



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie
"Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich”
Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

KONFERENCJA

Warszawa 2-3 października 2018

AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI ANIMATORA LGD

Publikacja opracowana przez FAOW współfinansowana jest ze środków Unii Europejskiej w ramach PROW 2014-2020

Wykorzystanie sieci i mediów społecznościowych w promowaniu działań społecznych

Aleksandra Witkowska, agencja click community

Działamy społecznie... online!

Jak to robić, aby uzyskać pozytywne rezultaty?

Odpowiedzmy sobie na **kilka pytań...**

Dlaczego warto być **online**?

27,6 mln osób*

Pod koniec 2017 roku tyle osób w Polsce korzystało z sieci internetowej.

*Raport Strategiczny INTERNET 2017/2018 przygotowany przez IAB Polska

38%*

Udział w konsumpcji treści przewidywany dla mediów online w 2018 roku...

...a dla **telewizji liniowej** ma to być **37%**!

*Raport “State of Digital” przygotowany przez GroupM.

Po pierwsze:

Strona internetowa



Po pierwsze:

Strona internetowa

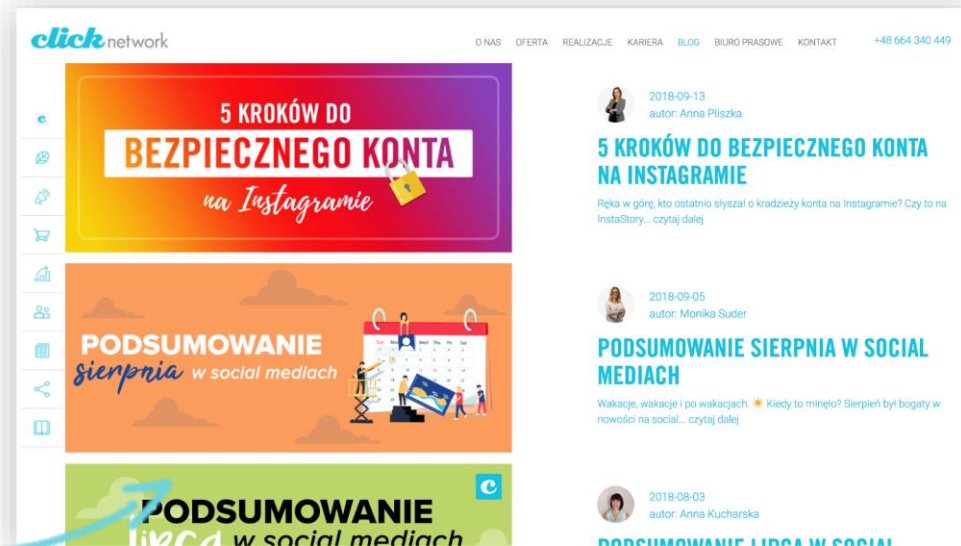
- Jest wizytówką Twojej działalności,
- dodaje wiarygodności,
- ułatwia kontakt z marką, ale...

...musi w tym celu spełniać **kilka warunków**:

- ✓ zgodna z dobrymi praktykami SEO,
- ✓ responsywna,
- ✓ czytelna.

Po drugie:

Własny blog



Po drugie:

Własny blog

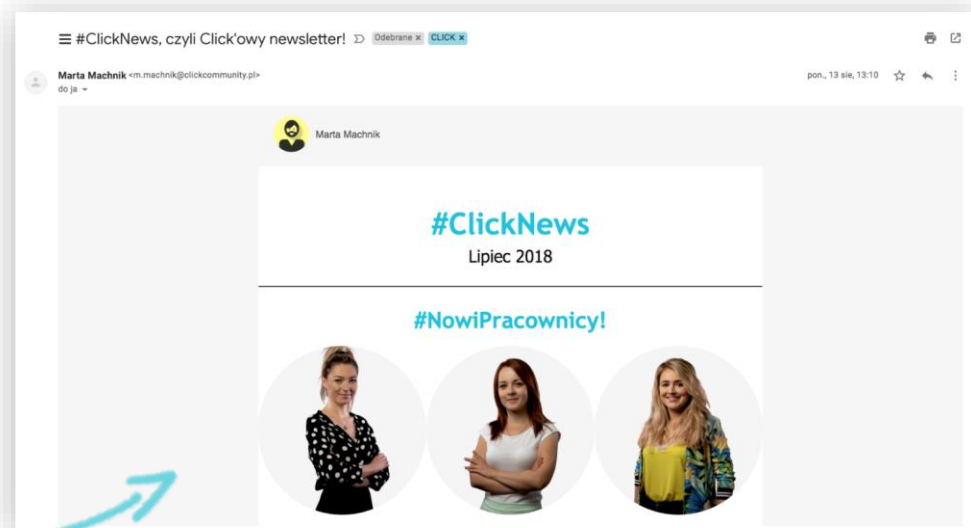
- Prostszy w prowadzeniu,
- daje unikalną wartość odbiorcy, ale...

...musi w tym celu spełniać **kilka warunków:**

- ✓ zgodny z dobrymi praktykami content marketingu,
- ✓ różnorodny tematycznie oraz atrakcyjny wizualnie,
- ✓ z możliwością dzielenia!

Po trzecie:

Kampanie newsletterowe



Po trzecie:

Kampanie newsletterowe

- Pozwalają trafić z przekazem bezpośrednio do odbiorcy,
- dając mu unikalną wartość, ale...

...muszą w tym celu spełniać **kilka warunków**:

- ✓ baza użytkowników zgodna z RODO,
- ✓ treści użyteczne ≠ SPAM.

Po czwarte:

Social Media

The screenshot shows the Facebook profile for 'click community' (@click.community). The profile picture is a blue circle with a white 'C'. The cover photo features a blue banner with the text 'FEJS TO FACE'. The profile information includes a rating of 4.6 based on 154 reviews. The main content area displays a 'Usługi' (Services) section with three items: 'Social Commerce', 'Social Brand Awareness', and 'Social Employer Branding'. Each item includes a brief description and contact information for Tomasz Hebda. The right sidebar contains a '#FejsToFACE' hashtag promotion and a 'Społeczność' (Community) section showing 12,782 likes and 12,830 users who have liked the page.

click community
@click.community

Strona główna

Informacje
Usługi
Recenzje
Oferty pracy
Instagram
Zdjęcia
Filmy
Posty
Wydarzenia
Społeczność
Informacje i reklamy
YouTube
Twitter
Welcome
Utwórz stronę

Lubisz to! Obserwowanie Udostępnij

Wyślij e-mail Wyślij wiadomość

4,6 na 5 · Na podstawie opinii 154 użytkowników

#FejsToFACE

INFORMACJE CLICK COMMUNITY

Spotkajmy się #FejsToFace i pomówmy o #SocialMedia!

Od 2009 roku pozostajemy wierni swojej specjalizacji.
Przekonaj się o tym!
Zobacz więcej

Społeczność Zobacz wszystko

12 782 osoby lubią to

12 830 użytkowników obserwuje to

Social Commerce
Wykorzystujesz głównie kanał sprzedaży onli...
Kontakt: Tomasz Hebda, tel.: 602 225 763

Social Brand Awareness
Twoim celem jest poprawa wizerunku marki, z...
Kontakt: Tomasz Hebda, tel.: 602 225 763

Social Employer Branding
Oferta dedykowana korporacjom. Celem jest ...
Kontakt: Tomasz Hebda, tel.: 602 225 763

Zobacz wszystkie

Po czwarte:

Social Media

- Ich założenie jest w 100% darmowe,
- pozwalają dopasować przekazy do grup docelowych, ale...

...muszą w tym celu spełniać **kilka warunków**:

- ✓ zgodne z aktualnymi trendami,
- ✓ treści użyteczne ≠ SPAM.

Dlaczego **Social Media**
są najbardziej **online**?

Social Media wysoko!

TOP10 grup witryn i witryn
niezgrupowanych
wg liczby użytkowników*

*Raport Strategiczny INTERNET 2017/2018
przygotowany przez IAB Polska

L.P.	WĘZŁ	UŻYTKOWNICY (REAL USERS)		
		TOTAL	PC	MOBILE
1	Grupa Google	26 533 505	23 208 411	18 569 201
2	facebook.com	22 644 384	19 127 417	13 108 068
3	youtube.com	21 203 300	19 438 753	8 091 044
4	Grupa Onet – RASP	21 184 020	15 755 986	14 921 052
5	Grupa Wirtualna Polska	20 832 646	16 012 922	13 997 014
6	Grupa Interia.pl	19 196 827	14 172 361	12 401 009
7	Grupa Allegro	17 684 808	13 205 738	11 576 794
8	Grupa Gazeta.pl	15 919 781	10 226 662	10 878 234
9	Grupa OLX	15 384 450	9 944 319	10 698 319
10	wikipedia.org	14 082 393	10 034 163	7 982 462

Social Media wysoko!

TOP 10 aplikacji mobilnych
wg liczby użytkowników*

*Raport Strategiczny INTERNET 2017/2018
przygotowany przez IAB Polska

L.P.	APLIKACJA	UŻYTKOWNICY (REAL USERS)	ZASIĘG WŚRÓD INTERNAUTÓW
1	Google	15 710 384	56,99%
2	Youtube	15 293 944	55,47%
3	Messenger	11 550 948	41,90%
4	Mapy	11 222 127	40,71%
5	Facebook	8 979 483	32,57%
6	Gmail	8 373 245	30,37%
7	Dysk Google	7 416 762	26,90%
8	Zdjęcia Google	4 724 223	17,14%
9	Rossmann.PL	3 959 766	14,36%
10	WhatsApp Messenger	3 813 379	13,83%


**Jak wygląda strategia
komunikacji?**

Strategia komunikacji

1. **Zacznij od analizy dotychczasowych działań.**

Analiza pod kątem:

Wewnętrzne (cechy organizacji)	Mocne strony	Słabe strony
Zewnętrzne (cechy otoczenia)	Szanse	Zagrożenia



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. **Sprawdź, jak robią to inni!**

Benchmarking:

- ✓ wewnętrzny,
- ✓ zewnętrzny (konkurencyjny),
- ✓ funkcjonalny.



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. **Przyjmij cele komunikacji.**

Bądź smart (a nawet smarter) - cele mają być:

- ✓ **S** - specific - **konkretne**,
- ✓ **M** - measurable - **mieralne**,
- ✓ **A** - achievable - **osiągalne**,
- ✓ **R** - relevant - **istotne**,
- ✓ **T** - trackable - **terminowe**,
- ✓ **E** - excited - **motywujące**,
- ✓ **R** - recorded - **spisane**.



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. **Przyjmij cele komunikacji.**

Bądź smart (a nawet smarter) - cele mają być:

- ✓ **S** - specific - **konkretne**,
- ✓ **M** - measurable - **mieralne**,
- ✓ **A** - achievable - **osiągalne**,
- ✓ **R** - relevant - **istotne**,
- ✓ **T** - trackable - **terminowe**,
- ✓ **E** - excited - **motywujące**,
- ✓ **R** - recorded - **spisane**.

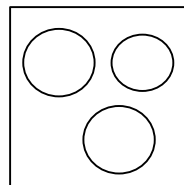
To przecież
KMIOT!

Strategia komunikacji

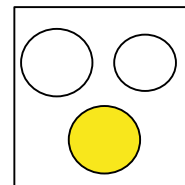
1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. **Określ grupy docelowe.**

Metoda STP:

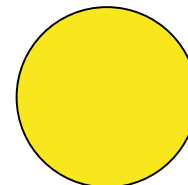
- ✓ **S** - segmentacja,
- ✓ **T** - targetowanie,
- ✓ **P** - pozycjonowanie.



S



T



P



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. **Określ grupy docelowe.**

Stwórz personę:

- ✓ Kim jest Twój odbiorca?
- ✓ Jaki ma tryb życia?
- ✓ Jakie są jego zainteresowania?
- ✓ Z jakimi problemami się boryka?
- ✓ Jaką odgrywa rolę społeczną?



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. **Dobierz narzędzia.**

Narzędzia Social Media:

- ✓ Facebook,
- ✓ Facebook Live,
- ✓ Facebook Group,
- ✓ Facebook Events,
- ✓ Social Media Ads,
- ✓ Instagram,
- ✓ Twitter,
- ✓ LinkedIn.... itd.



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. **Przyjmij budżet i harmonogram działań.**

Cele reklamowe:

- ✓ zasięg,
- ✓ aktywność,
- ✓ konwersja.



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. Przyjmij budżet i harmonogram działań.
7. **Dobierz miary do oceny działań.**

Główne miary:

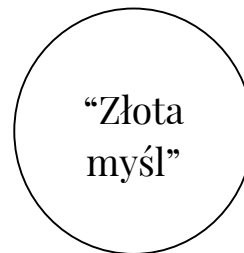
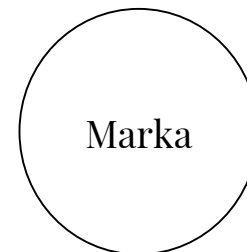
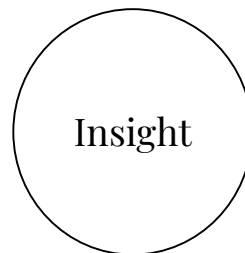


Do tego należy dobrać **wskaźniki** oraz **narzędzia pomiaru**.

Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. Przyjmij budżet i harmonogram działań.
7. Dobierz miary do oceny działań.
8. **Stwórz BIG IDEA.**

BIG IDEA:



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. Przyjmij budżet i harmonogram działań.
7. Dobierz miary do oceny działań.
8. Stwórz BIG IDEA.
9. **Określ główne przekazy.**

Razem z Message House:

- ✓ Określ misję działań - dlaczego są ważne?
- ✓ Jaka idzie za nimi korzyść dla grup docelowych?
- ✓ Jaka może być ich potencjalna krytyka?
- ✓ Określ wezwanie do działania!



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. Przyjmij budżet i harmonogram działań.
7. Dobierz miary do oceny działań.
8. Stwórz BIG IDEA.
9. **Określ główne przekazy.**

Razem z Message House:

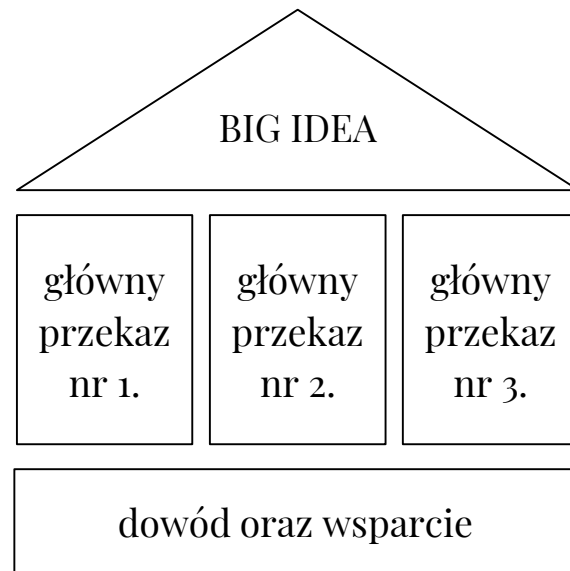
- ✓ Określ misję działań - dlaczego są ważne?
- ✓ Jaka idzie za nimi korzyść dla grup docelowych?
- ✓ Jaka może być ich potencjalna krytyka?
- ✓ Określ wezwanie do działania!

Prawdziwe CTA!

Strategia komunikacji

1. Zaczynj od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. Przyjmij budżet i harmonogram działań.
7. Dobierz miary do oceny działań.
8. Stwórz BIG IDEA.
9. **Określ główne przekazy.**

Określ główne przekazy - Message House:



Strategia komunikacji

1. Zaczynij od analizy dotychczasowych działań.
2. Sprawdź, jak robią to inni!
3. Przyjmij cele komunikacji.
4. Określ grupy docelowe.
5. Dobierz narzędzia.
6. Przyjmij budżet i harmonogram działań.
7. Dobierz miary do oceny działań.
8. Stwórz BIG IDEA.
9. Określ główne przekazy.
- 10. Przygotuj plan działań!**

Plan działań:

- ✓ stwórz linie komunikacji,
- ✓ określ, kiedy będziesz ich używać,
- ✓ zostaw miejsce na ASAPy,
- ✓ przygotuj się również na niespodziewane sytuacje!



**Które kanały Social Media
wybrać?**

Najpopularniejsze Social Media w Polsce

facebook



Instagram



YouTube

LinkedIn

twitter

Facebook profile of Rahim Blak. The profile picture shows him in a suit. The cover photo features a presentation slide titled "5 Strategii Sprzedaży przez Media Społeczne". The bio reads: "Moje przygody to opowieść o tym, jak uczę się biznesu i dzielę się wiedzą. Polub fb.me/rahimblak". The page shows 476 oczekujących postów and a button to "Napisz opinię".

Instagram profile of rahimblak. The profile picture is the same as on Facebook. The bio reads: "Rahim Blak, Przedsiębiorca, Art & Technology - Visual Artist, Social Media Fan & Entrepreneur from Poland - CEO clickcommunity.pl & edrone.me". The page shows 1431 posty, 3524 obserwujący, and 2479 obserwowa... There is a "Promuj" button and an "Edytuj profil" button.

YouTube channel of Rahim Blak. The profile picture is the same. The bio reads: "Rahim Blak, 694 subskrypcje". The channel features a video titled "#RAHIM BLAK DZIAŁA LEPIEJ NIZ KAWA" with 1:55 duration. Below the video, it says "#ToBędąDobreSzkolenia - Rahim Blak" with 556 wyświetleń 2 miesiące temu. There is a "Przesłane filmy" section with a video titled "Jak budować Markę Osobistą w social mediach?".

LinkedIn profile of Rahim Blak. The profile picture is the same. The bio reads: "Rahim Blak, CEO click community & CMO edrone / Social Media Specialist / Trainer & Lecturer / Startupper & Entrepreneur, Kraków, woj. małopolskie, Polska • 500+". The page shows "Twoja tablica" with "Najwyższy poziom" and statistics: 2 833 "Kto wyświetlił Twój profil", 202 "Wyświetlenia publikacji", and 677 "Pojawienia w wynikach wyszukiwania". There is a "Zainteresowania karierą zawodową" section with a "Wyt." button and a "Centrum porad nt. kariery" button.

Twitter profile of Rahim Blak (@RahimBlak). The profile picture is the same. The bio reads: "Art & Technology - Visual Artist & Social Media Fan from Poland. click apps & click community, Kraków, Szlak 77/220, clickapps.pl". The page shows 1 907 Obserwuje and 1 279 Obserwowujący. There is a "Tweety" section with a tweet from Rahim Blak @RahimBlak - 46m: "Pierwszy w historii #SMS został wysłany w 1992 r. z Wielkiej Brytanii, pierwsze wydanie #Facebook #Messenger pojawiło się prawie 20 lat później! Czuję, że #ToBędzieDobryLive Zapisz się Inkd.in/dHEM-4 Gościem będzie Andrzej Ogonowski z #SMSAPI. #LIVE". There is a "SMS VS Messenger" graphic with the date "13 lutego 2018" and "godz. 11:00".

**Dlaczego Facebook jest
wyborem nr 1.?**

Facebook

Strona internetowa, blog
i newsletter 2.0

Pozwala na:

- ✓ zapoznanie się z ofertą marki poprzez wygodne zakładki,
- ✓ kontakt z marką za pomocą Messengera,
- ✓ prowadzenie działań reklamowych poprzez Facebook Ads,
- ✓ współtworzenie z fanami treści pojawiających się na fanpage'u marki!



22,6 mln osób*

Pod koniec 2017 roku tylu polskich internautów korzystało z **Facebooka**.

*Raport Strategiczny INTERNET 2017/2018 przygotowany przez IAB Polska

Facebook

Jaką kategorię strony
wybrać?



Firma lub marka

Zaprezentuj swoje produkty i usługi, wyróżnij swoją markę i dotrzyj do większej liczby klientów na Facebooku.



Społeczność lub osoba publiczna

Nawiąż kontakt z osobami w Twojej społeczności, organizacji, zespole, grupie lub klubie i udostępniaj im informacje.



Wybór uzależnij od tego, co chcesz osiągnąć!

	Firma lub marka	Społeczność lub osoba publiczna
Krótki opis	✓	✓
Adres witryny internetowej	✓	✓
Usługi	✓	✓
Oceny i opinie	✓	✓
Adres e-mail	✓	✓
Telefon	✓	✓
Adres	✓	
Mapa	✓	
Zameldowania	✓	

Facebook

Jaka zadbać o spójny
wygląd fanpage'a?

Pro tipy:

- ✓ podejź do tematu... kreatywnie!



Zadbaj o spójny layout profilu...

The image shows a Facebook profile for 'Kulig' (@kuligshoes). The profile picture is a black square with the word 'KULIG' in white. The cover photo is a promotional banner for a new shoe collection, featuring five different styles of shoes (brown Chelsea boots, a grey suede boot, a dark brown high-heeled boot, a maroon leather boot, and a black Chelsea boot) arranged on a green leaf-patterned background. The text 'NOWA KOLEKCJA' is prominently displayed in the center of the banner. Below the banner, there are interaction buttons: 'Lubisz to!', 'Obserwowanie', 'Udostępnij', and a blue 'Kup teraz' button. The left sidebar contains navigation options: 'Strona główna', 'Informacje', 'Sklep', 'Społeczność', 'Posty', 'Zdjęcia', 'Filmy', 'Wydarzenia', and 'Notatki'. The main content area shows a post creation prompt 'Utwórz Post' and 'Na żywo', with a text input field 'Napisz post...' and options for 'Zdjęcie/film', 'Nastrój/akty...', and 'Zamelduj się'. A 'OUR STORY' button is visible in the bottom right corner of the cover photo area, and the text 'INFORMACJE KULIG' is at the very bottom right.

...a także o zakładkę z informacjami!

The screenshot displays the ClickCommunity website interface. The left sidebar contains navigation links: Strona główna, Informacje, Usługi, Recenzje, Oferty pracy, Instagram, Zdjęcia, Filmy, Posty, Wydarzenia, Społeczność, Informacje i reklamy, YouTube, and Twitter. The main content area is divided into several sections:












- Informacje:** Includes a map with a red location pin and contact details: "UL. Lekarzów 1, Kraków", "m.me/click.community", and "Zadzwoń 664 340 449".
- GODZINY OTWARCIA:** Shows a bar chart for popular hours and a table for opening times: "Zamknięte teraz: 09:00 - 17:30".
- OPIS:** Features a "#FejsTo FACE" banner and text about the company's specialization in social media, mentioning "EfektywneStrategie" and "SkuteczneKampanie".
- Informacje o firmie:** Lists business information such as "Parkowanie: Parkuję: Na ulicy i na posesji" and "Wprowadzenie na rynek w dniu: 2 kwietnia 2009".
- Misja:** States the mission: "Stajemy się SocialMedia - community, wirtualnego Klika w realnego konsumenta".
- DODATKOWE INFORMACJE KONTAKTOWE:** Provides contact details like "zespół@clickcommunity.pl" and "http://clickcommunity.pl".
- CZŁONKOWIE ZESPOLU:** Lists team members, including "rahim Blak".
- Najważniejsze wydarzenia:** A timeline of key events from 2010 to 2018, such as "2018 Pierwsza ekipa #Click'ersów na #Prądnicka95!" and "2011 K MAG Podpisujemy umowę z Controlfind".

Facebook

Jakie prowadzić działania reklamowe?












Jaki jest Twój cel marketingowy? [Pomoc: wybór celu](#)

Aukcja ⓘ Zasięg i częstotliwość ⓘ












Świadomość	Działania	Konwersja
 Rozpoznawalność marki	 Ruch	 Konwersje
 Zasięg	 Aktywność	 Sprzedaż z katalogu
	 Instalacje aplikacji	 Wizyty w firmie
	 Wyświetlenia filmu	
	 Pozyskiwanie kontaktów	
	 Wiadomości	



To nasze trzy główne cele!

Świadomość	Działania	Konwersja
 Rozpoznawalność marki	 Ruch	 Konwersje
 Zasięg	 Aktywność	 Sprzedaż z katalogu
	 Instalacje aplikacji	 Wizyty w firmie
	 Wyświetlenia filmu	
	 Pozyskiwanie kontaktów	
	 Wiadomości	

Zalecenia Facebooka 2018 - na które cele warto się zdecydować?

Świadomość	Działania	Konwersja
 Rozpoznawalność marki	 Ruch	 Konwersje
 Zasięg	 Aktywność	 Sprzedaż z katalogu
	 Instalacje aplikacji	 Wizyty w firmie
	 Wyświetlenia filmu	
	 Pozyskiwanie kontaktów	
	 Wiadomości	

Pamiętaj
o zainstalowaniu
Pixela!

Facebook

O czym muszę pamiętać
przy publikacji treści?

Pro tipy:

- ✓ wybierz optymalną godzinę oraz dzień publikacji!



Podsumowanie

Promocje

Osoby obserwujące

Polubienia

Zasięg

Wyświetlenia strony

Wyświetlenia
podglądu strony

Działania na stronie

Posty

Materiały
powiązane z marką

Wydarzenia

Filmy

Zdarzenia

Osoby

Sklep

Kiedy Twoi fani są w Internecie

Typy postów

Najpopularniejsze posty na obserwowanych stronach

Dane dotyczące minionego tygodnia. Pory dnia są wskazane z uwzględnieniem lokalnej strefy czasowej Twojego komputera.

DNI

37 371

37 256

37 466

37 467

37 497

37 471

37 323

pon.

wt.

śr.

czw.

piąt.

sob.

niedz.

GODZINY

25 000

20 000

15 000

10 000

5 000

0

03:00

06:00

09:00

15:00

18:00

21:00

Facebook

O czym muszę pamiętać
przy publikacji treści?

Pro tipy:

- ✓ targetuj swoje treści (także organicznie)!



Do kogo chcesz trafić z przekazem?

Utwórz Post Na żywo Wydarzenie Oferta Praca

Napisz post...

Zdjęcie/film Nastrój/aktywność

Zamelduj się Zwiększ liczbę wizyt w sklepie

Napisz notatkę Wesprzyj organizację non pro...

Oznacz produkt Dodaj ważne wydarzenie

Reklamuj swoją firmę Dodaj wskazówki dojazdu

Otrzymuj wiadomości Zachęć do dzwonienia

Ankieta Lista

Zacznij sesję pytań i odpowie...

Aktualności
Posty są publiczne i pojawiają się na Twojej stronie i w wynikach wyszukiwania.

Udostępnij teraz Publiczna Promuj post

Relacja Twojej strony
Widoczne publicznie przez 2

Udostępnij ostatnie zdjęcie ze...
Widoczne tylko dla Ciebie

4,8 4,8 na 5 · Na podstawie opinii 88 użytkowników

#HYPOStory

INFORMACJE BELL HYPOALLERGENIC

#HYPOGoGreen!

HYPOAllergenic - to coś więcej niż kosmetyki do make-upu

HYPOAllergenic to marka dla kobiet, które wi...

Zobacz więcej

Wskaźnik odpowiedzi 80%, czas odpowiedzi 11 godz

Odpowiadaj szybciej, aby zdobyć oznaczenie

Polubienia: 39 tys. +48 w tym tyg

Targetowanie w Aktualnościach

Wskaż osoby, które mogą zobaczyć ten post w Aktualnościach. Osoby z konkretnymi zainteresowaniami obejrzą go chętniej.

Zainteresowania

Szukaj zainteresowań | Propozycje | Przeglądaj

np. „koszykówka”, „przedszkole”, „toruń”, „Kendrick Lamar”

Wiek

18 - 65+

Płeć

Wszyscy Mężczyźni Kobiety

Lokalizacje

Dodaj lokalizację

Języki

Podaj język...

Więcej danych demograficznych

Szacowany zasięg w aktualnościach: 25000

Wyczyść Anuluj Zapisz



















Facebook

O czym muszę pamiętać
przy publikacji treści?

Pro tipy:

- ✓ Zmień ustawienia strony tak, aby była użyteczna dla odbiorcy!



 Ogólne	Skróty	Strona nie jest przypięta do skrótów	Edytuj
 Wiadomości	Widoczność strony	Strona została opublikowana	Edytuj
 Informacje o stronie	Posty gości	Posty na stronie może zamieszczać każdy Każdy może dodawać zdjęcia i filmy na stronie	Edytuj
 Szablony i karty	Wiadomości	Możliwość prywatnego kontaktu ze stroną.	Edytuj
 Podmiot publikujący	Możliwość dodawania znaczników	Zdjęcia na stronie mogą oznaczać tylko osoby, które pomagają nią zarządzać.	Edytuj
 Powiadomienia	Inne osoby oznaczające tę stronę	Osoby i inne strony mogą oznaczać moją stronę.	Edytuj
 Platforma Messengera	Lokalizacja strony dla efektów	Inne osoby mogą używać lokalizacji Twojej strony dla nakładek i efektów zdjęć i filmów.	Edytuj
 Role na stronie	Ograniczenia dotyczące kraju	Strona jest widoczna dla wszystkich.	Edytuj
 Użytkownicy i inne strony	Ograniczenia wiekowe	Strona jest dostępna dla wszystkich.	Edytuj
 Preferowana grupa odbiorców strony	Moderação strony	Posty zawierające następujące słowa są blokowane: oszuści, kłamcy, źle, oszucsi, kłamcy, zle	Edytuj
 Autoryzacje	Filtr wulgaryzmów	Restrykcyjny	Edytuj
 Materiały powiązane z marką	Propozycje podobnych stron	Określ, czy strona ma być polecana innym użytkownikom	Edytuj
 Instagram	Aktualizacje stron	Page posts are automatically published when you update Page info, reach milestones, receive reviews and more.	Edytuj
 Polecane	Publikowanie w różnych językach	Możliwość pisania postów w różnych językach jest wyłączona	Edytuj
 Crosspostowanie	Tłumacz automatycznie	W postach mogą być automatycznie wyświetlane tłumaczenia dla osób, które czytają w innych językach.	Edytuj
 Panel pomocy Strony	Ranking komentarzy	Na stronie domyślnie są wyświetlane najnowsze komentarze.	Edytuj
 Dziennik aktywności 	Dystrybucja zawartości	Pobieranie z Facebooka jest dozwolone.	Edytuj
	Pobierz stronę	Pobieranie strony	Edytuj

- Wiadomości
- Informacje o stronie
- Szablony i karty**
- Podmiot publikujący
- Powiadomienia
- Platforma Messengera
- Role na stronie
- Użytkownicy i inne strony
- Preferowana grupa odbiorców strony
- Materiały powiązane z marką
- Instagram
- Polecane
- Panel pomocy Strony
- Dziennik aktywności

Szablony i karty

Skonfiguruj działania i zakładki dla strony

Szablony

Wybierz szablon z domyślnymi przyciskami i kartami zaprojektowanymi w celu poprawienia wyników Twojej strony.

Obecny szablon: **Standardowy** [Edytuj](#)

Zakładki

Kliknij i przeciągnij nazwę karty, aby zmienić kolejność kart. Ich kolejność wyznacza również kolejność sekcji widocznych w górnej części Twojej strony.

Użyj zakładek domyślnych WYL.

Włącz zakładki domyślne, aby korzystać z zakładek wytypowanych jako najefektywniejsze dla typu Twojej strony.

Strona główna [Ustawienia](#)

Informacje [Ustawienia](#)

Notatki [Ustawienia](#)

Recenzje [Ustawienia](#)

Zdjęcia [Ustawienia](#)

Posty [Ustawienia](#)

Filmy [Ustawienia](#)



BELL
HYPOAllergenic
@Bell.HYPOAllergenic

Strona główna

Informacje

Notatki

Recenzje

Zdjęcia

Posty

Filmy

Wydarzenia

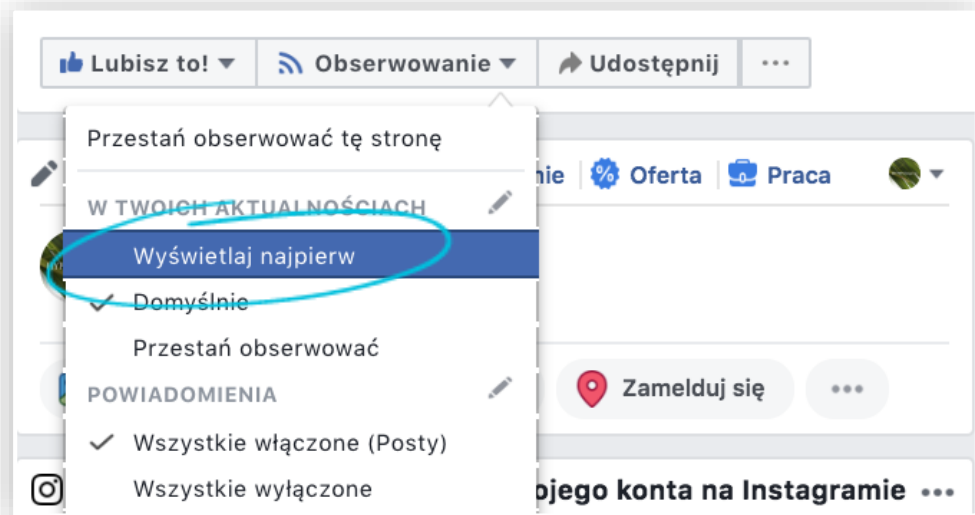
Sklep

Spoleczność

Informacje i reklamy

Oferty pracy





Facebook

O czym muszę pamiętać
przy publikacji treści?

Pro tipy:

Pamiętaj, aby dopasować treści:

- ✓ zadbaj o **tekst** - [languagetool](#),
- ✓ zadbaj o **grafikę** - [canva](#), [formaty 2018](#),
- ✓ zadbaj o **film** - [formaty 2018](#),
- ✓ zadbaj o **promocję** - [text control](#).



The 20% Rule

for Facebook Ads

Facebook

O czym muszę pamiętać
przy publikacji treści?

Pro tipy:

- ✓ Odpowiednio reaguj na reakcje użytkowników!



Odpowiadaj na negatywne komentarze i opinie:



Evelin Ka Baza pigmenty i złoty lakier do paznokci....rozświetlacza nie było choć polowałam w kilku miastach i niestety się nie udało 😞

Lubię to! · Odpowiedz · 13 t



Bell - kosmetyki do makijażu Prosimy o informację w jakiej miejscowości poszukujesz tego produktu. 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 13 t



Evelin Ka Nysa Korfantów Opole

Lubię to! · Odpowiedz · 13 t



Bell - kosmetyki do makijażu Evelin Ka sprawdź w sklepach sieci Biedronka w Opolu przy ul. Obrońców Stalingradu 12/1 i ul. Oleskiej 104. 😊 Dostępność może zmieniać się na bieżąco. 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 13 t



Evelin Ka Do Opola mam spory kawałek drogi i tylko przy okazji sprawdzałam czy tam też jestale dzięki za info 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 13 t



Grzegorz Kaczmarek Dziadostwo. Szkoda kasy. Wysłałem spodnie do reklamacji do samej centrali (Paryż) i jak dotąd 2 miesiąc żadnej odpowiedzi. Uważajcie co kupujecie.

Lubię to! · Odpowiedz · 22 t · Edytowany



Pierre Cardin Polska Grzegorz chętnie pomożemy. Powiedz nam proszę, w którym salonie kupiłeś spodnie?

Lubię to! · Odpowiedz · Skomentowane przez użytkownika Ewa Sulewska (?) · 22 t



Grzegorz Kaczmarek Odpisze po południu bo nie ma przy sobie dokumentów reklamacyjnych.

Lubię to! · Odpowiedz · 22 t



Pierre Cardin Polska W porządku, zapraszamy do wiadomości prywatnej. Dzięki temu będziemy mogli lepiej przyjrzeć się sprawie.

Lubię to! · Odpowiedz · Skomentowane przez użytkownika Ewa Sulewska (?) · 22 t



Lech Czajewski Hej! Mistrzowie PR, czy ten sezon ograniczycie do publikowania kolejnych postów?

Lubię to! · Odpowiedz · 11 t · Edytowany



Magura Ski Park Do czasu kiedy stacja nie jest otwarta, chcemy utrzymać naszych odbiorców w zimowym klimacie 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 11 t



Lech Czajewski Magura Ski Park Dobrze, że chociaż potraficie żartować 😊

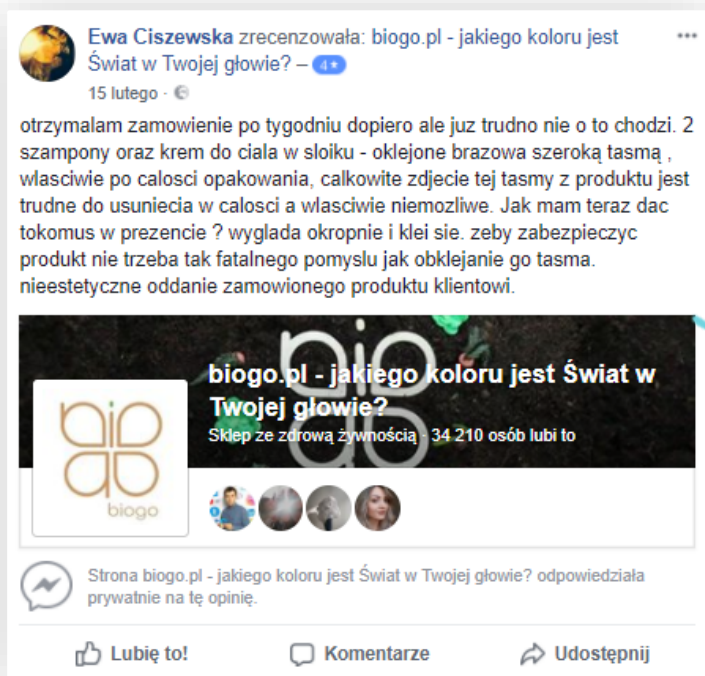
Lubię to! · Odpowiedz · 11 t

Ustaw
automatyczne
odpowiedzi!

1. Użytkownikowi wystawia negatywną opinię.

2. Odpowiadamy na nią w komentarzu oraz na priv, aby wyjaśnić problem.

3. Użytkownik po naszej interwencji podnosi ocenę!



Ewa Ciszewska zrecenzowała: **biogo.pl - jakiego koloru jest Świat w Twojej głowie?** – 4★
15 lutego · €

otrzymałam zamówienie po tygodniu dopiero ale już trudno nie o to chodzi. 2 szampony oraz krem do ciała w słoiku - oklejone brązową szeroką taśmą, właściwie po całości opakowania, całkowite zdjęcie tej taśmy z produktu jest trudne do usunięcia w całości a właściwie niemożliwe. Jak mam teraz dać tokomus w prezencie? wygląda okropnie i klei się. żeby zabezpieczyć produkt nie trzeba tak fatalnego pomysłu jak oklejanie go taśmą. niestety oddanie zamówionego produktu klientowi.

biogo.pl - jakiego koloru jest Świat w Twojej głowie?
Sklep ze zdrową żywnością · 34 210 osób lubi to

Strona **biogo.pl - jakiego koloru jest Świat w Twojej głowie?** odpowiedziała prywatnie na tę opinię.

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij




biogo.pl - jakiego koloru jest Świat w Twojej głowie? Dziękujemy za Twoją opinię. Bedzie ona dla nas cenną lekcją. Pozdrawiamy!
Lubię to! · Odpowiedz · 9 t

Ewa Ciszewska No bardzo proszę ale póki co jestem stratna na tym interesie. Wystarczy czasem pomyśleć
Lubię to! · Odpowiedz · 9 t


Ewa Ciszewska biogo.pl w osobie miłego Pana zadzwonilo do mnie i osobiscie przeprosilo za sytuację. Doceniam to, w związku z tym będę dalej korzystać z tego sklepu.
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t


biogo.pl - jakiego koloru jest Świat w Twojej głowie? Dziękujemy 😊
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Informuj wcześniej o problemie, aby uniknąć sytuacji kryzysowej!

 **Bestcena.pl** ⋮
Opublikowane przez: click community [?] · 3 sierpnia o 15:25 · 🌐

Kochani, maszyna pakująca Wasze zamówienia uległa awarii - część wyjdzie z opóźnieniem. Za utrudnienia przepraszamy! 😊

 Zasięg: 4235 osób Promowanie niedostępne

 5 Komentarze: 12

 **Adam Majkowski** Oo to u was robot pakuje telefony 🤖🤖
Lubię to! · Odpowiedz · 5 d

 **Bestcena.pl** Tak, ale ewidentnie poczuł dzisiaj piąteczek 😊
Damy znać, kiedy wróci do pracy 😊
Lubię to! · Odpowiedz · Skomentowane przez użytkownika click community [?] · 13 min 👍 1

👉 Pokaż więcej odpowiedzi

 **Irek Pyzar** A nie macie gdzieś świstaka pod ręką? 😊
Lubię to! · Odpowiedz · 5 d

 **Bestcena.pl** Chcemy zaangażować sowy! 🦉
Lubię to! · Odpowiedz · 5 d

 **Mateusz Skalski** Super po prostu
Lubię to! · Odpowiedz · 5 d

 **Bestcena.pl** Mateusz, robimy wszystko, co w naszej mocy, aby proces wysyłek zamówień przebiegał bez większych opóźnień 😊

Daj znać, gdy sprawa zostanie rozwiązana!

**Bestcena.pl** ⋮

Opublikowane przez: click community [?] · 6 sierpnia o 14:04 · 🌐

Maszyna pakująca Wasze zamówienia już działa bez zarzutu, więc powoli wszystko wraca do normy 😊 Jeszcze raz przepraszamy za niedogodności!

 Zasięg: 3284 osoby Promowanie niedostępne

 2 Komentarze: 2

 Lubię to!  Komentarze  Udostępnij 

Od najstarszego ▾

**Marek Banaśkiewicz** Będzie xiami 8 Explorer może na sklepie ?

Lubię to! · Odpowiedz · 2 d

**Bestcena.pl** Marek, prosimy śledź nasz profil uważnie, będziemy na bieżąco informować o nowościach w naszym sklepie 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 2 d

Facebook

O czym muszę pamiętać
przy publikacji treści?

Pro tipy:

- ✓ Dostosuj swoje działania do panujących algorytmów Facebooka!



„Our focus for 2018
is making sure the time we all spend
on Facebook is valuable”.

– Mark Zuckerberg (4.01.2018 r.)

„Our focus for 2018
is making sure the time we all spend
on Facebook is valuable”.

– Mark Zuckerberg (4.01.2018 r.)

Zmiana algorytmu
News Feeda!

- ✓ meaningful social interactions
- ✓ relevant content
- ✓ time well spent
- ✓ well-being and happiness

Zrezygnuj z tych treści - obniżają zasięgi!

TAG BAITING



COMMENT BAITING



VOTE BAITING



REACT BAITING



SHARE BAITING



Facebook

W takim razie jakie treści
publikować?

Pro tipy:

- ✓ wykorzystuj takie formaty, które przynoszą największe korzyści!



Podsumowanie

Promocje

Osoby obserwowujące

Polubienia

Zasięg

Wyświetlenia strony

Wyświetlenia
podglądu strony

Działania na stronie

PostyMateriały
powiązane z marką

Wydarzenia

Filmy

Zdarzenia

Osoby

Kiedy Twoi fani są w Internecie

Typy postów

Najpopularniejsze posty na obserwowanych stronach











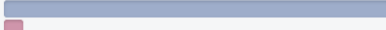





Powodzenie różnych typów postów na podstawie średniego zasięgu i zaangażowania.

Pokaż wszystkie posty ▾

Zasięg

Kliknięcia posta

Reakcje, komentarze i udostępnienia

Rodzaj	Średni zasięg	Średnia aktywność
 Film	7952 	363 16  
 Zdjęcie	6510 	204 32  
 Link	5573 	423 21  
 Udostępniony film	281 	28 7  

Facebook

W takim razie jakie treści
publikować?

Pro tipy:

- ✓ nowoczesne formaty mają zawsze większe zasięgi!



Kierunek rozwoju Facebook marketingu 2018

Rynek Social Media rośnie!

Live'y



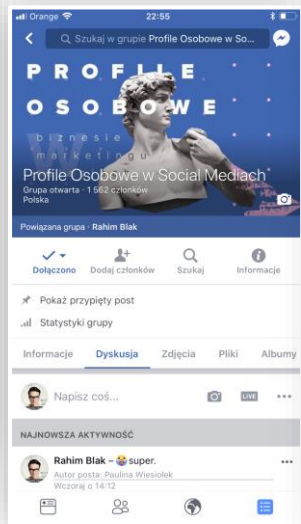
ZASADA 3X WAGA:

- interakcja
- format
- osoba

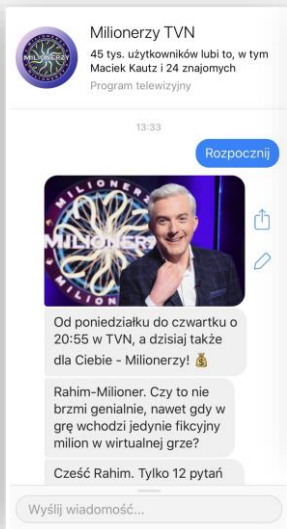
Czy Twój odbiorca jest GOTOWY NA LIVE'Y?

**WEB 2.0
VS
SPOŁECZNOŚĆ**

Grupy



Messenger Marketing



**NOWA ERA
E-MAIL
MARKETINGU**

Stories



2 X TIMELINE



Profile osobowe



RYNEK SZKOLEŃ

**INFLUENCER
MARKETING**

**PERSONAL
BRANDING**

REKRUTACJA (HR)

CTA - czyli wzywaj do...

Live'y



Dobre praktyki live'ów:

- ✓ Witaj znajomych!
- ✓ Pytaj, czy cię słyszą?
- ✓ Odpowiadaj na pytania w komentarzach!
- ✓ Wzywaj do udostępniania!

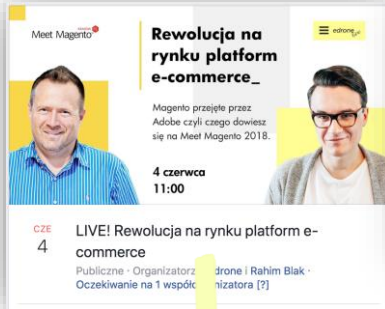


1 udostępnienie = 20 lajków

Udostępnienia w algorytmie zasięgów organicznych mają największe znaczenie!

Live'y i Wydarzenia są Contentogenne!

Wydarzenie FB Współdzielone



Posty



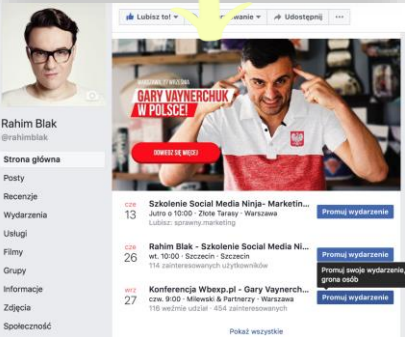
Live



Stories i

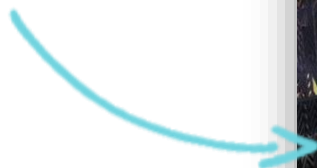


Postprodukcja Video



Praktycznie kilka razy w miesiącu nowe funkcjonalności otrzymuje Stories!

Stories



Facebook

W takim razie jakie treści
publikować?

Pro tipy:

- ✓ postaw na Video Marketing!



„In five years, most of Facebook will be video”.

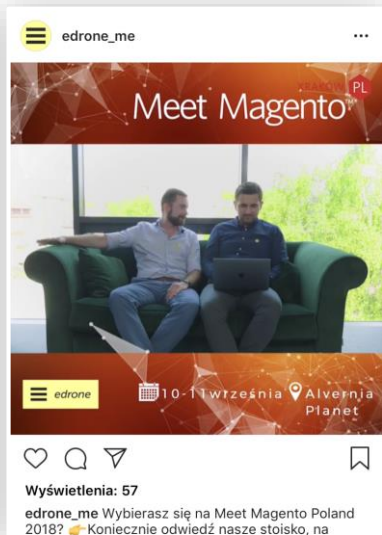
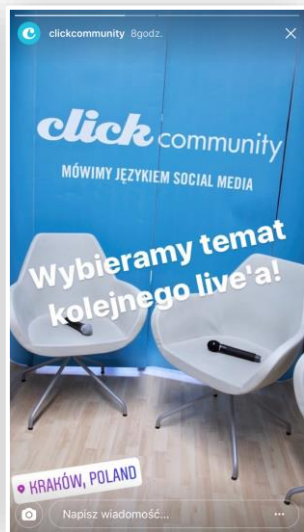


– Mark Zuckerberg (6.11.2014 r.)

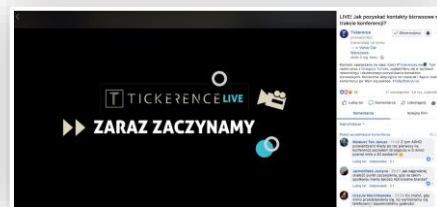
Formaty video w Social Media

Boomerang
Live Stories
Stories
IGTV

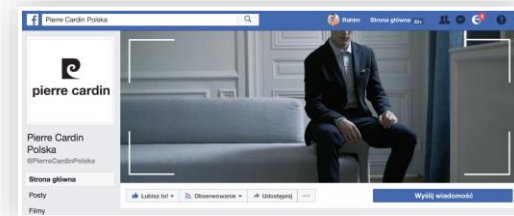
Instagram Video



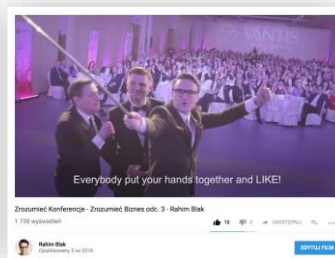
Live



Cover Video



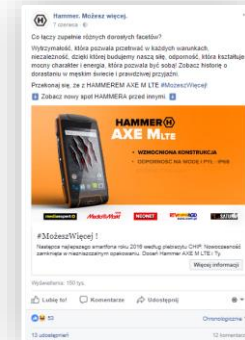
YouTube



Facebook Video



Reklama Video

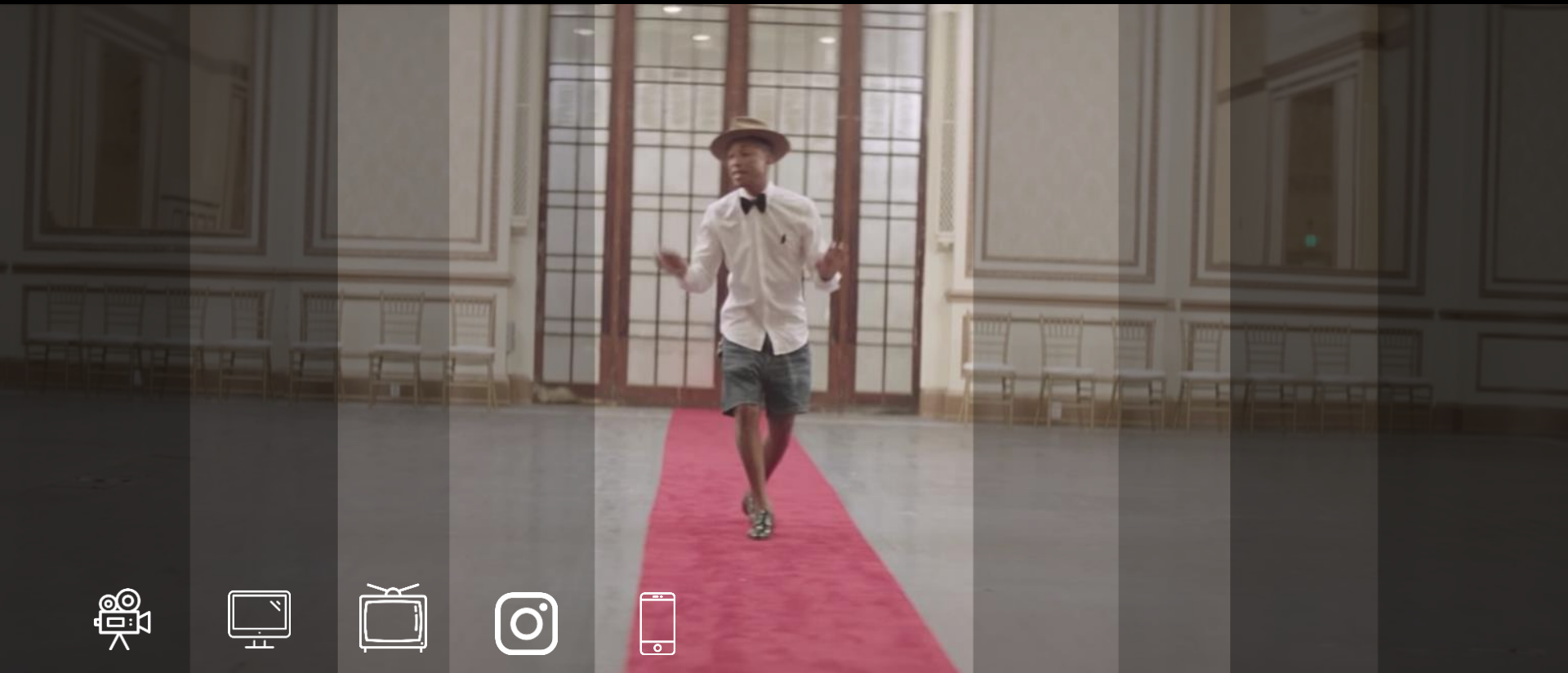












Formaty video w Social Media

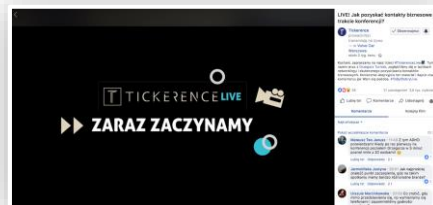
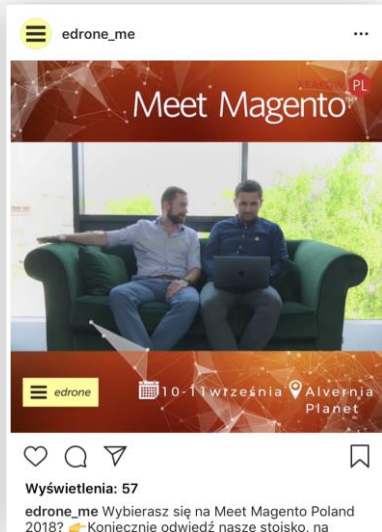
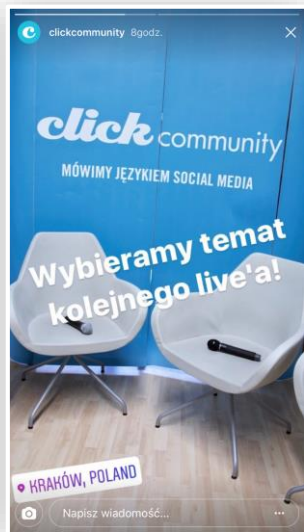
Boomerang
Live Stories

Stories < 15 sek.
IGTV < 10 min.

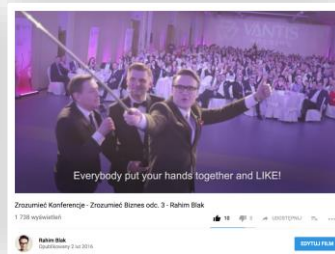
Instagram Video < 30 sek.

Live > 15 min.
< 4 h

Cover Video < 90 sek.

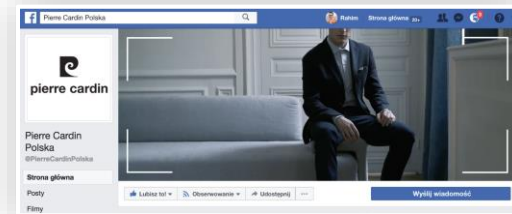


YouTube > 5 min.
< 7 min.



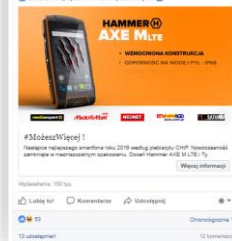
Facebook Video

> 60 sek.
< 90 sek. < 15 sek.



Reklama Video

> 60 sek.
< 90 sek. < 15 sek.



Facebook

Jak jeszcze można dotrzeć
do odbiorców?

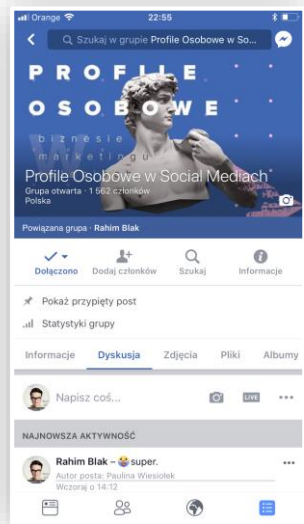
Pro tipy:

- ✓ postaw na grupy i wydarzenia!



Co nam daje komunikacja w ramach grup?

Grupy



Korzyści:

- ✓ możemy powiązać je ze swoim fanpage,
- ✓ budujemy i angażujemy prawdziwą społeczność, która współtworzy obraz marki na Facebooku,
- ✓ jej członkowie otrzymują powiadomienia o nowych postach,
- ✓ Facebook promuje grupy - ostatnio udostępnił Pixel dla grup,
- ✓ możemy jako grupa wypowiadać się w ramach innych grup!

Co nam daje komunikacja w ramach wydarzeń?

Wydarzenia



The image shows a Facebook event page for 'FAKENEWS & clickbaits'. The event is scheduled for Tuesday, June 12, 2018, from 11:00 to 13:00. The organizers are HEVRE and the 'click community'. The event is public. The cover image features three people: Rafał Romanowski, Igor Wesolowski, and Anna Socia. The event title is 'FAKENEWS & clickbaits' with a subtitle '- czy nowoczesne media idą na wojnę?'. There is a 'Zainteresowana' button and a 'Pokaż mapę' link.

Korzyści:

- ✓ możemy je współorganizować z innymi fanpage'ami,
- ✓ wydarzenia mogą być cykliczne,
- ✓ uczestnicy otrzymują powiadomienia o nowych postach oraz o rozpoczęciu wydarzenia,
- ✓ zebraną społeczność można wykorzystać w działaniach reklamowych!

Co jest najlepsze dla LGD?

Dostępne formaty postów:

Utwórz Post | Na żywo | Wydarzenie | Oferta | Praca

Napisz post...

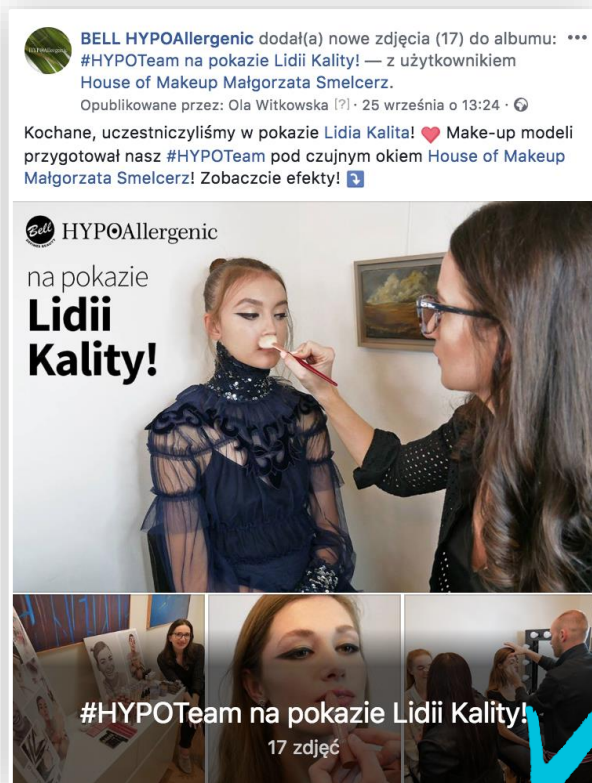
- Zdjęcie/film
- Zamelduj się
- Napisz notatkę
- Oznacz produkt
- Reklamuj swoją firmę
- Otrzymuj wiadomości
- Ankieta
- Zacznij sesję pytań i odpowie...
- Nastrój/aktywność
- Zwiększ liczbę wizyt w sklepie
- Wesprzyj organizację non pro...
- Dodaj ważne wydarzenie
- Dodaj wskazówki dojazdu
- Zachęć do dzwonienia
- Lista

Aktualności
Posty są publiczne i pojawiają się na Twojej stronie i w wynikach wyszukiwania.
Udostępnij teraz | Publiczna | Promuj post

Relacja Twojej strony
Widoczne publicznie przez 24 godziny

Udostępnij teraz

Posty: albumy



Posty: albumy



Posty: przeklikowe

 **LGD Powiatu Wielickiego**
17 września o 10:53 · 🌐

Polecamy, ciekawy materiał przybliżający historię Zamku Królewskiego w Niepołomicach <http://www.radiokrakow.pl/.../o-drugim-wawelu-w-niepolomicac.../>

 **RADIOKRAKOW.PL**
O drugim Wawelu w Niepołomicach w Pod lupą - Pod Lupą - Przed hejnałem - Audycje - Radio Kraków
Była „niepołomna” czyli niepokonana, trudna do wytrzebieńia i zagospodarowania. Ale i piękna i bogata....



 **Pravda. The truth in vodka.**
Opublikowane przez: click community [?] · 6 godz. · ⚙️

2-4 Października będziemy towarzyszyć TBI Technology na targach Toolex 2018 w Sosnowcu. Klienci Marki poznają tam dwie prawdy. O tym, jak maksymalizować zyski swoich firm, korzystając z najnowszych technologii, oraz tą... o Pravdzie. Zainteresowanych — serdecznie zapraszamy!

**POZNAJ CAŁĄ PRAVDĘ
O NASZYCH
MASZYNACH CNC!**

TBITECH.PL
TBI • Poznaj całą PRAVDĘ o maszynach CNC!

[Więcej informacji](#)



Posty: karuzele

 **LGD "Podbabiogórze"** 5 czerwca · 

PONOWNE ZAPYTANIE OFERTOWE

Zarząd Stowarzyszenia Lokalnej Grupy Działania „Podbabiogórze” zwraca się z zapytaniem ofertowym na wykonanie, dostawę oraz montaż 18 sztuk Kredensów Podbabiogórskich zgodnie ze wzorem stanowiącym załącznik nr 1 do zapytania ofertowego (pełna treść zapytania ofertowego oraz załącznik znajdują się na stronie www.lgdpodbabiogorze.pl).

Opis przedmiotu zamówienia:
Przedmiotem zamówienia jest wykonanie 18 szt. Kredensów Podbabiogórskich. Kredens ma zostać w... [Zobacz więcej](#)



Aktualności **Aktualności**



 **Bestcena.pl** Opublikowane przez: click community [?] · 29 września o 20:00 · 

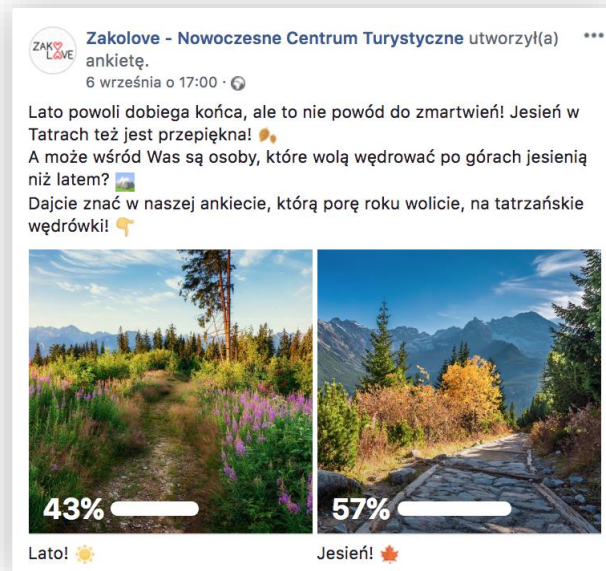
#Bestseller w swojej kategorii oraz naszego e-sklepu w sierpniu - Galaxy S9! 🌟 Która jego odsłona najbardziej przypadła Ci do gustu? 🤔
Odkryj je wszystkie! 



Wybierz ulubiony! [Więcej informacji](#) **Niebieski...**



Posty: ankiety



Posty: pionowe

LGD Zielony Pierścień
8 sierpnia · 🌐

W imieniu organizatorów zapraszamy na spotkanie informacyjno-promocyjne "Smakuj Lubelskie", które odbędzie się w dniu 21.09.2018 r. od 9.30 do 15.00, Hotel Pikul, ul. Lubelska 65 Puławy.

W programie spotkania:
- pokaz kulinarny z degustacją... Zobacz więcej

**SPOTKANIE INFORMACYJNO-PROMOCYJNE
„SMAKUJ LUBELSKIE”**

- JAK SKUTECZNIE PROMOWAĆ PRODUKTY?
- JAK WSPIERAĆ LOKALNYCH PRODUCENTÓW?
- DLACZEGO WARTO TWORZYĆ SZLAKI KULINARNE?

Odpowiedz na te i inne pytania podczas spotkania informacyjno-promocyjnego „Smakuj Lubelskie”, które odbędzie się

w dn. **21 września 2018r.**
o godz. **9.30**
w Hotelu **Pikul**
ul. Lubelska 65, Puławy

1 Pokaz kulinarny z degustacją
2 Baza smaków kulinarnych w promocji produktów lokalnych
3 Marketing produktów rolniczych - Jak skutecznie promować produkty?
4 Certyfikacja żywności w Polsce i UE
5 Konkursy z atrakcyjnymi nagrodami i wartościowy spacer w okolicach 30 po województwie lubelskim

Moderatorem spotkania będzie znana prezenterka telewizyjna **Dorota Gardias**.

serdecznie zapraszam
Dorota Gardias

Fundusze Europejskie Program Inicjatyw Regionalnych
Rzeczpospolita Polska
lubelskie Smakuj Lubelskie
Unia Europejska Europejski Fundusz Regionalny

Wydział współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach projektu „Marketing Kompetencje Województwa Lubelskiego”



WSEI Kraków - Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki
17 września o 14:00 · 🌐

Marketingowcu!
Ukończyłeś studia, ale cierpisz na niedosyt praktyki? 🤔 A może od lat prowadzisz własny biznes i chcesz podążyć z duchem czasu? 🚀

👉 Nieważne, jakie masz doświadczenie w branży - zrobimy z Ciebie EKSPERTA! 🤖
Jak? Całkowicie praktycznie, całkowicie niekonwencjonalnie i przyszłościowo. A wszystko dzięki genialnej kadrze naszych wykładowców - najlepszym specjalistom od Social Media Marketingu. 📺
👉 ... Zobacz więcej


CZEKAMY WŁAŚNIE NA CIEBIE!

SOCIAL MEDIA MANAGER
#ToBędąDobreStudia

WSEI
STUDIA PODPŁOMKOWE

Posty: 360 stopni



Gotowi na  - rewolucję? :)

Dziękuję!

Masz jakieś pytania?

Napisz do mnie:

Aleksandra Witkowska
olawit14@gmail.com



fb.me/ola.witkowska.35



linkedin.com/in/a-witkowska



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie
"Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich”
Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI ANIMATORA LGD



Odwiedź portal KSOW – www.ksow.pl
Zostań Partnerem Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich