

## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

**Każdy dzień to mały, konkretny krok. Możesz realizować plan codziennie lub w swoim tempie (np. 3 razy w tygodniu).**

## DNI 1–5: FUNDAMENTY I STRATEGIA

Dzień 1 – Zdefiniuj swoją rolę: czy prowadzisz własne profile, czy zaczynasz z klientem?

## Dzień 2 – Spisz cele komunikacji: po co jesteś w social mediach?

Dzień 3 – Wypisz grupę docelową – kim są odbiorcy, co lubią, gdzie są aktywni?

Dzień 4 – Stwórz 3 filary tematyczne profilu.

Dzień 5 – Zrób audyt istniejących profili (swoich lub klienta): co działa, co przeszkadza?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

## DNI 6–10: TREŚCI I PLANOWANIE

Dzień 6 – Zbierz 10 pomysłów na posty w ramach Twoich filarów.

Dzień 7 – Napisz 3 szkice postów (tekst + propozycja grafiki lub zdjęcia).

## Dzień 8 – Zaplanuj tygodniowy harmonogram publikacji.

Dzień 9 – Przecwicz przygotowanie grafiki lub rolki w wybranym narzędziu.

Dzień 10 – Opublikuj pierwszy zaplanowany post.

[illegible]

## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

## DNI 11–15: OBSŁUGA PROFILU

Dzień 11 – Ustal swoje rytuały tygodniowe (np. planowanie postów w poniedziałki).

Dzień 12 – Sprawdź, jak działa konto firmowe (statystyki, uprawnienia, integracje).

Dzień 13 – Napisz odpowiedzi do najczęstszych wiadomości lub komentarzy.

Dzień 14 – Wprowadź prostą automatyzację (np. autoresponder na Messengerze).

Dzień 15 – Zrób podsumowanie 2 tygodni – co działało, co warto poprawić?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

## DNI 16–20: ROZWÓJ I WSPÓŁPRACA

Dzień 16 – Napisz mini bio lub opis usługi jako SMM.

Dzień 17 – Stwórz prostą ofertę współpracy – zakres działań, wycena, zasady.

Dzień 18 – Sprawdź grupy/portale z ogłoszeniami i zrób 1 post ofertowy.

Dzień 19 – Odezwij się do 3 potencjalnych osób/klientów z propozycją rozmowy.

## Dzień 20 – Przecwicz odpowiedź na pytanie „Czym się zajmujesz?”

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

## DNI 21–25: ANALIZA I REAKCJA

Dzień 21 – Sprawdź statystyki z 2 ostatnich tygodni (zasięgi, zaangażowanie).

Dzień 22 – Oceń, które typy treści najlepiej działają.

## Dzień 23 – Przemysł, czy coś trzeba zmienić w harmonogramie lub stylu.

Dzień 24 – Zrób jedną rzecz inaczej: forma, temat, CTA – i obserwuj wyniki.

## Dzień 25 – Ustal swój system raportowania: jak, co i kiedy śledzisz.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

## PLAN DZIAŁAŃ NA 30 DNI

## DNI 26–30: KONSERWACJA I DAŁSZY ROZWÓJ

Dzień 26 – Zrób porządek na profilu: aktualne opisy, story highlights, avatar.

Dzień 27 – Wybierz jeden obszar, w którym chcesz się podszkolić (np. Canva, Reels, reklamy).

Dzień 28 – Zrób 1 lekcję, tutorial lub ćwiczenie z wybranego tematu.

Dzień 29 – Spisz, co chcesz rozwijać dalej i jak – minimum 3 konkretne cele.

Dzień 30 – Napisz podsumowanie miesiąca. Co się udało? Co zaskoczyło?  
Co dalej?

[illegible]

