysłów na posty                     |             |                     |
| 9    | Napisanie 3 przykładowych postów                       |             |                     |
| 10   | Zaplanowanie postów na 7 dni                           |             |                     |



## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

| Data | Zadanie główne                                         | ✓ Wykonane? | Notatki / refleksje |
|------|--------------------------------------------------------|-------------|---------------------|
| 11   | Wybór narzędzi (planery, Canva, banki zdjęć itd.)      |             |                     |
| 12   | Organizacja plików i folderów (nazwa marki, daty)      |             |                     |
| 13   | Ustalenie rutyny pracy (kiedy, jak długo, jak często)  |             |                     |
| 14   | Stworzenie szablonu posta (tekst + grafika)            |             |                     |
| 15   | Przygotowanie podstawowego bio i zdjęcia profilowego   |             |                     |
| 16   | Opisanie swojej oferty (dla klientów)                  |             |                     |
| 17   | Stworzenie krótkiego portfolio                         |             |                     |
| 18   | Napisanie 2 wersji wiadomości do potencjalnego klienta |             |                     |
| 19   | Przemyslenie, z kim chcesz pracować (typ klienta)      |             |                     |
| 20   | Publikacja posta o tym, co robisz jako SMM             |             |                     |



## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

| Data | Zadanie główne                                    | ✓ Wykonane? | Notatki / refleksje |
|------|---------------------------------------------------|-------------|---------------------|
| 21   | Zbieranie statystyk z pierwszych publikacji       |             |                     |
| 22   | Porównanie 2 profili w tej samej branży           |             |                     |
| 23   | Analiza 1 dobrze działającego posta               |             |                     |
| 24   | Stworzenie własnego raportu (nawet prostego)      |             |                     |
| 25   | Wyciągnięcie 3 wniosków z dotychczasowych działań |             |                     |
| 26   | Ocena swojej pracy: co działa, co nie działa      |             |                     |
| 27   | Aktualizacja strategii lub planu treści           |             |                     |
| 28   | Określenie celów na kolejne 30 dni                |             |                     |
| 29   | Zapisanie 3 rzeczy, których się nauczyłaś         |             |                     |
| 30   | Świętowanie pierwszego miesiąca działania         |             |                     |



