



Najważniejsze współczesne media społecznościowe



*Mateusz Zapła*





## Definicja mediów społecznościowych

Media społecznościowe to platformy internetowe i aplikacje, które umożliwiają użytkownikom tworzenie, udostępnianie i wymianę treści oraz nawiązywanie interakcji z innymi użytkownikami. Są to miejsca, w których ludzie mogą dzielić się swoimi opiniami, doświadczeniami, treściami multimedialnymi, a także nawiązywać kontakty z osobami o podobnych zainteresowaniach.



## Rola mediów społecznościowych w dzisiejszym świecie:

- Media społecznościowe odegrały ogromną rolę w transformacji sposobu, w jaki komunikujemy się, nawiązujemy relacje, otrzymujemy informacje i angażujemy się w treści online. Stały się integralną częścią naszego codziennego życia i narzędziem, które wpływa na społeczeństwo, politykę, biznes i kulturę.
- Media społecznościowe umożliwiają nam poznanie i utrzymanie kontaktu z osobami z całego świata, dzielenie się swoim życiem, poglądami, pasjami oraz zdobywanie wiedzy i inspiracji.

# 2. FACEBOOK

## Historia i rozwój Facebooka

- Facebook został założony przez Marka Zuckerberga w 2004 roku jako platforma społecznościowa dla studentów Uniwersytetu Harvard. Od tego czasu rozwinął się i stał się jednym z największych i najbardziej wpływowych mediów społecznościowych na świecie.
- Facebook stale rozwijał swoje funkcje i narzędzia, dodając nowe możliwości interakcji, udostępniania treści, tworzenia grup i stron, a także rozwijając swoje opcje reklamowe.



## 2. FACEBOOK



Co-funded by the  
European Union

### Statystyki użytkowników i zasięg globalny

- Według danych z 2022 roku, Facebook ma 3 miliardy aktywnych użytkowników miesięcznie, co czyni go największą platformą społecznościową na świecie.
- Facebook ma globalny zasięg, a większość użytkowników pochodzi spoza Stanów Zjednoczonych. Jest popularny w różnych grupach wiekowych i demograficznych.



## 2. FACEBOOK



Co-funded by the  
European Union

### Główne funkcje

- *Tworzenie profili:* Użytkownicy mogą tworzyć indywidualne profile, dodawać informacje o sobie, zdjęcia, aktualizacje statusu itp.
- *Udostępnianie treści:* Użytkownicy mogą udostępniać posty, zdjęcia, filmy, linki i inne treści z innymi użytkownikami na swoim feedzie.
- *Polubienia i komentarze:* Użytkownicy mogą wyrażać swoje opinie na temat treści, lajkować i komentować posty innych użytkowników.
- *Grupy:* Użytkownicy mogą dołączać do grup związanych z ich zainteresowaniami, gdzie mogą dyskutować, dzielić się treściami i nawiązywać kontakty.
- *Strony:* Firmy, celebryci i organizacje mogą tworzyć strony, na których mogą promować swoje produkty, usługi i wydarzenia.

# 2. FACEBOOK



Co-funded by the  
European Union

## Reklama na Facebooku:

- Facebook oferuje rozbudowane narzędzia reklamowe, które umożliwiają marketerom precyzyjne targetowanie i dostarczanie reklam do konkretnych grup odbiorców.
- Dzięki reklamom na Facebooku można dotrzeć do szerokiego spektrum użytkowników w zależności od ich demografii, zainteresowań, zachowań zakupowych itp.
- Reklamy na Facebooku mogą być wykorzystywane do zwiększania świadomości marki, generowania leadów, promowania produktów/usług i budowania relacji z klientami.

# 3. INSTAGRAM

## Ewolucja Instagrama i przejęcie przez Facebooka

- Instagram został założony w 2010 roku przez Kevina Systroma i Mike'a Kriegera jako platforma do udostępniania zdjęć i filtrów. W 2012 roku został przejęty przez Facebooka, co przyspieszyło jego rozwój i wprowadziło nowe funkcje.
- Od tego czasu Instagram stał się jednym z najpopularniejszych mediów społecznościowych, szczególnie wśród młodszych grup odbiorców.





# 3. INSTAGRAM

## Popularność wśród młodszych grup odbiorców

- Instagram jest szczególnie popularny wśród młodszych użytkowników, zwłaszcza w wieku od 18 do 34 lat.
- Młodsze pokolenia doceniają wizualny charakter Instagrama, możliwość wyrażania siebie poprzez zdjęcia i wideo, a także interakcję z innymi użytkownikami za pomocą polubień, komentarzy i wiadomości prywatnych.



# 3. INSTAGRAM



Co-funded by the  
European Union

## Główne funkcje

- *Udostępnianie zdjęć i wideo:* Użytkownicy mogą publikować swoje zdjęcia i krótkie filmy, które można przeglądać na ich profilu lub w feedzie obserwowanych osób.
- *Stories:* Instagram umożliwia tworzenie krótkich, nietrwałych treści w formie stories, które znikają po 24 godzinach. Stories mogą zawierać zdjęcia, filmy, tekst, filtry i naklejki.
- *IGTV:* IGTV to funkcja Instagrama, która umożliwia publikowanie i oglądanie dłuższych treści wideo. Użytkownicy mogą tworzyć swoje kanały i udostępniać filmy o większej długości.
- *Hashtagi:* Użytkownicy mogą oznaczać swoje treści hashtagami, co pomaga w ich odkrywaniu i zwiększaniu widoczności.
- *Influencerzy:* Instagram jest popularną platformą dla influencerów, czyli osób, które mają duże obserwujące i wpływ na swoją społeczność. Współpraca z influencerami może być skutecznym narzędziem marketingowym.

# 3. INSTAGRAM



Co-funded by the  
European Union

## Marketing na Instagramie

- *Estetyka:* Instagram to miejsce, gdzie estetyka odgrywa dużą rolę. Marki mogą budować spójny wizerunek poprzez profesjonalne i atrakcyjne wizualnie treści.
- *Inspiracja:* Instagram jest idealnym miejscem do poszukiwania inspiracji, szczególnie w dziedzinie mody, podróży, kulinariów i stylu życia. Marki mogą wykorzystać Instagram do dzielenia się inspirującymi treściami związanymi z ich branżą.
- *Współpraca z influencerami:* Influencerzy na Instagramie mają duży wpływ na swoje społeczności i mogą pomóc w promocji produktów i usług. Marki mogą nawiązywać współpracę z influencerami, aby dotrzeć do ich fanów i zbudować zaufanie do marki.
- *Reklamy Instagrama:* Platforma oferuje różne formaty reklamowe, takie jak zdjęcia, filmy, karuzele i reklamy w stories. Reklamy na Instagramie można precyzyjnie targetować i dostosowywać do grupy docelowej, co zwiększa skuteczność kampanii marketingowych.

# 4. TWITTER



Co-funded by the  
European Union

## Charakterystyka i unikalne cechy

- Twitter został założony w 2006 roku przez Jacka Dorsey'a, Biz Stone'a i Evana Williamsa. Jest platformą mikroblogową, która pozwala użytkownikom publikować krótkie wiadomości, zwane tweetami, o maksymalnej długości 280 znaków.
- Unikalną cechą Twittera jest szybkość przekazywania informacji i możliwość natychmiastowej reakcji na bieżące wydarzenia. Wiadomości na Twitterze często stają się wiralowe i osiągają duży zasięg.



# 4. TWITTER



Co-funded by the  
European Union

## Funkcje i narzędzia Twittera

- *Tweet*: Tweet to podstawowa jednostka treści na Twitterze. Użytkownicy mogą publikować tweety z tekstami, zdjęciami, filmami, gifami i linkami.
- *Retweet*: Użytkownicy mogą przekazywać dalej (retweetować) tweety innych użytkowników, co pozwala na szybkie rozpowszechnianie treści.
- *Polubienia i odpowiedzi*: Użytkownicy mogą lajkować tweety innych oraz odpowiadać na nie, co sprzyja dialogowi i interakcji między użytkownikami.
- *Hasztagi*: Podobnie jak na Instagramie, na Twitterze można stosować hasztagi, aby oznaczyć i znaleźć treści związane z danym tematem.
- *Listy*: Użytkownicy mogą tworzyć listy, które agregują tweety od wybranych osób czy tematów, co ułatwia śledzenie ważnych informacji.





## Rola Twittera w marketingu

- *Natychmiastowa komunikacja:* Twitter jest doskonałym narzędziem do błyskawicznego przekazywania informacji o promocjach, wydarzeniach czy nowościach związanych z marką.
- *Interakcja z klientami:* Dzięki Twitterowi marki mogą szybko odpowiadać na pytania i uwagi klientów, co buduje pozytywny wizerunek i lojalność.
- *Kampanie hashtagowe:* Hasztagi na Twitterze mogą stać się narzędziem do tworzenia kampanii marketingowych, mobilizowania społeczności i zwiększania świadomości marki.
- *Monitorowanie opinii:* Twitter jest także ważnym źródłem opinii klientów na temat produktów i usług marki. Monitorowanie wzmianek pozwala na szybką reakcję na ewentualne problemy i konflikty.

# 5. LINKEDIN



Co-funded by the  
European Union

## Specyfika LinkedIn

- LinkedIn został założony w 2002 roku i jest największą platformą społecznościową skupioną na profesjonalnych relacjach i rozwoju zawodowym.
- Głównym celem LinkedIn jest umożliwienie użytkownikom nawiązywania kontaktów biznesowych, poszukiwania pracy, rekrutowania pracowników oraz dzielenia się wiedzą i informacjami branżowymi.



# 5. LINKEDIN



Co-funded by the  
European Union

## Profesjonalne profile i sieć kontaktów

- Użytkownicy LinkedIn tworzą profesjonalne profile, na których prezentują swoje doświadczenie, umiejętności, osiągnięcia i wykształcenie.
- LinkedIn umożliwia nawiązywanie kontaktów z innymi profesjonalistami, budowanie sieci biznesowej i poszerzanie swojego kręgu zawodowych relacji.





## Funkcje i narzędzia LinkedIn

- *Ogłoszenia o pracę:* LinkedIn jest popularnym miejscem, gdzie firmy publikują ogłoszenia o pracę, a użytkownicy mogą przeglądać i aplikować na interesujące ich stanowiska.
- *Grupy dyskusyjne:* LinkedIn oferuje możliwość tworzenia i uczestnictwa w grupach tematycznych, w których użytkownicy mogą dzielić się wiedzą, zadawać pytania i nawiązywać kontakty.
- *Publikowanie treści:* Użytkownicy mogą publikować artykuły i wpisy na swoim profilu, dzieląc się swoimi myślami, wiedzą i doświadczeniem z innymi profesjonalistami.
- *Rekomendacje i rekomendowani:* Użytkownicy mogą wzajemnie polecać się nawzajem, co buduje wiarygodność i zaufanie w środowisku zawodowym.

## Marketing na LinkedIn

- *Budowanie wizerunku marki:* LinkedIn to doskonała platforma do budowania profesjonalnego wizerunku marki, prezentowania jej wartości, misji i ekspertyzy w danej branży.
- *Generowanie leadów i sprzedaż B2B:* LinkedIn może być skutecznym narzędziem do generowania leadów i nawiązywania relacji z potencjalnymi klientami w kontekście sprzedaży biznesowej.
- *Rekrutacja pracowników:* Firmy mogą wykorzystać LinkedIn do promocji ofert pracy, poszukiwania talentów i nawiązywania kontaktów z potencjalnymi kandydatami.

# 6. YOUTUBE

## Charakterystyka i popularność

- YouTube to największa platforma wideo na świecie, założona w 2005 roku przez trójkę pracowników PayPal. Użytkownicy mogą oglądać, udostępniać i tworzyć własne filmy wideo.
- YouTube cieszy się ogromną popularnością i jest drugą najczęściej odwiedzaną stroną internetową na świecie po Google. Miliony filmów są codziennie przesyłane i oglądane przez użytkowników.



# 6. YOUTUBE

## Treści wideo i społeczność

- YouTube oferuje szeroki wybór treści wideo, obejmujących różne kategorie, takie jak filmy, muzyka, vlogi, poradniki, recenzje, rozrywka i wiele innych.
- Społeczność YouTube jest bardzo aktywna, użytkownicy mogą subskrybować kanały, komentować filmy, udostępniać treści i tworzyć własne filmy, co sprzyja interakcji i współtworzeniu treści.



## Możliwości marketingowe

- *Reklamy wideo:* Marki mogą wykorzystać YouTube do promocji swoich produktów i usług poprzez różne formaty reklam wideo, takie jak preroll, midroll i postroll, które są wyświetlane przed, w trakcie lub po odtwarzaniu filmów.
- *Partnerstwo z twórcami treści:* Marki mogą nawiązywać współpracę z popularnymi twórcami treści na YouTube, nazywanymi YouTuberami, aby dotrzeć do ich lojalnej społeczności i zwiększyć świadomość marki.
- *Kanał marki:* Marki mogą tworzyć swoje własne kanały na YouTube, na których publikują treści związane z ich branżą, poradniki, recenzje, materiały promocyjne itp.
- *Sponsoring i integracje:* Marki mogą współpracować z twórcami treści, oferując sponsorowane filmy, produktowe integracje i wspólną twórczość, co pozwala na subtelne promowanie swoich produktów.



## Wyzwania dla marketerów na YouTube

- *Konkurencja i zatręśnienie treści:* Z uwagi na ogromną ilość filmów na YouTube, rywalizacja o uwagę użytkowników jest bardzo intensywna, co wymaga starannego planowania i kreowania unikalnych treści.
- *Budowanie lojalności i zaangażowania:* Marki muszą inwestować czas i wysiłek w budowanie lojalności i zaangażowania społeczności, aby zyskać zaufanie i wzmocnić swoją obecność na platformie.
- *Pomiar efektywności:* Ważne jest śledzenie metryk i analiza danych.

# 7. TIKTOK

## Wprowadzenie do TikTok

- TikTok to platforma społecznościowa, która umożliwia użytkownikom tworzenie i udostępnianie krótkich filmów wideo o długości od 15 do 60 sekund.
- Platforma została uruchomiona w 2016 roku przez chińską firmę ByteDance i szybko zdobyła popularność na całym świecie, szczególnie wśród młodszego pokolenia.



## Charakterystyka TikToka

- TikTok charakteryzuje się szybkim tempem, dynamicznymi treściami wideo, efektami specjalnymi, filtrami, muzyką i wyzwaniem, które użytkownicy podejmują.
- Istotnym elementem TikToka są algorytmy rekomendacyjne, które personalizują strumień treści dla każdego użytkownika na podstawie ich preferencji i zachowań.





# 7. TIKTOK

## Spółeczność i kultura TikToka:

- TikTok stworzył silną społeczność twórców i użytkowników, którzy dzielą się swoimi talentami, pasjami i kreatywnością.
- Platforma promuje twórczość, interakcję i współpracę między użytkownikami poprzez komentarze, lajki, udostępnianie treści i tworzenie duetów.



## Możliwości marketingowe

- *Influencer marketing:* TikTok stał się popularnym miejscem dla influencerów, którzy mają duże zasięgi i oddziaływanie na swoje społeczności. Marki mogą współpracować z influencerami, aby dotrzeć do swojego targetu i promować swoje produkty lub usługi.
- *Reklamy wideo:* TikTok oferuje różne formaty reklam wideo, takie jak reklamy przed treściami, banery w aplikacji i kampanie hashtagowe, które pozwalają markom na promowanie swoich ofert.
- *Wykorzystanie wyzwań:* Marki mogą tworzyć własne wyzwania lub angażować się w istniejące, aby wzmocnić swoją obecność na TikToku i zyskać uwagę użytkowników.



## Wyzwania i uwagi

- *Kontrola treści:* TikTok stara się zapewnić bezpieczne środowisko dla użytkowników, ale istnieje potrzeba monitorowania i moderacji treści, aby zapobiec nieodpowiednim treściom, hejtowi, spamowi i naruszeniom praw autorskich.
- *Prywatność danych:* Jak wiele innych platform społecznościowych, TikTok spotyka się z obawami dotyczącymi prywatności danych użytkowników. Istnieje konieczność świadomego zarządzania danymi osobowymi i ochrony prywatności na platformie.
- *Konkurencja:* TikTok konkurował z innymi mediów społecznościowymi, takimi jak Instagram Reels, Snapchat Spotlight i YouTube Shorts, które wprowadziły podobne funkcje krótkich filmów wideo. Marketerzy muszą śledzić trendy i dostosowywać swoje strategie do zmieniającej się konkurencji.
- *Dopasowanie do grupy docelowej:* Mimo że TikTok ma ogromną popularność wśród młodszego pokolenia, nie jest to platforma, która automatycznie pasuje do wszystkich grup odbiorców. Marketerzy muszą dokładnie zrozumieć swoją grupę docelową i jej preferencje, aby dostosować treści i strategie marketingowe odpowiednio.



## TikTok Analytics

- Platforma udostępnia narzędzia analityczne, które pozwalają marketerom śledzić metryki, takie jak liczba wyświetleń, komentarzy, udostępnień, zaangażowanie użytkowników itp. To umożliwia mierzenie efektywności kampanii i dostosowywanie strategii marketingowej.



Co-funded by the  
European Union

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!



[www.cremel.eu](http://www.cremel.eu)