



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

Projekt SMM4WIN: „Umiejętności marketingu w mediach społecznościowych na rzecz wspierania integracji i zatrudnialności młodych osób niepełnosprawnych”, nr 2019-2-PL01-KA205-066133

Program szkoleniowy „SMM: Marketing w mediach społecznościowych” dla młodych osób niepełnosprawnych

Kurs na poziomie zaawansowanym

Temat 4 - Część 1

„Tworzenie treści do mediów społecznościowych”

Temat 4 Struktura

Część 1. Rola treści w SMM

Część 2. Strategia i planowanie

Część 3. Taktyki mediów

**społecznościowych w treści, segmentacja
według platformy**



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



CZĘŚĆ 1

Rola treści w SMM



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Rola treści marketingu społecznościowego

„Marketing społecznościowy eliminuje pośredników, zapewniając markom wyjątkową możliwość nawiązania bezpośrednich relacji z klientami”.



Bryan Weiner
CEO, Digital Agency 360i.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Czym jest marketing w mediach społecznościowych?

- Marketing w mediach społecznościowych to akcja **TWORZENIE TREŚCI** mająca na celu promowanie Twojej firmy i produktów na różnych platformach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram i Twitter.
- Twoje **UNIKALNE TREŚCI** powinny być dostosowane do konkretnej platformy, na której są udostępniane, aby pomóc Ci zwiększyć konwersje i zwiększyć świadomość marki.
- Marketing w mediach społecznościowych polega na dotarciu do grupy docelowej i klientów tam, gdzie się znajdują, oraz gdy wchodzi w interakcje społeczne ze sobą i Twoją marką.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Treść to rozwój biznesu!

- ❑ Marketing treści przynosi 3 razy więcej leadów niż tradycyjny marketing i kosztuje 62% mniej.
- ❑ Małe i średnie firmy korzystające z content marketingu uzyskują o 126% więcej leadów.
- ❑ 61% zakupów online jest bezpośrednim wynikiem czytania bloga przez klienta.
- ❑ Firmy, które publikują 16 postów na blogu miesięcznie, uzyskują 3,5 razy większy ruch niż te, które publikują cztery lub mniej postów miesięcznie.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



<https://blog.hubspot.com/>

Generowanie pomysłów na treści

- ❑ Twoje pomysły na treści napędzają Twoją pracę.
- ❑ Zabraknie Ci paliwa, a Twoje inicjatywy dotyczące treści utkną w martwym punkcie.
- ❑ Marketingowiec nie ma czasu na „dzień wolny”.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Kiedy tworzysz treść...

- ❑ dostarczasz swoim odbiorcom bezpłatne i przydatne informacje
- ❑ przyciąganie potencjalnych klientów do Twojej witryny
- ❑ utrzymanie dotychczasowych klientów poprzez zaangażowanie w jakość
- ❑ generowanie dużego ROI dla Twojej firmy



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



<https://blog.hubspot.com/>

Zrozumieć swoich odbiorców

❑ Określa:

a) z jakich platform mediów społecznościowych powinieneś korzystać,

b) jaki rodzaj treści cenią.

❑ Stwórz idealny profil klienta dla swojej firmy. Spróbuj utworzyć od dwóch do trzech profili dla typu klientów, do których prowadzi marketing Twoja firma.

Twój idealny profil klienta

Profil Klienta może obejmować:

- ❑ wiek, płeć, poziom wykształcenia,
- ❑ zawód, status związku,
- ❑ gdzie mieszkają, styl życia
- ❑ roczny dochód, hobby

- ❑ Bądź jak najbardziej konkretny, aby jak najlepiej zrozumieć, kim są Twoi idealni klienci. Ta taktyka pomaga tworzyć treści zgodne z ich potrzebami i wartościami. Nadaj im imiona i miej pod ręką te profile.

Sample Sally

BACKGROUND:

- Head of Human Resources
- Worked at the same company for 10 years; worked her way up from HR Associate
- Married with 2 children (10 and 8)

DEMOGRAPHICS:

- Skews female
- Age 30-45
- Dual HH Income: \$140,000
- Suburban

IDENTIFIERS:

- Calm demeanor
- Probably has an assistant screening calls
- Asks to receive collateral mailed/printed

BUYER PERSONA PROFILE

- Demographics or Firmographics
- Pain Points
- Values
- Research Habits
- Priorities
- Identifying Factors
- Psychographic Characteristics

Jak angażują się w treści w mediach społecznościowych?

- Twoje idealne profile klientów pomogą określić rodzaj treści, które najbardziej cenią i jak się z nimi angażują.
- Jeśli szukają coachingu, wypróbuj posty wideo
- Jeśli chcą treści, które mogą łatwo udostępnić swoim obserwującym, użyj pięknych wizualizacji lub cytatów
- Jeśli chcą być na bieżąco z Twoją najnowszą linią produktów, pokaż im zdjęcia produktów z tagiem produktu, który zabierze go prosto do Twojego sklepu



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



<https://blog.hubspot.com/>

Wymagania dotyczące treści

- ❑ **Znaczenie.** Najlepsza treść jest bardzo odpowiednia dla grupy docelowej. Odnosi się do ich bólu, szansy lub potrzeby. Chodzi o nich, nie o autora.
- ❑ **Nowość.** Wartość pochodzi z nowości. Treść powinna dodawać nowe spojrzenie lub perspektywę. Z pomocą badań, danych, studiów przypadku, wspólnych doświadczeń lub innych dowodów, każda forma treści może dodać wartość.
- ❑ **Dla wymagających.** Kiedy ludzie czytają, widzą lub doświadczają czegoś wartościowego, często chcą to wykorzystać. Czasami dzielą się nim z innymi członkami swojego zespołu. Czasami zmieniają cały swój model biznesowy. Tak czy inaczej, powinno być jasne, co ludzie mogą robić, gdy konsumują treści.



Sześć zasad tworzenia wiadomości: posty, artykuły i wywiady

1. Wszystkie wysiłki w zakresie komunikacji zawierają komunikaty – niezależnie od tego, czy są zamierzone, czy nie. Nawet cisza jest przesłaniem.
2. Nie przekazuj przypadkowych wiadomości; mieć podstawowy zestaw wiadomości i przejść do nich.
3. Komunikaty nie ograniczają się do słów i mogą być faktycznie anulowane przez komunikację niewerbalną, ton lub postawę.
4. Nie wszystkie wiadomości mają taki sam wpływ. Komunikaty emocjonalne eliminują komunikaty racjonalne.
5. Spraw, aby wiadomości były niezapomniane dzięki wizualizacji, prostocie i trafności.
6. Celem każdej rozmowy kwalifikacyjnej jest wykorzystanie pytań podczas rozmowy kwalifikacyjnej jako sposobu na przekazanie wiadomości. Jeśli pytania na rozmowie kwalifikacyjnej ci w tym pomogą, to świetnie.
Jeśli nie, po prostu musisz ciężiej pracować.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



slicecommunications.com

Najlepsze praktyki dotyczące korzystania niezależnie od kanału mediów społecznościowych

- Nigdy.** Błędem jest publikowanie treści tylko raz i myślenie, że zobaczą ją wszystkie osoby, które chcesz zobaczyć. Zamiast tego wybierz swoje treści i znajdź kilka interesujących sposobów na przyciągnięcie uwagi ludzi.
- Czasami z obrazem.** Nie przegap okazji, aby dołączyć obraz, kiedy możesz.
- Zwykle z wzmianką.** Inni ludzie mają znaczenie. Pomagają ci w biznesie, podsuwają dobre pomysły, łączą cię z jeszcze większą liczbą osób, mają ludzi którzy za nimi podążają. Jeśli to możliwe, @wzmianki o nich lub ich firmach w postach.
- Zawsze z linkiem i hashtagiem.** Każdy post na każdej platformie powinien zawierać link i co najmniej jeden hashtag. Hashtagi pomagają ludziom znajdować posty na tematy, które ich interesują.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



slicecommunications.com

Projektowanie stylu treści w mediach społecznościowych

- Aby zachować silną tożsamość marki, staraj się zachować spójność w rodzaju prezentowanych obrazów, używanej paletce kolorów i tonie głosu, który kryje się za podpisami.
- Projekt układu siatki naprzemiennie ciemnej i jasnej zawartości
- Określając, jakie kreatywne podejście należy zastosować do swoich treści, pamiętaj o odbiorcach i celach biznesowych. Może Twoje treści to głównie zdjęcia produktów, może to ludzie, miejsca, statystyki, cytaty lub filmy.
- Zawsze zadawaj sobie pytanie, czy moja publiczność znajdzie w tym wartość?

Jak projektować treści w mediach społecznościowych?

- Zrób to sam.** Pozyskuj obrazy, korzystając z bezpłatnych zdjęć stockowych z witryn internetowych, takich jak unsplash.com lub [RawPixel.com](https://rawpixel.com), i twórz wizualizacje za pomocą platform projektowych, takich jak Canva.
- Zatrudnij fotografa.** W zależności od strategii dotyczącej treści możesz zatrudnić fotografa, aby zrobił z Tobą sesję zdjęciową lub wykonał zdjęcia produktów.
- Zatrudnij grafika.** Tworzenie oryginalnych treści z własnych zdjęć lub zdjęć stockowych. Jeśli odpowiada to Twojej strategii dotyczącej treści, możesz rozważyć zatrudnienie grafika, który stworzy niestandardowe szablony postów w mediach społecznościowych, które możesz podłączyć i odtwarzać z własną treścią.
- Makiety fotograficzne.** Obraz do posta. Twórz niestandardowe treści do swojego kanału mediów społecznościowych, korzystając z makiet produktów.

10 najważniejszych umiejętności wymaganych od content marketera



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



2019, www.semrush.com

3 najlepsze umiejętności miękkie w marketingu treści

Top 3 Soft Skills in the Content Marketing Industry



We compared the number of mentions of a particular soft skill against the total number of Content Marketing job offers.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



2019, www.semrush.com

O autorze



Liudmyla Huliaieva

Associate Professor,
ACADEMY OF LABOUR, SOCIAL
RELATIONS AND TOURISM (Ukraine)
14 + Years' experience in teaching in leading
Ukrainian HEIs, consulting activities.
PhD (Economic Sciences).
glp2002@ukr.net



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union

