



portfolio

**social
media
strategist**

15 lat doświadczenia

- + **Starcom + Liquid Thread** (Social Media Manager) → największa międzynarodowa grupa agencji media/digital/kreacja
- + **BBDO** (Social Media Strateg) → globalna agencja kreatywna
- + **Mama Studio** (Strategia + NB) → wiodące polskie studio brand design



marki zagraniczne

- + **PepsiCo** (Project Management, Social Media Communication)
- + **mBank** (Social Media Strategy & Communication)
- + **Decathlon** (Social Media Strategy & Events Communication)
- + **Mondelez** (Social Media Communication).



PEPSICO



DECATHLON

Mondelez
International

marki polskie

- + **TVN** (Influencer Marketing Management)
- + **PKO BP** (Social Media Management)
- + **Polpharma** (Social Media Management).
- + **Jemmy** (Social Media Management).
- + **Enea** (Social Media Management).



co robię?

- + **przygotowuję strategię** komunikacji, która zadziała i dowiezie KPIs
- + **wprowadzam** ją w życie
- + **przeprowadzam kompleksowy audyt** Twojej komunikacji
- + **prowadzę zespół** lub **przekazuję** zespołowi **założenia** strategii
- + **prowadzę szkolenia** z zakresu komunikacji social media
- + **buduję i optymalizuję płatne kampanie** (Meta Ads + LinkedIn + TikTok)
- + **wy myśl am angażujące, kreatywne treści**
- + **współpracuję z influencerami**
- + **wy myśl am dodatkowe działania** (RTMy, konkursy, aktywacje, landingi)



z jakich narzędzi korzystam?

- + **Trello/Asana/BaseCamp:** zarządzanie projektami.
- + **SoTrender:** analityka komunikacji i raportowanie.
- + **Monday:** tworzenie kalendarza treści.
- + **Google Workspace:** organizacja, przechowywanie dokumentów, współpraca w chmurze.
- + **Google Trends/Typeform/Facebook Audience Insights/Similar Web:** poszukiwanie insightów.
- + **ChatGPT/Perplexity:** inspiracje, burza mózgów, pomysły, research.
- + **Meta Ads + Biblioteka reklam, LinkedIn Campaign Ads, TikTok Ads Manager:** zarządzanie płatnymi kampaniami promocyjnymi.
- + **Brand24:** monitorowanie treści i social listening.
- + **NapoleonCat:** moderacja i analityka komunikacji.
- + **Figma/Canva:** tworzenie prostych grafik.
- + **CapCut/InShot:** edycja video.
- + **Miro:** tworzenie map myśli.



mBank

kampania jesienna dla młodych.

- + wkład kreatywny
- + koordynacja produkcji i publikacji

**Silver Effie 2020 award,
TOM w kategorii Finanse.**

case study:

[https://bit.ly/mbank_jesienna_case_study.](https://bit.ly/mbank_jesienna_case_study)

> ten moment, kiedy nie jesteś pewny, ile masz na koncie

> więc rzucasz okiem na telefon

> i wiesz ile masz



#najlepiej

przebieg kampanii.

+ **cel:** zdobycie pozycji lidera Top Of Mind w kategorii Finanse w sezonie jesiennym w grupie najmłodszych (13-20).

+ **insight:** aby trafić do grupy najmłodszych z tak trudnym produktem jak konto bankowe, należy bardzo umiejętnie poruszać się w ich problemach oraz wiarygodnie mówić ich językiem.

+ **rozwiązanie:** zbudowaliśmy komunikację opierając się o realne problemy młodszych i pokazaliśmy jak przydatne w tych sytuacjach mogą być produkty mBanku.

+ **efekty:** znaczne podwyższenie consideration w grupie 13-20, a w konsekwencji podwyższenie sprzedaży produktów oraz zdobycie pozycji lidera Top Of Mind grupy w okresie jesiennym.

+ **nagrody:** kampania zdobyła nagrodę Silver Effie 2020 w kategorii Finanse.

Suntago

codzienna komunikacja social media.

- + zbudowanie strategii komunikacji
- + wprowadzenie komunikacji w życie

**+170% zaangażowania bez działań
płatnych.**

case study:

[https://bit.ly/suntago_case_study.](https://bit.ly/suntago_case_study)



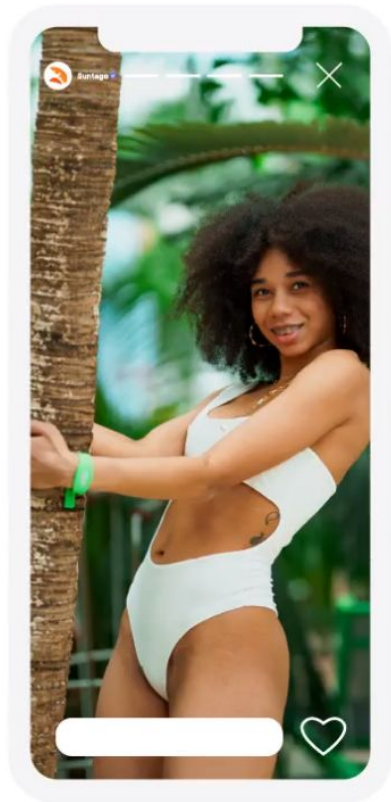
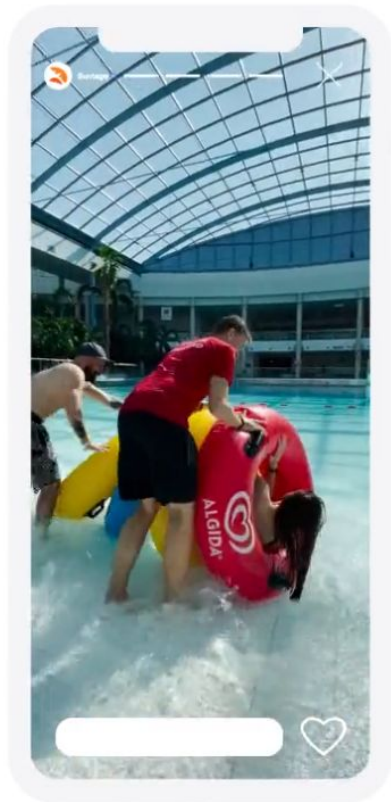
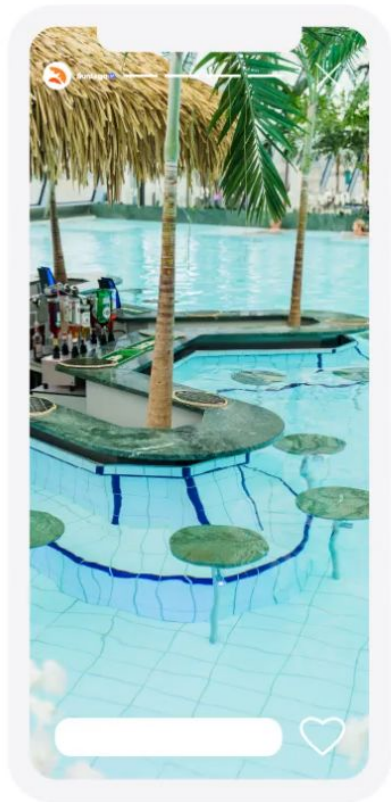
przebieg komunikacji.

+ **cel:** zbudowanie społeczności w mediach społecznościowych za pomocą działań organicznych.

+ **insight:** wyszliśmy z założenia, że małe zaangażowanie społeczność parku wodnego może wynikać z braku spójnego języka werbalnego i wizualnego w social mediach, dlatego zbudowaliśmy od podstaw strategię komunikacji, którą zająłem się samodzielnie, w asyście grafika.

+ **rozwiązanie:** wprowadziliśmy w życie spójną i regularną komunikację opartą na profesjonalnych sesjach zdjęciowych, filmikach na TikToku oraz brand hero - krokodylu Jayu.

+ **efekty:** podwyższenie zaangażowania społeczności o 170% za pomocą działań jedynie organicznych na Facebooku, Instagramie, TikToku oraz LinkedInie całej inwestycji oraz utrzymanie takiego poziomu przez cały rok prowadzenia komunikacji; efektem pobocznym jest zewalutowany pozytywnie po roku dokument z manuałem strategicznym firmy.



influencer marketing

TVN, mBank, Decathlon.

- + project management
- + kreatywny input

ponad 60 mln wyświetleń filmów
we współpracach.

przykładowe filmy:

https://bit.ly/maff_belle_epoque.

https://bit.ly/ekipa_mbank.



przebieg współprac.

+ **cel:** przykładowe cele kampanii z influencerami: wyświetlenia w celu promocji nowego serialu w ramówce TVN "Belle Epoque, nowych produktów mBanku czy wydarzenia Decathlonu z udziałem Roberta Korzeniowskiego.

+ **insight:** słowem kluczem we współpracach z influencerami jest wiarygodność - dopasowanie osób na tyle precyzyjnie, by stworzony wspólnie materiał był naturalny dla ich specyfiki.

+ **rozwiązanie:** potrzeba tutaj odpowiedniego skoordynowania przestrzeni dla influencerów oraz opieki nad powstawaniem materiału w taki sposób, by powstało zrozumienie na linii potrzeby klienta -> potrzeba influencerów w pozostaniu wiarygodnym.

+ **efekty:** przykładowe efekty współpracy rocznej dla mBanku to ponad 60 mln wyświetleń 14. filmów stworzonych z Ekipą Friza - każdy film zawierał kontekstowy product placement, w którym produkt stanowił rozwiązanie problemu.

mBank

viralowa komunikacja kryzysowa “ęśącz”

+ pomysł i realizacja RTMowej
komunikacji kryzysowej

**konwersja sentymentu komentarzy
z 90% negatywnych na 80%
pozytywnych.**

case study:

https://bit.ly/mbank_esacz_case_study.




przebieg akcji.

+ **cel:** zapanowanie nad dynamicznie rosnącym kryzysem w social mediach, spowodowanym przez pomyłkę mBanku - wysłanie testowej wiadomości push o treści “ęśąć” do wszystkich klientów.

+ **insight:** przeprosiny, które nie zostaną uznane za “non-apology” oraz pociągnięcie ich dalej - przyznanie się do błędu i odwrócenie sytuacji poprzez pokazanie dystansu marki do siebie.

+ **rozwiązanie:** zmieniliśmy logo mBanku na treść wadliwej wiadomości push oraz opublikowaliśmy post z przyznaniem się do błędu w humorystyczny sposób - poprzez wykorzystanie obserwacji, że w codziennych sytuacjach nikt nie zwraca uwagi na wiadomości push, a tym razem jest inaczej.

+ **efekty:** humorystyczny podejście marki do swojego błędu spotkało się w większości z pozytywnymi reakcjami - przed reakcją marki negatywne komentarze stanowiły 90%, dzięki reakcji sentyment komentarzy zmieniliśmy na 80% komentarzy pozytywnych; akcja była także szeroko komentowana w mediach (earned).

 **mBank Polska**  zaktualizował(a) swoje zdjęcie profilowe.
14 godz. · 

mBank pozdrawia <3<3<3
w ten dzień, gdy staliśmy się memem... 😊

Test wiadomości push
Internecie, dziękujemy, że byłeś dziś z nami, ze swoimi memami!

Wiadomość testowa
Uczcijmy to zmianą logo!

Aha, no i życzymy miłego dnia 😊


#ęśącz

Fakes Forge dzięki! 🙌



   28 tys.

1,6 tys. komentarze 1,5 tys. udostępnień

 **mBank Polska**  

Polskie znaki - działają ✓

Klawiatury numeryczne - sprawne ✓

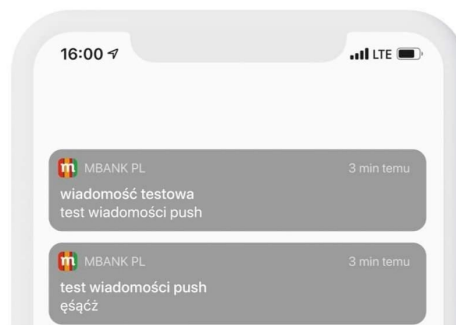
Przepustowość sieci - duża ✓

Deweloperzy - w formie ✓

Tylko sprawdzaliśmy 😊

Nieustająco... życzymy miłego dnia!

**I nagle wszyscy czytają
powiadomienia ;)**



zapraszam do współpracy w obszarach:

- + strategia komunikacji
 - + audyt komunikacji
- + audyt działań własnych social media klienta
 - + szkolenia z komunikacji social media
 - + influencer marketing
 - + copywriting
 - + project management
 - + reklama Meta Ads, LinkedIn, TikTok.

możliwość uzupełnienia kompetencji:

praca w teamach we współpracy z:

- + designerem/animatorem
 - + specjalistą SEO
 - + web developerem
- + specjalistą Google AdWords
 - + montażystą



dziękuję za uwagę.

