

# Promocja projektów w social media

## 1. **Kreatywność** w tworzeniu komunikatów w mediach społecznościowych

- Jeden komunikat przekazujemy na kilka różnych sposobów (video, foto, grafika)
- Używamy zestawienia dobrej jakości zdjęć (pion, poziom, kwadrat)
- W komunikacji wykorzystujemy unikalne hashtagi, które pomogą w uporządkowaniu treści
- Publikowane treści dzielimy za pomocą dostępnych emoji
- Działania realizowane “w realu” zapowiadamy i pokazujemy w mediach społecznościowych



### Przykład:

Kreatywne tabliczki zapowiadające postawienie Krasnala Życzliwka Podróżnika w Sopocie

- Część z nich została wykonana z myślą o kolejnych wydarzeniach (bez daty) – w ten sposób można je wykorzystać podczas kolejnych akcji

### Rekomendacje:

- Wykonywanie zdjęć na ładnym tle, “z elementem ludzkim”, które będą przyciągającymi uwagę załącznikami do postów
- Bieżące komunikowanie podejmowanych działań w mediach społecznościowych
- Organizowanie kreatywnych akcji osiedlowych
- Poszukiwanie dotychczasowych źródeł komunikacji np. zaprzyjaźnione fanpage, newslettery, informatory, wpisy na stronach internetowych



## 2. Jak działać **organicznie**?

- Umieszczanie wpisów w grupach osiedlowych i lokalnych, związanych z tematyką danego projektu (spójnie z zasadami/regulaminem)
- Zaangażowanie profilu osób prywatnych, liderów
- Zmiana zdjęcia w tle na profilu prywatnym, fanpage'ach oraz wykorzystanie tzw. postu przypiętego

# Promocja projektów w social media

## 3. Przydatne narzędzia

- Dysk Google (możliwość tworzenia folderów, plików edytowalnych itp.)
- WeTransfer do szybkiego przesyłania plików bez utraty jakości
- Canva (możliwość tworzenia prostych grafik)
- Trello/Asana/ Slack do planowania działań/projektu

## 4. Komunikacyjne case study

Dzisiejszy odbiorca komunikatów w mediach społecznościowych skupia swoją uwagę przez maksymalnie 2-3 sekundy na jednym poście.

To bardzo mało, aby skutecznie zainteresować swoimi treściami. Jak najlepiej zaprojektować swoje działania, aby przyciągnąć uwagę odbiorcy?



Pionowe zdjęcie  
zajmuje ok 80%  
ekranu

Dodatkowo, lepiej jest załączyć zdjęcie niż link lub odnośnik do wybranego materiału (np. wideo, artykuł). Starajmy się tworzyć dokładnie takie treści, jakie sami chcielibyśmy otrzymywać każdego dnia (różnorodne, angażujące, bezbłędne).

### Rekomendacje:

- W publikowanych treściach starajmy się angażować grupę odbiorców - pytać ich o rekomendacje, zachęcać do wspólnego działania (np. głosowania).
- Pomocnym rozwiązaniem może okazać się utworzenie wydarzenia online oraz zaproszenie znajomych do wzięcia w nim udziału (np. "GłosujeMY na projekt X w WBO 2023")