



JAK ZARZĄDZAĆ MARKĄ W INTERNECIE?

WARSZAWA - 12/05/2021



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.



INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY

*Jeśli jesteś dobry,
musisz poinformować o tym ludzi.
Jeśli jesteś świetny, inni zrobią to za Ciebie.*

BezMarketing

Działania długofalowe

*Social media to nie bieg sprinterski.
To maraton.*



Długoterminowa inwestycja

Followers



O co toczy się gra?

Uwaga / czas

Naszą konkurencją jest sen. Netflix

Bez ograniczeń wiekowych



Zamień kibiców na odbiorców.

Rozmowa, interakcja, czas

koMUnikujeMY



Wartość dodana komunikacji social media



Wiedza



Rozrywka



Backstage

3 filary komunikacji



Branding



Influencer marketing



Employer branding

Najpopularniejsze platformy social media



Facebook



Instagram



YouTube



Pinterest



Twitter



LinkedIn



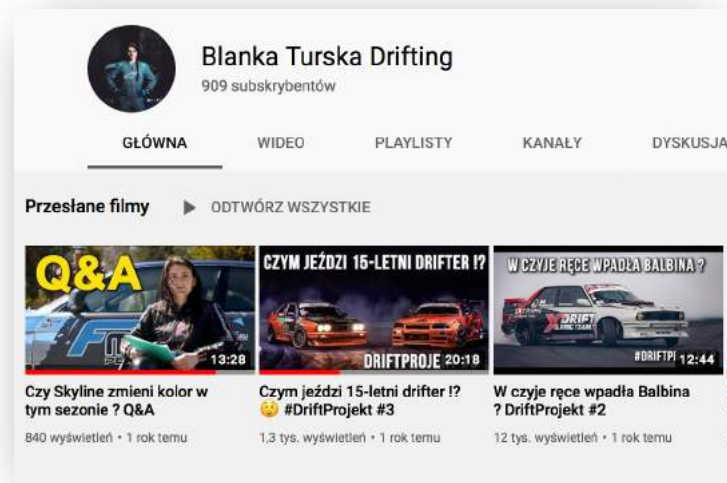
TikTok



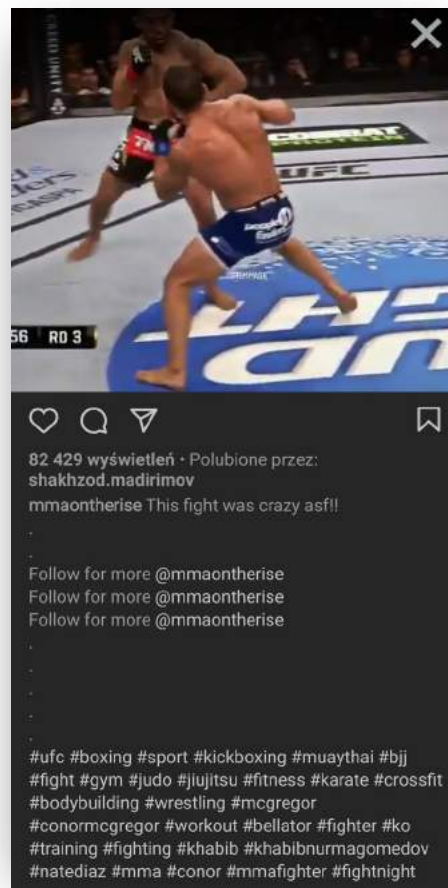
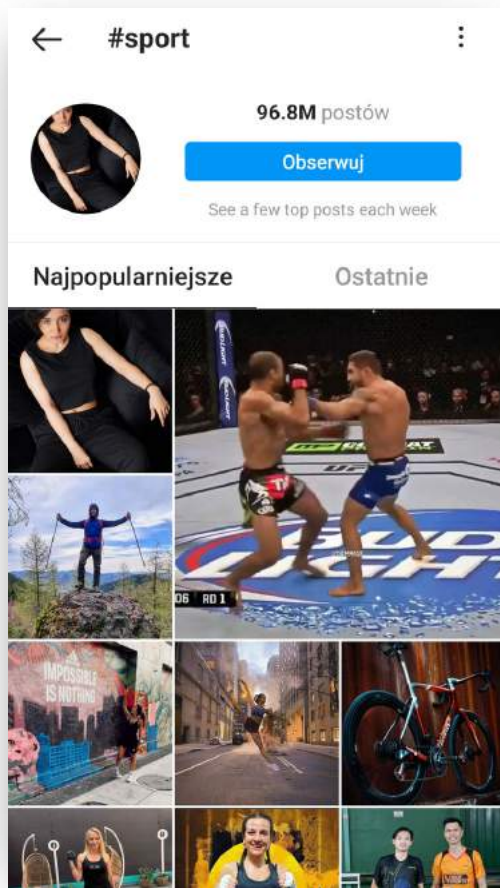
Spotify

Różne profile

Różna forma



Hashtag



Hashtag



#rywalizacja



#sport



#piłka

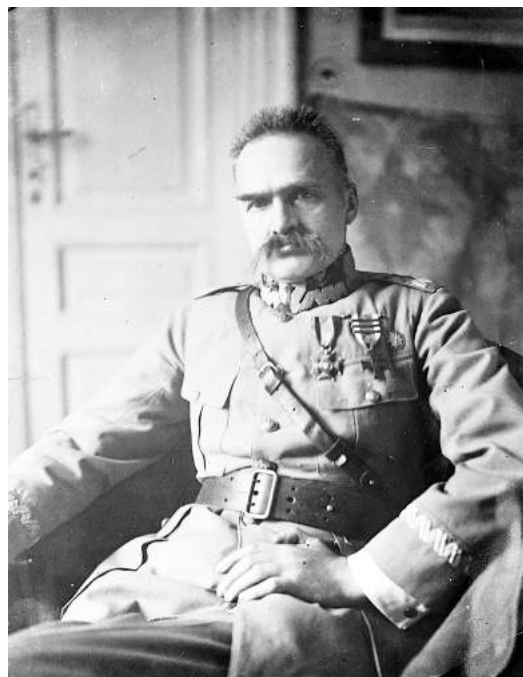


#lech

Hashtag #sanacja

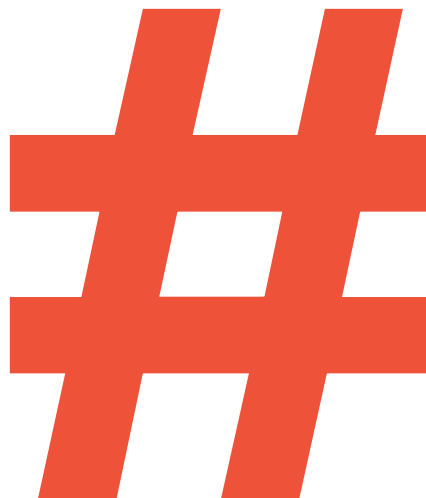


Sanacja – jamy ustnej



Sanacja – ruch polityczny

Własny hashtag



Hashtag

- ◆ Trendów w komunikacji **#online**
- ◆ Specyfiki konkretnych platform **#socialmedia**
- ◆ Podstaw projektowania **#graficznego**
- ◆ Obsługi aplikacji do tworzenia wizualnego **#contentu**
- ◆ Teorii archetypów w **#brandingu**

Przypominanie o innych profilach



Czas publikowania? Ilość publikacji?

16-24 nie interesują się piłką
Florentino Pérez



Czas publikowania? Ilość publikacji?

1. Kalendarz
2. Tematyczne dni
3. Działanie ad hoc





Tworzenie treści

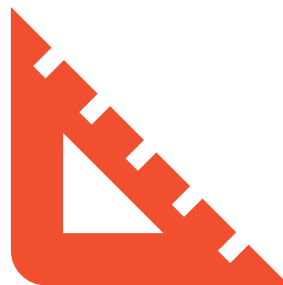
Content



Zawodnik



Pracownik

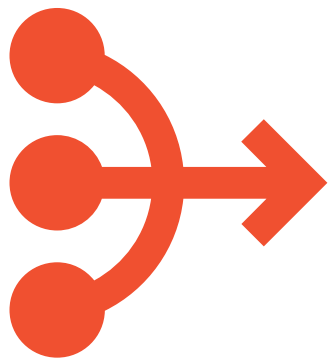


Agencja



Kibic

Dystrybuowanie treści wewnątrz organizacji



Przekazywanie



Dostęp



Wytyczne

Materiały dla odbiorców



Uporządkowana komunikacja online

STRATEGIA

1. Platformy
2. Formaty
3. Formy
4. Styl
5. Częstotliwość

PODZIAŁ PRACY

1. Organizacja
2. Podwykonawcy

WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI (KPI)

1. Nowe profile
2. Ilość obserwujących
3. Wartość wyświetleń
4. Reakcje i interakcje
5. Wzmianki w sieci
6. Sprzedaż



TRENDY I STRATEGIE KOMUNIKACJI

WARSZAWA - 12/05/2021



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.



INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY

Real time marketing (RTM) Facebook



Challenge

#GASZYNCHALLENGE

Corporate social responsibility (CSR)

Społeczna odpowiedzialność biznesu

1. Filantropia
2. Pomoc rzeczowa
3. Wsparcie merytoryczne
4. Kampania edukacyjna
5. Kampania informacyjna



User generated content (UGC)

Treści fanów

1. Udostępnianie
2. Pytanie o zgodę



MEM

Facebook



**NAJLEPSZE
DUETY STRZELECKIE
W EUROPIE:**

- 1. MESSI I GRIEZMANN**
40 BAMEK
- 2. ROBERT I LEWANDOWSKI**
39 BAMEK
- 3. KANE I SON**
38 BAMEK
- 4. LUKAKU I MARTINEZ**
37 BAMEK

MBAPPÉ I KEAN
37 BAMEK

Danke

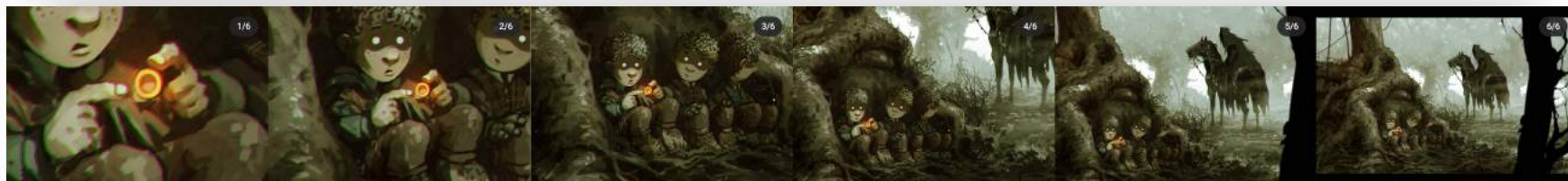
Karuzela na Instagramie

Treści poradnikowe



Karuzela na Instagramie

Odkrywanie całości



Karuzela na Instagramie

Zdjęcia stockowe



Poradnikowa infografika Pinterest



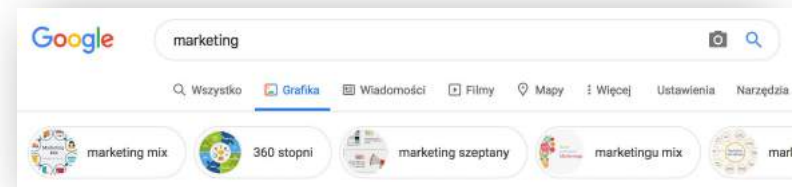
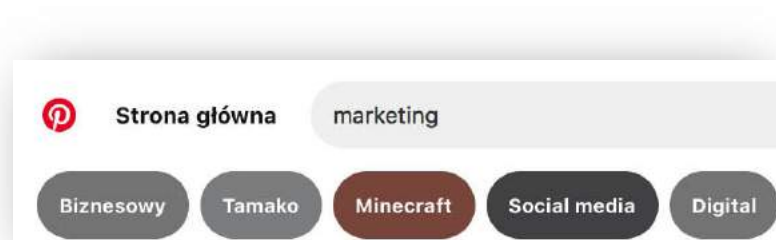
Nowy rodzaj wyszukiwarki Pinterest

2 mld miesięczna wartość wyszukiwań
66% publikacji dotyczy marek i produktów
Pinterest
Wiesław Teofilak

85% użytkowników przegląda aplikację z poziomu telefonu
5 min średni czas spędzany na platformie

77% użytkowników to kobiety
500 mln profili

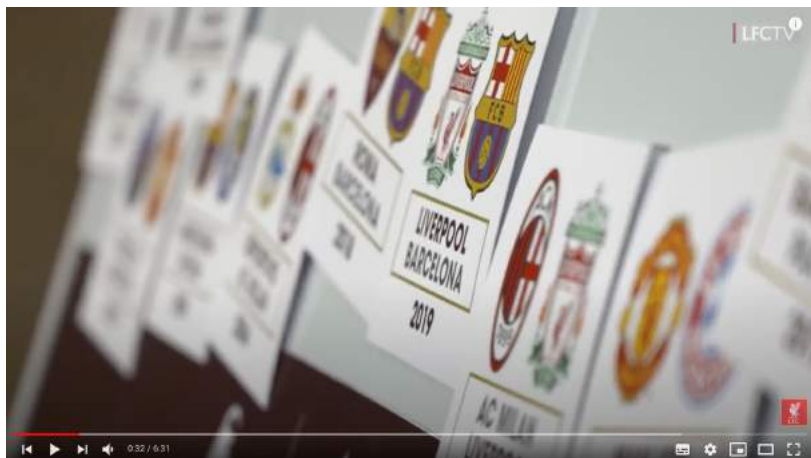
2 mld ilość stworzonych tablic z pinami
100 powodów by zacząć korzystać z Pinterest;



Regularne publikowanie YouTube



Poza sportem YouTube



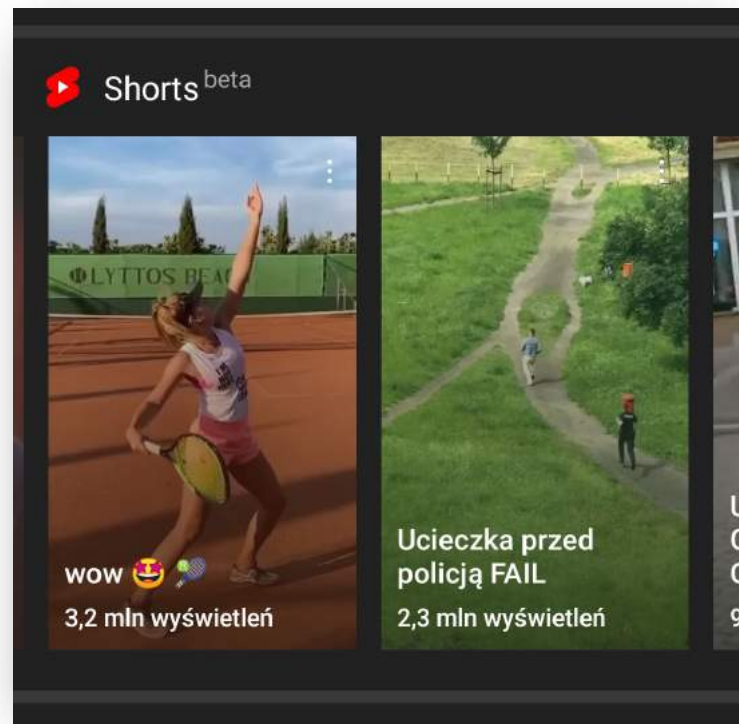
Treści sponsorowane YouTube



Mikropłatności YouTube



Mikrotreści YouTube



Dźwięk

TikTok, Messenger, LinkedIn, ClubHouse



Lokalny koloryt

Najbliższe otoczenie

1. Patriotyzm

2. Walory krajobrazowe



Call to action (CTA)

Wezwanie do działania



Call to action (CTA)

Wezwanie do działania

1. Zaczynij trening z XYZ.

2. Bądź wysportowany z XYZ.

Call to action (CTA)

Wezwanie do wyrażenia opinii



Kreatywny copywriting

Antropomorfizm, mowa potoczna



Poszło!

Twoja paczka kurierska od:
Pancernik.eu
wyruszyła w drogę i nie
ogłąda się za siebie.
Przewidujemy, że trafi do
Ciebie w kolejnym dniu
roboczym.



Gotowe!

3 przesyłki są już w Twoich rękach!
Co robimy teraz?

Kończymy na dziś

Mam uwagi do przesyłki

aaach te ciasteczka...

Wykorzystuję pliki cookies w celu
prawidłowego działania strony,
korzystania z narzędzi analitycznych i
marketingowych oraz zapewniania
funkcji społecznościowych. Szczegóły
znajdziesz w polityce prywatności. Czy
zgadzasz się na wykorzystywanie
plików cookies? [Dowiedz się więcej.](#)

ZGODA, CHCĘ MOJE CIASTKO!

Kreatywny copywriting

Cover

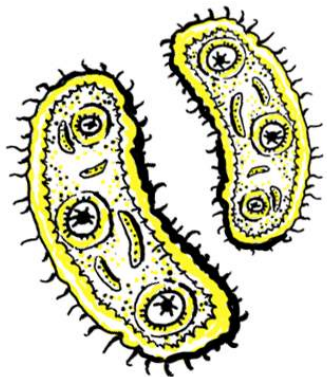


Kreatywny copywriting

Neologizmy



ZARAZ FAJNIE OGARNE



*nieceleganckie



*infantylne



*zbyt pojemne

Nazwy Pisane Razem jak



BlaBlaCar



NapoleonCat.



Financial Trading Made Simple

Influencer marketing



Influencer marketing





PROJEKTOWANIE GRAFICZNE TWORZENIE CONTENTU

WARSZAWA - 13/05/2021



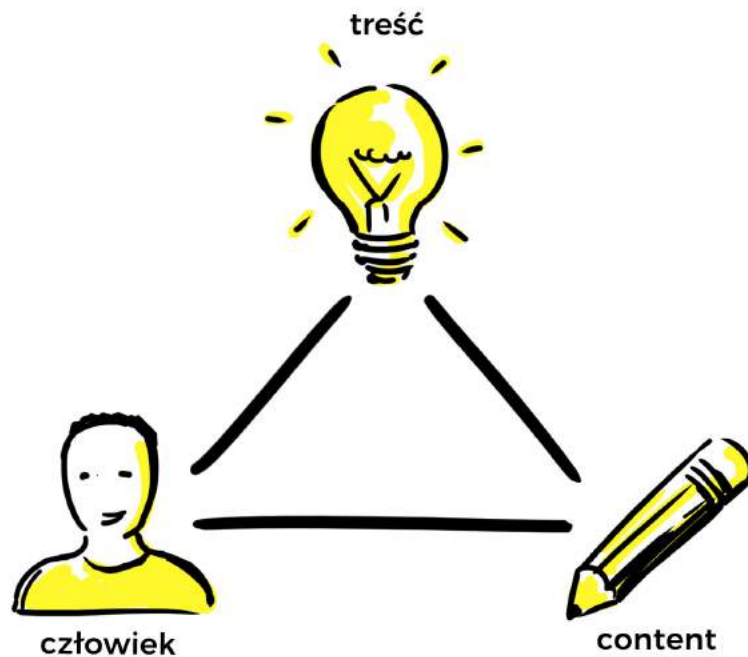
Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.



INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY



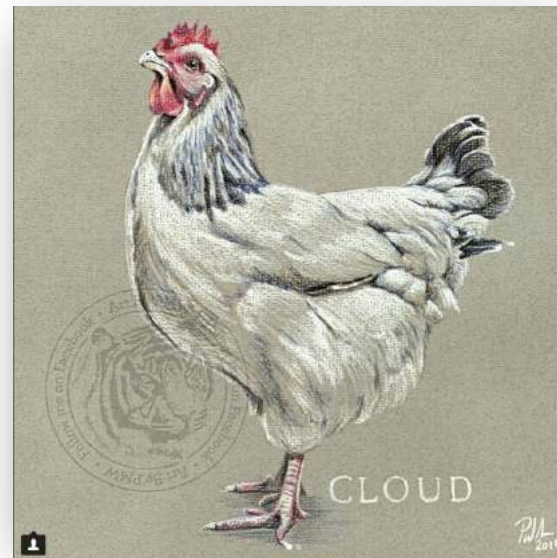
Content is King



ŚWIETNA TRÓJCA

Logo

Większe, dużo większe!



Design system

Identyfikacja wizualna

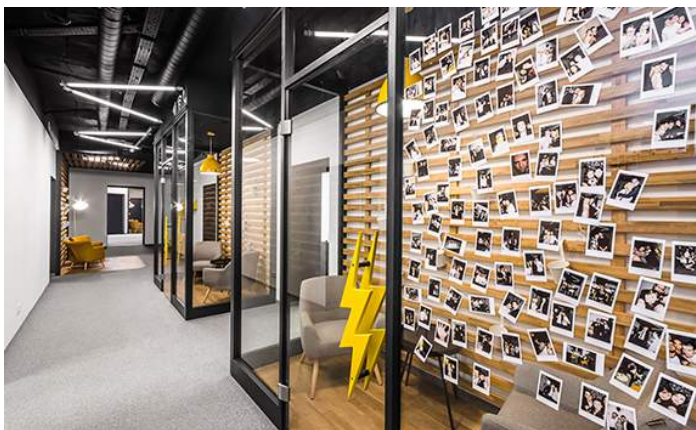
1. Kolorystyka
2. Typografia
3. Zasady stosowania
4. Logo



Design system

Identyfikacja wizualna

**DROIDS
ON
ROIDS**



Design system

UX



Zdjęcia stockowe

Zalety i wady

1. Darmowe



Zdjęcia stockowe Źródła

1. pixabay.com

2. pexels.com

3. unsplash.com

4. creativecommons.org

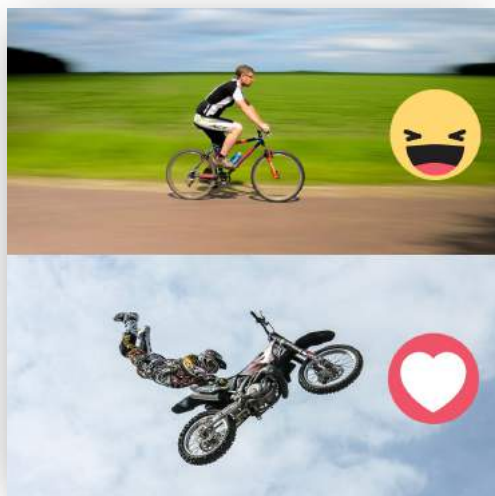


Projektowanie desktop vs mobile

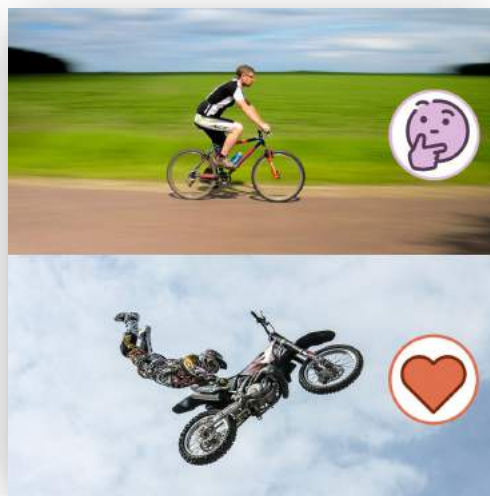


Projektowanie

Uwzględnienie specyfiki platformy



Facebook



LinkedIn



Instagram

Info na materiałach offline



1. Modny element
2. Sposób by zwiększyć ruch

Info na materiałach offline



Liternictwo

Błędy

1. Skomplikowane
2. Bez znaków diakrytycznych (ę,ą,ł)
3. Niedopasowane formą



STRASZNY FILM

SZYLD HOTELOWY

FARBA NA MURZE

CYWILIZACJA RZYMSKA

WOJSKOWY EKWIPUNEK

Ojciec chrzestny

Stara gazeta

Bar przy plaży

FILM ANIMOWANY

DZIKI ZACHÓD

Liternictwo

Wielkość na telefonie



Liternictwo

Darmowe czcionki



Google Fonts

GIF

Prosta animacja

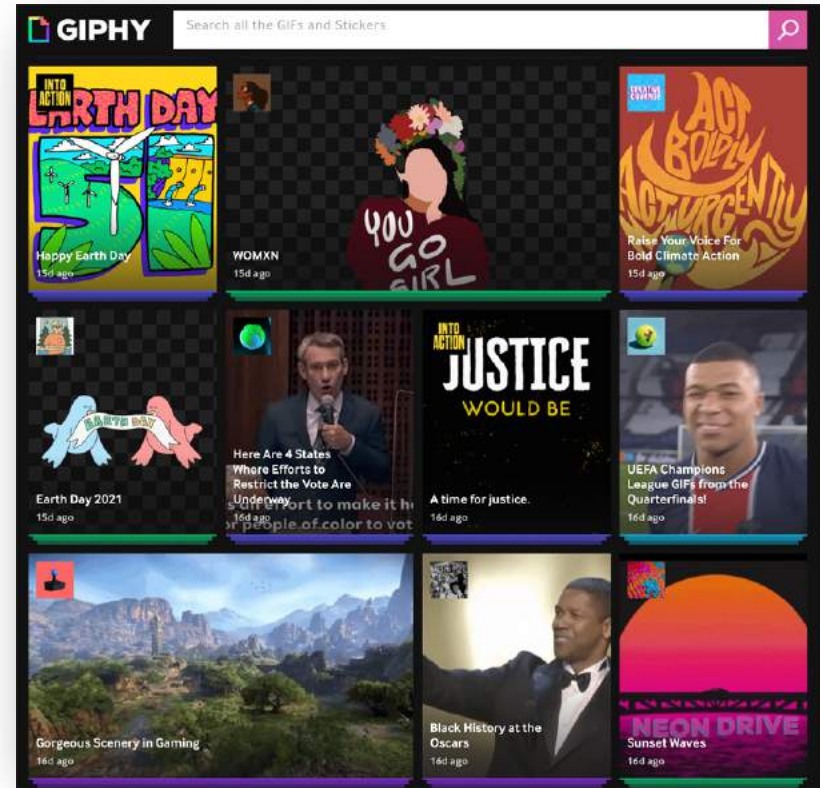
1. Absurdalne

2. Przerysowane

3. Szokujące

4. Wywołujące emocje

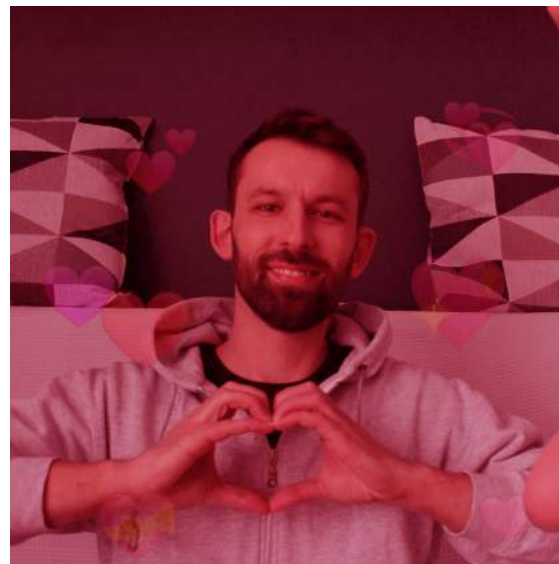
*z wieloma wadami



GIF

Prosta animacja

1. Lepsze od grafiki
2. Łatwiejsze w przygotowaniu od wideo
3. Wyświetla się mimo blokady odtwarzania
4. Zwraca uwagę na 2 sposoby





GIF Aplikacje

1. giphy.com
2. izgif.com
3. imgflip.com
4. Photoshop

GIPHY Create

Create GIFs and backdrops and decorate them with captions, filters, stickers, and more.



GIF

Accepted formats: JPG, PNG, GIF, MP4, or MOV.

Choose File



Sticker

Accepted formats: JPG or PNG.

Choose File

New



Backdrop

Spice up your video calls with our custom virtual background tool.

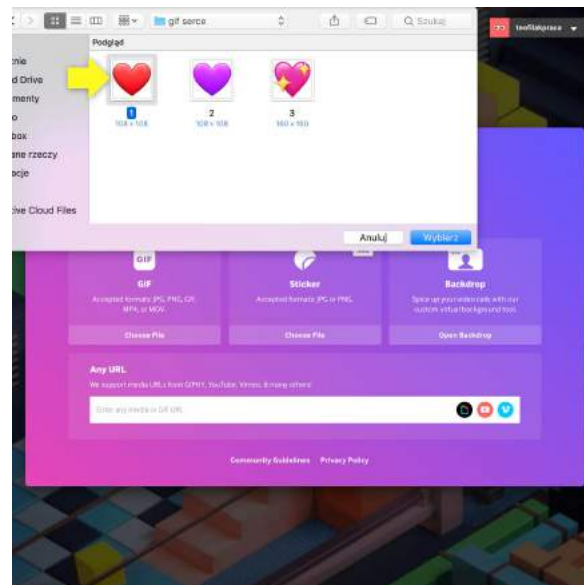
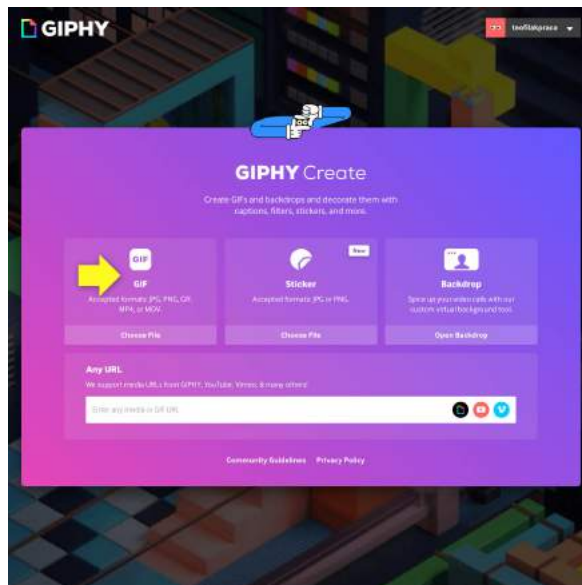
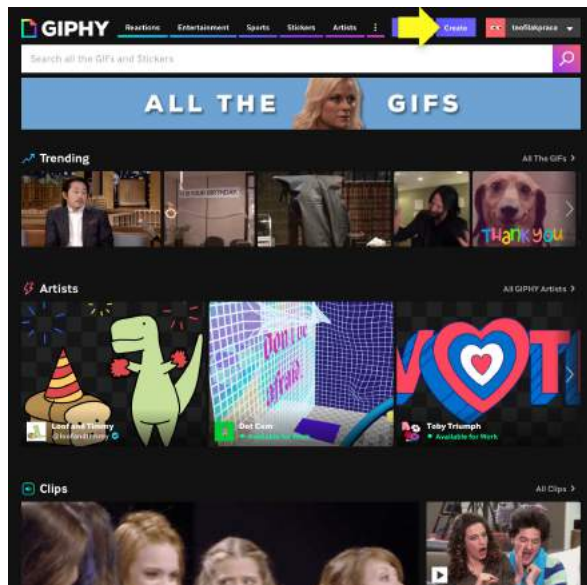
Open Backdrop

Any URL

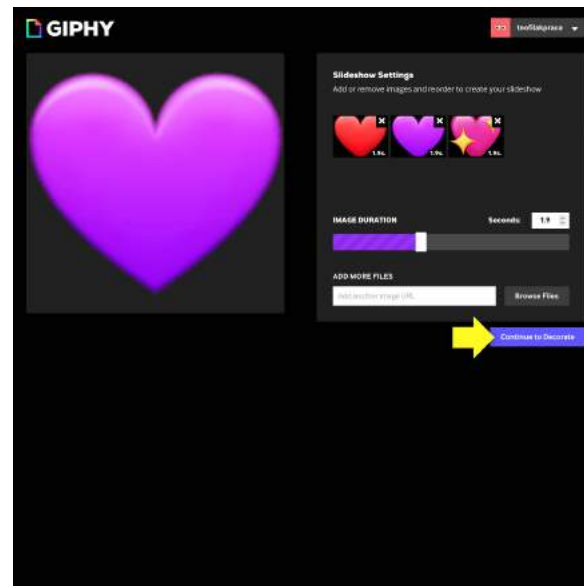
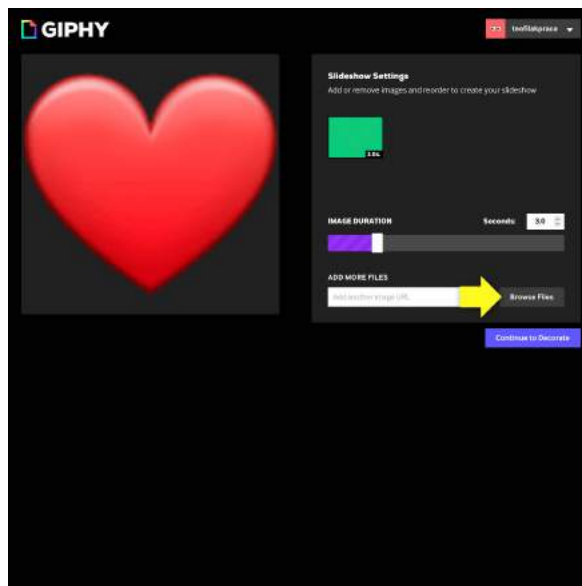
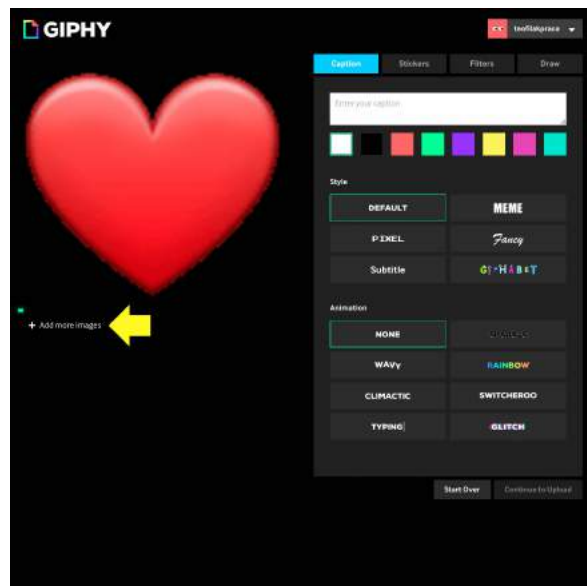
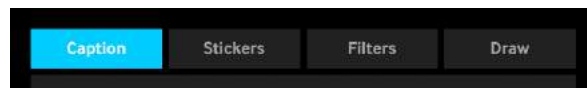
We support media URLs from GIPHY, YouTube, Vimeo, & many others!

Enter any media or GIF URL



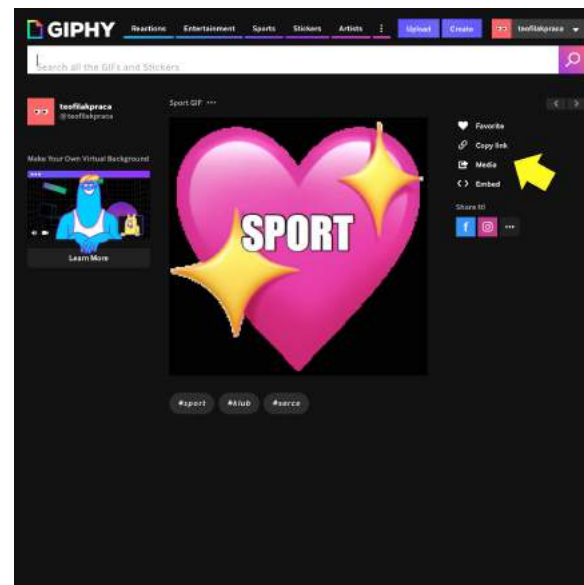
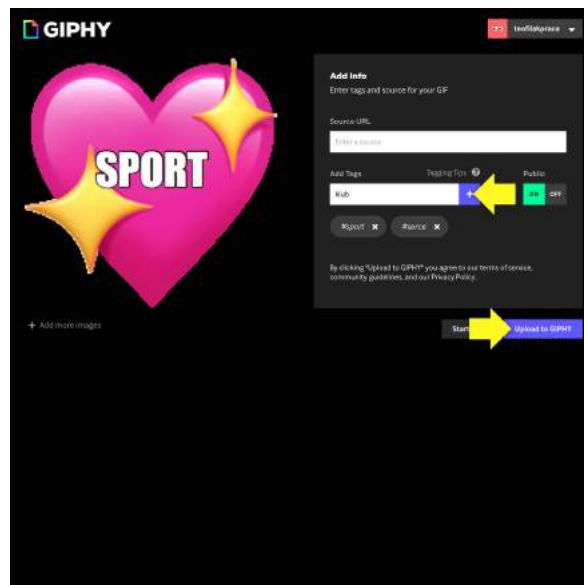
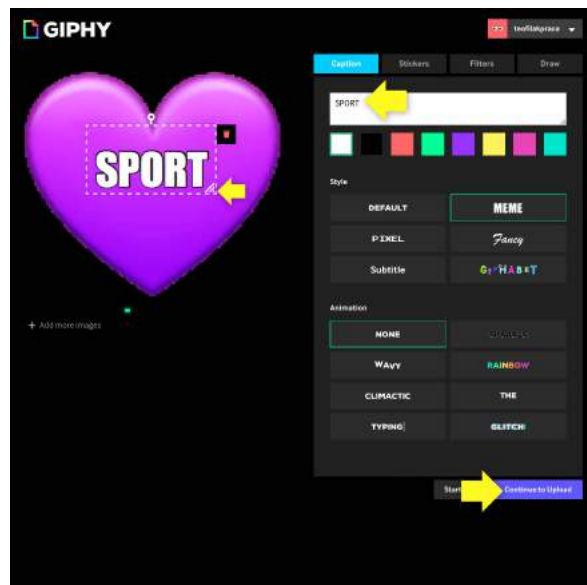


GIPHY.com



GIPHY.com

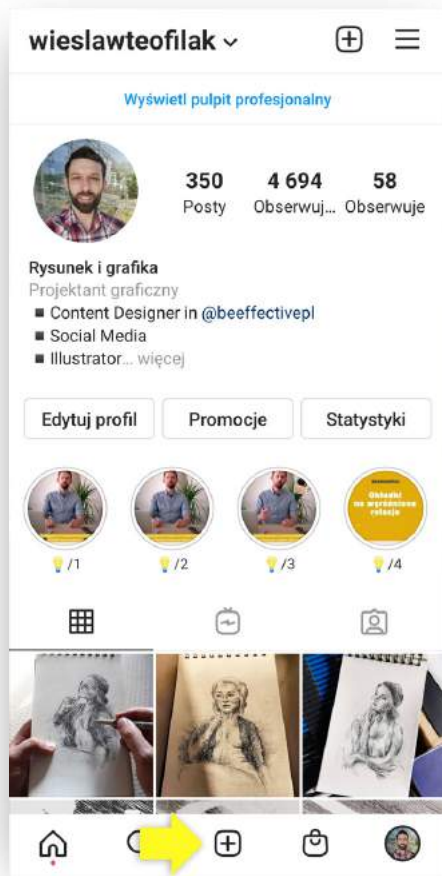
Akademia
Zarządzania Sportem

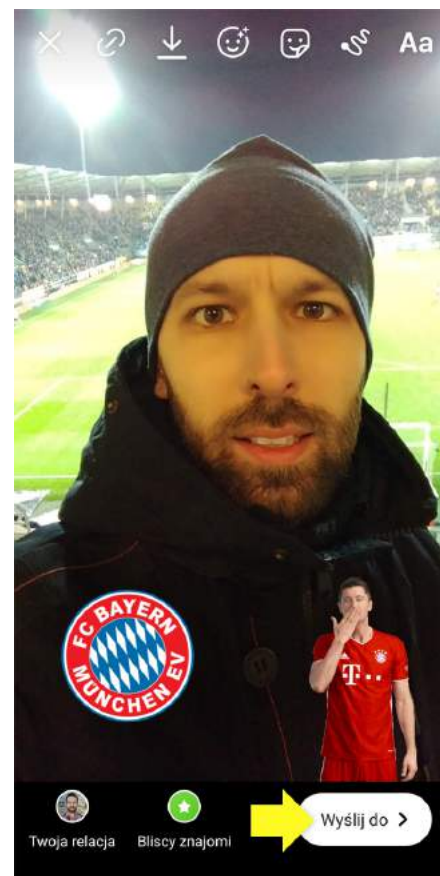
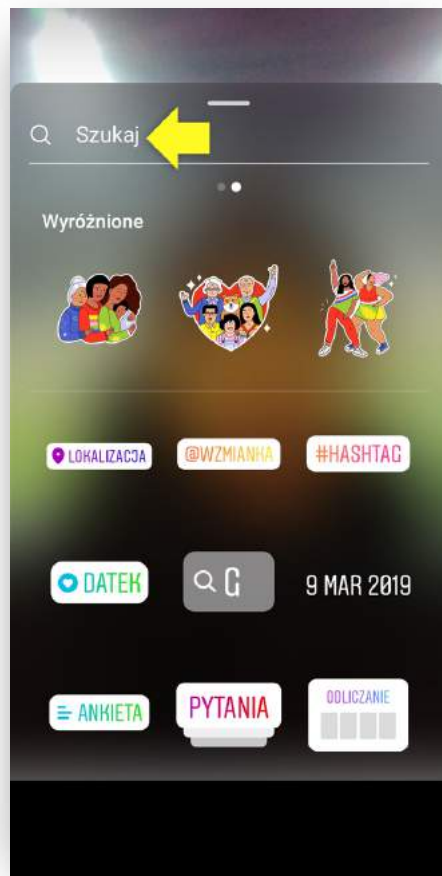


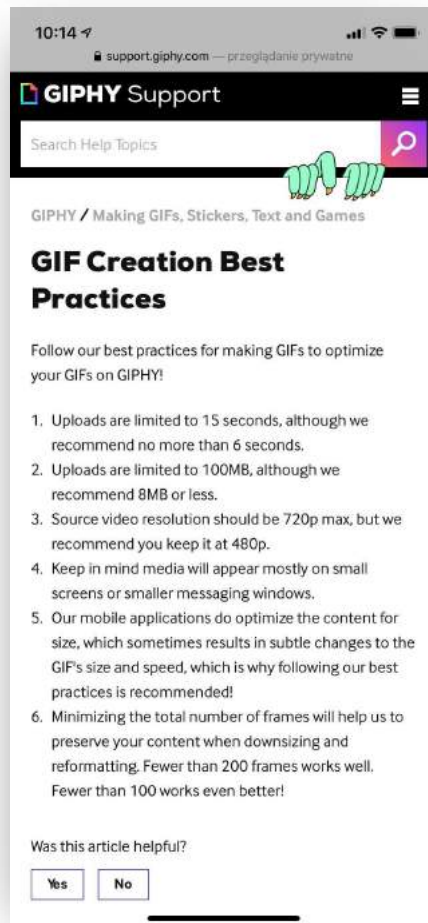
Brandowe GIFy na Instagramie

Wzbogacenie relacji

1. Branding
2. Dekoracyjny element
3. Do wykorzystania przez kibiców









Boomerang

Pęta wideo



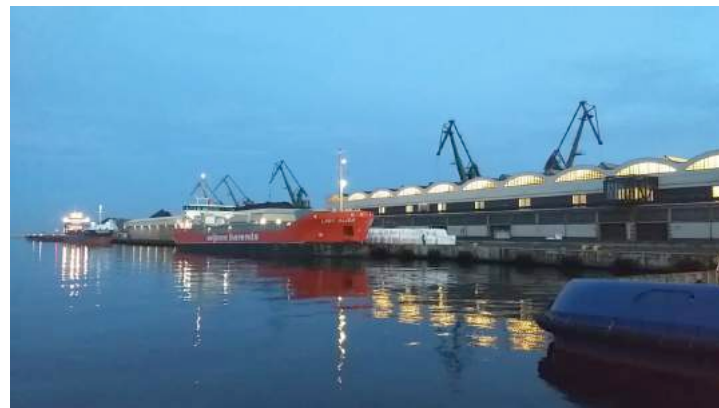
Timelapse

Przyspieszone wideo

1. Normalna kamera: 24, 25, 30 FPS (klatek na sekundę)
2. Timelapse - interwały (odstępów między zdjęciami)

Timelapse

Przyspieszone wideo

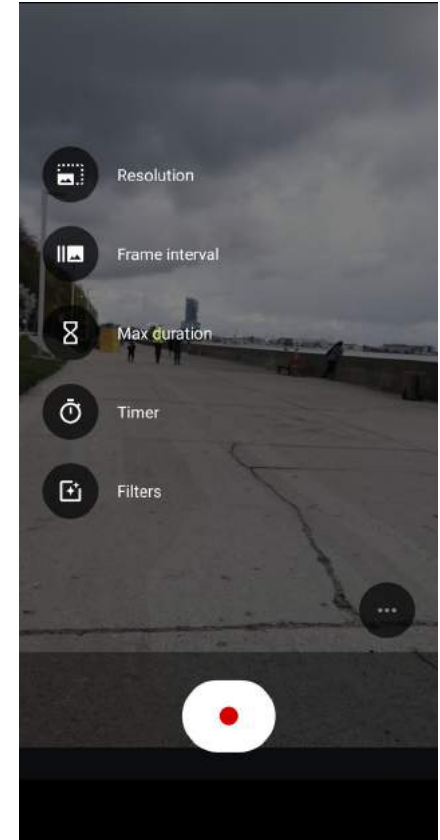
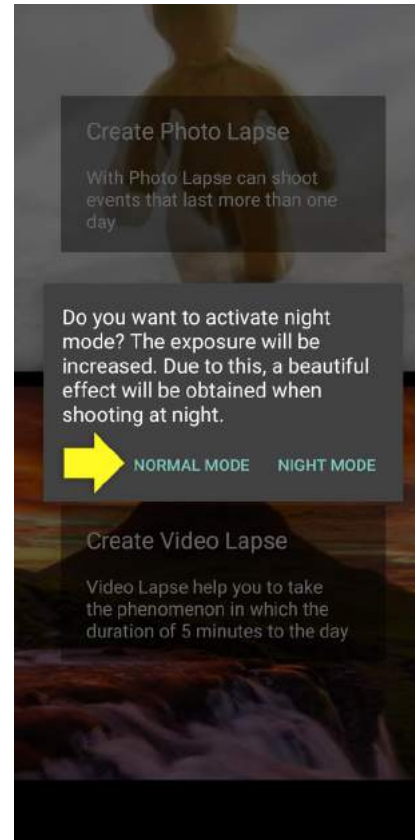
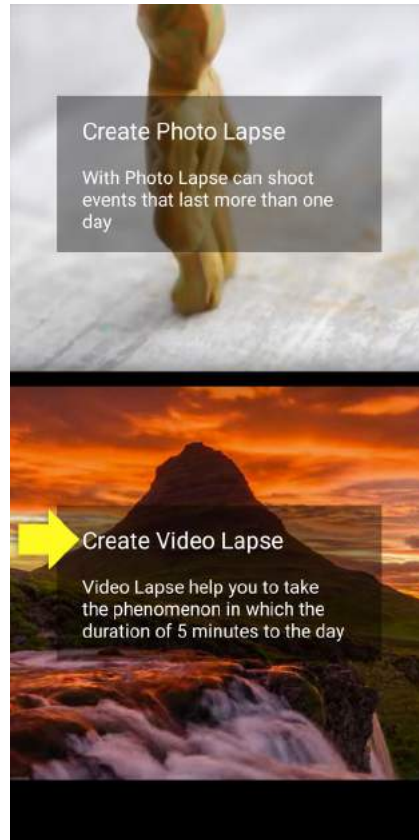
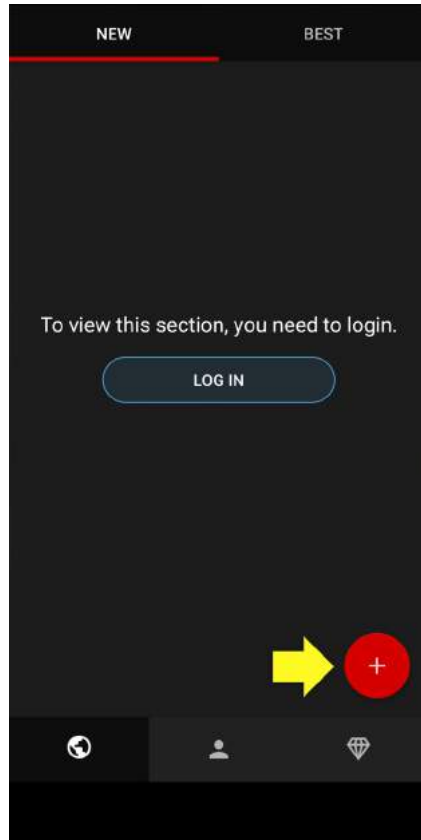


Timelapse

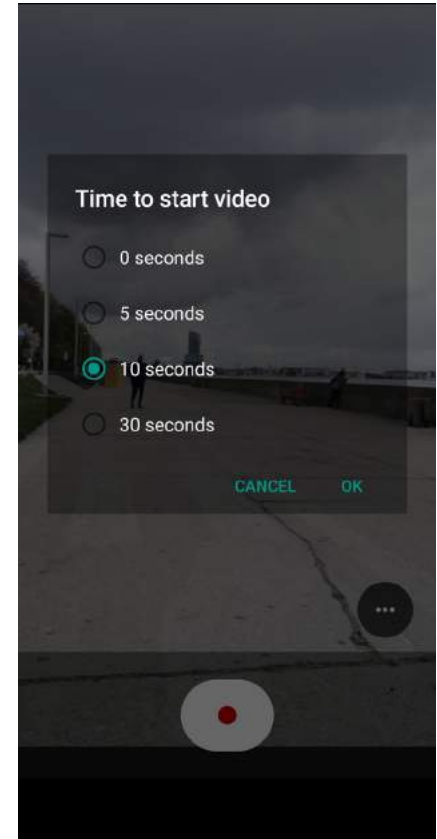
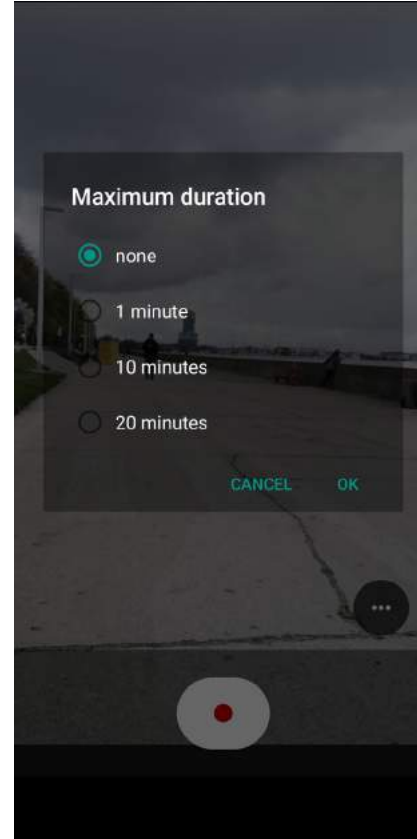
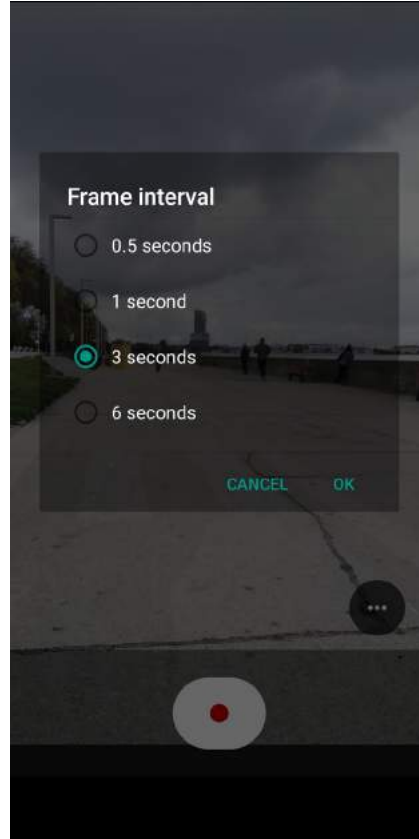
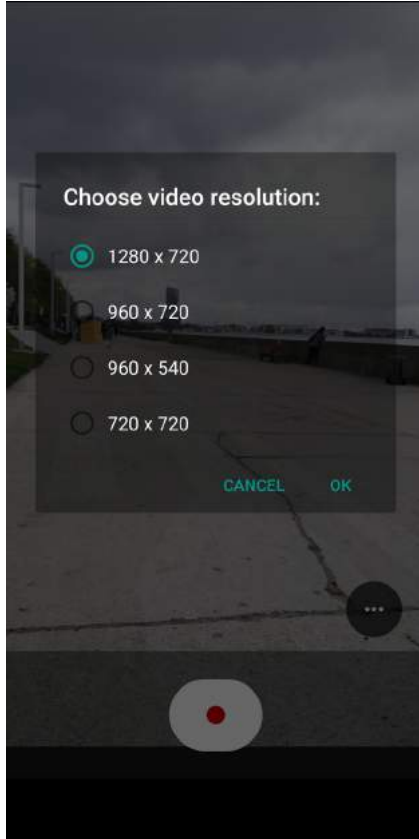
Przyspieszone wideo



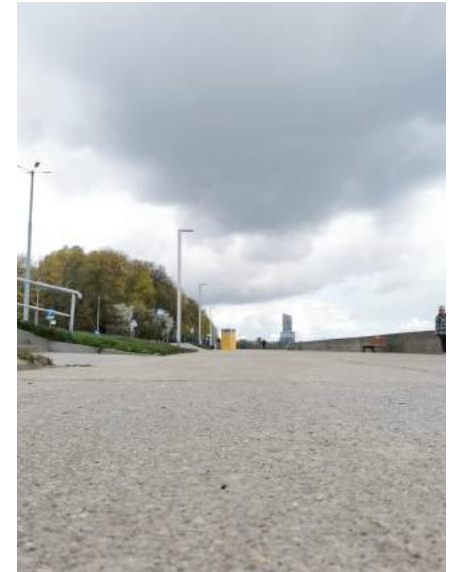
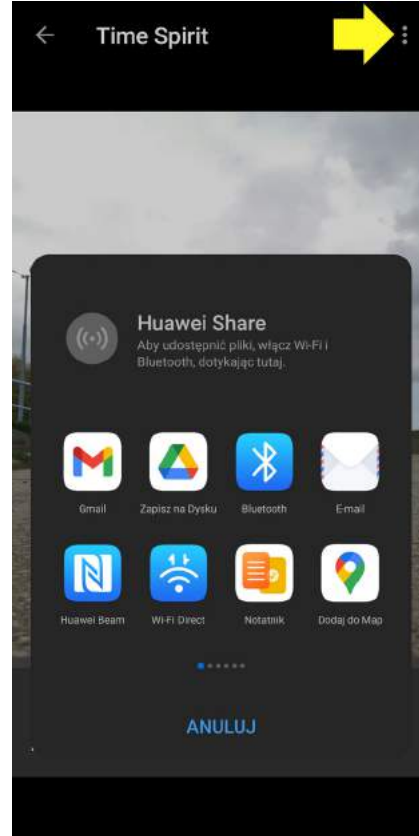
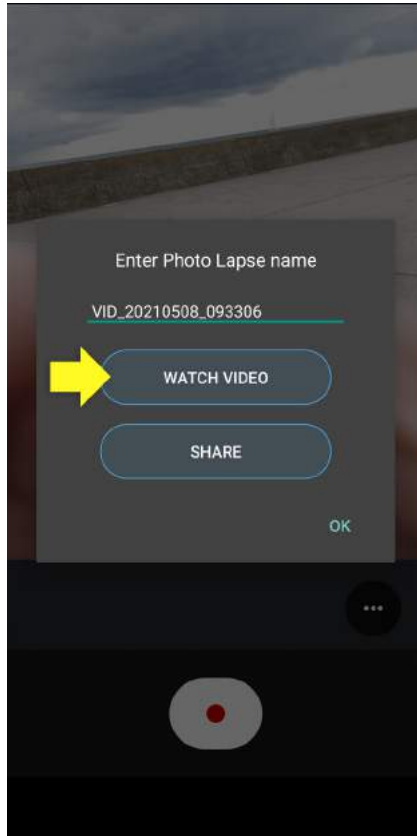
Time Spirit



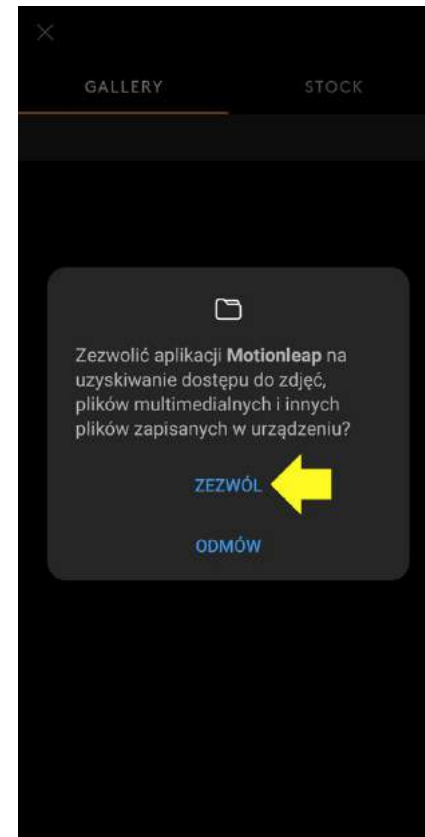
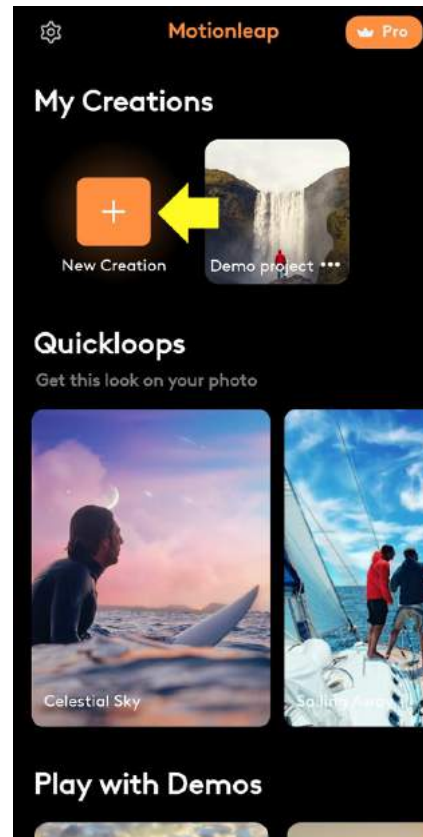
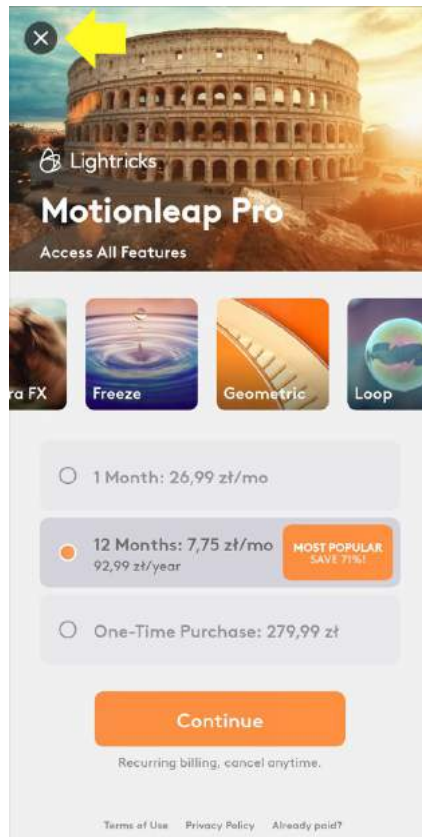
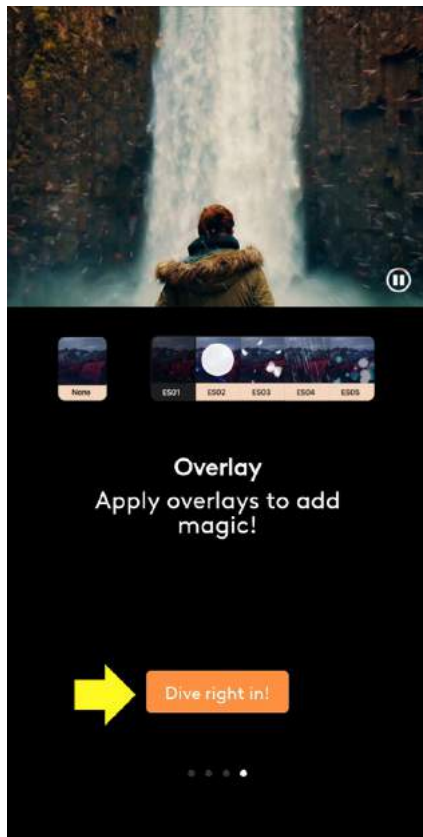
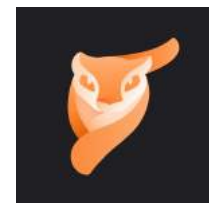
Time Spirit



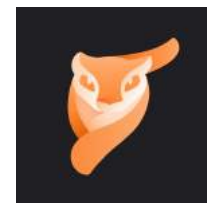
Time Spirit



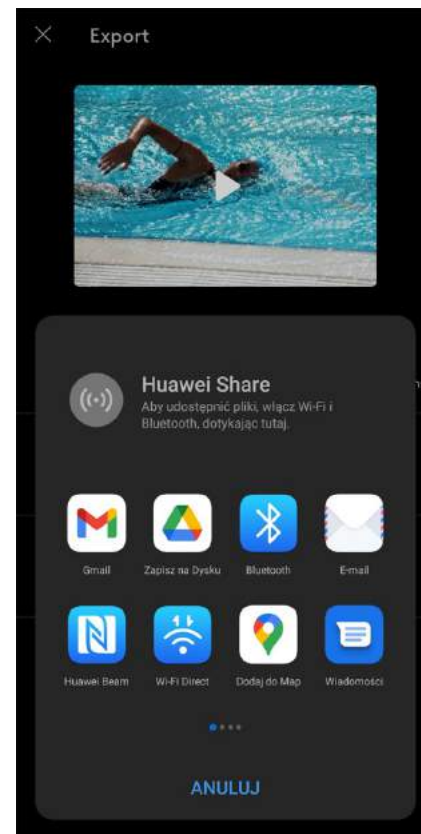
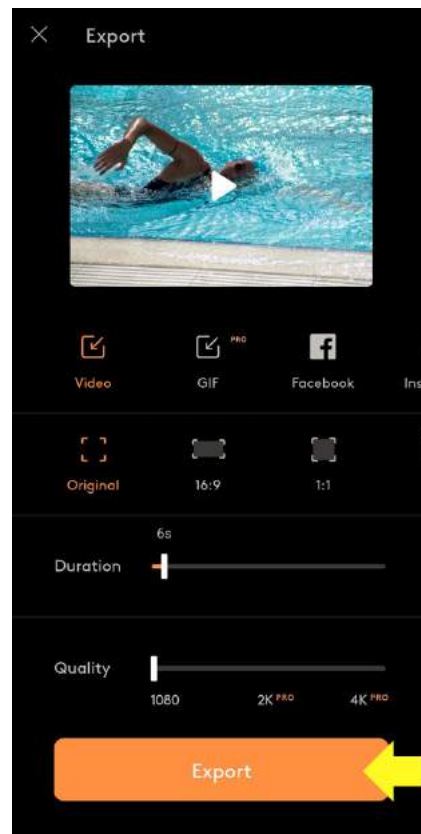
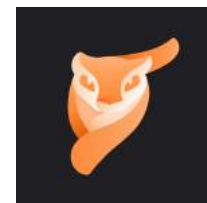
Motionleap



Motionleap

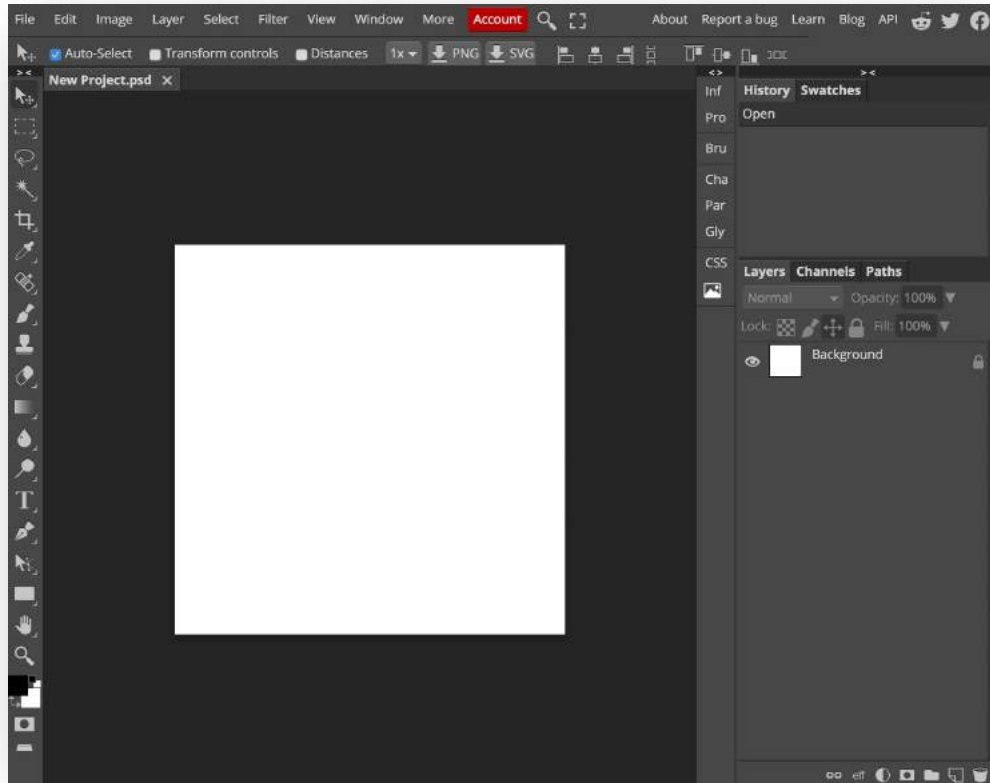


Motionleap



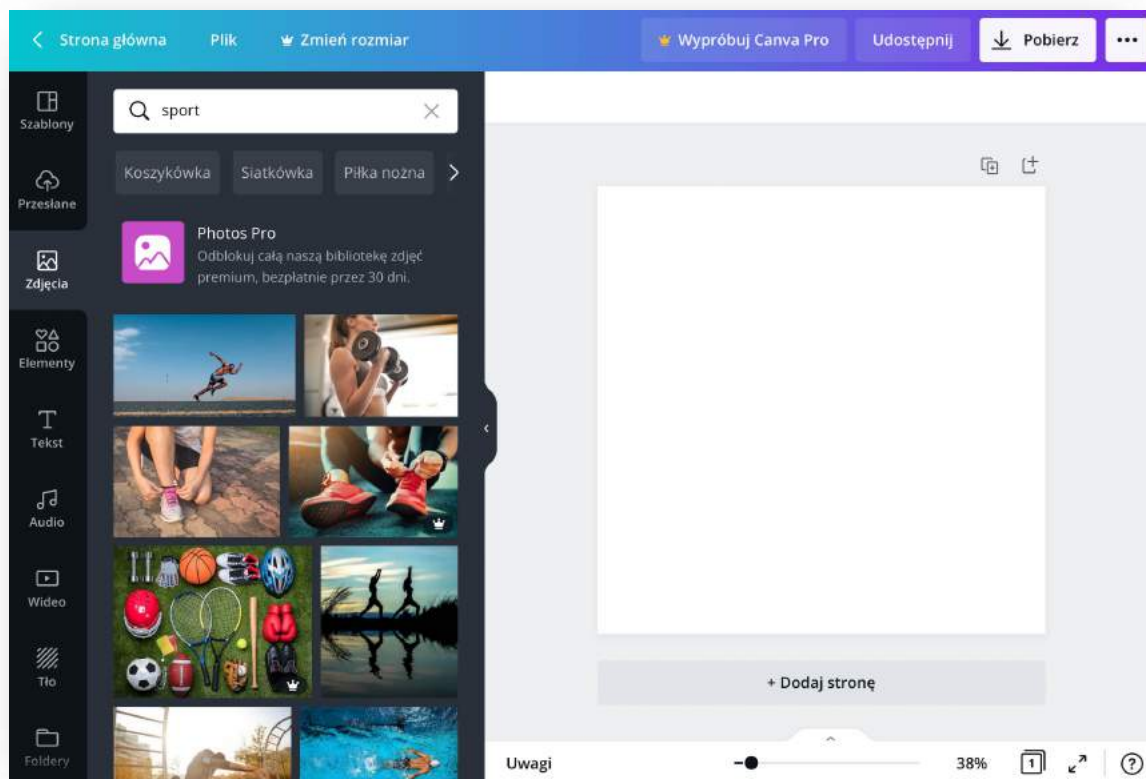


Photopea – przeglądarkowy Photoshop aplikacja graficzna



Canva

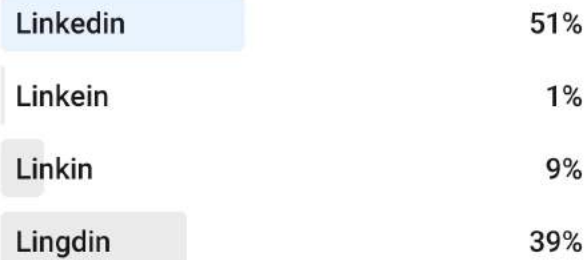
aplikacja graficzna



Tekst

Jest kilka szkół LinkedIna. A Ty jak
wymawiasz nazwę LinkedIn? 🧠

Tylko Ty zobaczysz, jak inni głosują. [Więcej informacji](#)



1 073 głosy • Głosowanie zamknięte



45

113 komentarze • 38 574 wyświetlenia



Poleć



Skomentuj



Udostępnij

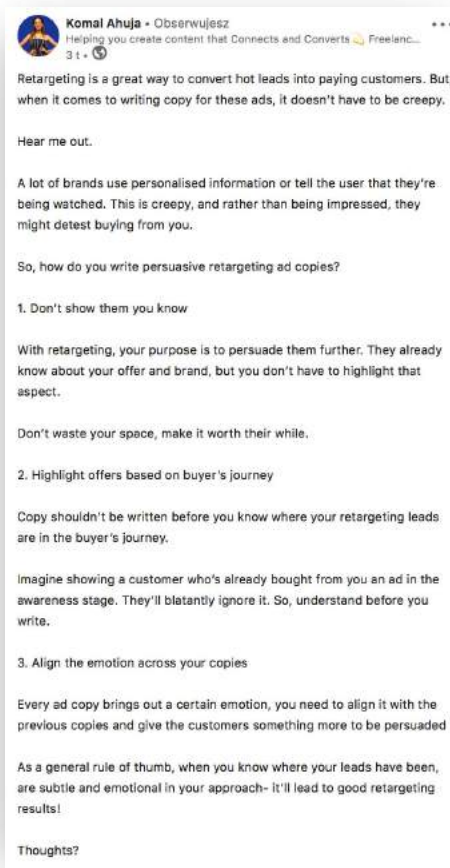


Wyślij



38 574 wyświetlenia Twojej publikacji

o d s t ę p y



Sesja Q&A

Interaktywne wideo





Akademia
Zarządzania Sportem

RECYKLING TREŚCI

WARSZAWA - 13/05/2021



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.



INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY



MEM





Baza elementów identyfikacji wizualnej

1. Szablon postów
2. Piktogramy
3. Tła / patterny



Bogactwo formatów platform społecznościowych

1. Karuzela
2. Post rozwijany
3. Post 3D
4. Infografika
5. GIF



Powtarzalność
przynosi rozpoznawalność

2 raz



Poszerzenie linii komunikacyjnych

Reason to talk



Kopiowanie trendów





ARCHETYPY MARKI

WARSZAWA - 13/05/2021



**Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.**



INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY





Archetypy

Carl Jung

1. Praobrazy
2. Pierwowzór
3. Uniwersalność

Archetypy

Carl Jung

1. Nieświadoma niekompetencja
2. Świadoma niekompetencja
3. Świadoma kompetencja
4. Nieświadoma kompetencja

Osobowość to wypadkowa archetypów

Archetypy marki

Osobowość marki a osobowość zawodnika

Wizerunek

To jak inni nas odbierają

1. Nieczytelny
2. Czytelny ale nie jest wiarygodny
3. Czytelny ale nie przekonuje
4. Czytelny i przekonuje

Archetypy

Spójna:

1. Oferta
2. Komunikacja
3. Styl

Archetypy kontekstowe



OPIEKUN

1. Troska
2. Pomoc
3. Empatia



Gerber®

TOWARZYSZ

1. Bliskość
2. Dostępność
3. Pomoc w codzienności



WIELBICIEL

1. Miłość
2. Uczucia
3. Udogodnienia

merci®

NIEWINNY

1. Resentymment
2. Ideały
3. Życie jest piękne

Werther's®
Original

CZARODZIEJ

1. Magia
2. Nie pokazuje procesu



BUNTOWNIK

1. Krytyka
2. Kwestionowanie
3. Niewygodne pytania



TWÓRCA

1. Wizja
2. Niekonwencjonalne rozwiązania
3. Udogodnienia



MĘDRZEC

1. Autorytet
2. Stawianie pytań
3. Nauczyciel



ODKRYWCA

1. Wolność
2. Zmiana
3. Odwaga
4. Poza strefą komfortu



BŁAZEN

1. Zabawny
2. Kontrowersyjny
3. Niepokorny



WŁADCA

1. Zasady
2. Konsekwencja
3. Konserwatyzm



BOHATER

1. Odwaga

2. Ideały



Archetypy

Kompilacja

1. Odkrywca
2. Buntownik
3. Wojownik



Archetypy





SOCIAL MEDIA ELEMENT OFERTY

WARSZAWA - 13/05/2021



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.



INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY



Social media

Zwiększona częstotliwość eksponowania
brandingu sponsora



Co pokazać?

1. **Liczbie obserwujących** / dynamika przyrostu
2. Średnia wartościach **zasięgów publikacji**
3. Rekordowe **wyniki publikacji**
4. Średni czas **odtworzenia**

Co pokazać?

1. **Plan rozwoju** (nowe profile, współpraca)
2. **Estymacje** w konkretnym horyzoncie czasowym
3. **Benchmarki**



Co pokazać?

Koncepcja aktywnego promowania marki

1. **Częstotliwość publikacji** (ogólna / dotycząca sponsora)
2. **Wachlarz formatów**
3. Dobór **tematów i osób** zaangażowanych w tworzenie przekazu uwzględniającego branding sponsora

Co pokazać?

Lokowanie produktu





WSPÓŁPRACA Z PODWYKONAWCAMI

MIASTO - 01/01/2018



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu.



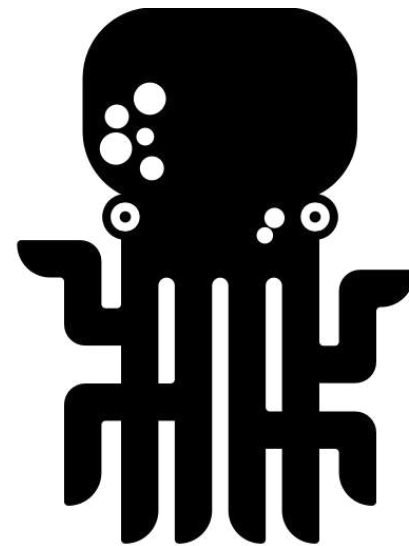
INSTYTUT SPORTU
PAŃSTWOWY INSTYTUT BADAWCZY



Rodzaje agencji

Zakres usług

1. Kreatywa
2. Social media
3. Branding / treści wizualne
4. Public Relations
5. Copywriting



Zakres usług agencji social media

1. **Strategia**
2. Planowanie, pisanie, **publikowanie postów**
3. Bieżąca **obsługa profili**
4. **Tworzenie contentu** / treści
5. Działania reklamowe (**performance marketing**)
6. **Szkolenie z obsługi** social media

Co zawrzeć w umowie?

Zakres usług agencji

1. **Data** „kalendarza”
2. Informacje o możliwości wniesienia **poprawek**
3. Czas na **odpowiedź** (ze strony agencji)
4. Warunki działań **ad hoc**
5. **Pola eksploatacji**

Jak wybrać agencję?

1. Portfolio
2. Za co dokładnie byli odpowiedzialni
3. Zakres czasowy
4. Jak prowadzą swoje social media
5. Wszechstronność, doświadczenie w podobnych tematach

Odpowiedzialność za komunikację

1. Agencja
2. Wirtualna asystentka
3. PRowiec
4. Nasi pracownicy
5. Sportowcy

Czego wymagać a czego nie oczekiwać

Podwykonawca nie robi za nas wszystkiego!



Kreatywny copywriting



Zaufanie

*Nie po to zatrudnia się specjalistów,
by mówić im co mają robić.*

Steve Jobs

Różne spojrzenia

Nowa wiadomość

Adresaci

Temat

Copywriter kiedy przygotowuje tekst, to myśli o nim w sposób horyzontalny.



Różne spojrzenia



👍 Lubię to!

📡 Obserwuj

🔗 Udostępnij

...

💬 Wyślij wiadomość

Różne spojrzenia

Informacja związana z rozprzestrzenianiem się koronawirusa SARS-COV-2

CHROŃ SIEBIE I KIEROWCĘ

NIE KUPISZ BILETU U KIEROWCY
USŁUGA TYMCZASOWO ZAWIESZONA

ZA PRZEJAZD ZAPŁAĆ KARTĄ

e-bilet
do nabycia w **140** punktach
na terenie kilkunastu gmin
w regionie.

PEŁNA LISTA NA STRONIE:
www.mzkjastrzebie.com

INFORMACJA TELEFONICZNA
tel. 32 476 34 74
KONTAKT MAILOWY
biuro@mzkjastrzebie.com



Należy pisać tak, jak się mówi.
Wolter

Uwaga na hiperpoprawność

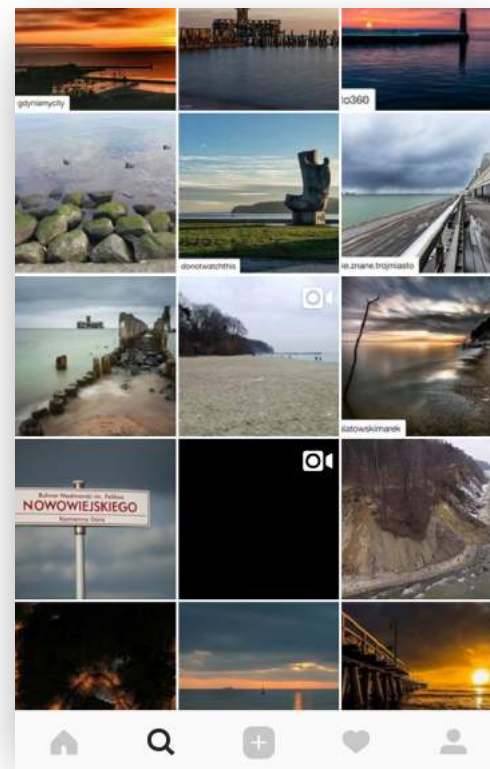
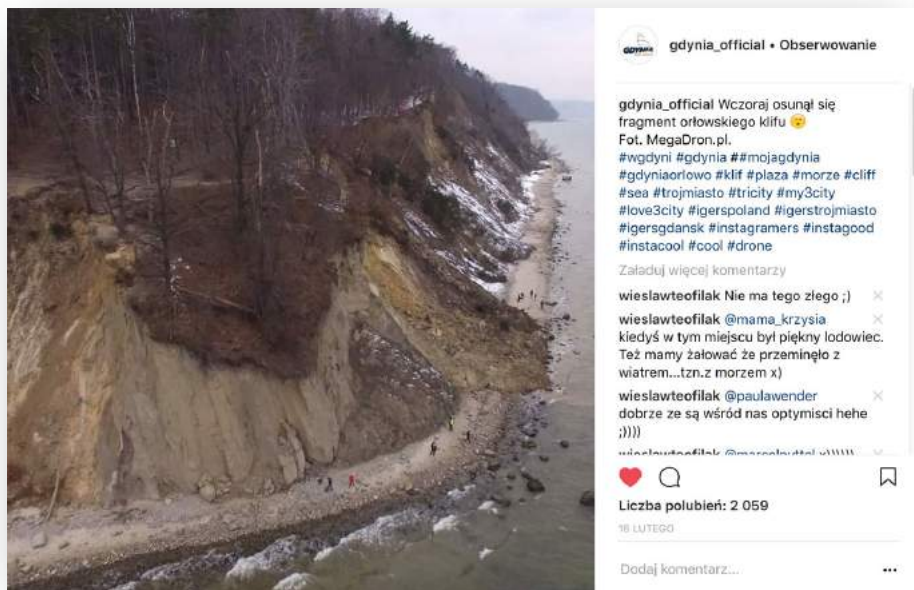


Jakość czy temat?



Jakość czy temat?

Nic tak nie cieszy jak katastrofa



Dokładne wytyczne



Zapraszam do kontaktu

WIESŁAW TEOFILAK

wieslawteofilak@gmail.com

531 004 544

