

STRATEGIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Podsumowanie, czyli czego się nauczyłaś

- Czym różni się planowanie treści od strategii działania w mediach społecznościowych.
- Jak określić realne i mierzalne cele obecności w SM (np. zwiększenie zapytań, zapisów na newsletter, rozpoznawalności).
- Jak opisać i zrozumieć swoją grupę docelową – nie tylko demograficznie, ale też przez potrzeby, wartości i problemy.
- Jak dobrać odpowiedni komunikat i format do wybranego celu i odbiorcy.
- Co to znaczy „filary komunikacji” i jak je ustawić, żeby prowadzić spójną i uporządkowaną komunikację.
- Jak wygląda prosty plan publikacji, który nie wymaga codziennego siedzenia w SM.
- Dlaczego strategia to proces – nie dokument do odhaczenia.



STRATEGIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Checklista - sprawdź co wiesz:

- ☐ Masz spisane 1–3 główne cele obecności Twojej marki w SM.
- ☐ Umiesz rozpoznać, które działania wspierają konkretny cel, a które tylko „ładnie wyglądają”.
- ☐ Potrafisz opisać swoją grupę docelową w 5 zdaniach (kim są, czego szukają, czego nie lubią, co ich zatrzymuje).
- ☐ Znasz min. 3 problemy lub pytania Twojej grupy, które możesz rozwiązać swoimi treściami.
- ☐ Masz wypisane swoje filary komunikacji (np. edukacja, kulisy pracy, opinie klientów, lifestyle).
- ☐ Wiesz, które formaty pasują do Twojej strategii (np. rolki, karuzele, live, posty tekstowe, relacje).
- ☐ Masz przemyślaną częstotliwość publikacji (np. 3x w tygodniu) dopasowaną do Twoich zasobów.
- ☐ Rozumiesz, że nie każdy post musi „sprzedawać” – część buduje relację lub zaufanie.
- ☐ Posiadasz prosty arkusz lub system do planowania treści (np. kalendarz, notes, szablon).
- ☐ Masz odwagę zmieniać strategię, gdy coś nie działa – bez poczucia porażki.
- ☐ Potrafisz podsumować w 3 zdaniach, jaka jest Twoja obecna strategia w SM.



STRATEGIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Zadanie do wykonania:

1. Wypisz swój główny cel na najbliższe 3 miesiące w SM.
2. Opisz grupę docelową – minimum 3 zdania. Nie tylko wiek/płeć, ale motywacje, problemy, wartości.
3. Ustal swoje 3–4 filary komunikacji. Przykład:
4. edukacja o moich usługach
5. kulisy mojej pracy
6. budowanie zaufania i wiarygodności
7. zaproszenia do współpracy
8. Wybierz 2 platformy i opisz: jakie treści będziesz tam publikować w ramach tych filarów.

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.

STRATEGIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Karta refleksji:

Uzupełnij poniższe zdania:

1. Moim głównym celem w SM jest...
2. Moja społeczność to osoby, które...
3. Chcę, by moja obecność w SM była...
4. Największą zmianą po tym module jest to, że...

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.

