

"ZBUDUJ STRATEGIĘ SWOJEJ MARKI ONLINE"



Zeszyt ćwiczeń



Cześć!

Jeżeli wymagamy efektów od naszych aktywności w social media, powinniśmy mieć konkretny plan na to, jak je osiągnąć. Brzmi jak coś oczywistego, a jednak wciąż obserwuję firmy, które wchodzą do social mediów nie tylko bez strategii, ale też bez ogólnego pomysłu na siebie.

Podczas szkolenia podzieliłam się z Tobą wiedzą, jaką posiadam.

Z zaangażowaniem i najlepszymi intencjami.

Zadania zawarte w tym zeszycie są jak latarnia morska - mają Ci pomóc dopłynąć do właściwego portu.

A więc... szerokości!

Dr Adrianna Tomczak



PUNKTY STYKU

Uzupełnij tabelę wpisując miejsca online, gdzie odbiorca ma kontakt z Twoją marką, z uwzględnieniem punktów styku.

Zastanów się co możesz dodać, zmienić lub ulepszyć.

ZAINTERESOWANIE

POZNAНИЕ

POLUBIENIE

ZAUFANIE

LOJALNOŚĆ

Przeanalizuj, czy we wszystkich punktach styku stosujesz ten sam ton i wysyłasz ten sam komunikat?

Czy Twoja marka jest spójna we wszystkich tych miejscach?

.....

.....

.....

.....

W których punktach styku możesz pozytywnie wyróżnić się konkurencji?

Zastanów się, jak możesz zrobić wrażenie na odbiorcach?

.....

.....

.....

.....

Które punkty styku są dla Twojej marki najbardziej wartościowe?

Jak możesz poprawić emocje które temu towarzyszą?

Co zrobić, aby klient w tych miejscach czuł się jeszcze lepiej?

.....

.....

.....

.....

Zadanie nr 3

Wypisz CELE, które możesz zrealizować w poszczególnych fazach, aby Twoja marka stała się silniejsza i rozwijała się szybciej.

ZAINTERESOWANIE	CEL

POZNANIE	CEL

POLUBIENIE	CEL

ZAUFANIE	CEL

LOJALNOŚĆ	CEL



Wybierz z poniższej listy przymiotniki (lub dodaj własne), które najlepiej oddają charakter i emocje Twojej marki.

Jeżeli nie jesteś pewna - pomyśl o markach, które podziwiasz i którym jesteś lojalna.

MOJA MARKA JEST...

Analityczna	Przyjazna	Prosta
Artystyczna	Zabawna	Sprytna
Autentyczna	Prawdziwa	Wyrafinowana
Autorytatywna	Humorystyczna	Ekscytująca
Odważna	Nieformalna	Duchowa
Spokojna	Inspirująca	Silna
Szczera	Intensywna	Rozważna
Ostrożna	Uprzejma	Godna zaufania
Codzienna	Edukacyjna	Wyjątkowa
Urocza	Motywuująca	Kobieca
Szykowna	Optymistyczna	Dynamiczna
Kolorowa	Szczegółowa	Energetyczna
Współczująca	Zaskakująca	Buntownicza
Konserwatywna	Mądra	Elegancka
Niebezpieczna	Potężna	Szalona
Śmiała	Praktyczna	Zachwycająca

Twoje własne

.....

.....

.....

Jakie emocje chcesz, żeby wzbudzała w odbiorcach?

.....

.....

.....

Teraz wybierz 3 określenia i wypisz je poniżej:

-
-
-

Czy wiesz, co zachwycać w kontakcie z Twoją marką obecnych klientów?

.....

.....

.....

Czy dotychczasowi klienci określają Twoją markę w ten sam sposób jak Ty?

.....

.....

.....

Zadanie nr 5

OKREŚL SWÓJ ARCHETYP MARKI

Wyróżniamy 12 archetypów marki.

- Odkrywca
- Niewinny
- Mędrzec
- Władca
- Twórca
- Opiekun
- Czarodziej
- Bohater
- Buntownik
- Kochanek
- Błazen
- Towarzysz.

Są one bardzo ściśle powiązane z biznesem i brandingiem. Wiele informacji na ten temat znajdziesz w sieci. Warto już na początku budowania swojej marki określić, jakim archetypem jesteś/chcesz być i w taki sposób się komunikować z klientami.

Zadanie nr 6

Jakie korzyści oferujesz klientom? Dlaczego są one dla nich ważne?

Jakie cele osiągną korzystając z produktów?

.....

.....

.....



TWÓJ "ELEVATOR PITCH"

Pierwszy krok do Twojego sukcesu to przedstawienie się w taki sposób, by ludzie nie tylko Ci zaufali, ale też zrozumieli, co do nich mówisz i co możesz dla nich zrobić.

Pomoże Ci w tym "elevator pitch".

Ta struktura to 3 pytania, na które musisz sobie odpowiedzieć i powtarzać za każdym razem, gdy ktoś cię zapyta, czym się zajmujesz.

- CO ROBIĘ ?
- DLA KOGO TO ROBIĘ?
- W CZYM POMAGAM? JAKI PROBLEM ROZWIĄZUJĘ?

Jeśli sobie na nie odpowiesz przykujesz ich uwagę i wzbudzisz ciekawość. A gdy czas pozwoli strategicznie dołączysz dłuższą wypowiedź, w którą wpleciesz więcej szczegółów.

Wówczas przekonasz się, że na prostej wymianie wizytówek na pewno się nie skończy.

.....

.....

.....

.....

.....

Stwórz swoje perfekcyjne BIO

Stworzenie świetnego BIO silnej marki jest proste. Wystarczy wypełnić poniższe zdanie!

Moja / Nasza

.....
(przymiotnik: napisz jedno - dwa słowa opisujące Twój produkt lub usługę, czym się wyróżnia. Na przykład: elegancki, szybki, skuteczny, ekologiczny itp.)

.....
(Twój produkt lub usługa: nazwa lub określenie. Na przykład: książka, zabawki dziecięce, ubrania, fotografia, torty itp.)

.....
(korzyści: wyjaśnij, co klient osiągnie dzięki Twoim produktom lub usługom, w czym mu pomogą.)

dzięki temu

.....
(pokaż długoterminową korzyść: wyjaśnij w jaki sposób Twój produkt lub usługa zmieni życie klienta. Na przykład "będziesz żyć bez obaw", "już zawsze świętuj bez poczucia winy", "delektuj się" lub "chwytaj chwile z ...", "zadbaj o zdrowie", "wzmocnisz odporność" itp.)

TWÓJ KLIENT

Wymyśl osobę, która będzie Twoim idealnym klientem. Kim jest, gdzie mieszka, skąd pochodzi, jakie ma plany, z czym ma problem? Stwórz takie 1-2 awatary.

Poniżej lista pytań:

1. Imię

2. Miejsce zamieszkania

3. Ma lat

4. Wykształcenie

5. Jego/jej roczny dochód to

6. Status związku

7. Ma/planuje dzieci

8. Jakim językiem się posługuje na co dzień? Jaki jest jej język ojczysty?

9. Gdy rano wstaje, ma problem z

.....
.....

10. Planuje/nie planuje wprowadzić zmiany w swoim życiu.

.....
.....

11. Obawia się

.....
.....

12. Ma słabość do

.....
.....

13. Uwielbia oglądać/słuchać/czytać

.....
.....

14. Na Instagramie/LinkedIn/Facebooku obserwuje

15. Angażuje się w

16. Zdecyduje się obserwować mój profil, bo pomagam jemu/jej w

17. Denerwuje ją/go

18. Często udostępnia posty

19. Marzy o

20. Jej/jego hobby to

Ponadto:

Wypisz 3 główne problemy Twoich klientów/ek, z którymi będą do Ciebie trafiać. Może po przejrzaniu profilu idealnego klienta przyjdzie Ci jeszcze coś do głowy?

1.....

2.....

3.....

Zadanie nr 10

Sprawdź i opisz swoją konkurencję.

MARKI (KONKURENCJA)	1.	2.	3.
Jakie korzyści oferuje, jak się pozycjonuje?			
Czym się wyróżnia?			
Kolor/styl/ton			
Wymarzony klient			

Czym wyróżnia się Twoja marka? Co Ty unikalnego oferujesz?

.....

.....

.....

.....

Zadanie nr 11

Twój PLAN treści, dzięki którym zamienisz odbiorcę w KLIENTA.

JAKI PROCES będą przedstawiać Twoje treści?

Pomyśl o dwóch sytuacjach: Twój odbiorcy PRZED poznaniem Twoich treści i PO.

ODBIORCA	PRZED	PO
Co powinien zrozumieć/ zrobić?		
Jak się czuje?		
O czym myśli?		

Zadanie nr 12

SOCIAL MEDIA

Masz już awatar klienta i wiesz, z jakich treści korzysta Twój klient oraz na jakiej platformie spędza najwięcej czasu.

FB, Instagram, LinkedIn, You Tube, TikTok, Clubhouse, a może Twitter?

Zdecyduj, gdzie będziesz budować swoją markę.

.....

Zadanie nr 13

BRANDING

Aby to, co robisz było spójne, zastanów się nad poniższymi elementami i określ:

- Twoje kolory. Wybierz 3 główne, 2 dodatkowe.
 - czcionka
 - styl (nowoczesny, klasyczny)
 - tło
 - hasło/motto
 - elementy graficzne/logo
-
-
-
-
-



Zadanie nr 14

FACEBOOK - KONTO OSOBISTE

Chcesz wesprzeć rozwój Twojego biznesu działaniami na profilu osobistym?

Zastanów się jakie treści będziesz tam publikować:

.....

.....

.....

Zadanie nr 15

FACEBOOK - KONTO BIZNESOWE

Jakie elementy musi zawierać perfekcyjny post? Wypisz i zapamiętaj:

.....

.....

Zadanie nr 16

LINKEDIN

Pamiętaj o stworzeniu NAGŁÓWKA tak, jakby to była Twoja najlepsza wizytówka.

- Pochwal się w grupie “Manufaktura Kobiecego Rozwoju” na Facebooku
- Poszukaj osób, które warto abyś miał w swojej sieci kontaktów
- Dbaj o pozyskiwanie rekomendacji.



INSTAGRAM

Przygotuj swoje perfekcyjne BIO do konta na Instagramie. Pochwal się w grupie “Manufaktura Kobiecego Rozwoju” na Facebooku!

Pamiętaj o:

- ciekawym przedstawieniu czym Twoja marka się zajmuje,
- pokazaniu korzyści (czyli czym pomagasz),
- wstawieniu hashtagów, które ułatwią wyszukanie Twojego profilu,
- oznaczeniu innego Twojego konta (jeśli posiadasz),
- umieszczeniu linku.

NOTATKI

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE.
KOPIOWANIE I ROZPOWSZECHNIANIE W CZĘŚCI
LUB CAŁOŚCI
TYLKO ZA ZGODĄ AUTORKI

