

Social Media w biznesie



**” Na całym świecie jest
około 4,2 miliarda
aktywnych użytkowników
mediów społecznościowych.**

Globalny raport Digital 2021

Podczas webinaru opowiemy między innymi o tym:

- Jak wygląda rynek Social Media dla biznesu
- Które kanały wybrać
- W jaki sposób zaplanować obecność Twojej firmy w Social Mediach
- Czy faktycznie Social Media sprzedają
- Jakich błędów unikać, by Twoja marka odnosiła sukces w internecie?

Webinar potrwa około 60 minut + sesja Q&A

Prowadzący



Kamila Kierzek-Mechło



CIM

The Chartered
Institute of Marketing



Radosław Mechło

DIMAQ[®]
digital marketing qualification



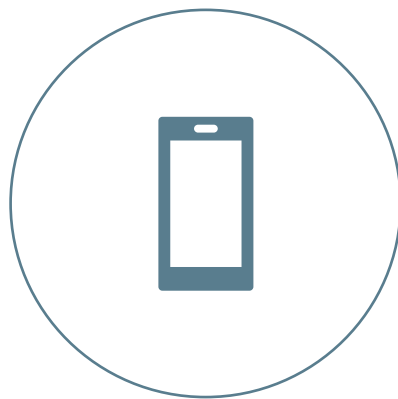
A conceptual image showing two men in business suits on a desolate, dark landscape under a cloudy sky. Three large, grey, rectangular pedestals are arranged in a row. The man on the left stands on the first pedestal, looking towards the right. The man on the right is captured mid-jump, carrying a briefcase, as he leaps over the gap between the second and third pedestals. The overall mood is one of ambition and progress.

Social Media w Polsce

Polska w internecie



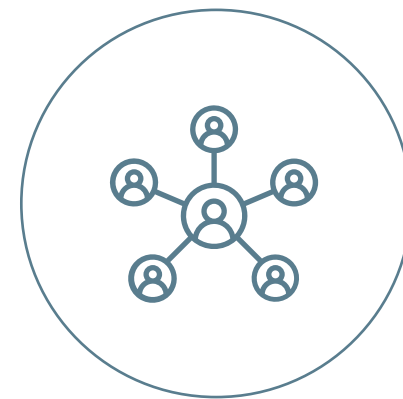
~38 mln
mieszkańców
<60% urbanizacji



52,76 miliona
urządzeń mobilnych
– 139,5% całej
populacji



31,97 miliona
użytkowników
Internetu
- 84,5% całej
populacji



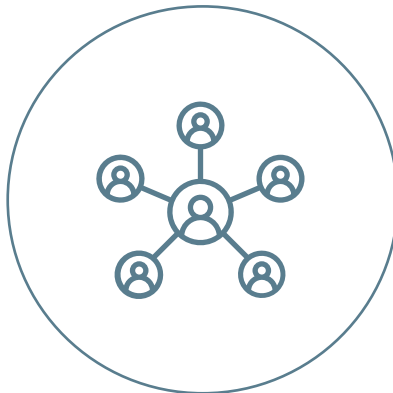
26,05 miliona
aktywnych
użytkowników social
media - 81,5% całej
populacji

Czas spędzony w Internecie i Social Mediach



6h 44m

Czas spędzony w internecie
na wszystkich urządzeniach



1h 59m

Czas spędzony na
korzystaniu z Social Mediów



Popularność kanałów Social Media w Polsce



26,8 mln, 23:45:00



14,48 mln, 15:52:03



26,05 mln, 17:21:56



13,04 mln, 0:55:57



15,89 mln, 4:32:20



6,59 mln, 0:13:22

- ✓ **Ponad połowa światowej populacji** korzysta z mediów społecznościowych.
- ✓ **Prawie 40% małych firm** używa reklam w mediach społecznościowych do generowania przychodów.
- ✓ Treść wizualna jest **40 razy chętniej** udostępniana.
- ✓ **Prawie 9 z 10 marek** korzysta z więcej niż jednego kanału mediów społecznościowych.
- ✓ **YouTube to druga** co do wielkości wyszukiwarka treści
- ✓ **100 milionów podań o pracę** jest publikowanych na LinkedIn co miesiąc.

” Zanim kupujący skontaktuje się po raz pierwszy ze sprzedawcą, może mieć już w 90% zakończony proces zakupu.

Forrester

” 77% kupujących w kanale B2B
nie skontaktuje się z handlowcem,
dopóki samodzielnie nie zrobi rozeznania
np. na blogu, stronie WWW, w social mediach.

Corporate Executive Board



Czy aktywność firm na Social Mediach jest odpowiedzią na potrzeby Klienta



Zdecydowanie TAK, ale...

- Social Media nie zastąpią innych aktywności;
- Kluczem do sukcesu jest strategia działań i egzekucja planu;
- Social Media to narzędzia, powinny wspierać ruch na WWW, a nie zastąpią go (model POEM);
- Social Media muszą być zaplanowane i realizowane z pomysłem.



Jak wybrać kanały komunikacji Social Media

Złe motywatory do aktywności SoMe

- ✗ Konkurencja już tam jest
- ✗ Żeby zadowolić szefa
- ✗ Bo musimy coś robić
- ✗ Bo musimy na coś wydać budżet
- ✗ Nie mamy innych pomysłów na komunikację
- ✗ Taka jest moda

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

Twój Klient, czyli kto?



- Kim jest Klient?
- Płeć
- Wiek
- Dochody
- Wykształcenie
- Zawód
- Stan cywilny



- Gdzie mieszka?
- Miasto czy wieś?
- Czy pracuje w innym miejscu?



- Jakie ma wartości?
- Co się dla niego liczy?
- Stosunek do rodziny
- Stosunek do zakupów
- Jaki styl życia prowadzi?

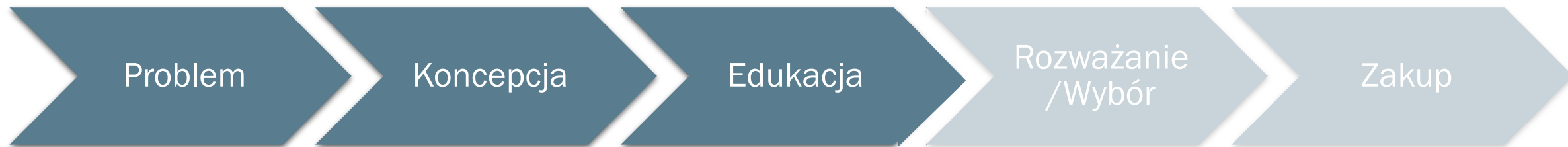


- Czy jest lojalny wobec marek?
- Jakie media konsumuje?
- Jakie lubi marki?
- Czy jest gadżeciarzem?

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;
- **Zrozum** ścieżkę zakupową Klienta oraz na jakim etapie tej ścieżki są Social Media;

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media



Wsparcie marketingu

Wsparcie sprzedaży

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;
- **Zrozum** ścieżkę zakupową Klienta oraz na jakim etapie tej ścieżki są Social Media;
- **Sprawdź** jego aktywność w poszczególnych mediach (Affinity Index);

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;
- **Zrozum** ścieżkę zakupową Klienta oraz na jakim etapie tej ścieżki są Social Media;
- **Sprawdź** jego aktywność w poszczególnych mediach (Affinity Index);
- **Zbuduj** strategię komunikacji;

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;
- **Zrozum** ścieżkę zakupową Klienta oraz na jakim etapie tej ścieżki są Social Media;
- **Sprawdź** jego aktywność w poszczególnych mediach (Affinity Index);
- **Zbuduj** strategię komunikacji;
- **Dobierz** kanały i ustal priorytety;

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;
- **Zrozum** ścieżkę zakupową Klienta oraz na jakim etapie tej ścieżki są Social Media;
- **Sprawdź** jego aktywność w poszczególnych mediach (Affinity Index);
- **Zbuduj** strategię komunikacji;
- **Dobierz** kanały i ustal priorytety;
- **Opracuj** plan;

Jak wybrać właściwe kanały komunikacji Social Media

- **Poznaj** swojego Klienta;
- **Zrozum** ścieżkę zakupową Klienta oraz na jakim etapie tej ścieżki są Social Media;
- **Sprawdź** jego aktywność w poszczególnych mediach (Affinity Index);
- **Zbuduj** strategię komunikacji;
- **Dobierz** kanały i ustal priorytety;
- **Opracuj** plan;
- **Przygotuj** komunikację na minimum 1 miesiąc do przodu!

A person in a white dress stands on a tall stack of books, looking through a telescope. A wooden ladder leans against the books. The background is a clear blue sky with a few birds.

Jak sprzedawać w Social Mediach

Jak sprzedawać w Social Mediach



Budowanie silnej marki

→ Inbound marketing, czyli Klient sam do nas przychodzi.

Social Selling

→ działania prospectingowe na kanałach Social Mediach, czyli to my podejmujemy próbę sprzedaży.

Reklamy

w Social mediach
→ płatna promocja.

”

*Którą formę
wybrać?*

Przykłady komunikacji na LinkedIn



Maciej Panek · 1.
CEO w PANEK CarSharing
Warszawa, Woj. Mazowieckie, Polska · [Informacje kontaktowe](#)
500+ kontakty
847 wspólnych kontaktów: Ania Jakubowski, Jacek Bielinski i 845 innych osób

[Wiadomość](#) [Wyświetl w Sales Navigator](#) [Więcej](#)



PANEK CarSharing
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

in Szukaj

Główna Moja sieć Oferty pracy Wiadomości Powiadomienia Ja Praca Sales Navigator



PANEK CarSharing
The Art of Sharing - 2500 aut w 100 miastach - skorzystaj z aplikacji i wynajmij samochód!
Produkcja części do pojazdów silnikowych - Warszawa, Mazowieckie - 2830 obserwujących

Maciej pracuje tutaj · 37 pracowników

[Obserwuj](#) [Odwiedź witrynę](#) [Więcej](#)

Główna O nas **Publikacje** Oferty pracy Osoby Informacje Video

[Wszystkie](#) [Zdjęcia](#) [Wideo](#) [Artykuły](#) [Dokumenty](#)

[Reklamy](#)

PANEK CarSharing
2830 obserwujących

Sortuj wg: Najpopularniejsze

PANEK CarSharing
2 830 obserwujących
1 · 1
Dzień Drogowca i Transportowca
Składamy najserdeczniejsze życzenia wszystkim pracownikom... zobacz więcej

SZEROKOŚCI NA TRASIE!

MAJÓWKA 2022

PANEK CarSharing
2 830 obserwujących
11 · 1
Zachęcamy do majówkowych podróży po Polsce Pankiem
Jedni z Was z pewnością wybiorą się góry, by podziwiać rodzaje... zobacz więcej

PANEK CarSharing
2 830 obserwujących
11 · 1
Zapraszamy na bezpłatne warsztaty BEZPIECZNE DZIECKO W SAMOCHODZIE organizowane przez Fundacja Motoryzacja Dzieciom

Promowana

Drive more leads
Read me if you want to drive more leads on LinkedIn

Design Thinking Course
Online certificate featuring world-class Harvard faculty and networking.

Open Hiring Borders
Hit your hiring targets faster with top talent in 150 countries worldwide.

Strony wyświetlane również przez innych

PANEK S.A.
Motoryzacja
1 510 obserwujących
1 kontakt pracuje tutaj
[+ Obserwuj](#)

Traficar
Transport, transport samochodowy, transport kolejowy
1 015 obserwujących
[+ Obserwuj](#)

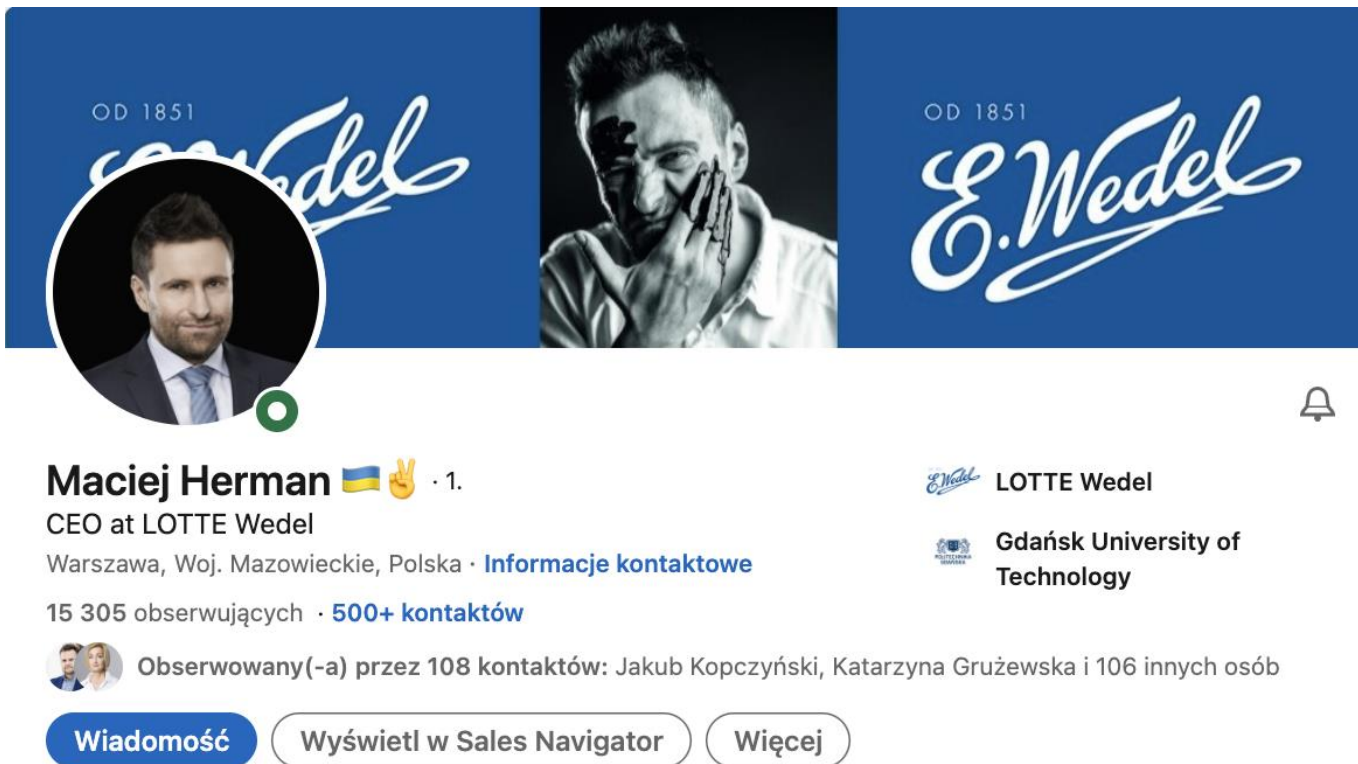
4mobility
Motoryzacja
616 obserwujących
[+ Obserwuj](#)

Zobacz wszystkie podobne strony

Kontakty, które tutaj pracują

Maciej Panek · 1.
CEO w PANEK CarSharing
[Wiadomość](#)

Przykłady komunikacji na LinkedIn

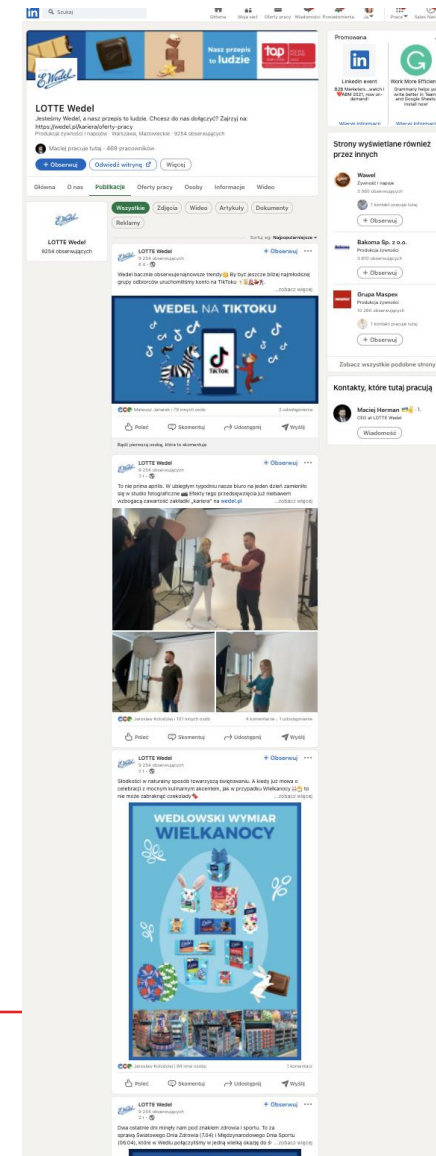


OD 1851

Maciej Herman 🇵🇱 🙌 · 1.
CEO at LOTTE Wedel
Warszawa, Woj. Mazowieckie, Polska · [Informacje kontaktowe](#)
15 305 obserwujących · 500+ kontaktów

Obserwowany(-a) przez 108 kontaktów: Jakub Kopczyński, Katarzyna Gruzewska i 106 innych osób

[Wiadomość](#) [Wyświetl w Sales Navigator](#) [Więcej](#)



LOTTE Wedel

LOTTE Wedel, a nasz produkt to kultura. Chcesz do nas dołączyć? Zapisz się tutaj.

WEDEL NA TIKTOKU

WEDŁOWSKI WYMIAR WIELKANOCY



Częste błędy w budowaniu marki w Social Mediach

1

Tworzenie kont „widmo”

2

Komunikacja niedostosowana do odbiorcy

3

Social Media prowadzone
bez planu i lajkowane
przez pracowników

4

Komunikacja poprzez zamknięte pytania

5

„Chciałbym zaprosić”

6

Nieciekawe
lub nieangażujące treści

7

Brak estetyki i błędy językowe

8

Kupowanie lajków

9

Sucha komunikacja

→ Social Media to nie firmowa
tablica ogłoszeń

10

Nachalna sprzedaż

A young girl in a white dress stands on a tall stack of books, looking through a telescope. A wooden ladder leans against the books. The background is a clear blue sky with a few birds flying. The text "Sesja Q&A" is overlaid in the center.

Sesja Q&A

Bezpłatne konsultacje marketingowe

Umów się na bezpłatną konsultację!

Podczas 30-minutowych, bezpłatnych konsultacji, przeprowadzimy wstępną analizę Twoich działań marketingowych i przedstawimy możliwość dalszych rozwiązań. Konsultacje dla firm powyżej 10 pracowników.

ZAMÓW KONSULTACJE



Szkolenia



Ze strategią łatwiej do celu

Weź udział w szkoleniu i naucz się jak w praktyczny sposób budować strategię marketingową.

Dwudniowe szkolenie
Formuła online
26-27 maja 2022



B2B marketing WORKs

Jak działa marketing B2B, czym się wyróżnia i jak wdrożyć go w Twojej firmie.

Jednodniowe szkolenie
Formuła online
17 maja 2022



Marketingowe wsparcie sprzedaży

Sprawdź szkolenie dzięki któremu nauczysz się wspierać sprzedaż w firmie poprzez działania marketingowe.

Jednodniowe szkolenie
Formuła online
24 maja 2022



Kamila Kierzek-Mechło
Dyrektor Zarządzający



533 980 420

kamila.kierzek-mechlo@buzzcenter.pl

Radosław Mechło
Dyrektor Operacyjny



508 003 369

radoslaw.mechlo@buzzcenter.pl



[BUZZcenter](#)



[buzzcenter.marketing](#)

BUZZcenter

strategiczne doradztwo marketingowe | +48 515 275 443 | kontakt@buzzcenter.pl | www.buzzcenter.pl