

Wartości organizacji w erze algorytmów Instagrama.

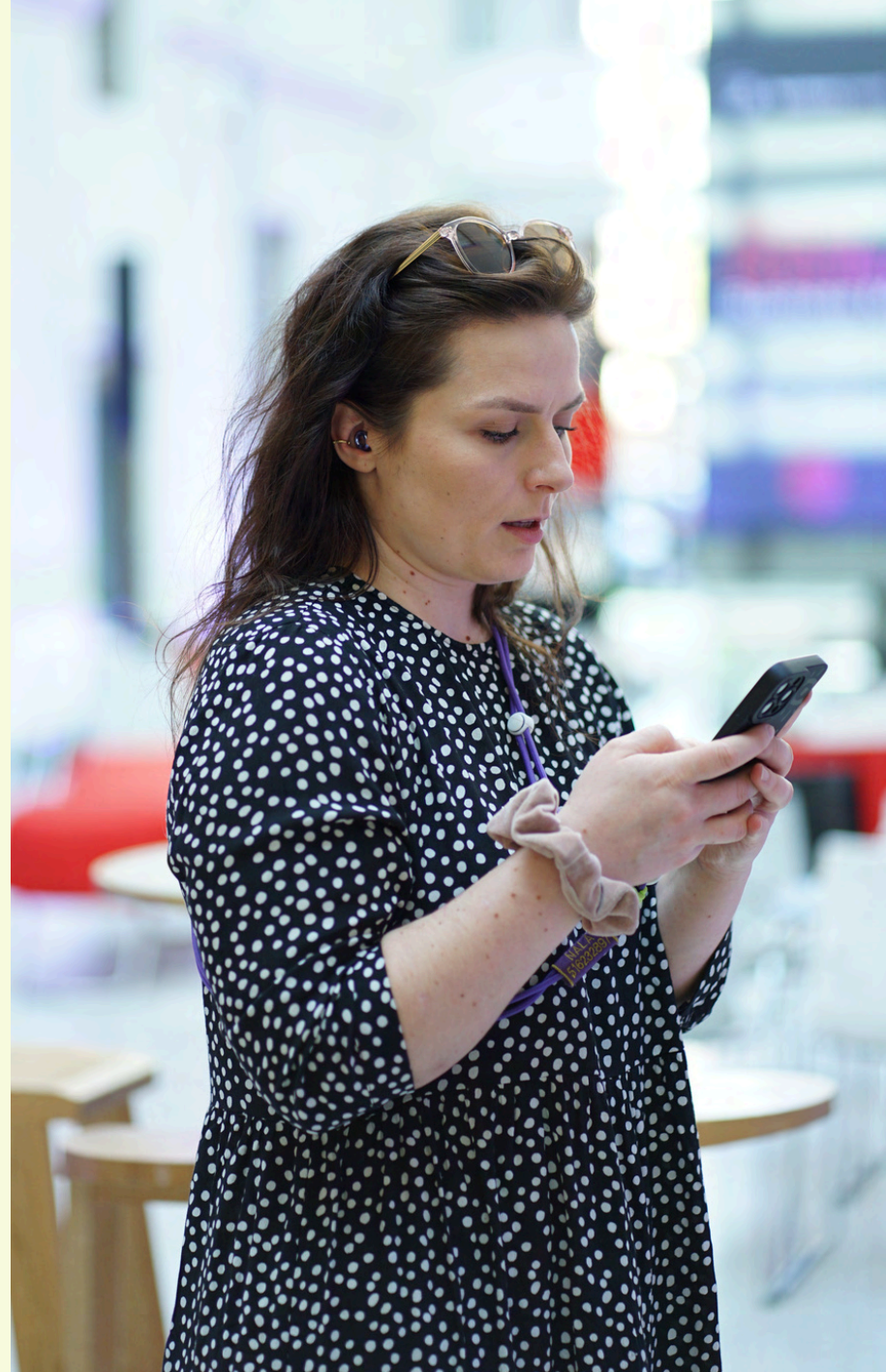
Jak tworzyć autentyczne, ale profesjonalne
i angażujące treści?

Osoba prowadząca: Olimpia Jenczek

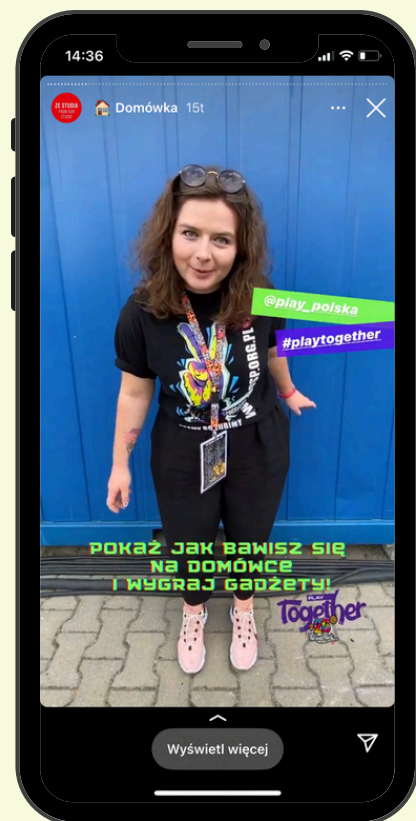


OLIMPIA JENCZEK

specjalistka ds. kreowania
wizerunku w sieci



@polandrocfestival



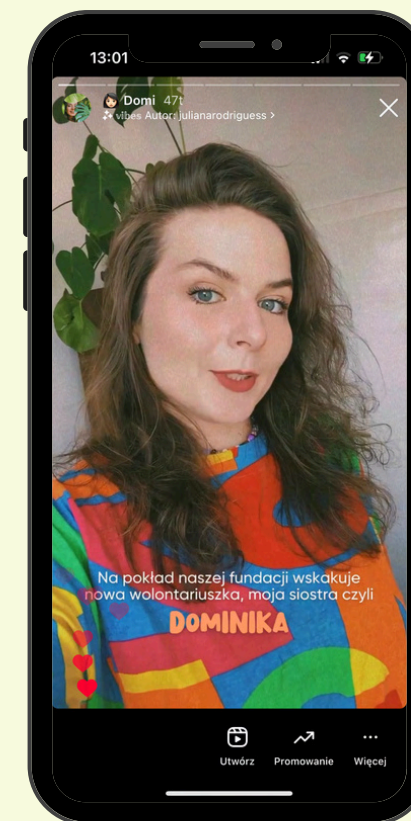
@sektor_3



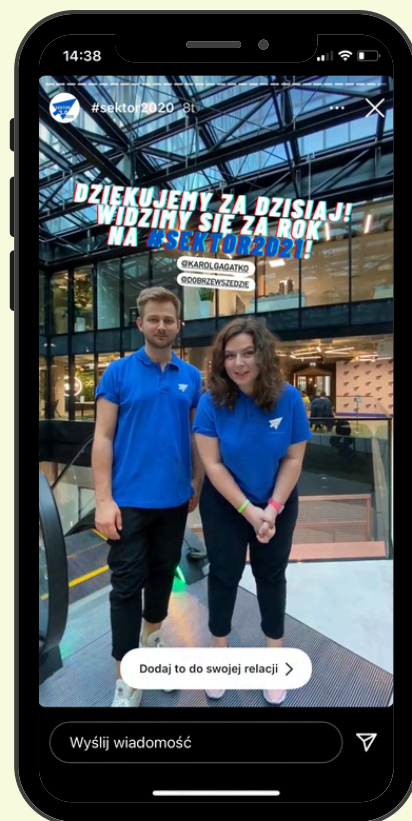
@slotartfestival



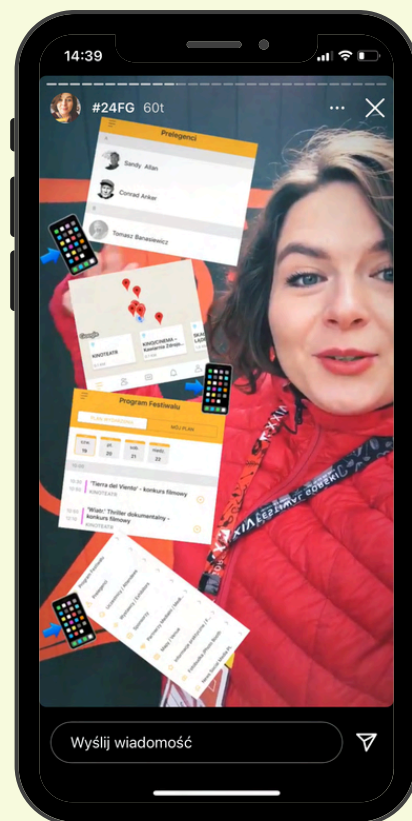
@mamypodobnie



@fundacja.wosp



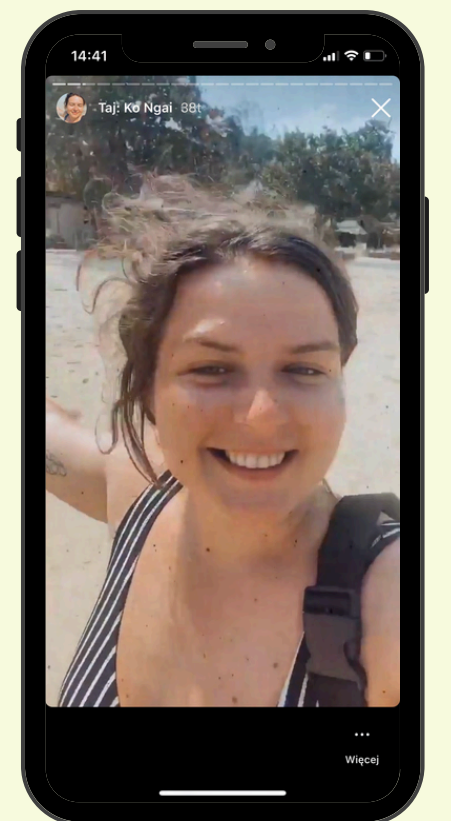
@festiwalgorski



@wellbee



@olimpiajenczek



plan warsztatów

Social Media -
strategia działań

Charakterystyka
portalu

Tworzenie
angażujących treści

Narzędziownik

PYTANIE

Co powoduje, że oceniacie film na 5?

Materiały video muszą wywoływać **EMOCJE**.

Czas uwagi użytkowników się skraca, więc ważny jest **SCENARIUSZ i DYNAMIKA**.

ładne/zaskakujące/wyróżniające się **KADRY**.

DŹWIĘK może "zrobić" cały film, ale może też go totalnie zepsuć.

Ciekawa **HISTORIA**. Przy takiej ilości konkurencji nie ma miejsca na przeciętność.

"Ten film dał mi do **MYŚLENIA**."

Co chce osiągnąć?



przykład #1

CEL: **szybkie dotarcie** do dużej grupy odbiorców

ROZWIĄZANIA:

przykład #1

CEL: **szybkie dotarcie** do dużej grupy odbiorców

ROZWIĄZANIA:

- influencer marketing
- kampania reklamowa
- tworzenie treści viralowych - np. na TikToku

przykład #2

CEL: zbudowanie **zaangażowanej** społeczności

ROZWIĄZANIA:

przykład #2

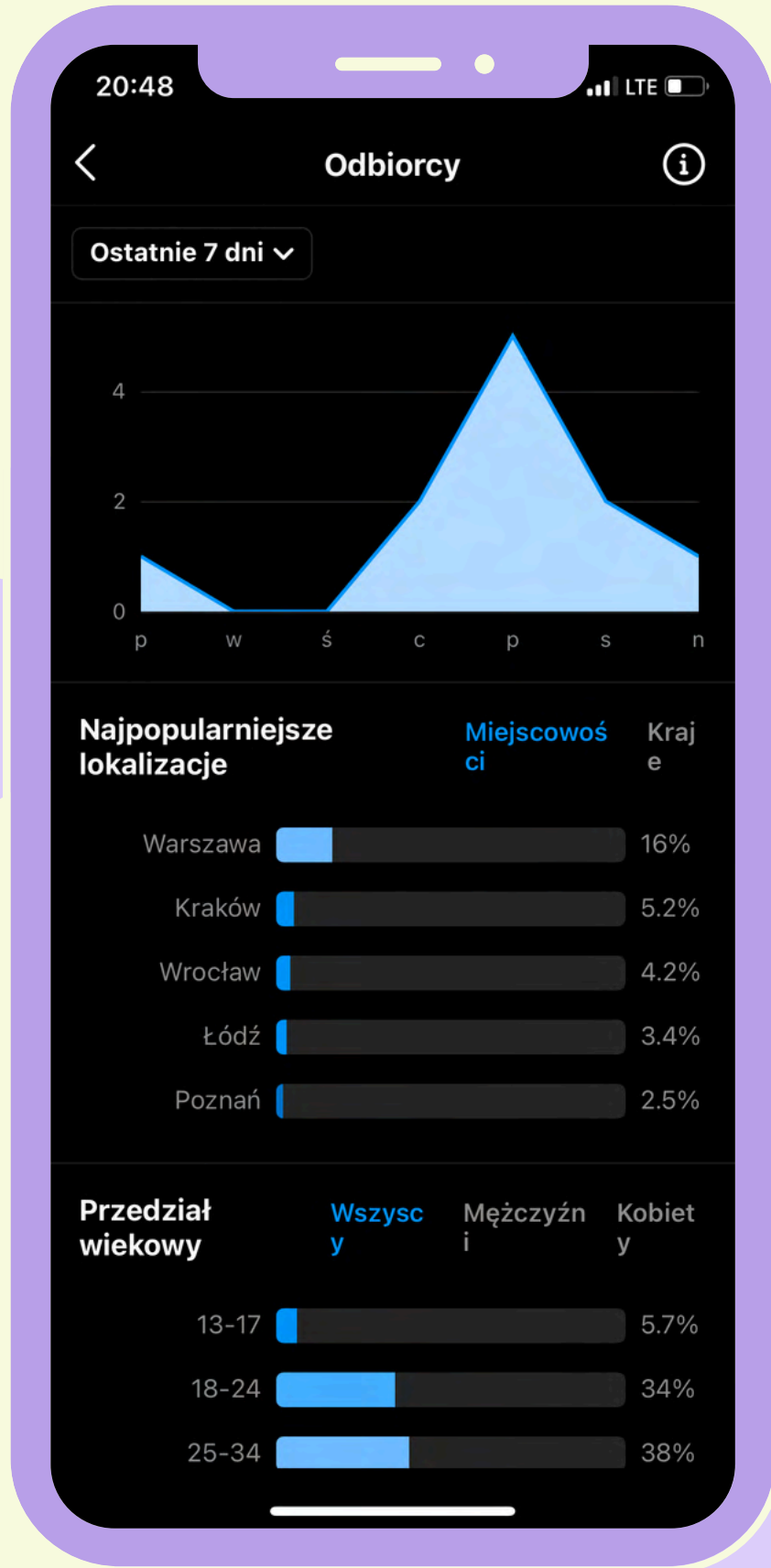
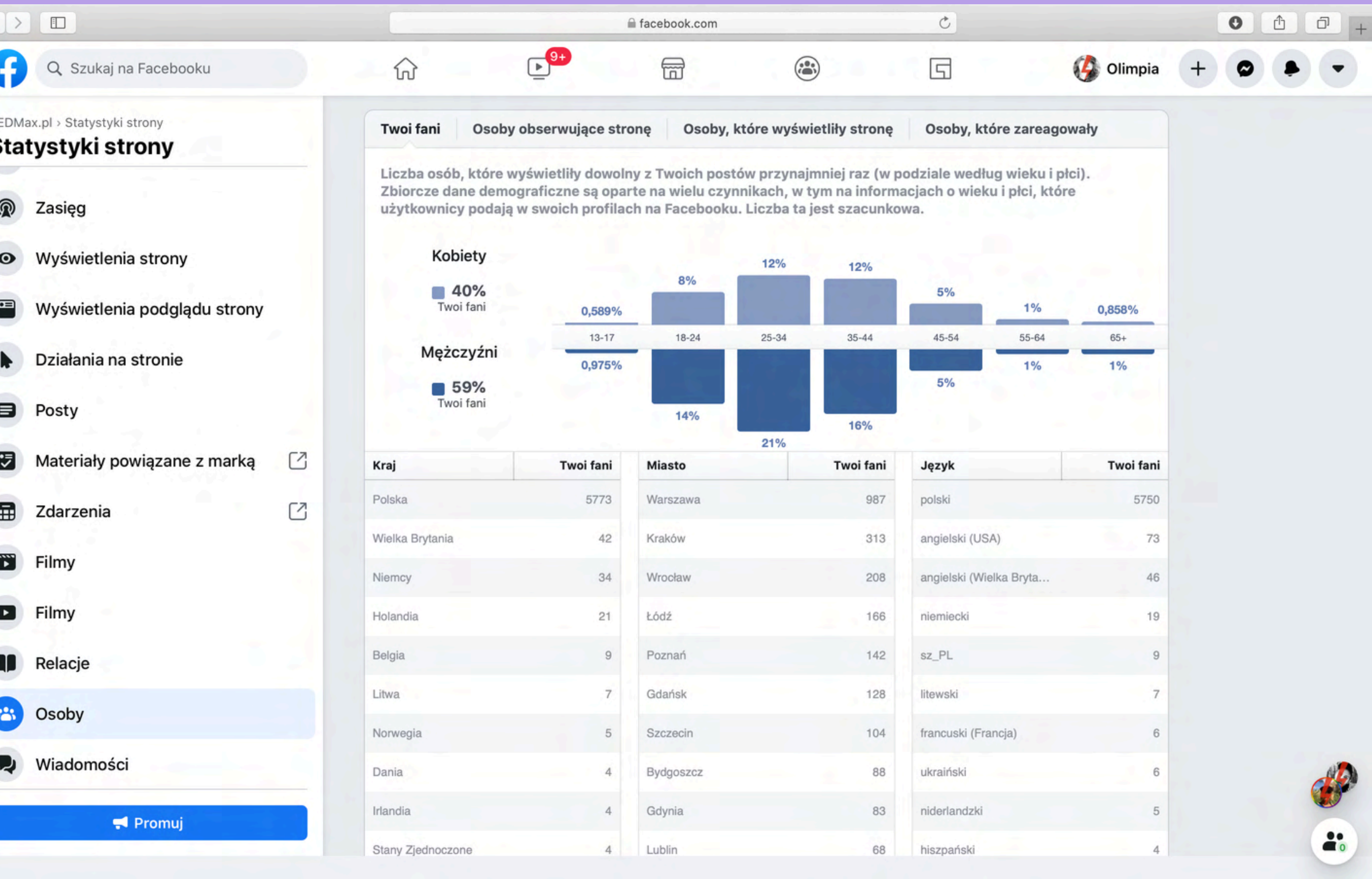
CEL: zbudowanie **zaangażowanej** społeczności

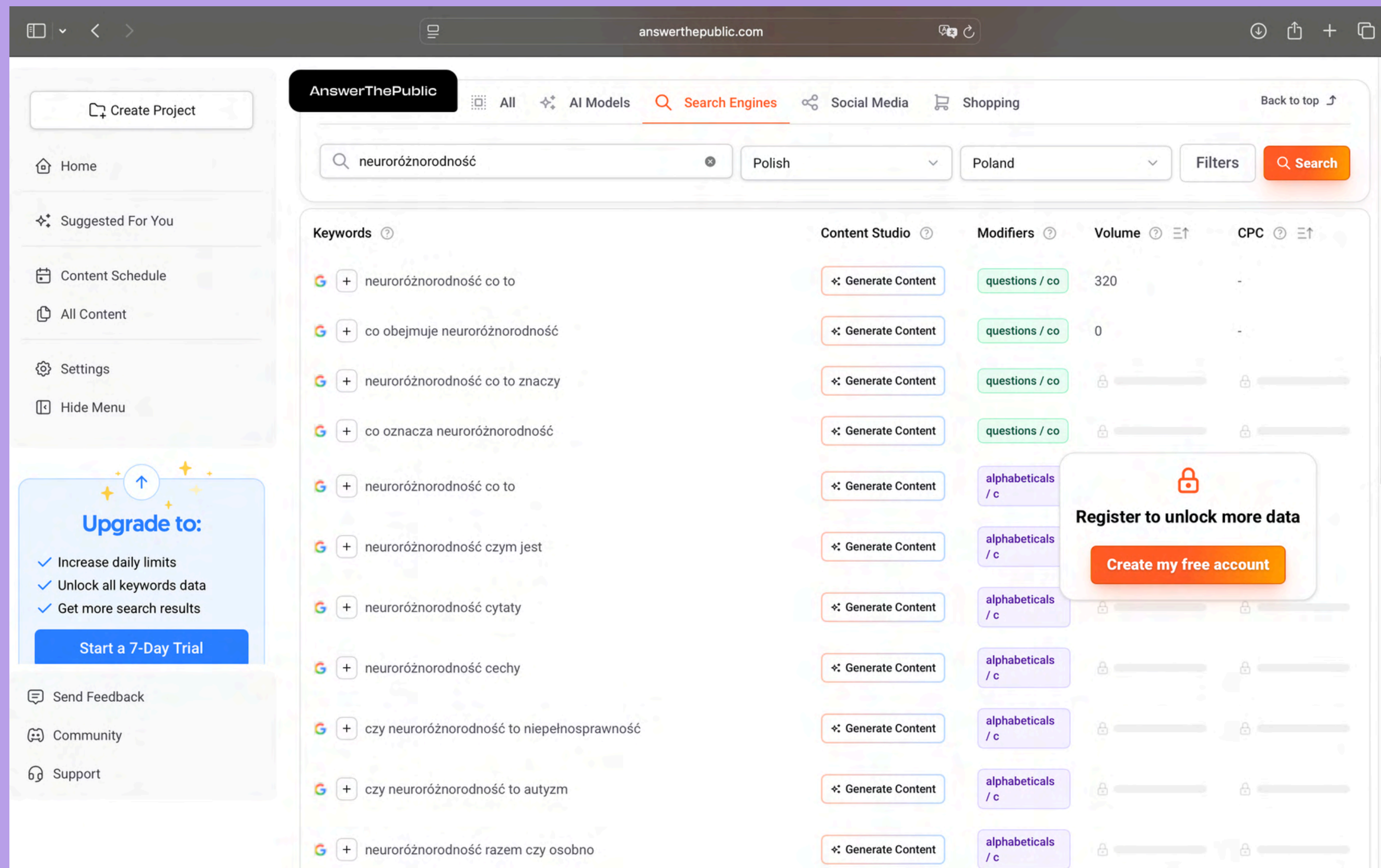
ROZWIĄZANIA:

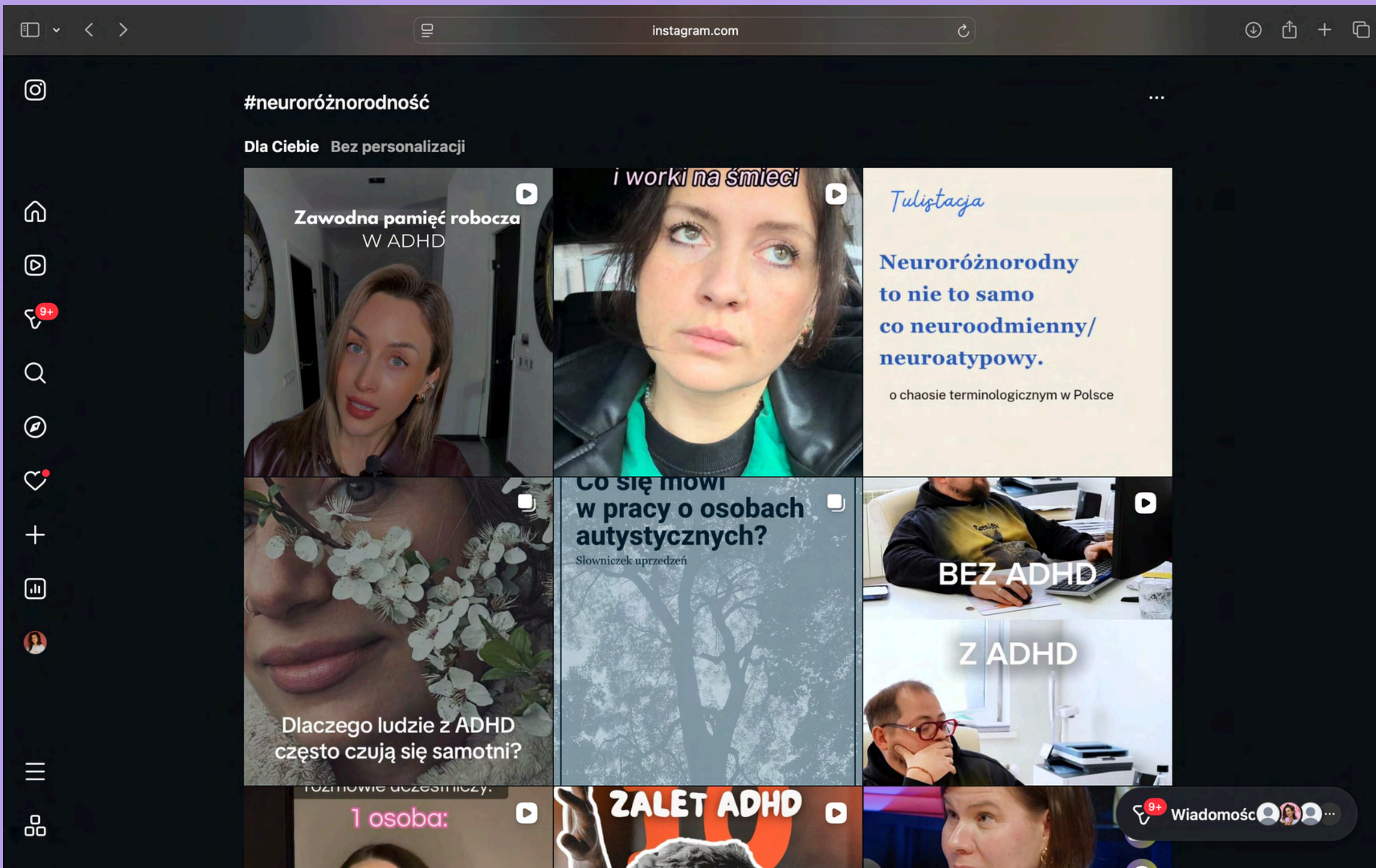
- regularne tworzenie treści
- wsparcie reklamowe
- tworzenie materiałów video



Do kogo chcę mówić?







Wygeneruj 3 pomysły na posty na temat **x**, które zaangażują grupę docelową **<krótki opis grupy docelowej>**. W miarę możliwości dodaj do postów wezwania do działania, propozycje obrazów i hashtagi.

Mam temat: **[temat posta]**. Podaj 5 różnych sposobów, jak mogę go przerobić na inne treści (np. rolka, karuzela, stories, post).

Zidentyfikuj 5 najpopularniejszych typów postów w mediach społecznościowych nt. **x**, w które ludzie najczęściej się angażują.



Zachowuj się jak menedżer mediów społecznościowych i wymyśl co najmniej 10 nietypowych postów nt. **x**.

Na podstawie zdania: '**[twoja myśl / obserwacja]**' wygeneruj 5 pomysłów na posty na Instagram.

Mam trudności z wymyśleniem pomysłów na treści w serwisie **Instagram**. Zrób ze mną burzę mózgów na temat **x**. Zadaż mi odpowiednie pytania.

ZADANIE

Przyjrzyj kilka # tematycznych na IG
i zapisz 3 inspiracje na treści.

A close-up, artistic photograph of a man with a beard holding a Nikon SLR camera. The camera is a black Nikon F35 with a Nikkor-S 50mm f/1.4 lens. The man's face is partially visible on the left, looking through the viewfinder. The background is a soft, out-of-focus bokeh of warm, golden light. Overlaid on the center of the image is the text 'Jakie mam możliwości?' in a white, handwritten-style font, with the word 'możliwości?' highlighted in a bright yellow-green color.

Jakie mam możliwości?

#MOCNESTRONY

np. swoboda przed kamerą, lekkie
pióro, zdolności fotograficzne,
budżet

#SŁABESTRONY

np. brak czasu,
brak motywacji, brak budżetu

#SZANSE

np. zapotrzebowanie
na usługę, brak konkurencji

#ZAGROŻENIA

np. małe grono odbiorców danej
usługi

- Czy robię dobre zdjęcia?
- Czy mam wystarczająco dobry aparat/kamerę?
- Czy potrafię pisać dobre teksty (długie/krótkie)?
- Jak z moim planowaniem czasu?
- W jakich tematach jestem siln_?
- Czy potrafię robić grafiki?
- ILE MAM CZASU?
- Czy czuję się swobodnie przed kamerą?

A close-up photograph of a woman's face, focusing on her eyes and forehead. She has light brown hair and blue eyes. On her forehead, there are five small, round, orange-colored dots arranged in a horizontal line. Her eyelids are decorated with fine, golden glitter. The background is a solid, bright blue color.

Jak chcę być odbieran__?

SOCIAL MEDIA POLICY

Określa, w jaki sposób organizacja i jej pracownicy powinni zachowywać się w Internecie.

Pomaga także chronić reputację firmy w Internecie i zachęca pracowników do angażowania się w dzielenie się informacjami o firmie w swoich sieciach internetowych.

- ustalcie, kto i w jakich okolicznościach może wypowiadać się w Waszym imieniu w social media
- stwórzcie plan radzenia sobie z wewnętrznymi konfliktami i zewnętrznymi kryzysami
- przygotujcie wytyczne, dotyczące prywatnych kont pracowników
- określcie zasady dotyczące praw autorskich

- "Szanowni Odbiorcy", "Siemka", "Kochani", "Drodzy" etc.
- język branżowy
- emotikony
- wtrącenia np. anglojęzyczne
- spójność w komunikacji (jeśli prowadzi więcej niż 1 osoba)
- Zrozumiały dla wszystkich?



Clock Machine

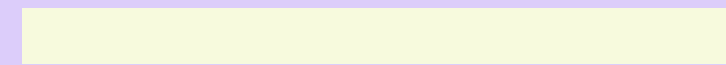
15 listopada o 15:13 · 🌐

Piotrek wpadł ostatnio w groźny nałóg. Nazywa się "Heroes III Of Might and Magic" 🤖 Ciągle mówi o levelowaniu swojego druida. Chciałbym mu pomóc, ale nie wiem jak... 🙄

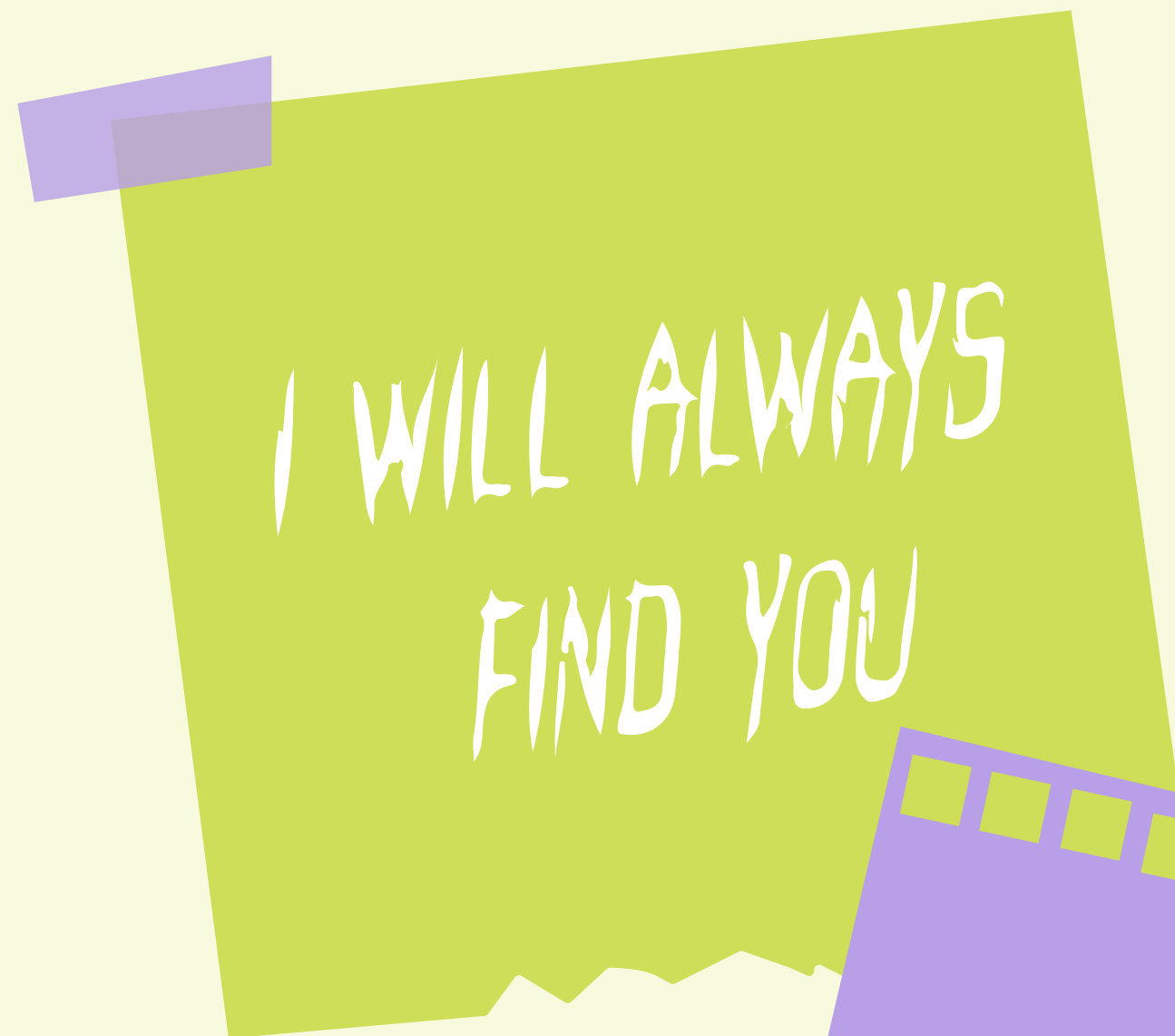


Piotrek wpadł ostatnio w groźny nałóg.
Nazywa się "Heroes III Of Might and Magic" - czyli
strategiczna gra. Ciągłe mówi o **rozwijaniu poziomów
swojego gracza - starożytnego kapłana celtyckiego**.
Chciałbym mu pomóc, ale nie wiem jak...

Nie, nie mogę dziś się z Tobą zobaczyć.



Nie, nie mogę dziś się z Tobą zobaczyć



**Zgoda na outing
to zgoda na przemoc,
a przemocy w Polsce
już naprawdę wystarczy.**

Outing – mówienie o czyjejs
orientacji seksualnej
lub tożsamości płciowej
bez zgody tej osoby



miłość
nie wyklucza
STOWARZYSZENIE

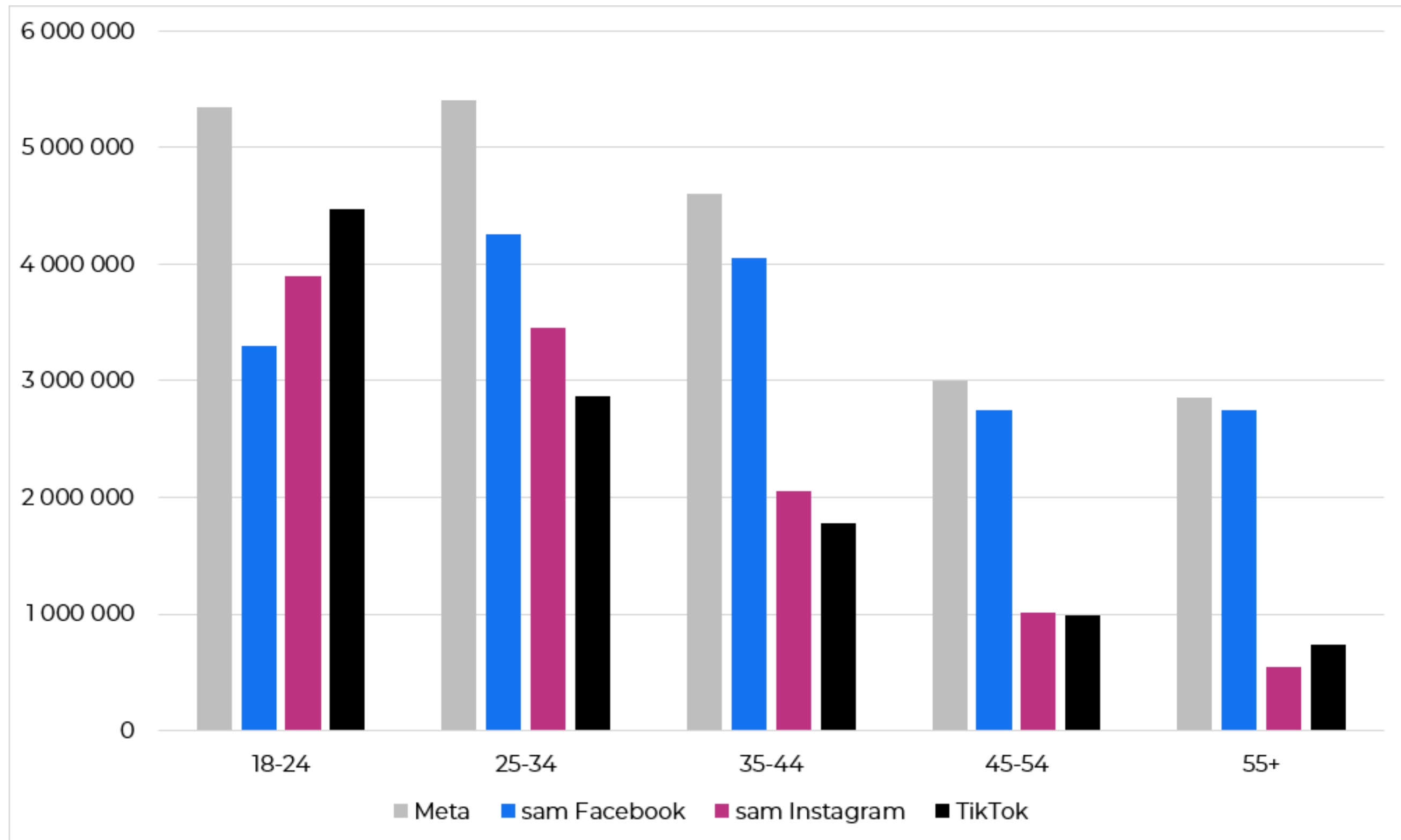
mnw.org.pl





Gdzie mam się
komunikować?

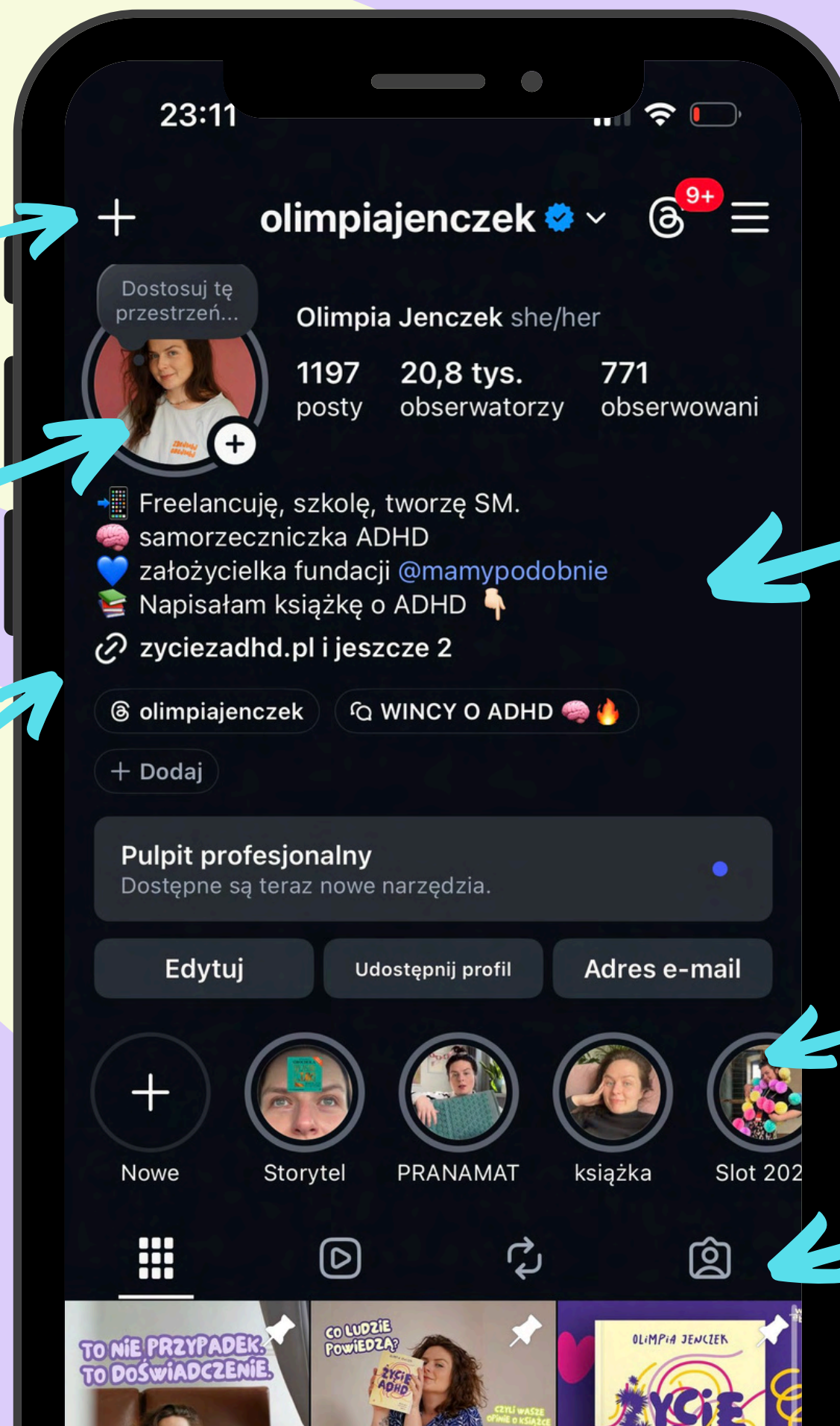




Nazwa
_spójna z innymi profilami
_łatwa do zapamiętania
_dwie nazwy

avatar
_logo vs. zdjęcie
_czytelność

linki
_bit.ly
_linktree



Miłość od 150 znaków!
_emoji
_konkrety
_hasła kluczowe

Wyróżnione relacje
_zapisz najważniejsze
_okładki - Canva

Grid
_posty to takie puzzle
_znajdź na to sposób

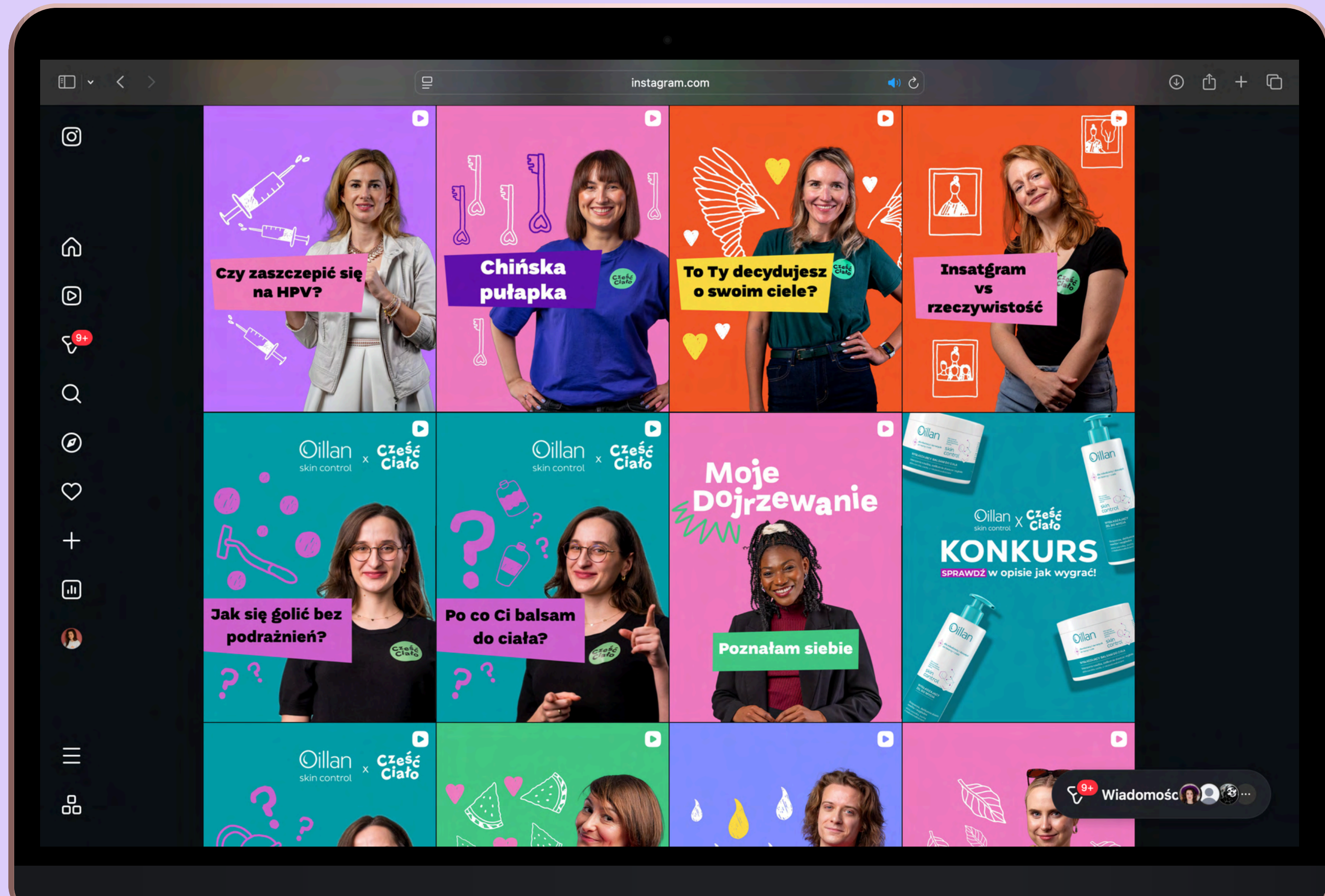
ZADANIE 1 2 2

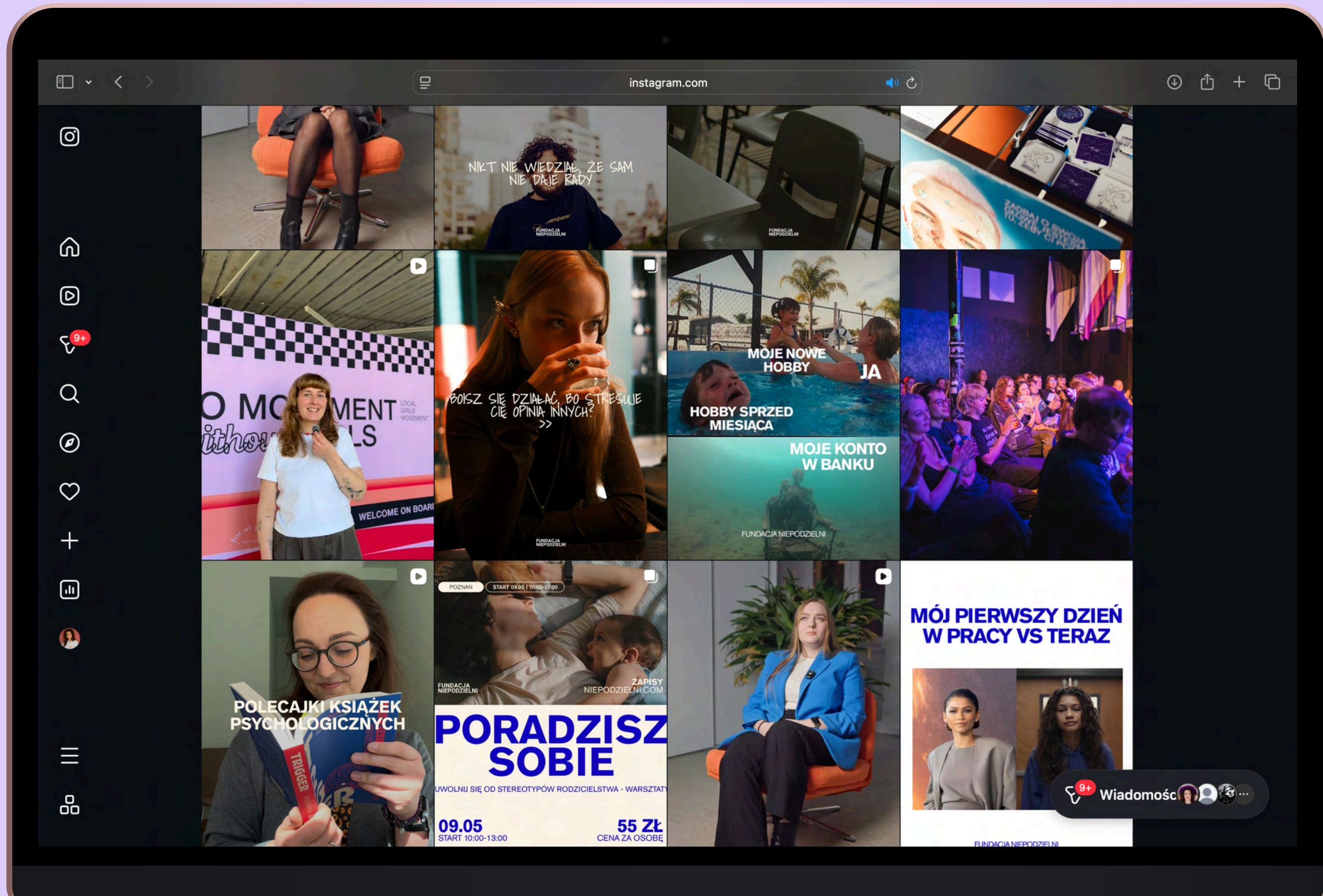
Sprawdź czy Twoje BLO nie wymaga poprawy - zmień, lub zapisz.

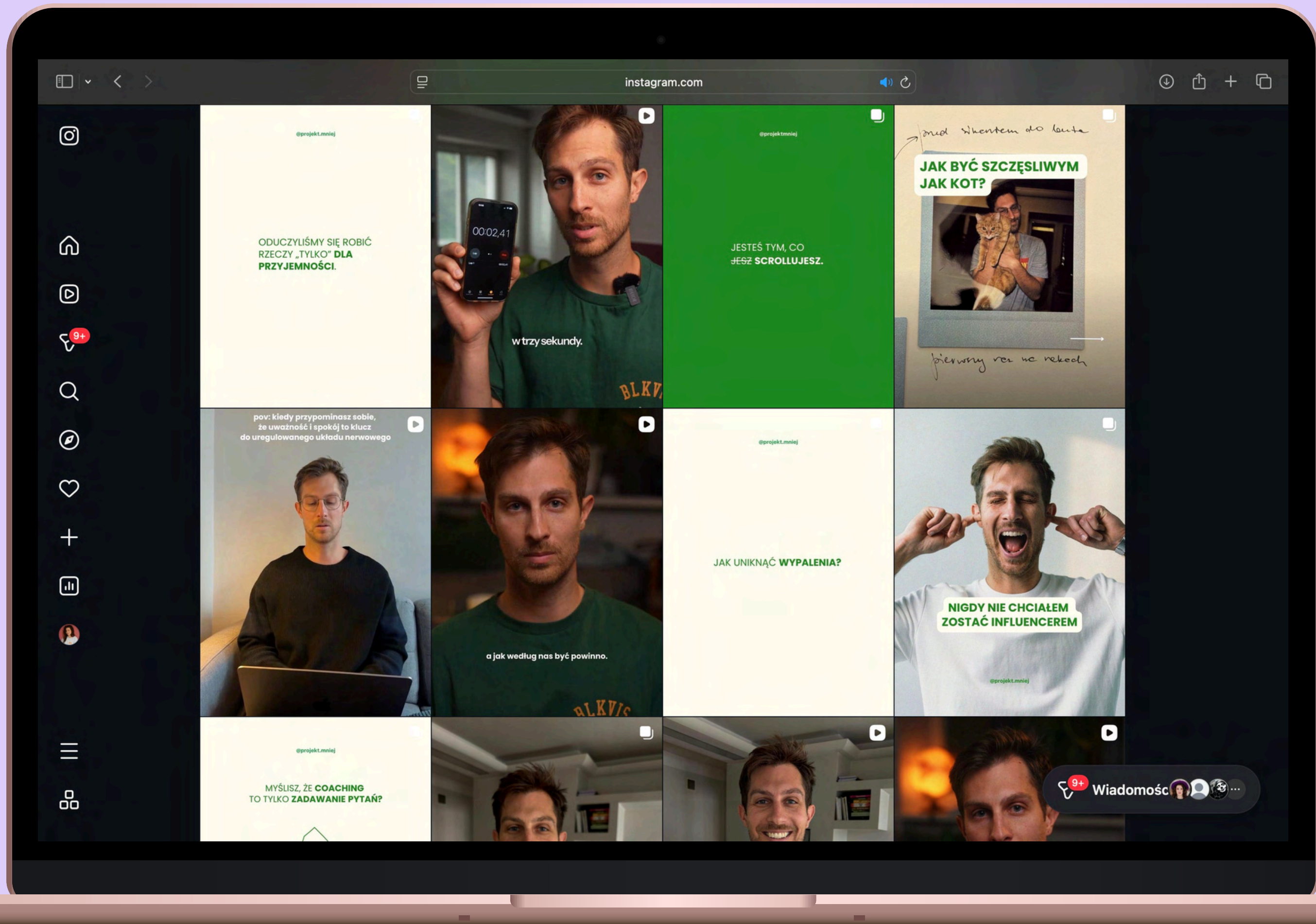
ZADANIE 2 2 2

Przejrzyj swoje wyróżnione relacje.
Zaplanuj jak je ulepszyć/dodać/
zaktualizować.

@CZESCICIAŁO







A person with short dark hair and glasses is shown in profile, reading a book. They are wearing a brown long-sleeved shirt. The book they are holding has the title 'Balzac Eugénie Grandet' visible on its cover. The background consists of white bookshelves filled with numerous books, creating a library or bookstore atmosphere. The lighting is soft and natural, coming from a window on the left. Overlaid on the image is a large text in a casual, rounded font. The text is split into two lines: the first line is white and the second line is yellow. The overall tone is educational and focused on reading and content creation.

Jak tworzyć poprawnie treści?

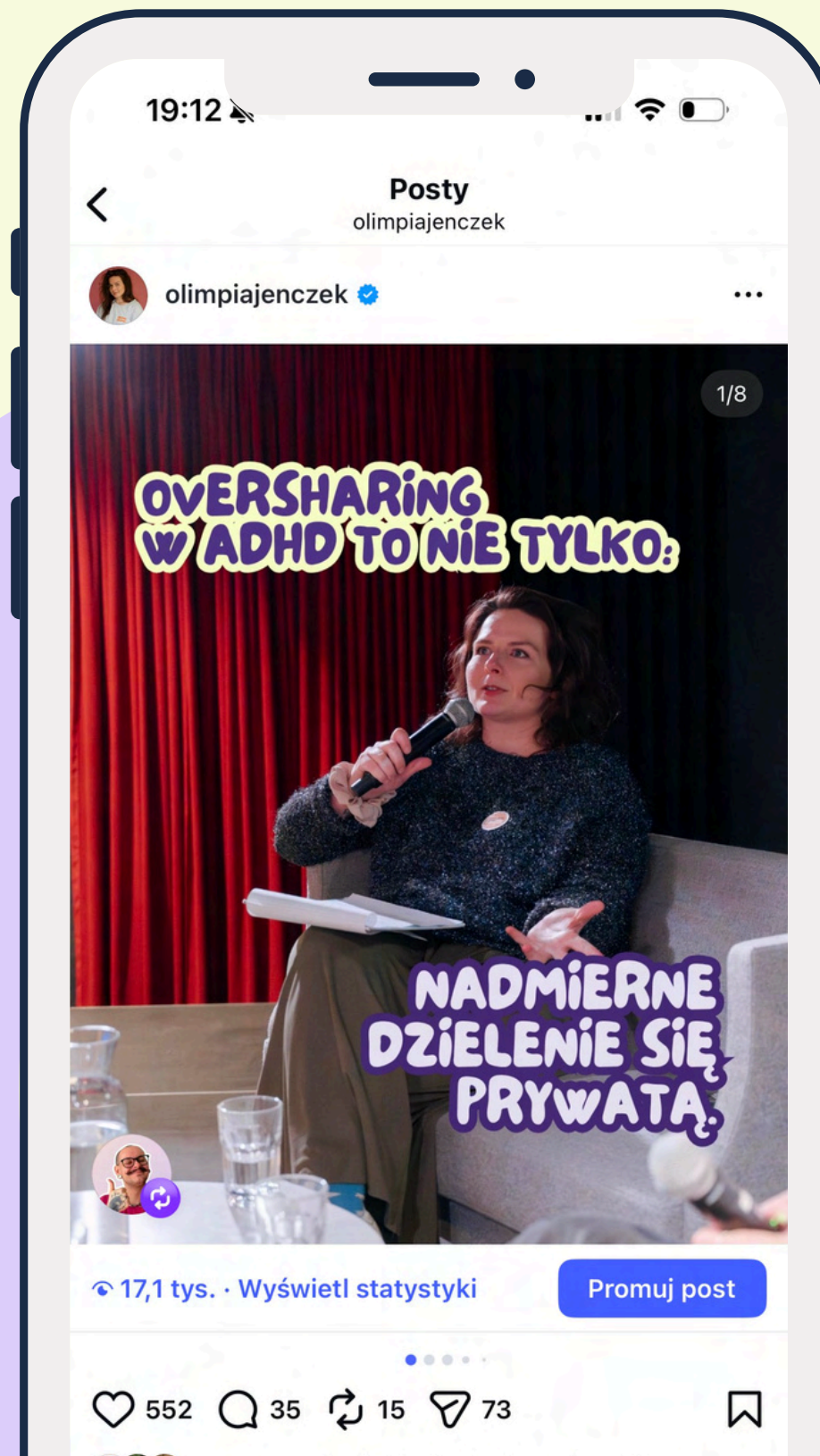
PYTANIE

Co wpływa **negatywnie**
na zasięg wpisu?

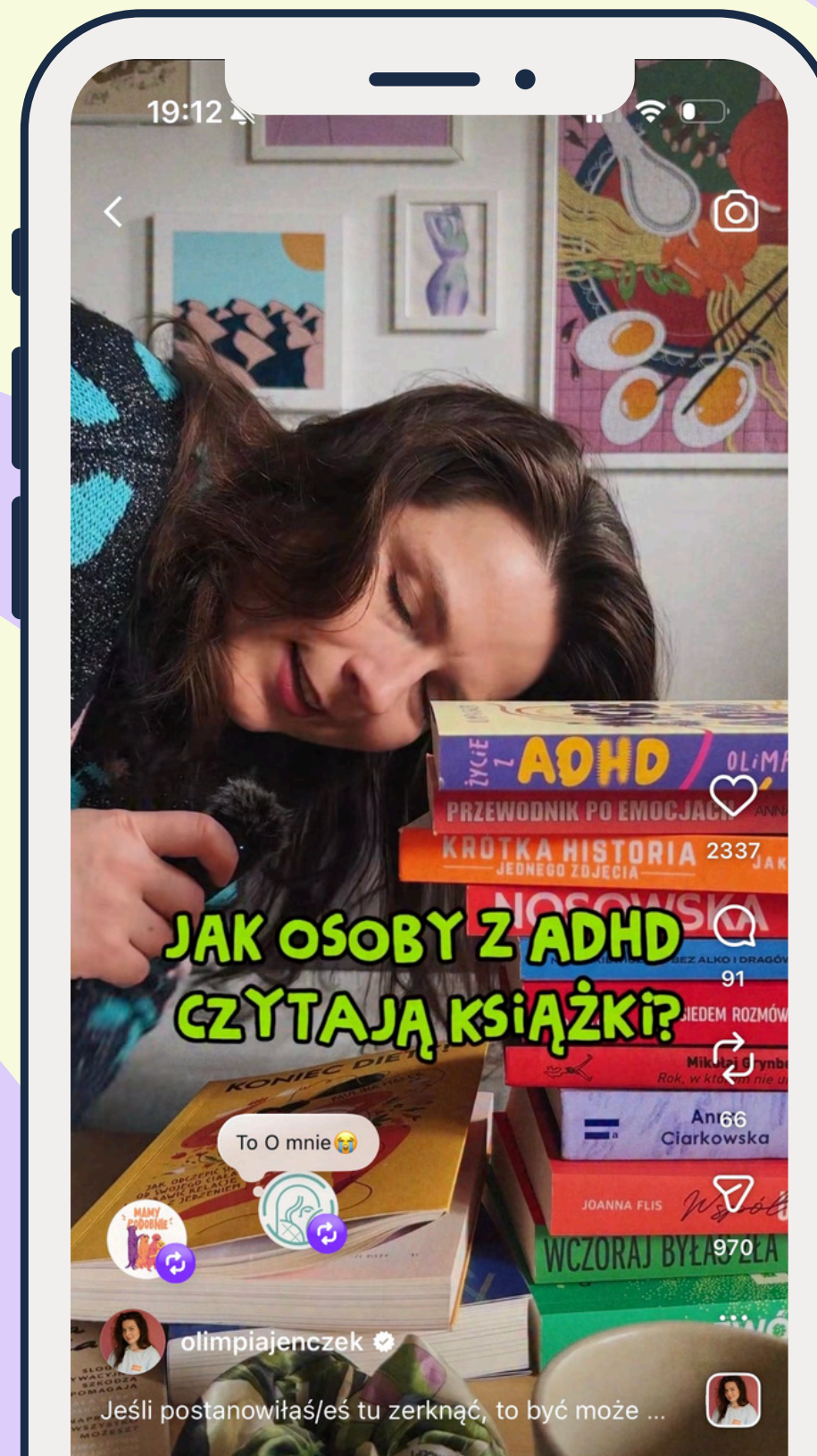
- _brak systematyczności
- _udostępnianie
- _planowanie
- _usuwanie wpisu > edytowanie
- _dodawanie kolejnego wpisu za szybko
- _"Fan poszedł i nie wrócił"
- _w przypadku filmów - linkowanie z YTB
- _za długie filmy
- _słowa "zakazane"

RÓŻNE FORMATY - RÓŻNE ALGO RYTMY

POST



ROLKA



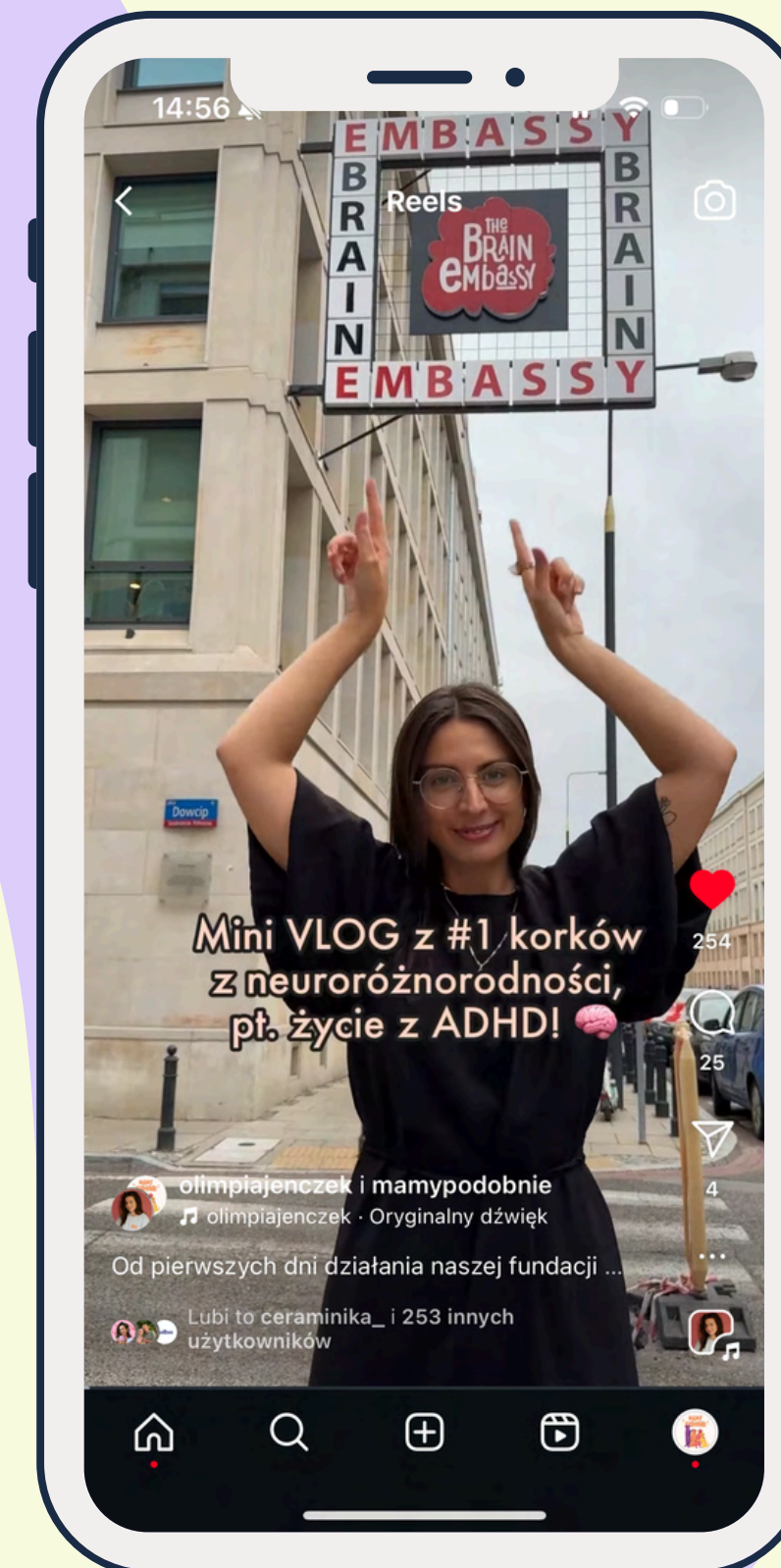
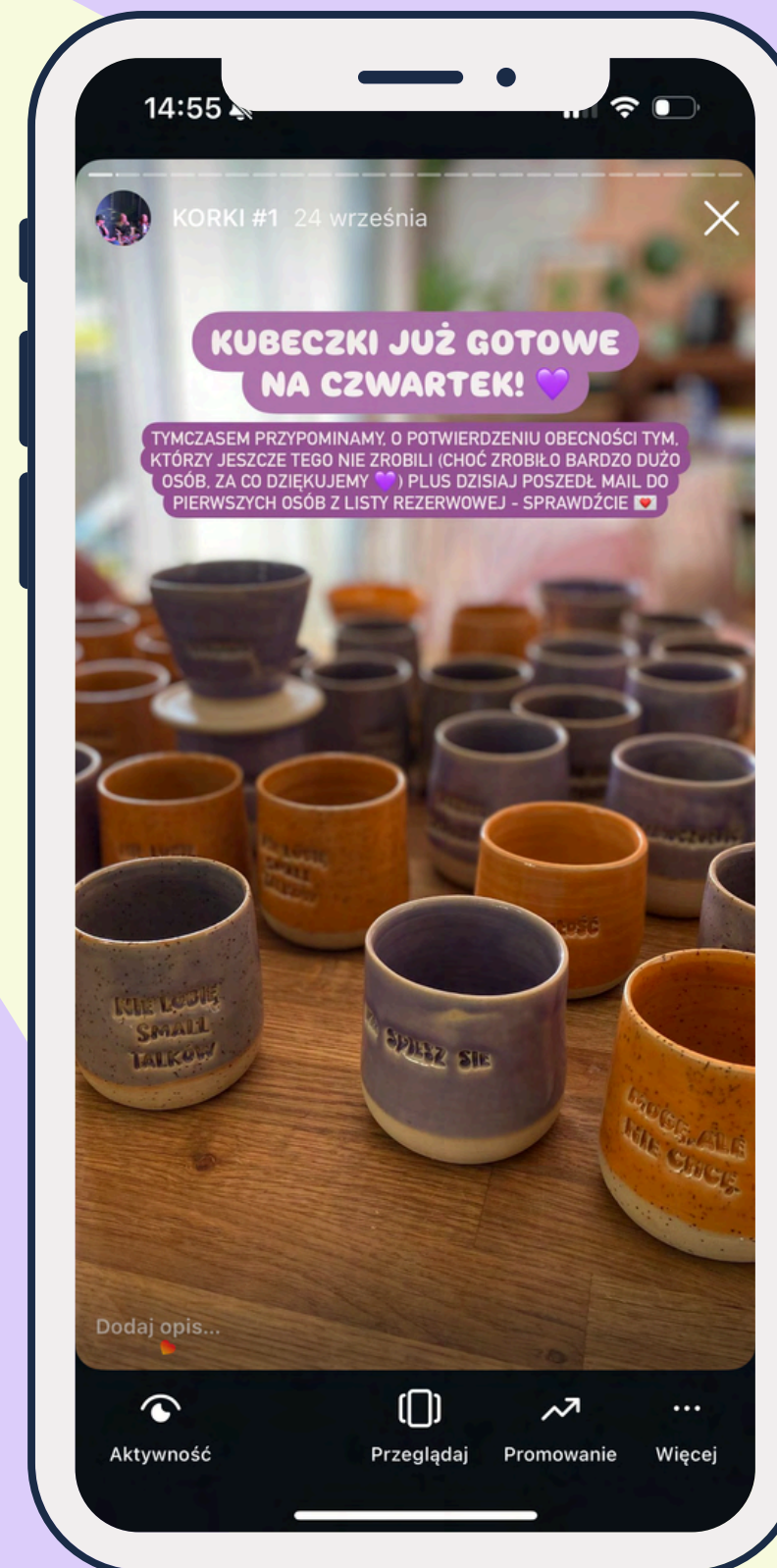
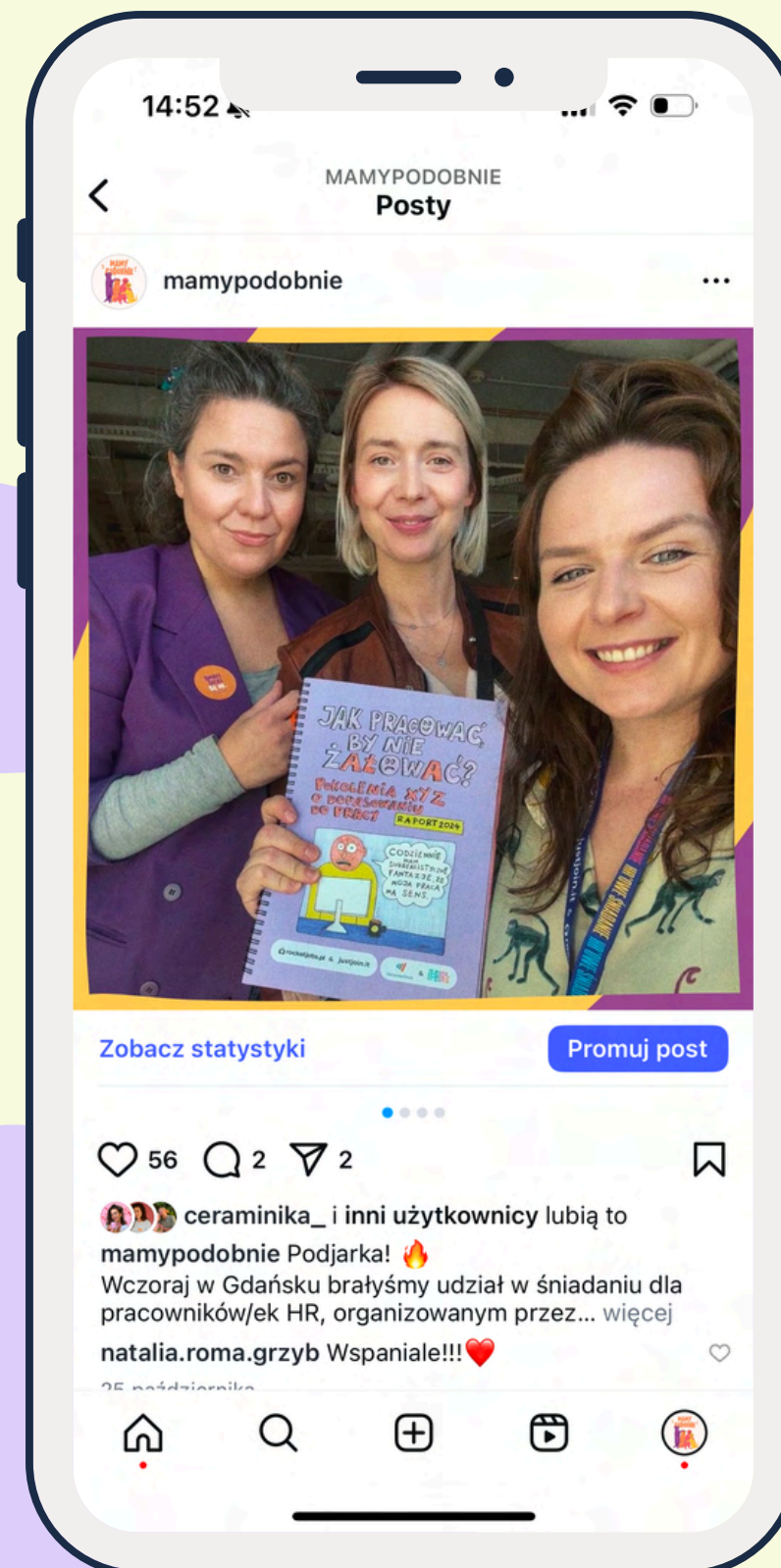
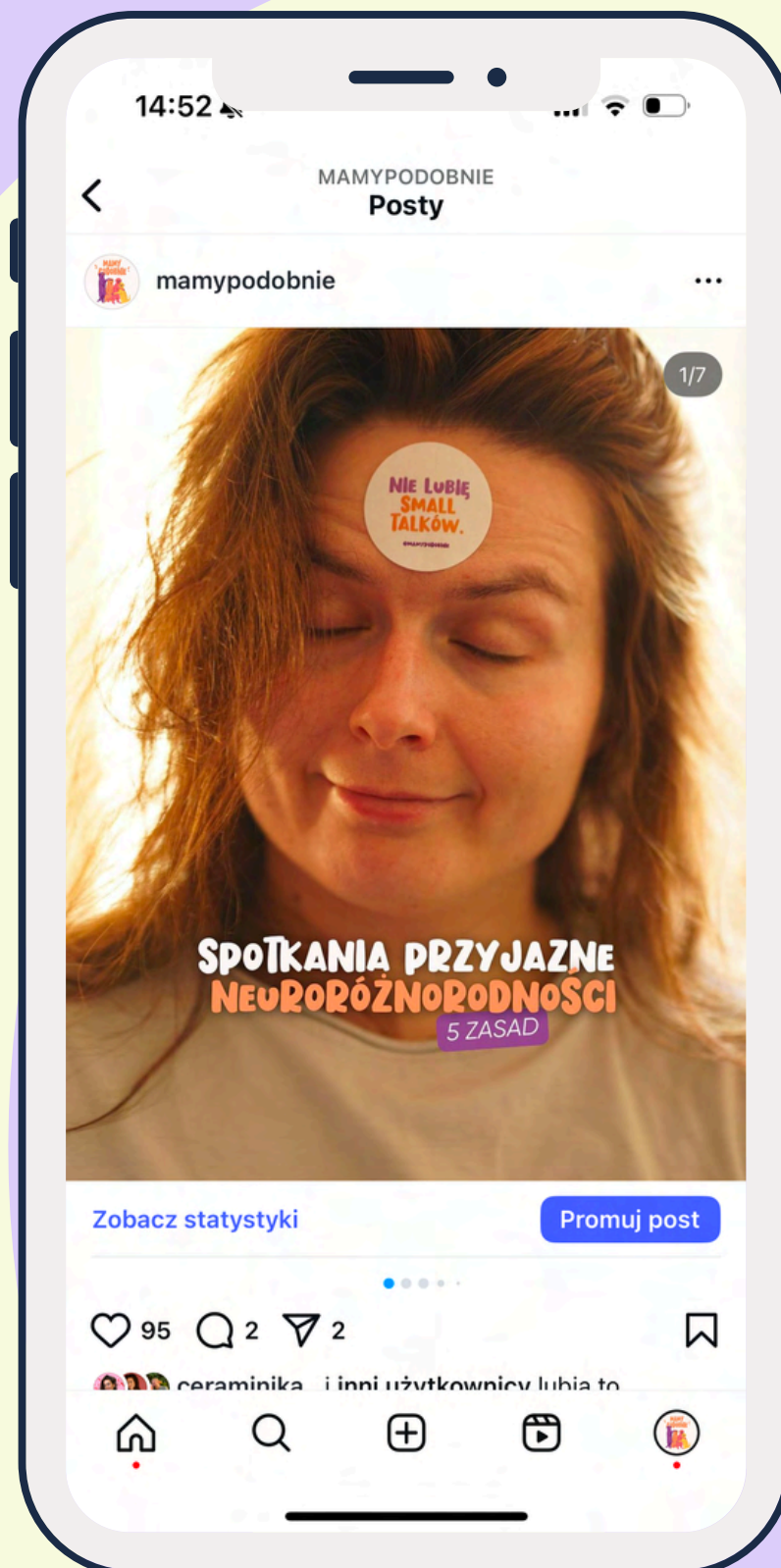
STORIES



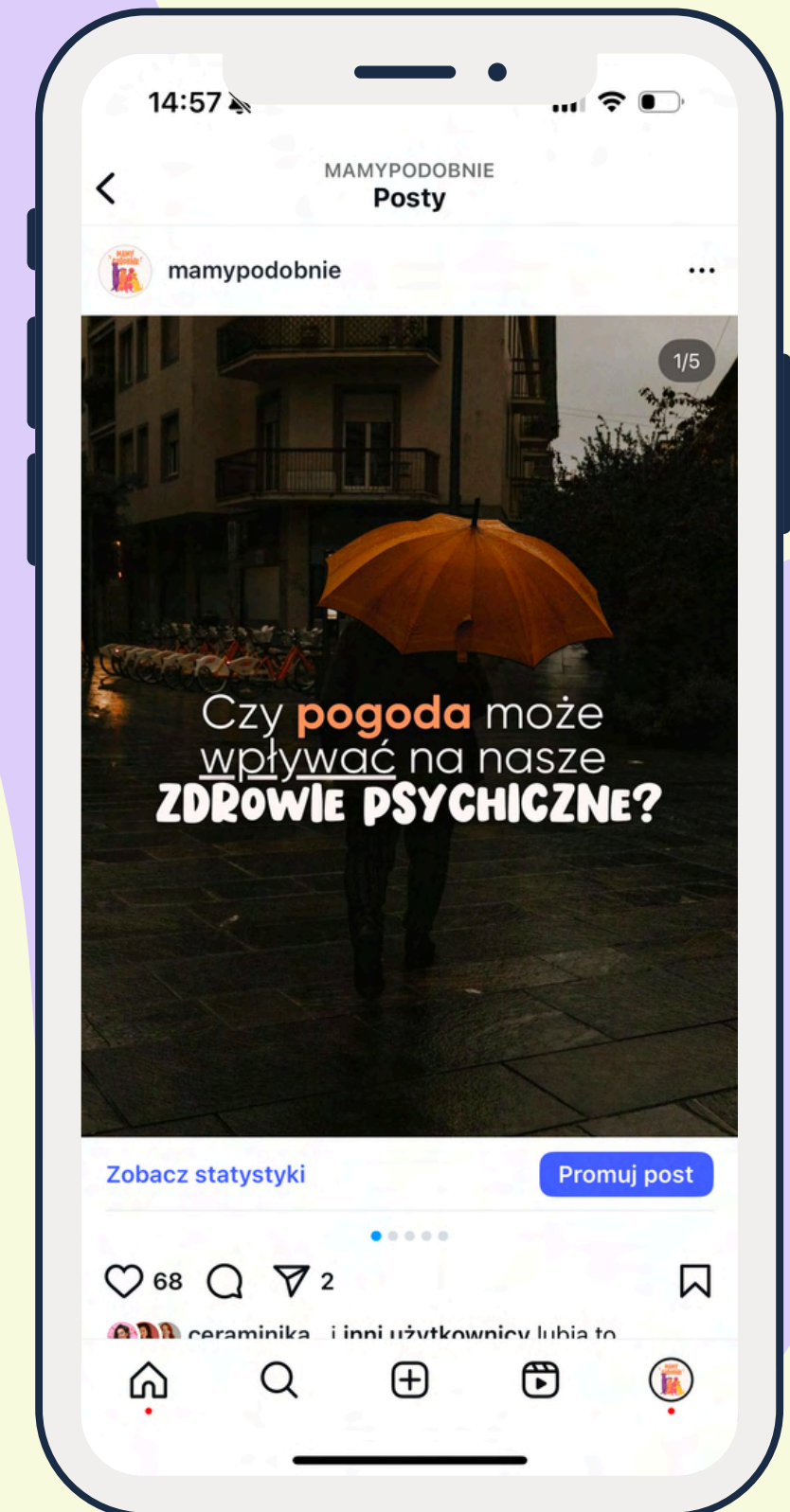
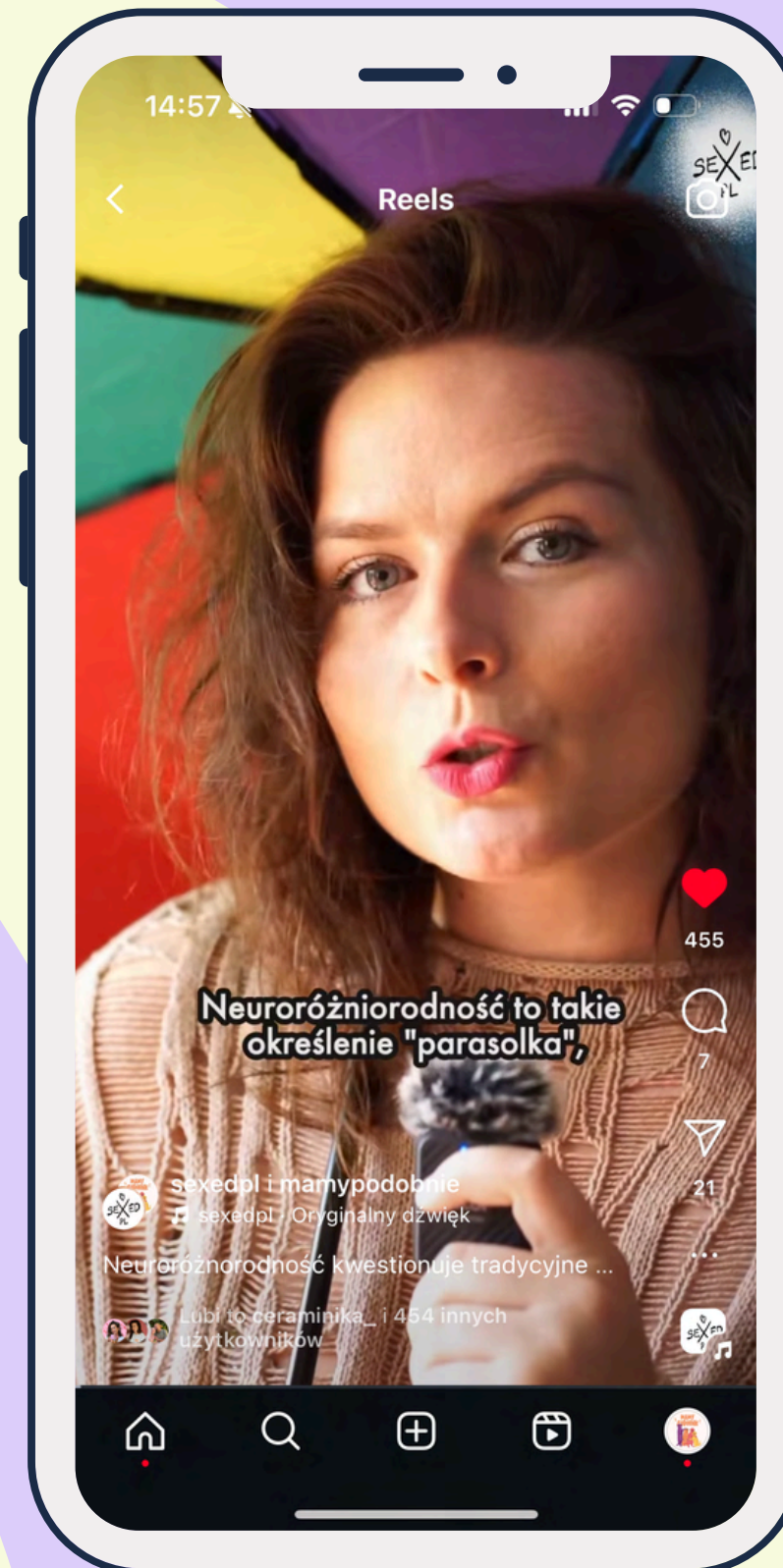
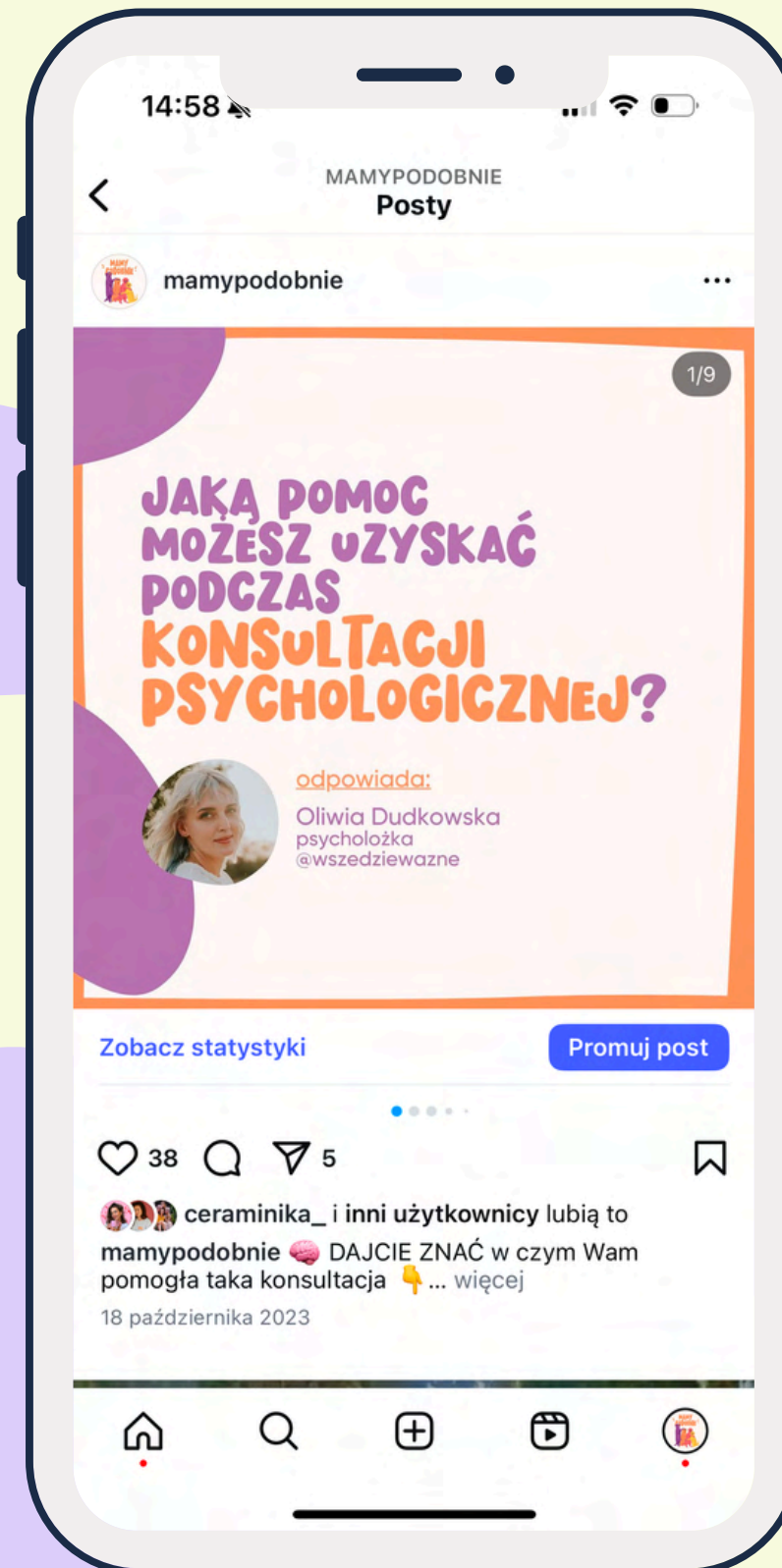
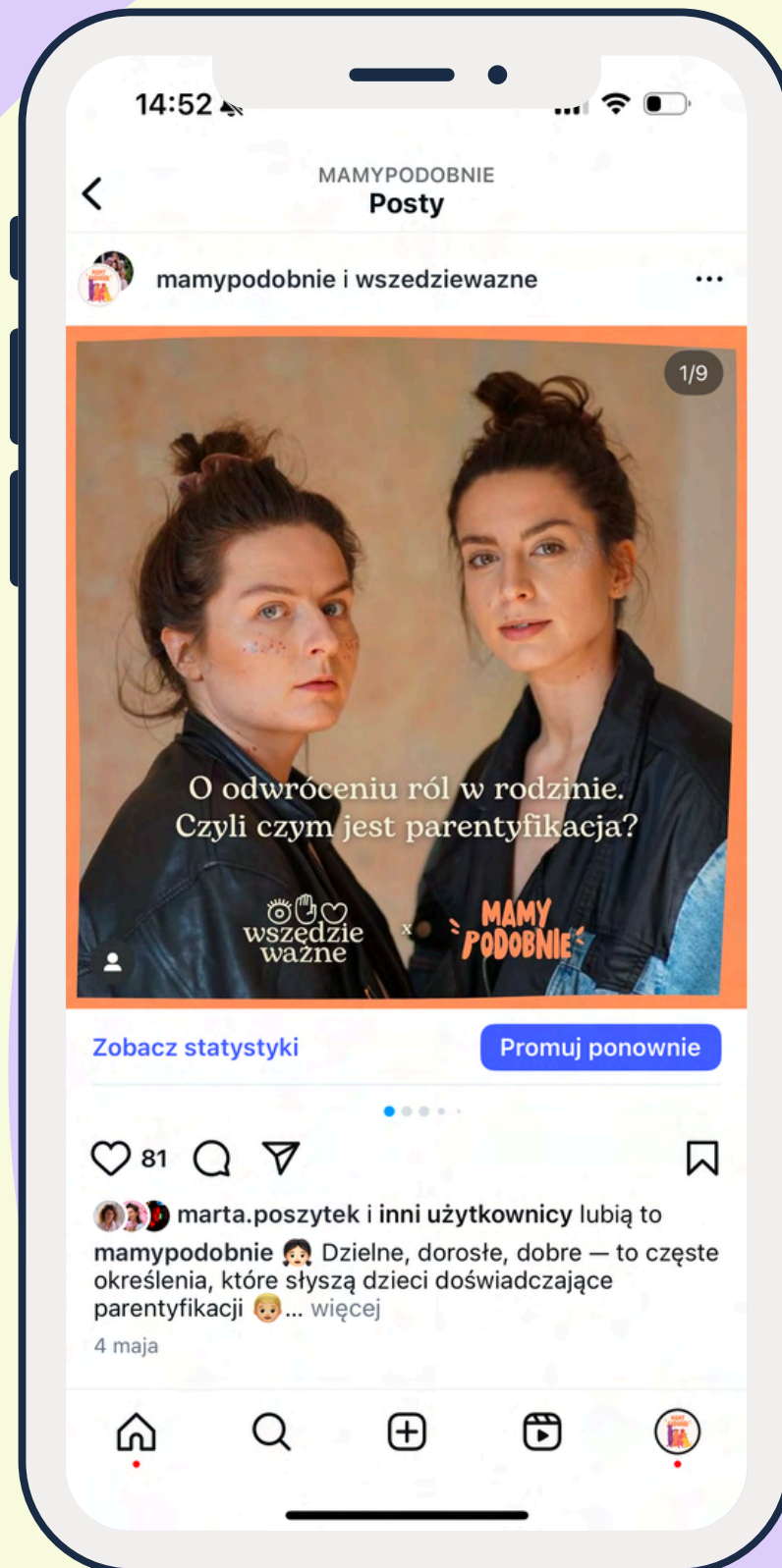
CO ROBIA UŻYTKOWNICY W SM?

- szukają informacji
- chwalać się
- oceniają
- działają pod wpływem emocji
- dzielą się czymś ważnym / praktycznym

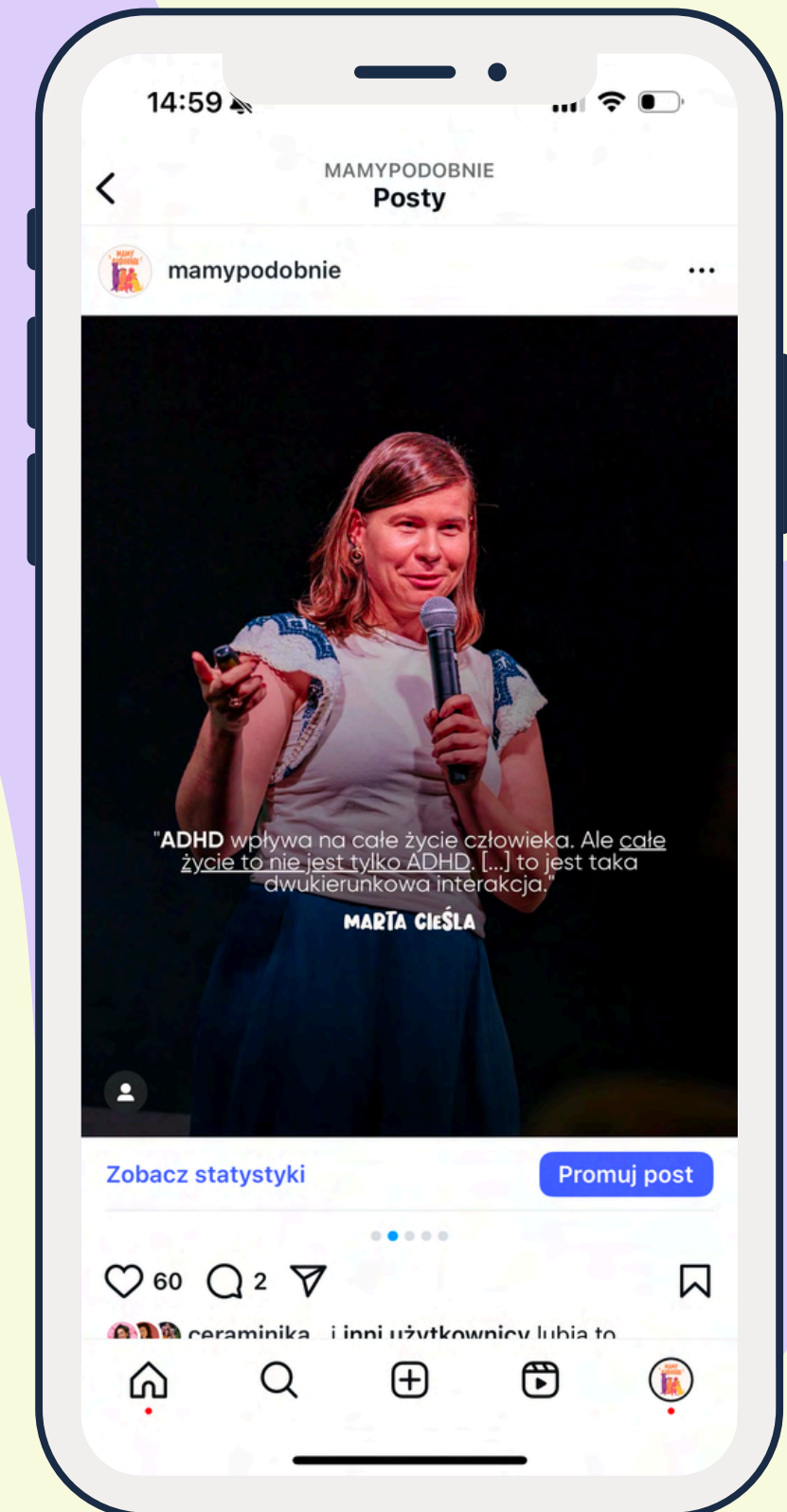
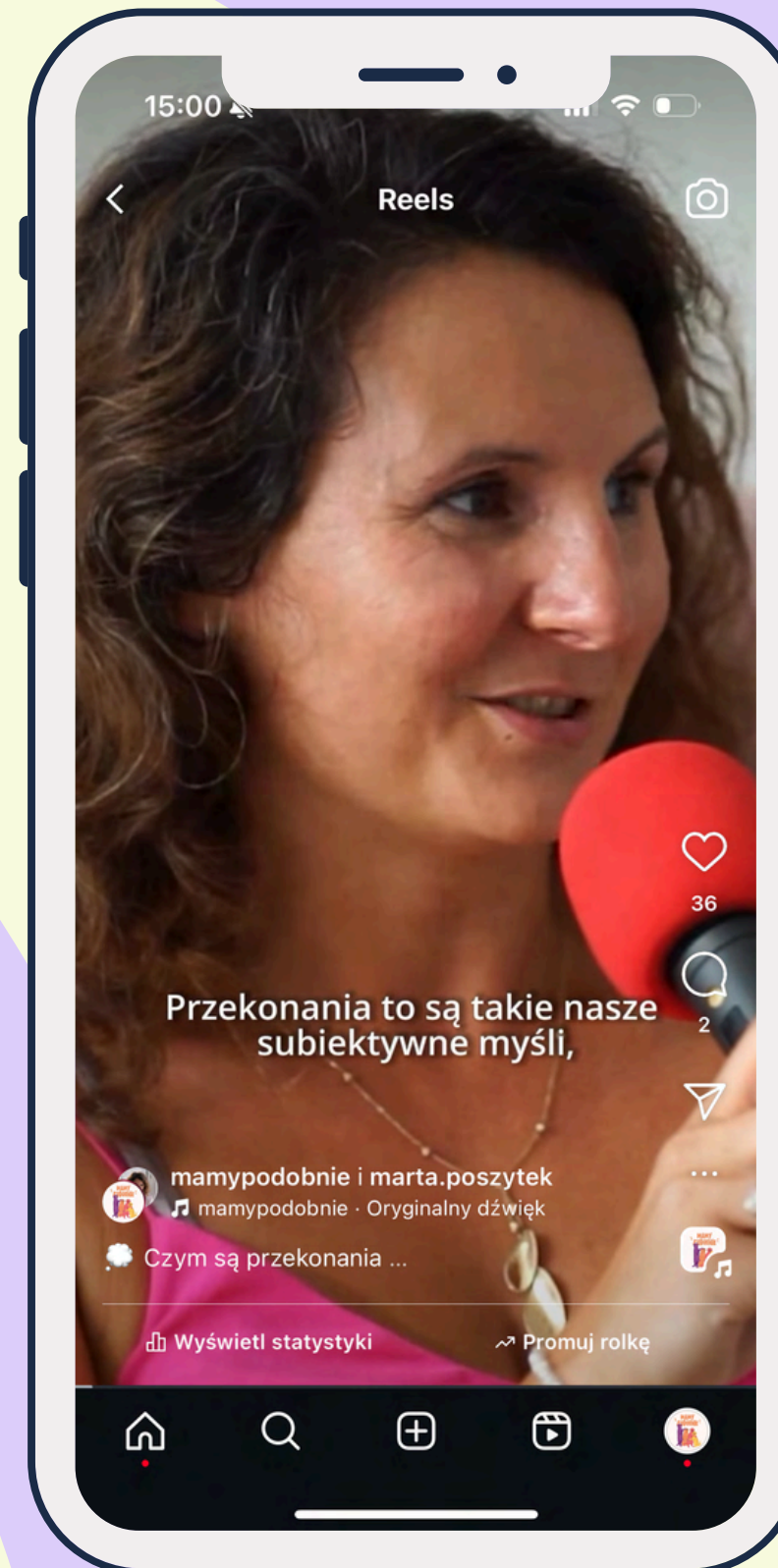
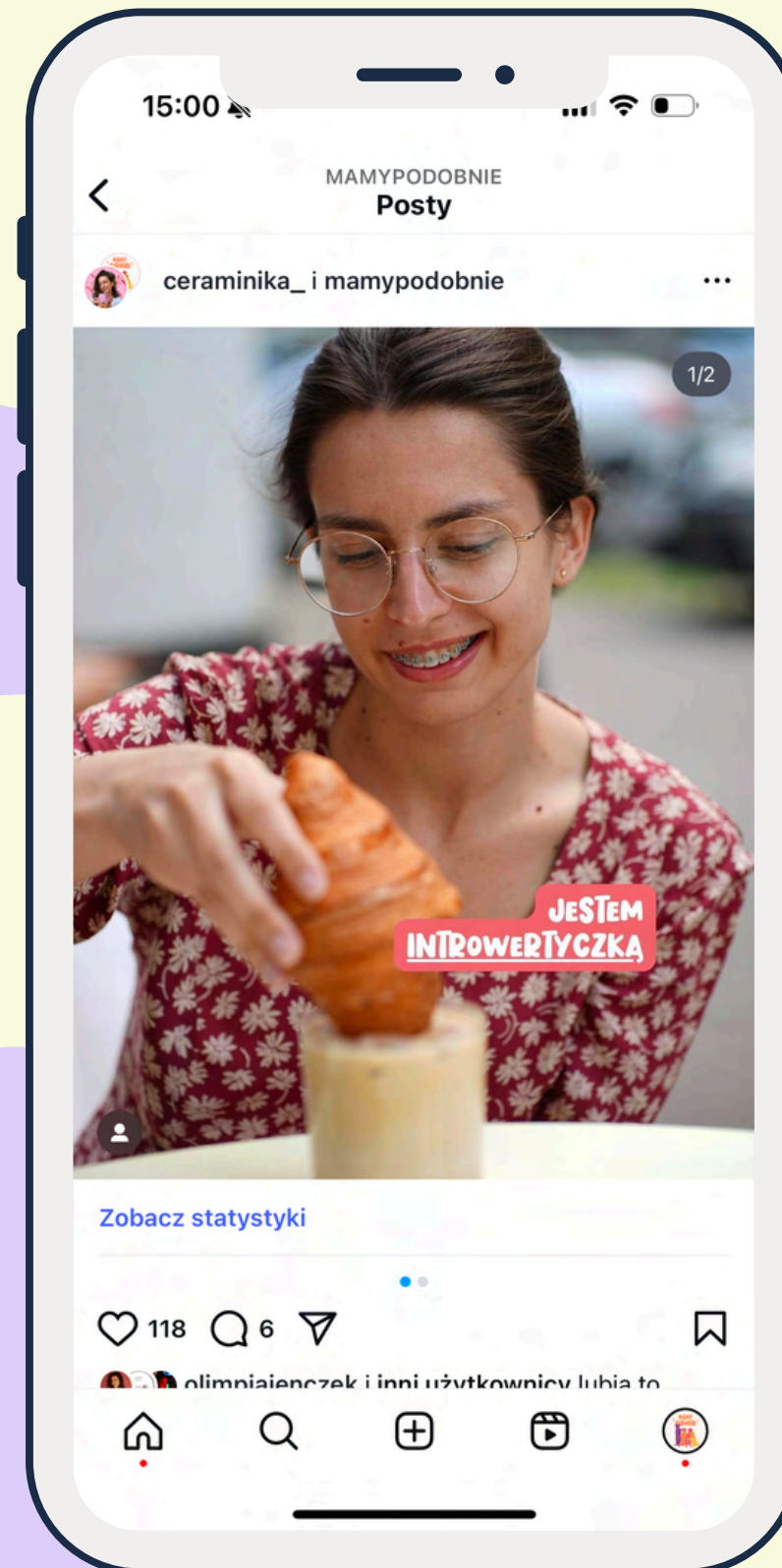
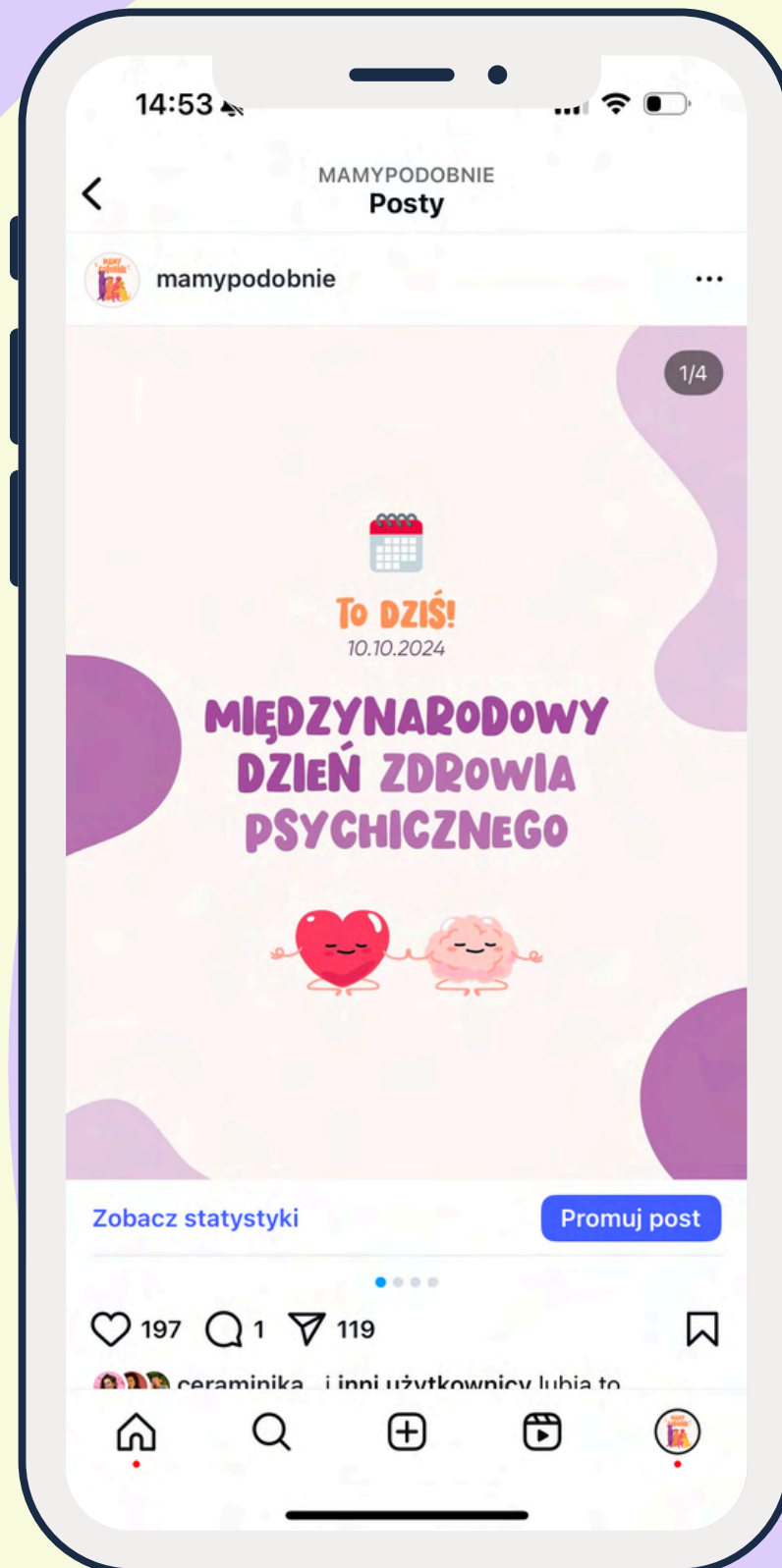
INFORMACJA



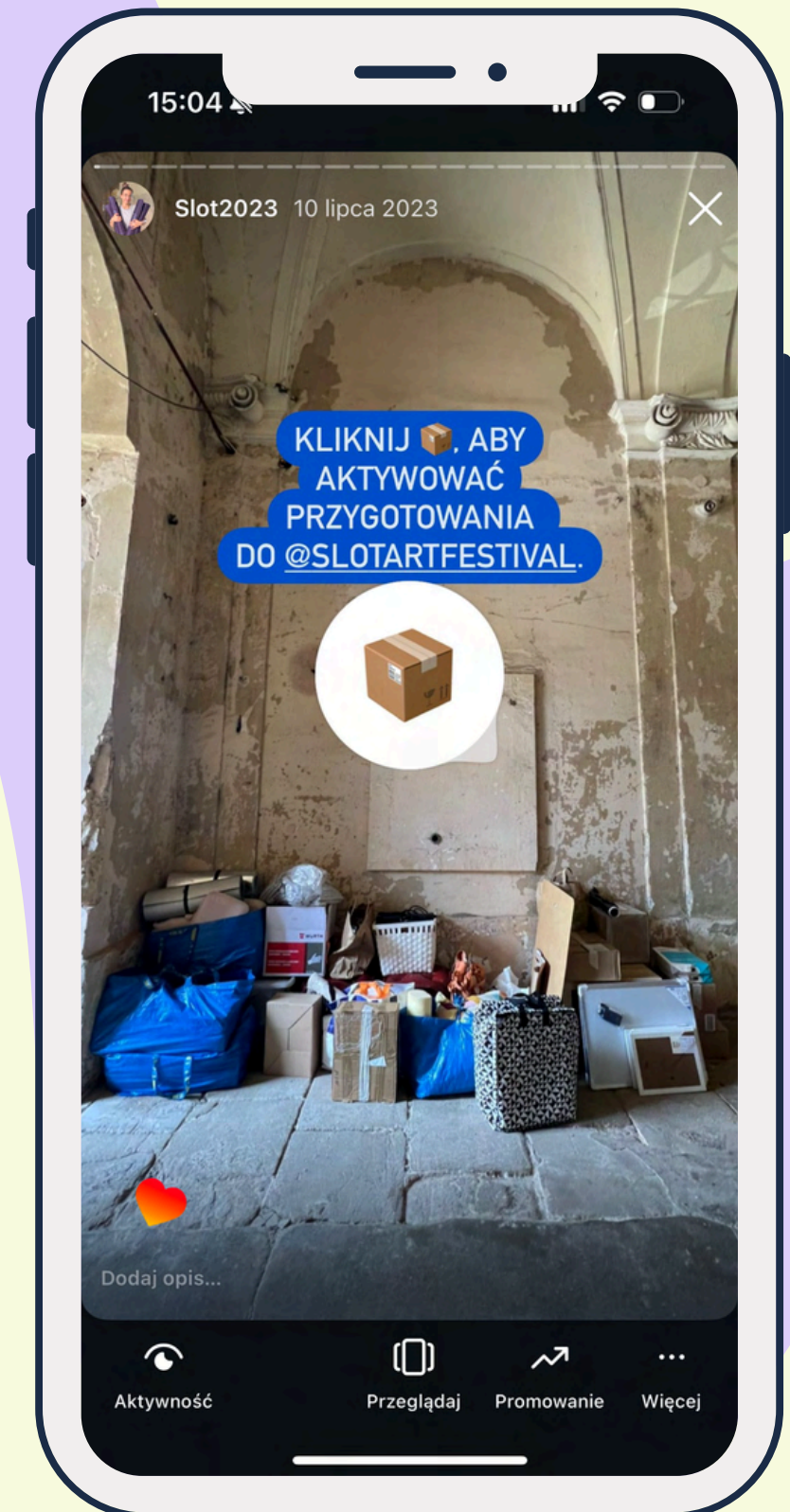
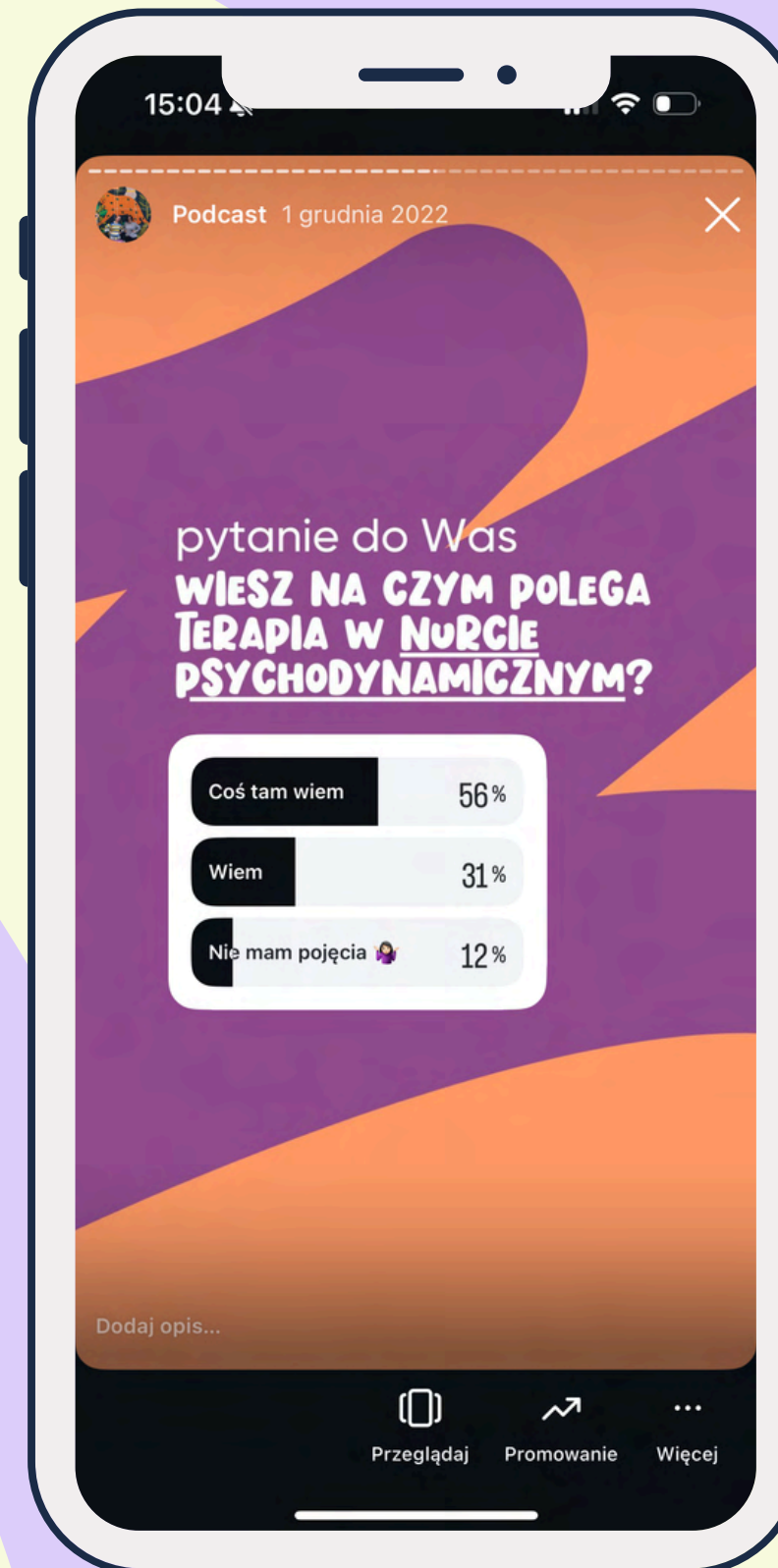
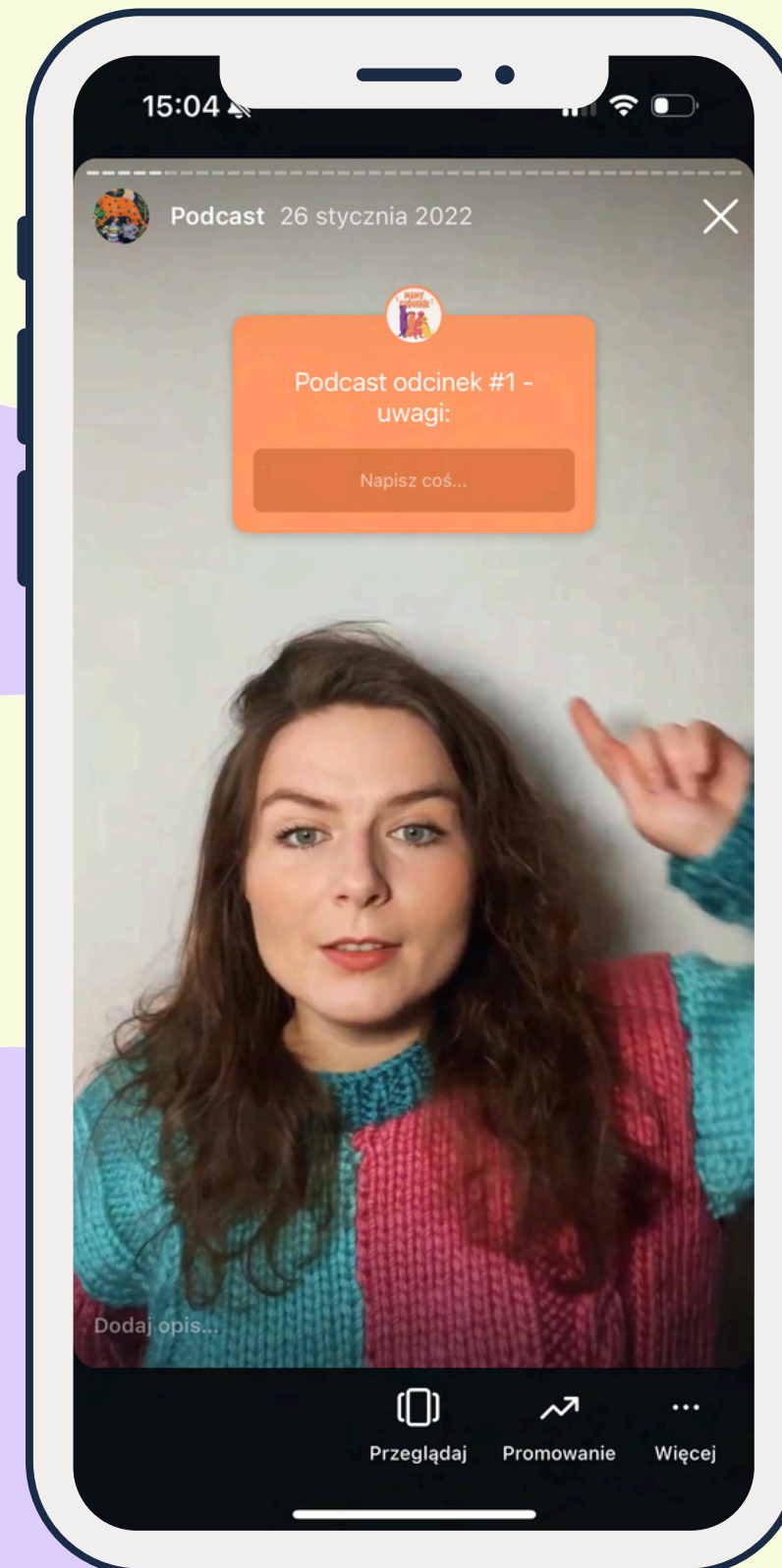
EDUKACJA



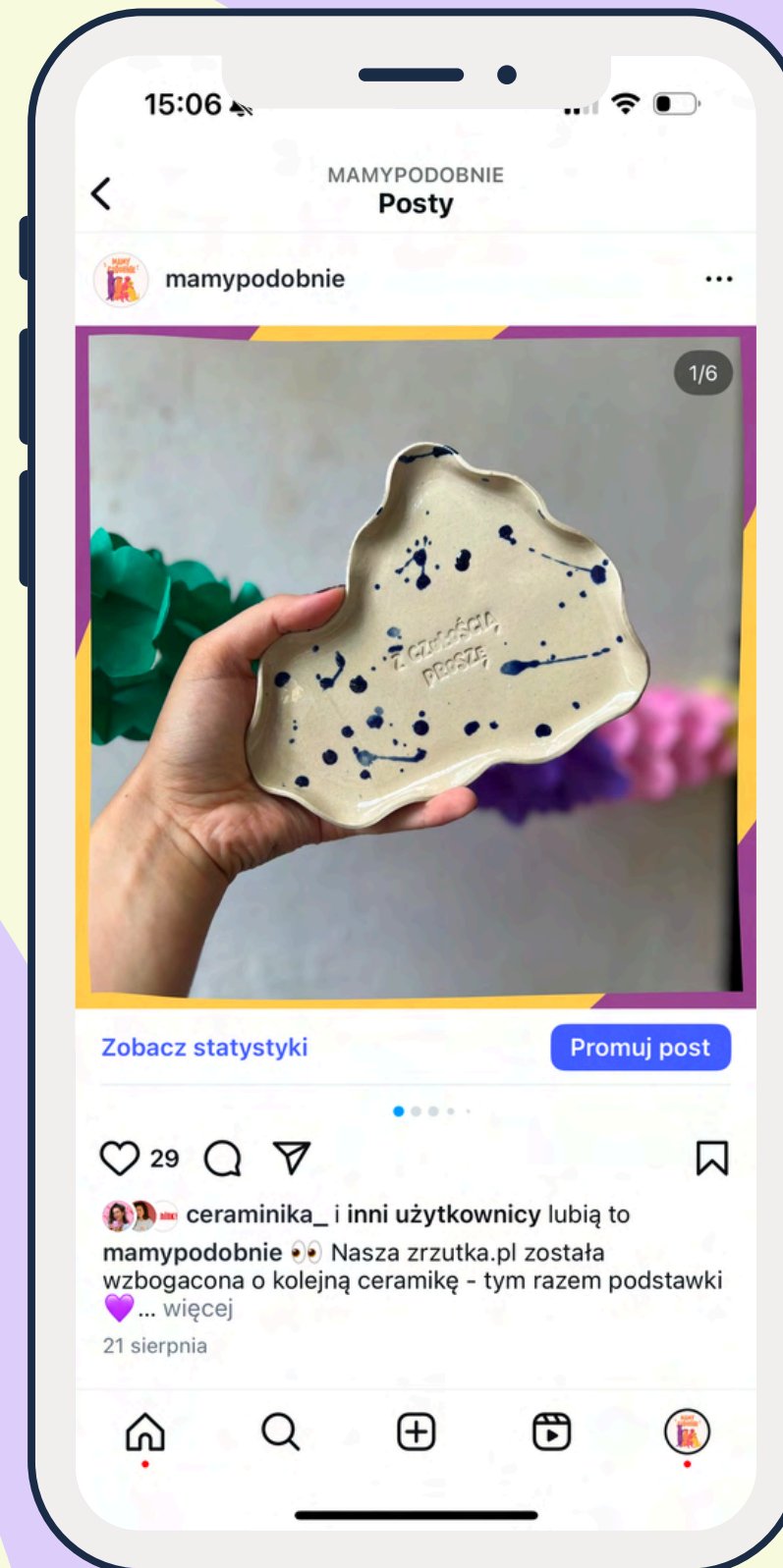
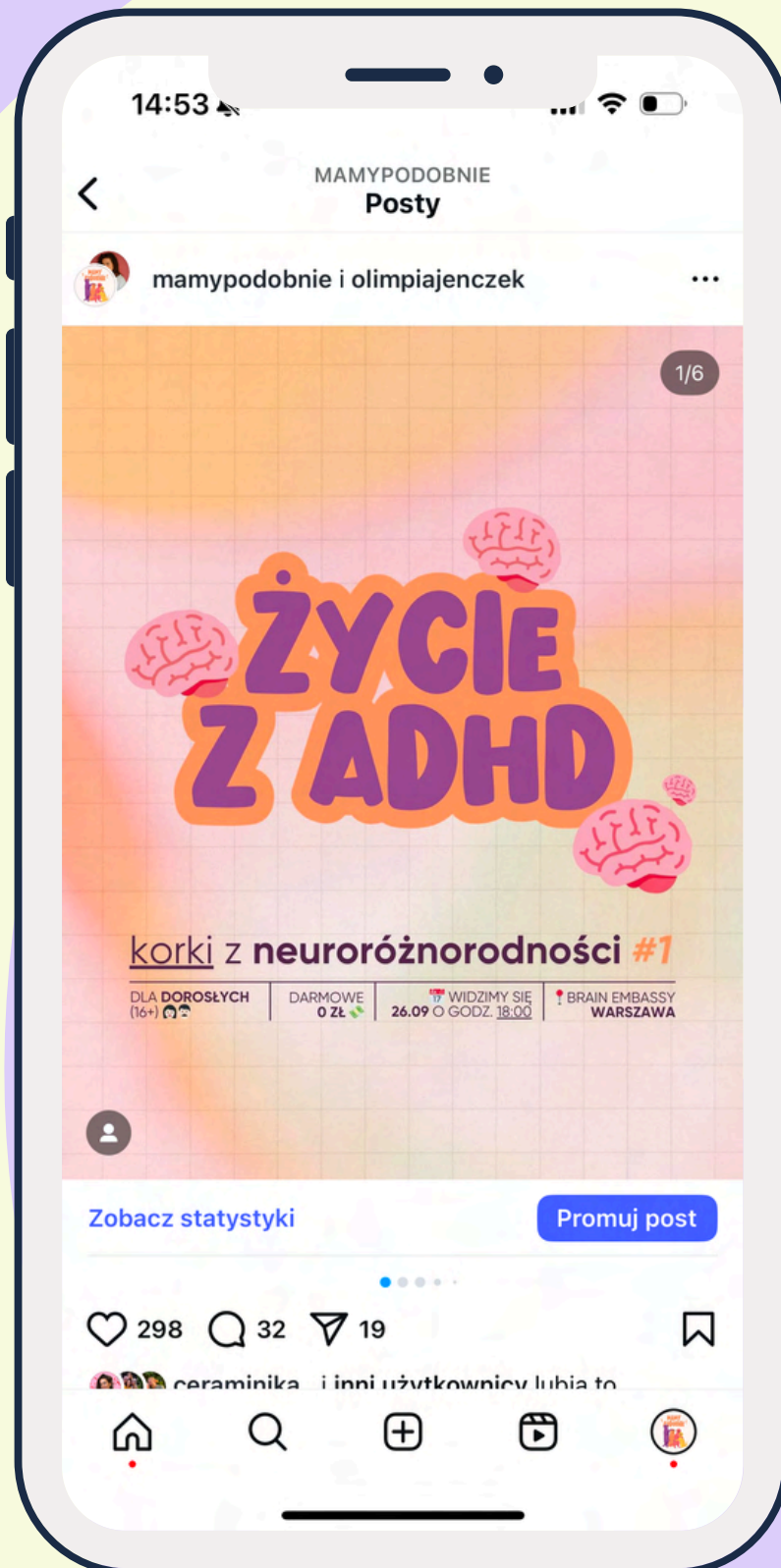
BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI



"ROZRYWKA"



SPRZEDAŻ



ZADANIE

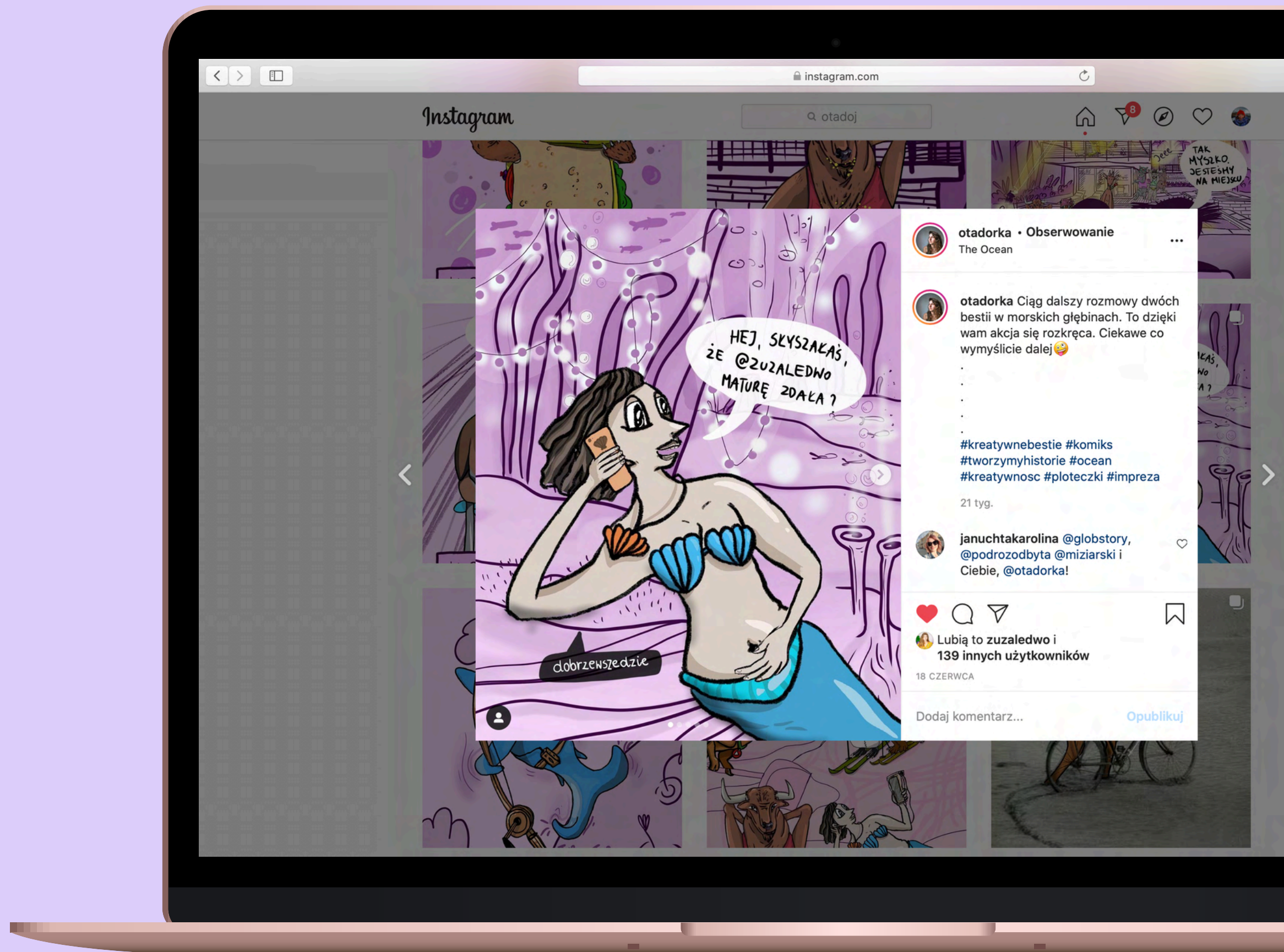
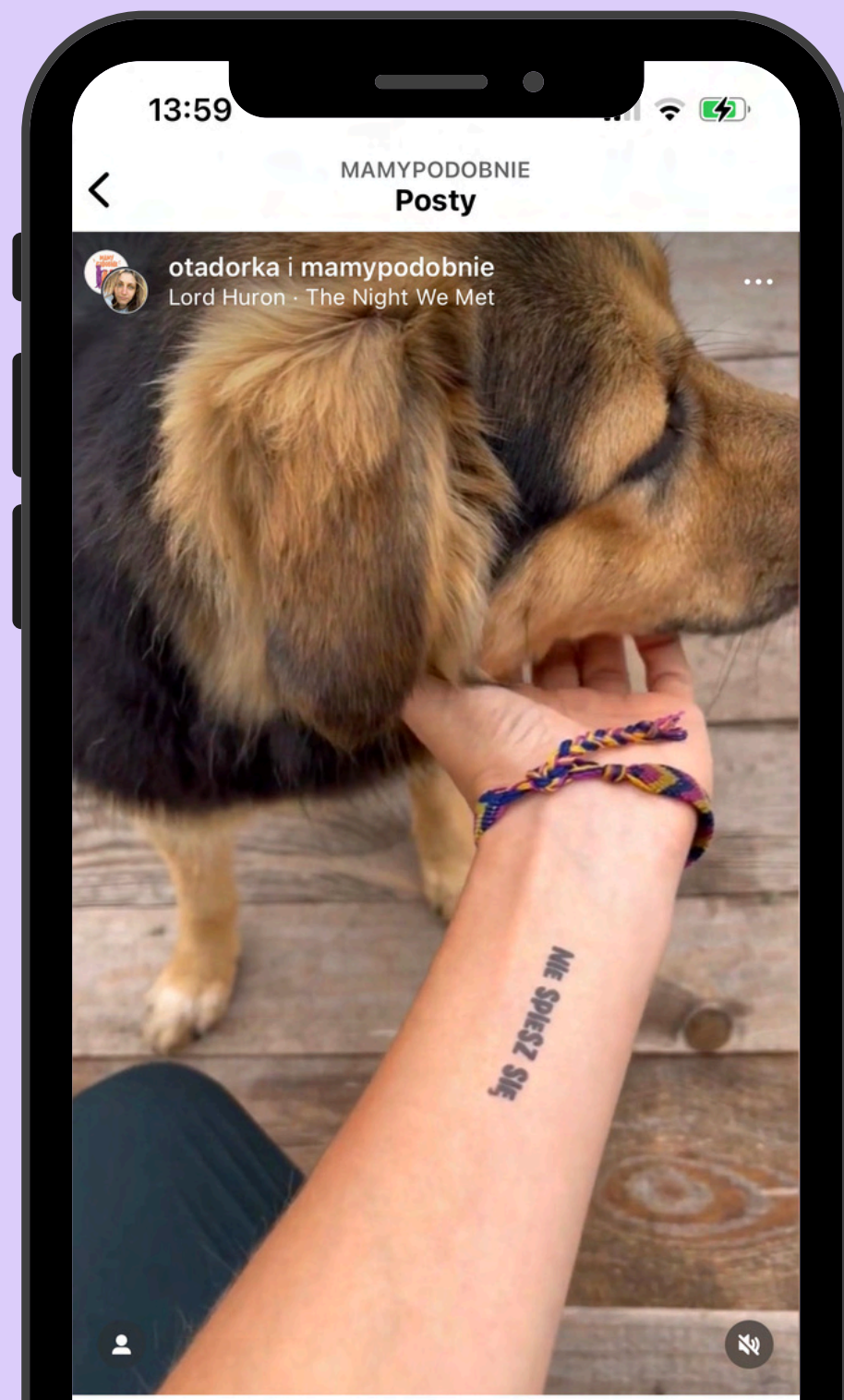
Co chcę **dać** moim fanom?

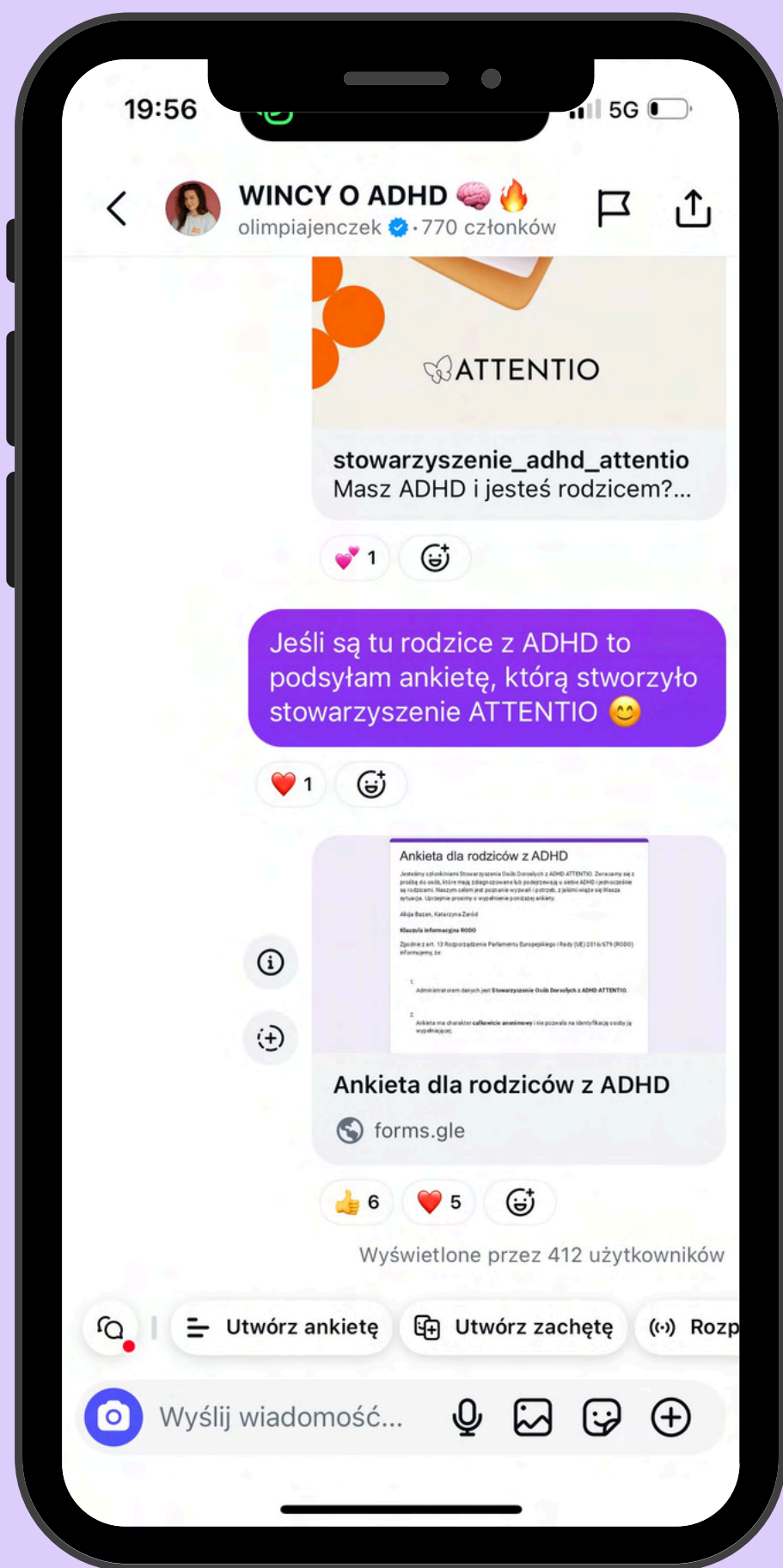
Wypisz po 3 przykłady do każdej kategorii:
informacja, edukacja, budowanie świadomości,
"rozrywka", sprzedaż



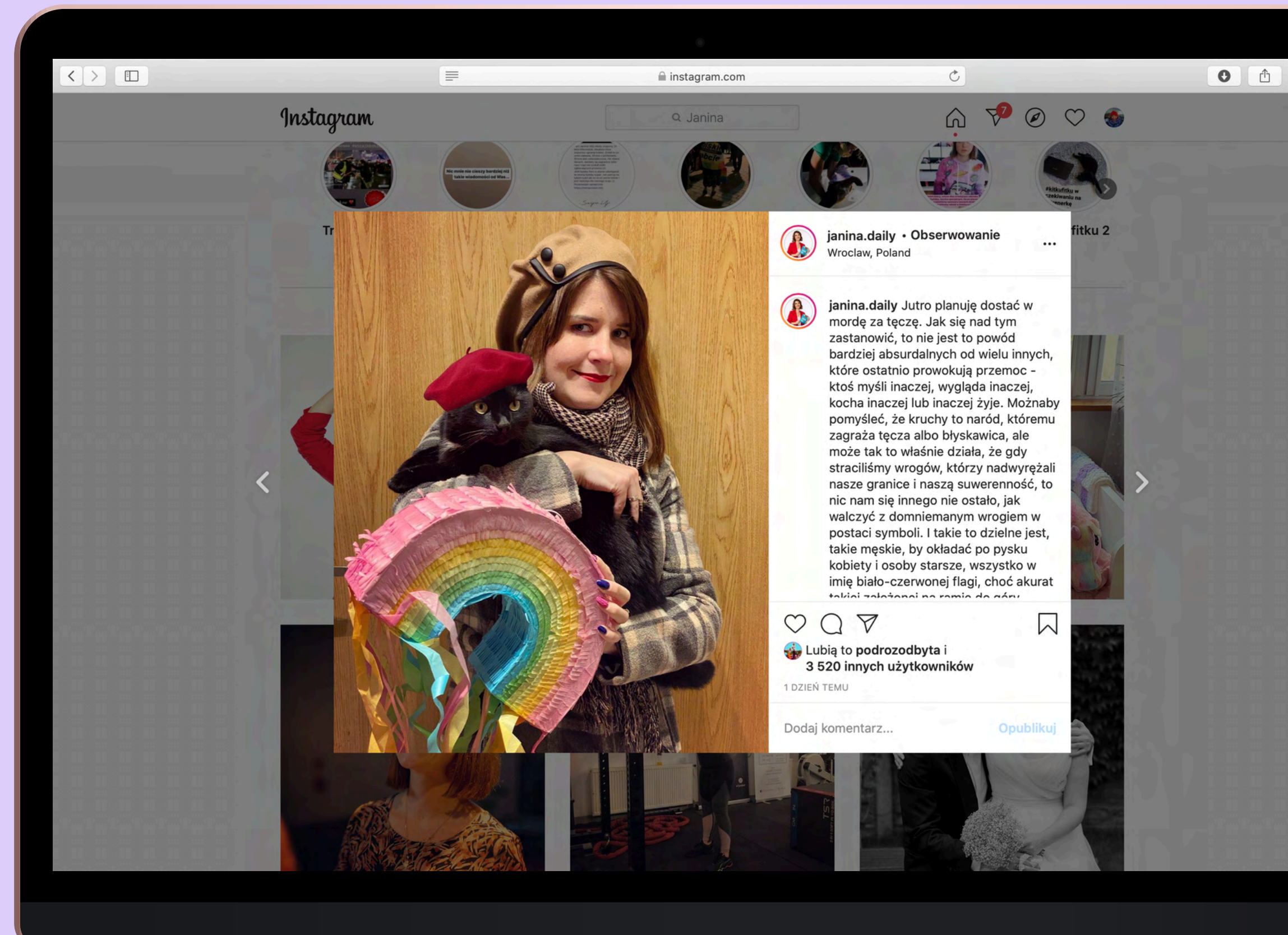
O czym musisz pamiętać?

Instagram to nie tylko
wypuszczanie treści,
to też **interakcja**.

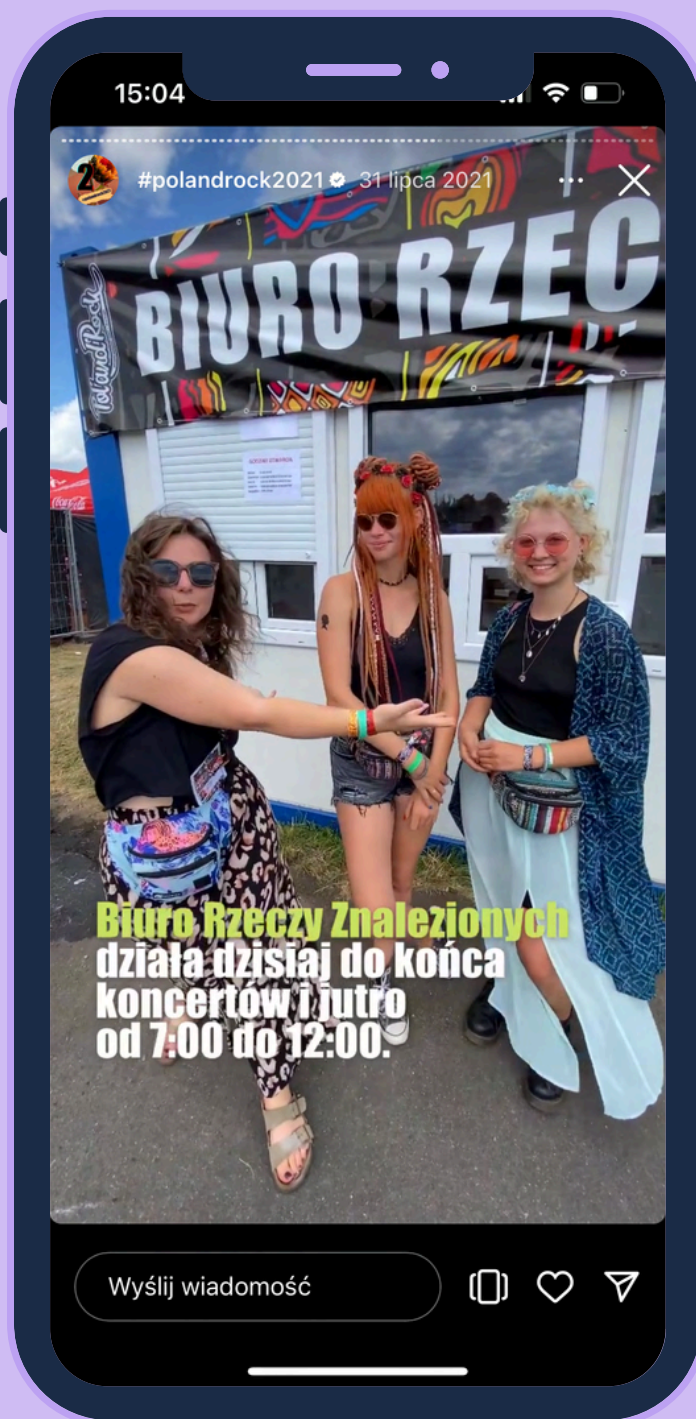
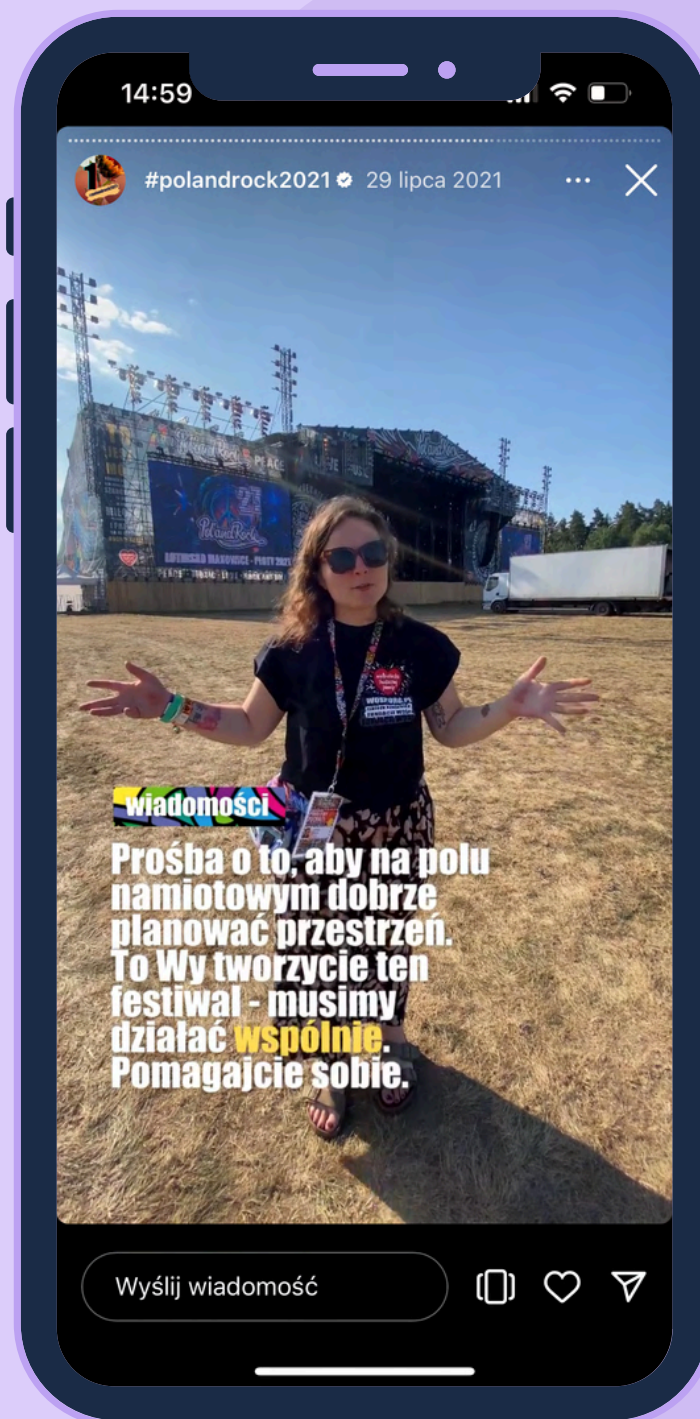


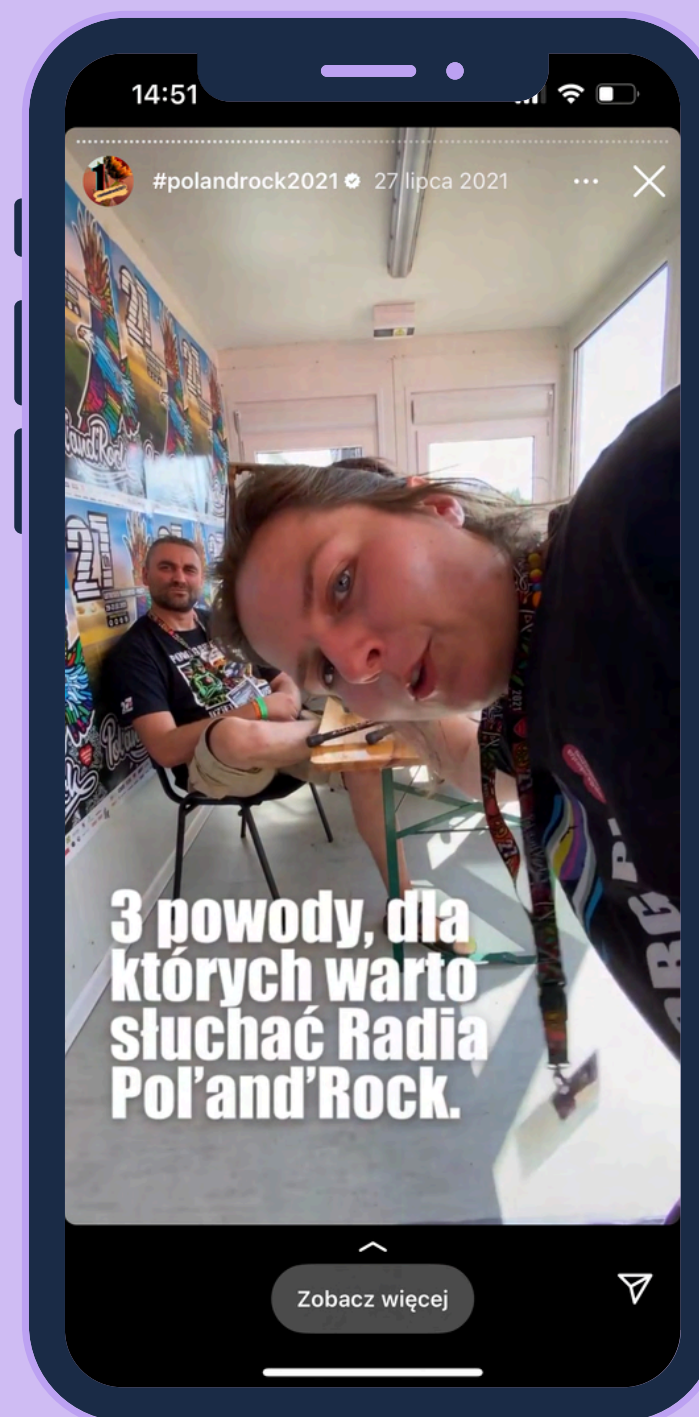
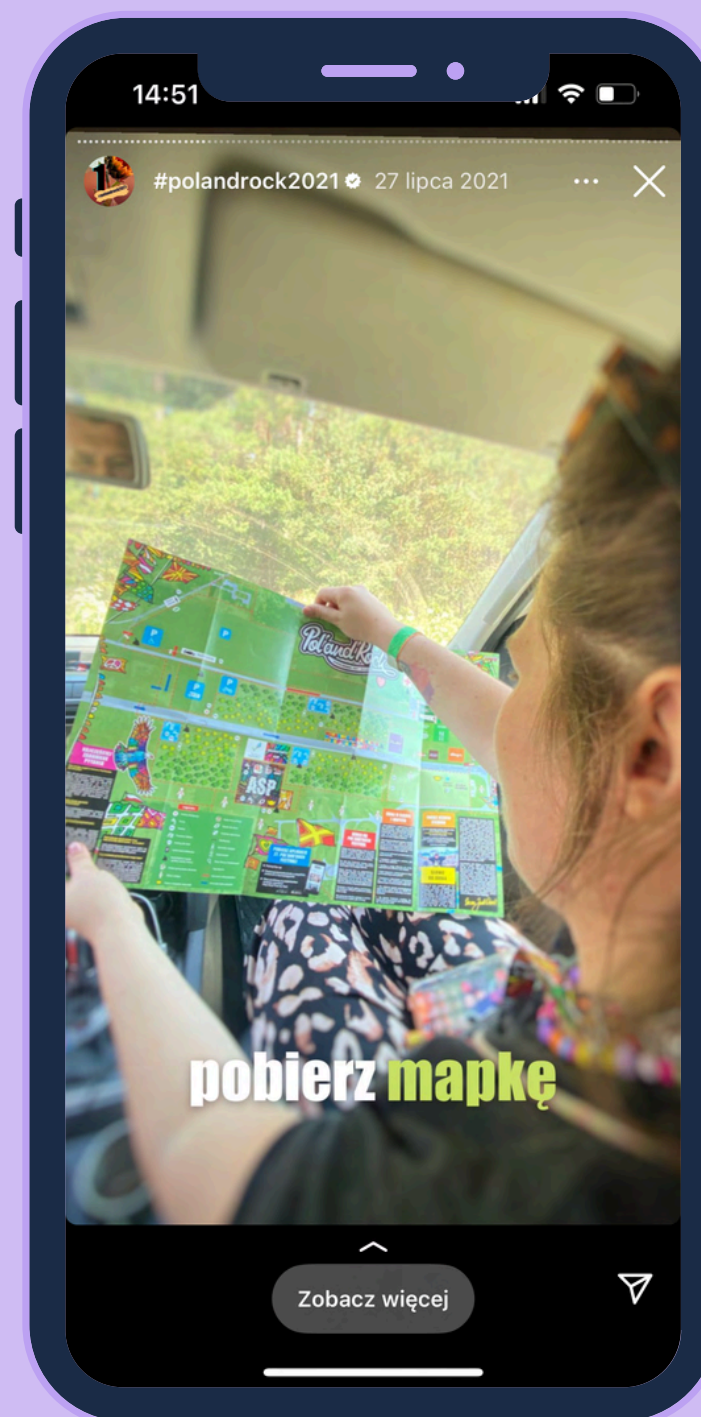
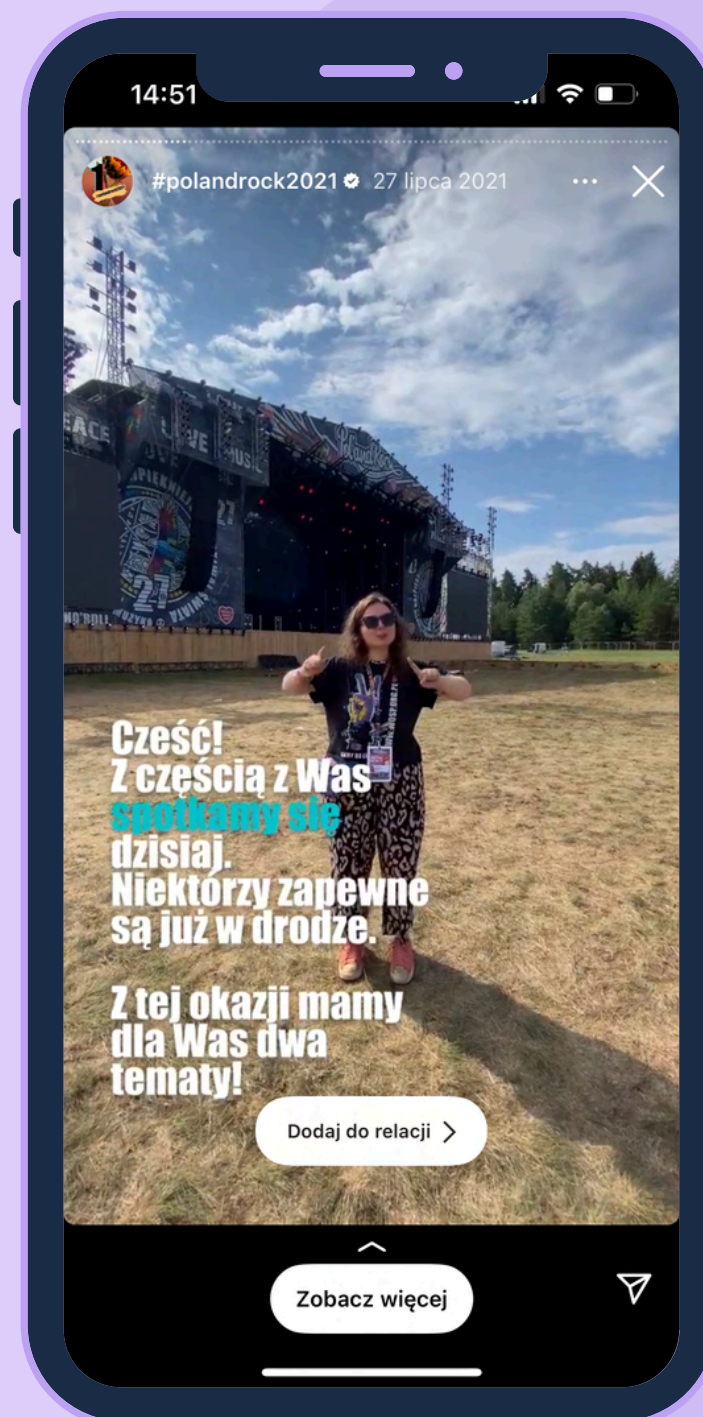


Opowiadaj historię.



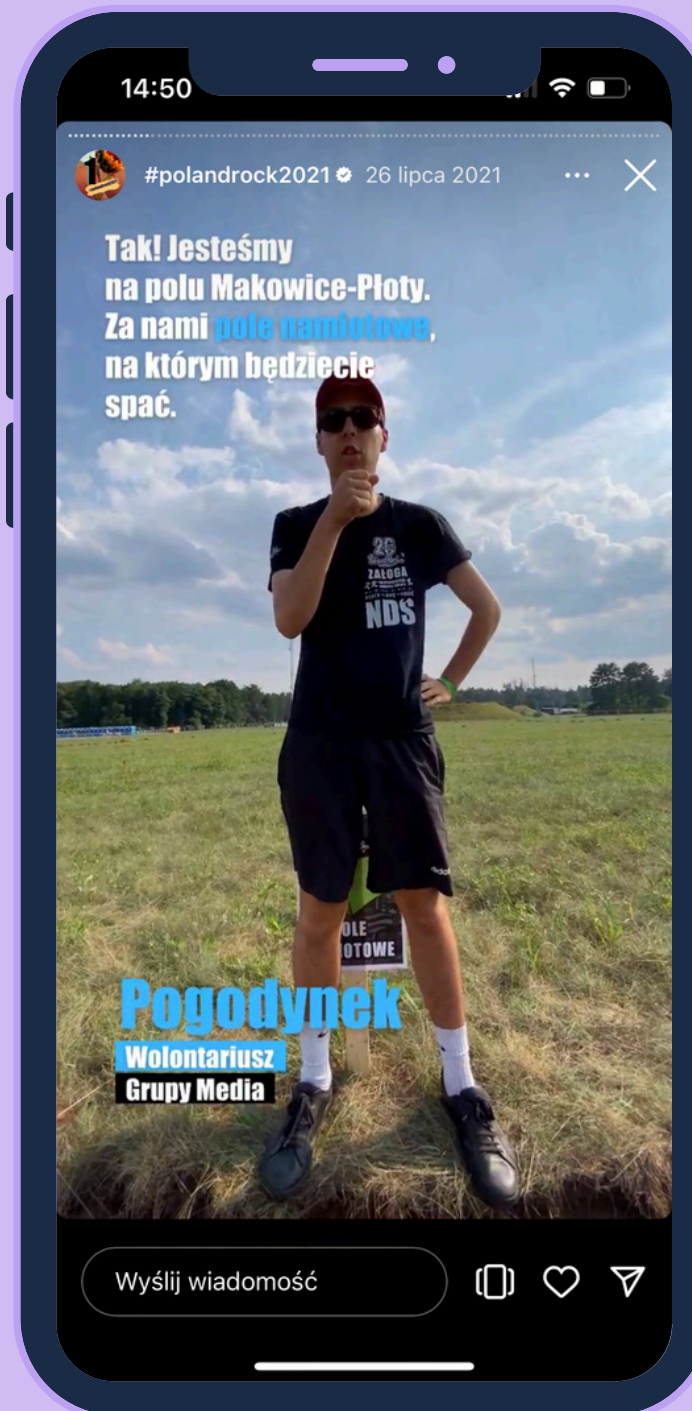
Twórz
przydatne
treści.



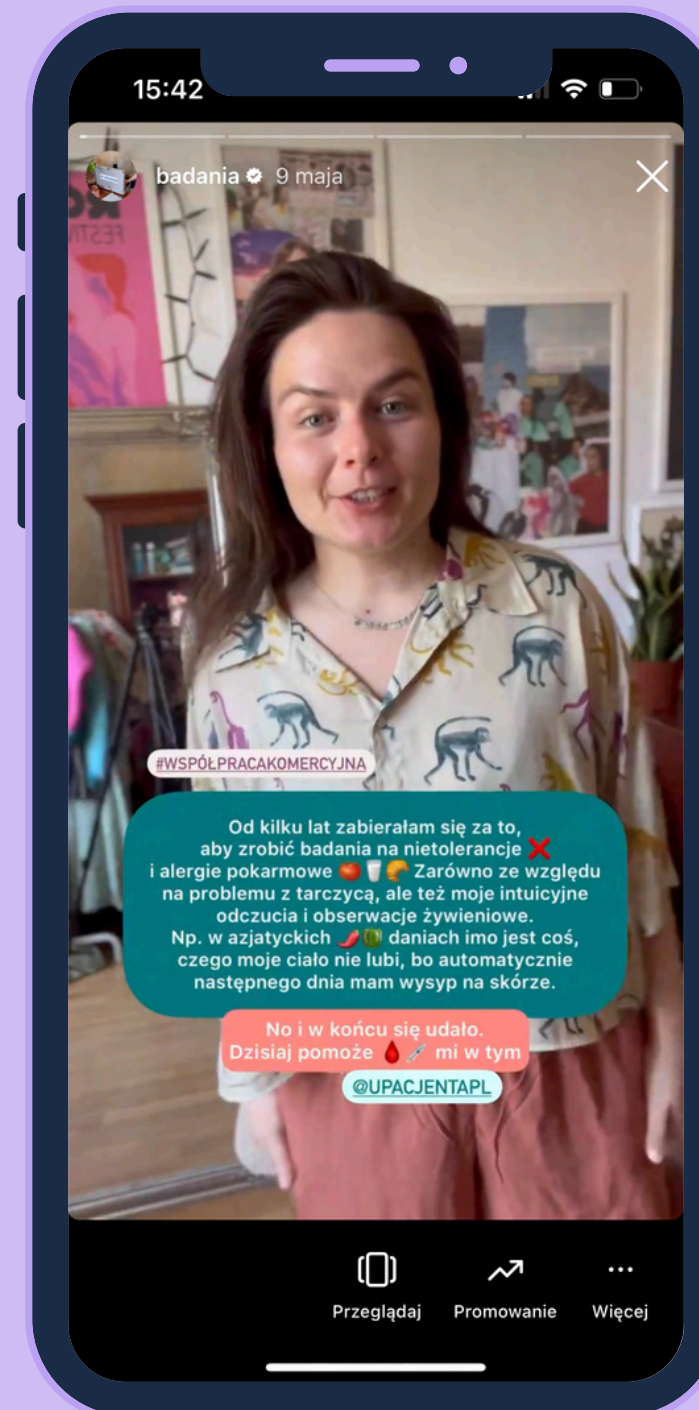
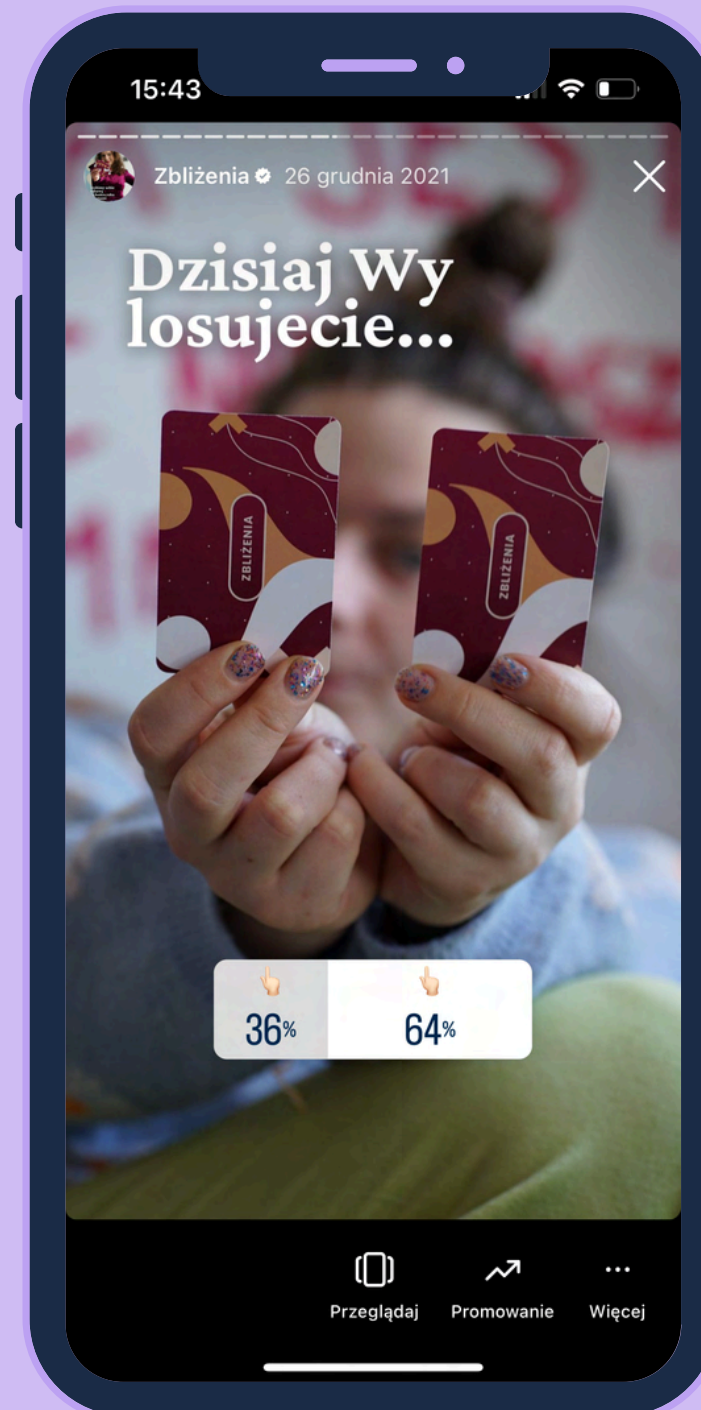
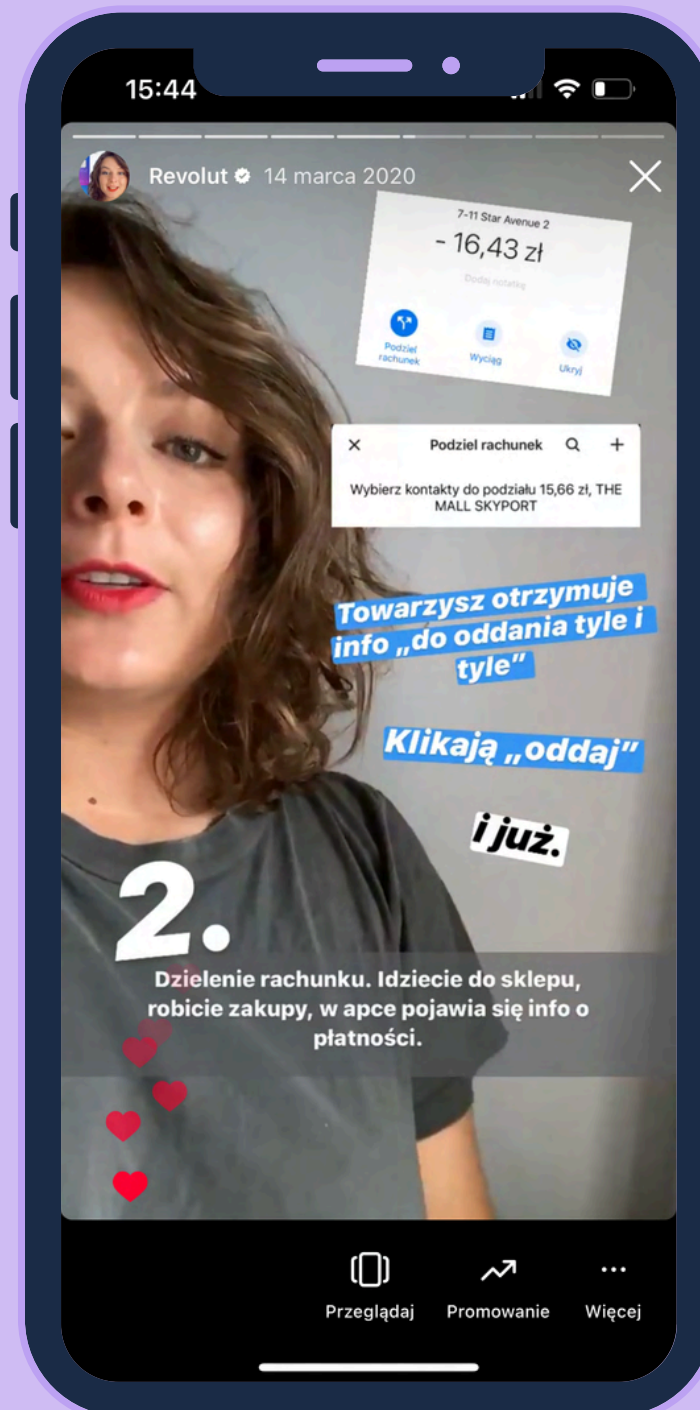


Baw się
formą komunikatu.

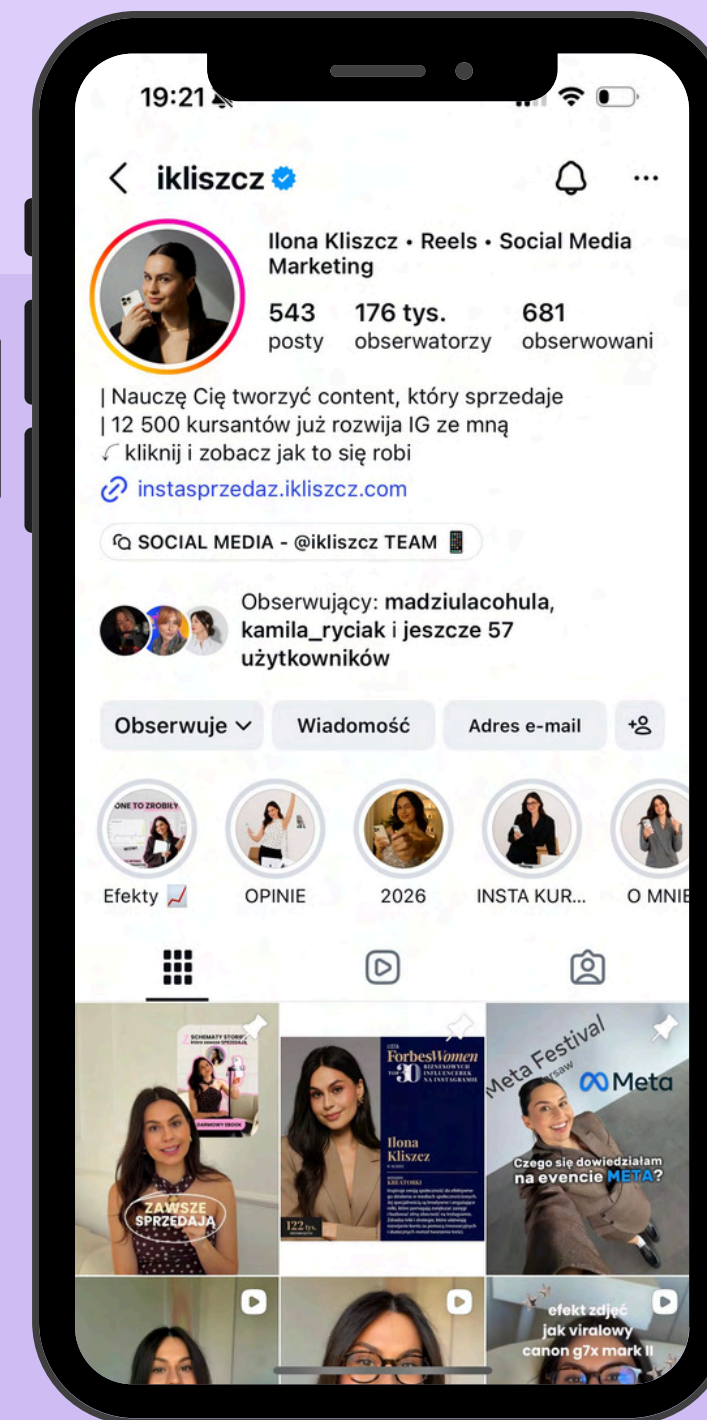
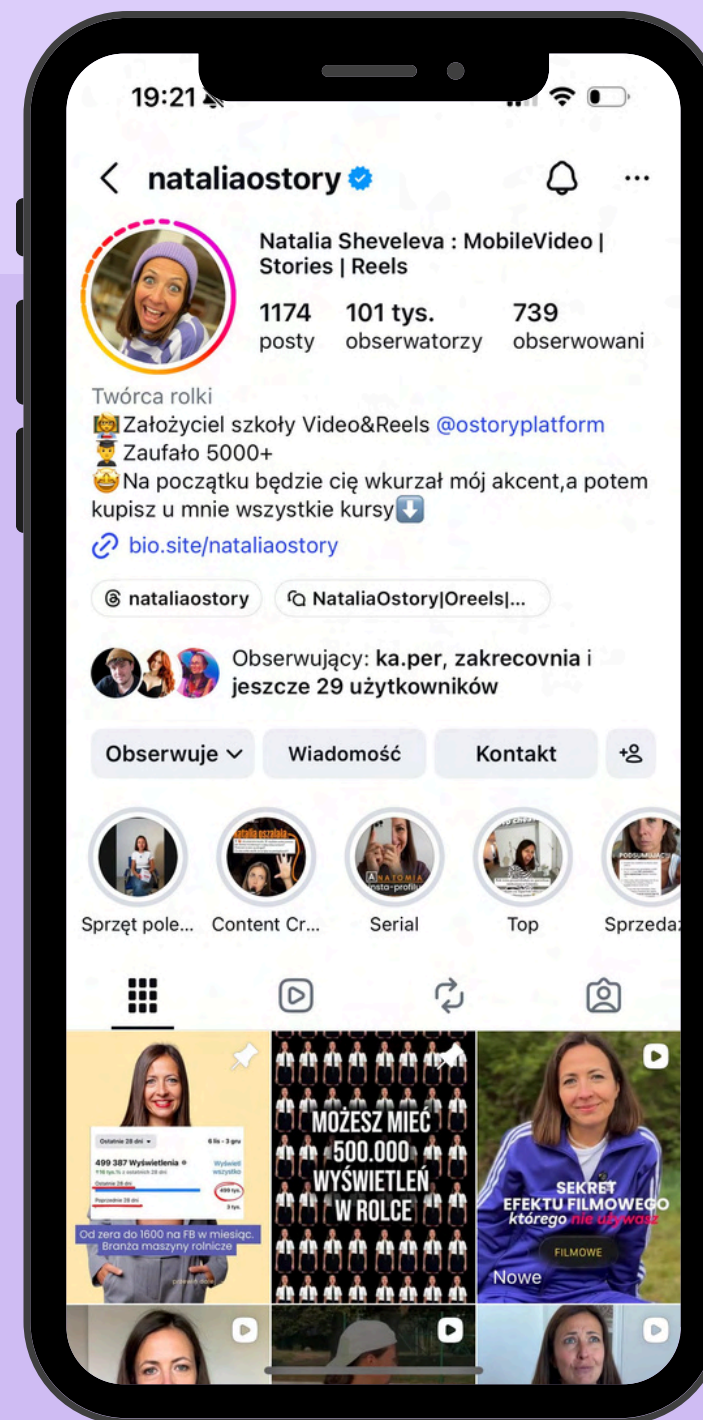
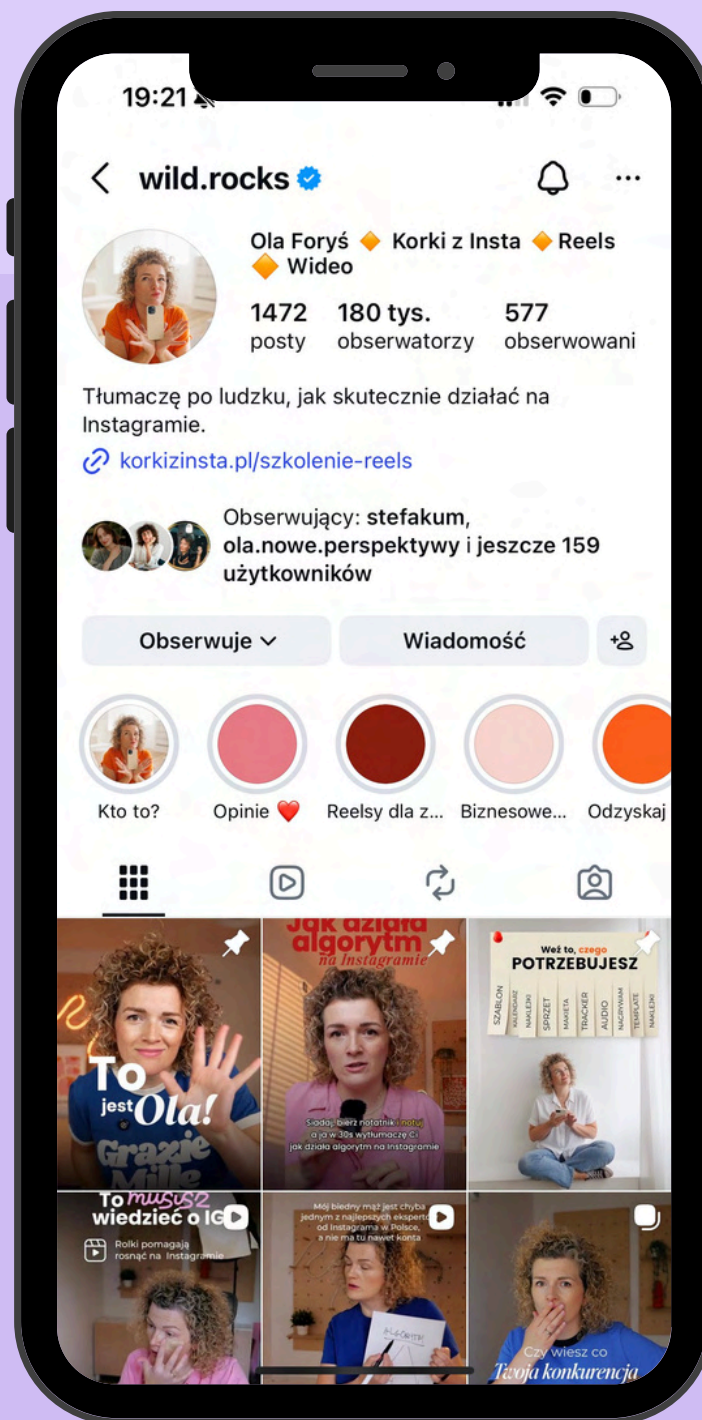
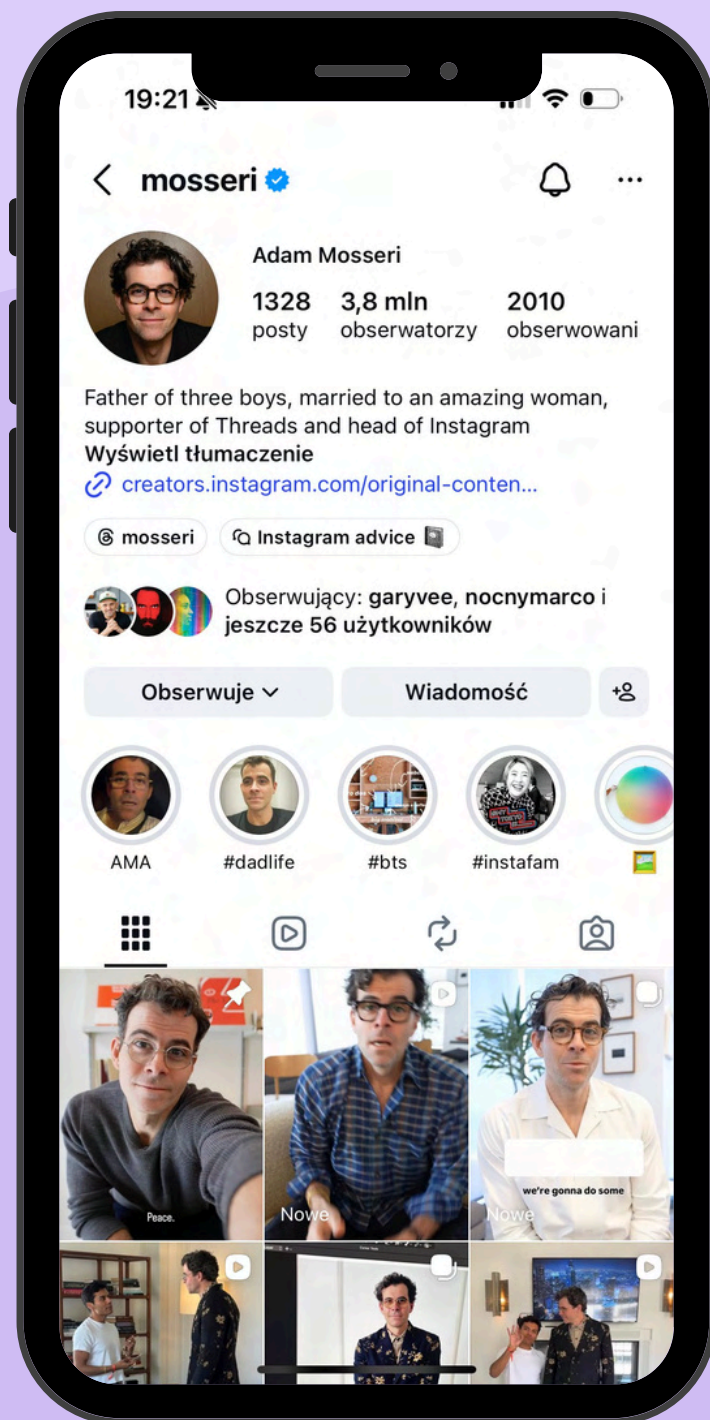
Obserwuj energię
i umiejętności
osób, z którymi
pracujesz.



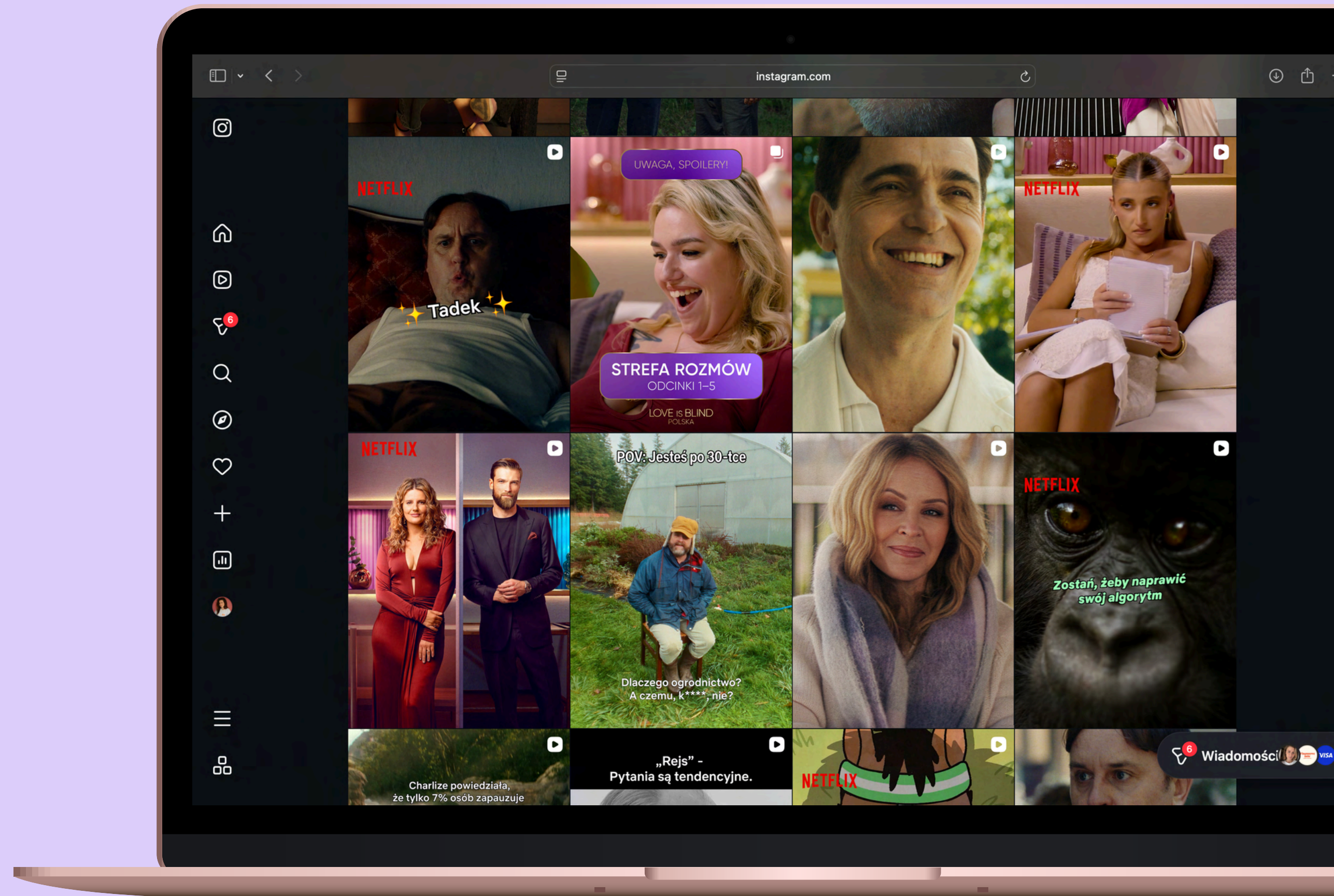
Myśl o montażu
w trakcie
nagrywek.



korzystaj z bezpłatnej wiedzy
nt. IG od innych twórców

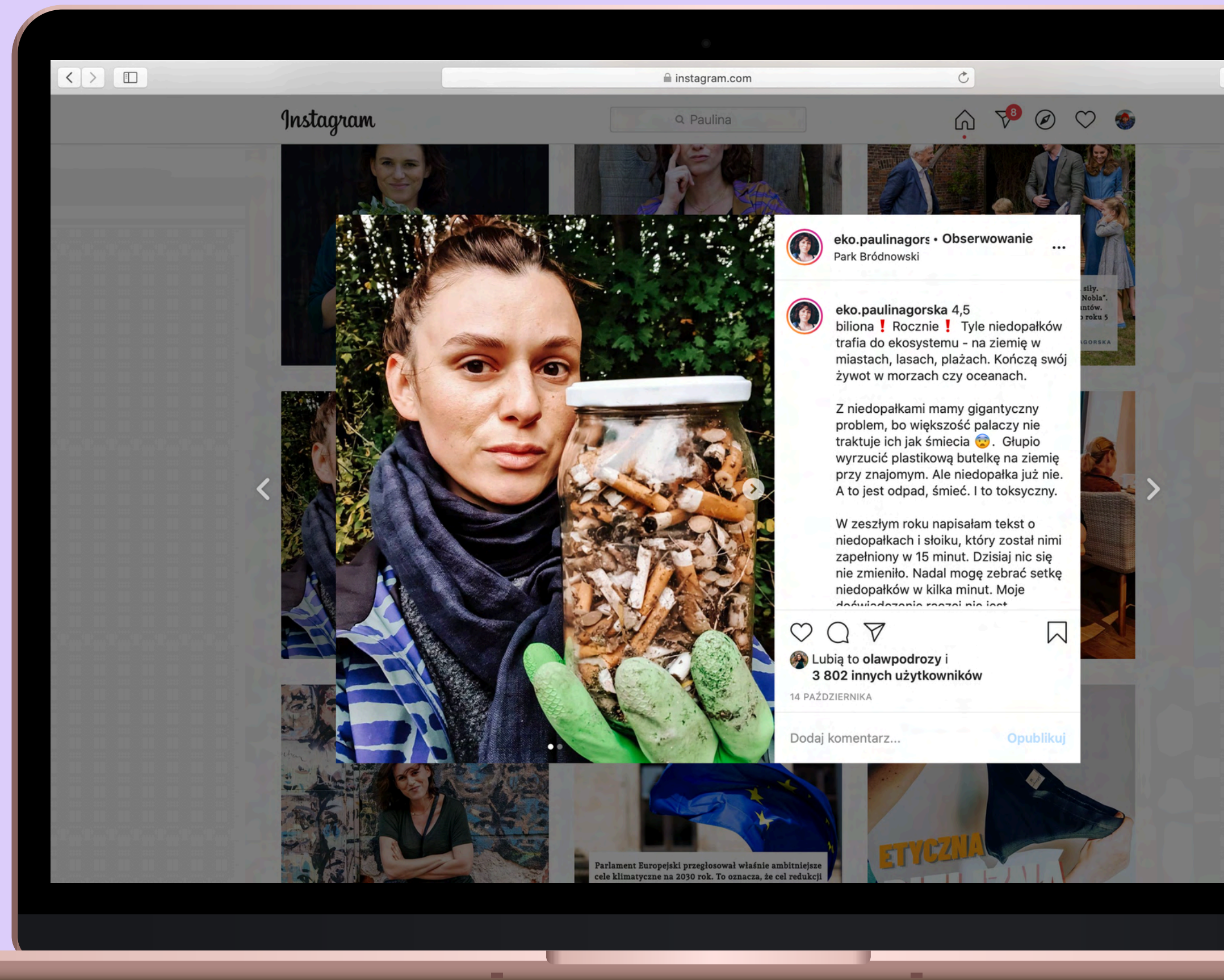


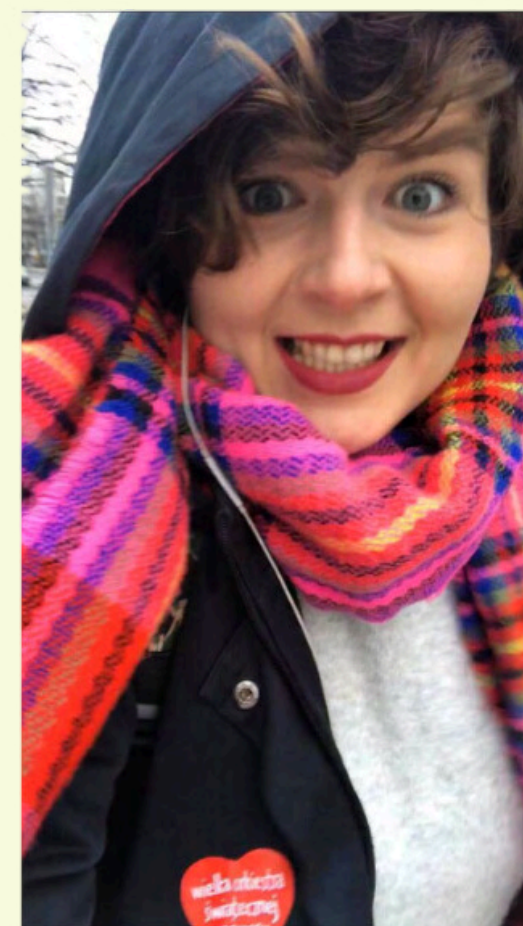
Ucz się od
@netflixpl

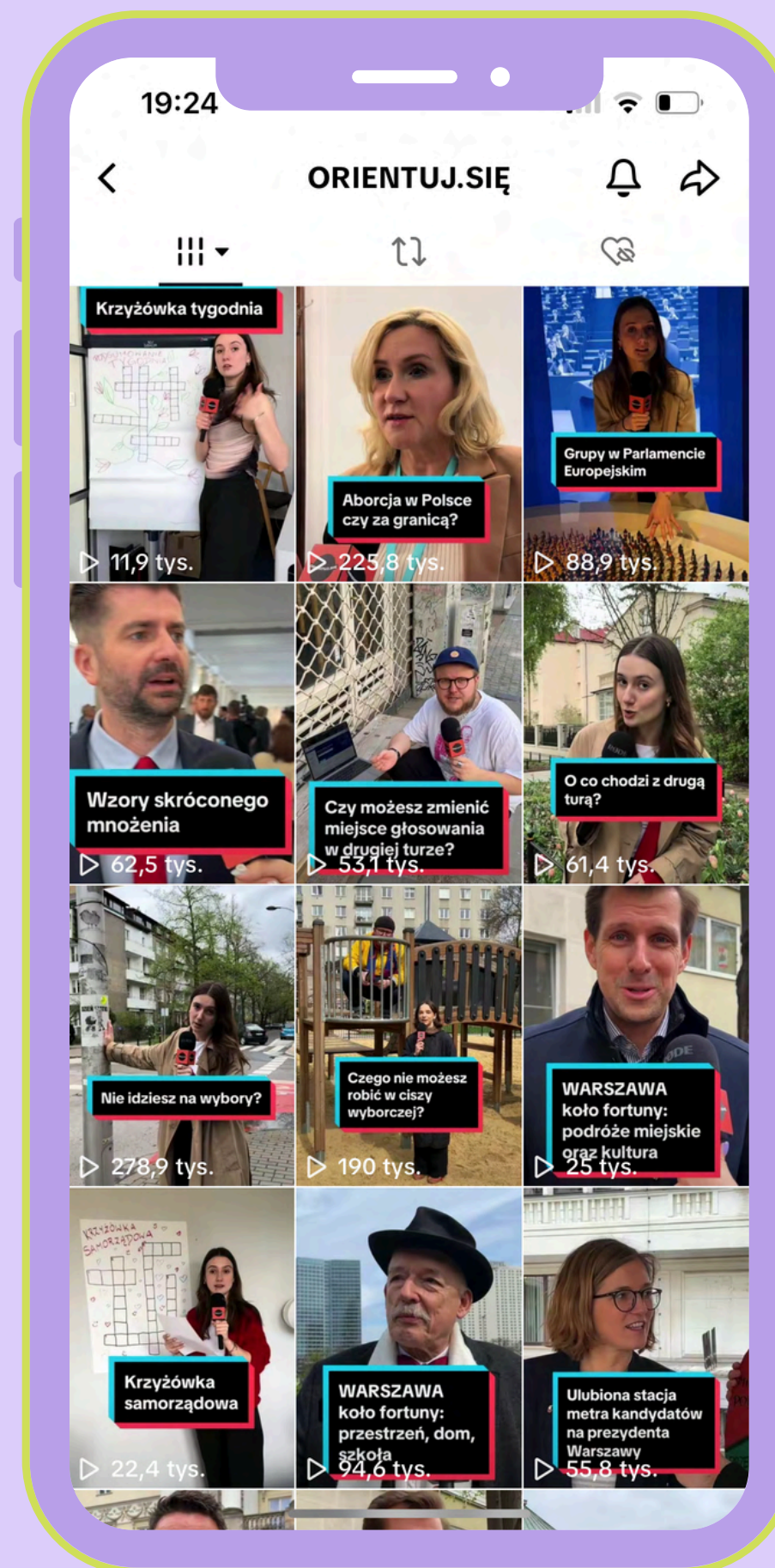
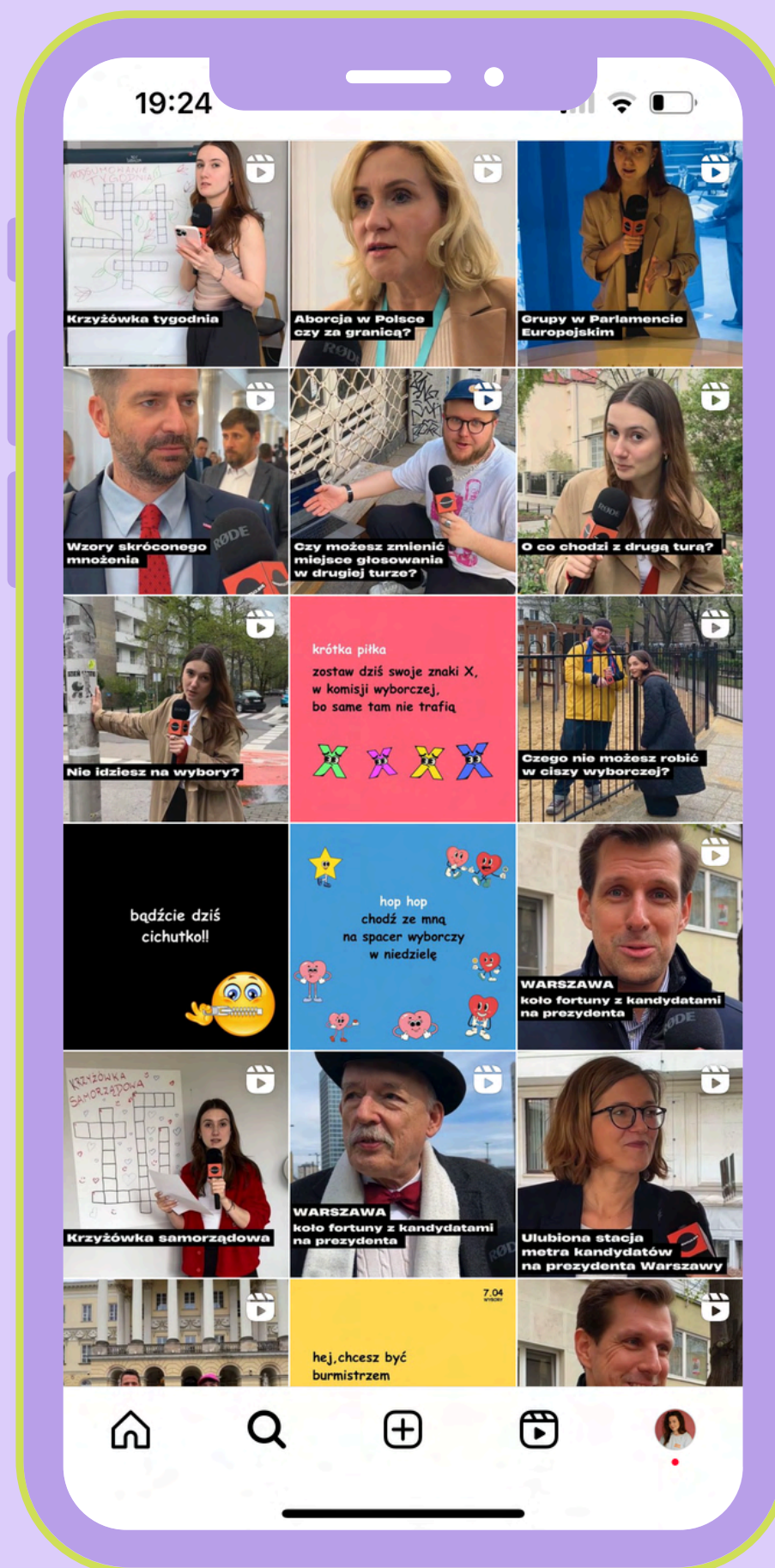


Przekaz i wartości

- zachowaj **spójność**.







to narzędzie
(jeszcze)
do budowania zasięgów.

ilość obserwujących
zaangażowanie

**JAKI PROFIL NAJCZĘŚCIEJ
OGLĄDASZ W SOCIAL MEDIA?**

Wejdź na ten profil
i przeanalizuj, co sprawia,
że go oglądasz i się angażujesz.

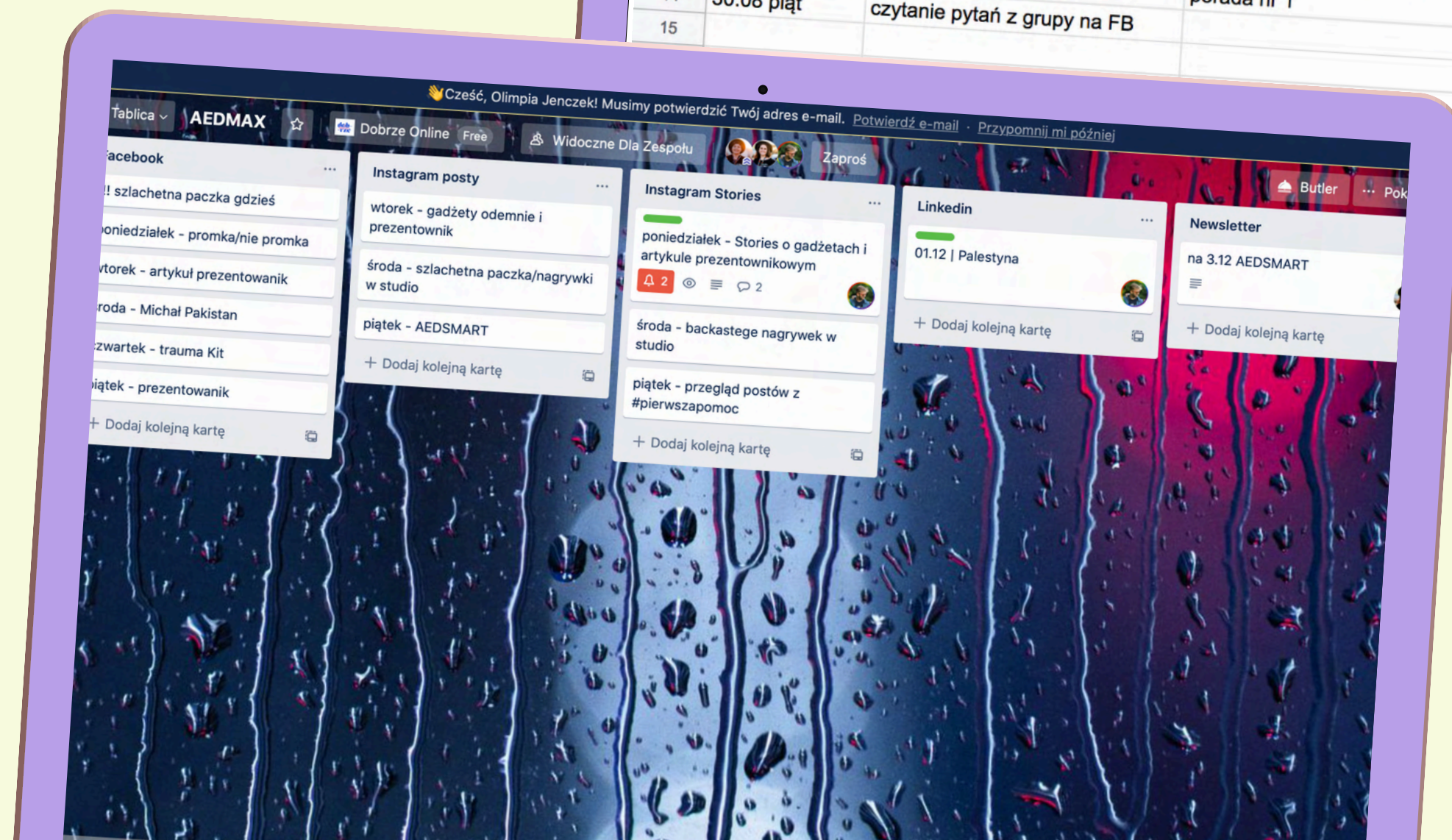
A photograph of three people in a meeting. A man with curly hair and a beard, wearing a green jacket, sits on the left holding a notebook. A woman with long blonde hair, wearing a blue and white striped shirt, sits in the middle, gesturing with her hand. A man with dark hair, wearing a light blue sweater, sits on the right, seen from the back. They are gathered around a green table with a laptop and a white mug. The background features a red wall with a microphone on a stand, a colorful abstract painting, and a window with curtains. The word 'planowanie' is overlaid in a large, yellow, rounded font.

planowanie

harmonogram

- _Trello
- _mail
- _kartka papieru
- _Excel
- _kalendarz

	A	B	
1	dzień	temat	opis dodatkowy
2	9.08 piąt	Ile osób korzysta, ile się zastanawia jeszcze	w tym stories, chciałabym zbadać z kim obserwują bo się zastanawiają, do dziew to będzie takie Stories składające się z pokazywałam im kubeczki na Woodzie, sprawach, że sama zaczęłam stosować
3			
4	12.08 ponie	Jak dobrać rozmiar kubeczka?	
5	14.08 środ	opinie	
6	15.08 piąt	czytanie pytań z grupy na FB	plansze z opiniami o Waszych produktach
7			Pokazanie, że jest taka grupa i wyciągni
8	19.08 ponie	Jakie są sposoby na aplikację kubeczka?	
9	21.08 środ	polecajka/przegląd profili o tematyce ciałopozytywności	pokazanie, jak umiejscowić kubeczek i że
10	23.08 piąt	opinie	to stories po to, aby repostowały te profile
11			
12	26.08 ponie	Jakie są sposoby na aplikację kubeczka?	
13	28.08 środ	Jak dbać o kubeczek?	pokazanie pierwszej metody - typu C
14	30.08 piąt	czytanie pytań z grupy na FB	porada nr 1
15			



ZADANIE DOMOWE

Wybierz dowolne narzędzie i stwórz dla swojej marki **harmonogram komunikacji** na najbliższy tydzień.

video



Zanim wciśniesz REC:

ustal cel i grupę odbiorców



Dlaczego musisz znać cel?



Bo jeśli film ma kilka celów – odbiorca nie wie, o co chodzi.



Bo każdy cel wymaga innego tonu, formatu, długości, montażu i CTA.



Bo bez celu tworzysz „ładne, ale bez sensu” – a to nie działa.



Dlaczego musisz znać odbiorcę?



Bo nie tworzysz dla siebie.
To, co Tobie się podoba, nie zawsze trafi do Twojej grupy. Mów językiem widza, nie swoim.



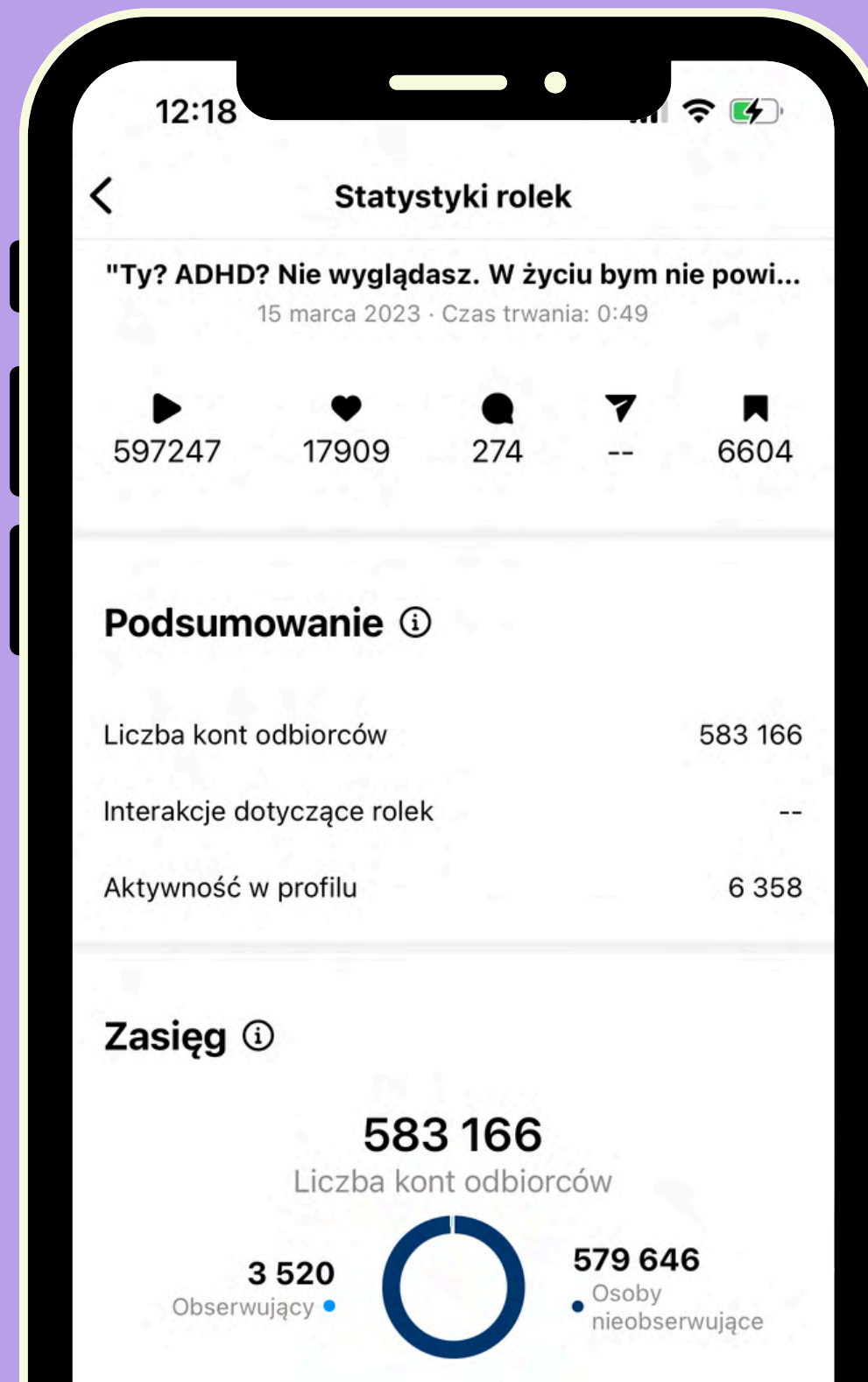
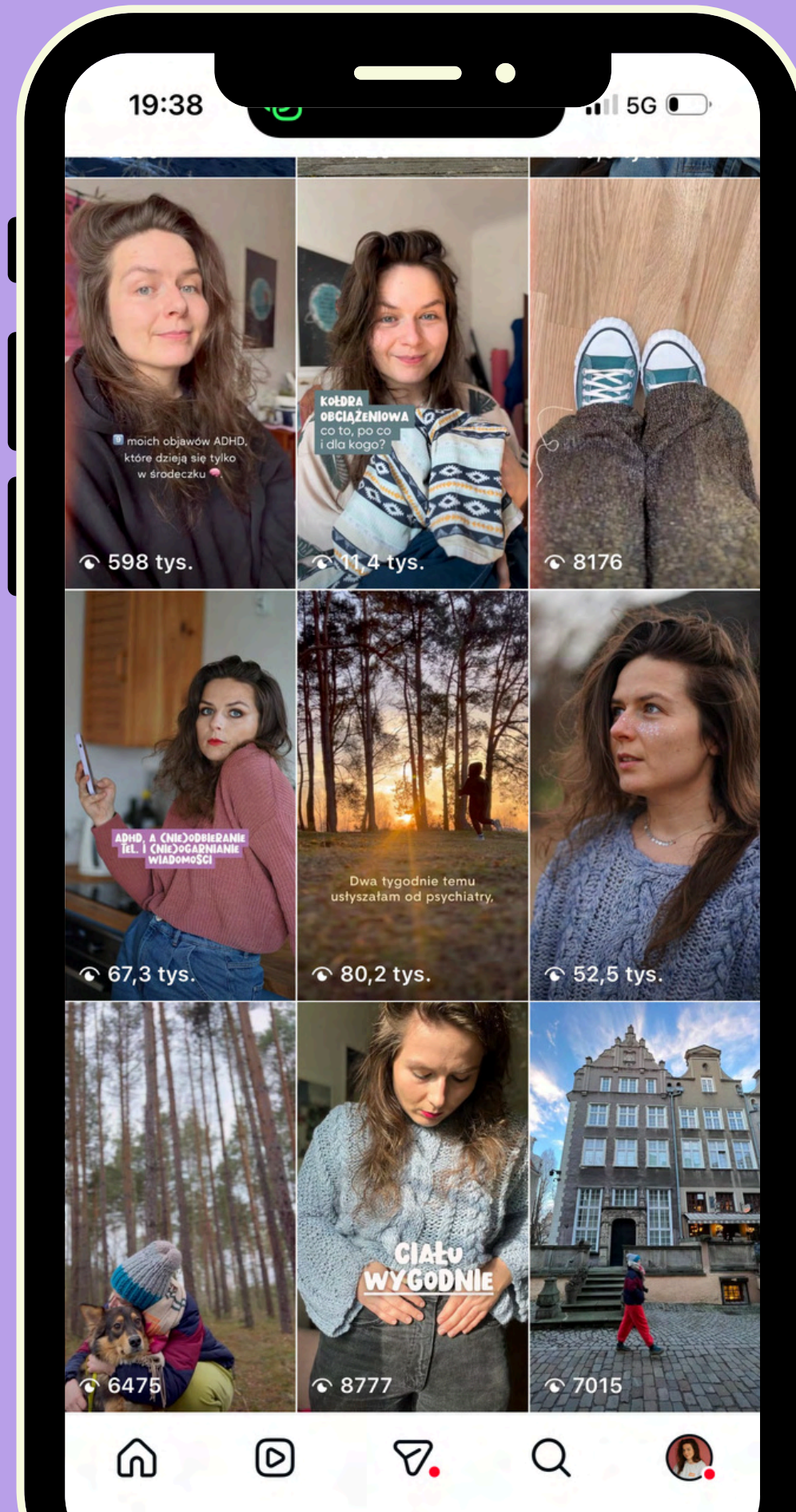
Bo różne grupy potrzebują różnych form. np. Osoby z ADHD – krótkie sceny, mocny HOOK, tempo!



Bo wtedy wiesz kiedy, gdzie, jak i co publikować.



**Krótką
forma video
to paliwo
dla zasięgów!**



Dlaczego warto tworzyć krótkie formy. video?



nagrywkowa checklista

- ✓ pomysł
- ✓ światło (dienne, Golden hour, lampa)
- ✓ dźwięk
- ✓ miejsce nagrywek
- ✓ humor
- ✓ stan baterii w tel.
- ✓ stan pamięci w tel.
- ✓ przetarcie kamerki

HOOK

czyli jak **zatrzymać uwagę** w pierwszych 3 sekundach

**"Nie uwierzysz,
co się stanie
za chwilę..."**

**"Nie wiesz, że
popelniasz ten błąd
codziennie..."**

**"3 rzeczy, których nie
mówi ci nikt o..."**

**"W 20 sekund
pokażę ci, jak..."**

**"Oni nie chcą,
żebyś to wiedział..."**

**"90% ludzi robi
to źle..."**

**"Nie trać czasu
na to – oto szybsza
metoda"**

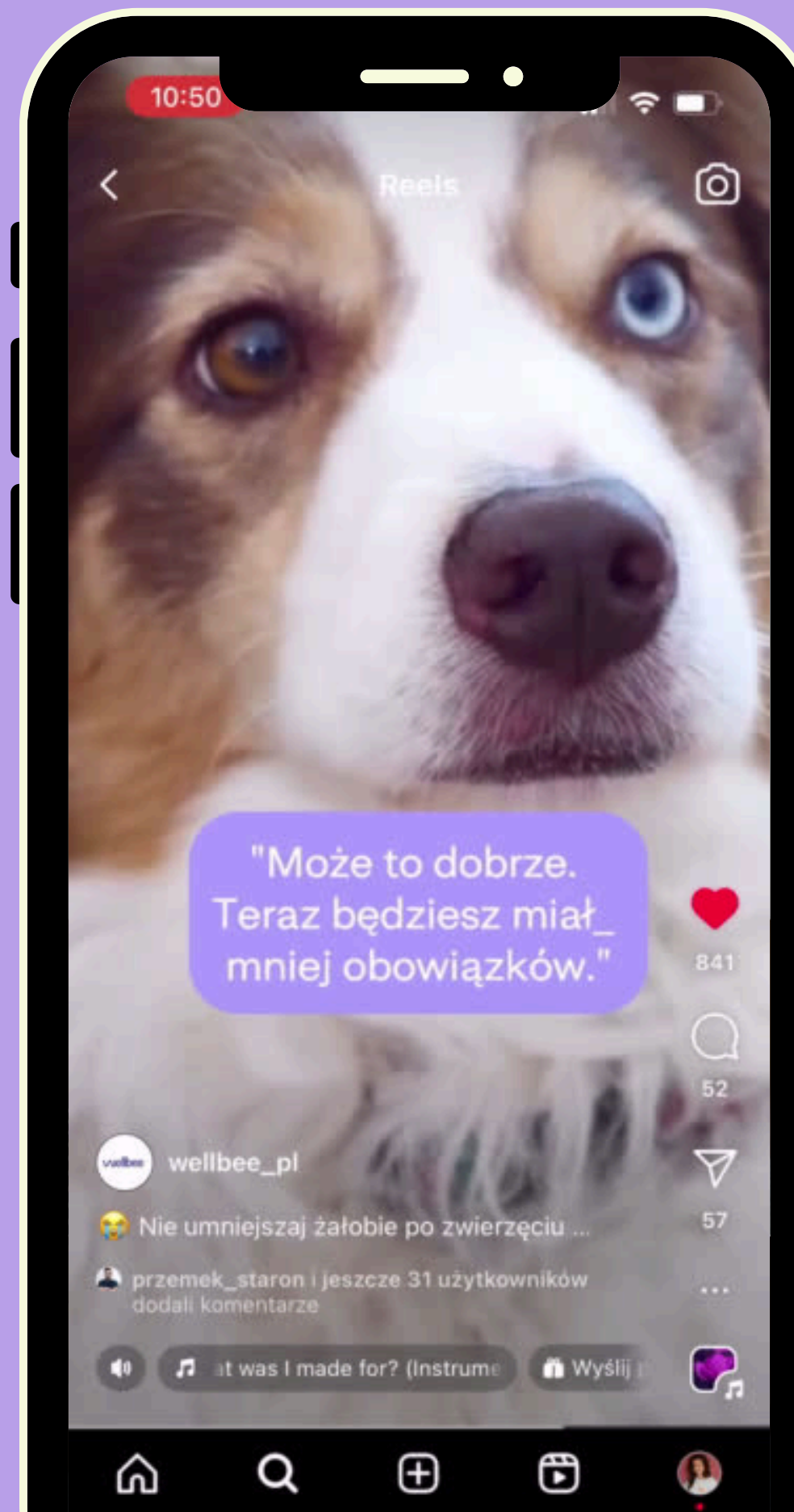
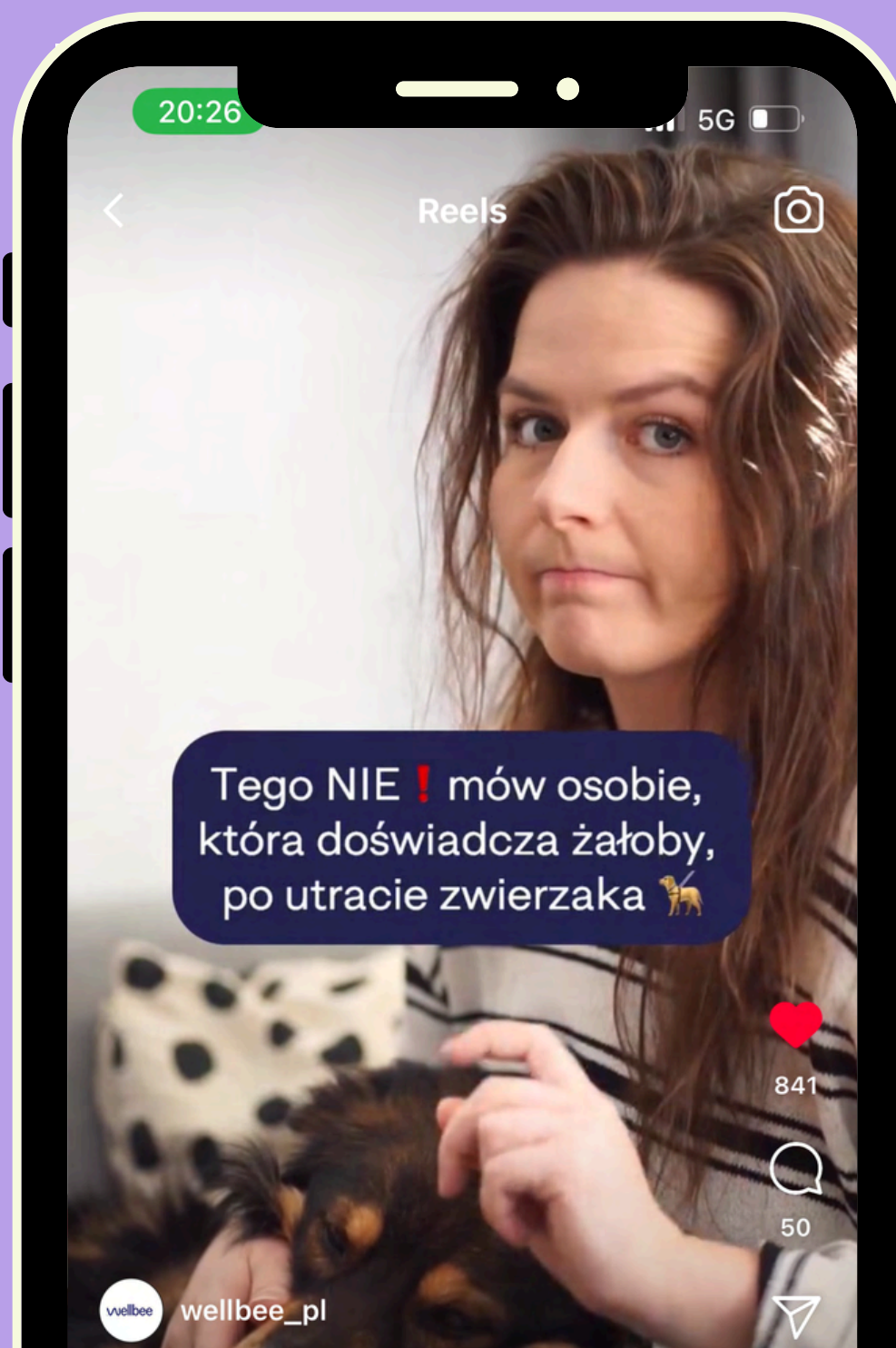
**"Nie zgadzam się
z tym, co mówi każdy..."**

HOOKE OPARTE NA RUCHU I ZMIANIE KADRU

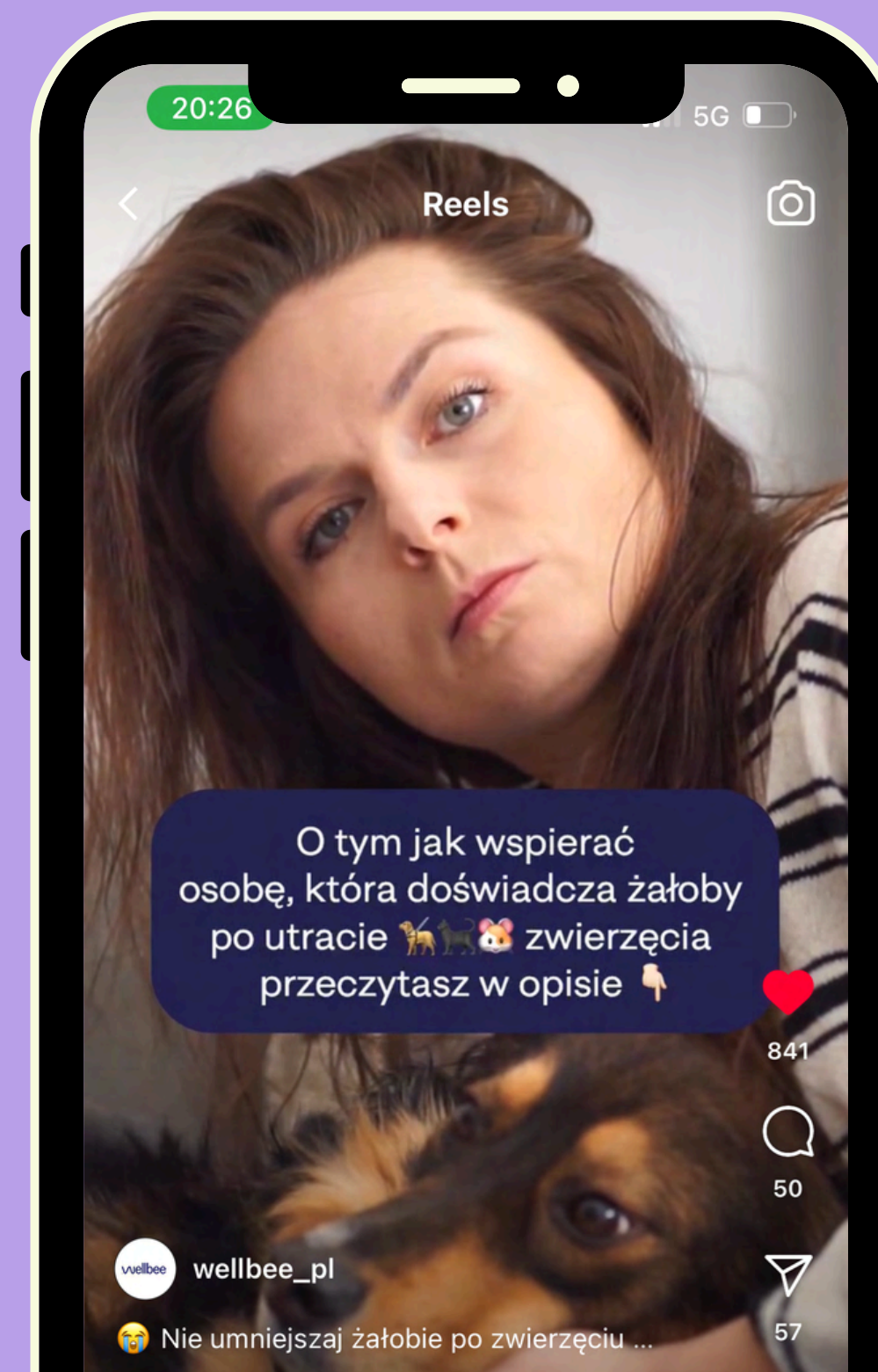
- Nagła zmiana kadru / zoom
- Pokazanie efektu końcowego na początku (np. "Zobacz efekt – teraz pokażę ci jak to zrobić")
- Przejście: szybka zmiana sceny z dźwiękiem typu „pop” lub „whoosh”

Wartość – rozwiązanie, wiedza, emocja

HOOK – zaciekawienie widza



Call to Action – komentarz, sub, zapis



Co się klika:

- ✓ "Before / After"
- ✓ Poradniki krok po kroku
- ✓ Memy i ironiczne podsumowania
- ✓ Bloopersy i kulisy
- ✓ Reakcje na trendy
- ✓ Mini vlogi / dzień z życia / GRWM
- ✓ Recenzje i testy
- ✓ unpopular opinions

Co się NIE klika:

- Za długi wstęp
- Niska jakość audio
- Brak pointy
- Zbyt wiele tekstu / efektów
- Niewyraźny obraz (brudna kamera, autofocus, niskie światło)
- głośna muzyka zagłuszająca głos / Mikrofon szura o ubranie / wiatr w tle
- Źle dobrany format – poziomy film do rolek
- Brak napisów (80–85% użytkowników ogląda bez dźwięku)

PYTANIE

Co blokuje Cię przed
tworzeniem materiałów
video?



kino

A person's arm and hand are visible, holding a professional video camera mounted on a gimbal. The camera is black with a large lens and various controls. The gimbal has a silver knob and a black handle. The person is wearing a black wrist strap. The background is a plain, light-colored wall. The text "narzędziownik" is overlaid in the center in a white, stylized font.

narzędziownik

UWAGA! Konfigurowanie takich apek bywa najwyższym poziomem prokrastynacji. Nad ustawieniem Obsydiana można siedzieć cały miesiąc, oglądając YouTube i zmieniając workflow co dwa dni, bo ktoś inny ma lepszy pomysł. To trzeba robić powoli – wprowadzać zmiany, gdy są naprawdę potrzebne, i dodawać tylko to, co faktycznie pasuje. Jeśli coś nie działa przez miesiąc, po prostu odpuść. Nie komplikuj. Używaj narzędzi zgodnie z ich przeznaczeniem.



**APLIKACJE MOGĄ POMÓC W ORGANIZACJI
I RADZENIU SOBIE Z ADHD, ALE PAMIĘTAJ, ŻE MAJĄ BYĆ
NARZĘDZIEM, A NIĘ KOLEJNYM ŹRÓDŁEM STRESU.**





i przyjaciele

Snapseed
mycolor.space
unsplash.com
imagecolorpicker.com
remove.bg
AI?

Zawsze dawaj kontekst o sobie.

np. „Jestem **x**, tworzę treści o **x**, dla **x**, w stylu **x**.
Napisz post o **x**.”

Dodaj próbkę swojego stylu

np. “Poniżej wklejam fragment mojego posta.
Pisz w podobnym stylu: **[wklej swój tekst]**”

Powiedz, czego NIE chcesz.

np. „Nie używaj banałów, ogólników ani
motywacyjnych frazesów. Nie pisz jak coach
z LinkedIna.”



Nazwij swój styl

np. „Pisz w stylu: ciepłym, autentycznym,
konkretnym, bez nadęcia”

Poprawiaj zamiast pisać od zera.

np. „Oto mój tekst. Uprość go, skróć i popraw
flow, ale zachowaj mój styl.”

Proś o wersje.

np.: „Daj mi 3 różne wersje tego posta:
– bardziej emocjonalną
– bardziej konkretną
– bardziej lekką”



vs. czy +?



vlipsy.com

Search for clips

Get Pro

Trending

Popular

New

Memes

Birthdays

Reactions

Sports

News & Politics

Entertainment

Vine

Celebrate

Love

Funny

Excited

T >

5 SEC

KUNG FU PANDA 3

Think I just peed a little

1 SEC

EL CHOMBO

OK

2 SEC

SPONGEBOB SQUAREPANTS

Ten Hours Later

9 SEC

DJ KHALED

Another One!

VLIPSY

LITTLE KID

Dancing in the club

3 SEC

VINE

Oh my god

13 SEC

SOUND EFFECTS

Slowed funny laugh

9 SEC

DOG WITH BONE

Complete shock

3 SEC

SPONGEBOB SQUAREPANTS

The End?

7 SEC

WWE

Shocked fan

5 SEC

2 SEC

12 SEC

30 SEC

11 SEC





ZADANIE

Nagrajcie rolkę. Do 1 minuty, która będzie zawierała HOOK i CTA. Każda osoba z ekipy powinna wystąpić.

Temat: MAM PRAWO DO...
(polecam nagrywać jednym tel.)

Wypełnij ankietę!

https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/CERV_2021-2027



Zmiana języka

 EUSurvey

Etap ▾



„Sprawiedliwość, Prawa i
Wartości”_C 2021-2027

2 Informacje o projekcie

Numer referencyjny
projektu:

101184789



* 2.1 Numer referencyjny projektu

Wypełnij ankietę!

https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/CERV_2021-2027

**W polu nr 2.2. należy wybrać rodzaj spotkania –
Wzajemne uczenie się.**

**W polu nr 2.3 wpisujemy skróconą nazwę –
*“Wartości organizacji w erze algorytmów
Instagrama”.***

**W polu nr 2.4 wybieramy datę pierwszego dnia
szkolenia, czyli 14 V 2026.**

Dziękujemy!



programrownychpraw.batory.org.pl



DZIĘKUJĘ

@olimpiajenczek

www.olimpiajenczek.pl

olimpia.jenczek@gmail.com