

MARKA OSOBISTA W SOCIAL MEDIACH

-
- This image shows a blank 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 or other markings on the paper.

Co publikować, żeby budować markę osobistą?

1. Różnicuj treści – nie tylko edukacja i nie tylko oferta. Przydatne kategorie:
 - edukacyjne,
 - kulisy pracy,
 - refleksje i opinie,
 - rekomendacje,
 - historie o ludziach,
 - emocje i motywacje.
2. Nie zamieniaj profilu w katalog usług – pokaż człowieka, nie tylko ofertę.
3. Lepiej publikować rzadziej, ale z sensem – nie musisz być codziennie.
4. Pomaga tworzenie cykli: np. „poniedziałkowe refleksje”, „piątkowe kulisy”, „1x w miesiącu case study”.

Style komunikacji – wybierz swój sposób bycia w SM

- Możesz być np. ekspertką, edukatorką, mentorką, partnerką, twórczynią – nazwa nie ma znaczenia, jeśli czujesz, że to „Twoje”.
- Wybieraj styl, który jest zgodny z Tobą – nie tylko z algorytmem.
- Można łączyć cechy: być profesjonalną i ciepłą, konkretną i zabawną, merytoryczną i przystępną.
- Styl może się zmieniać – masz prawo go rozwijać, aktualizować i dostosowywać do siebie i swojej marki.

MARKA OSOBISTA W SOCIAL MEDIACH

Zrób szybki przegląd swojej obecności i stylu komunikacji:

- ☐ Potrafię opowiedzieć swoją historię bez nadęcia i autopromocji
- ☐ W moich treściach regularnie pojawia się moja droga, wartość, którą daję, oraz ludzie, z którymi pracuję lub dla których tworzę
- ☐ Publikuję treści z różnych kategorii, nie tylko sprzedażowe
- ☐ Unikam katalogu usług – pokazuję siebie jako człowieka
- ☐ Znam swój styl komunikacji – wiem, czy chcę być np. ciepła, rzeczowa, lekka
- ☐ Nie próbuję być kimś innym – jestem spójna z sobą
- ☐ Mam pomysł na cykle treści lub rytmy publikacji
- ☐ Pozwalam sobie zmieniać styl, jeśli dojrzewam lub zmienia się kontekst

[illegible]

