



**NapoleonCat.**

**HOLIDAY COMBO**, czyli jak przygotować kampanię sezonową w mediach społecznościowych (i nie zwariować)



# SPIS TREŚCI:

## Wstęp

### Zajrzyjmy za kulisy, czyli rola agencji w kampanii klienta

- Media społecznościowe w Kampaniach Sezonowych

### Anatomia Dobrej Kampanii Sezonowej w Social Media

- Dlaczego strategia ma kluczowe znaczenie?
- Zmieniamy strategię w szczegółowy plan
- Copy, które sprzeda wszystko
- Gotowe przykłady do wykorzystania
  - Instagram
  - Facebook
  - TikTok
  - LinkedIn

### Wizualny strona kampanii

- To, co atrakcyjne jest widoczne dla oka
- Z prądem czy pod prąd
- Sezonowość a branding marki
- Aktualne trendy w mediach społecznościowych, które mogą Cię zainspirować - przykłady
- Technikalnia, czyli dobierz odpowiedni format postów organicznych
  - Instagram
  - Facebook
  - TikTok
  - LinkedIn

### Płatne reklamy SoMe w kampaniach sezonowych

- Format reklam i wymagania techniczne
  - Instagram
  - Facebook
  - LinkedIn
  - TikTok
- Dobre praktyki tworzenia reklam w SoMe
- Reklama ideo vs karuzela: co wybrać?
- Gotowe przykłady do wykorzystania przez zabieganych marketerów

### Moderacja: szara eminencja kampanii w mediach społecznościowych

- Social customer service, a moderacja
  - Dobre i złe praktyki moderacji kampanii sezonowych
  - Najczęstsze błędy
- Auto-moderacja kampanii w mediach społecznościowych
- Jak odpowiadać na trudne pytania? Kilka gotowych templatek na chwile zwątpienia!

### To już jest koniec... Czy aby na pewno?

## WSTĘP

### Dlaczego media społecznościowe są tak ważne w okresie świątecznych wyprzedaży?

Dla agencji, które realizują sezonowe kampanie w mediach społecznościowych końcówka roku to gorący okres. Ogrom pracy, chaos w skrzynce mailowej, deadline goni deadline, a powiadomienia na socjalach pączkują w zastraszającym tempie. Znamy te realia bardzo dobrze.

W tym przewodniku znajdziesz porady, strategie i najlepsze praktyki, które pomogą Ci przetrwać gorący okres promocji.

Przy większej liczbie zleceń (tym bardziej) warto zadbać o higienę pracy i dobrać odpowiednie narzędzia, które pracę ułatwią.

O czym pamiętać, kiedy klienci zlecają przygotowanie kampanii wyprzedażowej?

Jakie są złote zasady tworzenia i prowadzenia takiej kampanii?

Co jest tajemnicą sukcesu najlepszych agencji w branży?

**Zaczynamy!**



## 01 Zajrzyjmy za kulisy, czyli rola agencji w kampanii klienta

**Pierwsze zadanie agencji to dogłębne poznanie klienta i produktu, aby dzięki wszystkim dostępnym narzędziom rozruszać i zwiększyć sprzedaż.**

Z perspektywy klienta to jest główny cel. Po to się do ciebie zgłosił. Interakcje i komentarze nie zastąpią twardych danych liczbowych. Sprzedaż jest najważniejsza.

Drugim zadaniem jest sprawić, aby w trakcie trwania kampanii klient czuł i wiedział, że jego wyniki są pod czujnym okiem profesjonalistów,

którzy (mówiąc kolokwialnie) nie schrzanią jego reputacji i szansy na realizację celu sprzedażowego.

Przy nawale obowiązków zdarza się przegapić publiczne komentarze od niezadowolonych osób (zwłaszcza pod reklamami). I właśnie dlatego odpowiednia moderacja kampanii jest tak ważna.

### MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W KAMPANIACH SEZONOWYCH

Jeśli istnieje jedna złota zasada w świecie marketingu, to brzmi ona tak: "Bądź tam, gdzie są Twoi odbiorcy". A gdzie ich znajdziemy? W świecie mediów społecznościowych. Jako ekspert od kampanii wiesz o tym bardzo dobrze.

W czasach kiedy wiadomości, trendy i opinie rozchodzą się z prędkością błyskawicy, ignorowanie informacji zwrotnej płynącej z mediów społecznościowych jest jak pozostawienie czterolatka samego w pokoju z puszką otwartej farby...

To, delikatnie mówiąc, nienajlepszy pomysł.



#### Dlaczego?

- Tracisz kontrolę nad kanałem sprzedaży: nie opowiadasz własnej historii? Inni zrobią to za Ciebie. Negatywne komentarze i kryzysy związane z produktami lub nieprawidłową obsługą klienta potrafią eskalować w kilka godzin.
- Konkurencja nie śpi: widząc niedociągnięcia, inni wykorzystują je aby poprawić swoją sytuację i przejąć niezadowolonych klientów marki.
- Tracisz pieniądze: przepalasz budżet klienta, a do tego tracisz kontakt z grupą docelową i okazję na przekonanie grupy docelowej do marki Twojego klienta i jej produktów.

## 02 Anatomia dobrej kampanii sezonowej w SoMe

Sukces sezonowej kampanii w mediach społecznościowych nie jest dziełem przypadku. To wynik skrupulatnego planowania i strategicznego myślenia.

W tej sekcji znajdziesz odpowiedź na pytanie dlaczego właściwa strategia, niczym Gwiazda Polarna, powinna wyznaczać kierunek wszelkich działań.

### DLACZEGO STRATEGIA MA KLUCZOWE ZNACZENIE?

Oto kilka składników, bez których nie opracujesz naprawdę dobrej strategii. Dobrze przygotowana strategia:

- **Wspiera cele biznesowe klienta:** Strategia kieruje Twoją kampanię na wyciągnięcie maxa z ogólnych celów biznesowych klienta.
- **Pozwala dotrzeć do konkretnej grupy docelowej:** Zrozumienie potrzeb i zwyczajów zakupowych odbiorców to bardzo ważna część strategii.
- **Jest drogowskazem dla treści:** Strategia kieruje rodzajem treści, które tworzysz. Pomaga zdecydować o tym, jaki mają przekaz, ton oraz styl. Dotyczy to zarówno copy, jak i kreacji.
- **Wyznacza spójne ramy:** Spójność pomiędzy platformami i innymi kanałami dotarcia (email marketing, SMS, Google ads, etc.) sprawia, że klient widzi efekty pracy agencji zanim będzie w stanie ocenić raporty sprzedażowe.

### ZMIENIAMY STRATEGIĘ W SZCZEGÓŁOWY PLAN

Wiedza, którą agencja zdobywa w trakcie pogłębionych rozmów z klientem, aczkolwiek cenna, to wciąż za mało aby przekuć ją w sukces. Drugi, niezbędny składnik to dobry i przemyślany plan działań w kampanii na socjalach.

#### Jak go przygotować? Mamy na to sprawdzony sposób!

1. **Ustal jasne cele:** Zaczynij od zdefiniowania celów kampanii. Tylko konkrety, zero lania wody.
2. **Wyznacz konkretne ramy czasowe:** Każda faza kampanii powinna mieć odzwierciedlenie w planie. Nie zapomnij ustalić kto odpowiada za akcept i ile czasu ma na informację zwrotną.
3. **Zaprzyjaźnij się z odbiorcami:** Zanurz się głęboko w dane demograficzne, zainteresowania i zachowania odbiorców.
4. **Dobierz odpowiednie platformy:** Wybierz te, które są zgodne z demografią grupy odbiorców i celami kampanii.
5. **Opracuj kalendarz treści:** Stwórz kalendarz treści określający, co i kiedy będziesz publikować. W kalendarzu koniecznie dodaj informację o planowanych działaniach płatnych.
6. **Wydadaj aby zarobić więcej:** Mądrze rozdziel budżet. Weź pod uwagę zarówno strategię organiczną, jak i płatną.
7. **Mierz KPI na bieżąco:** Kluczowe wskaźniki wydajności (sławne kejpiaje ;), pomogą śledzić wyniki kampanii.

**Co możesz zmierzyć konkretnie?**

- Polubienia
- Komentarze
- Udostępnienia
- Ogólną interakcję z treściami
- Zmiany w liczbie obserwatorów
- Kliknięcia
- Ruch na głównej lub landingu, jego wielkość oraz źródła
- Zapis na newsletter
- Zapis na webinar
- Konwersję sprzedaży
- Wydajność reklam, czyli CTR, CPC i dotarcie
- Sentyment w kierunku marki
- Wzmianki

**8. Dobierz narzędzia:** Zadbaj o komfort swojej pracy i stosuj narzędzia, które uwolnią Twój czas i sprawią, że przełączanie się między Messengerem a Instagramem przy wbijaniu treści do kalendarza będzie dla Ciebie jedynie odległym wspomnieniem.

**9. Przygotuj się na zwiększoną aktywność:**

Spodziewasz się zwiększonej liczby reakcji? Upewnij się, że masz pod ręką system, który wyświetli wszystkie komentarze, również te pod płatnymi reklamami oraz zautomatyzuje ich moderację (na przykład zablokuje wypowiedzi zawierające wulgaryzmy i nazwę konkurencji lub automatycznie przeniesie konwersację na priv).

**OleOle.pl**  
19 listopada 2021 · 🌐

Uwaga, z okazji zbliżającego się Black Friday mamy dla Was KONKURS! 🎁 Nagroda główna to kod rabatowy na 1000 zł do wydania na OleOle 🔥

Zadanie konkursowe brzmi: Napisz, kto z Twoich znajomych potrafi wywęszyć najlepsze okazje. Odpowiedź uzasadnij.

Na odpowiedzi pisemne (wyłącznie!) czekamy pod tym postem do końca 26 listopada 🗓️  
Sprawdź, na co możesz wydać nagrodę 📄 [bit.ly/oleblackdays](https://bit.ly/oleblackdays) 📄

# KONKURS!

DO WYGRANIA:

1X kod rabatowy na **1000 ZŁ**  
5X kod rabatowy na **200 ZŁ**

1,7 tys. · 328 komentarzy · 88 udostępnień

## 03 Copy, które sprzeda wszystko

**Przekonujący tekst to sekretny składnik, który może sprawić, że osoba odwiedzająca landing lub profile klienta poczuje potrzebę natychmiastowego działania.**

Czy copywriting to sztuka, a może raczej rzemiosło?

Dobry tekst sprzedażowy w mediach społecznościowych ma kilka jasnych zasad.

### KRÓTKIE PRZYPOMNIENIE: 10 KROKÓW DO LEPSZEGO COPY

**1. Myśl o odbiorcy:** Zaczynij od zrozumienia bolączek, pragnień i preferencji swoich odbiorców

**2. Twórz przyciągające headery:** Header powinien przyciągać uwagę i od razu wyjaśnić jaki masz cel

**3. Wzmocnij header dobrym opisem:** Opis musi uzupełniać nagłówek i pokazać szerszy kontekst

**4. Używaj języka korzyści:** Podkreśl, w jaki sposób produkt lub usługa przynosi korzyści klientowi

**5. Jasno określ kolejny krok odbiorcy:** Zachęcaj do działania za pomocą mocnych komunikatów. Używaj czasowników: "kup", "dołącz", "odkryj", "zapisz się"

**6. Stwórz pilną potrzebę:** Ograniczone czasowo oferty i zwroty takie jak "teraz", "już dziś" pobudzą do działania tu i teraz

**7. Suche fakty zamień w historię:** Narracja angażuje emocje. Podziel się case study innych klientów, pokaż ludzką stronę marki i ludzi, którzy za nią stoją

**8. Nie lej wody:** Pisz zwięźle i na temat. Zero dygresji. Zwięźłość jest kluczowa w mediach społecznościowych. Poza tym, masz ograniczoną liczbę znaków do wykorzystania

**9. Używaj hashtagów:** Wbrew pozorom i niektórym znawcom internetu, hashtagi wciąż żyją i mają się dobrze. Używaj ich z umiarem, a zwiększysz zasięg kampanii

**10. różne wersje:** Testy A/B to nie czarna magia. Eksperymentuj z różnymi wariantami tekstu, aby sprawdzić, co najlepiej przekonuje odbiorców. Jeden test na raz. Inaczej marnujesz cenny czas. Protip: zrób osobny dokument do agregowania danych o swoich testach i ich efektach.

Pamiętaj, że copywriting polega na ciągłym doskonaleniu i dostosowywaniu się do preferencji odbiorców. Jeśli tekst nie jest piękny i kwiecisty, a mimo to produkt się sprzedaje, to oznacza, że tekst jest skuteczny. I o to właśnie chodzi.

## PRZYKŁADY

### Instagram

#### Halloween

- ✓ 🍂 Cukierek albo psikus! Nie bój się strasznych oszczędności. Tylko w ten weekend czekają na Ciebie przerażająco dobre oferty, które sprawią, że będziesz krzyczeć z radości. Pospiesz się, zanim znikną jak duch! #HalloweenSale #StraszneOszczędności #CukierekAlboPsikus
- ✓ 🕷️ Odkryj najlepsze dekoracje na Halloween! Królowa pajaków? Przerażająca mumia? Duch pirackiego kapitana? Mamy dekoracje i kostiumy, na widok których padniesz z wrażenia. Złap je zanim zrobią to inni! 🧙 #Halloween #NocDuchów #Promocja #CukierekAlboPsikus

#### Black Friday

- ✓ 🛍️ Zakupowe szaleństwo! 🛍️ Przygotuj się na największą okazję roku! Oszalałymi rabatami na wszystko, czego potrzebujesz. 🎉 Zadbaj o świąteczne prezenty już dziś! #BlackFriday #Okazja #DobryDeal
- ✓ 🛍️ Milion okazji na świąteczne prezenty w najlepszych cenach! Napisz list do Mikołaja i pomóż skompletować mu najlepsze upominki dla bliskich. Nie przegap okazji - i nie zapomnij o sobie! ⌚ #BlackFriday #NajlepszeOkazje #MustHave

#### Cyber Monday

🖥️ Sprawdź, kup, ciesz się! Specjalna oferta na Cyber Monday już dostępna. Przygotuj się na duże zniżki, tylko online: co godzinę cena Twoich ulubionych produktów spada! Nie czekaj z zakupem za długo bo możesz je przegapić! #CyberMonday #ZakupyOnline #NiePrzegapOkazji

- ✓ 🌐 Cyber Monday: świetne produkty z darmową dostawą! Twoje ulubione kosmetyki na wyciągnięcie ręki! Kupuj online i oszczędzaj z darmową dostawą do każdego zamówienia. #CyberMonday #ZakupyOnline #DarmowaDostawa

#### Święta

- ✓ 🎄 Święta pełne radości! Nadszedł czas na prezenty od serca, pachnące choinką i piernikami. Wybierz idealne podarunki dla swoich bliskich i spraw, aby te Święta były niezapomniane! Kup już dziś z gwarancją, że paczka dotrze przed 20.12! #RadośćDawania #PierniczkiOdSerca #Święta2023
- ✓ 🌟 Gwiazdka już za kilka dni. Nie masz jeszcze prezentów dla bliskich? Nic straconego! U nas znajdziesz wszystko, czego potrzebujesz, aby Święta były magiczne i spokojne. Kup dziś, a paczka dotrze jeszcze przed pierwszą gwiazdką! #SzybkaWysyłka #GwarancjaDostawy #Gwiazdka #ŚwiątecznePrezenty

### Facebook

#### Halloween

- ✓ 🧛 Duchy są wśród nas! I lubią się bawić. Zmień dom w nawiedzoną imprezownię! Znajdziesz u nas wszystko czego potrzebujesz: kostiumy i dekoracje, które zrobią wrażenie! Pośpiesz się i kup teraz, zanim znikną jak za dotknięciem magicznej różdżki!
- ✓ 🦋 To będzie straszna noc, ale spokojnie! Żadne duchy nie nawiedzą Twojego portfela! Festiwal zniżek i super rabaty czekają na Ciebie w sklepie. Odważysz się je wykorzystać?



## Cyber Monday

- ✓ 🖥️ Cyber Monday: tylko dziś złap ulubione gadżety i przygotuj się na wielkie oszczędności kupując online. Co godzinę niższa cena wybranych produktów! Kup zanim zrobią to inni!
- ✓ 🛒 Kliknij, kup, ciesz się! Cyber Monday to doskonała okazja aby kupić elektronikę w bezkonkurencyjnych cenach nie wychodząc z domu! Lepiej nie czekaj, zostało tylko 1000 produktów w najniższych cenach

## Święta

- ✓ 🎄 Odkryj świąteczną krainę czarów i znajdź idealne prezenty dla każdego na swojej liście. Od eleganckich dekoracji po prezenty do samodzielnego złożenia - spraw, aby bliscy czuli się wyjątkowo!
- ✓ 🎁 To czas na zakup najlepszych prezentów! Nasza coroczna, świąteczna wyprzedaż to jedyna okazja w roku na rabat. Kup już dziś i oszczędzaj do 50%! Sprawdź ofertę

## LinkedIn

### Halloween

- ✓ 🧛 Czy Twoje biuro od czasu pandemii straszy pustkami, bo wszyscy wolą tryb #pracazdalna? Zamień nudną biurową przestrzeń w Dom Magii i Czarów: biurowe dekoracje stworzą odpowiedni klimat i pracowników. Zobacz inspiracje #HalloweenOffice #OfficeSpirit #HalloweenWPracy #TeamSpirit
- ✓ 🦇 Zadbaj o morale pracowników! 🦇 Kostiumy na Halloween nie są zarezerwowane jedynie dla dzieci. Zorganizuj przebieraną imprezę biurową: zamów stroje i atrakcje dla pracowników. Każdy znajdzie coś dla siebie! #CorporateHalloween #TeamBuilding #OfficeFun #HalloweenOffice

## Black Friday

- ✓ 🎯 Black Friday dla profesjonalistów? Kup lepszy sprzęt, zainwestuj w szkolenia, podnieś kwalifikacje - a wszystko to w najlepszych cenach. Wyprzedź konkurencję i skorzystaj z oferty premium. 📁 #BlackFridayLikeAPro #BlackFriday2023 #InvestInTraining #NewSkills
- ✓ ⚡ Masz tę moc! Black Friday może kojarzyć się z ofertą lifestyle, ale coraz więcej firm wykorzystuje tę okazję na inwestycje. Zadbaj o przyszłość swojej firmy dzięki ekskluzywnym zniżkom na oprogramowanie, usługi konsultingowe i programy coachingowe. Oferta ważna tylko dziś! Sprawdź ofertę >> #BlackFridayB2B #InvestInBusinessGrowth #ConsultingPROs

## Cyber Monday

- ✓ 🖥️ Dziś Cyber Monday. Co zyskasz jeśli skorzystasz ze specjalnej oferty w naszym sklepie? Większe bezpieczeństwo danych i lepszą wydajność pracowników - nie wychodząc z biura i nie marnując cennego czasu na wymianę maili ze sprzedawcami. Nie przegap oferty Cyber Monday B2B! Sprawdź już dziś! #CyberMondayB2B #SecureBusiness #BusinessGrowth
- ✓ Nabierz rozpędu w biznesie, skorzystaj ze specjalnej oferty Cyber Monday B2B! Audyt SEO i lista keywords dla Twoich firmowych profili za darmo do każdego pakietu działań w mediach społecznościowych. Zainwestuj w rozwój firmy i wykorzystaj swoje socjale do sprzedaży! Sprawdź ofertę! #DigitalMarketing #SEOAudit #SoMe #OnlineSuccess #CyberMondayB2B

## TikTok

### Halloween

- ✓ 🎃 Upiorna transformacja! Sprawdź, jak zmienić nudne biuro w kreatywną przestrzeń w trzech prostych krokach! Dekoracje znajdziesz na [www.cudadekoracjehalloween.pl](http://www.cudadekoracjehalloween.pl)  
#HalloweenOffice #OfficeTransformation #SpookyVibes
- ✓ 🕸 Przekąski DIY na Halloween? To proste! Te zestawy sprawią, że przygotujesz jedzenie szybciej niż video na TikToku! Sprawdź to!  
#DIYHalloween #SpookyFood #PartyFood

### Black Friday

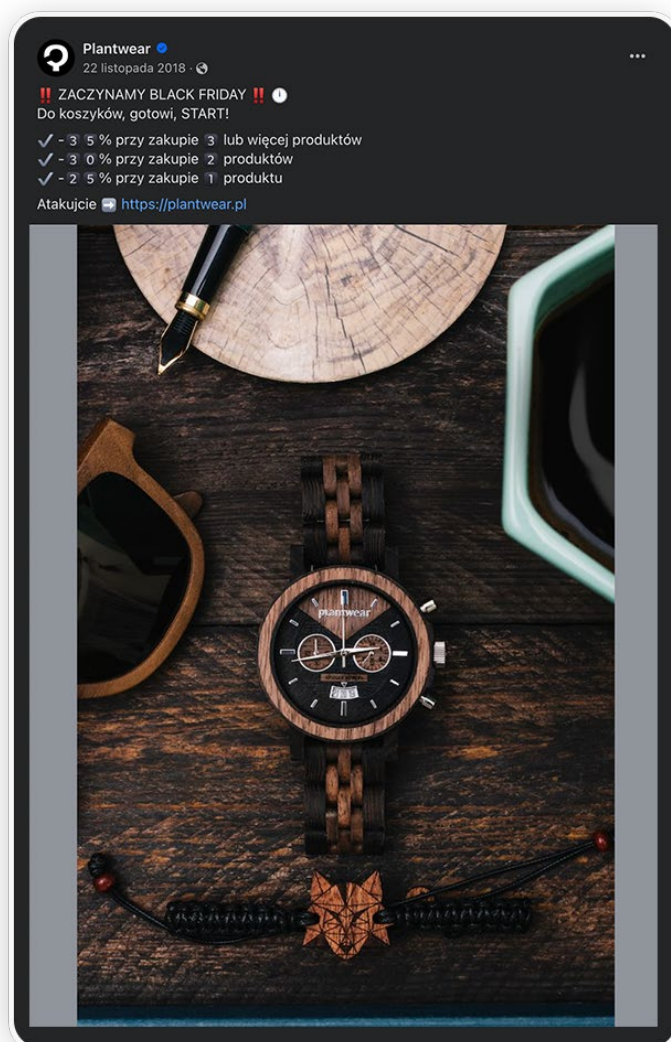
- ✓ 📦 Czas na unboxing! 📦 Zobacz, co warto kupić w wyprzedaży na Black Friday. Gadżety, moda i artykuły dla zwierzaka: tych cen nikt nie przebije!  
#BlackFridayHaul #Unboxing #Deals
- ✓ ⚡ Błyskawiczna Wyprzedaż na Black Friday! Każdy produkt co najmniej 30% taniej, tylko przez dwie godziny. Sprawdź teraz! #BlackFriday #TikTok #LimitedTimeSavings

### Cyber Monday

- ✓ 🖥 Raj dla Nerdów! Komputery, tablety, smartfony, urządzenia IoT - odkryj przyszłość już dziś. Tapnij po pełną ofertę! #NerdAlert #CyberMondayTech #IoT #ICantEven
- ✓ 🚀 Zrób zakupy dziś i odbierz zwrot 50% wydanej kasy! Jak? To mega proste! Obejrzyj video!  
#CyberMonday #Zakupki #NajlepszePromocje

## Święta

- ✓ 📦 Zostań mistrzem pakowania prezentów! Nauczymy Cię jak kreatywnie zapakować i ozdobić prezent, a jeśli będziesz mieć z tym problem - zrobimy to za Ciebie! Jak? Sprawdź video! #GiftWrappingMagic #Prezenty #Xmas
- ✓ 🎄 Udekoruj dom na święta! Poznaj cudowne, błyszczące bombki, których nie da się zbić! Nie wierz nam na słowo, sprawdź już dziś!  
#FestiveHomeTour #ChristmasDecor #CozyVibes



## 04 Wizualna strona kampanii

Copy ma za zadanie przekonać klienta do określonej akcji. Kreacja, czyli strona wizualna, ma przyciągać wzrok i sprawić, że odbiorca zatrzyma się na niej na tyle długo aby przeczytać copy.

Elementy wizualne takie jak rysunki, memy, filmy i grafiki odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu postrzegania marki i kampanii. Przyjrzyjmy się im bliżej.

### TO, CO ATRAKCYJNE JEST WIDOCZNE DLA OKA

Atrakcyjność wizualna ma ogromne znaczenie z kilku powodów:

- **Tworzy pierwsze wrażenie:** W mediach społecznościowych elementy wizualne są często pierwszym punktem styku odbiorcy z marką Twojego klienta. Zadbaj o to, by nie wtopiły się w feed
- **Pomaga w opowiadaniu historii:** Wizualizacje pomagają opowiedzieć historię i w jednej chwili mogą wywołać emocje, których słowa nie wyzwolą
- **Osadza markę w świadomości odbiorcy:** Odpowiedni branding wzmacnia tożsamość marki i pomaga rozpoznać jej treści wśród cyfrowego szumu
- **Przyspiesza zaangażowanie:** Elementy graficzne są o wiele częściej udostępniane, lubiane i komentowane. Zwiększają tym samym widoczność i zasięg kampanii w SoMe

### Z PRĄDEM CZY POD PRĄD?

Wyruszając w wizualną podróż ku idealnej kampanii w socjalach weź pod uwagę popularne trendy oraz to, czy grupa odbiorców dobrze na nie reaguje. W końcu nie każdy lubi dynamiczne video, estetykę Y2K, lub grafiki a'la włodi4444, które wymieniasz ze współpracownikami na agencyjnym slacku. (we <3 włodi, btw)

**Co, oprócz wyżej wspomnianych trendów, masz do wyboru?**

- **Minimalizm:** Czyste, uporządkowane projekty, które podkreślają zalety produktu klienta. Dla fanów klasyki i porządku
- **Jasne i odważne kolory:** Żywe i przyciągające wzrok schematy kolorów, które zdecydowanie przyciągają uwagę
- **Treści wideo:** Wykorzystanie popularności krótkich materiałów wideo, takich jak filmy i TikToki. Nawet YouTube wprowadził własną wersję, czyli shorts
- **Treści tworzone przez użytkowników:** Włączenie do kampanii treści stworzonych przez odbiorców. Być może nie będą one spójne z wizją kreacji w kampanii, ale zdecydowanie uczłowieczą jej przekaz (buzzword alert! autentyczność)
- **Interaktywność:** Zaangażowanie i skupienie uwagi przy pomocy interaktywnych elementów, takich jak ankiety, quizy i klikalne infografiki.

Każdy z trendów możesz odwrócić, albo go pominąć. I to też jest ok.

Kampania w socjalach nie musi iść z prądem. Często dużo lepiej sprawdzi się kreacja, która zupełnie świadomie prowadzi pod prąd.

### **SEZONOWOŚĆ A BRANDING MARKI**

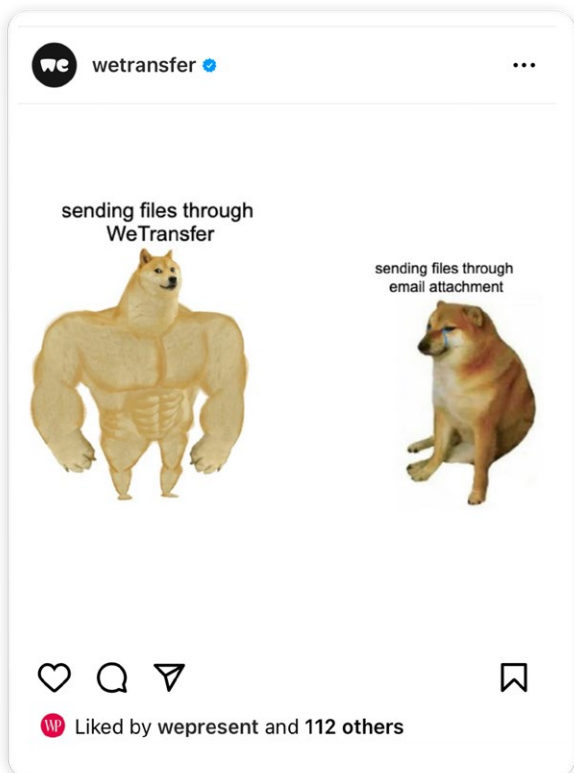
Marka klienta buduje swoją pozycję na rynku na konkretnym branding. Liczy się zachowanie spójnej tożsamości i jej wzmocnienie.

Jednak, z uwagi na nadchodzący sezon pełen okazji sprzedażowych można pokusić się o kilka odstępstw od schematu

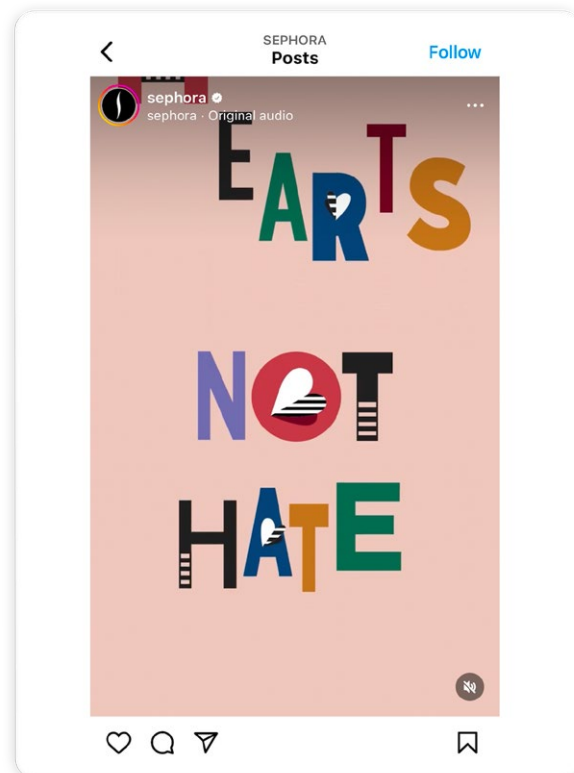
- Podczas kampanii sezonowych rozważ włączenie palety barw o tematyce świąt, halloween, black friday, mikołajek, polskich barw narodowych etc., aby przywołać konkretną atmosferę
- Eksperymentuj z różnymi formatami wizualnymi, których klient dotychczas nie stosował i zbieraj dane, aby określić, które najlepiej rezonują z jego odbiorcami

## AKTUALNE TRENDY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, KTÓRE MOGĄ CIĘ ZAINSPIROWAĆ

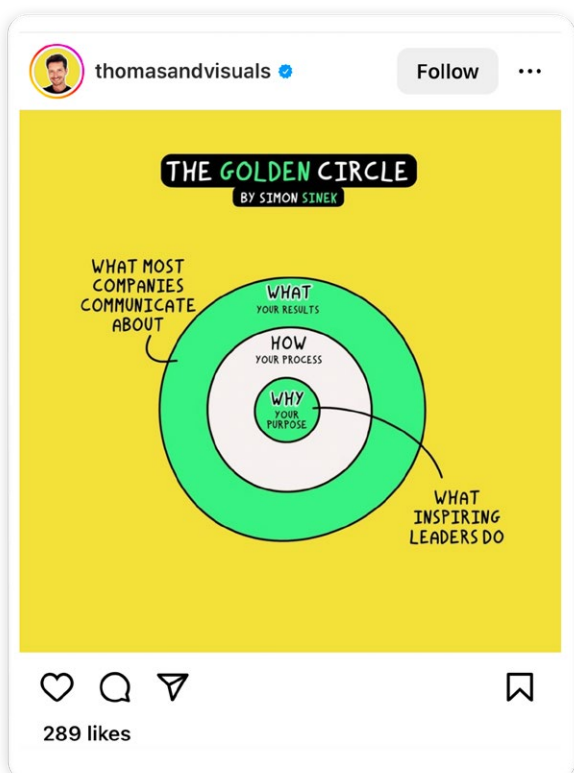
### Memy



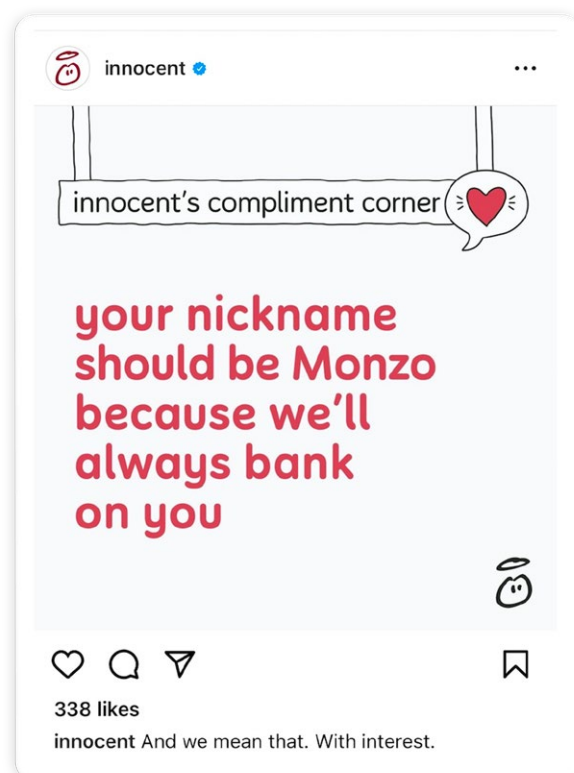
### Typografia, która pochwyli uwagę



### Doodle z wartościowym przekazem

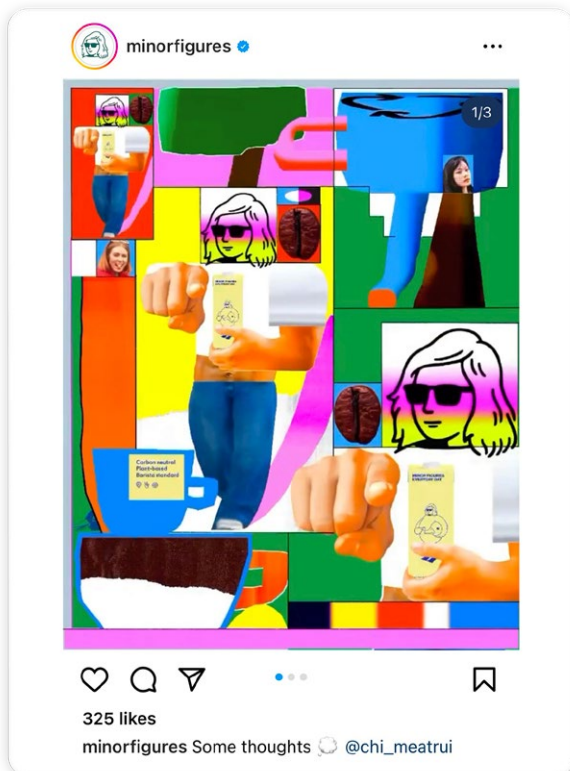


### Brandowa typografia

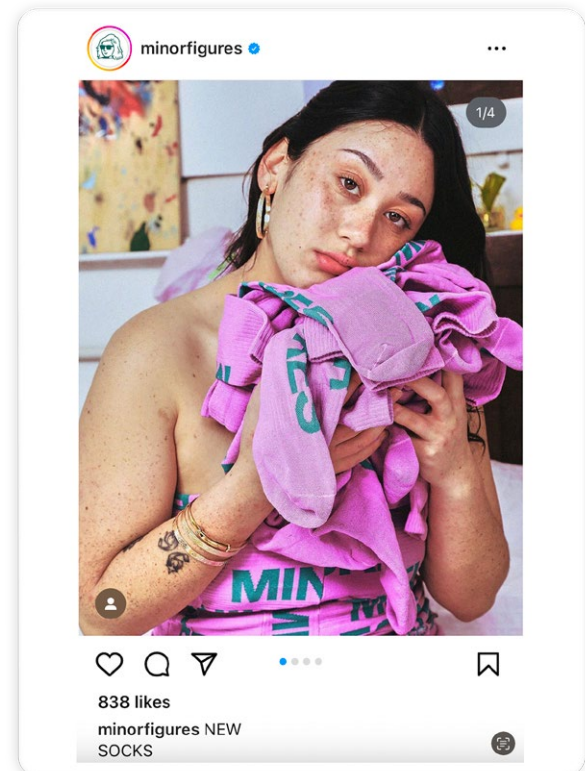


## AKTUALNE TRENDY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, KTÓRE MOGĄ CIĘ ZAINSPIROWAĆ

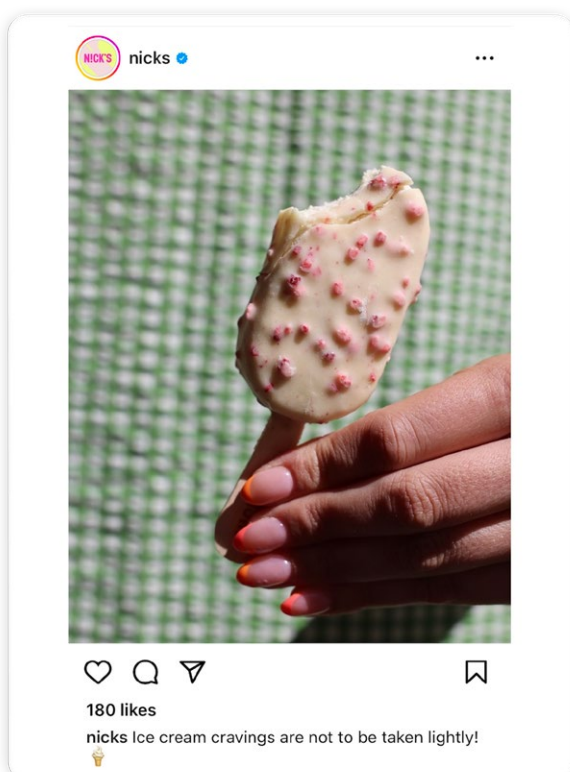
### Kolaż



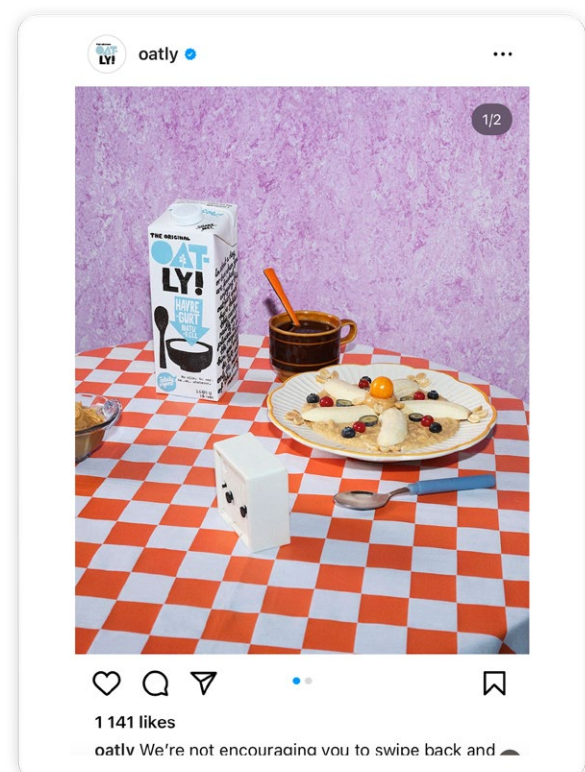
### Niespotykane ujęcia [lub układy]



### Pastele

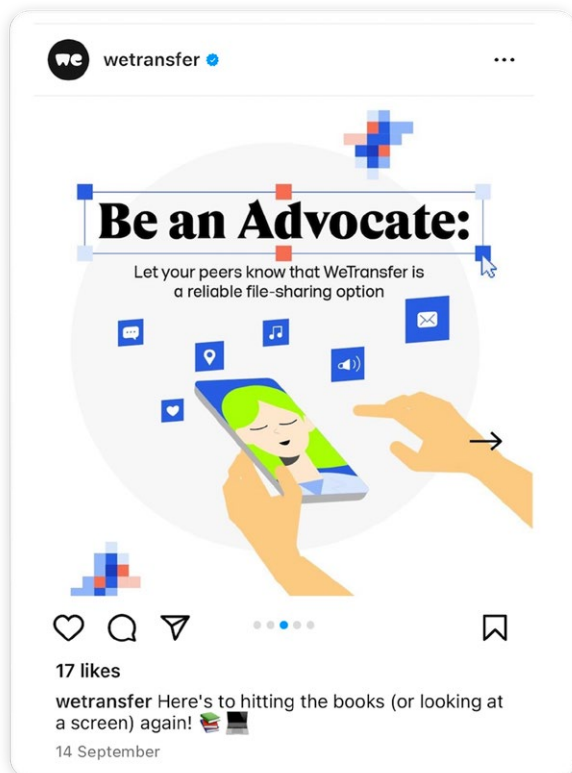


### Retro wiecznie żywe!

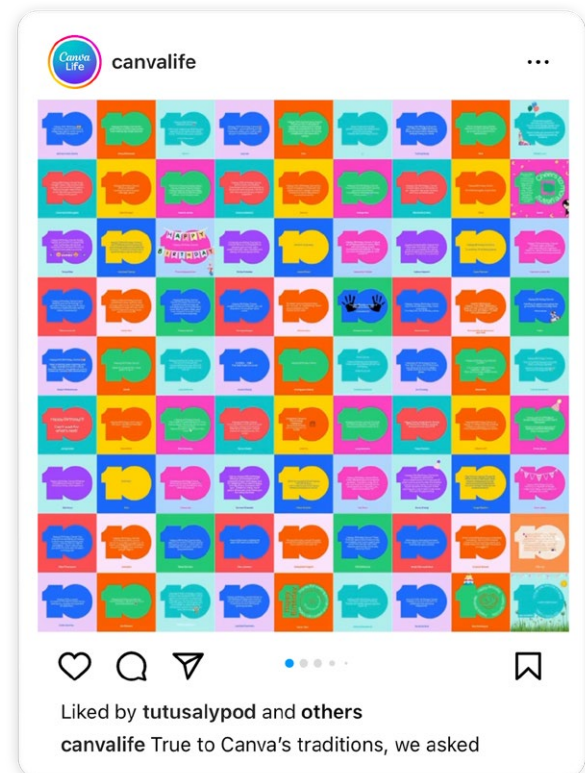


## AKTUALNE TRENDY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, KTÓRE MOGĄ CIĘ ZAINSPIROWAĆ

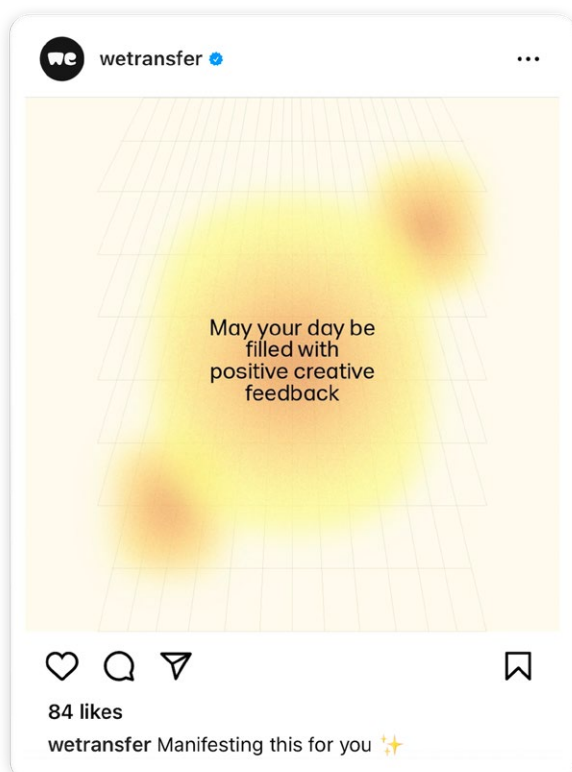
### Spłaszczony widok



### Odważna kolorystyka



### Kropki w stylu aerografu

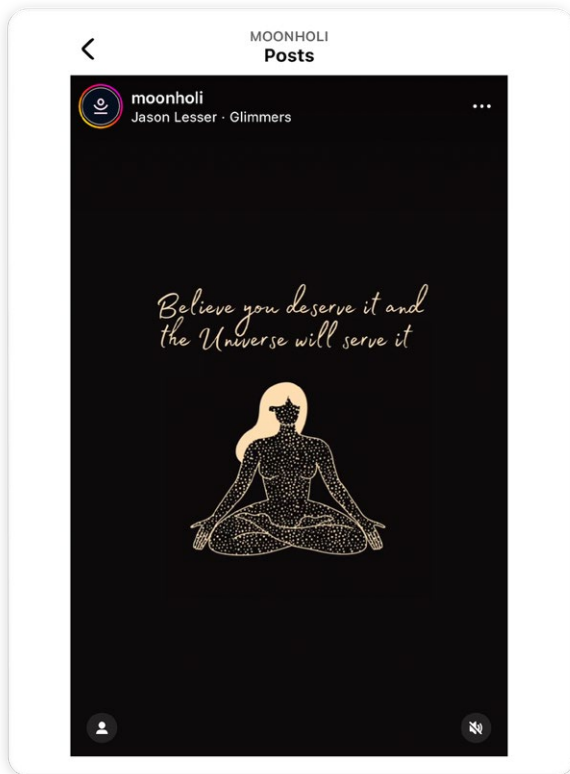


### Minimalizm

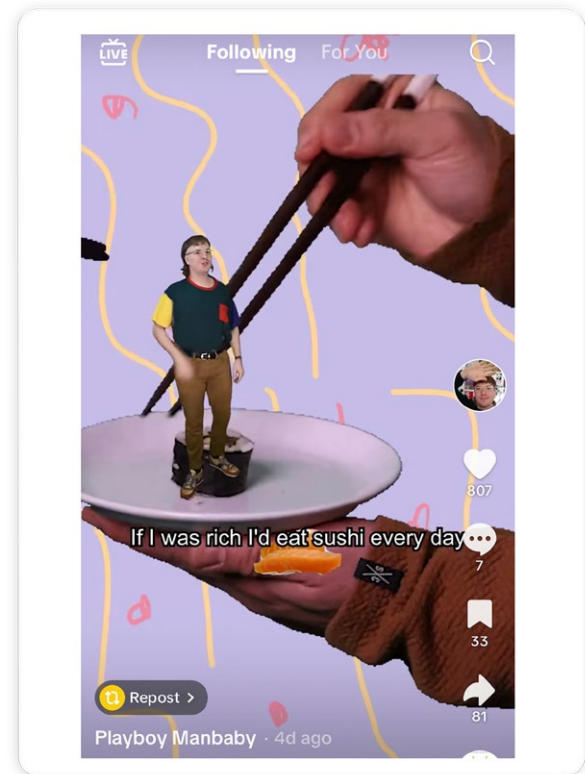


## AKTUALNE TRENDY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, KTÓRE MOGĄ CIĘ ZAINSPIROWAĆ

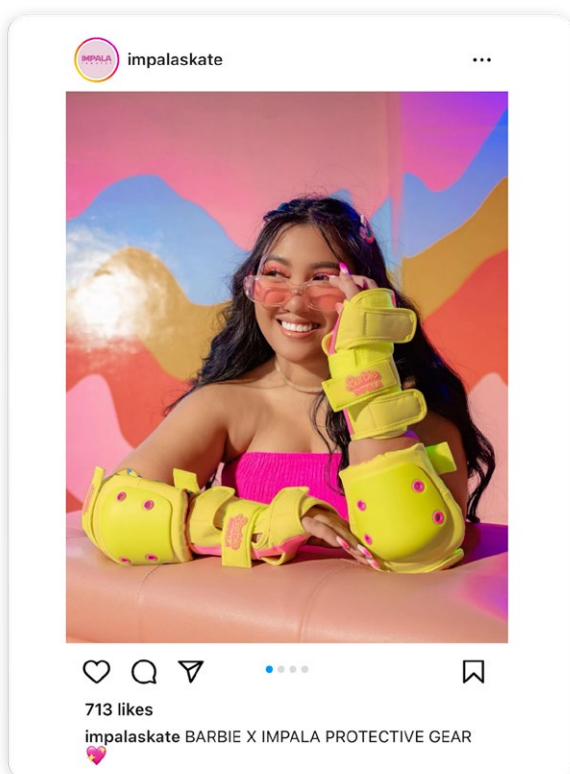
### Mistycyzm i duchowość



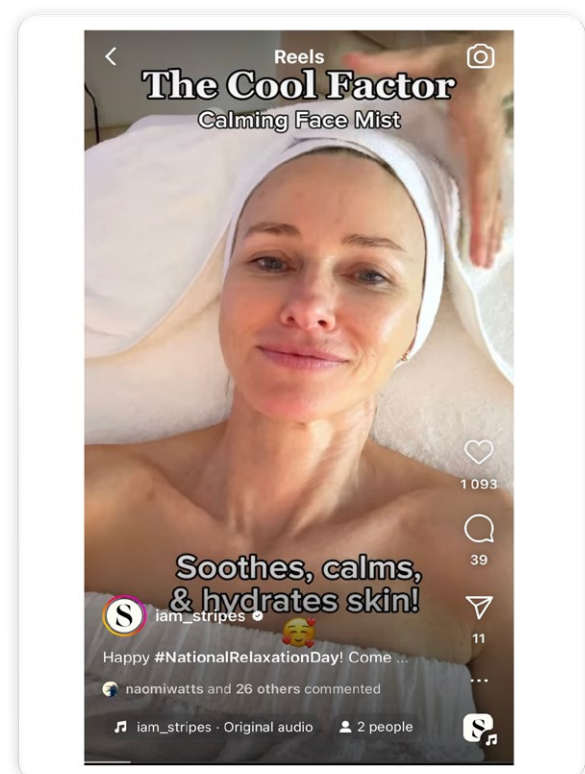
### Lata 90-te



### Barbiecore



### Nagrania w trybie real-life





## TECHNIKALIA, CZYLI DOBIERZ ODPOWIEDNI FORMAT POSTÓW ORGANICZNYCH

Każda platforma ma własne wymogi i rekomendacje oraz standardy dotyczące tego, co działa najlepiej - globalnie - na konkretne grupy jej użytkowników. Weź je pod uwagę i zadbaj o stronę techniczną, ale nie bój się eksperymentować i sprawdzać, co działa na konkretną grupę odbiorców klienta.

### Facebook

**Format:** zdjęcia i grafiki, video, karuzele, slajdów, story, live

**Limit znaków:** post organiczny ponad 60.000 znaków

**Wymagania techniczne:** 1080 x 1080 px dla obrazów to bezpieczny wybór, video najlepiej mp4 do 10GB

### Instagram

**Format:** zdjęcia i grafiki, video, story, reels, live

**Limit znaków:** 2200 znaków w poście

**Wymagania techniczne:** różnią się w zależności od formatu, ale dla postów sprawdzają się kwadratowe 1080 x 1080 px lub w proporcji 4:5

### LinkedIn

**Format:** zdjęcia i grafiki, video, prezentacje

**Limit znaków:** 3000 znaków w poście

**Wymagania techniczne:** 1200 x 627 px dla grafiki w postach

### TikTok

**Format:** Krótkie filmy wideo, live

**Limity znaków:** 100 znaków w poście

**Wymagania techniczne:** 1080 x 1920 px, video pionowe dla maksymalnego wykorzystania powierzchni ekranu

## 05 Płatne reklamy SoMe w kampaniach sezonowych

Zasięg organiczny może nie wystarczyć do osiągnięcia celów kampanii. Jasne jak 2x2. Płatne reklamy to konieczność w strategicznym podejściu do zwiększania zasięgu treści i zwiększenia konwersji.

### FORMAT REKLAM I WYMAGANIA TECHNICZNE

Każda platforma ma w ofercie opcję płatnego dopalenia kampanii. Ważne jest jednak aby zrozumieć pewne niuanse. Jak to wygląda w przypadku najpopularniejszych platform? Oto krótki przegląd:

### Facebook

**Formaty reklam:** Reklamy graficzne, reklamy video, reklamy karuzelowe, reklamy z pokazem slajdów, reklamy nastawione na follow, reklamy generujące leady i inne.

**Limit znaków:** 125 znaków w tekście reklamy.

**Wymagania techniczne:** Powszechny format to 1080 x 1080 px dla reklam graficznych lub zgodny z story 1080 x 1920 px

## Instagram

**Formaty reklam:** Reklamy graficzne, reklamy video, reklamy karuzelowe, reklamy w relacjach, reklamy w reels i w feedzie.

**Limit znaków:** 2200 znaków w poście.

**Wymagania techniczne:** Różnią się w zależności od formatu, ale często używane są kwadratowe 1080 x 1080 px lub proporcje 4:5

## LinkedIn

**Formaty reklam:** Treści sponsorowane, sponsorowane wiadomości InMail, reklamy displayowe, reklamy wideo i reklamy karuzelowe.

**Limit znaków:** 1300 znaków na tekst reklamy.

**Wymagania techniczne:** 1200 x 627 px

## TikTok

**Formaty reklam:** Reklamy w kanale, wyzwania z hashtagami oparte o markę, reklamy TopView i inne.

**Limity znaków:** 100 znaków opisu.

**Wymagania techniczne:** 1080 x 1920 px dla filmów pionowych

## DOBRE PRAKTYKI TWORZENIA REKLAM W SOME

Płatne reklamy, gdy są realizowane zgodnie z przyjętą strategią i celami biznesowymi klienta, zwiększą zasięg kampanii w mediach społecznościowych i pomogą w realizacji KPI.

Ich wielką zaletą są realne, mierzalne wyniki i potencjał dotarcia do szerszego grona odbiorców, wykraczającego poza obserwatorów marki klienta.



Co zrobić aby działały jak najlepiej?

- Używaj materiałów atrakcyjnych wizualnie w kombinacji ze zwięzłymi przekonującymi tekstami.
- Określ co odbiorca ma zrobić po obejrzeniu reklamy, czyli wezwij do działania (CTA).
- Używaj słów kluczowych, aby zwiększyć zasięg reklam
- Zadbaj o spójność między nagłówkiem a opisem reklamy

## REKLAMA VIDEO VS. KARUZELA VS. GRAFIKA: CO WYBRAĆ?

Wybór między tymi formatami sprowadza się do jednego pytania: jaki cel biznesowy realizuję?

**Video:** Idealne sprawdzi się do opowiedzenia historii i wzbudzenia emocji. Użyj wideo, gdy masz atrakcyjną narrację do udostępnienia lub gdy chcesz zaprezentować produkt w użyciu.

**Rozdzielczość:** Zazwyczaj 1080p (1920 x 1080 pikseli) lub wyższa.

**Długość:** Zależy od platformy; zachowaj zwięzłość filmów w mediach społecznościowych i pamiętaj, że pierwsze 3 sekundy są kluczowe

**Format:** MP4 lub MOV do odtwarzania w wysokiej jakości.

**Karuzela:** Świetnie sprawdzi się aby pokazać szerszy kontekst i podać więcej szczegółów i korzyści wynikających z oferty.

**Wymiary:** Spójne proporcje dla wszystkich obrazów w karuzeli, np. 1080 x 1080 px  
Liczba kart: Zazwyczaj 2-10 kart na karuzelę.

**Grafika:** Sprawdzi się aby przekazać jedno, konkretne wezwanie do działania. Wymaga mniejszych nakładów pracy i jest najbardziej elastyczną i najszybszą do podmiany formą reklamową.

**Rozdzielczość:** Grafiki w wysokiej rozdzielczości  
Proporcje: Kwadratowy (1:1) lub pionowy (4:5)

## GOTOWE PRZYKŁADY DO WYKORZYSTANIA PRZEZ ZABIEGANYCH MARKETTERÓW:

### Headline do 27 znaków

- Niezwykłe okazje czekają!
- Oszczędź nawet połowę ceny!
- Podaruj prezent od serca!
- Nie przegap, kup już dziś!
- Wielka wyprzedaż sezonowa!

### Headline do 40 znaków

- Zacznij sezon z dużymi oszczędnościami!
- Ekskluzywne oferty czekają na Ciebie!
- Wielka wyprzedaż sezonowa, oszczędź 30%!
- Najlepsze produkty, najniższe ceny!
- Już w weekend: -50% i darmowa dostawa!

### Headline do 90 znaków

- Poczuj świąteczny nastrój! Sprawdź już dziś bezkonkurencyjne ceny i niezapomniane prezenty
- Otwieramy sezon najniższych cen i wielkich oszczędności. Nie przegap okazji, kup już dziś!
- Za oknem śnieg a nasze oferty rozpalą ogień w sercu! Ekscytujące rabaty, wyjątkowa jakość!
- Już w weekend: -50% i darmowa dostawa! Nie przegap okazji i złap świąteczne prezenty!
- Niezwykłe okazje czekają! Wielka wyprzedaż sezonowa, setki produktów w najlepszych cenach!

### Description do 90 znaków

- Odkryj najlepsze oferty na swoje ulubione produkty. Podaruj bliskim to czego naprawdę chcą
- To Twoja szansa na ekskluzywne produkty w najlepszej cenie. Prezent do każdego zamówienia!
- Spraw radość bliskim i podaruj prezent od serca. Nie czekaj do ostatniej chwili kup teraz!
- Rozgrzej się zimową herbatą i piernikami w najlepszych cenach! Zabierz bliskich i kup 2w1!
- Olśniewające prezenty, które przywołają uśmiech. Kup dziś z gwarancją dostawy przed 20.12!

### Description do 90 znaków

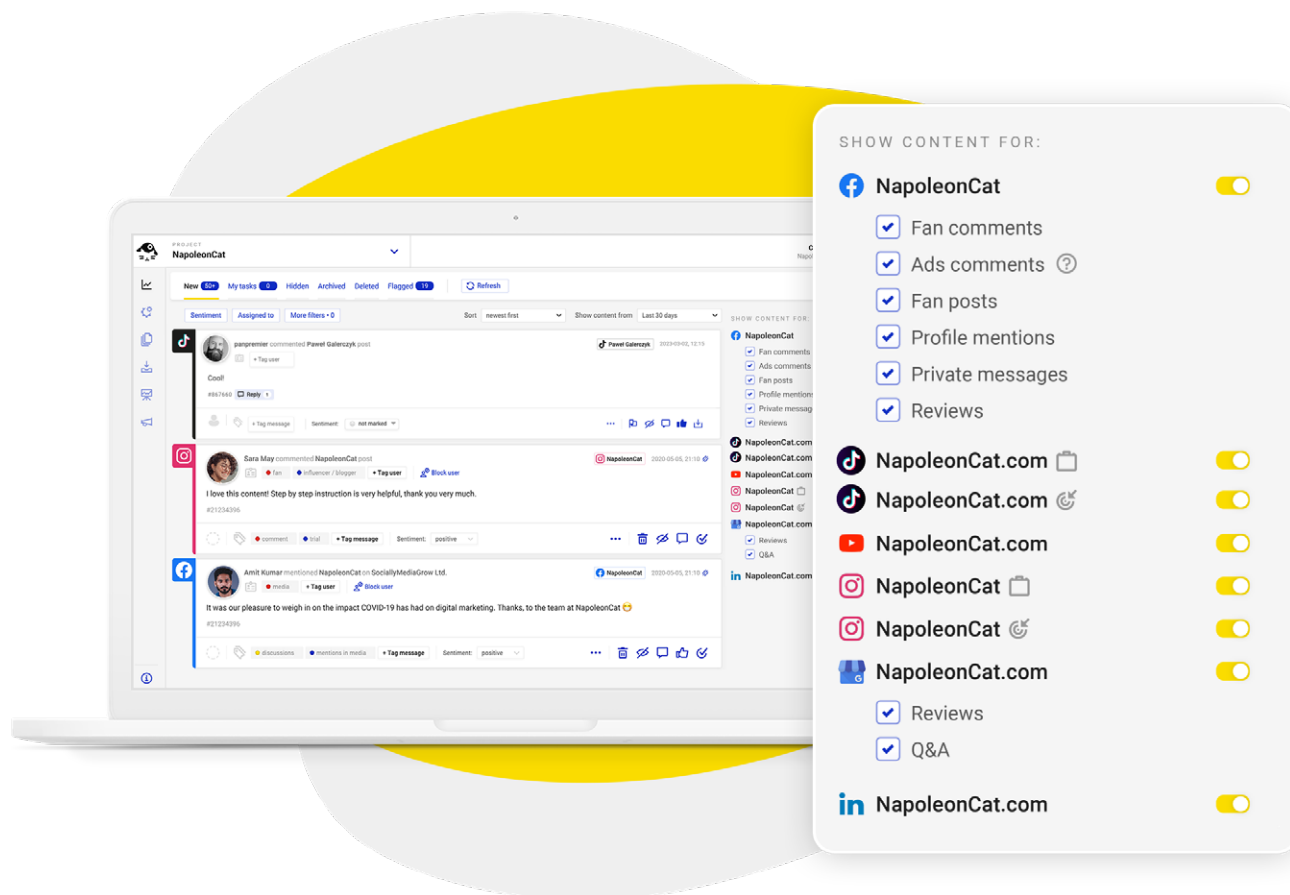
- Świętuj z nami! Skorzystaj z oferty Black Friday i kup idealne prezenty dla bliskich. Super produkty w najlepszych cenach!
- Odkryj najnowsze trendy, wspaniałe prezenty i duże oszczędności! Poczuj radość dawania już dziś. Oferta limitowana!

- Spełnij swoje świąteczne życzenia! Wkroczyć do świata klientów VIP i nie bój się oszczędzać. Zapisz się do klubu już dziś!
- Niezwykle okazje czekają! Spraw radość bliskim i podaruj prezent od serca. Poczuj radość dawania i kup prezenty już dziś!

- Został już tylko tydzień aby kupić prezenty z gwarancją dostawy przed Świątami! Pośpiesz się i zrób zakupy z rabatem!

## 06 Moderacja: szara eminencja kampanii w mediach społecznościowych

Moderacja to szara eminencja, która przechyla szalę sukcesu w kampanii sezonowej na socjalach.



### Dlaczego?

Wyobraź sobie, że cała para w kampanii idzie na przygotowanie treści i szerokie dotarcie do grupy docelowej. Postów organicznych i reklam jest tak dużo, rozsianych na wielu platformach, że trudno jest nadążyć co i kiedy będzie opublikowane.

Nie czarujemy się. Wiemy jak jest, zwłaszcza w sezonie kiedy klientów jest więcej niż mocy przerobowych.

To właśnie odpowiednia moderacja kampanii jest tajemnicą sukcesu najlepszych agencji w branży.

## SOCIAL CUSTOMER SERVICE A MODERACJA

### Czym jest moderacja mediów społecznościowych?

Moderacja mediów społecznościowych obejmuje monitorowanie i zarządzanie treściami generowanymi przez użytkowników na profilach SoMe. Obejmuje filtrowanie spamu, odpowiadanie na komentarze, odpowiadanie na zapytania klientów i upewnianie się, że dyskusje pozostają pełne szacunku i na temat.

### Social customer service i moderacja idą ze sobą w parze

Dla najlepszych agencji nie ma komentarza ani wzmianki o marce, która nie zaadresowana powoduje spadek zaufania i sieje ziarno niepewności co do oferty i wizerunku klienta.

Każdy komentarz dostaje szybką i konkretną odpowiedź. Nie ma miejsca na eskalację roszczeń i niezadowolenia, a obsługa klienta działa jak dobrze naoliwiony mechanizm.

### Jest kilka kluczowych powodów dlaczego tak się dzieje:

**Natychmiastowe wsparcie:** Podczas kampanii osoby zainteresowane mogą mieć pytania lub napotkać problemy. Szybkie i pomocne odpowiedzi pokazują zaangażowanie w obsługę klienta

**Zaufanie:** Skuteczna obsługa klienta zwiększa zaufanie i zachęca klientów do zaangażowania w treści marki i zakupu jej produktów

**Informacja zwrotna:** Zapytania i opinie klientów mogą dostarczyć cennych danych do udoskonalenia kampanii i zidentyfikowania obszarów wymagających poprawy

**Rozwiązywanie problemów:** Szybkie rozwiązywanie problemów klientów zapobiega ich eskalacji w pełnowymiarowe kryzysy. Media społecznościowe to pożywką dla kryzysów PR. Terminowa moderacja pozwala je wychwycić i rozwiązać problemy, zanim przeczytasz o nich na tej sławnej fejsbukowej grupie

**Ochrona reputacji:** Profile w mediach społecznościowych są przedłużeniem marki. Brak moderacji komentarzy i postów, a zwłaszcza tych reklamowych, może wprowadzić odbiorcę w błąd i tym samym nadszarpnąć reputację marki

## DOBRE I ZŁE PRAKTYKI MODERACJI KAMPANII SEZONOWYCH

Moderacja to nie tylko usuwanie niechcianych treści. To również budowanie i wspieranie pozytywnego i bezpiecznego środowiska online, otaczającego markę. W tejs sekcji znajdziesz dobre i złe praktyki moderacji.

### Dobre praktyki moderacji kampanii w SoMe

**Odpowiadaj na czas:** Reaguj szybko na komentarze i wiadomości, potwierdzając opinie i odpowiadając na pytania. Korzystaj z automoderacji i automatyzacji aby ułatwić sobie to zadanie

**Ustal zasady:** Wyznacz jasne zasady dla społeczności, które określają akceptowalne zachowania i treści na twoich profilach. Pilnuj ich przestrzegania filtrując spam i usuwając obraźliwe komentarze.

**Działaj konsekwentnie:** Stosuj zasady moderacji konsekwentnie wobec wszystkich użytkowników.

**Dbaj o uczciwość w komunikacji:** Komunikuj się otwarcie z odbiorcami na temat decyzji moderacyjnych, zwłaszcza jeśli niektóre treści są usuwane. Dołącz wewnętrzną notatkę z opisem.

**Bądź człowiekiem:** O ile to możliwe i pozwala na to styl marki, nawiązuj kontakt z odbiorcami w sposób osobisty i empatyczny.

**Monitoruj profile na bieżąco:** Korzystaj z automatycznych narzędzi i alertów, aby być na bieżąco ze wzmiankami i dyskusjami związanymi z marką.

**Przygotuj się na kryzys:** Ustal z klientem problematyczne obszary oraz osoby odpowiedzialne za rozwiązanie potencjalnego kryzysu.

### **Tego nie rób!**

**Nadmierna cenzura:** Usuwanie lub ukrywanie uzasadnionych komentarzy lub krytyki może prowadzić do zdecydowanej reakcji u odbiorców.

**Niespójne egzekwowanie zasad:** Nierówne stosowanie zasad lub okazywanie faworyzowania może zaszkodzić twojej wiarygodności.

**Ignorowanie problemów:** Brak odpowiedzi na skargi klientów lub negatywne opinie może prowadzić do eskalacji napięć i sprowadzić kolejne niezadowolone osoby.

**Robot zamiast człowieka:** Nadmierne poleganie na automatycznych odpowiedziach może sprawiać wrażenie bezosobowości i dystansu. Strategia kopiuj-wklej to ostateczność, unikaj jej jak ognia.

**Brak jasności:** Niejasne lub źle przekazane informacje i zasady mogą dezorientować użytkowników i prowadzić do nieporozumień. Wyjaśniaj je na bieżąco.

**Wrogość:** Odpowiadanie na negatywne komentarze z wrogością lub okopanie się na własnym stanowisku źle świadczy o marce i psuje jej reputację.

Dobra moderacja sprawi, że sezonowa kampania w mediach społecznościowych nie będzie powodem nieprzespanych nocy i niepotrzebnych nerwów.

Działaj płynnie, zachowaj integralność, a odbiorcy będą zaangażowani i zadowoleni.

## 07 Automoderacja kampanii w mediach społecznościowych

Angielskie słowo **gamechanger** pasuje tutaj idealnie. Tak, odpowiednia automoderacja potrafi zdziałać cuda.

Odbiorcy kampanii to zróżnicowana i bardzo duża grupa, a moderacją treści zajmuje się zwykle kilka osób w agencji. Zapanowanie nad przypisaniem komentarzy do odpowiednich osób, sprawdzenie rozwiązań, przekierowanie zapytań i filtrowanie tego, co piszą użytkownicy to praca na pełen etat.

Korzystanie z automoderacji pomaga agencji lepiej zaplanować wykorzystanie czasu pracowników, a co za tym idzie opanować koszty.

Dobrze dobrane narzędzia szybko odfiltrowują spam, identyfikują potencjalnie szkodliwe treści i zapewniają konsekwentne egzekwowanie wytycznych w całej społeczności, pomiędzy wieloma platformami.

Automatyzacja pozwala też na monitorowanie profili w czasie rzeczywistym, 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.

## 08 Jak odpowiadać na trudne pytania? Kilka gotowych szablonów na chwile zwątpienia!

Podczas gorącego okresu wyprzedaży zwykle spotykamy się z powtarzającymi się w komentarzach pytaniami lub problemami.

Jak ułatwić sobie pracę? Przygotuj się na to i zapisz gotowe odpowiedzi. Dla ułatwienia, wykorzystaj te poniżej jak inspirację!

- **Czekam na odpowiedź na maila i nic. Kiedy w końcu odpowiecie?**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt i za cierpliwość. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku dodatkowych informacji. Sprawdźmy, co może być przyczyną braku odpowiedzi.

- **Wasz produkt nie nadaje się do użytku! Jestem bardzo rozczarowana, oddajcie mi pieniądze!!!**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Przykro nam, że produkt nie spełnił Pani oczekiwań. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku informacji potrzebnych do zwrotu środków.

- **Kod rabatowy nie działa :(**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Kod może nie działać z kilku powodów, być może gdzieś wkradła się dodatkowa spacja, którą system rejestruje jako część kodu lub skończyła się jego ważność. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku informacji. Sprawdźmy, co może być przyczyną.

- **Chcę zwrotu pieniędzy!**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Oczywiście, każdy produkt zakupiony na odległość podlega zwrotowi. Tutaj można znaleźć więcej informacji na temat warunków zwrotu: LINK. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku informacji aby przyspieszyć ten proces.

- **Sklep nie działa, wszystko się wiesza.**

- **Nie mogłam nic kupić**

Dzień dobry dziękujemy za kontakt i zgłoszenie problemu. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku dodatkowych informacji. Sprawdzimy, co może być przyczyną.

- **Kupiłam perfumy dwa tygodnie temu i od tej pory cisza. Gdzie jest moja paczka?!**

Dzień dobry dziękujemy za kontakt i zgłoszenie problemu. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie numeru zamówienia. Sprawdzimy, dlaczego paczka nie dotarła. (Jeśli firma korzysta z metod wysyłki, które różnią się czasem dostawy, warto w odpowiedzi dodatkowo poinformować o tym, np. w taki sposób: W zależności od wybranej metody wysyłki czas dostawy może się różnić. Więcej informacji o dostawie znajdzie Pani tutaj: LINK).

- **Zwariowaliście chyba! Tyle pieniędzy za chińskie podróbki?**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Dbamy o wysoką jakość produktów, a cała produkcja, od koncepcji aż po wykonanie, odbywa się w Polsce. Nie korzystamy z azjatyckich półfabrykatów. Jakość produktu jest wysoka, co potwierdzają nasi zadowoleni klienci.

Tutaj znajdzie Pan informację o produkcji: LINK  
Tutaj znajdzie Pan zweryfikowane opinie klientów: LINK (najlepiej do zaufanego źródła)

Cena produktów odpowiada ich jakości.

Oczywiście, zdajemy sobie sprawę, że potrzeby są różne, tak samo jak budżet osób kupujących. Na rynku dostępnych jest wiele opcji w różnych segmentach cenowych i jesteśmy przekonani, że każdy znajdzie sklep odpowiadający lepiej na indywidualne potrzeby.

Na stronie mamy opcję zapisu na newsletter, który daje 10% rabatu na pierwsze zamówienie. LINK W razie pytań jesteśmy do dyspozycji!

- **Na stronie nie ma informacji o składzie produktu.**

- **Jaki to materiał?**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Tutaj można znaleźć więcej informacji na temat składu produktów: LINK. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku dodatkowych informacji aby odpowiedzieć bardziej szczegółowo.

- **Używam kubków z allegro i polecam są tańsze**

Cena naszych produktów odpowiada ich jakości. Na rynku dostępnych jest wiele opcji w różnych segmentach cenowych. Cieszymy się, że znalazła Pani produkt, który odpowiada Pani potrzebom. W razie pytań pozostajemy do dyspozycji!

- **Dziś w sklepie na Puławskiej w Warszawie Pani była bardzo niemiła, nie wiedziała nic o tej promocji, nie mogłam kupić tych butów taniej. Zero informacji! OSZUŚCI!**

Dzień dobry dziękujemy za kontakt i informację. Oferta sklepów stacjonarnych oraz online różnią się. SALE 50 to wyprzedaż online, a ceny obowiązują w sklepie internetowym. Z tego powodu zakup obuwi objętego promocją w cenie wyprzedażowej w sklepie stacjonarnym nie jest możliwy.



Jest możliwość zakupu butów w sklepie internetowym z darmową dostawą do wybranego przez Panią sklepu stacjonarnego. Zachęcamy do skorzystania z tej opcji.

• **Już dwa tygodnie czekam na rozpatrzenie reklamacji - kiedy w końcu odpowiecie?!!!**

Dzień dobry dziękujemy za kontakt i cierpliwość. Czas na rozpatrzenie reklamacji to 30 dni roboczych. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie numeru zamówienia oraz numeru reklamacji. Sprawdzimy na jakim etapie jest Pana reklamacja.

• **Kasa z konta zniknęła, nie mam numeru zamówienia ani maila z potwierdzeniem. Czy to normalne?**

Dzień dobry dziękujemy za kontakt i zgłoszenie problemu. Zdarza się, że powiadomienie sklepowe mogło wpaść do spamu. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku dodatkowych informacji. Sprawdzimy, co może być przyczyną.

• **Siostra zamówiła u was książki i już dostała. Moja paczka od dwóch tygodni wisi jako "w realizacji" Serio tak traktujecie klientów?!**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Bardzo przykro, że Pani zamówienie jest opóźnione. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie kilku dodatkowych informacji i zaproponujemy rozwiązanie z korzyścią dla klienta.

• **Paczka miała być u mnie w 3 dni, minęło już cztery i zero informacji!**

Dzień dobry, dziękujemy za kontakt. Czas dostawy kurierem to 3-5 dni roboczych. Jeśli zamówiła Pani paczkę w piątek to czas realizacji zamówienia liczymy od poniedziałku ponieważ w weekendy produkcja nie pracuje. Za chwilę w wiadomości prywatnej poprosimy o podanie numeru zamówienia aby miała Pani pełną informację o swojej paczce.

## 09 To już jest koniec...

### ...czy aby na pewno?

Kończąc nasz przewodnik o tym jak przygotować kampanię sezonową w mediach społecznościowych (i nie zwariować) mamy dla Ciebie jedno przesłanie:

- Social media to dynamiczny, stale ewoluujący krajobraz, a sukces kampanii twojego klienta zależy zarówno od:
- Zaangażowania agencji w przygotowanie i przeprowadzenie działań według przyjętej strategii, jak i od tego
- Tego, w jaki sposób klient postrzega zaangażowanie agencji i jego wpływ na reputację marki, którą powierza pod jej opiekę oraz **Wyników sprzedaży.**

Przyjęcie odpowiedzialności za ten drugi aspekt jest kluczowe i często sprawia, że, pomimo niespodzianek w czasie trwania kampanii, klient kończy projekt z poczuciem zadowolenia ze współpracy.

I chętnie wróci aby wspólnie zrealizować kolejną dobrą kampanię w socjalach.

Masz dodatkowe pytania lub potrzebujesz pomocy w doborze odpowiednich narzędzi w swojej agencji? Napisz do nas, a chętnie Ci pomożemy!

***Powodzenia w nadchodzących kampaniach!  
Ekipa NapoleonCat***





**NapoleonCat.**