

# Budowanie marki w social media



**Prowadzący**

—

**Bartłomiej Rak**

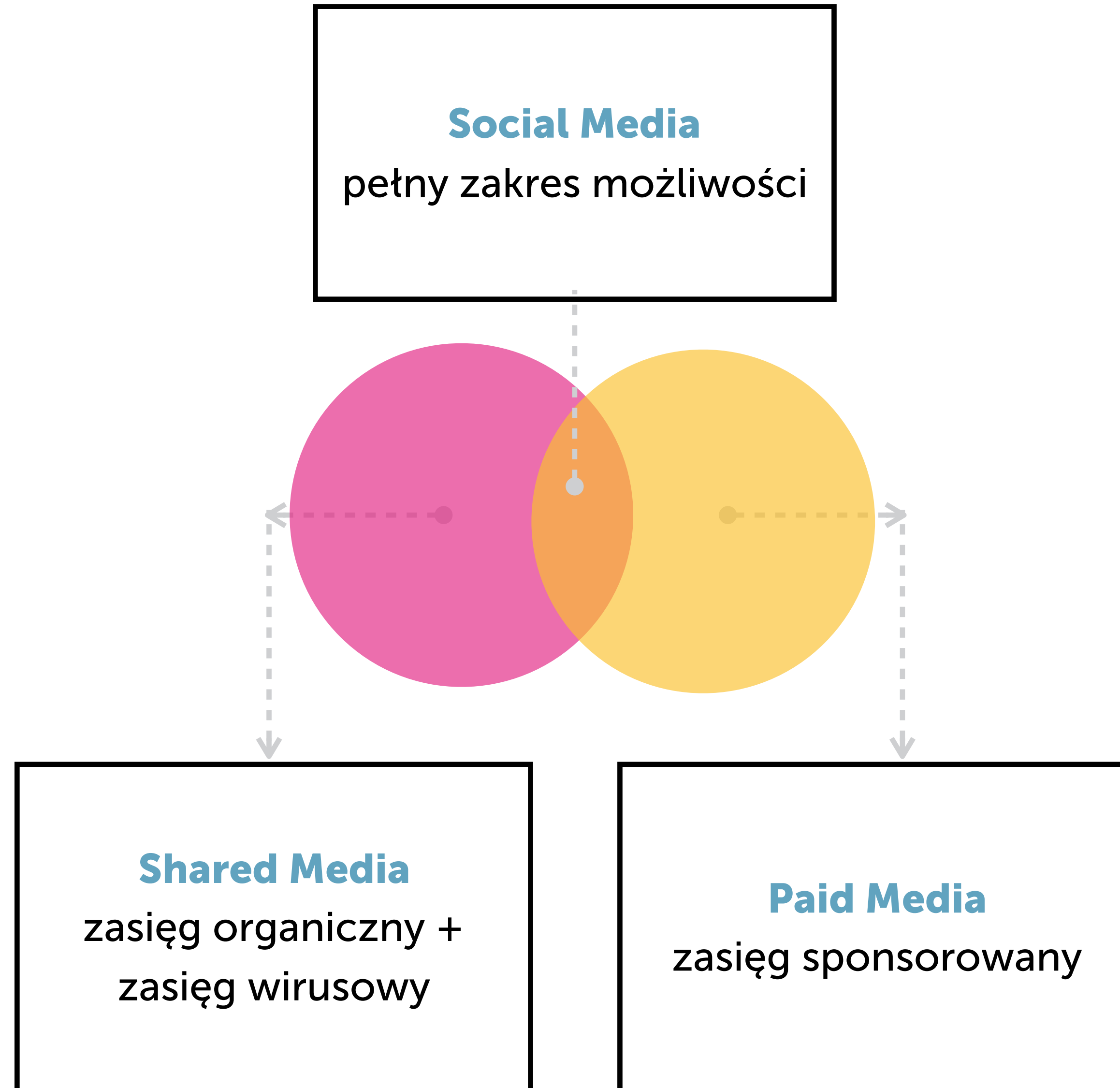
CVO, Socjomania

**socjomania**

*made in*  
**MAŁOPOLSKA**

10-11 października 2018 r., Krynica-Zdrój

# Algorytmy sterujące komunikacją



## Gdzie?



# How Does Facebook Choose What To Show In News Feed?

$$\text{News Feed Visibility} = * \text{I} \times \text{P} \times \text{C} \times \text{T} \times \text{R}$$

Interest      Post      Creator      Type      Recency

**I**

Interest of the user  
in the creator

**P**

This post's  
performance  
amongst  
other users

**C**

Performance of past  
posts by the content  
creator amongst  
other users

**T**

Type of post  
(status, photo,  
link) user prefers

**R**

How new is the post

\* This is a simplified equation. Facebook also looks at roughly 100,000 other high-personalized factors when determining what's shown.

# Jak to działa w praktyce?

**Who posted it**

- Frequency of posts from publisher
- Average time spent on content
- Overall engagement that a post already has
- Previous negative feedback on author

**Engagement**

**When it's posted**

- Friend tags
- A recent comment from a friend

**Story type**

- Completeness of page profile
- Posted from a friend or page
- How informative the post is

Emile Mosseri updated his profile picture.  
March 17 at 7:03 PM · 🌐

THE DIG

166 6 Comments 2 Shares

Like Comment Share



# Prediction Algorithm

The image shows a Facebook post by Emile Mosseri, dated March 17 at 7:03 PM. The post features a black and white photograph of him playing an electric guitar on stage. A drum in the background has the text 'THE DIG' on it. The post has 166 reactions (likes, loves, and wow) and 6 comments and 2 shares. At the bottom are buttons for 'Like', 'Comment', and 'Share'. The post is surrounded by a light green background with a dotted pattern. On the left side, three text annotations are present: 'Likelihood to click' at the top, 'Likelihood to spend time with story' in the middle, and 'Likelihood to like, comment, and share' at the bottom. On the right side, three text annotations are present: 'Likelihood you'll find informative' at the top, 'Likelihood this is clickbait' in the middle, and 'Likelihood this contains nudity' at the bottom.

Likelihood to click

Likelihood to spend time with story

Likelihood to like, comment, and share

Emile Mosseri updated his profile picture.  
March 17 at 7:03 PM · €

THE DIG

166

6 Comments 2 Shares

Like Comment Share

Likelihood you'll find informative

Likelihood this is clickbait

Likelihood this contains nudity

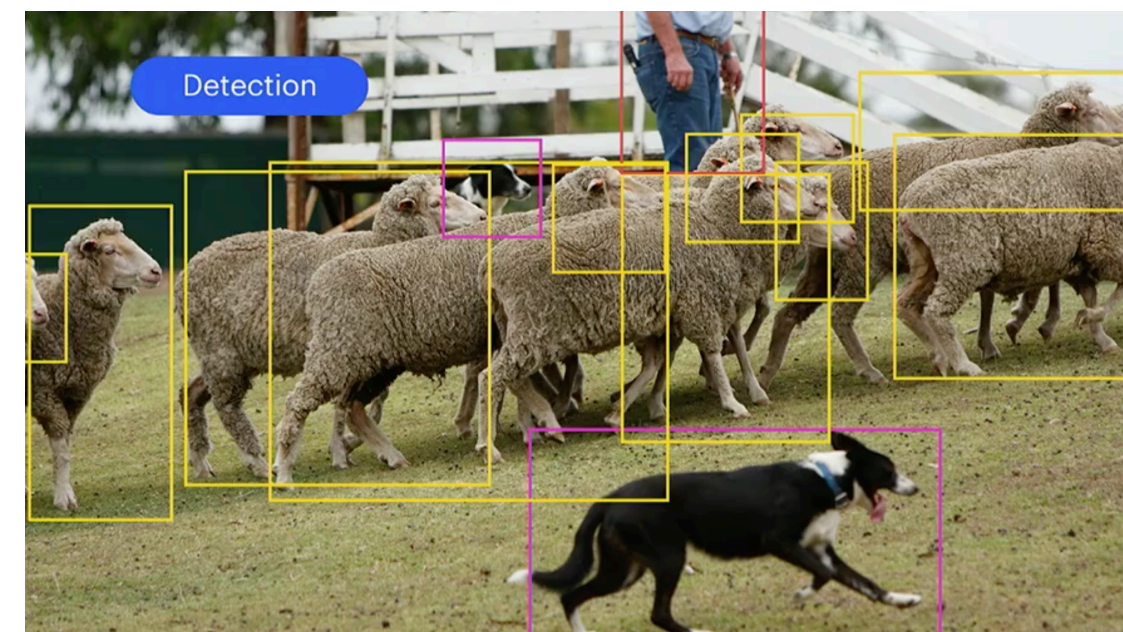


# Facebook Object Recognition

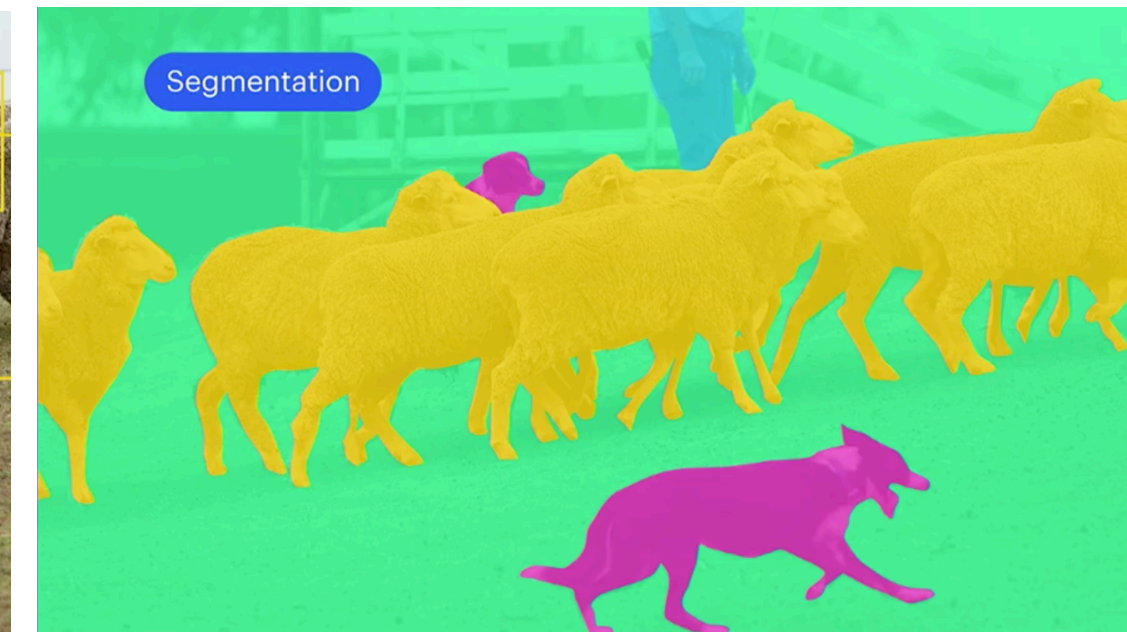
## 1 CLASSIFICATION



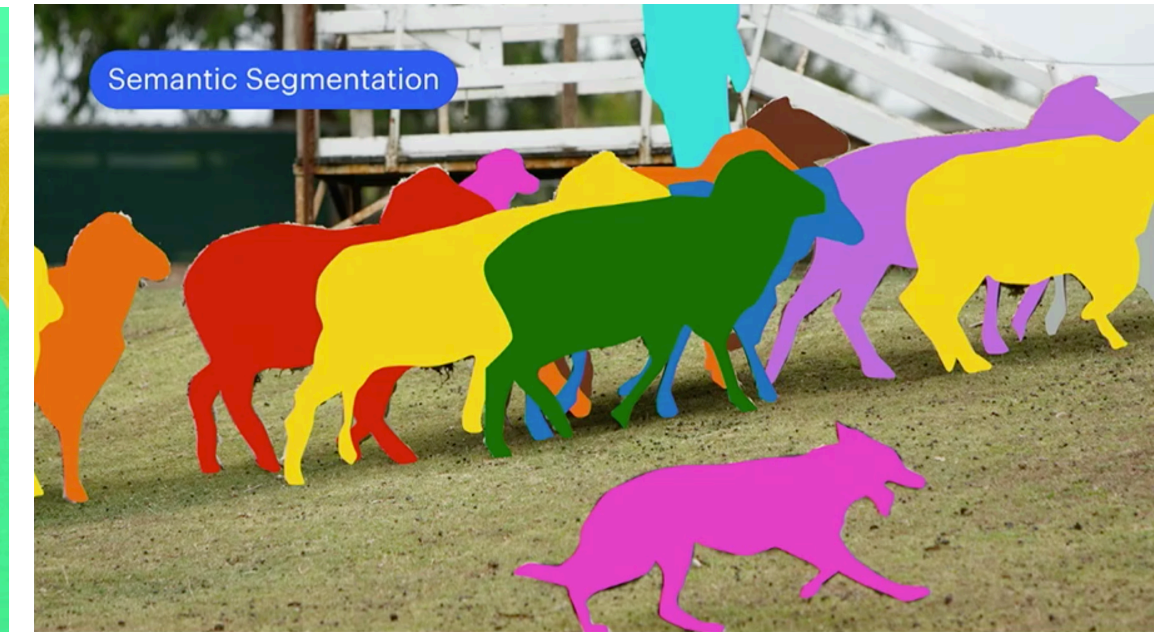
## 2 DETECTION



## 3 SEGMENTATION

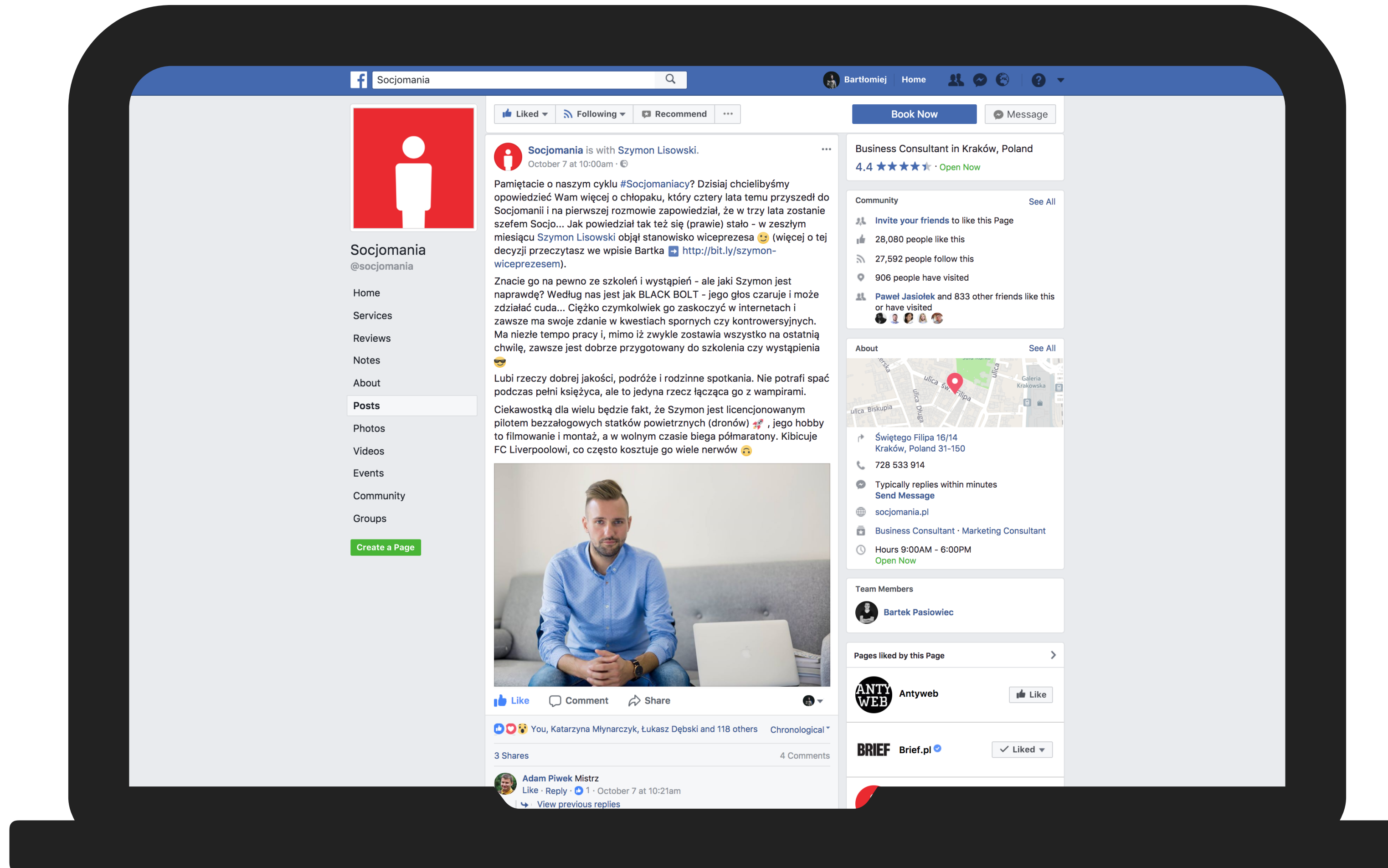


## 4 SEMANTIC SEGMENTATION





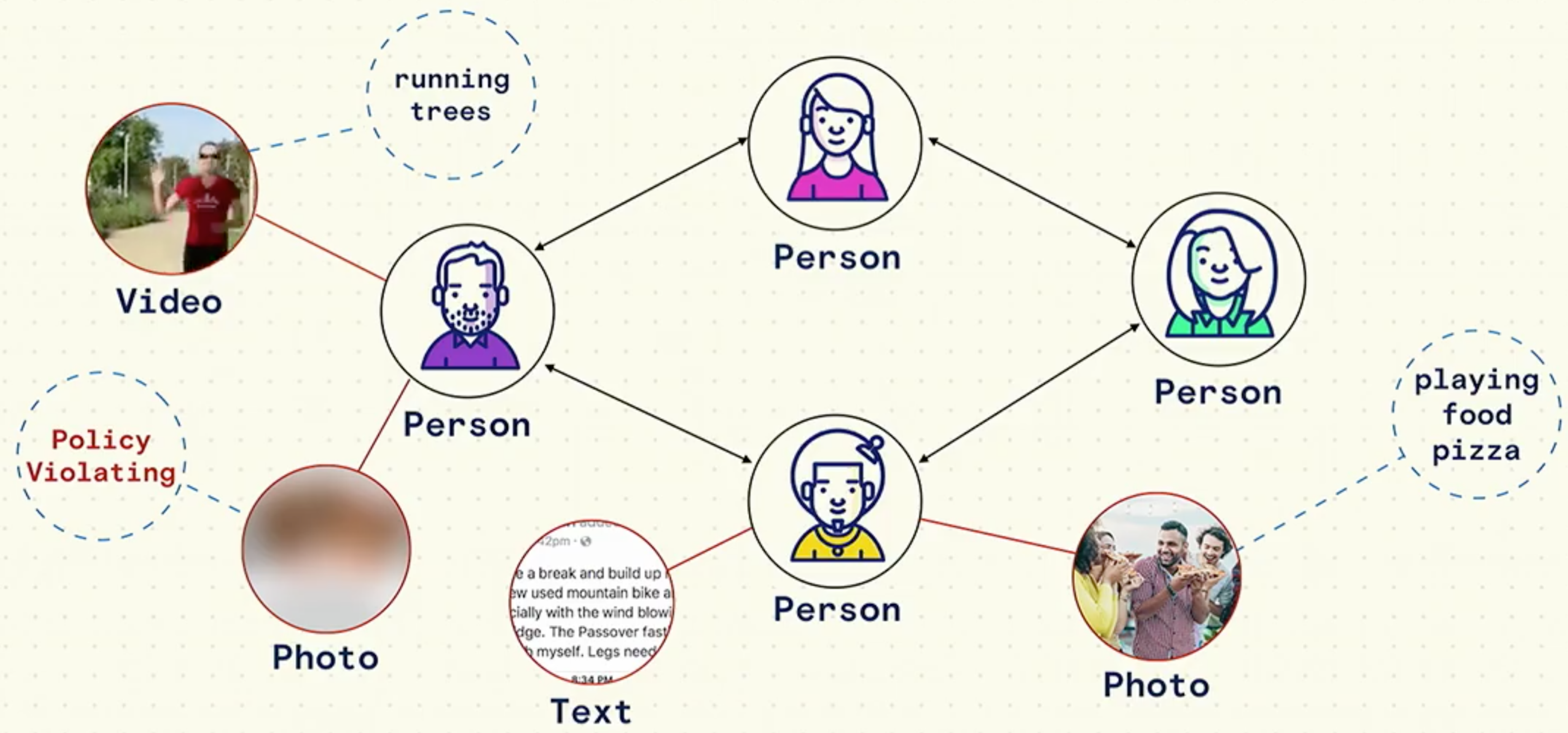
# Automatic Alt-Text (AAT)



```
▼ <div class="uiScaledImageContainer _4-ep" style="width:476px;height:317px;" id="u_jsonp_9_1c">
  
</div>
```



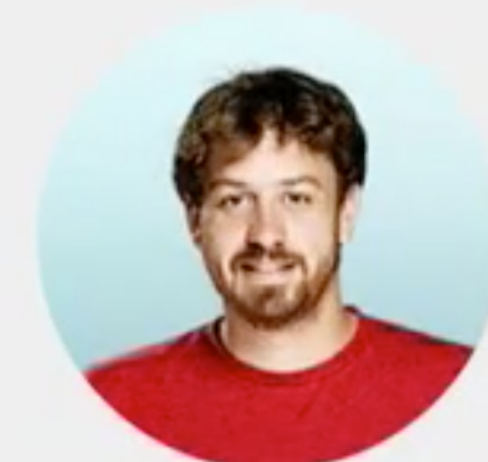
# Making the FB Social Graph Semantic



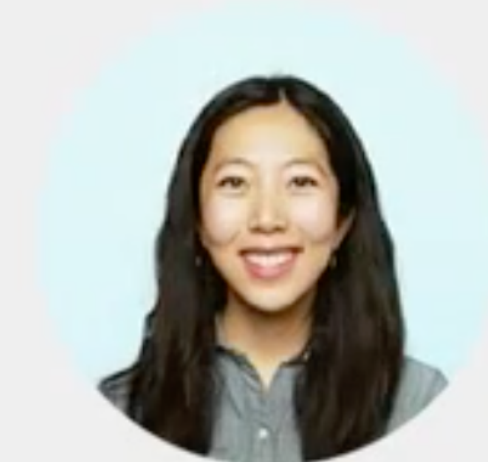
# Affinity



Score 1.2



Score 1.5



Score 0.8



# Affinity

**CREATE AUDIENCE**

**(New Audience)** 1M - 1.5M monthly active people **People on Facebook** Country: Poland

Location: POLAND Lesser Poland Voivodeship

Age and Gender: Age 18 - Any Gender All Men Women

Interests: + Interest

Connections: Pages

People Connected to: + Your Page

People Not Connected to: + Your Page

Advanced >

Demographics | **Page Likes** | Location | Activity

**Top Categories**

1	Ice Cream Shop	Good Lood
2	Cargo & Freight Company	Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne S.A. w Krakowie
3	Food & Beverage	Pizza Hut • I ♥ TRUSKAWKI
4	Shopping Mall	Galeria Kazimierz • Galeria Bronowice • Galeria Krakowska
5	Regional Website	Dzieje się w Krakowie • Kraków PL
6	Organization	Za darmo w Krakowie
7	Pub	HUSH LIVE
8	Newspaper	Gazeta Krakowska
9	Broadcasting & Media Production Company	LoveKraków.pl
10	Community	Okolice Krakowa - jednodniowe wycieczki • Spotted: MPK Kraków
11	College & University	Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie • Uniwersytet Jagielloński
12	City	Kraków - miasto numer 1 w Polsce • Kraków, Poland
13	Beauty Supply Store	Drogeria Pigment
14	Stadium, Arena & Sports Venue	Stowarzyszenie Kibiców Wisły Kraków
15	Sports Club	Wisła Kraków
16	Dance & Night Club	Energy 2000
17	Bookstore	Bonito.pl - księgarnia internetowa
18	Website	Platforma Komunikacyjna Krakowa - PKK • Onet Kraków • I ♥ Kraków
19	Nonprofit Organization	W górach jest wszystko co kocham
20	Fairground	EnergyLandia
21	Public Figure	Qczaj
22	Community Organization	Szlachetna PACZKA
23	News & Media Website	RMF24.pl

**CREATE AUDIENCE**

**(New Audience)** 1.5M - 2M monthly active people **People on Facebook**

Location: + Country, region, or city

Age and Gender: Age 18 - Any Gender All Men Women

Interests: + Interest

Connections: Pages

People Connected to: + Your Page

People Not Connected to: + Your Page

Advanced >

Demographics | **Page Likes** | Location | Activity

**Top Categories**

1	Regional Website	Kraków PL
2	Wildlife Sanctuary	Tatra National Park, Poland
3	Nonprofit Organization	W górach jest wszystko co kocham • WWF Polska
4	Sports Club	Wisła Kraków
5	Local & Travel Website	Tatromaniak • Miejsca w Polsce, które trzeba zobaczyć
6	Dance & Night Club	Energy 2000
7	Photographer	Nikon
8	Fairground	EnergyLandia
9	City	Kraków, Poland • CzasNaButy
10	Mattress Store	JYSK Polska
11	News & Media Website	RMF24.pl • ofeminin • tvp.info • Onet Wiadomości
12	Blogger	Przywoita Kobieta
13	Kitchen/Cooking	Kuchnia Jogurtowa
14	Jewelry/Watches	Apart
15	Furniture	Black Red White
16	Arts & Entertainment	Bądź mądry. • Google
17	Travel Agency	Itaka • Travelplanet.pl • TUI
18	Health & Wellness Website	Dbam o siebie • myfitness.pl
19	Footwear Store	eastend.pl • Run Colors
20	Outdoor & Sporting Goods Company	New Balance
21	Retail Company	MediaMarkt Polska • Carrefour
22	Movie	Sierpniowe niebo. 63 dni chwały • Lubię filmy • Chodzę do kina
23	Public Figure	Qczaj • Ewa Wachowicz

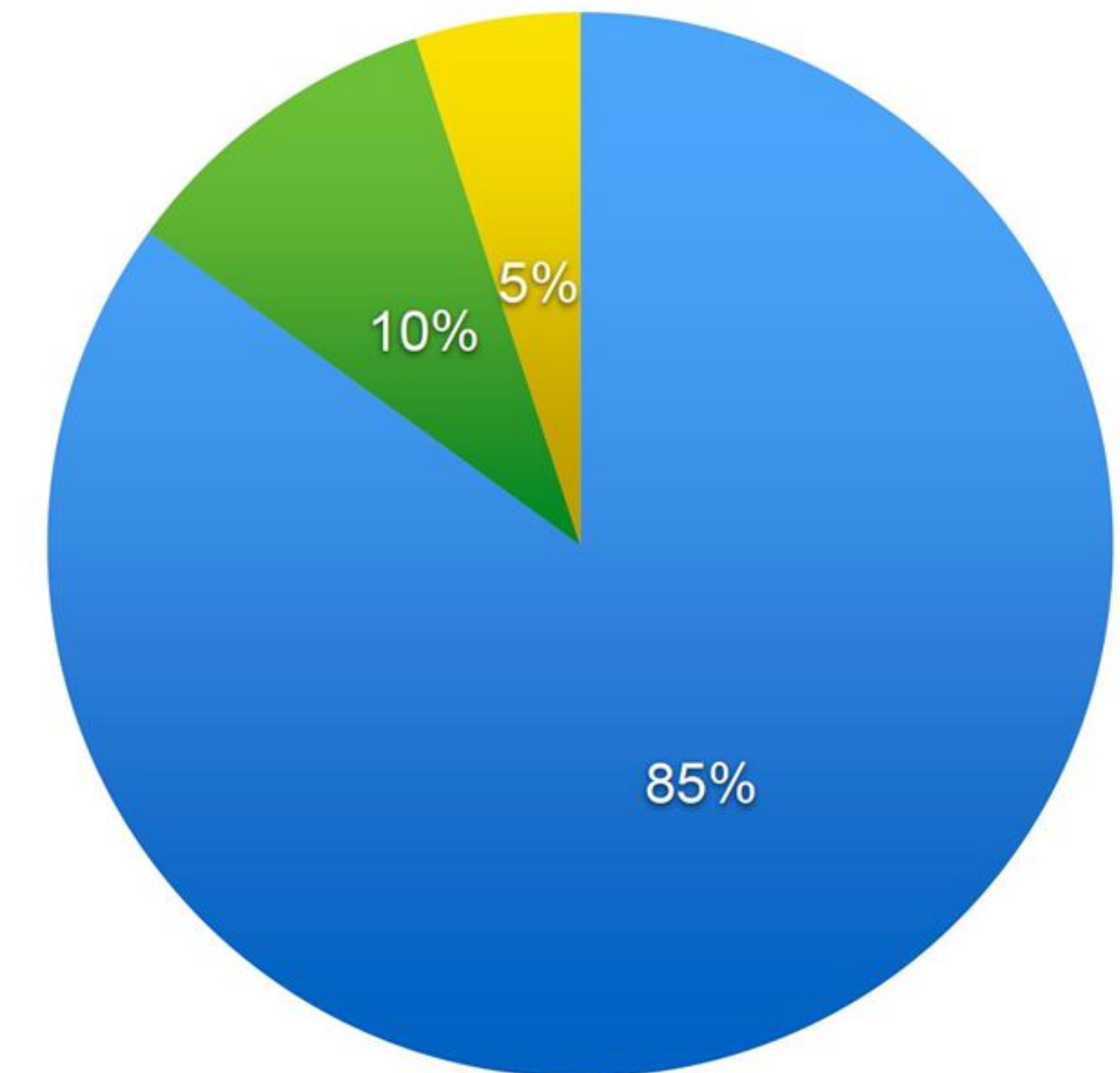


# Algorytm na Youtube

- 📍 watchtime filmu A = czas oglądania filmu A + czas oglądania filmów po obejrzeniu filmu A
- 📍 system rekomendacji treści jest ukierunkowany na promocję kanałów, a nie pojedynczych treści
- 📍 jeżeli tytuł filmu oraz miniatura są przyciągające, to subskrybenci poprzez stronę subskrypcji chętniej klikną i obejrzą film
- 📍 dla algorytmów lepiej nagrać 15min film oglądany średnio w 40% (6minut), niż nagrać 5min film oglądany w 80% (4min)

Algorithm Breakdown

- WATCH TIME
- RELEVANCY
- OTHER



## Co premiuje algorytm?



# Ekosystem









social  
  
magazine



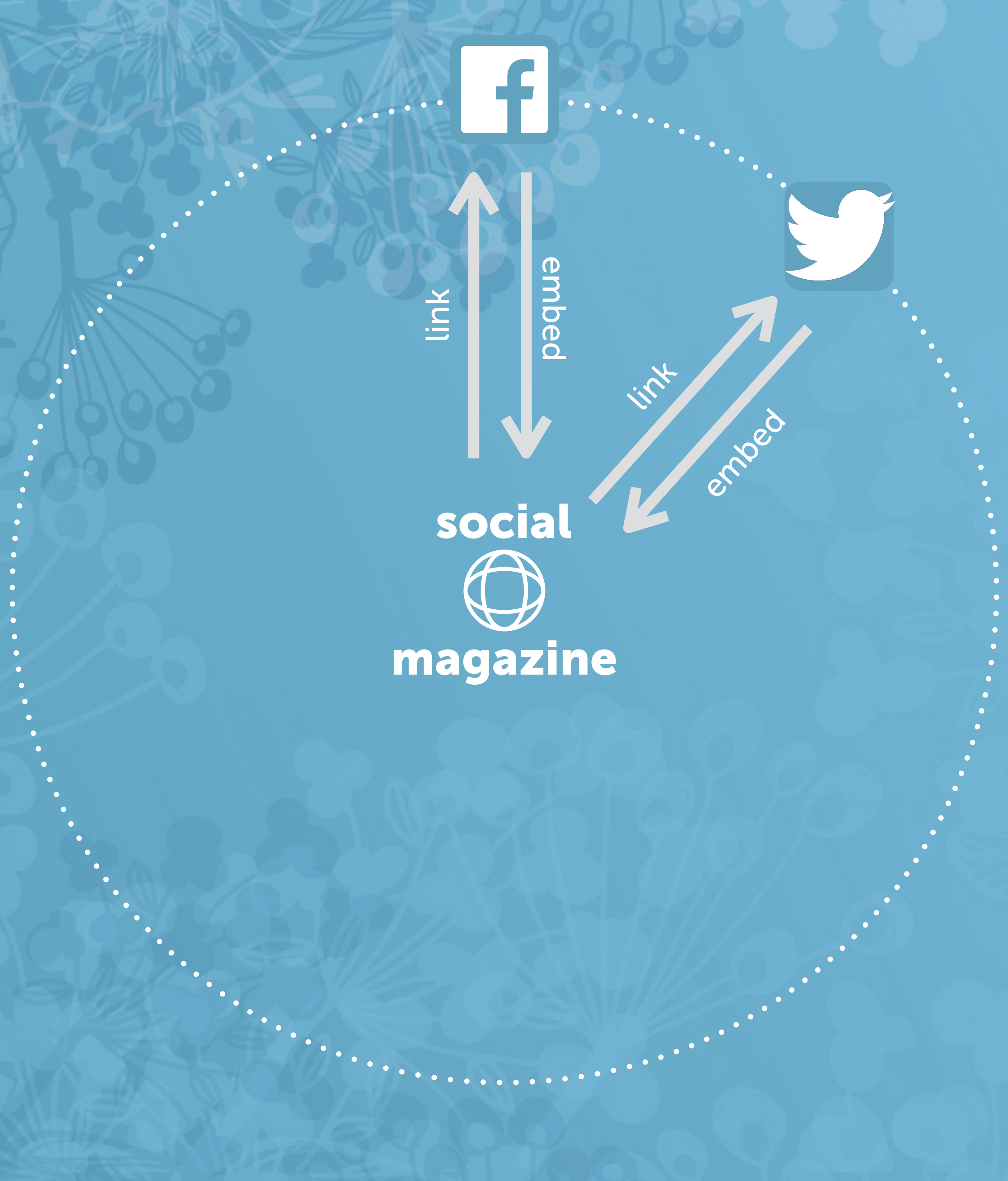
**social**  
  
**magazine**

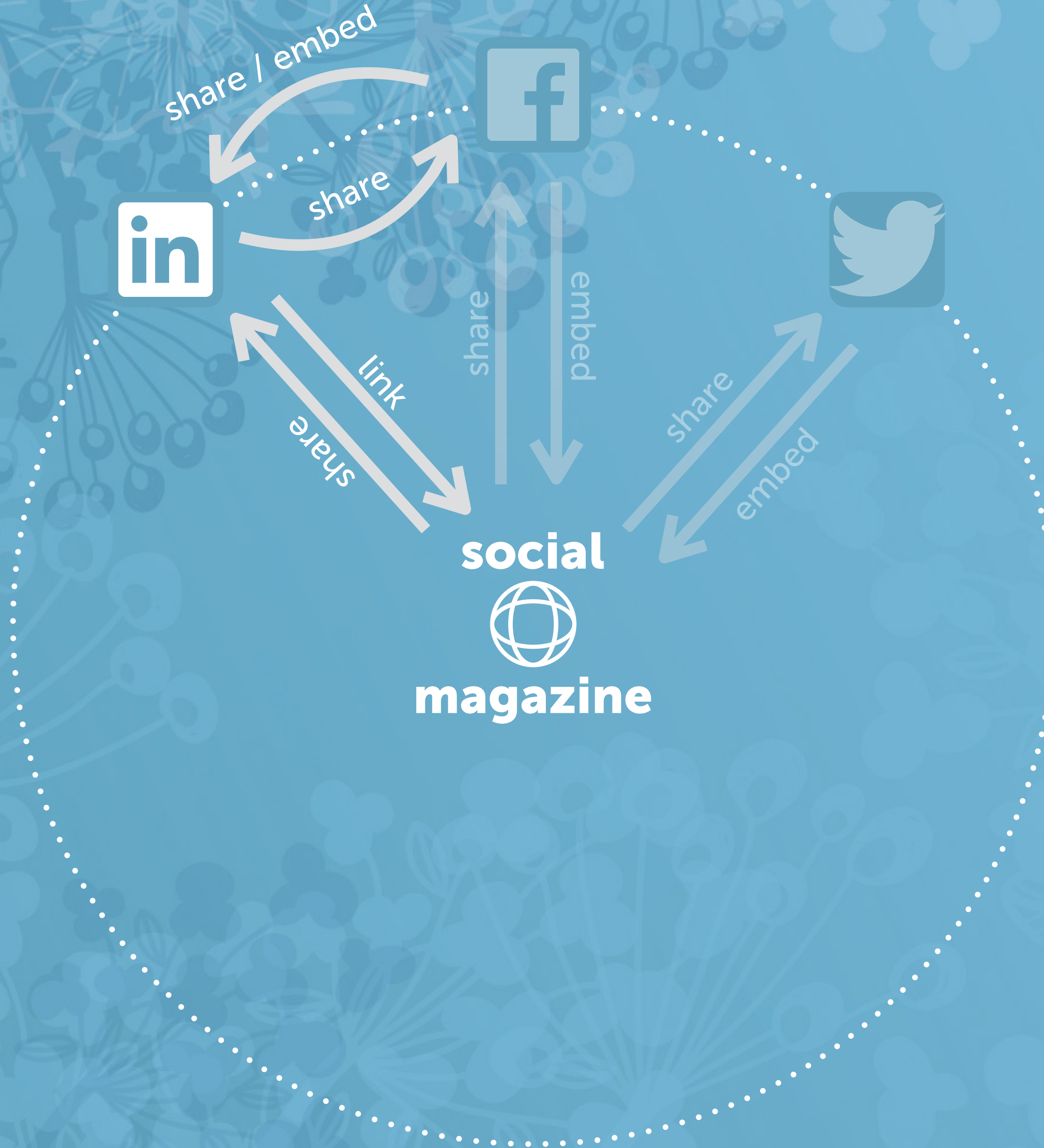
link

embed

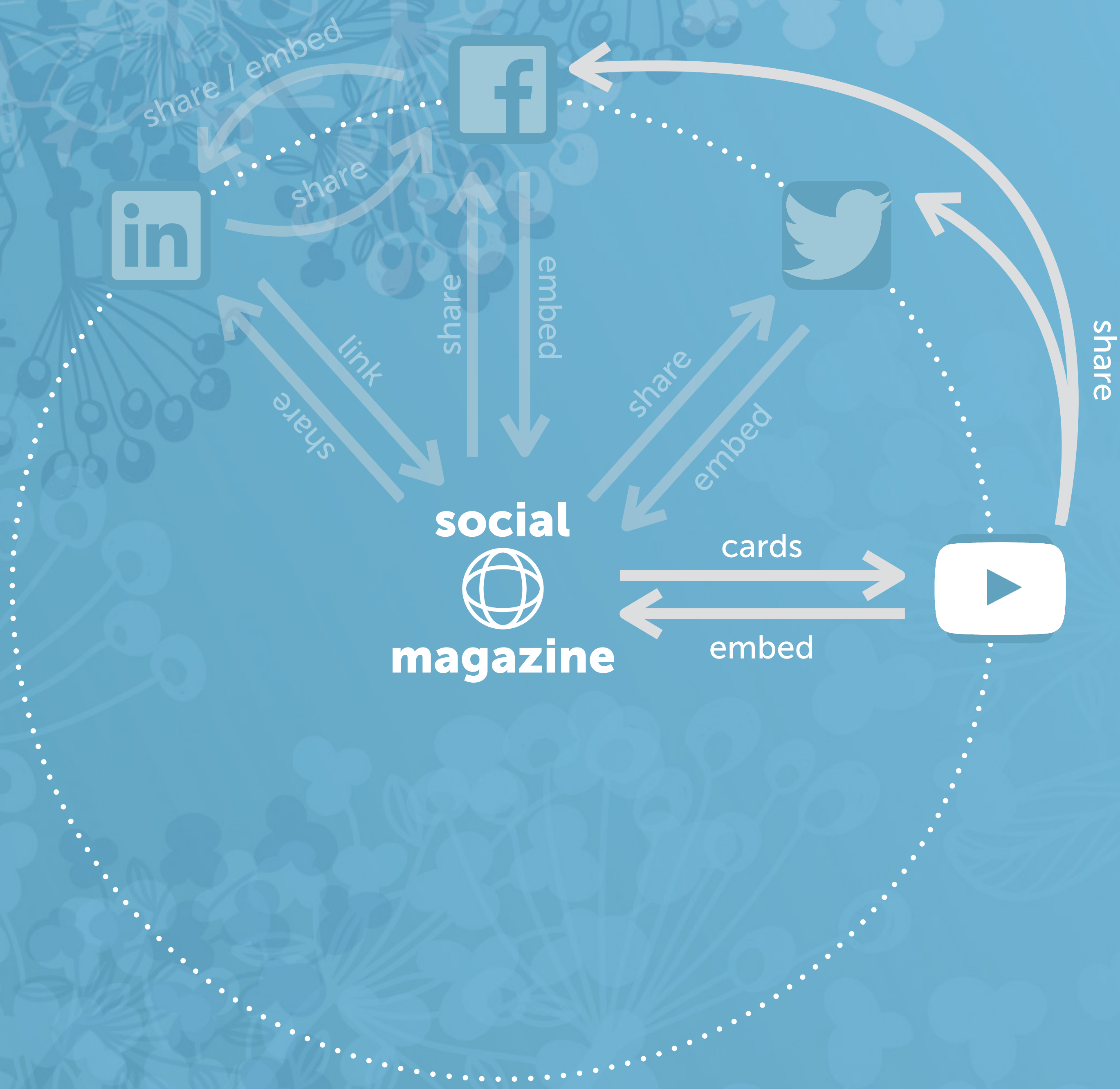
link

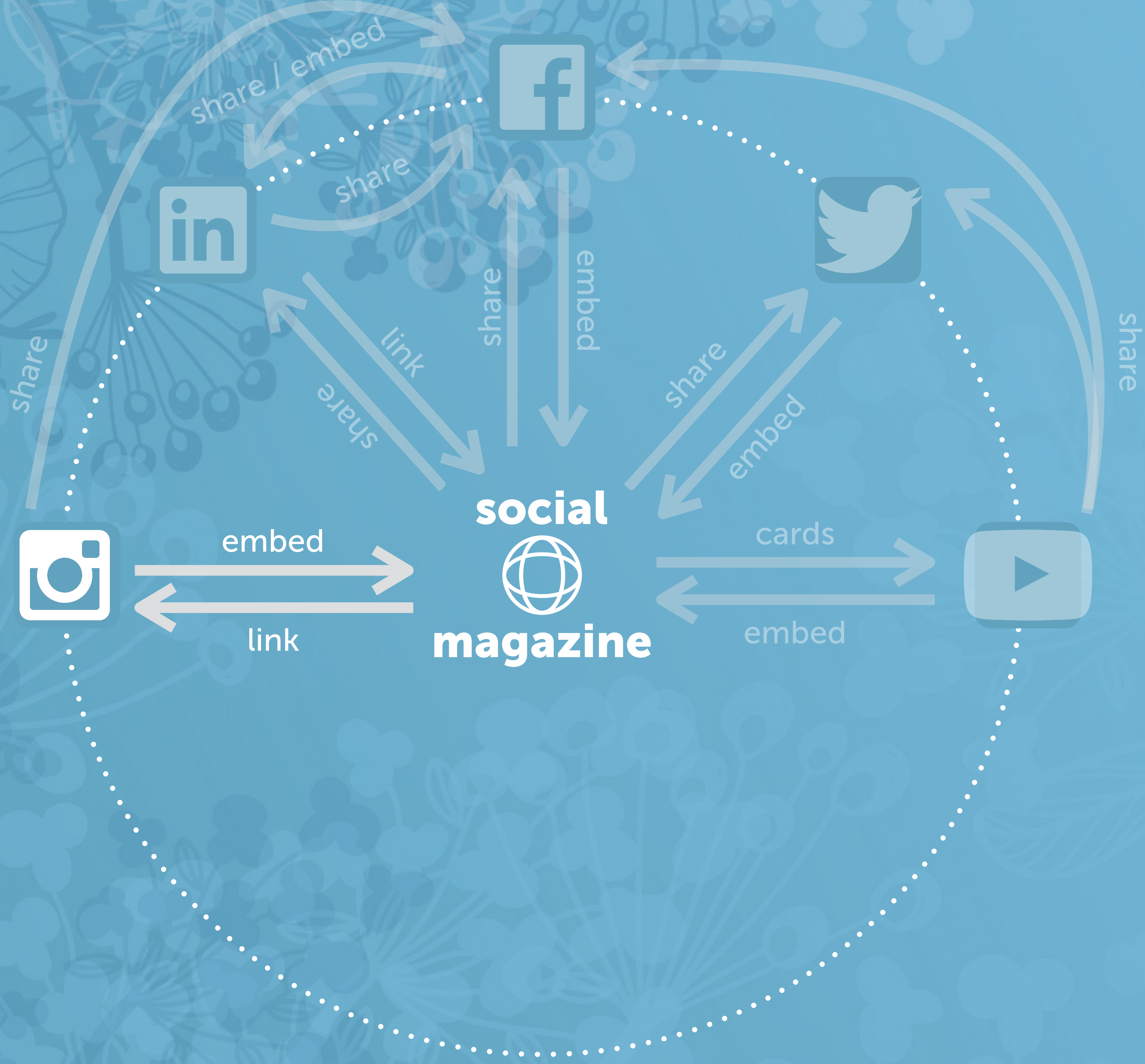
embed

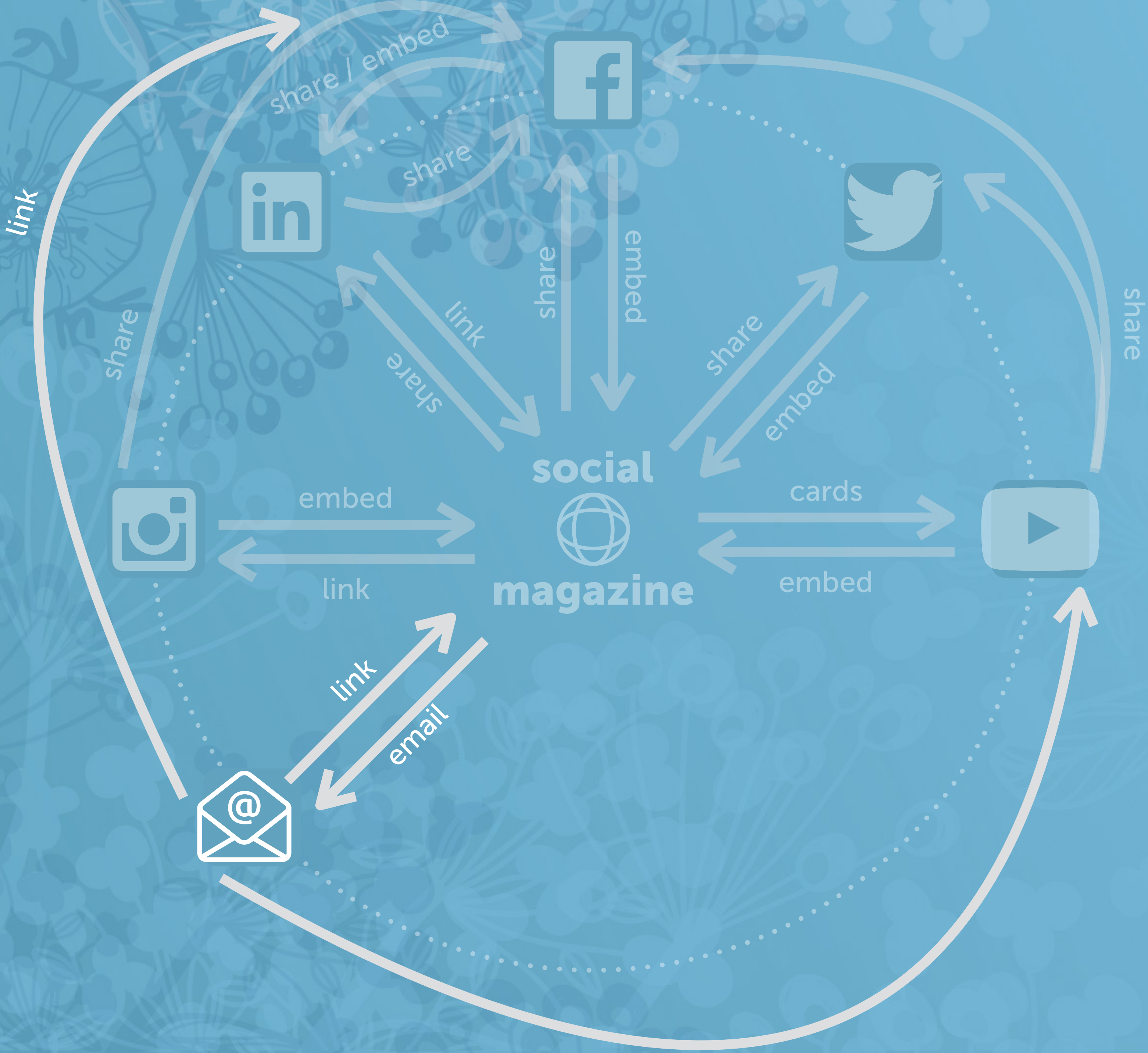




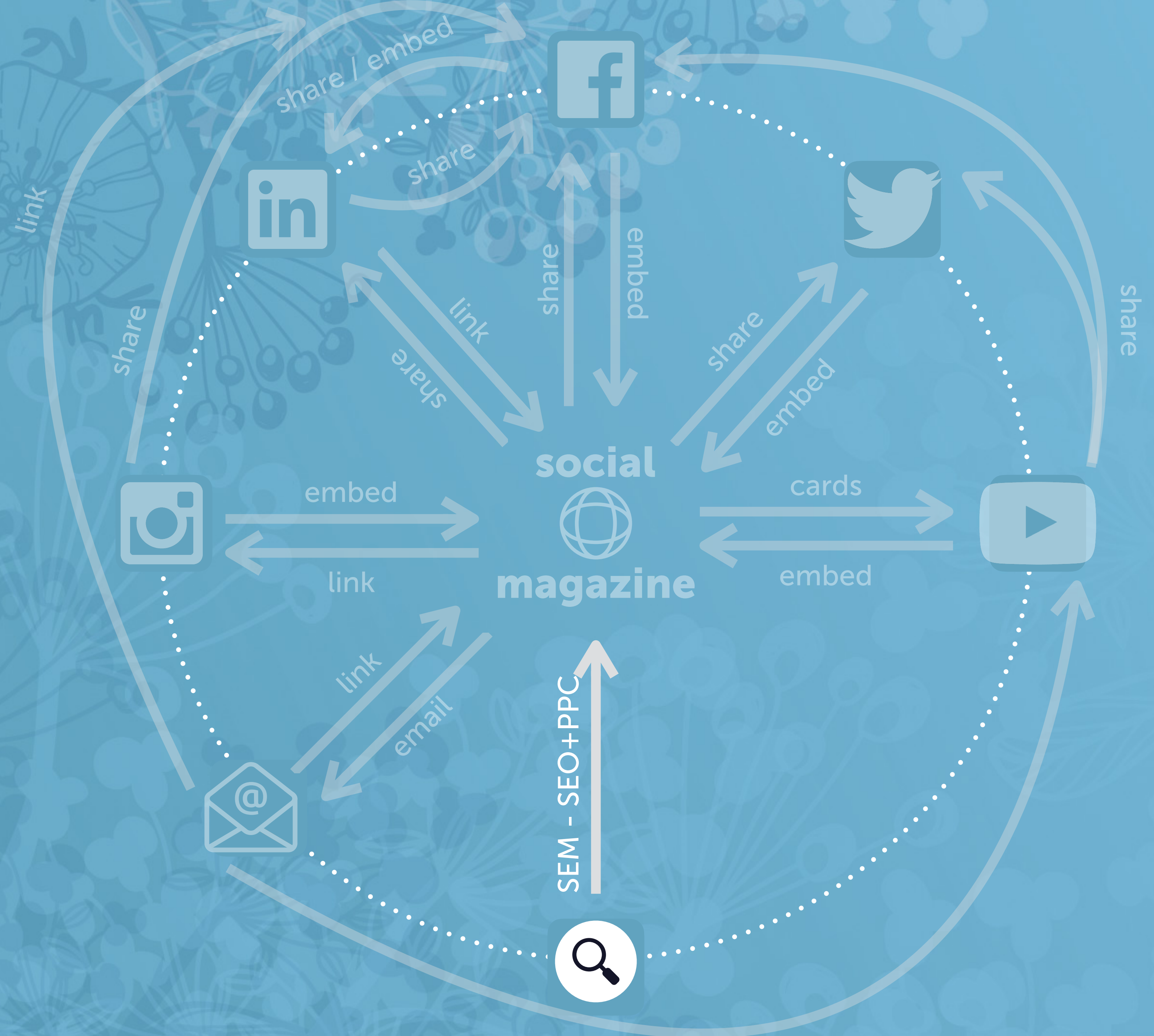
**social**  
magazine

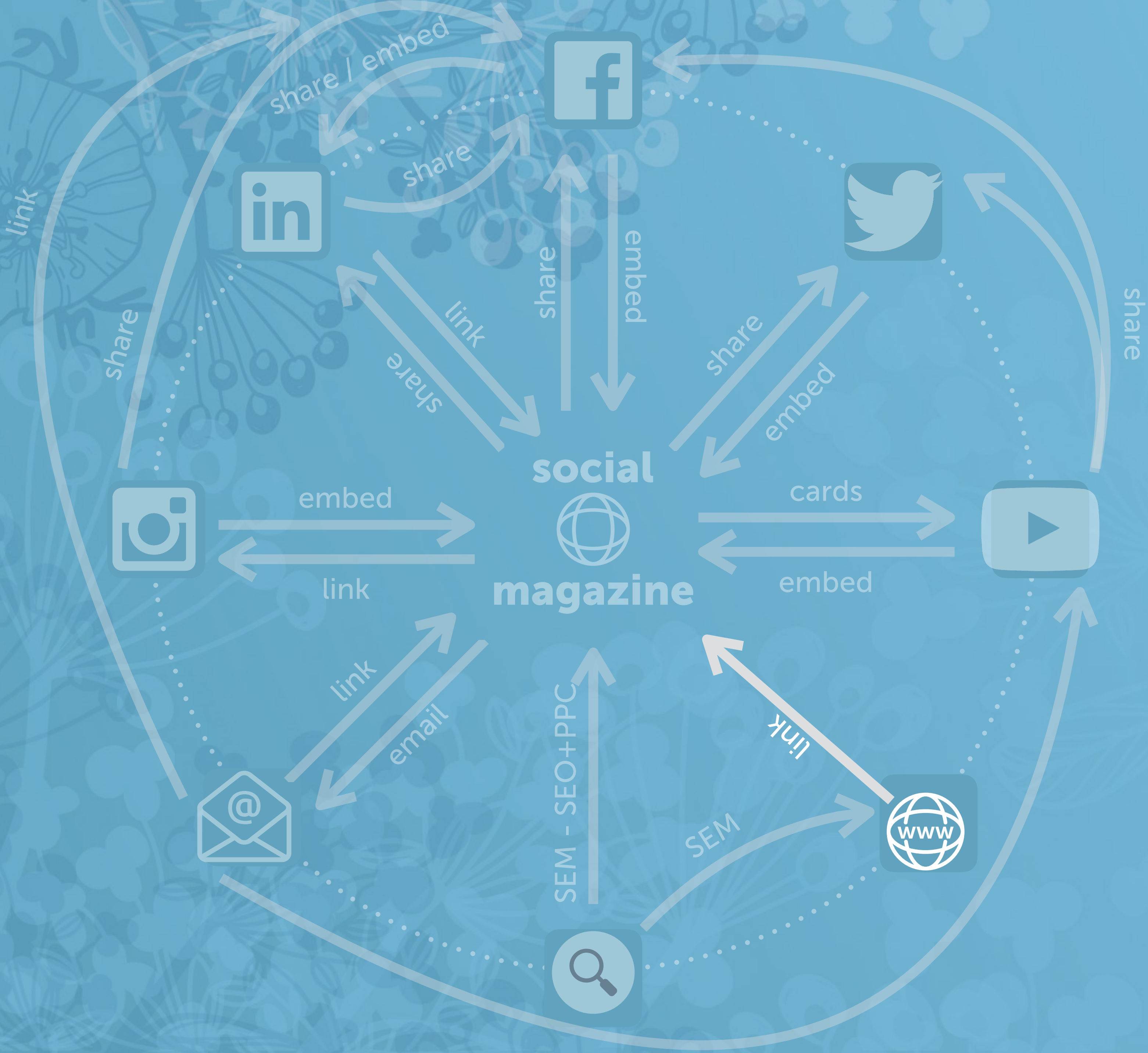


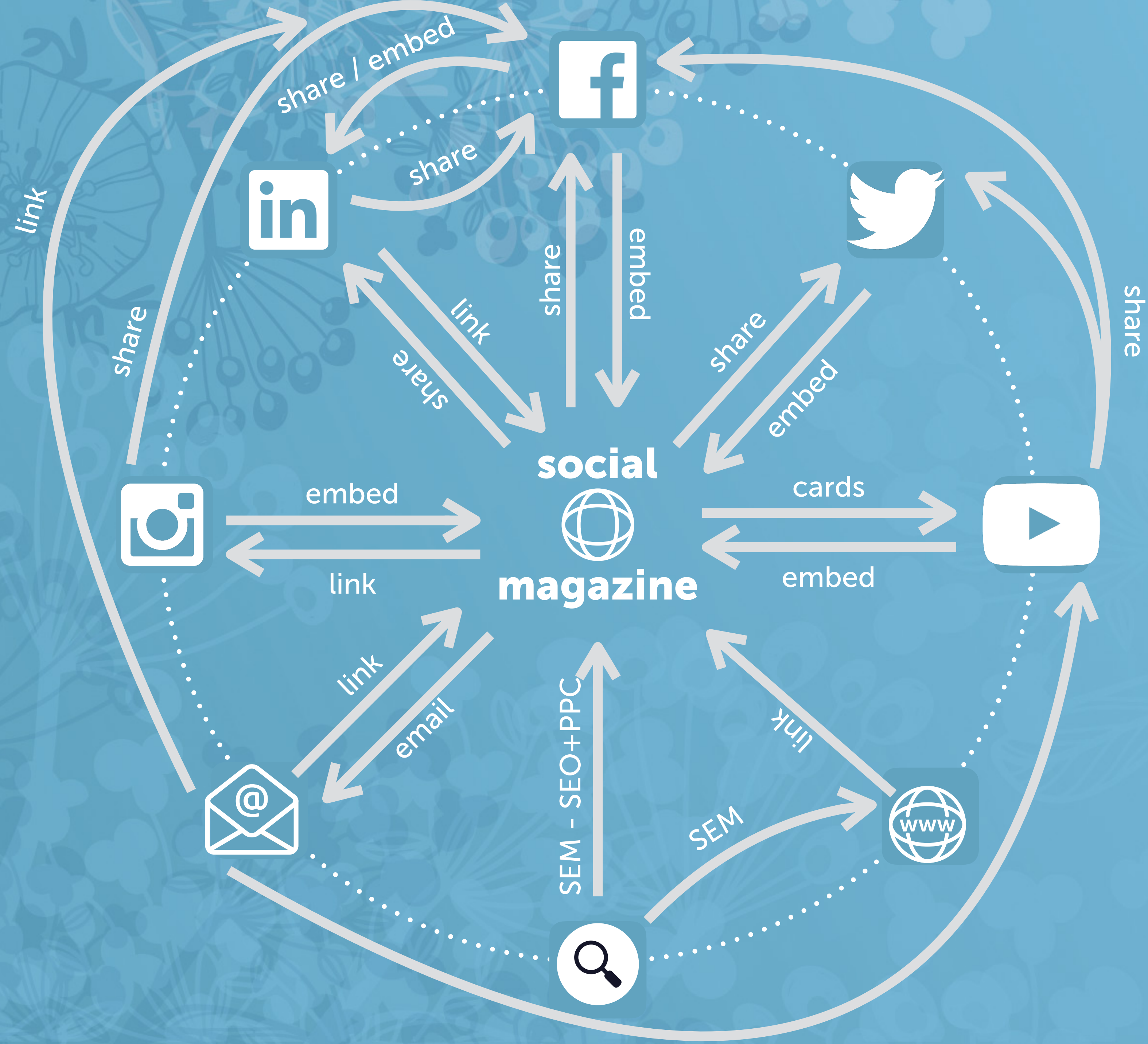












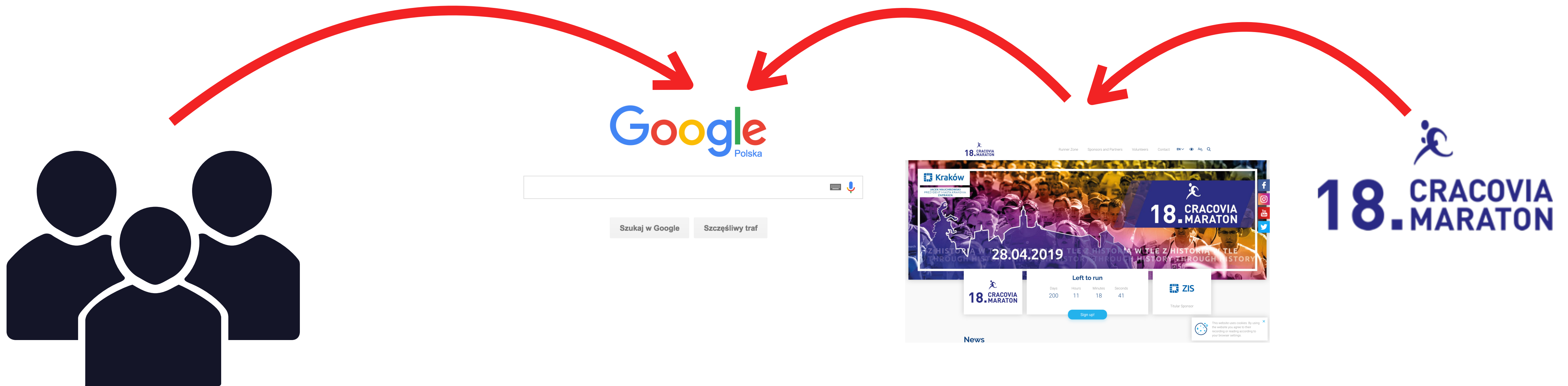
# Wartościowy Content

**“Matching the user intent with  
the purpose of a page and type  
of content expected”**



# Strategia

potrzeba = słowo kluczowe = słowo kluczowe = content na stronie



# Strategia

- 1** Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy
- 3 Powiązane słowa kluczowe
- 4 „Drzewko”
- 5 Wolumen wyszukiwań
- 6 Popularność materiałów w social media
- 7 Różne wyszukiwarki

Okolo 30 200 000 wyników (0,40 s)

**Bieg maratoński – Wikipedia, wolna encyklopedia**

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Bieg\\_maratoński](https://pl.wikipedia.org/wiki/Bieg_maratoński)

Nazwa pochodzi od miejscowości **Maraton** w Grecji. Według Herodota po zwycięskiej dla Greków bitwie z Persami pod **Maratonem** w 490 p.n.e., armia perska ...  
 Ultramaraton - Paula Radcliffe - Dennis Kimetto - Henryk Szost

**PZU Maraton Warszawski: Strona Główna**

[pzumaratonwarszawski.com/](http://pzumaratonwarszawski.com/)

PZU Maraton Warszawski wyróżniony IAAF Bronze Label więcej. 28.01. Zapisy na XII Ekiden – Maraton Sztafet więcej ... PZU Maratonu Warszawskiego więcej.

**Trasa - PZU Maraton Warszawski**

[pzumaratonwarszawski.com/dla-biegaczy/maraton/trasa/](http://pzumaratonwarszawski.com/dla-biegaczy/maraton/trasa/)

Trasa 38. PZU Maratonu Warszawskiego, który odbędzie się 25 września 2016 zostanie zaprezentowana wkrótce. Poniżej przypominamy trasę z 2015 roku.  
 Ta strona była przez ciebie odwiedzana 2 razy. Ostatnie odwiedziny: 22.02.16

**ORLEN Warsaw Marathon | NARODOWE ŚWIĘTO BIEGANIA!**

<https://www.orlenmarathon.pl/>

... Regulamin płatności maraton · Regulamin płatności bieg OSHEE 10 km · 86. mistrzostwa Polski ... Treningi · Maraton od kuchni · Dokumenty do pobrania.

**PZU Półmaraton Warszawski: Home**

[pzupolmaratonwarszawski.com/](http://pzupolmaratonwarszawski.com/)

180 tysięcy na koncie akcji #BiegamDobrze – 37. PZU Maraton Warszawski więcej.  
 Kalendarium imprez. 03.04. 11. PZU Półmaraton Warszawski więcej. 25.09.

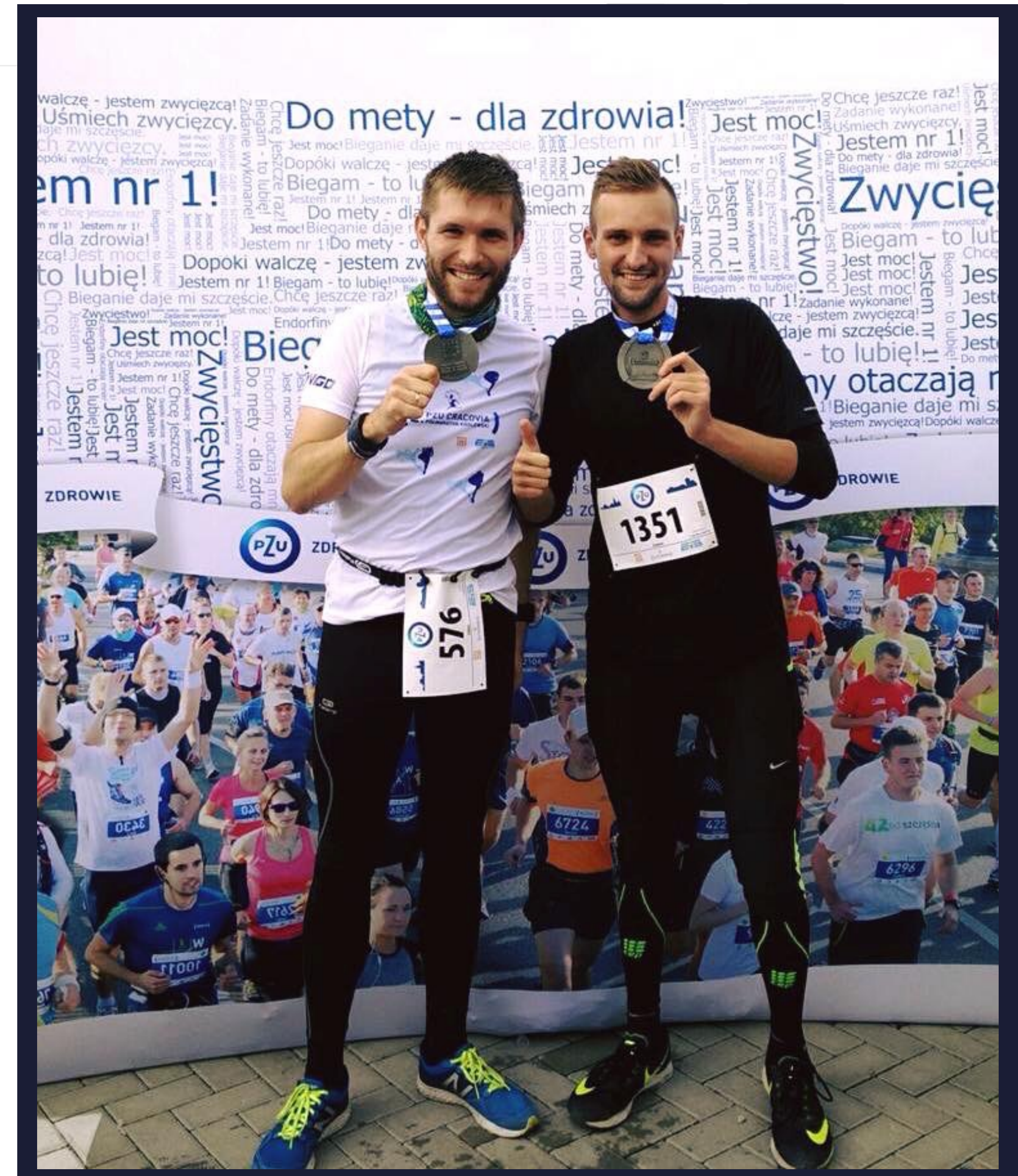
**MaratonyPolskie.PL - bieganie, biegi, maraton**

[www.maratonypolskie.pl/](http://www.maratonypolskie.pl/)

bieganie, biegi, maraton - największy portal poświęcony bieganiu i imprezom biegowym w Polsce.

**Obrazy dla maraton**

Zgłoś grafiki



Socjomaniacy na mecie półmaratonu w Krakowie



# Strategia

- 1 Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy**
- 3 Powiązane słowa kluczowe
- 4 „Drzewko”
- 5 Wolumen wyszukiwań
- 6 Popularność materiałów w social media
- 7 Różne wyszukiwarki

**bieganie**  
Wyszukiwane hasło

**maraton**  
Wyszukiwane hasło

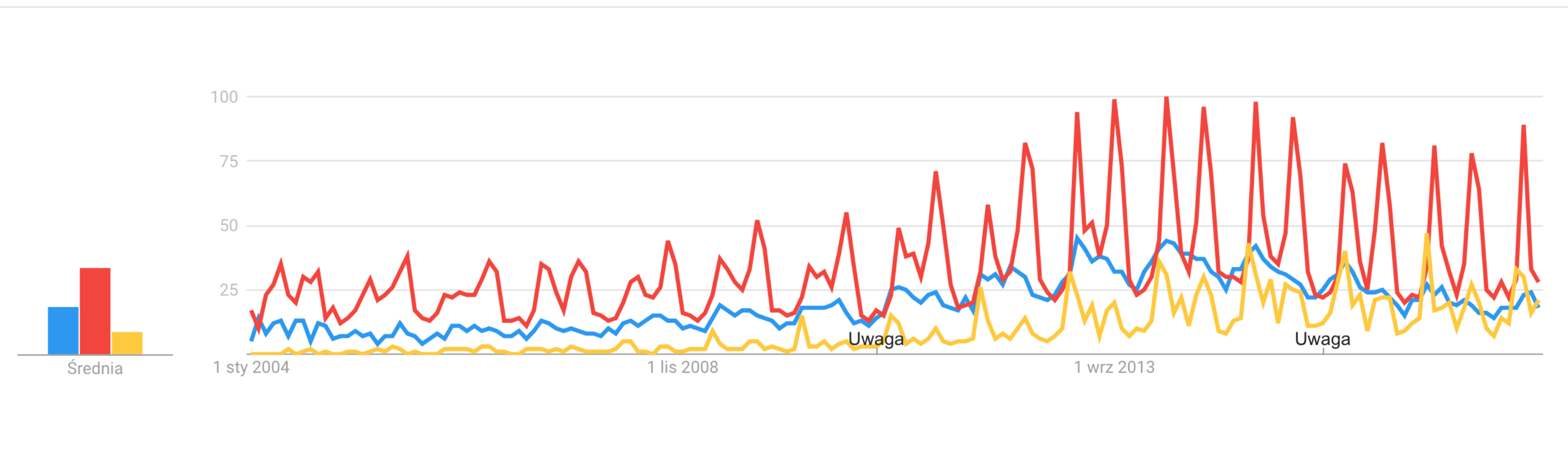
**półmaraton**  
Wyszukiwane hasło

+ Dodaj porównanie

Polska 2004 – dziś Wszystko Wyszukiwarka Google

Zainteresowanie w ujęciu czasowym

Download, Zoom, Share icons

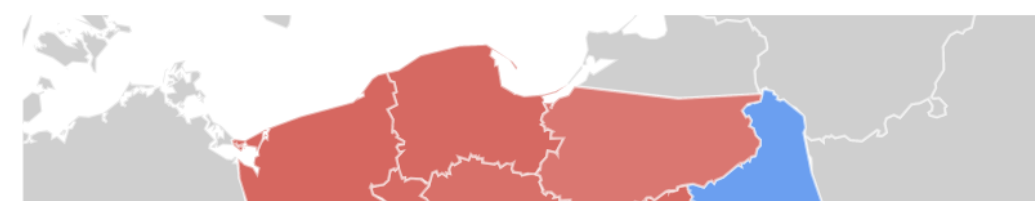


Podział według podregionu – porównanie

Podregion Download, Zoom, Share icons

bieganie maraton półmaraton

Sortuj: Zainteresowanie: bieganie



1 podlaskie

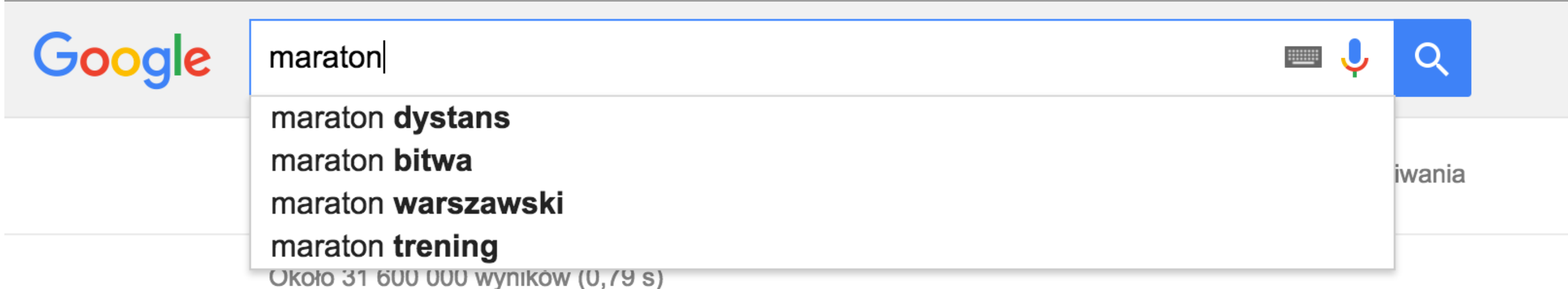


# Strategia

- 1 Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy
- 3 Powiązane słowa kluczowe**
- 4 „Drzewko”
- 5 Wolumen wyszukiwań
- 6 Popularność materiałów w social media
- 7 Różne wyszukiwarki

# Strategia

1



Google maraton|

maraton **dystans**  
maraton **bitwa**  
maraton **warszawski**  
maraton **trening**

Okolo 31 600 000 wyników (0,79 s)

[Bieg maratoński – Wikipedia, wolna encyklopedia](https://pl.wikipedia.org/wiki/Bieg_maratoński)  
[https://pl.wikipedia.org/wiki/Bieg\\_maratoński](https://pl.wikipedia.org/wiki/Bieg_maratoński) ▾  
Nazwa pochodzi od miejscowości Maraton w Grecji. Według Herodota po zwycięskiej dla Greków bitwie z Persami pod Maratonem w 490 p.n.e., armia perska ...  
Ultramaraton · Paula Radcliffe · Dennis Kimetto · Henryk Szost


2

Wyszukiwania podobne do maraton

maraton <b>dystans</b>	maraton <b>rekord</b>
maraton <b>bitwa</b>	maraton <b>wkładki</b>
maraton <b>warszawski</b>	maraton <b>poznań</b>
maraton <b>trening</b>	maraton <b>wrocław</b>

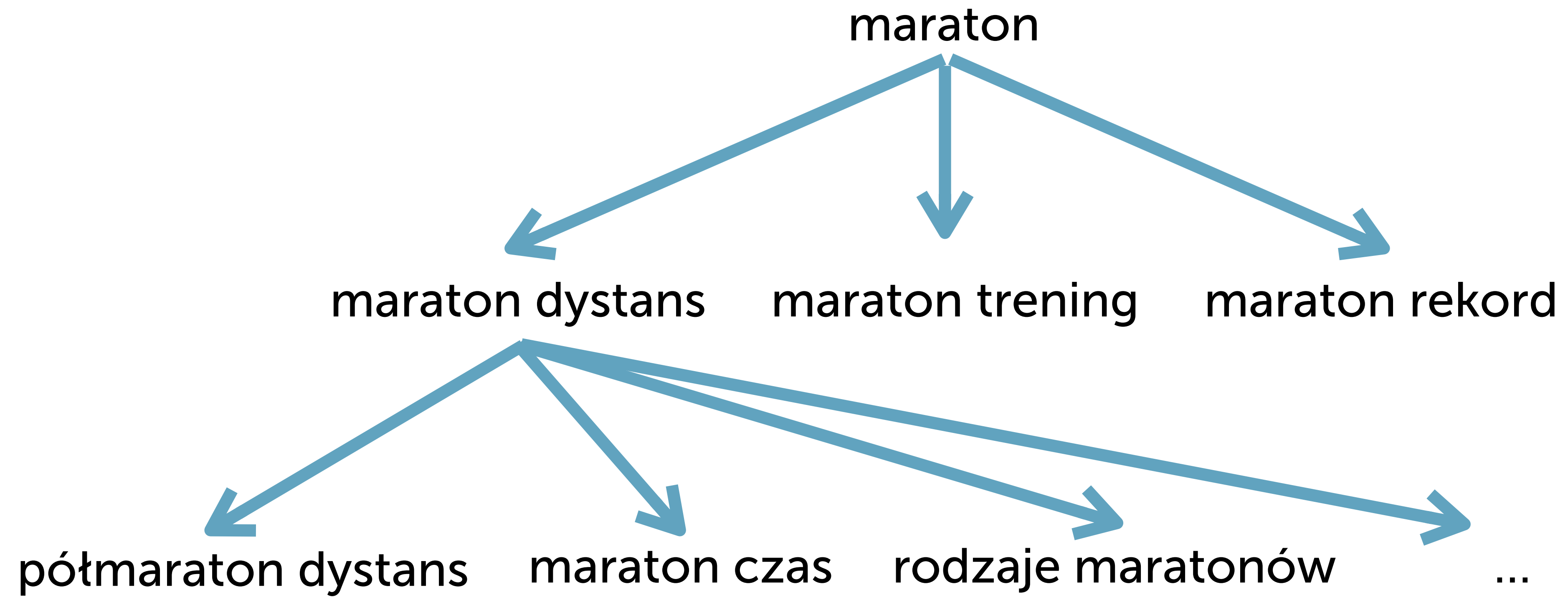
Go ooooooooooooooogle >

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Następna



# Strategia

- 1 Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy
- 3 Powiązane słowa kluczowe
- 4 „Drzewko”**
- 5 Wolumen wyszukiwań
- 6 Popularność materiałów w social media
- 7 Różne wyszukiwarki



# Strategia

- 1 Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy
- 3 Powiązane słowa kluczowe
- 4 „Drzewko”
- 5 Wolumen wyszukiwań**
- 6 Popularność materiałów w social media
- 7 Różne wyszukiwarki

**Wyświetlanie reklam może zostać wkrótce wstrzymane, ponieważ saldo konta jest prawie wyczerpane.... Wyświetl wszystkie**

**Planer słów kluczowych**  
Dodaj propozycje do swojego planu

Produkt lub usługa

maraton

Wyświetl propozycje

Modyfikuj wyszukiwanie

Kierowanie

Polska

polski

Google

**Wykluczające słowa kluczowe**

Zakres dat

Pokaż śr. miesięczną liczbę wyszukiwań w okresie: z ostatnich 12 miesięcy

Dostosuj wyszukiwanie

**Filtry słów kluczowych**

**Opcje słów kluczowych**

Wyświetl wszystkie propozycje

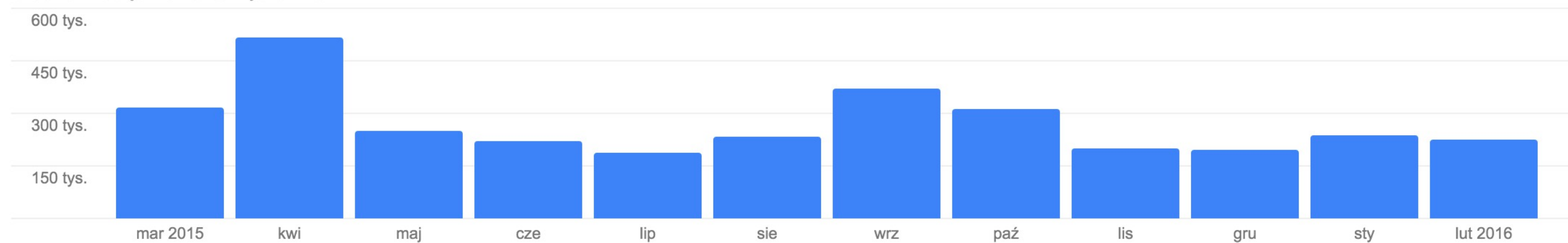
Ukryj słowa kluczowe z mojego konta

Ukryj słowa kluczowe zawarte w moim planie

**Uwzględnione słowa kluczowe**

Trendy liczby wyszukiwań

Średnia miesięczna liczba wyszukiwań



Propozycje grup reklam

**Propozycje słów kluczowych**

Kolumny



Pobierz

Dodaj wszystkie (390)

Wyszukiwane hasła	Śr. miesięczna liczba wyszukiwań	Sugerowana stawka	Śr. pozycja w bezpl. wynikach wyszuk.	Udział w wyśw. w bezpl. wynikach wyszuk.	Udział w wyśw. reklamy	Dodaj do planu
maraton	8 100	8,62 zł	-	-	-	»

Liczba wierszy: 30 1-1 z 1 słów kluczowych

Słowo kluczowe (według trafności)	Śr. miesięczna liczba wyszukiwań	Sugerowana stawka	Śr. pozycja w bezpl. wynikach wyszuk.	Udział w wyśw. w bezpl. wynikach wyszuk.	Udział w wyśw. reklamy	Dodaj do planu
orlen	74 000	0,14 zł	-	-	-	»
bieganie	33 100	4,83 zł	-	-	-	»
maraton warszawski	12 100	0,20 zł	-	-	-	»
maratonympolskie	8 100	8,16 zł	-	-	-	»
półmaraton warszawski	6 600	5,70 zł	-	-	-	»



Twój plan jest pusty

Dodaj grupę reklam i propozycje słów kluczowych z tabeli do planu

+ Lub zacznij od pustej grupy reklam






# Strategia

- 1 Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy
- 3 Powiązane słowa kluczowe
- 4 „Drzewko”
- 5 Wolumen wyszukiwań
- 6 Popularność materiałów w social media**
- 7 Różne wyszukiwarki

biegaczpólnocy.blogspot.com/2013/04/wielkie-pakowanie-czyli-co-zabrać-ze.html

#prasowka

More Next Blog»




# BIEGACZ Z PÓŁNOCY

FOTORELACJE RELACJE TESTY SPRZĘTU BIEGOWEGO PRZEPISY K...

25 kwietnia 2013

## Wielkie pakowanie - czyli co zabrać ze sobą na maraton?



No i stało się! Mam już za sobą ostatni trening w Gdańsku. Teraz tylko sobotni rozruch i coś na co czekałem od długiego czasu - start w krakowskim maratonie! W ramach przygotowań do tych zawodów pokonałem podczas treningów ponad 2 tysiące kilometrów, na biegowe trasy wyszedłem ponad 100-krotnie i spędziłem na nich przeszło 140 godzin. A przecież samo bieganie to tylko część treningu. Do tego dochodzi jeszcze rozciąganie, ćwiczenia siłowe. Ogólnie podsumowując poświęciłem całkiem sporo czasu i energii temu startowi. I

Znajdź Mnie na facebooku

Biegacz z Północy  
1,974 likes  
Like Page

7 friends like this

Biegacz z Północy  
Yesterday at 5:01am  
Co wybiorę się do FizjoLab to Mateusz wyciąga jakieś nowe "narzędzia tortur". Aż

**Buzzsumo** <http://biegaczpólnocy.blogspot.com/2013/04/wielkie-pakowanie-czyli-co-zabrać-ze.html> Go!

**Total:** 9  
Twitter shares are not included in total above.

<b>f</b> Interactions:	9
Shares:	3
Likes:	4
Comments:	2
<b>t</b> Shares:	-
<b>in</b> Shares:	0
<b>p</b> Pins:	0
<b>g+</b> +1:	0

**Q Indexing Page...**  
 BuzzSumo has yet to index this URL. Please check back in about 30 minutes and we should have some data, including the number of Twitter shares. Thanks!

Visit BuzzSumo [Feedback](#)



**Filter by Date** ⓘ

- 24 Hours
- Past Week
- Past Month
- Past 6 Months
- Past Year
- Past 2 Years
- Past 5 Years
- Specific Range

Only B2B Publishers

**Country (TLD)** ⓘ >

**Language** ⓘ >

**Filter Domains** ⓘ >

**Content Type** ⓘ >

**Word Count** ⓘ >

**Publisher Size** ⓘ >

**Apply Filters**

Reset Filters

## Content Analyzer

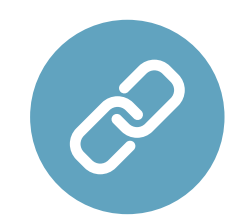
**Search** | Analysis

http://pzumaratonwarszawski.com/ | Search | Save Search | Export | Page 1 of 3

How to run an Advanced Search ▾

Sort by: Total Engagements ▾

		Facebook Engagements	Twitter Shares	Pinterest Shares	Reddit Engagements	Number of Links	Evergreen Score	Total Engagements ↓
<b>Informator drogowy - PZU Maraton Warszawski</b>	Sep 26, 2018 pzumaratonwarszawski.com	928	0	0	0	0	0	928
<b>Trasa 40. PZU Maratonu Warszawskiego - PZU Maraton Warszawski</b>	Aug 3, 2018 pzumaratonwarszawski.com	77	0	0	0	1	0	77
<b>WyBIEG dla Benka! Warszawskie ZOO w akcji #BiegamDobrze - PZU Maraton Warszawski</b>	Aug 21, 2018 pzumaratonwarszawski.com	58	0	0	0	0	0	58
<b>Dr Łokieć partnerem biegu! - PZU Maraton Warszawski</b>	Feb 12, 2018 pzumaratonwarszawski.com	27	0	0	0	0	0	27
<b>Przebierz się i ubierz się - PZU Maraton Warszawski</b>	Sep 3, 2018 pzumaratonwarszawski.com	0	0	0	0	0	0	0



# Strategia

- 1 Główne słowa kluczowe
- 2 Trendy
- 3 Powiązane słowa kluczowe
- 4 „Drzewko”
- 5 Wolumen wyszukiwań
- 6 Popularność materiałów w social media
- 7 Różne wyszukiwarki**

# Różne wyszukiwarki

**YouTube** maraton

Prześlij

Okolo 972 000 wyników

**Pomysły na Dom z Basenem**  
Reklama Homebook.pl  
23 911 wyświetleń  
Obejrzyj 10 Inspirujących Pomysłów na Dom z Basenem!

**Jak Przebiec Maraton i Po Co?**  
sukces.pl  
1 rok temu • 15 695 wyświetleń  
300 Motywacyjnych Trików: http://MistrzMotywacji.pl Facebook: http://fb.com/MistrzMotywacji 2,5 miesiąca na przygotowanie do ...

**MÓJ PIERWSZY MARATON**  
MayaTheBee  
2 miesiące temu • 9 299 wyświetleń  
http://www.majanowak.pl/ ...  
\*Kanał Sebastiana: ...

**Cracovia Maraton 2015**  
rtvpiola  
1 rok temu • 4 747 wyświetleń  
14. PKO Cracovia Maraton - 19 kwietnia 2015. Kolejny raz zabrałem kamerę na jego trasę nie startując w biegu. Wypatrzenie i ...

**Poznań Maraton 2015 - Oficjalne video z 16. PKO Poznań Maratonu**  
Poznań Maraton  
8 miesięcy temu • 7 136 wyświetleń  
Realizacja: Studio Soho Film&Multimedia.

**36. PZU Maraton Warszawski**  
Maraton Warszawski  
1 rok temu • 12 599 wyświetleń  
36. PZU Maraton Warszawski, 28. września 2014. Reżyseria: Tomasz Suski Zdjęcia: Damian Szprejda, Konrad Wasilewski, ...

**BLOK EKIPA OD 1 DO 81 7 Godzinny Maraton H**  
DereQu  
1 miesiąc temu • 55 692 wyświetlenia

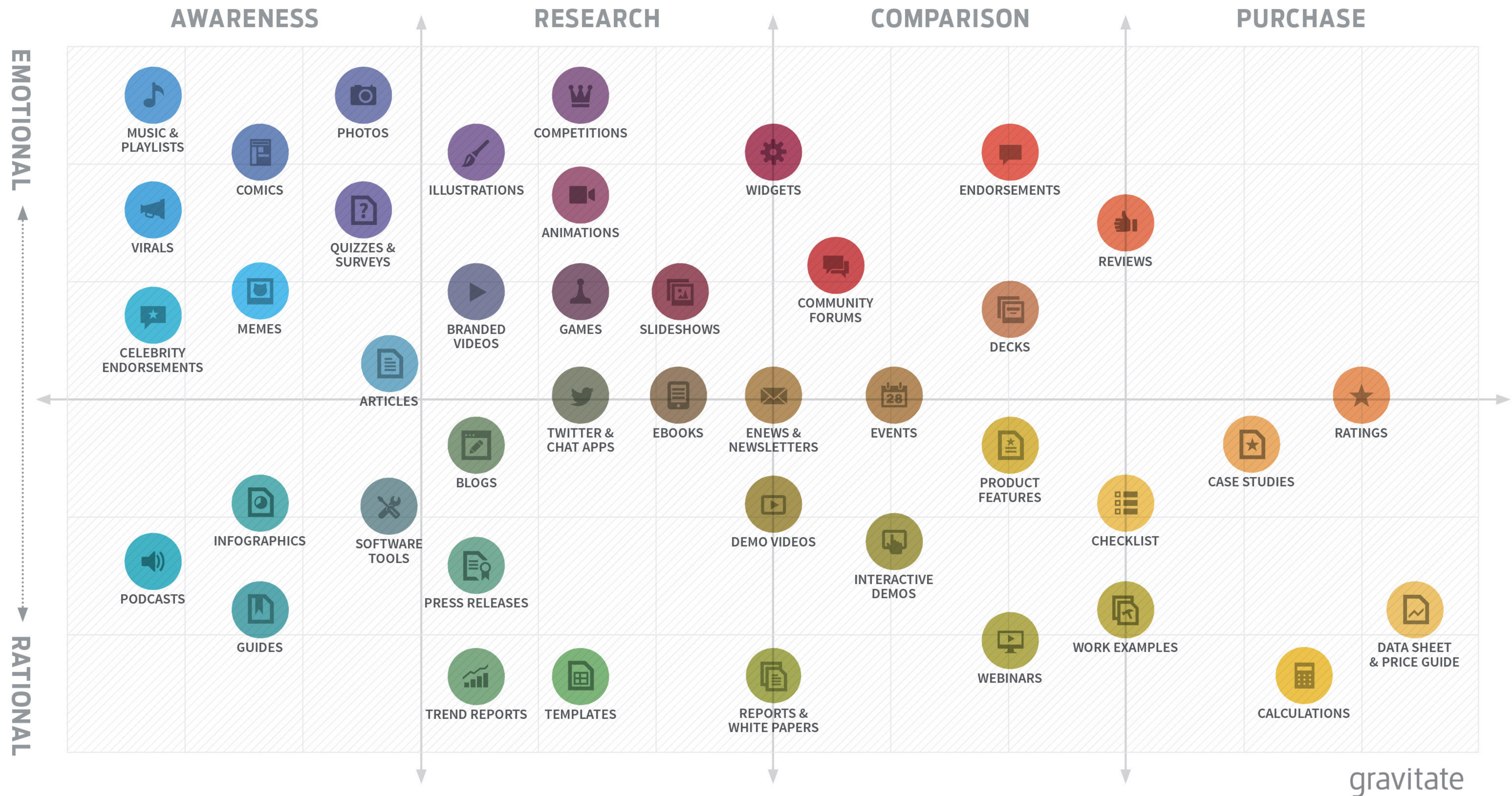
**Google** maraton

Wszystko **Grafika** Filmy Wiadomości Mapy Więcej Narzędzia wyszukiwania

SafeSearch

Maraton Rysunki  
Marathon  
Marathon Graphic  
Marathon Runners  
Maraton Wroclaw

# Przegląd formatów



# Spółeczność



***Najlepsze profile w SM powinny przypominać fora internetowe - wszyscy powinni tworzyć content, nie tylko admin. Jego rolą jest moderacja.***



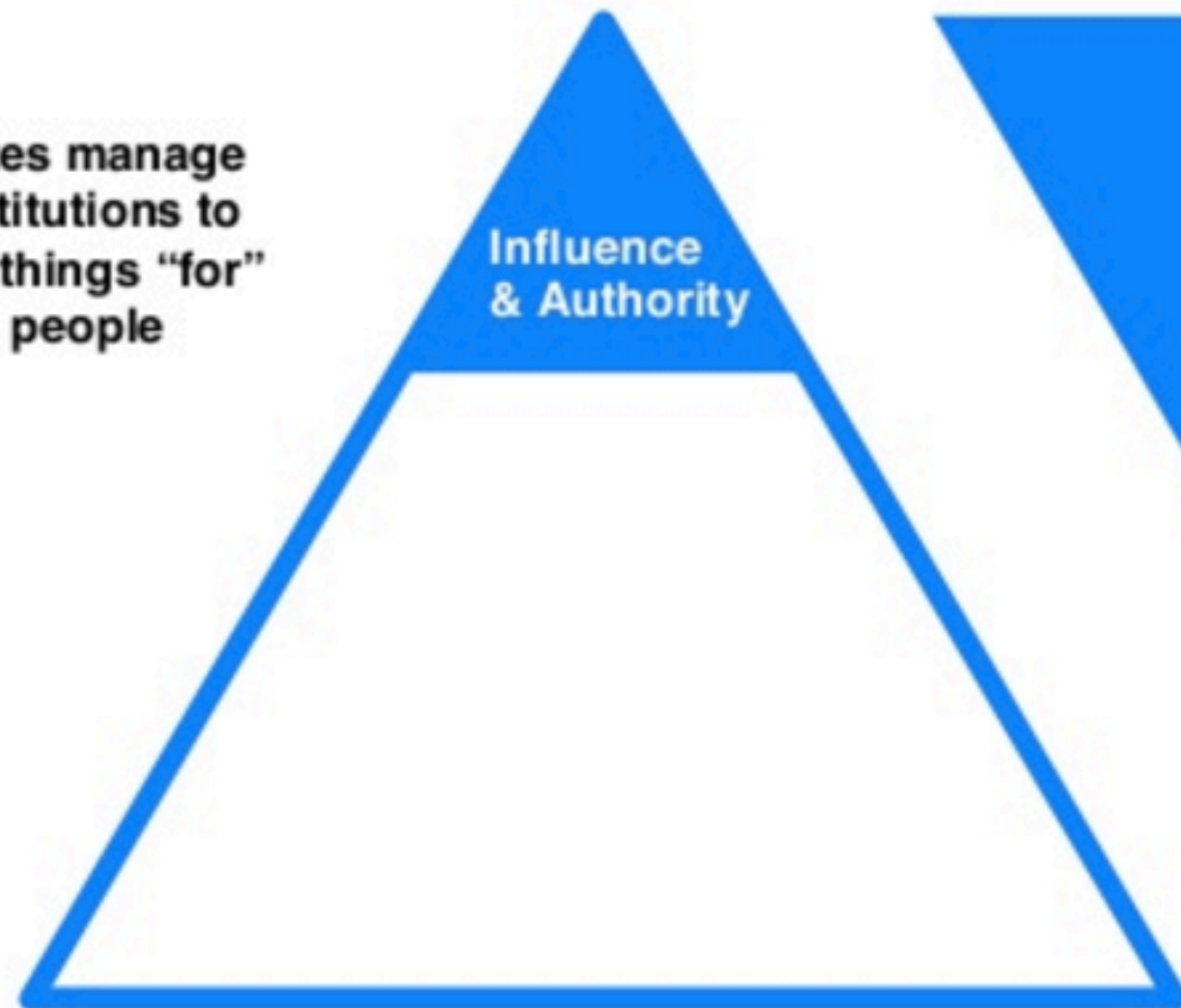


# User generated content

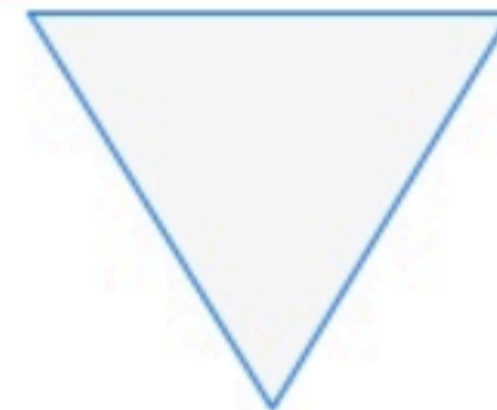
## A Fundamental Shift

**Old Model:**  
*For* the People

Elites manage institutions to do things "for" the people

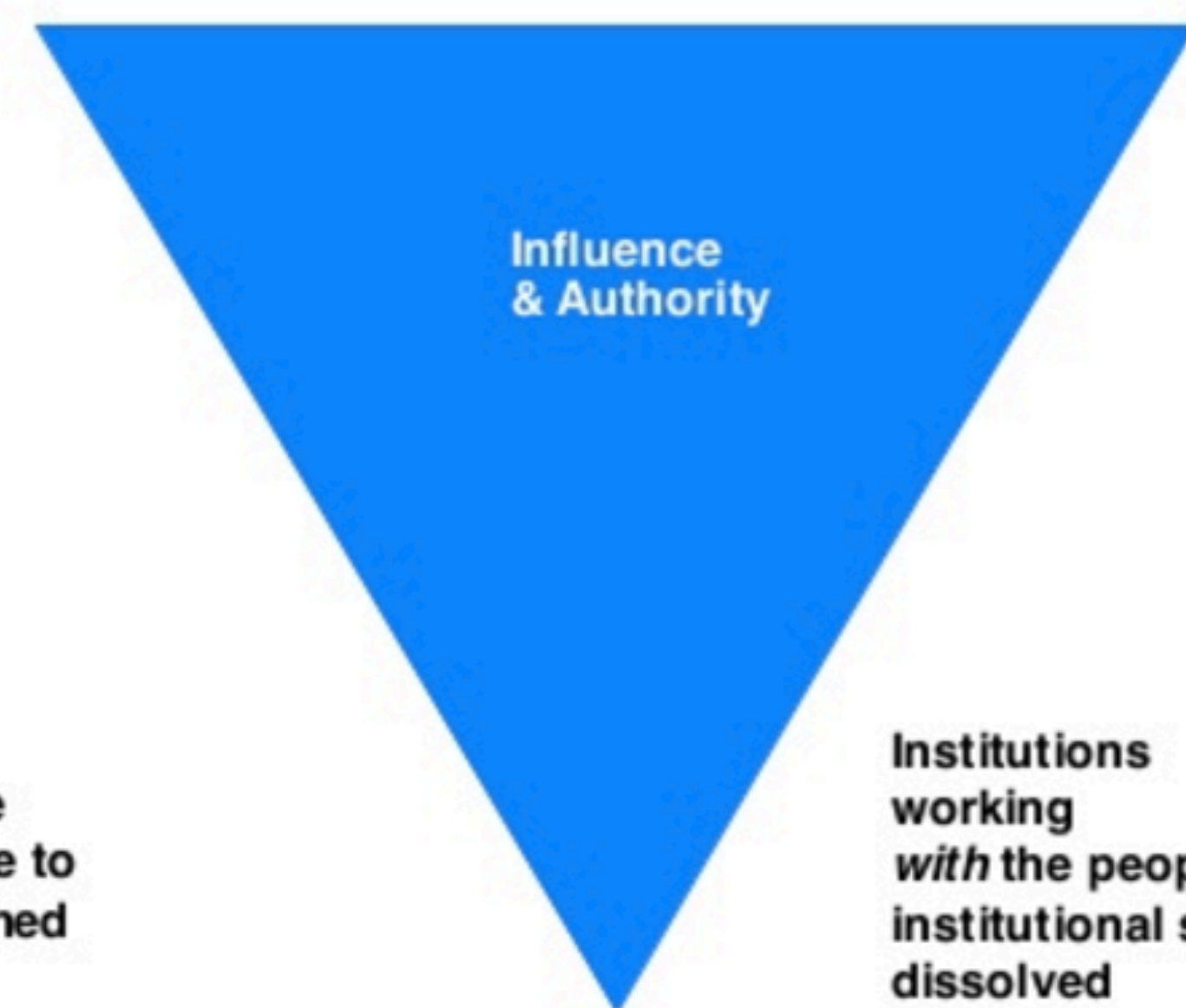


**Current Tension**



**New Model:**  
*With* the People

Institutions working *with* the people; institutional silos dissolved



# Generacja „Z”

Generation Z (Ages 1-20) =  
Communicates with Images

## Attributes – Millennials vs. Gen Z

### Millennials

Tech Savvy: 2 screens at once

Communicate with text

Curators and Sharers

Now-focused

Optimists

Want to be discovered

vs

### Gen Z

Tech Innate: 5 screens at once

Communicate with images

Creators and Collaborators

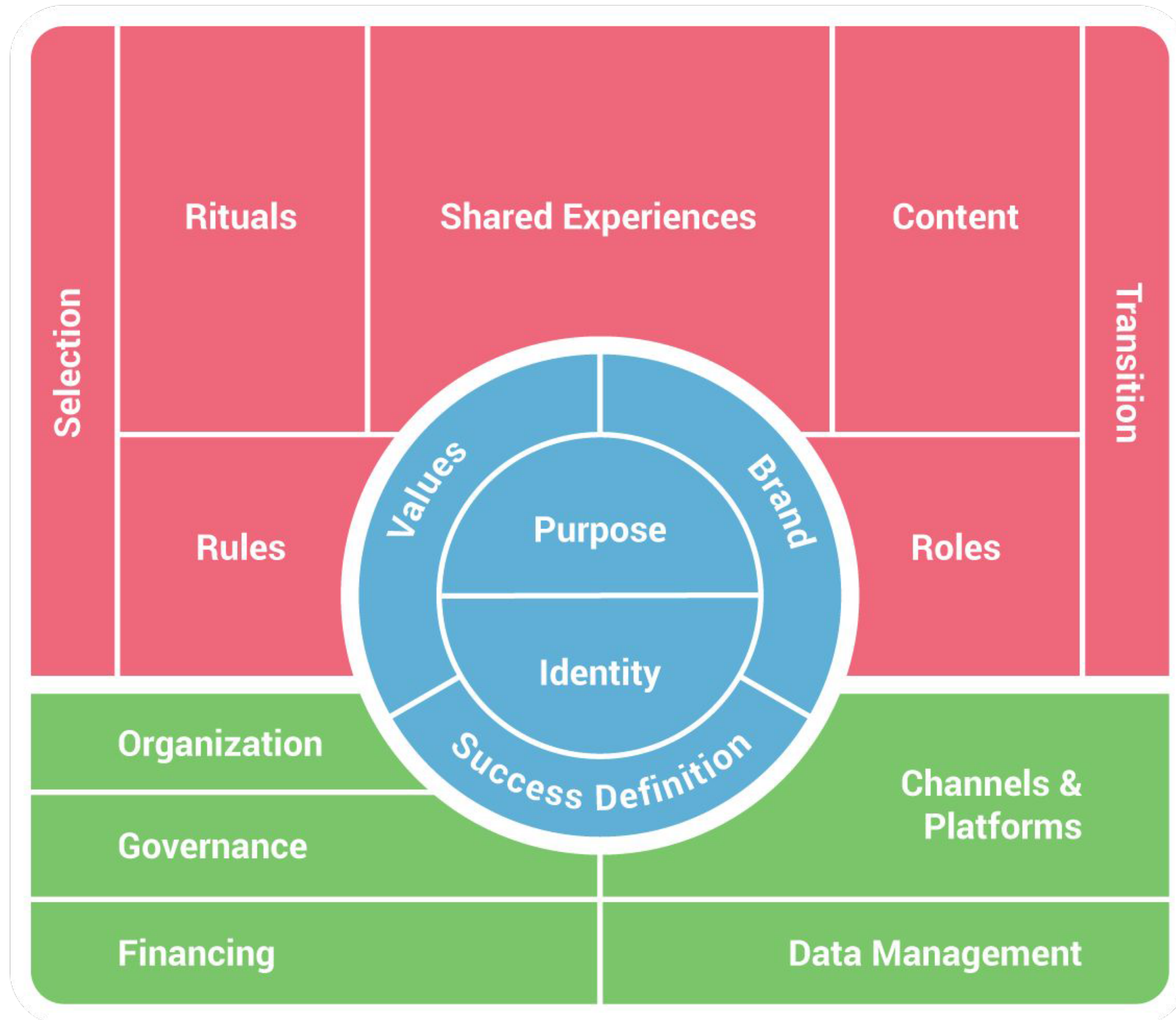
Future-focused

Realists

Want to work for success



# Community Canvas



**Experience**

**Identity**

**Structure**



# The World's Biggest Social Media Team

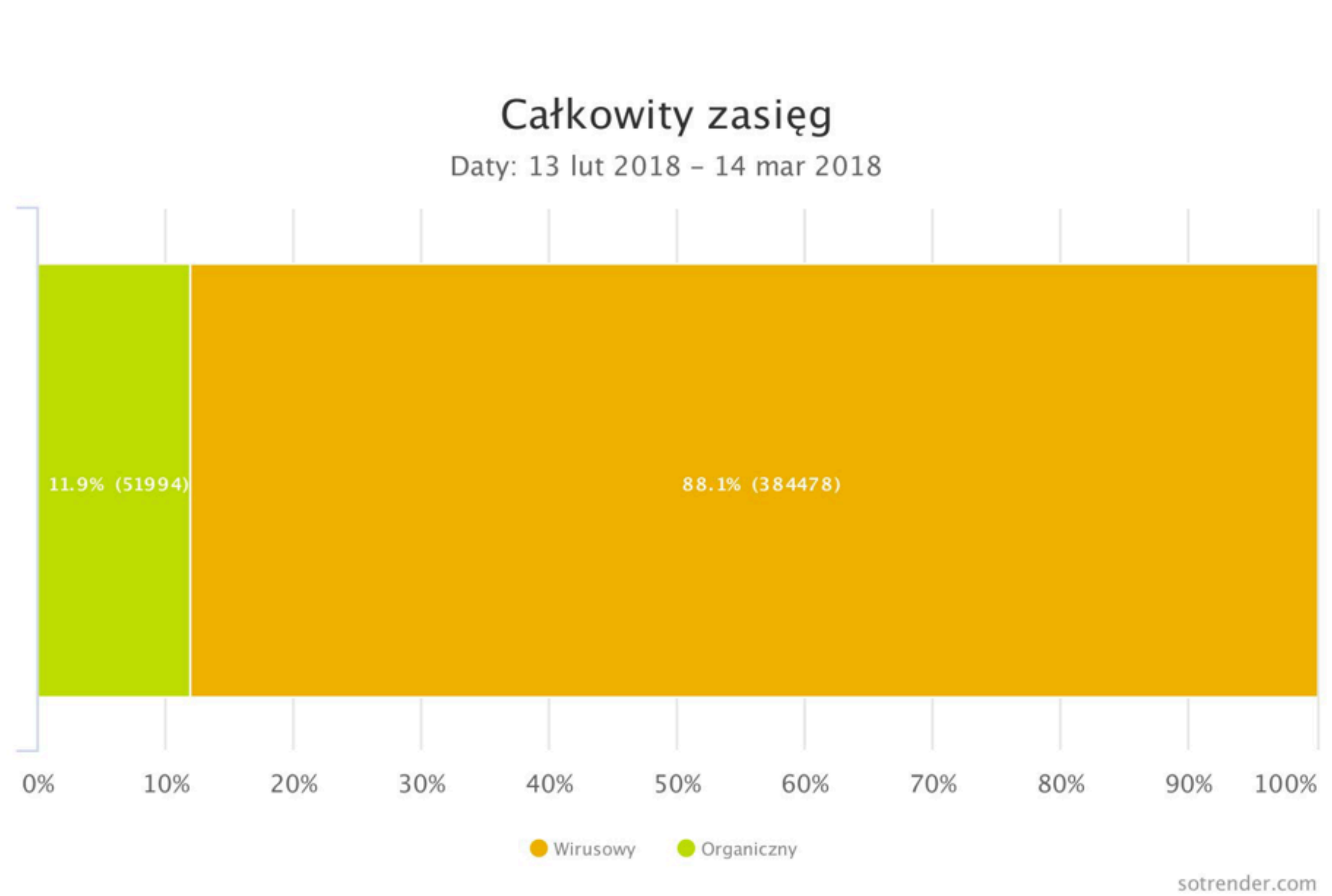
In mid 2011 Tourism Australia changed its Facebook approach and turned over the page to its biggest fans. The results was an explosive growth in reach and engagement.

“The possibilities are endless. When we saw the potential we quickly moved from a team that was producing static one way stories to dynamic multi angled ones codeveloped with our fans.”

Jesse Desjardins  
Social Media and Advocacy Manager  
Tourism Australia



# Lasy Państwowe



**Zasięg całkowity: 413 237**

**Zasięg wirusowy: 384 478**

**Zasięg organiczny: 51 994**

**Zasięg płatny: 0**



# Cel

## **Dlaczego społeczność powstała?**

- 💡 Co społeczność chce osiągnąć?
- 💡 Jak zmieni się otoczenie dzięki istnieniu społeczności?
- 💡 Jak grupa wpłynie na realia jej członków?

**Czy cel zewnętrzny i wewnętrzny ze sobą koresponduje / współgra? Czy rodzi się szansa wywołania konfliktu?**

# Tożsamość grupy

## Dla kogo społeczność powstała?

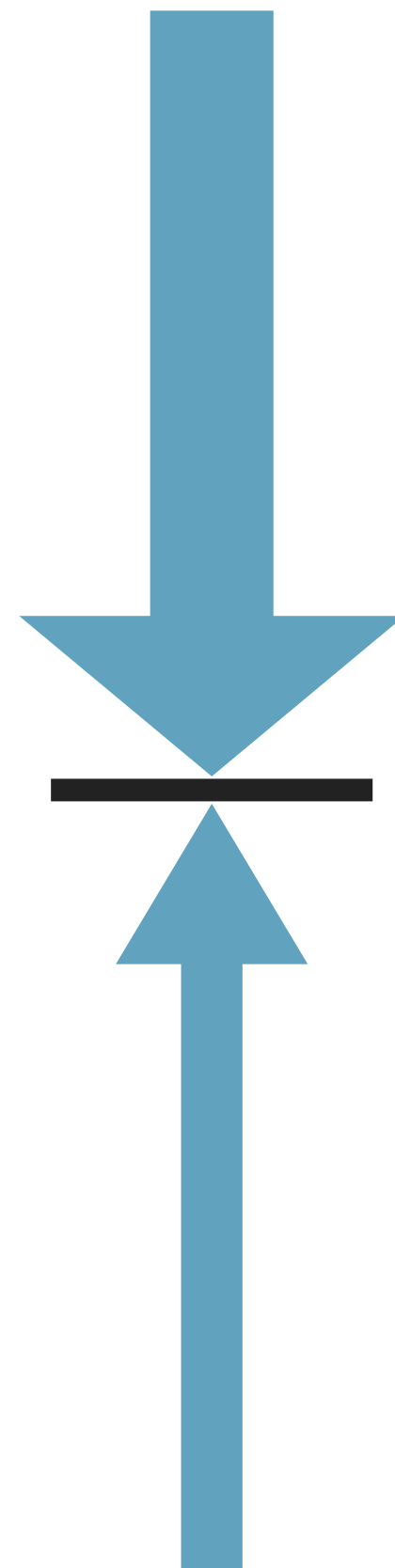
- 💡 Jakie cechy wspólne mają członkowie?
- 💡 Jak społeczność opisuje swoich członków?
- 💡 Kim są najbardziej zaangażowani reprezentanci?
- 💡 Jakie mają specjalne prawa i możliwości?

# Wartości

## Co dla społeczności jest ważne?

- 💡 Jak chcemy, aby członkowie się traktowali?
- 💡 Jak wartości przybliżają nas do realizacji głównego celu?
- 💡 Jaki jest „klimat” naszej grupy?
- 💡 Jakie postawy i zachowania grupa chce promować?
- 💡 Jak opisujemy i komunikujemy nasze wartości?

# Żeby osiągnąć sukces



Wartości powiązane z celem zewnętrznym istnienia grupy

Współtworzenie wartości przez członków grupy, otwartość „góry” na oddolne inicjatywy



## Sukces

### Jak grupa definiuje sukces istnienia?

- 💡 Jak wygląda idealna społeczność?
- 💡 Jaki styl przynależności jest uznawany za sukces?
- 💡 Jaką wartość społeczność tworzy dla swoich członków?
- 💡 Jak mierzymy / oceniamy sukces?

## Wizerunek / marka

### Jak społeczność się wyraża?

- 💡 Jakiego języka używa grupa?
- 💡 Jak elementy wizualne wpływają na jej tożsamość?
- 💡 Jaka jest „estetyka” społeczności?
- 💡 Jak wizerunek potwierdza wartości?
- 💡 Jak grupa komunikuje się ze światem?

# Grupy na FB

## Statystyki grup

**1,2 tys. -23%**

Nowi członkowie  
Ostatnie 28 dni

Więcej informacji na temat wzrostu

**34,6 tys. -10%**

Posty, komentarze i reakcje  
Ostatnie 28 dni

Więcej informacji na temat aktywności



Wojtek Orłinski, Grzegorz Jaciubek i inne osoby są najaktywniejszymi współautorami.

Więcej informacji na temat członków

Wzrost **Ostatnie 28 dni**

Pobierz szczegółowe informacje

## Łączna liczba członków

sie 14, 2017–wrz 10, 2017  
**45,1 tys. Członkowie**



**45 087**

Łączna liczba członków  
**+3%**

## Prośby o członkostwo

**1,5 tys.**  
Zatwierdzone

**90**  
Odrzucono

**110**  
Zablokowano

**113**

Aktualnie oczekujące prośby

Pokaż oczekujące prośby

## Aktywność

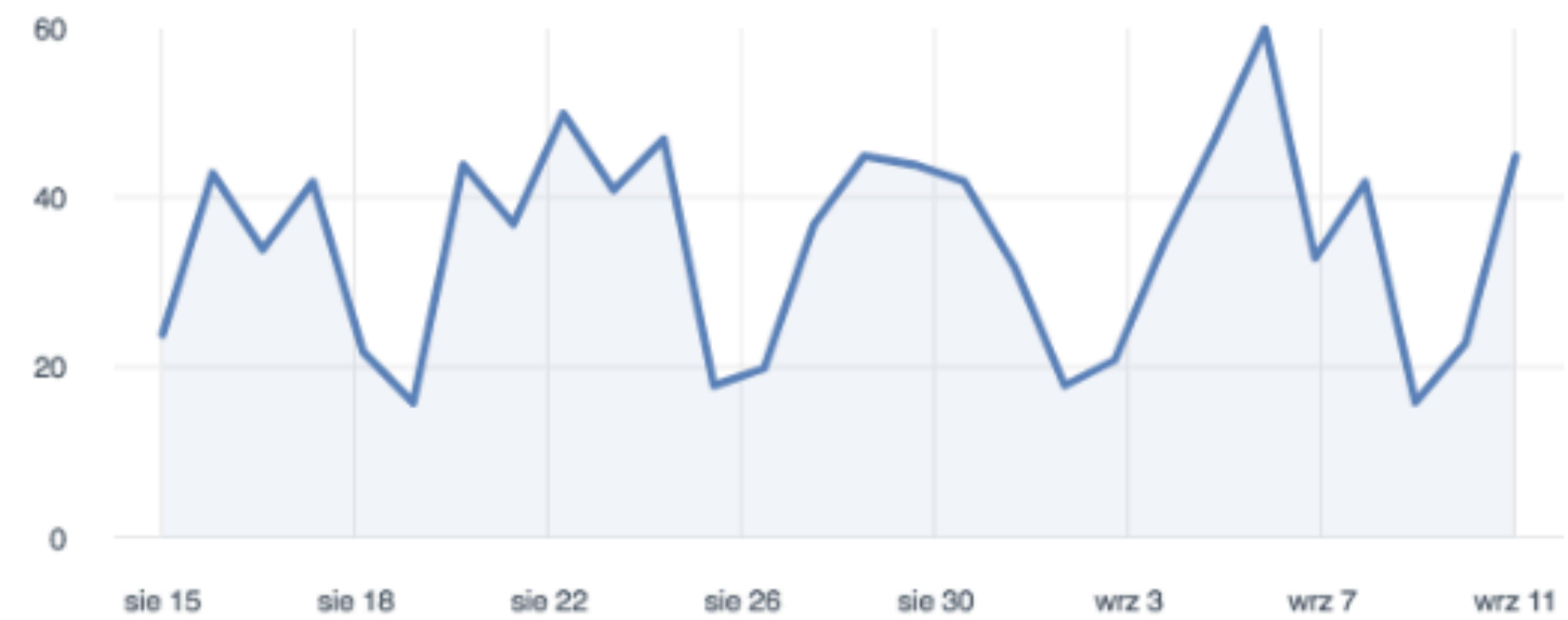
Ostatnie 28 dni

Pobierz szczegółowe informacje

Posty Komentarze Reakcje Wszystkie

sie 15, 2017–wrz 11, 2017

**978 Posty**



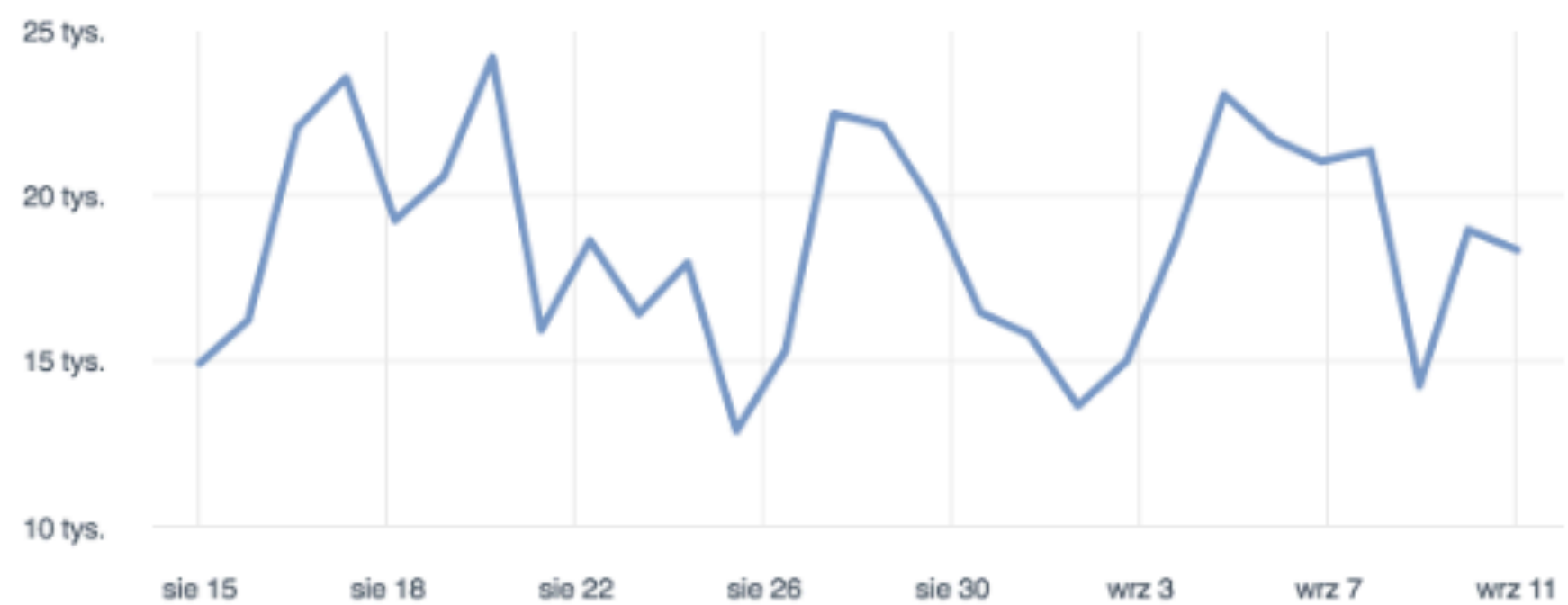
**978**

Posty  
**-3%**

## Aktywni członkowie

sie 15, 2017–wrz 11, 2017

**37,0 tys. Członkowie**



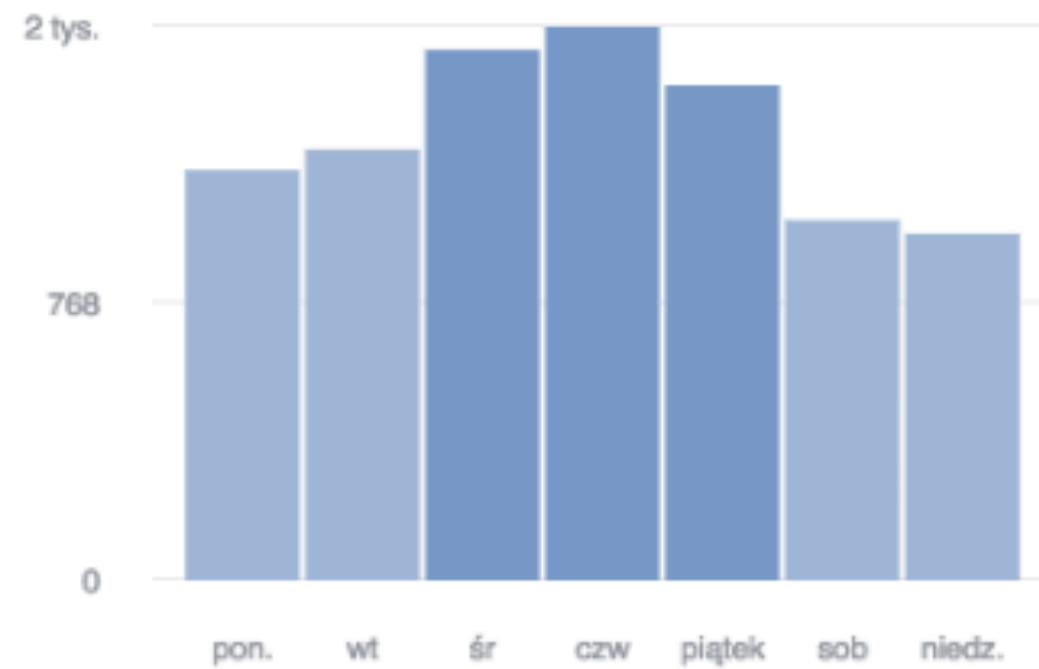
**37 004**

Aktywni członkowie

Popularne dni ?

sie 14, 2017–wrz 11, 2017

Posty, komentarze i reakcje

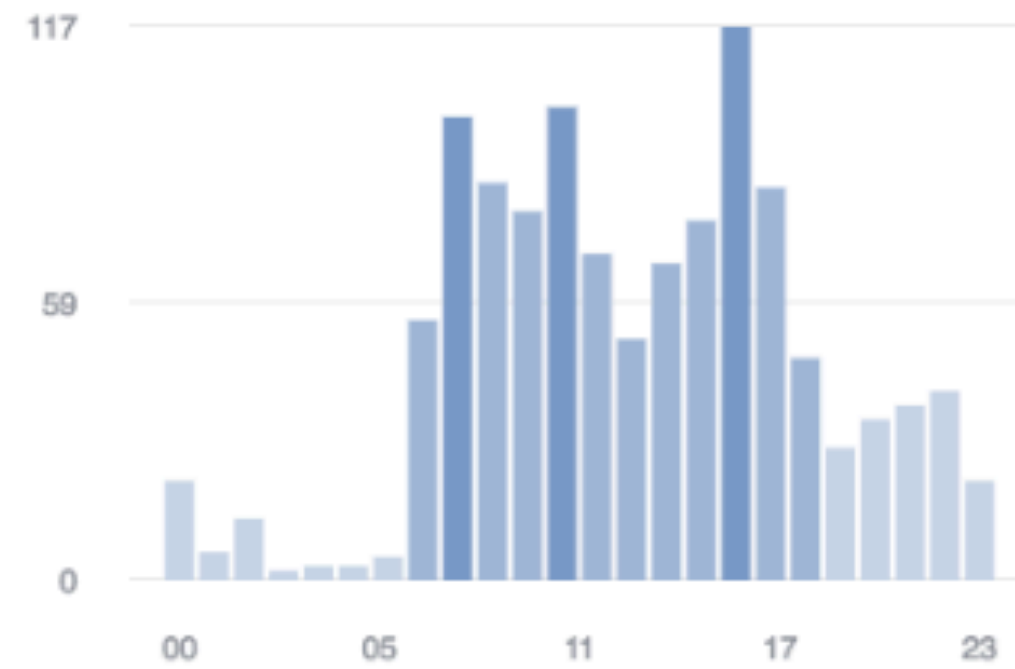


Popularne godziny ?

poniedziałek ▾

sie 14, 2017–wrz 11, 2017

Posty, komentarze i reakcje



Get more engagement when your group is most active by [planowanie postów](#).

Zaplanuj publikację postów

Najlepsze posty









- 
**Rafał Moszczyński** - ...czy może lepiej ignorować takie komentarze?  
 176 komentarzy 1,1 tys. lajków 25,5 tys. wyświetleń
- 
**Marzena Klyta** - szykuje się kolejny kryzysik, tym razem Główny Inspektorat Sanitarny: <https://www.facebook.com/photo.php?...>  
 175 komentarzy 640 lajków 17,7 tys. wyświetleń
- 
**Patryk Łopot** - Świat zmierza w złą stronę...  
 197 komentarzy 425 lajków 21,4 tys. wyświetleń

Członkowie

[Pobierz szczegółowe informacje](#)

Najaktywniejsi współautorzy ?

To są najaktywniejsi współautorzy w ciągu ostatnich 28 dni.

- |   |  |              |            |
|---|--|--------------|------------|
| 1 |  Wojtek Orlinski          | 0 komentarzy | 141 lajków |
| 2 |  Grzegorz Jaciubek        | 5 komentarzy | 105 lajków |
| 3 |  Artur Jarski             | 2 komentarzy | 88 lajków  |
| 4 |  Katarzyna Gabrysz      | 2 komentarzy | 76 lajków  |
| 5 |  Łukasz Preś            | 0 komentarzy | 77 lajków  |
| 6 |  Łukasz Aleksander Wilk | 1 komentarz  | 69 lajków  |
| 7 |  Adam Bonus             | 4 komentarzy | 45 lajków  |
| 8 |  Adam Bonus             | 1 komentarz  | 59 lajków  |

# Nowe funkcje

The screenshot shows the Facebook interface for a group named "Socjomaniacy". The page is divided into several sections:

- Left Sidebar:** Contains group navigation options: "Socjomaniacy" (Secret Group), "About", "Discussion" (highlighted with a yellow arrow), "Members", "Events", "Videos", "Photos", "Files", and "Manage Group". Below this is a search bar for the group and a list of shortcuts.
- Top Navigation:** Shows the user's name "Bartłomiej", "Home", and various utility icons.
- Main Content Area:** Features a large photo of a group of people at a dining table. Below the photo are buttons for "Joined", "Notifications", and "More". A "Write Post" section includes options for "Add Photo/Video", "Live Video", and "More". Below the post input are buttons for "Photo/Video", "Watch Party", "Feeling/Activity", and "More". A yellow arrow points to the "More" button in this section.
- Announcement:** A pinned announcement titled "Highlight Multiple Posts in Your Group" explains that pinned posts are now announcements and can feature up to 10 posts. A yellow arrow points to this announcement.
- Group Information:** A section titled "GROUP BY" shows the group name "Socjomania" with 29,173 likes. A yellow arrow points to this section.
- Popular Topics:** A section titled "POPULAR TOPICS IN POSTS" lists several hashtags: "#urodziny (0)", "#cousocjomaniak...", "#szkolenie (0)", "#standup (0)", and "#casestudy (0)". A yellow arrow points to this section.
- Get Your Group Started:** A section with three checklist items: "Post as Your Page", "Add a Cover Photo", "Add Tags Describing Your Group", and "Create Group Username".
- Add Members:** A section with an input field "Enter name or email address..." and a list of "MEMBERS" (16 Members). Below this is a "SUGGESTED MEMBERS" section with "Friends" and a list of members with "Add Member" buttons.
- Recent Activity:** A section titled "RECENT ACTIVITY" showing a live video by "Monika Orłowska" from April 20, with the caption "Cyber Human - relacja z konferencji by Małgorzata Sapeta — with Małgorzata Sapeta." Below this is a photo of a presentation slide titled "Cyber Human" with the subtitle "Jak technologia cyfrowa tworzy nowego konsumenta".
- Right Sidebar:** Contains "YOUR PAGES" (Handelek, Lasy Państwowe), "CONTACTS" (list of names and times), and "GROUP CONVERSATIONS" (list of names).

# Członkowie

## Jak można dołączyć do grupy?

- 💡 Grupa zamknięta czy otwarta?
- 💡 Kto może zapraszać innych członków społeczności?
- 💡 Jaki jest proces onboardingu w grupie?
- 💡 Jak bardzo i jak szybko grupa chce urosnąć?

# Członkowie

## Jak wychodzi się z grupy?

- 💡 W który momencie należy opuścić grupę?
- 💡 Co z użytkownikami, którzy w ogóle się nie angażują?

# Doświadczenia

## Jakie doświadczenia łączą użytkowników?

- 💡 Jak indywidualne doświadczenia łączą się z celami grupy?
- 💡 Dlaczego niektóre doświadczenia są ważniejsze?
- 💡 Kto organizuje życie grupy? Góra? Czy wszyscy dla wszystkich?

# Rytuały i tradycje

## Jakie rytuały wzmagają doświadczenia?

- 💡 Które rytuały wzmagają relacje pomiędzy członkami?
- 💡 Jakie rytuały wspierają wartości grupy?
- 💡 Co może mieć miejsce w świecie online a co offline?

Socjomaniacy

Secret Group

Discussion

Members

Events

Videos

Photos

Files

Manage Group

cousocjomaniakow

Filter Results

SORT BY

- Top Posts
- Most Recent

POSTED BY

- Anyone
- You
- Your Friends
- Choose a Source...

TAGGED LOCATION

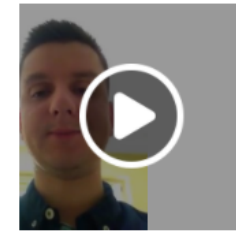
- Anywhere
- Kraków, Poland
- Bystra Slaska, Bielsko, Poland
- Choose a Location...

DATE POSTED

- Any date
- 2017
- 2016
- 2015
- Choose a Date...

Maciej Wojtowicz Socjomaniacy  
August 16, 2016 at 8:15am

#cousocjomaniakow Podsumowanie tygodnia: S01E10



Katarzyna Mlynarczyk

5 Comments

Martyna Tarnawska Socjomaniacy  
August 23, 2016 at 11:34am

#małazmiana #dobrazmiana #CouSocjomaniaków Padła propozycja - wybierajmy formaty na początku tygodnia. Dzięki temu... See more

5 Comments

Michał Macherzyński Socjomaniacy  
August 15, 2016 at 1:21pm

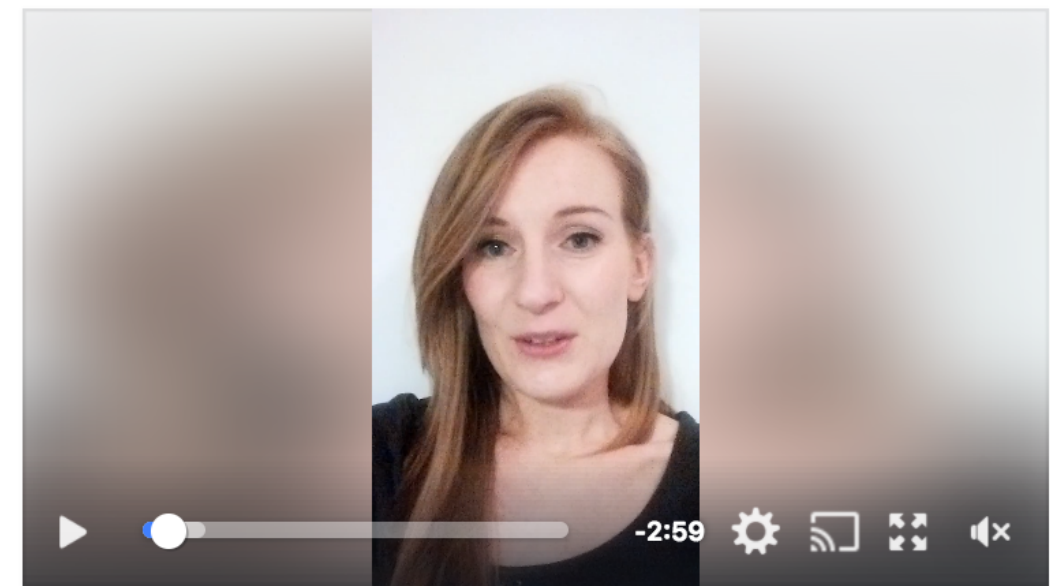
Aloha zespole, Moje #CoUSocjomaniaków z poprzedniego tygodnia. Otwarte się całkiem nieźle sprzedają, więc robimy 110% normy - dzięki Szymon i Łukasz za ogarnięcie 8 osób na szkoleniach. : )... See more

Katarzyna Mlynarczyk, Łukasz Dębski and 3 others

5 Comments

Małgorzata Sapeta  
February 5

Moje pierwsze #CouSocjomaniaków



9

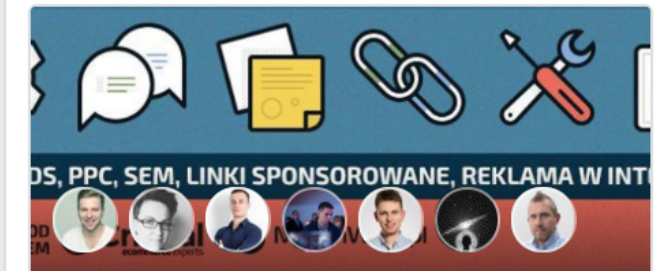
8 Comments Seen by 14

Like Comment

Katarzyna Mlynarczyk Socjomaniacy  
February 8, 2016 at 10:46am

#CouSocjomaniakow - nie zapominamy! Ten tydzień minął pod znakiem #socjoszkoli, projektów - dużo ich teraz! oraz spotkań wewnętrznych. #Socjoszkoli dla PSG 2-dniowe - to nie... See more

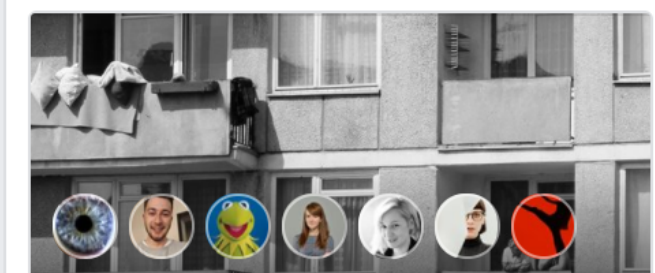
Suggested Groups



Google AdWords Polska  
71 friends · 4,435 members



Social Media | Content Marketing | PPC Ads [ArturJ...]  
102 friends · 3,995 members

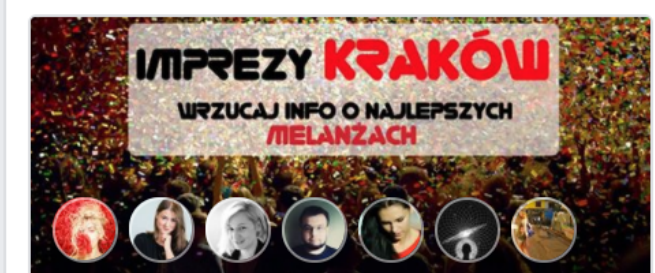


KRAKOWSKA GIELDA MIESZKANIOWA: pokoje i mieszkania...  
44 friends · 38,575 members



KRAKÓW - Sprzedam / Wymienię / Oddam  
53 friends · 83,659 members

Buy and Sell Groups Near You



IMPREZY KRAKÓW  
23 friends · 11,897 members

BUSINESSES FOR YOU



CONTACTS

- Adrian Gamoń 23m
- Jola Kajfasz 14m
- Katarzyna Mlynarcz... 3m
- Paweł Jasiołek 44m
- Magda Stępińska 28m
- Hubert Tworkowski 1m
- Artur Olszyna 10h
- Ania Żurek 11m
- Bartłomiej Adamcz... 48m
- Zuzanna Wiśniowska 1h
- Agnieszka Jagielka 30m
- Monika Mikowska 43m
- Anna Jadwiga Orze... 13m
- Karolina Szczytowska 1m
- Łukasz Kaleta 1m
- Kuba Jasiołek 1m
- Marcin Gołąbek 10m
- Magda Krajewska-S... 1h
- Kasia Marszałek 33m
- Karol Dziedzic 3m
- Marta Górażda 6m

Turn on chat to see who's available.

Search

**Socjomania**

- # dostawy
- # dzial\_graficzny
- # hyperisland
- # intercom
- # kupiec
- # odstresy
- # procedury
- # propozycje
- # rozproszone
- # servicedesign\_future
- # slack\_pomysly\_i\_pomoc
- # socjodecyzje
- # socjoevent
- # socjoglaski**
- # socjolunch
- # socjoman
- # socjomaniacy
- # sprzatanie\_zakupy
- # standup
- # wesela2017
- # wiedza

Direct Messages

- slackbot
- bartlomiejrak (you)
- anastazjanaumenko
- augosha
- bartekpasiewicz
- gocha
- gocha, zurkowa
- karol
- karolina
- kattifin
- lukaszdebski
- maciek
- monika

### #socjoglaski

☆ | 👤 18 | 🗑️ 0 | Add a topic

📞 ⓘ ⚙️ 🔍 Search @ ☆ ⋮ 📁 9 Updates

**mtarnawska** 3:25 PM  
 Wielki Socjoglask dla całego teamu projektowego klienta @gocha, @bartlomiejrak, @szlisowski za właśnie kończony proces strategiczny dla MAMBY - audyt + strategia digital. W dniu dzisiejszym przesyłamy strategię (możecie ją znaleźć na naszym dysku) i czekamy na umówienie spotkania podsumowującego. Niestety problemy po stronie klienta (brak czasu w kalendarzu, problem z zaplanowaniem spotkania, odejście naszego koordynatora po stronie klienta) skomplikowały ten proces na koniec -> ale być może uda nam się wejść raz jeszcze w kooperację z klientem, znaleźć nową osobę na to stanowisko, wyszkolić go, wdrożyć i zaprezentować naszą strategię... Bardzo fascynujący klient, który od początku się zmienia, stawia przed nami duże wyzwania 😊 I właśnie dlatego piszę o tym w socjoglaskach, bo należy się wszystkim, którzy są w naszym teamie projektowym 😊 Dziękuję!

😊 1 🤔 2 ❤️ 6 💪 5

👤👤👤👤 9 replies Last reply 21 days ago

**socjoglaskacz** APP 3:25 PM  
 0 reactions 😊 — Ty zdolniacho! @bartlomiejrak 181, @gocha 74 & @szlisowski 226

Wednesday, August 23rd

**prezaska** 9:36 PM  
 Socjoglask dla @augosha za mega teksty - opisy Socjomaniaków na stronę. Właśnie sobie czytamy ze wzruszeniem i głupawka :) super są!

🍻 3 ❤️ 4 🍷 2

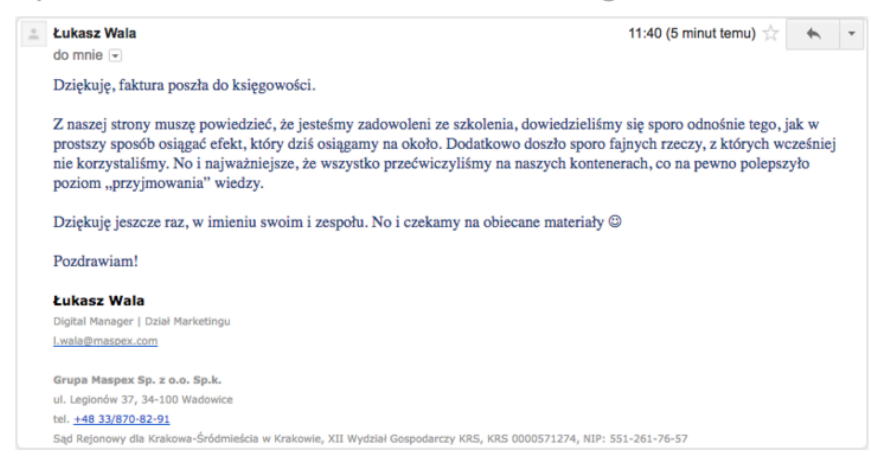
👤👤👤👤 5 replies Last reply 19 days ago

**slackbot** Custom Response 9:36 PM  
 Falka zwycięstwa (ノ◡◡ノ) 🎉🎉🎉🎉🎉🎉🎉🎉🎉🎉🎉🎉

**socjoglaskacz** APP 9:36 PM  
 9 reactions 😊 — Three cheers! 🍻🍻🍻 @augosha 72 (edited)

Thursday, August 24th

**michalmacherzynski** 11:46 AM  
 uploaded and commented on this image: [Szkolenie Maspex - komentarz](#)



👏 4 💪 6 📄 2

“ Socjoglask dla @karol - wiem, że Cie to wewnętrznie cieszy 😊

**karol** 🍷 12:39 PM  
 uf

+ Message #socjoglaski 😊



# Content

## **Jakie treści są wartościowe dla członków?**

- 💡 Jak społeczność opowiada swoje historie?
- 💡 Jakie treści wzmacniają związki pomiędzy członkami?
- 💡 Jaki wkład do treści wnoszą członkowie?

# Content

Content (wiedza, badania, historie itp.) to podstawowe narzędzie kształtowania doświadczeń i integrowania członków społeczności.

## **Treści mogą tworzyć różną wartość dla członków społeczności:**

- 👤 możliwość dzielenia się pomysłami / projektami / doświadczeniem w zaufanej grupie,
- 👤 możliwość bycia zainspirowanym przez członków grupy,
- 👤 zainspirowanie się aktywnością i sukcesami innych,
- 👤 poznanie prywatnych historii i doświadczeń oraz czerpanie z nich wiedzy,
- 👤 możliwość nauki i poznania dobrych praktyk innych, podobnych osób,
- 👤 nowa wiedza, doświadczenie, dobre praktyki
- 👤 możliwość współpracy, wymiany,
- 👤 duma z przynależności, z pozycji w grupie,
- 👤 możliwość tworzenia zdalnych, pozabiurowych doświadczeń

W początkowej fazie istnienia grupy nawet 80% treści ma charakter zaplanowany i przygotowany wcześniej tak, aby realizował konkretne cele. Wraz z stopniowym przejściem grupy przez jej członków ten procent maleje, ale nie dąży do zera.

# Zasady

## Jakie zasady kierują społecznością?

- 💡 Czego społeczność oczekuje od każdego członka?
- 💡 Czego członek może oczekiwać od społeczności?
- 💡 Jakie zachowania są nie mile widziane?
- 💡 Jakie są zasady komunikacji online?
- 💡 Jak społeczność postępuje względem nieaktywnych osób?
- 💡 Co się dzieje, gdy ktoś nie przestrzega zasad?
- 💡 Kto ma prawo do tworzenia i zmian w zasadach grupy?

# Role

## Jakie funkcje istnieją w społeczności?

- 💡 Jakie funkcje przewidziano?
- 💡 Jakie są oczekiwania i wymagania względem każdej „pozycji”
- 💡 Jakie zasady kształtują podział ról?

# Organizacja pracy






# Kilka odpowiedzi contentowych

# Mój zestaw aplikacji



Mój zestaw aplikacji graficznych

PHOTO ENHANCING	VIDEO ENHANCING
 <b>Adobe Photoshop Express</b> Edit photos and apply borders, frames, and filters <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>	 <b>Videoshop</b> Combine photos and videos, experiment with stop-motion, resize and edit videos <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>
 <b>Adobe Spark Post*</b> Transform photos with design and animation templates <small>Download: <a href="#">iOS</a></small>	 <b>Quik</b> Apply video templates, text overlays, and music <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>
 <b>PicLab</b> Add text, borders, and overlays <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>	 <b>Instagram Stories</b> Add text, drawings, and stickers to videos <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>
 <b>Plotagraph*</b> Create moving pictures (cinemagraphs) <small>Download: <a href="#">iOS</a></small>	 <b>Boomerang</b> Create short looping videos <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>
 <b>RiPl</b> Layer animated templates on top of photos <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>	 <b>Legend</b> Add animated text to a photo or video <small>Download: <a href="#">iOS</a> / <a href="#">Android</a></small>

\* iPhone only. All other compatible with iOS and Android



# Cinemagraphs



# Zdjęcia 360 stopni



# Hackowanie zdjęć 360 stopni

## Exif Fixer



### Make any panoramic JPEG image work as an interactive panorama in Facebook and be recognised properly in Google services

If you shoot 360 photos with a 360 camera (Ricoh Theta or similar) or use the 'panorama' feature in a smartphone camera app, Facebook and Google know the results should be used as an interactive panorama. This is thanks to some embedded metadata these sites look for when an image is uploaded. But if you edit your shots in Photoshop or similar tools you may wipe out this metadata – and if you shoot and stitch your own 360 panoramas the files may not have the metadata in the first place.

Exif Fixer helps fix this; it reads the full metadata from a selected JPEG image, and if the required elements are missing it can add them for you with a single click.

[Download for Macintosh](#)



[Download for Windows](#)



Exif Fixer is entirely free to use. If you like it feel free to **throw a dollar/etc or two into the tip jar (PayPal link)**, or if you use bitcoin throw in **a fraction of a bitcoin if you prefer (bitcoin link)** but that really isn't required.

**To use:** Click to choose a JPEG, or drag-and-drop a JPEG into the main image area. If the necessary properties are missing you can add the data in a single click.

Equirectangular panoramas (360x180 degrees), 360 cylinders and partial (non-360) cylinder panoramas are all supported. For partial panoramas (for example smartphone pano snaps) estimate the approximate angle of coverage with the slider and the rest of the calculations are made for you.



# Narzędzie: [spark.adobe.com](https://spark.adobe.com)

Did you know Spark is also available on mobile?

Text me the links

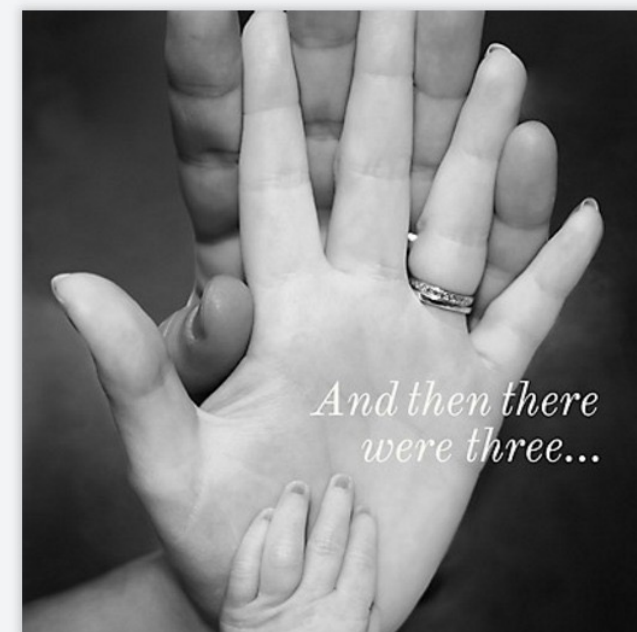
By providing your number, you agree to receive a one-time automated text message with a link to the Spark apps.

## Communicate with impact

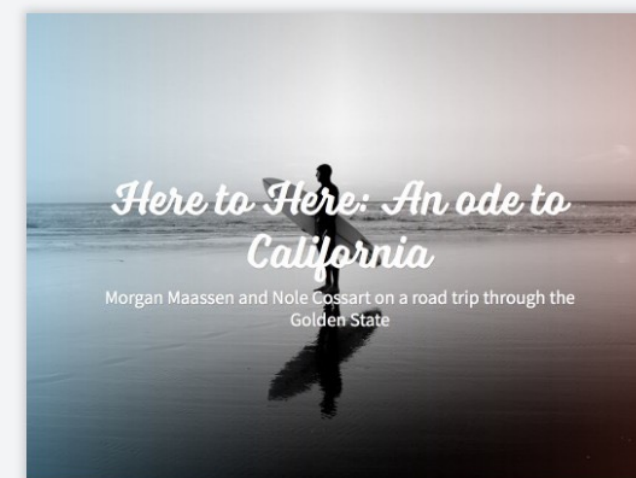
Create impactful social graphics, web stories and animated videos with Spark's free graphic design app

Get started now

Watch Video



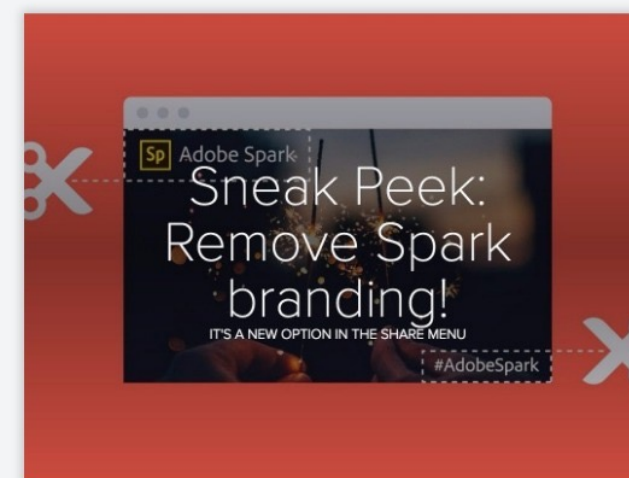
Announcement



Travel Journal



Quote



Advertisement



Pitch



Announcement

Learn more



## What can you create with Adobe Spark?

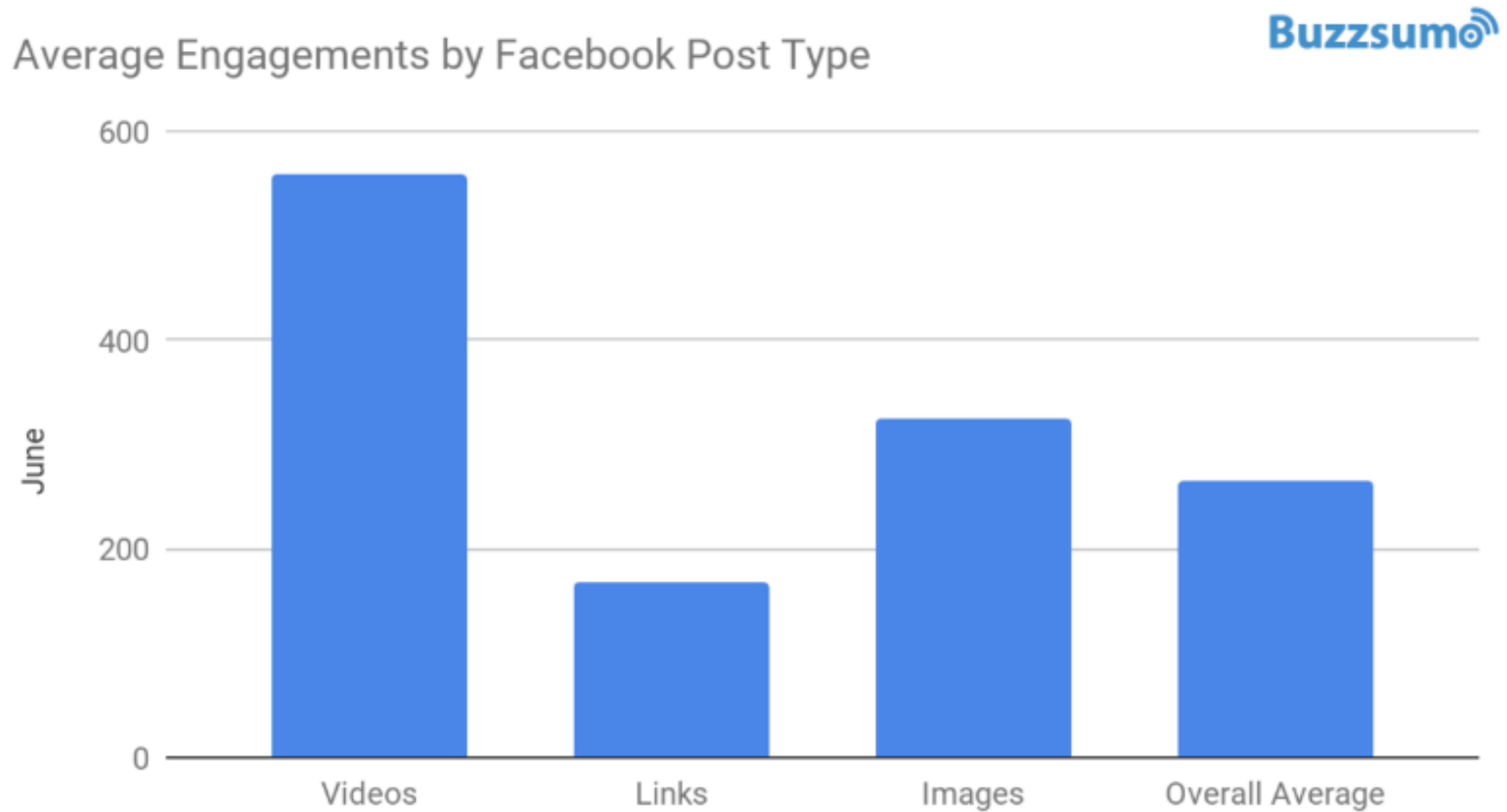


## Przewidywania

*In most social apps today, a text box is still the default way we share. Soon, we believe a camera will be the main way that we share.*



# Video ciągle jest najlepszym formatem



BuzzSumo Analysis of 68 Million Posts in June 2017



# Youtube: pozycjonowanie

## Jak wybrać tapetę - video porady Leroy Merlin

[www.leroymerlin.pl/.../jak-wybrac/jak-wybrac-tapete,e3432,l1522.html](http://www.leroymerlin.pl/.../jak-wybrac/jak-wybrac-tapete,e3432,l1522.html)

Jakie są rodzaje tapet, którą wybrać, czym się kierować wybierając tapetę? W tym filmie pomagamy dokonać wyboru tapety, odpowiadając na pytania ...

## Tapeta na ścianę - jaką wybrać? Papierową, winylową ...

[murator-dom.pl](http://murator-dom.pl) › Wnętrza › Wykończenie ścian

Tapety są znowu modne! Nic w tym zresztą dziwnego - mają przecież mnóstwo zalet. Tapety można kłaść w wilgotnych pomieszczeniach, w miejscach ...

## Wybieramy tapetę. Jaką tapetę kupić do kuchni, salonu czy ...

[murator-dom.pl](http://murator-dom.pl) › Wnętrza › Wykończenie ścian

Zaletą tapety jest możliwość stosowania jej we wszystkich pomieszczeniach, a także ... Jaką tapetę kupić do kuchni, salonu czy łazienki .... Wybrane dla Ciebie.

## Rodzaje tapet - jak wybrać tapetę - Rady pani domu - Dom ...

[polki.pl](http://polki.pl) › Dom › Rady pani domu

★★★★★ Ocena: 4,8 - 13 głosów

Rodzaje tapet - jak wybrać tapetę. Wybieramy tapetę - sprawdź, jakie rodzaje tapet dostępne są obecnie w sklepach i dobrać najlepszą! Zobacz sama!

## Jak wybrać tapetę na ścianę? - Świstak.pl

[www.swistak.pl/poradniki/280-Jak-wybrac-tapete-na-sciane.html](http://www.swistak.pl/poradniki/280-Jak-wybrac-tapete-na-sciane.html)

Jak wybrać tapetę na ścianę. Mimo upływu lat, nieustannie korzystanie z tapet ściennych jest bardzo modne, a co najważniejsze sam wygląd oraz styl tych tapet, ...

## Jaką tapetę kupić? | jakkupowac.pl

[www.jakkupowac.pl/jaka-tapete-kupic/](http://www.jakkupowac.pl/jaka-tapete-kupic/)

★★★★★ Ocena: 4,5 - 6 głosów

Wybierając tapetę należy sugerować się jej przeznaczeniem, czyli rodzajem pomieszczenia, jakie zamierzasz wytapetować. Oto kilka podstawowych zasad:

## TAPETY i wnętrza. Dekoracje ścian: jakie wybrać tapety ...

[www.urzadzamy.pl](http://www.urzadzamy.pl) › Miesięcznik M jak mieszkanie

★★★★★ Ocena: 5 - 1 głos

Tapety są w modzie. Oryginalne wzory tapet sprawią, że wnętrza stają się efektowne. Tapety jako dekoracje ścian wróciły na pokoje. Lubimy tapety w pokoju, ...

## Tapety. Jak wybrać? Leroy Merlin - YouTube



<https://www.youtube.com/watch?v=s8HsOMzgXCo>

04.04.2012 - Przesłany przez: Leroy Merlin Polska

Jakie są rodzaje tapet, którą wybrać, czym się kierować wybierając tapetę? W tym filmie pomagamy dokonać ...

## Jak wybrać tapetę? Przedstawia Leroy Merlin - YouTube



<https://www.youtube.com/watch?v=ELB8cGroOMk>

02.06.2014 - Przesłany przez: Leroy Merlin Polska

... sposób na zbudowanie klimatu w pomieszczeniu czy ukrycie niedoskonałości ścian. Czym różnią się tapety ...



### Strategia

Dodawaj zoptymalizowane tytuły, tagi i opisy filmów.



### Dlaczego to działa

Metadane pomagają YouTube indeksować Twoje treści. Ma to kluczowe znaczenie przy uzyskiwaniu wyświetleń dzięki wynikom wyszukiwania i proponowanym filmom.



### Jak to zrobić

W metadanych swoich filmów używaj zoptymalizowanych słów kluczowych i formatowania.

### Nakład czasu



Minimalny  
0-5 minut

### Wpływ



### Typ optymalizacji

- Preprodukcja
- Produkcja
- Publikowanie
- Po opublikowaniu

### Efekt

Ruch z wyszukiwania, wyświetlenia, ruch z proponowanych filmów, liczba widzów

# Youtube: miniaturki

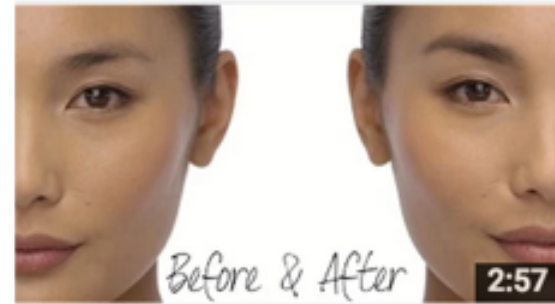
## How-to's from Sephora PRO's

Learn from the PRO's: Sephora's PROteam Artist Tutorials.



**5 Steps to a Bold, Dramatic Brow | Sephora**

autor: Sephora ✓  
12 403 wyświetlenia • 3 tygodnie temu



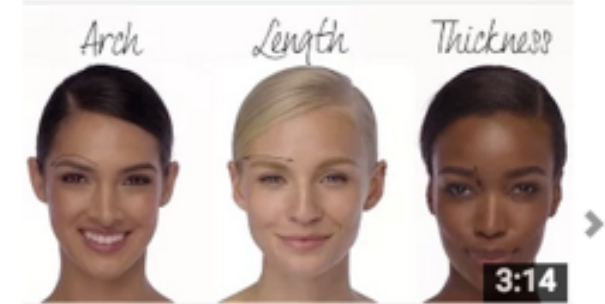
**How To Create a Natural, Everyday Eyebrow | Sephora**

autor: Sephora ✓  
35 185 wyświetleń • 1 miesiąc temu



**How to Find Your Best Eyebrow Color | Sephora**

autor: Sephora ✓  
38 118 wyświetleń • 1 miesiąc temu



**How to Find Your Best Eyebrow Shape | Sephora**

autor: Sephora ✓  
65 510 wyświetleń • 2 miesiące temu



## New! Fundamental Fridays!



**10 YouTube Fundamentals: Shareability**

autor: YouTube Creator Academy ✓  
42 500 wyświetleń • 10 miesięcy temu



**10 YouTube Fundamentals: Conversation (#2)**

autor: YouTube Creator Academy ✓  
25 609 wyświetleń • 10 miesięcy temu



**10 YouTube Fundamentals: Interactivity (#3)**

autor: YouTube Creator Academy ✓  
24 248 wyświetleń • 10 miesięcy temu



**10 YouTube Fundamentals: Consistency (#4)**

autor: YouTube Creator Academy ✓  
21 554 wyświetlenia • 10 miesięcy temu



### Strategia

Twórz własne miniatury o wysokiej jakości, które będą precyzyjnie odzwierciedlać treść Twoich filmów.



### Dlaczego to działa

Miniatury pełnią rolę małych plakatów promocyjnych. Są ważne, ponieważ reklamują Twoje filmy i zachęcają widzów do obejrzenia ich.



### Jak to zrobić

Projektuj i przesyłaj miniatury dla nowych filmów. Możesz również zmieniać miniatury filmów, które już masz na swoim koncie.

### Nakład czasu



**Niewielki**  
Mniej niż 1 godzina

### Wpływ



### Typ optymalizacji

- Preprodukcja
- Publikowanie
- Produkcja
- Po opublikowaniu

### Efekt

Więcej widzów z wyników wyszukiwania, wzrost liczby wyświetleń, dodatkowy ruch z proponowanych filmów



# Youtube: miniaturki



Solówka Sztaby - Nieziemski stół

105 tys. wyświetleń •  
3 dni temu



DO DZIEŁA! - WIOSENNE REMONTY

137 tys. wyświetlenia •  
1 tydzień temu



DO DZIEŁA! SPRYTNE BABKI! - ORGANIZERY

136 tys. wyświetlenia •  
2 tygodnie temu



SOLÓWKA PRIMOSZA - GIPSOWE LAMPKI

66 tys. wyświetleń •  
3 tygodnie temu



DO DZIEŁA! SPRYTNE BABKI! - DODATKI DO ŁAZIENKI

128 tys. wyświetleń •  
1 miesiąc temu



Solówka Abiego: Segregator na kantówki

62 tys. wyświetlenia •  
1 miesiąc temu



DO DZIEŁA! - PODŁOGOWE INSPIRACJE

145 tys. wyświetlenia •  
1 miesiąc temu



Solówka Primosz: Koziołek z zawieszkami

73 tys. wyświetlenia •  
1 miesiąc temu



Solówka Sztaby: Świecząca decha

62 tys. wyświetlenia •  
2 miesiące temu



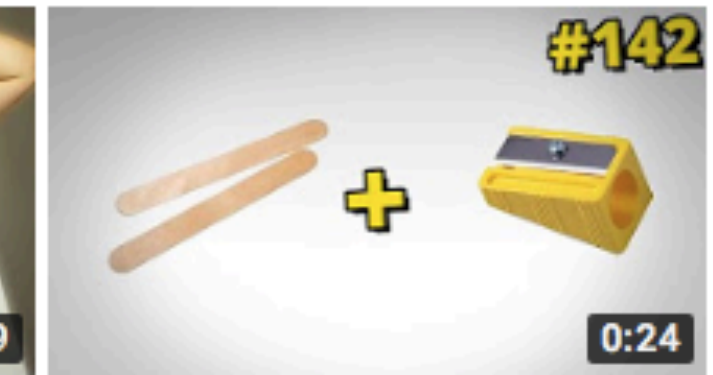
ZASTĘPCZA TERMOKURCZKA

121 tys. wyświetleń •  
2 miesiące temu



Solówka Abiego: Sylwestrowa fotoramka

66 tys. wyświetleń •  
2 miesiące temu



AWARYJNY NOŻYK DO TAPET

80 tys. wyświetleń •  
2 miesiące temu



DO DZIEŁA! SPRYTNE BABKI! - OZDOBY CHOINKOWE



PATENT NA NIEPISZĄCY DŁUGOPIS



Solówka Primosza: Choinka majsterkowicza



AWARYJNA SZCZOTKA DO UBRĄŃ

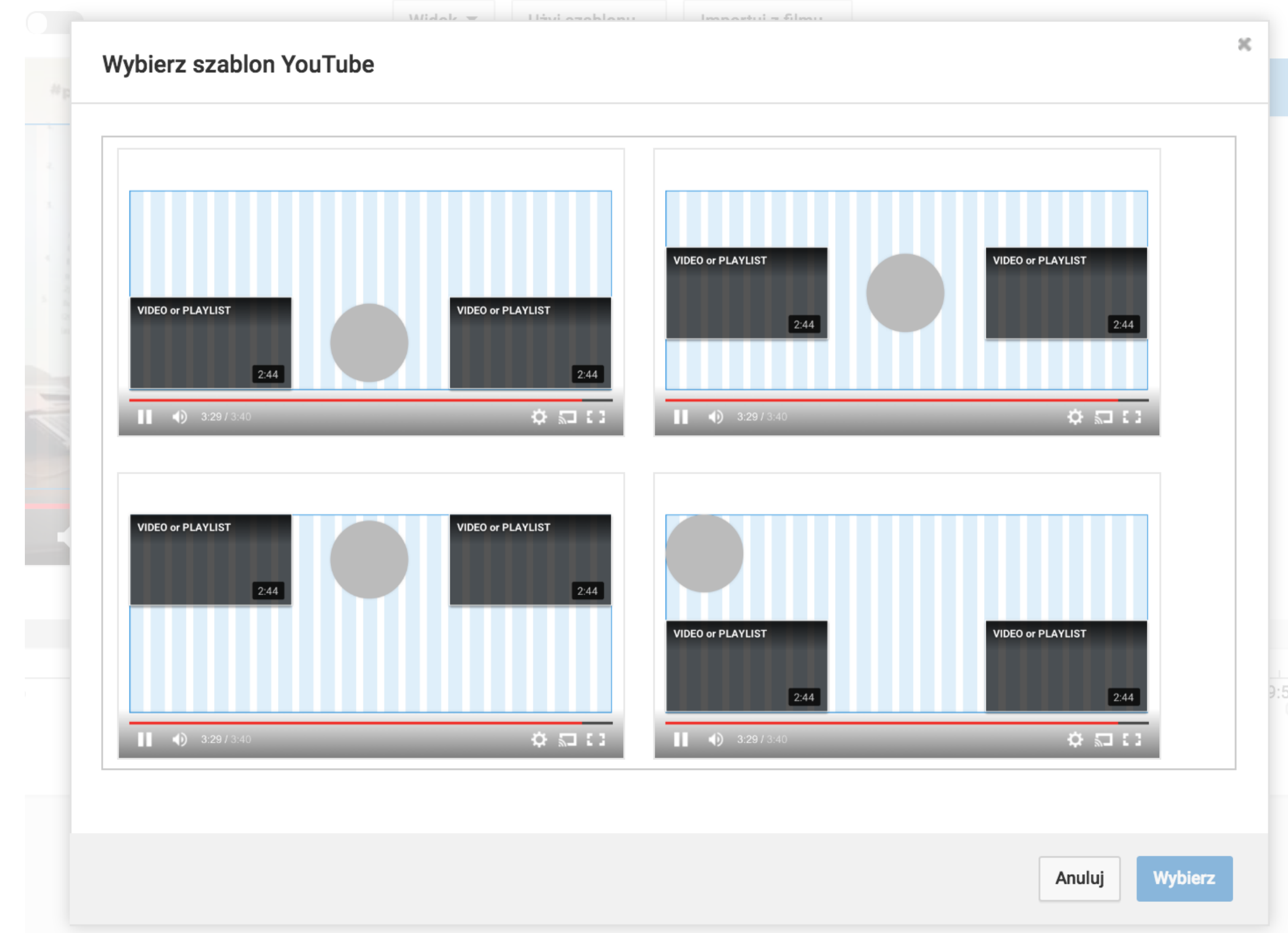
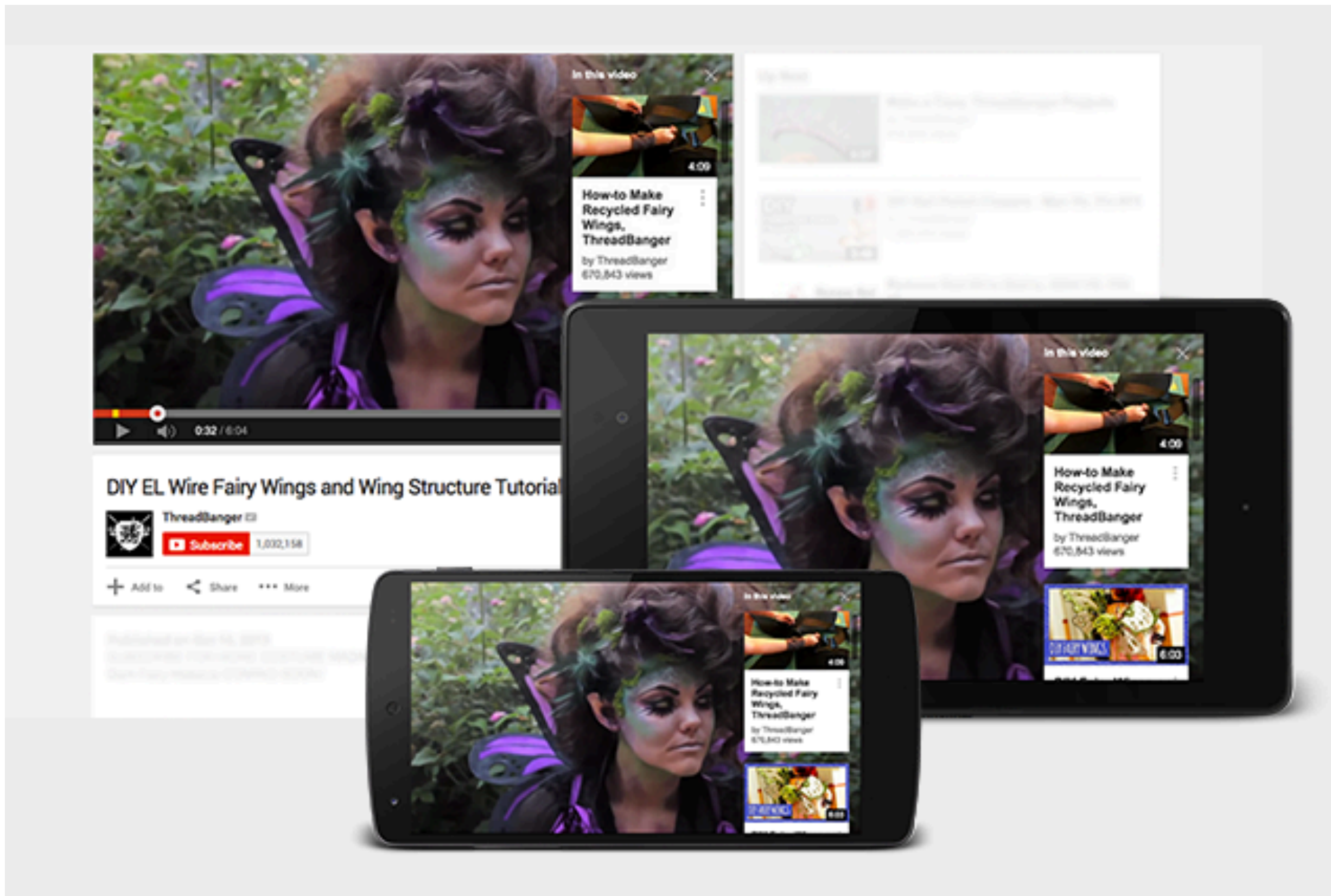


DO DZIEŁA! - OZDOBY ŚWIĄTECZNE



Solówka Klamera: Deskobombka

# Youtube: karty i ekrany końcowe



# Youtube: karty i ekrany końcowe

The image shows the YouTube Creator Studio interface. On the left is a navigation sidebar with the following items: CREATOR STUDIO, DASHBOARD, VIDEO MANAGER, Videos (highlighted in red), Playlists, Copyright Notices, LIVE STREAMING, COMMUNITY, CHANNEL, ANALYTICS, TRANSLATIONS & TRANSCRIPTIONS, CREATE, and YOUR CONTRIBUTIONS. The main area displays a video player with a progress bar at 0:00 / 1:08. Above the player is a toolbar with icons for Info & Settings, Enhancements, Audio, End screen & Annotations, Cards (selected), Subtitles/CC, and Copyright. A blue 'Add card' button is positioned above the video player, with an orange arrow pointing to it. A dropdown menu is open, showing four options: 'Video or Playlist' (Promote a video or playlist), 'Channel' (Promote another channel), 'Poll' (Encourage viewers to participate in a poll), and 'Link' (Link to an approved website). Each option has a 'Create' or 'Enable' button next to it. The video player's progress bar has markers at 0:00, 0:10, 0:20, 0:30, 0:40, 0:50, 1:00, and 1:09.

Chrome Web Store

Szukaj w sklepie

Rozszerzenia

Motywy

KATEGORIE

Wszystkie

FUNKCJE

Działa offline

Od Google

Bezpłatne

Dostępne na

Obsługuje D

OENY

★★★★★

★★★★☆

★★★☆☆

★★☆☆☆

★☆☆☆☆

bartlomiej@socjomania.pl

Polecane

### vidIQ Vision for YouTube

oferta na: [vidiq.com](http://vidiq.com)

★★★★★ (5705) | Społecznościowe i komunikacja | Użytkownicy: 689 460

DODANO DO CHROME

PRZEGLĄD OPINIE POMOC POKREWNE

Zgodny z Twoim urządzeniem

Uncover the secrets to success behind your favorite YouTube videos.

Discover what makes a video go viral and optimize your videos to get more views!

With metrics that go beyond YouTube Analytics, vidIQ Vision delivers a comprehensive optimization report card for any YouTube video - right on your browser!

Whether you're a content creator, marketing manager or YouTube civilian, you've undoubtedly wondered:

What makes Related Videos related?

Zgłoś nadużycie

**Dodatkowe informacje**

Wersja: 2.63.9

Aktualizacja: 29 marca 2018

Rozmiar: 2.43MiB

Języki: [Pokaż wszystkie 17](#)

Get more views with the #1 YouTube extension for creators and brands

Trusted by over 400k YouTubers

POKREWNE

TubeBuddy for YouTube ★★★★★ (5166)

Play all video ★★★★★ (8)

Tags for YouTube™ ★★★★★ (489)

Youtube Simple Search ★★★★★ (6)

Redakcje polecają

Nasze ulubione rozszerzenia do Chrome

Wyświetl wszystko

STUDIO TWÓRCÓW

YOUTUBE STUDIO W WERSJI BETA

PANEL

COMPETITORS

TREND ALERTS

MOST VIEWED

CHANNEL AUDIT

MENEDŻER FILMÓW

Filmy

Playlisty

TRANSMISJA NA ŻYWO

SPOŁECZNOŚĆ

KANAŁ

ANALYTICS

TŁUMACZENIA I TRANSKRYPCJE

KREATOR

TWÓJ WKŁAD

Pomoc i opinie

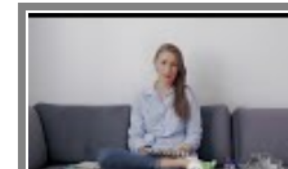
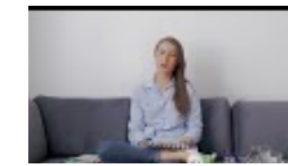
Preferences

Title & Description Suggestions BOOST

Informacje i ustawienia Ulepszenia Dźwięk Ekran końcowy i adnotacje Karty Napisy

Trendy w digital marketingu - Socjomania

Anuluj Zapisz zmiany



Niestandardowa miniatura

Maksymalny rozmiar pliku to 2 MB.

INFORMACJE O FILMIE

Kanał: Socjomania  
Przesłano: 18 May 2018 09:01  
Czas trwania: 0:47  
Nieprzetworzony plik: Trendy w digital marketingu zajawka.mov  
Wyświetlenia: 16498  
Oceny pozytywne: 0  
Oceny negatywne: 0  
Komentarze: 0  
URL filmu: https://youtu.be/BomzgpAINQc

Create Thumbnail

Podstawowe informacje Tłumaczenia Ustawienia zaawansowane Nakładka wezwania do działania

Trendy w digital marketingu - Socjomania

40 / 100

Zapraszamy na szkolenie, na którym poznasz aktualne trendy w digital marketingu. Najbliższy termin szkolenia już 18 czerwca 2018 w Warszawie, szczegóły znajdziesz tutaj: https://socjomania.pl/szkolenia-otwarte/trendy-w-digital-

257 / 5000

Socjomania Social media Media społecznościowe

SocjoTV vlog Socjomania

Templates Keyword Inspector Translate Clear 75 / 500

Niepubliczny

+ Dodaj do playlisty

VIDIQ SEO SCORE 11.6/50 CHECKLIST 0/9

Actionable 11.6/50

1/5 tag count 0/5 tag volume 3/5 keywords in title

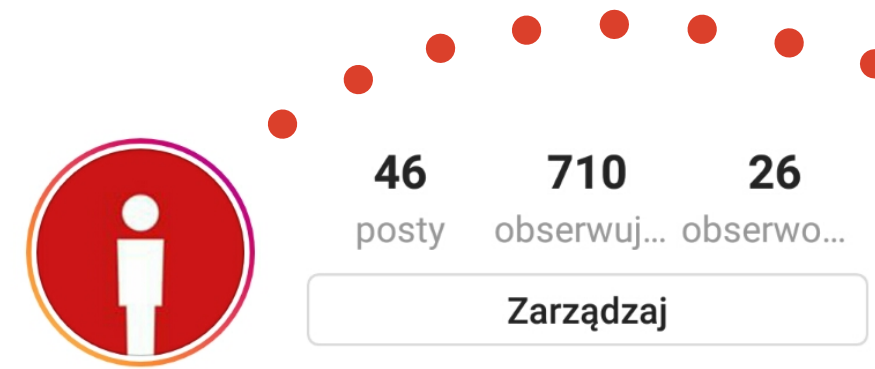
0/5 keywords in description 0/5 tripled keywords

- At least 1 card
- At least 1 end screen
- Closed captions (manual)
- Monetization enabled
- Added to a playlist
- Make public
- Shared on Twitter
- Shared on Facebook with at least 1 like
- Replied to a recent comment

Controversial Keywords

Upgrade to Pro to see controversial keywords that could result in being flagged for demonetization

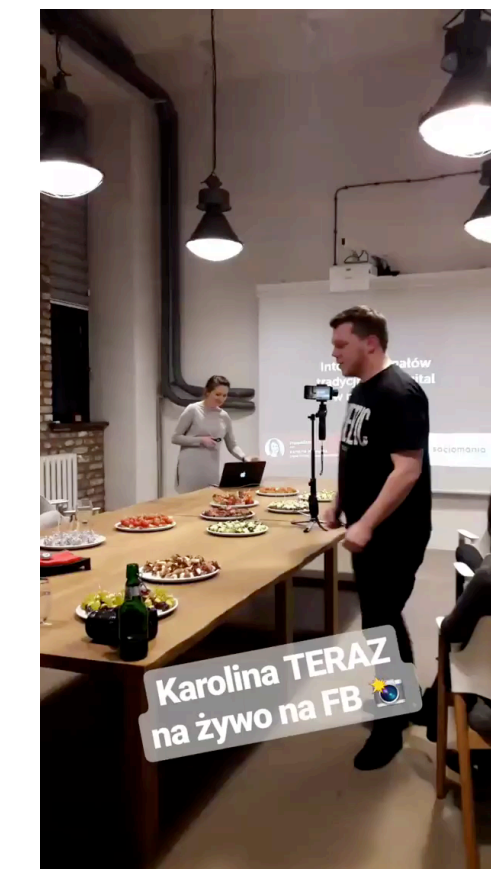
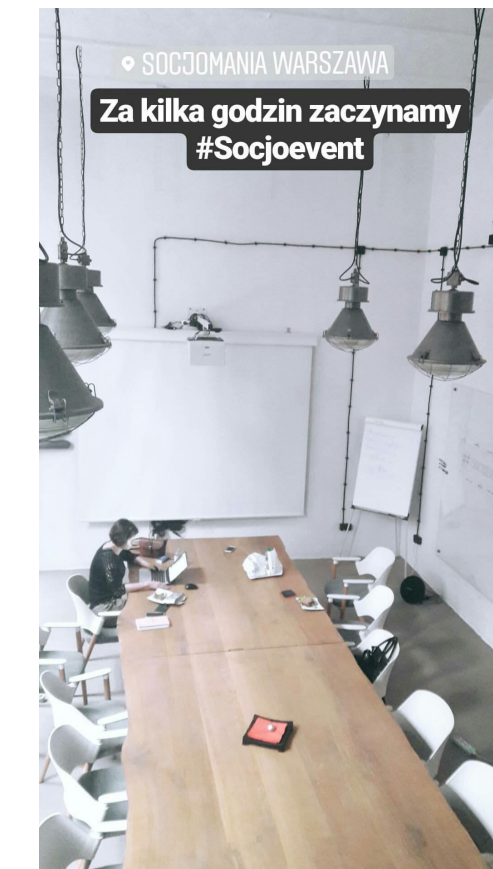
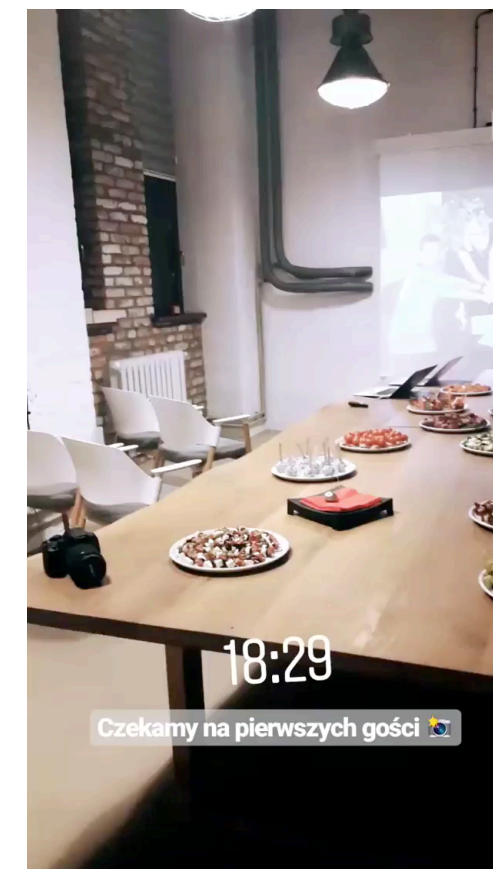
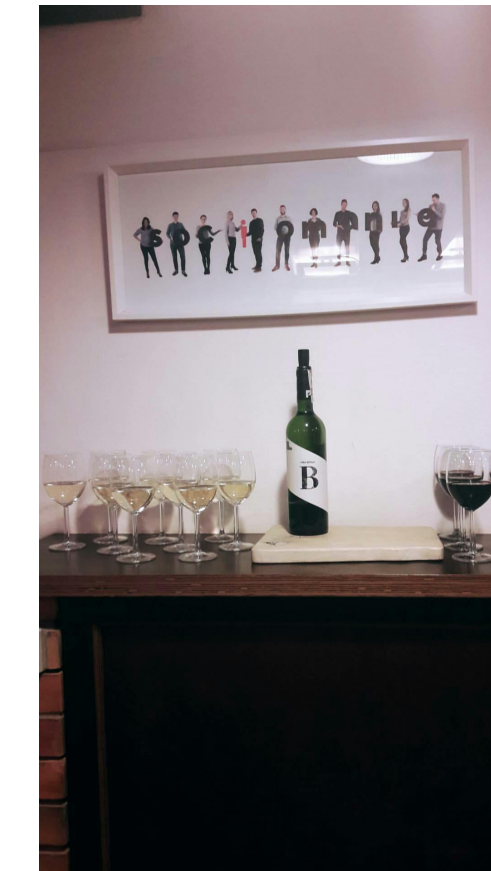
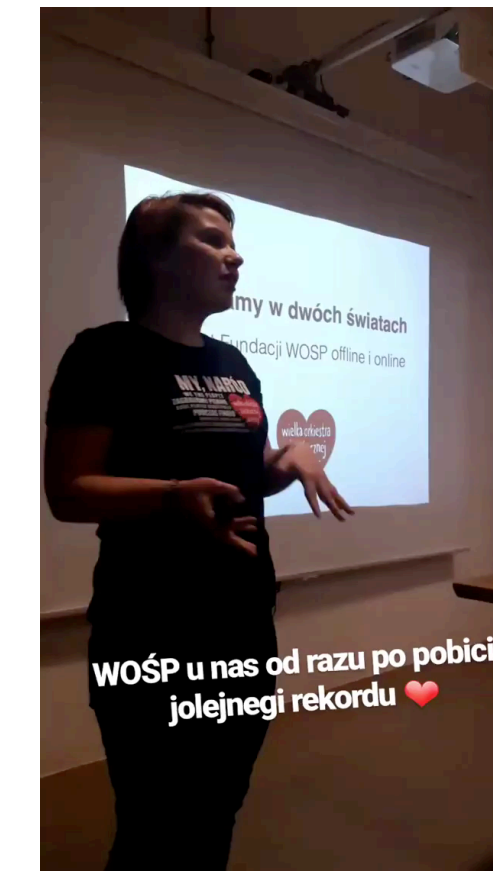
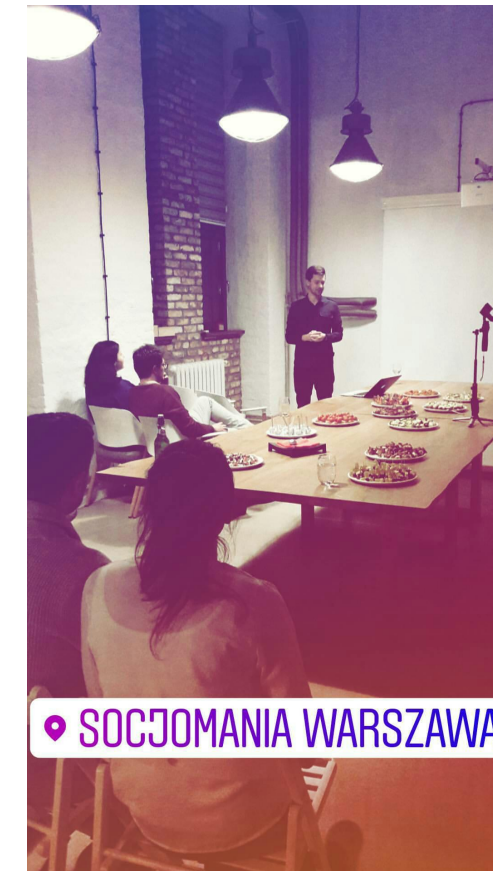
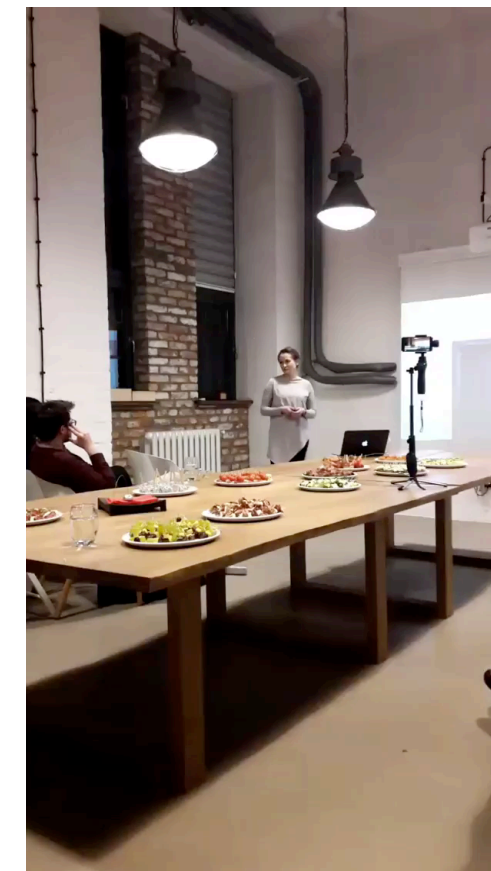
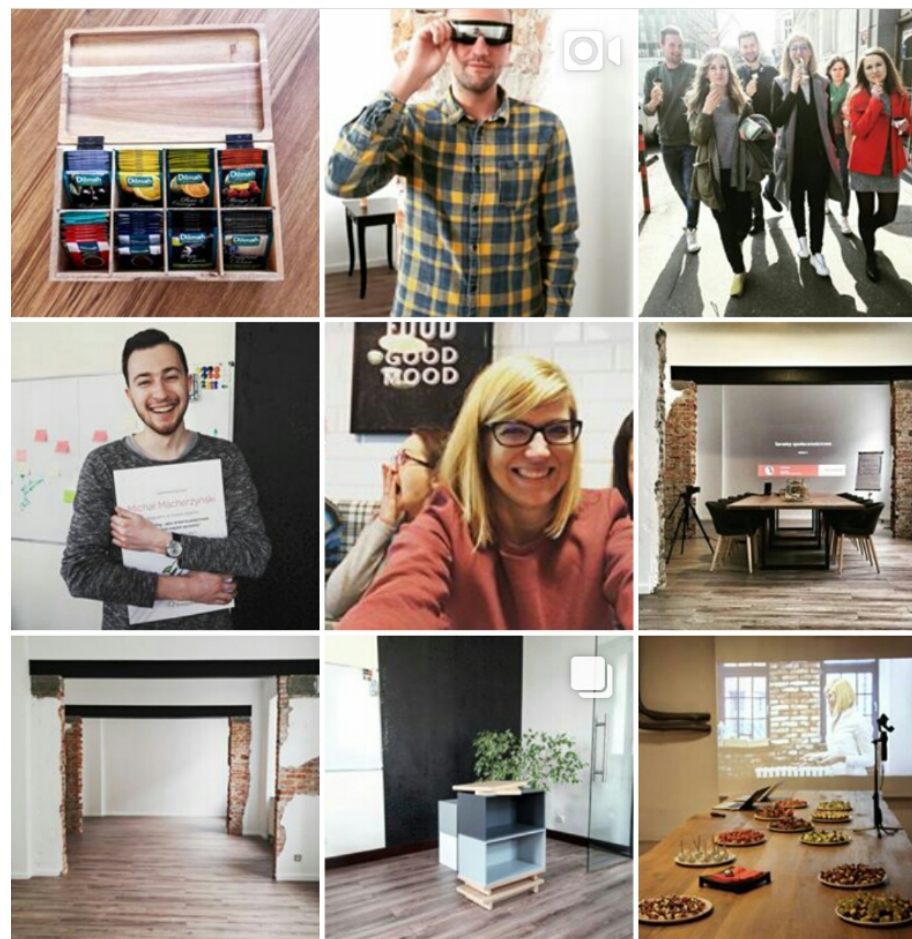
# Co oznacza „semi-live“?



46 710 26  
posty obserwuj... obserwo...  
Zarządzaj

**Socjomania**  
Usługi biznesowe  
Socjomania is a digital media consulting and training company 📁 Please tag your photos with #socjomania for repost 📍  
socjomania.pl/  
Świętego Filipa 16/14, Kraków 31-150

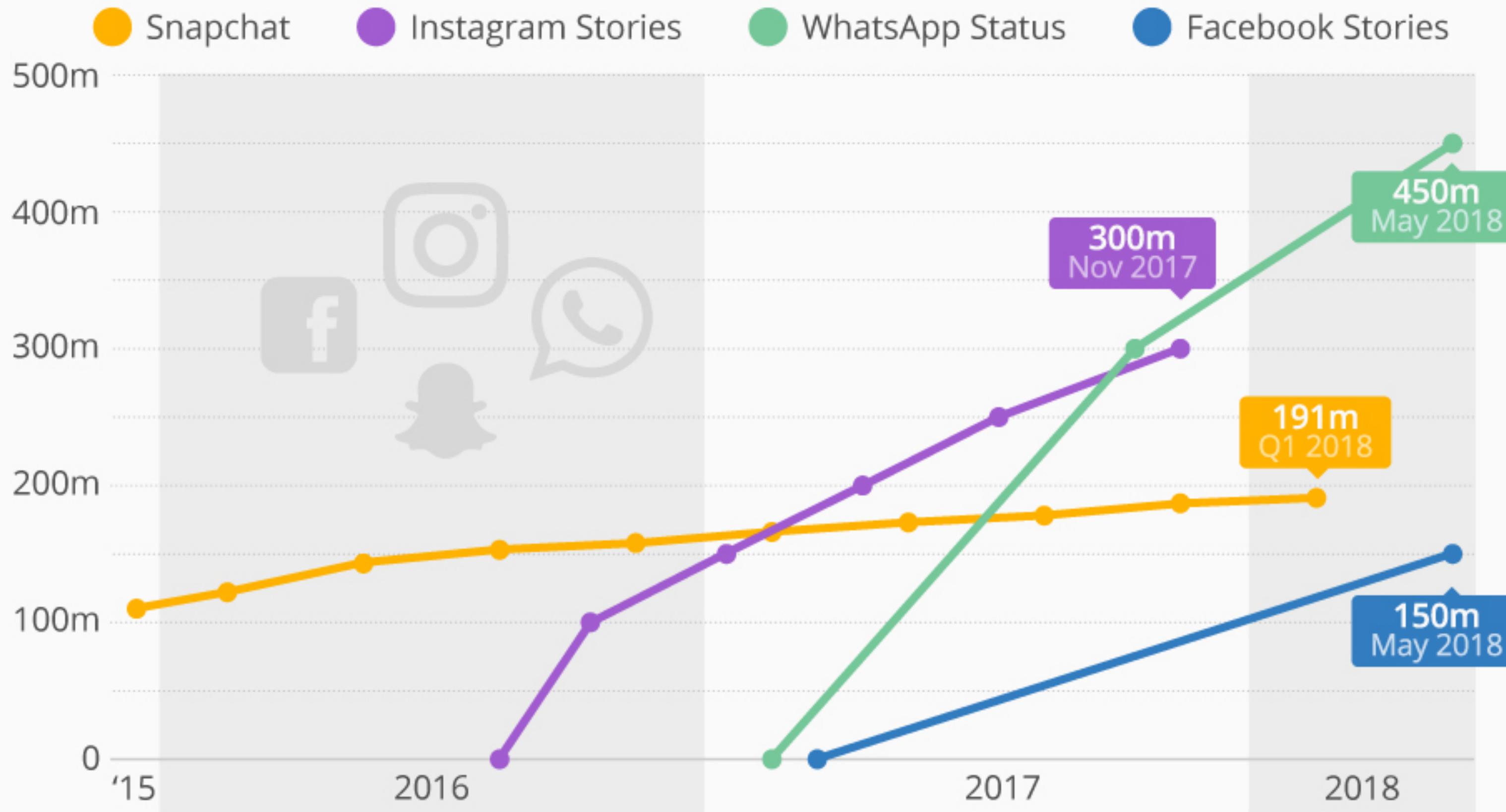
Zadzwoń Adres e-mail Wskazówki dojazdu



# Stories na FB vs konkurencja

## Facebook's Snapchat Clones Are Beating the Original

Worldwide DAUs of Instagram Stories, WhatsApp Status, Facebook Stories and Snapchat\*



# Wideo live

 newsroom

 Like  Share < 97K

[Home](#) [News](#) [Products](#) [Company Info](#) [Directory](#) [Media Gallery](#) [Investor Relations](#)

March 1, 2016

## News Feed FYI: Taking into Account Live Video When Ranking Feed

By *Vibhi Kant, Product Manager* and *Jie Xu, Software Engineer*

News Feed is made up of posts from the friends and Pages you've connected to. These posts can be status updates, photos, videos, links and now, Facebook Live videos. We rolled out Facebook Live on iOS in December and last week we began rolling it out on Android in the US. Over the last three months Facebook Live video has become more and more popular and more and more people and Pages are creating and watching live videos.

As with any new type of content in News Feed, we are learning what signals help us show you the most relevant Facebook Live videos for you personally. For example, a few years ago when more people began sharing and watching video on Facebook we listened to feedback to learn what signals helped us show people more of the videos they want to see and fewer of the videos they don't. At first we updated News Feed ranking to take into account [how many people watched a video](#) and [how long people watched for](#) to help us personalize News Feed based on people's preference for watching video. Over time we also learned that [certain actions](#) people take on a video, such as choosing to turn on sound or making the video full screen, are good signs they wanted to see that video, even if they didn't choose to like it.

Now that more and more people are watching Live videos, we are considering Live Videos as a new content type – different from normal videos – and learning how to rank them for people in News Feed. As a first step, we are making a small update to News Feed so that Facebook Live videos are more likely to appear higher in News Feed when those videos are actually live, compared to after they are no longer live. People spend more than 3x more time watching a Facebook Live video on average compared to a video that's no

### Contact Us

[press@fb.com](mailto:press@fb.com)

### Categories

[Company News](#)

[Events](#)

[News Feed FYI](#)

[Product News](#)

[Q&A with Mark](#)

[Internet.org](#)

[Trends](#)

[Search FYI](#)

### Archive

[2016](#)

[2015](#)

[2014](#)



[2013](#)

[2012](#)

[2011](#)

[2010](#)

[2009](#)

1. Log into the Facebook for iOS app or the Facebook for Android app
2. Tap  from your News Feed or Timeline
3. Tap 
4. Write an optional description for your broadcast
5. Tap **Go Live** to begin your broadcast

When you want to end your broadcast, tap **Finish**.





# Re: wykorzystanie video live

The screenshot shows the homepage of Social Media Examiner. At the top, there's a navigation bar with links: HOME, FREE UPDATES, PODCAST, SUMMIT, CONFERENCE, SOCIETY, EVENTS, REPORTS, STARTING, ABOUT. The main content area features an article titled "How to Repurpose Your Facebook Live Videos" by Rachel Moore, dated July 4, 2016. The article text includes: "Are you using Facebook Live? Do you want more mileage out of your broadcasts? Reusing your Facebook Live video can help improve your impact and visibility. In this article, you'll discover how to download and repurpose your Facebook Live videos on other social media platforms." To the right of the article is a sidebar with a search bar, a newsletter sign-up form, and promotional banners for the Social Media Success Summit and LIFT (SOCIAL, 2016) conference. A left sidebar shows social media share counts: 4.1K Shares, 786 Facebook, 458 LinkedIn, 2.2K Twitter, 95 Pinterest, 167 Google+, and 435 Email.

**SocialMedia Examiner**  
Your Guide to the Social Media Jungle

HOME FREE UPDATES PODCAST SUMMIT CONFERENCE SOCIETY EVENTS REPORTS STARTING ABOUT

**4.1K** Shares

f 786  
in 458  
t 2.2K  
p 95  
G+ 167  
435

## How to Repurpose Your Facebook Live Videos

By Rachel Moore  
July 4, 2016

Print

Are you using Facebook Live?

Do you want more mileage out of your broadcasts?

Reusing your Facebook Live video can help improve your impact and visibility.

In this article, you'll discover how to download and repurpose your Facebook Live videos on other social media platforms.

**How to Repurpose Your Facebook Live Videos**

Browse Categories

Join 500,000+ of your peers! Get our latest articles delivered to your email inbox and get the FREE Social Media Marketing Industry Report!

Enter your name   
Email

I'D LOVE UPDATES More Info...

Attend the largest online social media marketing conference

SocialMediaExaminer.com PRESENTS **Social Media SUCCESS SUMMIT**

SALE ENDS FRIDAY! SAVE \$300!

**LIFT**  
(SOCIAL, 2016)  
Sep. 20-22, 2016



# Hackowanie video live

[Wirecast](#) | [New! Wirecast Gear](#) | [What's New](#) | [Features](#) | [Solutions](#) | [Pricing](#) | [Stories](#) | [Resources](#) | [Specs](#) | [Partners](#) | [Events](#) | [Upgrade](#)

## Capture.

Capture unlimited number of input devices from live camera feeds, iOS cameras, computer desktop, web feeds and more.



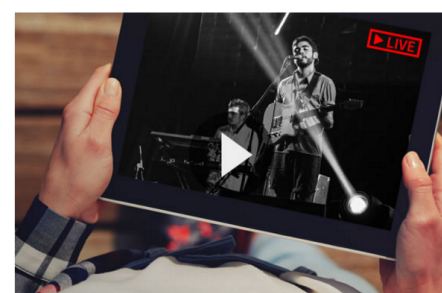
## Produce.

Add polish and professionalism to your broadcast with live switching, animated titles, transitions, lower thirds and more.



## Stream.

Use the built-in multiformat encoding capabilities and easily stream to integrated streaming services and CDNs.



## Wirecast Solutions



<http://www.telestream.net/wirecast/overview.htm>

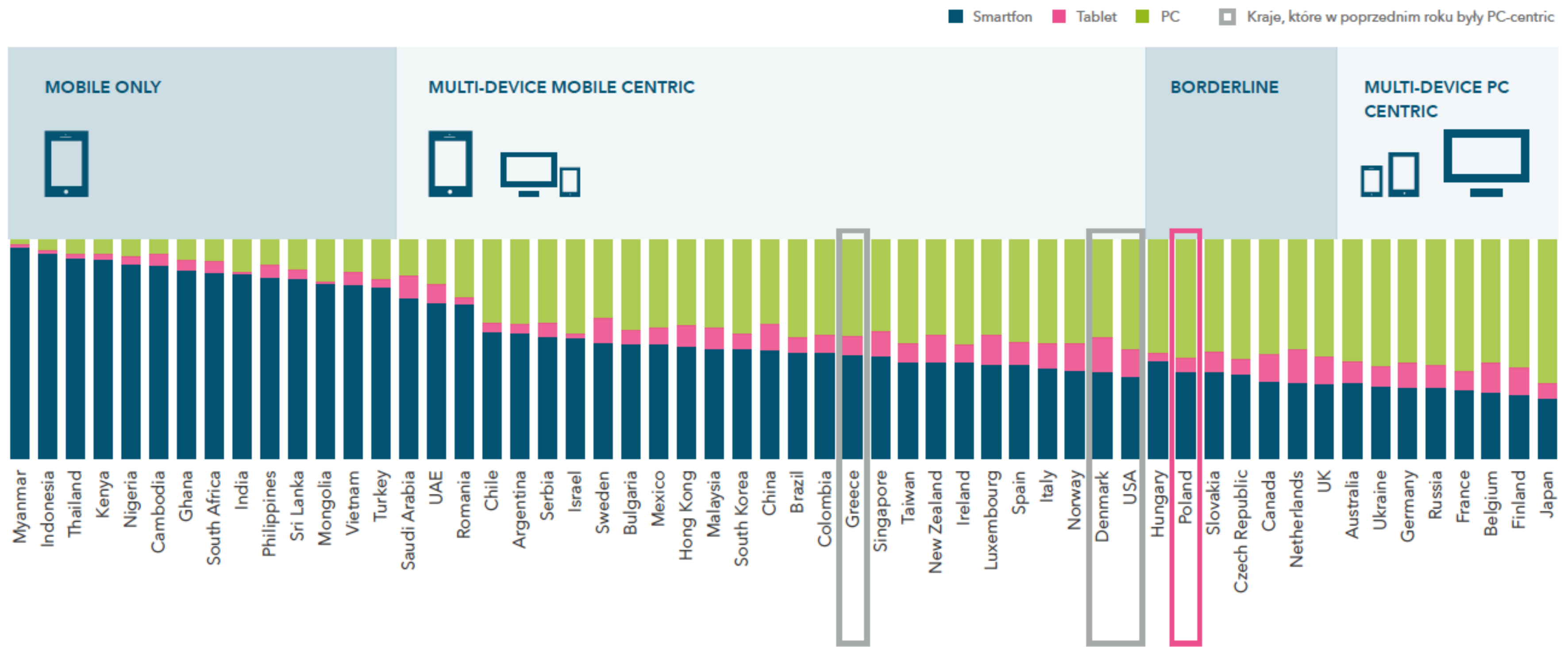
<https://obsproject.com/>

# Social (mobile) media

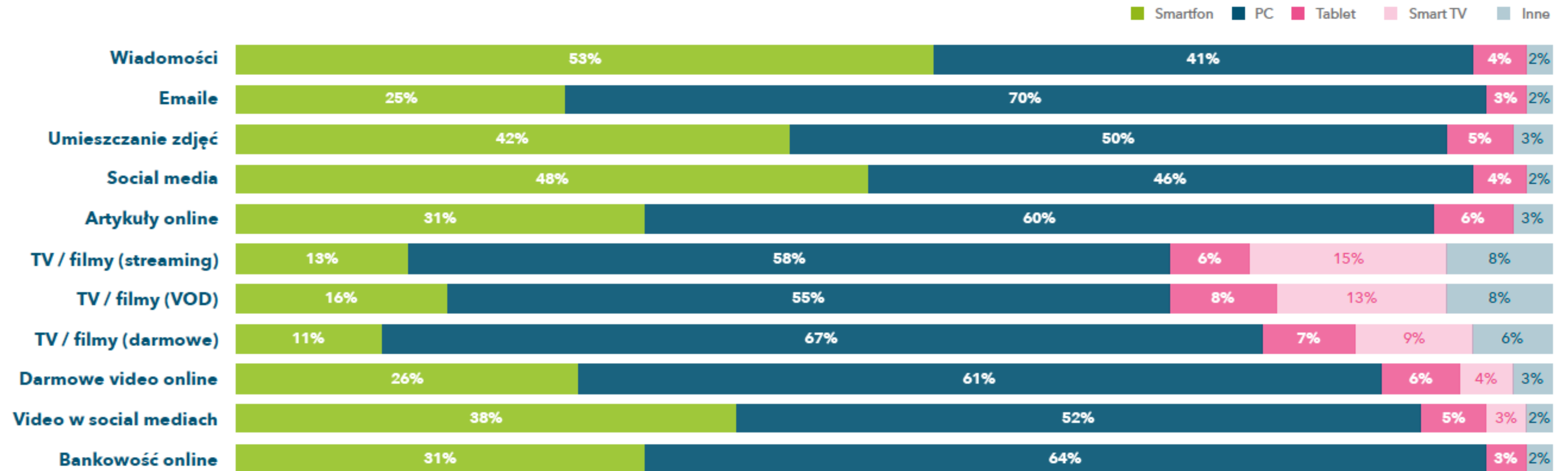
# Z roku na rok coraz więcej regionów świata staje się „mobile-centric”.



% czasu spędzanego na korzystaniu ze smartfona, tabletu i PC



# Jakie czynności wykonujemy online?





## I-want-to-know moments

---

65%

of online consumers look up more information online now versus a few years ago.<sup>2</sup>

66%

of smartphone users turn to their phones to look up something they saw in a TV commercial.<sup>3</sup>

## I-want-to-go moments

---

2X

increase in "near me" search interest in the past year.<sup>4</sup>

82%

of smartphone users use a search engine when looking for a local business.<sup>5</sup>

## I-want-to-do moments

---

91%

of smartphone users turn to their phones for ideas while doing a task.<sup>6</sup>

100M+

hours of "how-to" content have been watched on YouTube so far this year.<sup>7</sup>

## I-want-to-buy moments

---

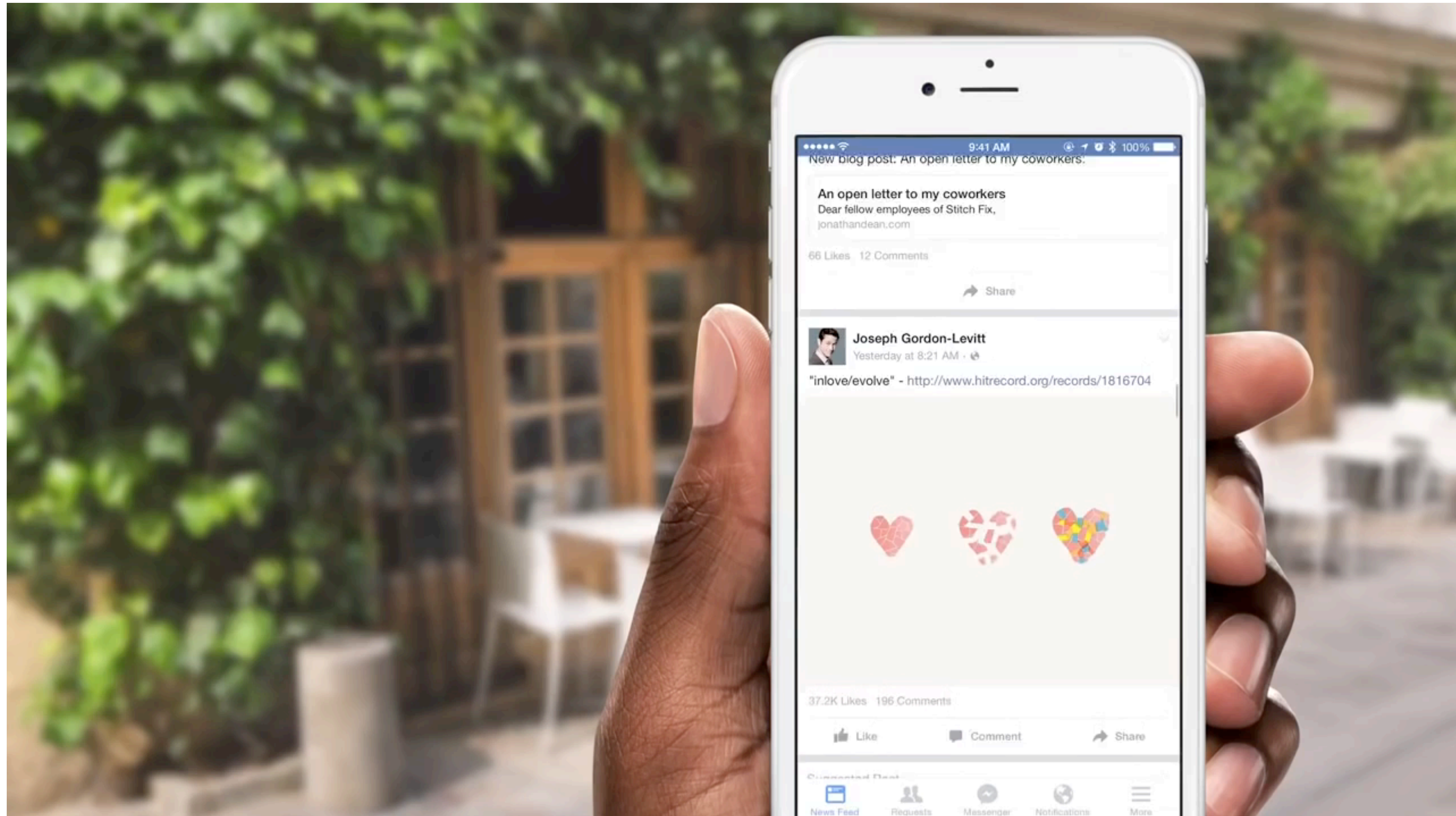
82%

of smartphone users consult their phones while in a store deciding what to buy.<sup>8</sup>

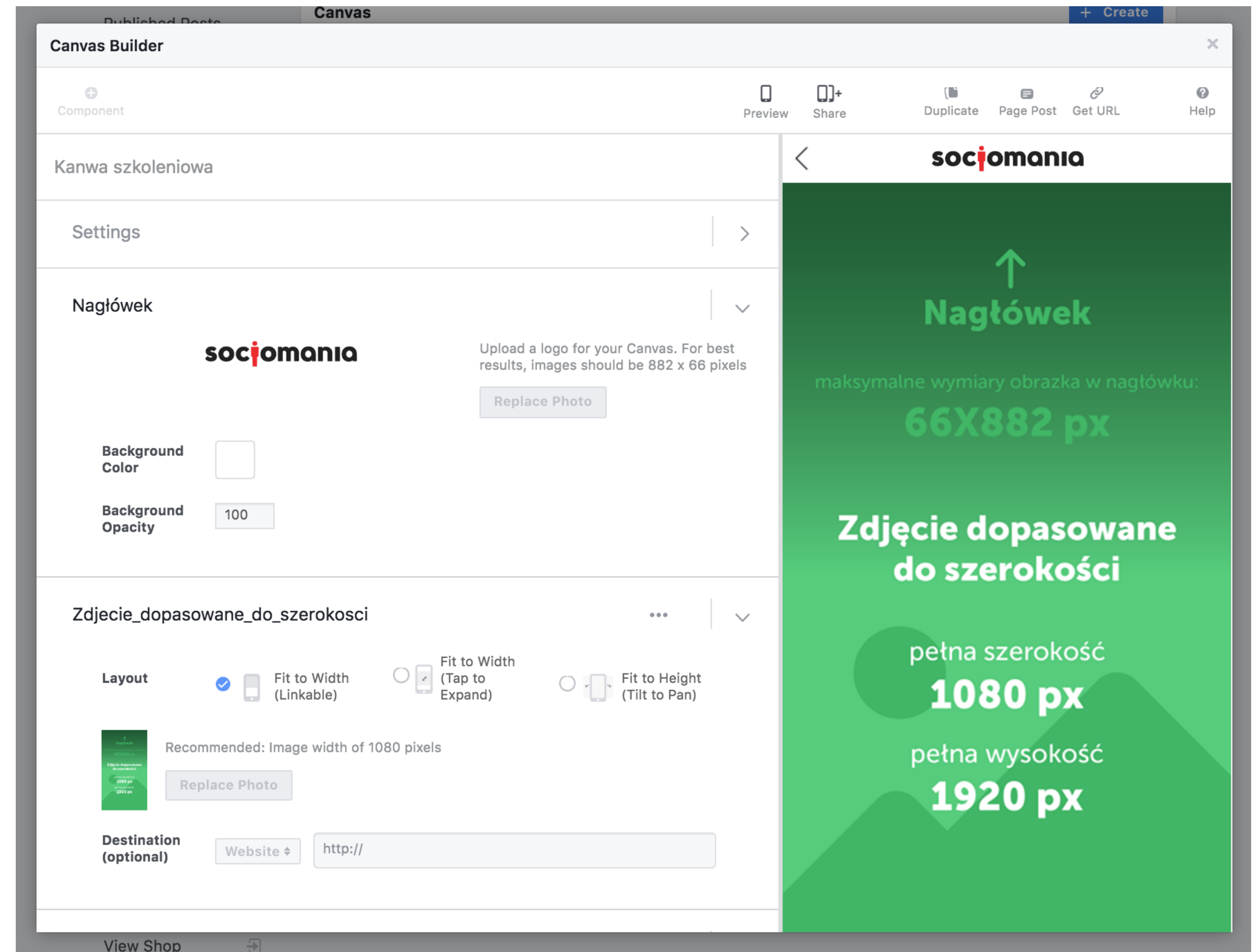
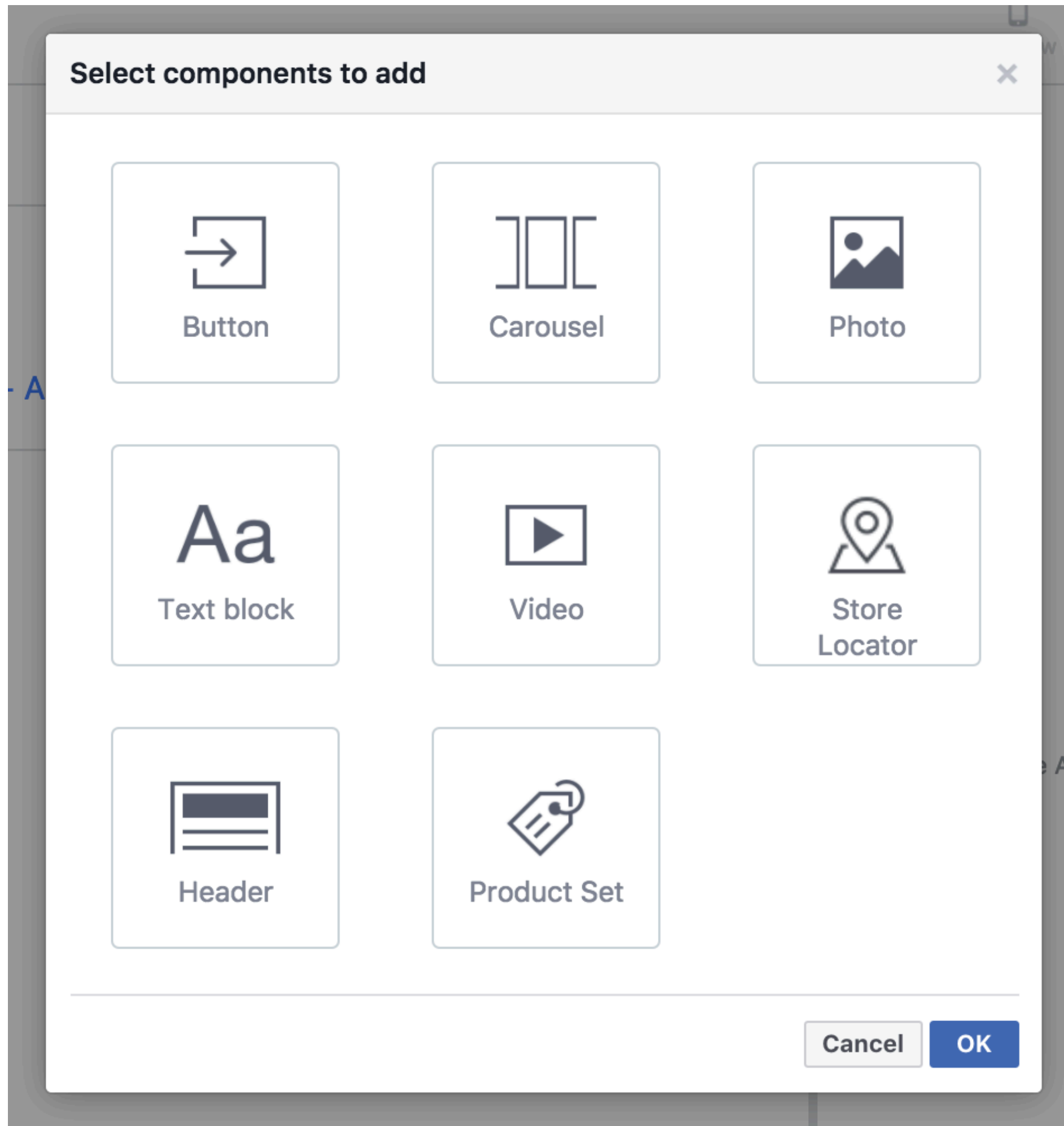
29%

increase in mobile conversion rates in the past year.<sup>9</sup>

# Przykład 1 - canvas



# Przykład 1 - canvas





# Wprowadzenie do reklamy na FB

# System aukcyjny

facebook for business UTWÓRZ STRONĘ UTWÓRZ REKLAMĘ UZYSKAJ POMOC

Marketing na Facebooku [Strony](#) [Reklamy](#) [Przykłady sukcesu](#) [Dowiedz się więcej](#)

- [Informacje o reklamie](#) >
- [Strony](#) >
- [Menedżer reklam](#) >
- [Power Editor](#) >
- [Menedżer firmy](#) >
- [Sieć odbiorców](#)
- [Płatności i rozliczenia](#) >
- [Reklamy na Instagramie](#) >
- [Grupy odbiorców](#) >
- [Realizacja](#)
- [Rozwiązywanie problemów dotyczących reklam](#)
- [Wyniki i statystyki](#) >
- [Pytania najczęściej zadawane przez reklamodawców](#)
- [Kursy Facebook Blueprint](#)
- [Opinie na temat reklam](#) >
- [Inne centra pomocy](#)

## Jak działa składanie ofert i aukcje reklamowe?

Omawiamy w nim kluczowe koncepcje dotyczące funkcjonowania aukcji reklamowych. Należy jednak pamiętać, że nieustannie je udoskonalamy, aby zmaksymalizować korzyści dla reklamodawców i użytkowników Facebooka.



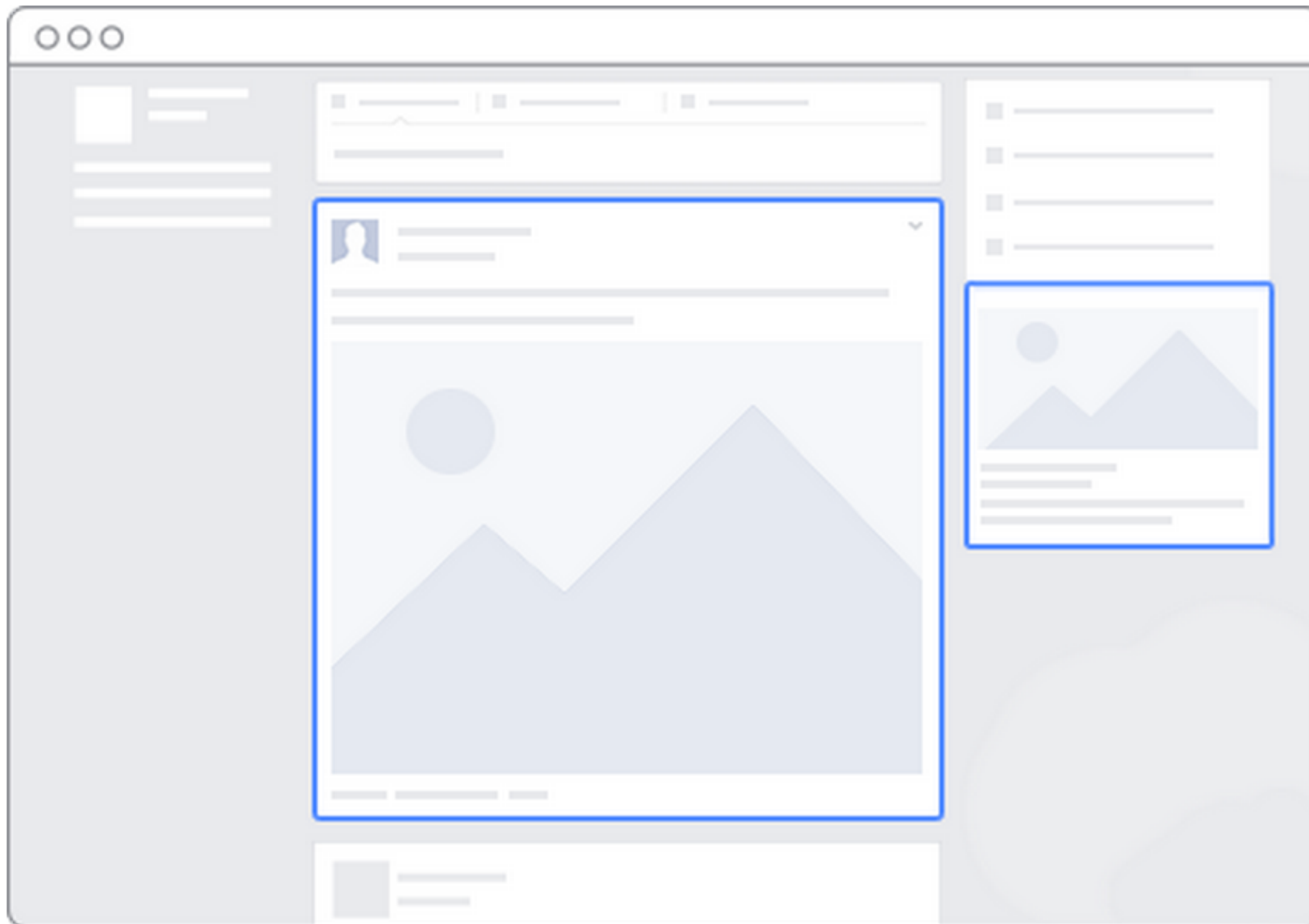
Wyświetlając reklamy, próbujemy zrównoważyć dwa elementy:

- Oferowanie reklamodawcom atrakcyjnego produktu umożliwiającego im dotarcie do grup docelowych odbiorców i uzyskanie wyników.
- Zapewnianie pozytywnych wrażeń użytkownikom Facebooka, Instagramu i sieci odbiorców.

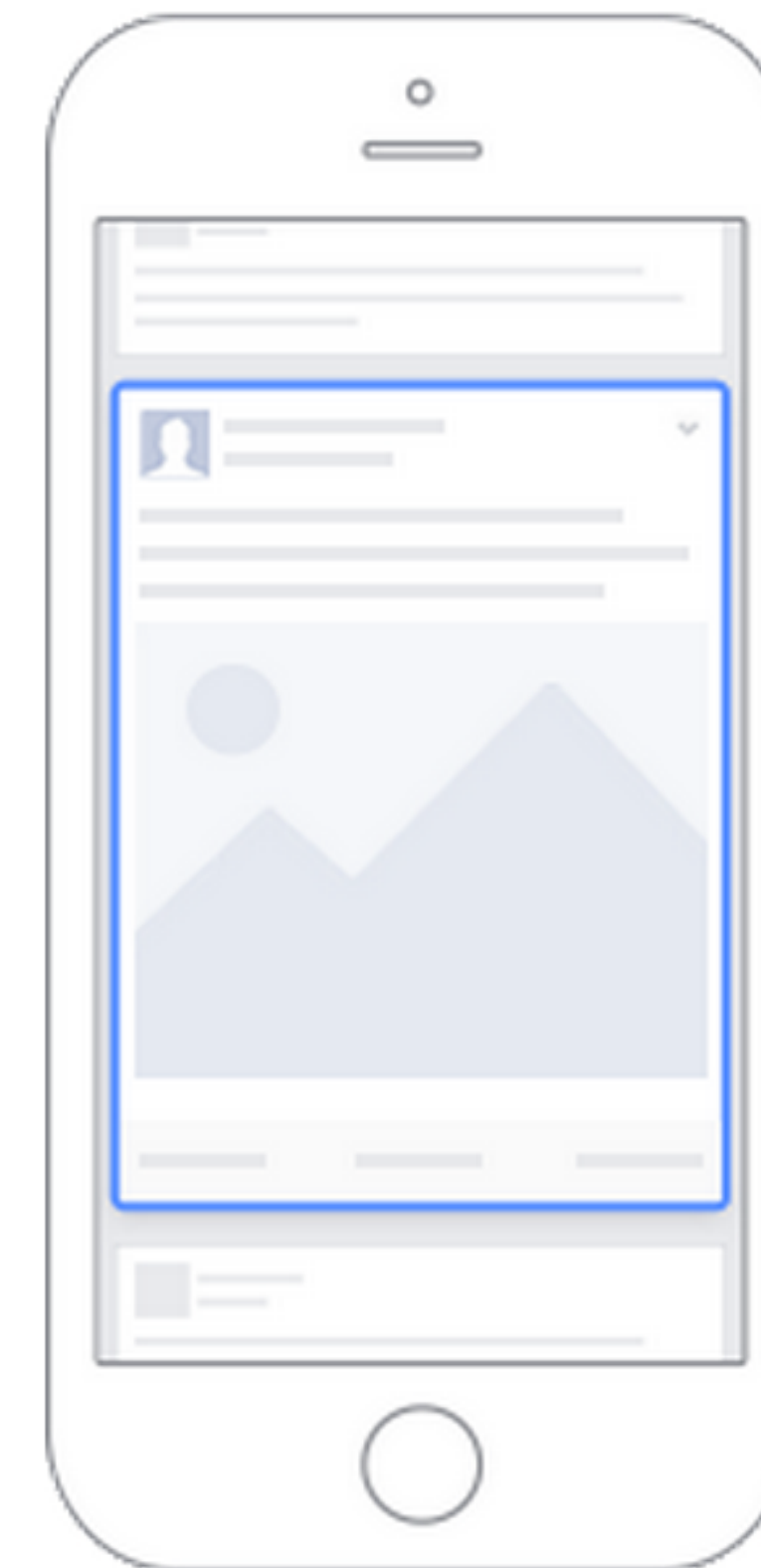


# Placement reklam

Aktualności na komputery i prawa kolumna



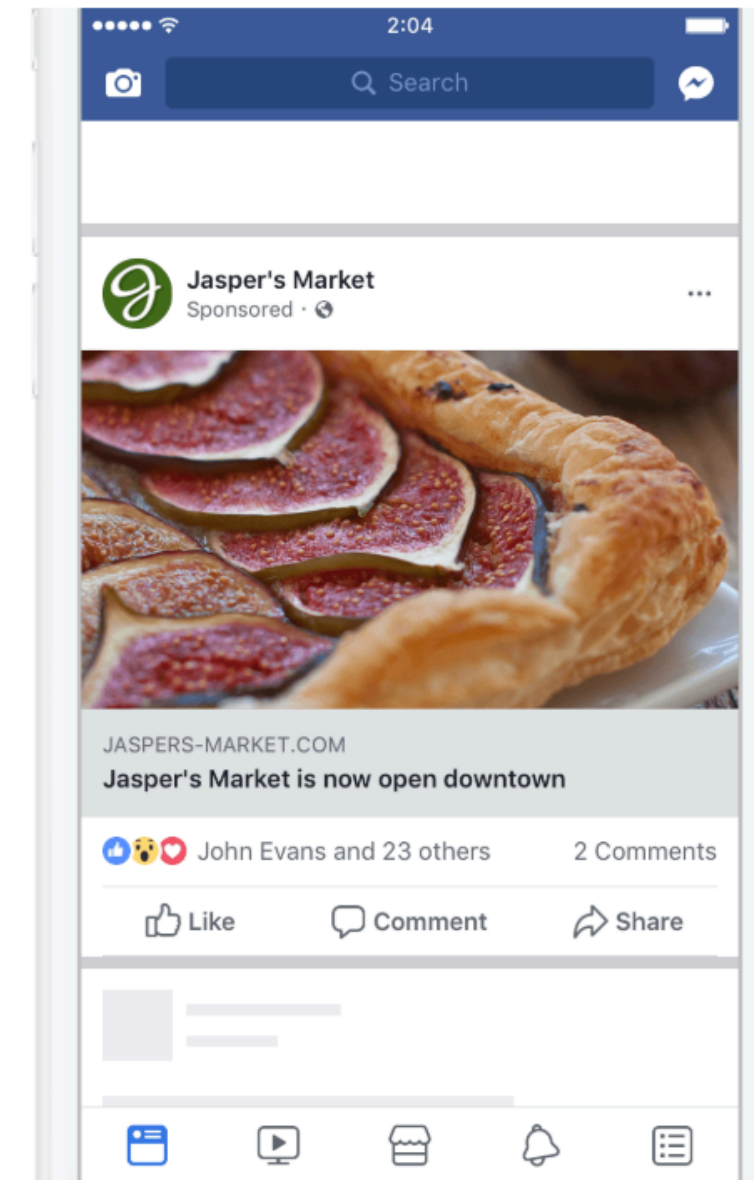
Aktualności na urządzeniach mobilnych



# Aktualne placementy (zależne od celu)

## Platformy

▼ <b>Facebook</b>	[-]
Kanały aktualności	<input checked="" type="checkbox"/>
Artykuły ekspresowe	<input type="checkbox"/>
Wideo typu in-stream	<input type="checkbox"/>
Prawa kolumna	<input type="checkbox"/>
Proponowane filmy	<input type="checkbox"/>
▼ <b>Instagram</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
Aktualności	<input checked="" type="checkbox"/>
Relacje	<input checked="" type="checkbox"/>
▼ <b>Audience Network</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
Native, Banner and Interstitial	<input checked="" type="checkbox"/>
Wideo typu in-stream	<input type="checkbox"/>
Wideo z nagrodą	<input checked="" type="checkbox"/>
▼ <b>Messenger</b>	<input type="checkbox"/>
Skrzynka odbiorcza	<input type="checkbox"/>
Sponsored Messages	<input type="checkbox"/>



### Facebook Kanały aktualności

[Zobacz wymagania dotyczące multimediiów](#)



# Promocja z poziomu Fan Page

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Socjomania'. The page features a post about a Siemens project. Two red boxes highlight the 'Promuj' button in the left sidebar and the 'Promuj post' button below the post. A large red 'X' icon is overlaid on the right side of the page, and a blue 'Promuj post' button is shown in a separate red-bordered box at the bottom right.

**Socjomania**  
@socjomania

Strona główna  
Usługi  
Recenzje  
Notatki  
Informacje  
Posty  
Zdjęcia  
Filmy  
Wydarzenia  
Społeczność  
Grupy

**Promuj**  
Zarządzaj promocjami

Wyszukaj w firmie

Strona Skrzynka odbiorcza 19 Powiadomienia Statystyki Narzędzia do publikowania Ustawienia Pomoc

Lubisz to! Obserwowanie Udostępnij

Zarezerwuj teraz

Otwarte jutro Zamknięte teraz Zaproponuj zmiany

Strony polubione przez tę stronę

NEWSPOINT Newspoint

Kwestia Smaku

VML VML

Polski · English (US) · ślōnskŏ gŏdka · Español · Português (Brasil)

Prywatność Opcje wyświetlania Więcej - Facebook

**Case study**

**SIEMENS**

**Poznaj szczegóły projektu dla Siemens**

Dowiedz się, jakie zastosowaliśmy rozwiązania dla Siemens oraz jakie to przyniosło efekty dla Klienta. Sprawdź!

SOCJOMANIA.PL

Zasięg: 2587 osób **Promuj post**

Lubię to! Komentarze Udostępnij

Ania Żurek, Martyna Tarnawska i 17 innych użytkowników

Napisz komentarz...

# Menedżer reklam

The image shows a screenshot of the Facebook interface. The top navigation bar is dark blue and contains the search bar, the user's name 'Szymon', and the 'Strona główna' (Home) button. A dropdown menu is open in the top right corner, showing options for account management. In the left sidebar, the 'Menedżer reklam' (Ad Manager) option is highlighted with a red box. In the main content area, the 'Utwórz reklamy' (Create Ads) option is highlighted with a red box. The bottom of the page shows the footer with links for 'Reklama' (Ads) and 'Opcje wyświetlania reklam' (Ad display options), both highlighted with red boxes.

Wyszukaj osoby, miejsca i inne

Szymon Strona główna 1

Korzystaj z Facebooka jako:

Zobacz więcej...

Menedżer firmy:

- Socjomania
- Utwórz stronę
- Zarządzanie stronami
- Utwórz grupę
- Zarządzaj grupami
- Utwórz reklamy**
- Zarządzanie reklamami**
- Dziennik aktywności 3
- Preferencje aktualności
- Ustawienia
- Wyloguj się

Now opportunities for you  
jobs.ubs.com  
Check offer for Control Performer in UBS and apply!

Reklama · Opcje wyświetlania reklam · Więcej

Facebook © 2015



# Menedżer reklam

f Menedżer reklam

SL Socjomania
Pomoc

★ Najczęściej używane	☰ Plan	+ Tworzenie i zarządzanie	.   Pomiary i raporty	☐ Zasoby	⚙ Ustawienia
<b>Menedżer reklam</b> Power Editor Grupy odbiorców Menedżer firmy	Statystyki grupy odbiorców	Menedżer firmy <b>Menedżer reklam</b> Power Editor Posty strony Pomoc dotycząca reklam aplikacji	Raporty dotyczące reklam Konwersje niestandardowe Statystyki wyświetlania	Grupy odbiorców Obrazy Piksele Katalogi produktów Lokalizacje firmy	Ustawienia konta reklamowego Rozliczenia i metody płatności Ustawienia Menedżera firmy
<a href="#">Wszystkie narzędzia &gt;</a> <span style="margin-left: 20px;">i Najedź kursorem na link, aby dowiedzieć się więcej.</span>					

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Strona 1 – Kampania 3	● Nieaktywna	–	–	Na wynik –	0,00 zł	W toku
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Strona 2 – Kampania 2	● Nieaktywna	–	–	Na wynik –	0,00 zł	W toku
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Strona 1 – Kampania 1	● Nieaktywna	–	–	Na wynik –	0,00 zł	W toku
		▶ Wyniki z 4 kampanii		–	– Ludzie	–	<b>0,00 zł</b> Łączne wydatki	

[Zgłoś problem](#)



# Cel jest istotny

f | Menedżer reklam
 

Szymon
Pomoc ?

Nazwa kampanii ? 
Pomoc: wybór celu | Użyj istniejącej kampanii

Jaki jest Twój cel marketingowy?

Świadomość	Branie pod uwagę	Konwersja
Rozpoznawalność marki	Ruch	Konwersje
Rozpoznawalność lokalna	Aktywność	Sprzedaż katalogu produktów
Zasięg	Instalacje aplikacji	Wizyty w firmie
	Wyświetlenia filmu	
	Pozyskiwanie kontaktów	

Zgłoś problem

Szymon Lisowski (61674669) ▾

Kampania

- Cel

Zestaw reklam

- Grupa odbiorców 🔒
- Umiejscowienia 🔒
- Budżet i harmonogram 🔒

Reklama

- Format 🔒
- Media 🔒
- Additional Creative 🔒





# Tworzenie Piksela Facebooka

1

★ Najczęściej używane	☰ Plan	+ Tworzenie i zarządzanie	.    Badania i raporty	☐ Zasoby	⚙ Ustawienia
<ul style="list-style-type: none"> <li>Power Editor</li> <li>Menedżer reklam</li> <li>Ustawienia firmowe</li> <li>Grupy odbiorców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statystyki grupy odbiorców</li> <li>Creative Hub</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menedżer firmy</li> <li>Menedżer reklam</li> <li>Power Editor</li> <li>Posty strony</li> <li>Pulpit aplikacji</li> <li>Pomoc dotycząca reklam aplikacji</li> <li>Reguły automatyczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raporty dotyczące reklam</li> <li>Konwersje niestandardowe</li> <li>Materiały powiązane z marką</li> <li>Analytics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>3</b> Grupy odbiorców</li> <li>Piksele</li> <li>Zdarzenia offline</li> <li>Katalogi produktów</li> <li>Lokalizacje firmy</li> <li>Filmy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ustawienia</li> <li>Ustawienia firmowe</li> <li>Rozliczenia i metody płatności</li> </ul>

2


[Wszystkie narzędzia >](#)

**i** Grupy odbiorców: Twórz grupy niestandardowych, podobnych i zapisanych odbiorców oraz zarządzaj nimi.

Grupa odbiorców udostępniona prze...

# Retargeting - grupy niestandardowych odbiorców

1


Biblioteka zasobów
Wyszukaj w firmie
SL Socjomania
32
Pomoc

★ Najczęściej używane	☰ Plan	+ Tworzenie i zarządzanie	.    Badania i raporty	☐ Zasoby <b>3</b>	⚙ Ustawienia
<ul style="list-style-type: none"> <li>Power Editor</li> <li>Menedżer reklam</li> <li>Ustawienia firmowe</li> <li>Grupy odbiorców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statystyki grupy odbiorców</li> <li>Creative Hub</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menedżer firmy</li> <li>Menedżer reklam</li> <li>Power Editor</li> <li>Posty strony</li> <li>Pulpit aplikacji</li> <li>Pomoc dotycząca reklam aplikacji</li> <li>Reguły automatyczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raporty dotyczące reklam</li> <li>Konwersje niestandardowe</li> <li>Materiały powiązane z marką</li> <li>Analytics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>Grupy odbiorców</u></li> <li>Obrazy</li> <li>Piksele</li> <li>Zdarzenia offline</li> <li>Katalogi produktów</li> <li>Lokalizacje firmy</li> <li>Filmy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ustawienia</li> <li>Ustawienia firmowe</li> <li>Rozliczenia i metody płatności</li> </ul>

2

[Wszystkie narzędzia >](#)

**i** Grupy odbiorców: Twórz grupy niestandardowych, podobnych i zapisanych odbiorców oraz zarządzaj nimi.

Grupa odbiorców udostępniona prze...

# Możliwości retargetingowe

f Biblioteka zasobów

Konto: Szkolenie Facebook Ads 2 (10154...)

Szukaj

Wszystkie grupy odbiorców

FOLDERY

- Moje niedawne grupy odbiorców
- Grupy odbiorców w aktywnych rekla...
- Grupy odbiorców gotowe do użytku
- Grupa odbiorców udostępniona kontu
- Grupa odbiorców udostępniona prze...

## Utwórz grupę niestandardowych odbiorców

### Jak chcesz utworzyć tę grupę odbiorców?

Dotrzyj do osób, które mają relacje z Twoją firmą: dotychczasowych klientów lub osób, które kontaktowały się z firmą na Facebooku lub innych platformach.



#### Plik z danymi klientów

Użyj pliku z danymi klientów, aby dopasować klientów do użytkowników na Facebooku i utworzyć grupę odbiorców na podstawie dopasowań. Dane zostaną zakodowane przed wysłaniem.



#### Ruch w witrynie internetowej

Korzystając z piksela Facebooka, utwórz listę osób, które odwiedziły witrynę lub wykonały określone działania



#### Aktywność w aplikacji

Utwórz listę osób, które uruchomiły aplikację lub grę albo podjęły określone działania.



#### Aktywność offline NOWOŚĆ

Utwórz listę osób, które podjęły interakcję z Twoją firmą na miejscu, przez telefon lub za pośrednictwem innych kanałów offline.



#### Aktywność UPDATED

Utwórz listę osób, które podjęły działania wobec Twoich postów na Facebooku lub Instagramie.

Ta procedura jest bezpieczna. Dane Twoich klientów pozostaną poufne.

SL Socjomania

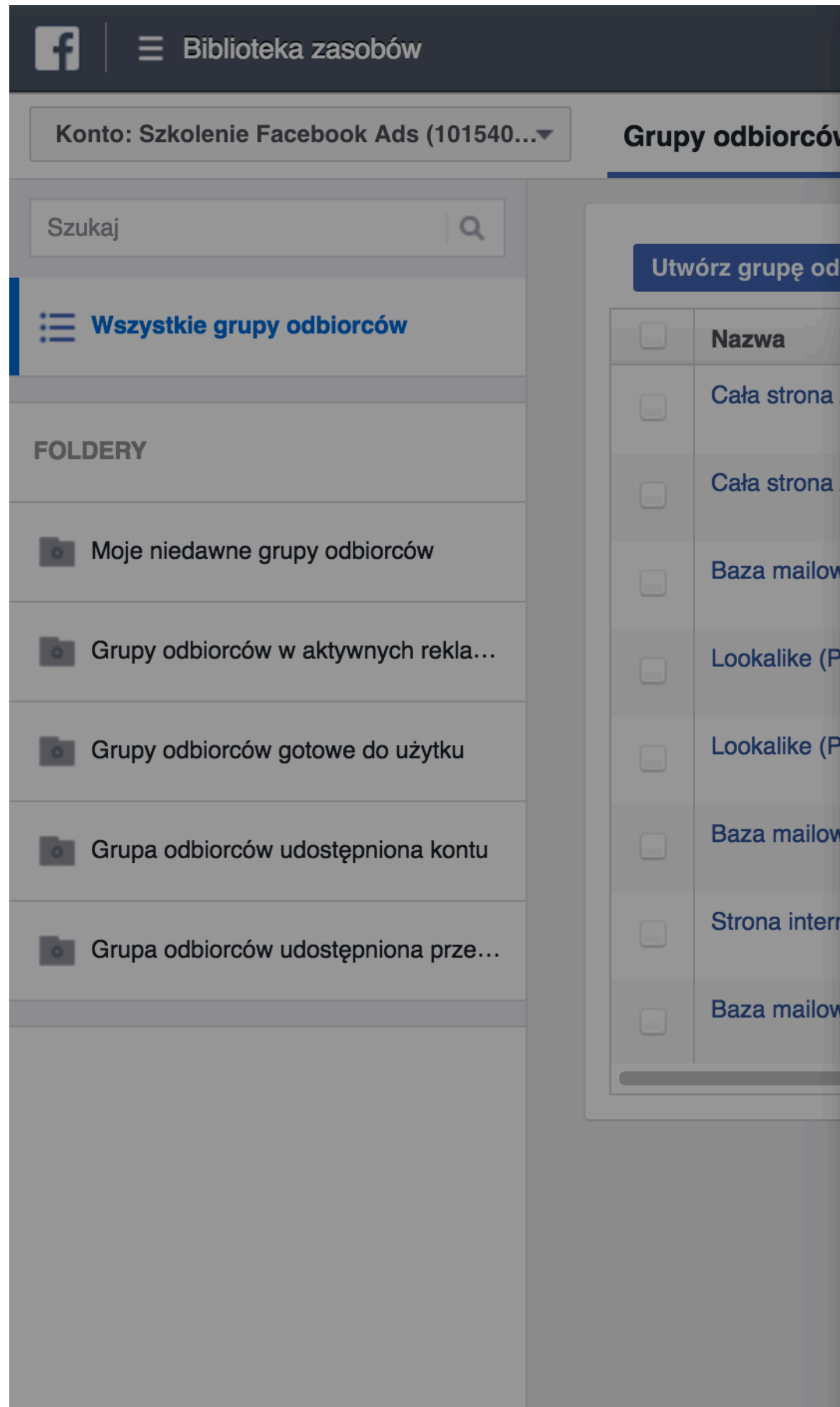
24

Pomoc

niar	Dostępność	Data
0	<span>Gotowa</span> Ostatnia aktualizacja: 18.09.2017	14.09.2017 13:10
0	<span>Gotowa</span> Ostatnia aktualizacja: 22.04.2016	22.04.2016 11:58











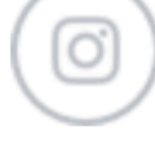





# Aktywność



## Czego chcesz użyć do utworzenia tej grupy odbiorców?

Grupy zaangażowanych odbiorców umożliwiają dotarcie do osób, które uprzednio wchodziły w interakcję z zawartością publikowaną przez Ciebie na Facebooku.

- 
**Film** UPDATED  
 Utwórz listę osób, które spędziły czas, oglądając Twoje filmy na Facebooku lub Instagramie.  
 Od:  
- 
**Formularz kontaktowy** UPDATED  
 Utwórz listę osób, które otworzyły lub ukończyły formularz w reklamie kontaktowej na Facebooku lub Instagramie.  
 Od:  
- 
**Efekt pełnoekranowy** UPDATED  
 Utwórz listę osób, które otworzyły Twoją reklamę kolekcji lub kanwę na Facebooku.  
 Od: 
- 
**Strona na Facebooku**  
 Utwórz listę osób, które wykonały działanie na Twojej stronie na Facebooku.  
 Od: 
- 
**Profil firmowy na Instagramie** NOWOŚĆ  
 Utwórz listę osób, które wykonały działania na Twoim profilu firmowym na Instagramie.  
 Od: 
- 
**Wydarzenie** NOWOŚĆ  
 Osoby, które podjęły działania wobec Twoich wydarzeń na Facebooku  
 Od: 

Grupa odbiorców	Data	Udostępnianie
Grupa odbiorców	12.09.2017 16:23	--
Grupa odbiorców	4.08.2016 12:37	--
Grupa odbiorców ostatnia aktualizacja: 4.08.2016	4.08.2016 12:31	--
Grupa odbiorców	14.07.2016 14:34	--
Grupa odbiorców	14.07.2016 14:34	--
Grupa odbiorców ostatnia aktualizacja: 14.07.2016	14.07.2016 13:09	--
Grupa odbiorców	13.07.2016 12:16	--
Utworzyła mała grupa odbiorców ⓘ	13.07.2016 11:44	--

# socjomania



## Dziękuję!

—

### Bartłomiej Rak

CVO @Socjomania



[fb.com/bartlomiejrak](https://fb.com/bartlomiejrak)



[instagram.com/bartlomiejrak](https://instagram.com/bartlomiejrak)



[linkedin.com/in/rakbartlomiej](https://linkedin.com/in/rakbartlomiej)



[bartlomiej@socjomania.pl](mailto:bartlomiej@socjomania.pl)

*made in*  
**MAŁOPOLSKA**