

Portfolio



Monika Szczepańska

Digital Marketing

DIGITAL MARKETING

CONTENT

01

PRZEDSTAWIENIE

—
Zobacz kim jestem i czym
zajmuję się na co dzień!

02

COPYWRITING

—
Miałam przyjemność tworzyć
treści copy dla wielu marek,
w tym dla agencji, portali
i firm. Chętnie piszę o modzie,
podróżach i lifestyle, ale
odnajduję się w każdej
tematyce.

03

STRATEGIE SOCIAL MEDIOWE I SM

—
Sprawdź, co biorę pod uwagę
oraz, w jaki sposób działam,
aby spełnić wszystkie Twoje
oczekiwania.

04

ZDJĘCIA UGC

—
Od lat przygotowuję również
zdjęcia produktowe, więc jeśli
tego potrzebuje Twoja firma,
nie ma najmniejszego
problemu!

05

SKONTAKTUJ SIĘ ZE MNA

—
Razem możemy więcej!

Dzień dobry!

Mam na imię Monika i na co dzień zajmuję się digital marketingiem. Moją specjalizacją jest copywriting

i storytelling – zajmuję się tymi dziedzinami od prawie 10 lat i jestem przekonana, że to bardzo ważny element kreowania marki. Oprócz tego tworzę strategie i plany na social media, tworzę zdjęcia produktowe i pomagam rozwijać profile od A do Z. Jestem przekonana, że razem stworzymy coś wyjątkowego!

Zamów u mnie:

- Teksty na blogi firmowe;
- Opisy produktów i usług;
- Treści do newslettera;
- Storytelling do postów i relacji w social mediach;
- Strategię marki w social mediach;
- Analizę marki w social mediach;
- Konsultacje z tworzenia treści i budowania marki na social mediach;
- Zdjęcia produktowe.

Monika



Magdalena

Copywriting

Jesienne inspiracje – co będzie modne w nadchodzącym sezonie?

Miłośniczki mody mogą spokojnie odetchnąć. W końcu nadeszła wyczekiwana przez nie jesień, czyli najlepszy sezon na to, aby pokazać światu swój unikatowy styl. Niższa temperatura sprzyja temu, aby nosić klasyczne płaszcze, miękkie swetry i puszyste dodatki. Jednak nie wszystkie trendy z ubiegłych sezonów sprawdzą się również teraz. Podpowiadamy, jak kształtować się będą najnowsze tendencje modowe.

Mocne kolory czy sprawdzona klasyka?

Jesień wielu osobom kojarzy się z szarością i stonowanym stylem, a to zdecydowanie błąd, bo ta pora roku daje naprawdę ogromne możliwości! Oczywiście fanki beżowego, szarego czy śnieżnobiałego nie mają na co narzekać. Tych odcieni na pewno nie zabraknie ani na ulicach, ani w sklepach. Niemniej jednak warto dać szansę również innym odcieniom. W modzie będzie na przykład intensywna czerwień, która sprawdzi się nie tylko na dodatkach, ale i na płaszcach czy puchowych kurtkach. Oprócz tego mocną pozycję toruje sobie butelkowa zieleń. To klasyczny kolor, dzięki któremu można ożywić każdą stylizację. Jeśli chcesz wpisać się w obecne trendy, a jednocześnie zwrócić na siebie uwagę, koniecznie zdecyduj się na długi, ciemnozielony płaszcz.

Srebro i złoto nie tylko dla odważnych

Srebro i złoto kojarzone są nie tylko z luksusem, ale i z dobrą zabawą. To popularne kolory wśród osób, które lubią przyjęcia, szaleństwo do białego rana i nie przepadają za zamykaniem się w określonych schematach. W tym sezonie srebro i złoto powracają w wersji full, czyli wszędzie będzie ich pełno! Jeśli do tej pory miałaś opory przed tym, aby założyć połyskujące, srebrne legginsy albo body całe w złocie, teraz jest na to najlepszy czas. Wśród najnowszych kolekcji znajdziesz wiele propozycji, które możesz dopasować zarówno do swojej figury, jak i do swoich upodobań. Jeśli nie chcesz przesadzać i wprowadzać trendy stopniowo do swojej garderoby, w pierwszej kolejności zdecyduj się na srebrne jeansy, które stworzą świetny look nawet z białą koszulą.

Jakie okrycia wierzchnie sprawdzą się najlepiej? Powrót kożuszków i misiowych płaszczy

Jesień to czas, w którym pogoda jest dość niestabilna, a więc także i na to musisz być szczególnie przygotowana. W swojej szafie powinnaś mieć przynajmniej jedno okrycie wierzchnie, które darzysz szczególną sympatią i w którym naprawdę dobrze się czujesz. W tym sezonie do wyboru masz przede wszystkim przeróżne kożuszki, które kuszą z każdej sklepowej witryny. Królują zwłaszcza różne odcienie brązu, ale jeśli zależy ci na jakimś innym kolorze, z całą pewnością również go znajdziesz. Kożuszek spokojnie zestawisz w każdej stylizacji na dowolną okazję. Pasuje zarówno do krótkiej spódniczki w szkolnym stylu, jak i do woskowanych spodni. Dobrym wyborem jest także misiowy płaszcz, który skutecznie ochroni cię przed chłodem. Najlepiej w pastelowym odcieniu, który rozpromieni zamglone ulice.

O takiej karierze marzy każda influencerka. Jak zmieniał się styl Chiary Ferragni i jak obecnie tworzy swoje imperium?

Obecnie Chiara Ferragni to prawdziwa ikona i kobieta biznesu. W przemyślany sposób mnoży swoje zyski i rozwija się w wielu branżach. To jaką drogę przeszła, w ilu projektach brała udział i z kim współpracowała to marzenie niejednej blogerki modowej. Jej blog zatytułowany The blonde salad, a tym samym początek jej kariery, narodził się w 2009 roku. Spójrzmy, jak na przestrzeni tych 14 lat zmienił się jej styl oraz nad czym obecnie pracuje influencerka.

Kim była Chiara zanim narodził się pomysł na blog?

Chiara Ferragni wielokrotnie w swoich internetowych postach powracała wspomnieniami do swojego wcześniejszego życia, zanim stała się tak rozpoznawalna. Była młodą dziewczyną, która lubiła bawić się modą, a na co dzień studiowała prawo międzynarodowe na prywatnej uczelni Bocconi, która przy okazji jest jedną z najlepszych we Włoszech. Mieszkała w kawalerce w Moscova, jednej z najbardziej prestiżowych dzielnic Mediolanu i spotykała się ze swoim byłym już chłopakiem Riccardo.

The blonde salad

Chiara od zawsze miała nosa do interesów i doskonały gust. Nie da się wytłumaczyć tego w inny sposób, patrząc, jak szybko potoczyła się jej kariera. Gdy jako 22-latką zakładała swój pierwszy blog The blonde salad, zainwestowała w niego jedynie 500 euro. Inwestycja zwróciła się w ekspresowym tempie, a później stale się podwajała. Właściwie od samego początku jej strona internetowa przyciągała miłośniczki mody z całego świata. Wysoka blondynka pokazywała stylizacje na każdą okazję, omawiała bieżące trendy i pisała co nieco o swoim życiu prywatnym. W 2009 roku takich blogów nie było zbyt wiele, a więc przy odrobinie kreatywności i polotu, można było od razu się wyróżnić. W prowadzeniu strony pomagał jej ówczesny chłopak Riccardo Pozzoli. Wspólna praca się opłacała, a Chiara już po kilku miesiącach działalności otrzymywała atrakcyjne oferty reklamowe. W 2010 roku, czyli ledwo rok po otwarciu bloga wypuściła swoją kolekcję butów we współpracy ze znaną marką.

Bajkowe życie najbardziej rozpoznawalnej blogerki na świecie

Obecnie życie Chiary Ferragni przypomina bajkę, ale nie byłoby tego, gdyby nie jej systematyczność i ciężka praca. Przez lata swojej działalności influencerka nawiązała tysiące współprac oraz założyła kilka świetnie prosperujących biznesów. Między innymi jest to marka odzieżowa, ale Chiara cyklicznie wypuszcza również kolekcje akcesoriów do szkoły, gum do żucia, czekoladowych jajek, kosmetyków... Imperium Chiary jest naprawdę pokaźne i trudno znaleźć produkt, którego jeszcze nie zmonetyzowała. Ostatnio mówiono również o tym, że blogerka wraz ze swoim mężem Fedezem – znanym we Włoszech raperem, chce spróbować sił w branży hotelarskiej. Oprócz tego para ma również własne reallity show The Ferragnez, które przyrównać można do rodziny Kardashianek.

Prywatnie Chiara Ferragni realizuje się jako żona i matka dwójki uroczych maluchów – Vittori i Leo, którzy oczywiście bardzo często goszczą na social mediach swoich sławnych rodziców, przez co niektórzy zarzucają im, że próbują zarabiać nawet na potomstwie. Influencerka ma także dwie młodsze siostry. Francesca, choć naturalnie ma spore grono obserwatorów, nie przykładą tak dużej wagi do internetowej sławy i na co dzień jest dentystką. Valentina poszła natomiast w ślady Chiary i prężnie działa w social mediach. Jest także właścicielką firmy projektującej biżuterię.

Jaką metamorfozę przeszedł styl Chiary?

Blogerka od początku sięgała po torebki od projektantów i ubierała się w sposób przykuwający uwagę. Z czasem jednak jej styl stał się prostszy i nieco łagodniejszy, choć nadal nie brakuje u niej oryginalnych fasonów i projektów, które dosłownie zwalają z nóg, jak na przykład kreacje, które zaprezentowała na tegorocznym Festiwalu w Sanremu.

Wraz z rozwojem swojej kariery i dojrzewaniem, Chiara porzuciła jednak nadmiernie mocny makijaż i długie, tlenione włosy. Obecnie krótka fryzura w delikatnej tonacji wizualnie ją odmładza i nadaje lekkości rysom twarzy.

Chiara Ferragni to niezaprzeczalna królowa światowej mody. O takiej karierze marzy przecież każda influencerka.

Polscy podróżnicy – którzy influencerzy fascynują swoimi podróżami?

Instagramowi podróżnicy nie tylko inspirują do odkrywania piękna świata, ale i przekuwają swoje pasje w biznesy, tworząc ebooki, presety i sprzedając kopie wykonanych przez siebie zdjęć. Obecnie podróżowanie i relacjonowanie wypraw stało się poniekąd także pracą przynoszącą zyski.

Solo podróże w wydaniu Dodo Knitter

Dodo, jak nazywają Dominikę znajomi, rozpoczęła swoje dalekie, solo podróże od wyprawy do Azji, w którą udała się po zakończeniu studiów. Szybko przekonała się jednak, że życie w trasie uzależnia i właśnie tego potrzebuje, aby być szczęśliwą. Od tego czasu minęło już kilka lat, a Dodo wciąż nie osiadła w jednym miejscu. Choć ostatnio wybudowała w Polsce swój mały domek, nadal ciągnie ją do odległych państw i ukochanych wodospadów. W tym momencie przyznać już można, że w ciągu lat swojej internetowej działalności, udało jej się stworzyć pod swoim nazwiskiem sprawnie działającą markę. Dodo wydaje ebooki i pamiętniczki z podróży, w których opisuje swoje dotychczasowe przygody. Oprócz tego stworzyła foto poradnik i podejmuje się ciekawych współprac, jak ta z firmą PolePole projektującą ubrania, szyte w Afryce. Dodo jest najlepszym przykładem na to, że połączenie pracy i hobby jest, jak najbardziej możliwe, jeśli wkłada się w coś całe swoje serce.

Podróżująca cebula i jej życie pełne przygód

The Travelling Onion, czyli Magda Staszewska, stała się naprawdę rozpoznawalna wraz z wydaniem swojego ebooka, gromadzącego przepisy kulinarne z różnych stron świata. W krótkim czasie rzuciła też pracę na etacie i wraz ze swoim mężem wyruszyła w kilku miesięczną wyprawę do Ameryki Południowej i Środkowej, którą oczywiście na bieżąco relacjonowała na Instagramie. Wesole usposobienie Magdy sprawia, że słuchając jej przezabawnych historii, nie da się jej nie polubić. Obecnie The travelling onion to już pełnoprawna firma, która zarządzana jest przez Magdę i Adriana – jej męża. Poza samym ebookiem jej obserwatorzy mogą nabyć też gadżety związane z podróżowaniem, takie jak skarpetki, kubki, czy magnesy, które oczywiście zachowane są w charakterystycznej dla niej, różowo-seledynowej kolorystyce. Cyklicznie odbywają się również wyjazdy z cebulą, czyli warsztaty tematyczne kierowane do kobiet.

Podróżująca para na końcu świata

Justyna i Paweł znani jako Couple Away obecnie dostarczają swoim widzom content prosto z Australii. Wcześniej odwiedzili już między innymi Wyspy Kanaryjskie, Maderę, Meksyk, czy Nową Zelandię. Od ich zdjęć trudno oderwać wzrok, a więc nic dziwnego, że poza samym podróżowaniem, zajmują się także wykonywaniem sesji fotograficznych oraz sprzedają własnych presetów. Na swoim koncie mają już także dwa przewodniki, a w planach jest kolejny, tym razem po Kanarach. Świetnie wykorzystują swoje 5 minut, a obserwatorzy doceniają ich szczególnie ze względu na niezwykle estetykę i fakt, że każde zamieszczone ujęcie jest dopracowane w 100%.

Dzięki niej poznasz najlepsze hotele

Czy z testowania hoteli można uczynić sposób na życie? Jak najbardziej, a dowodem na to jest Angelika Olszewska, która podróżuje po całym świecie i sprawdza standard wybranych hoteli. Na swoim koncie ma liczne współprace nie tylko z poszczególnymi miejscami, ale i biurami podróży. Angelikę niejednokrotnie zobaczyć można było też w telewizji, gdzie oczywiście opowiadała o swoich wyjazdach. Poza Instagramem dziewczyna działa również na TikToku, na którym opowiada między innymi o kulisach swojej pracy, jako testerka hoteli, a także udziela porad dotyczących organizacji samodzielnego wyjazdu.

Największa miłośniczka Finlandii na polskim Instagramie

Jeśli nie znacie jeszcze Martyny Damskiej, koniecznie musicie to zmienić! Nie ma bowiem na polskim Instagramie większej fanki Finlandii od niej. Samej Martynie pewnie trudno byłoby zliczyć, ile razy już się tam wybrała. Wielka miłość do tego kraju zaowocowała pięknie wydanym albumem pod tytułem „Projekt Północ”, który tworzyła wraz z mężem. Poza samą Finlandią, w książce znajdują się zdjęcia i historie jeszcze z 4 innych państw – Szwecji, Norwegii, Estonii oraz Danii, do których równie chętnie podróżuje małżeństwo. Przepiękne fotografie, które znaleźć można zarówno w albumie, jak i na profilu, z całą pewnością całkowicie was oczarują. Godne podziwu jest także to, że w większość wypraw wyruszają razem ze swoimi psiakami rasy Yorkshire terier.

Zakochani w Hawajach i pokazujący piękno tego świata

Poznajcie Dianę i Marcina, czyli Lositalianos, którzy są w nieustającej podróży i wraz ze swoimi obserwatorami odkrywają przepiękne zakątki całego świata. Tak jak i pozostali influencerzy podróżniczy, również oni dostrzegli potencjał swojej działalności i na fali popularności, wypuścili już kilka przewodników. W maju ukaże się także ich debiutancki fotobook. Para niewątpliwie kładzie nacisk na przepiękne fotografie, a ci, którzy chcą się nimi inspirować, mogą zakupić ich autorskie presety. W przygotowaniu są również printy oraz podręczniki.

Rawenna – podróż przez zapierające dech w piersiach mozaiki i romantyczne uliczki

Gdy mowa o regionie Emilia Romagna, większość osób od razu myśli o Bolonii. Nie zrozumcie mnie źle, Bolonia jest przepiękna i pełna ukrytych zakątków, ale moim zdaniem prawdziwa perła regionu jest tylko jedna i niezaprzeczalnie jest nią Rawenna. To często pomijane przez turystów miasto ma do zaoferowania prawdziwą lekcję historii, bo chyba nigdzie indziej we Włoszech nie można natknąć się na takie natężenie kolorowych mozaik, które w ukryciu potężnych kościołów można by podziwiać godzinami. Rawenna to raj dla każdego miłośnika architektury i romantycznych spacerów klimatycznymi uliczkami, który gotowy jest na to, aby chłonąć piękno tej zapomnianej stolicy.

Rawenna – zapomniana stolica

Zdaje się, że położona w pobliżu Bolonii i Florencji Rawenna, nie ma odwagi z nimi konkurować, a przecież jej historia jest niespotykana. Dawniej jako siedziba najważniejszych władców, stanowiła ważny punkt na mapie ówczesnego świata. Na przełomie kilku wieków była stolicą Zachodniego Cesarstwa Rzymskiego, Królestwa Gotów Teodoryka oraz Cesarstwa Bizantyjskiego w Italii, co znacząco odcisnęło się na jej architekturze i sztuce. Ta zapomniana dziś stolica poszczycić się może niebywałą ilością mozaik i kościołów wpisanych na listę Światowego Dziedzictwa UNESCO i każdy z nich robi na odwiedzających naprawdę wielkie wrażenie.

Jeśli chcecie poczuć się jak podczas podróży w czasie, koniecznie musicie odwiedzić Rawennę i pozwolić, aby powoli was oczarowała. A jeśli do tego uwielbiacie literaturę, jest to dla was punkt obowiązkowy. To właśnie w tym mieście ostatnie lata swojego życia spędził Dante Alighieri – pisarz określany mianem ostatniego poety średniowiecza, i to tutaj dokończył największe dzieło swojego życia, czyli „Boską komedię”. Czytając ten utwór, śmiało można wyobrazić sobie, że opisy Raju powstawały, podczas gdy pisarz spoglądał na Rawennę. Kto wie, może to właśnie ona dodawała mu inspiracji? Przecież w mieście takim, jak to, nietrudno o nagły przypływ weny.

Spacer w poszukiwaniu mozaik

Ten, kto przyjechał do Rawenny w poszukiwaniu mozaik, z całą pewnością nie będzie musiał długo szukać. Wystarczy odwiedzić jeden z kościołów. Do najważniejszych w mieście bez dwóch zdań zalicza się Bazylikę San Vitale, która robi wrażenie już nawet ze względu na swoje wymiary. Już od progu trudno wyobrazić sobie, że powstała tak wiele wieków temu. Patrząc w górę, można odnieść wrażenie, że nigdy się nie kończy. Pełna przepychu, kolorowych zdobień i zapisanych na ścianach i suficie historii, zdecydowanie może przysporzyć o zawrót głowy. Nie bez powodu Bazylika jest jednym z najważniejszych przykładów sztuki bizantyjskiej w tej części Europy. To właśnie w niej znaleźć można najlepiej zachowane mozaiki poza Konstantynopolem.

Nie sposób byłoby nie wspomnieć również o Mauzoleum Galli Placydii, córki cesarza Teodozjusza, którego kopuła zdobiona jest charakterystyczną, niebieską mozaiką ze złotym krzyżem i gwiazdami, czy o Mauzoleum Teodoryka znajdującego się nieco poza granicami starego miasta.

Historia, której oddech czuć na każdym kroku

Rawenna zachwyca. Wydaje się być taka skryta i często omijana na rzecz większych miast, a to zupełnie niesprawiedliwe, bo kto odwiedzi Rawennę, z pewnością ją pokocha. Klimatyczne uliczki, które zachęcają do romantycznych spacerów o zachodzie słońca, przytulne kawiarnie, muzea i kościoły, które wciąż przypominają, że niegdyś miasto naprawdę tętniło życiem i było najważniejszym ośrodkiem tej części Włoch. Warto dać jej szansę. Przycupnąć na chwilę na ławce w ogrodach publicznych, czy zatrzymać się na głównym placu, zamknąć oczy i wyobrazić sobie, jak to było, gdy na Rawennę zwrócone były oczy całej ówczesnej Italii.

Prowadzenie portalu o włoskiej turystyce

<https://cosedotbelle.altervista.org/>



Sylwester we Włoszech – ciekawe propozycje na udane świętowanie

cosedotbelle 2024-10-24

Coraz więcej osób decyduje się na to, aby spędzić Sylwestra za granicą. To świetna okazja do odwiedzenia nowego miejsca i przeżycia niezapomnianej przygody. Przygotowaliśmy dla was kilka propozycji na Sylwester...

Najchętniej czytane

Włoskie seriale na jesień

cosedotbelle



3 włoskie miasta idealne na jesień

cosedotbelle



Najlepsza pizza w Rzymie – gdzie zjeść?

cosedotbelle



Jeden dzień na Capri – to musisz zobaczyć

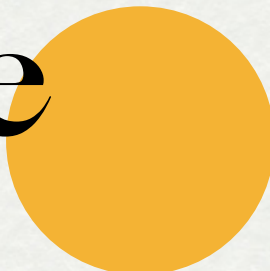
cosedotbelle



Relaksujące wakacje we Włoszech – poznaj zachwycające archipelagi

cosedotbelle

Strategie social mediowe i SM

A large, solid orange circle is positioned to the right of the word "Strategie", partially overlapping it and extending downwards towards the word "social".

SOCIAL MEDIA

01

ANALIZA

Przygotuję dla Ciebie i Twojej marki dokładną analizę Twoich dotychczasowych działań i ich skuteczności, a także wezmę pod lupę działania konkurencji.

DOPASOWANA STRATEGIA

Dobiorę strategię, która najlepiej sprawdzi się w Twoim przypadku i sprawi, że Twoje konto będzie się rozwijać.

02

03

HARMONOGRAM

Przygotuję harmonogram publikacji, dzięki któremu każdy kolejny krok będzie zaplanowany, a zamieszczanie treści nie będzie już problemem.

CONTENT

W razie potrzeby przygotuję odpowiedni kontent, czyli zdjęcia, rolki, story i opisy.

04

Konsultacje i pozytywne opinie

Na moim koncie mam kilkadziesiąt przeprowadzonych konsultacji dotyczących social mediów, strategii, rozwoju konta i doboru odpowiednich treści. Chętnie doradzam w tym zakresie i proponuję rozwiązania, które przynoszą widoczne efekty.



Anna Jaszcz · 1.

Anna Jaszcz Makeup & Hair | profesjonalny makijaż | stylizacja włosów | Kraków

25 kwietnia 2024 Anna Jaszcz był(a) klientem użytkownika Monika Szczepańska

Chciałam bardzo polecić konsultacje dotyczące mediów społecznościowych i ich prowadzenia. Rozmowa w bardzo miłej atmosferze, rzeczowa, z uwzględnieniem indywidualnych potrzeb.

Na pewno wiele Wam się rozjaśni podczas takiej konsultacji, Monika zadaje bardzo trafne pytania :)

Dziękuję i polecam serdecznie innym!



Magdalena Moch · 1.

IT Recruiter

10 kwietnia 2024 Magdalena Moch był(a) klientem użytkownika Monika Szczepańska

Prowadzę konto na instagramie oraz facebooku i skontaktowałam się z Moniką, żeby pomogła mi dobrać odpowiednią strategię. To co otrzymałam w ramach konsultacji zdecydowanie spełniło moje oczekiwania. Monika pomogła mi nie tylko zweryfikować wyróżniki marki, wskazała na którym etapie lejka powinnam się skupić, ale i przeprowadziła ze mną audyt profilu, wskazując zarówno słabe, jak i mocne strony. Przekazana wiedza była ustrukturyzowana i dostarczona w zrozumiały, sensowny sposób. Wiem teraz na czym się najmocniej skupić w swoich dalszych działaniach oraz w co warto zainwestować. Polecam kontakt z Moniką, wszystkim, którzy sami rozpoczynają przygodę z SM i potrzebują wsparcia :)

“It was very nice and helpful experience for me with the person with fluent polish. Hope to come back for our cooperation. Thank you.”

Analizy i strategie

STRATEGIA I SPOSÓB KOMUNIKACJI

Peachymama

Komunikacja na social mediach jest na ten moment zerowa. Wszystkie zdjęcia i zapisane story pochodzą z 2023 roku. Do tej pory Instagram był dość chaotyczny. Brak motywu i kolorystyki przewodniej. Zdjęcia na modelkach pokazujące między innymi piżamki i ich możliwości (karmienie piersią, odchylane elementy). Brak przemyślanego storytellingu – sklep nie nawiązuje bliższego kontaktu ze swoim odbiorcą. Tworzy krótkie, mało angażujące opisy. Brak zaangażowania pod postacią komentarzy. Target marki to młode kobiety (mniej więcej 20-35 lat) w rozmiarach od XS do XL. Lubiące wygodę i ciekawe wzory. Piżamki odpowiednie zarówno do spania, jak i na dzień.

Milk and Baby

Targetem marki są młode mamy, które szukają wygodnych ubrań, w tym piżamek do karmienia piersią. Istnieje możliwość zakupu takiego samego zestawu piżamy dla mamy i dziecka. Social media nie są prowadzone regularnie. Na stronie internetowej znajduje się zakładka blogowa, jednak również ona nie jest prowadzona regularnie. Język marki jest prosty, czytelny dla odbiorcy, jednak nie ma tutaj elementu budowania relacji pomiędzy marką a odbiorcą. Marka zachęca do udziału w programie afiliacyjnym dla influencerów, co może stanowić sposób na budowanie świadomości marki i zaufania względem niej.

Jolibump

Marka kładzie nacisk na bliskość z potencjalnym klientem na co wskazuje podcast i zakładka blogowa z praktycznymi poradami dla mam, a także odpowiadanie na większość komentarzy na Instagramie. Stylistyka profilu na Instagramie bardzo spójna, jasna i estetyczna, ale język komunikacji tylko francuski. Targetem są młode mamy, które lubią nowoczesne i oryginalne kroje oraz zwracają uwagę na wybierane materiały. Marka podkreśla, że ubrania są projektowane we Francji, a szyte w Portugalii oraz, że posłużą one przez bardzo długi czas i bez problemu można nosić je po porodzie oraz podczas karmienia piersią.

Kindred Bravelly

Marka mocno skupia się na obecności w social mediach. Najmocniej rozwinął się TikTok. Największą popularnością cieszyły się filmiki na temat karmienia piersią w miejscach publicznych oraz pokazujące, jak łatwo karmić, nosząc ubrania i piżamki marki. Ich targetem są młode mamy, które zaczynają swoją przygodę z macierzyństwem i potrzebują wsparcia na początkowym etapie, np. przy karmieniu. Ich język i komunikacja jest bardzo spójna. Marka cały czas trzyma się swojej głównej tematyki, dzięki czemu łatwiej jej utrzymać kontakt z potencjalną klientką. Zamieszczane zdjęcia i tiktoki są estetyczne i spójne, ale jednocześnie wykonywane w domowych warunkach, co może wpłynąć na lepszy kontakt z młodą mamą klientką.

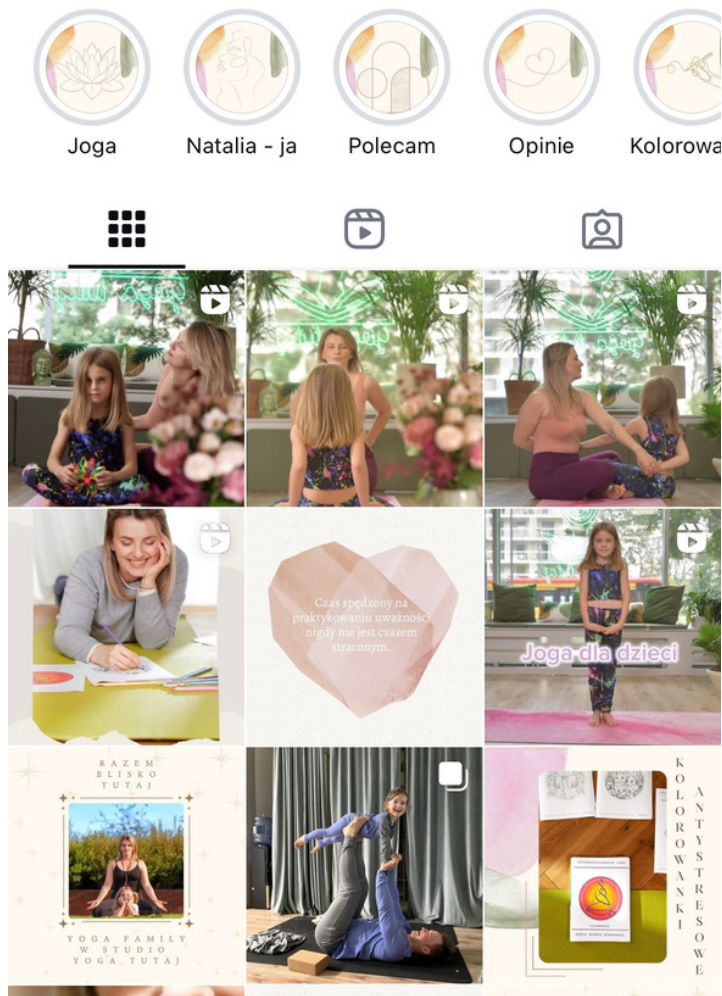
KPI początkowe

KPI

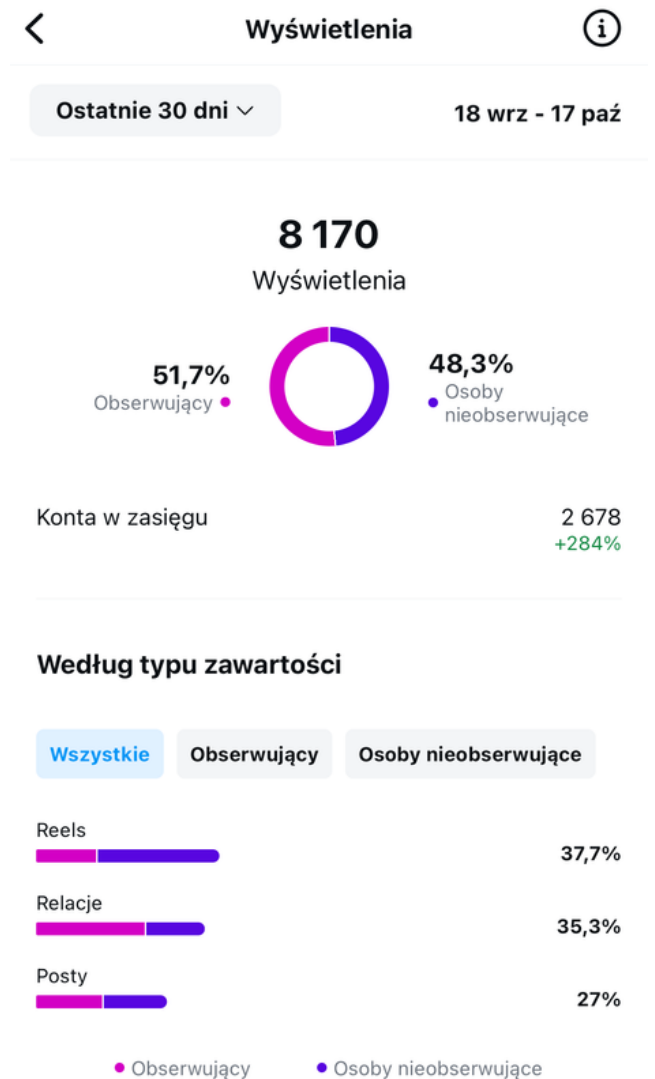
- Liczba kliknięć w linki umieszczone na instastory (na przykład przenoszące na stronę internetową gabinetu lub na stronę ze szkoleniami)
- Zasięgi publikowanych treści
- Reakcje pod opublikowanymi postami/rolkami
- Liczba zapytań/zapisów, które faktycznie można zweryfikować jako potencjalni klienci z social mediów



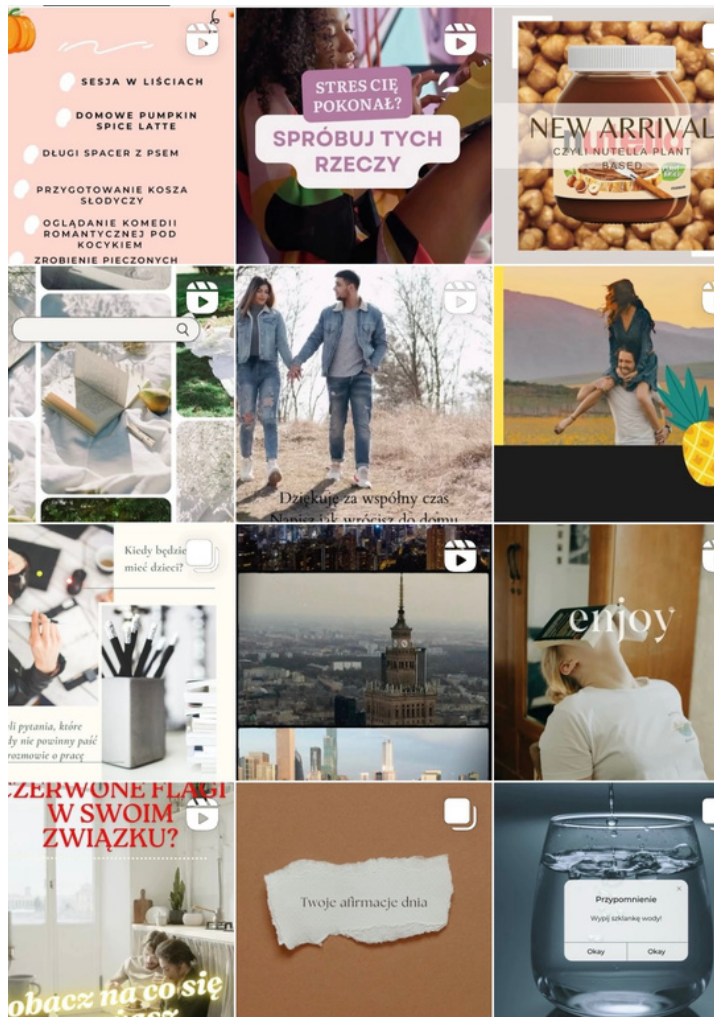
Profile w social mediach



Pierwszy miesiąc wspólnych działań i wzrost statystyk



Profile w social mediach

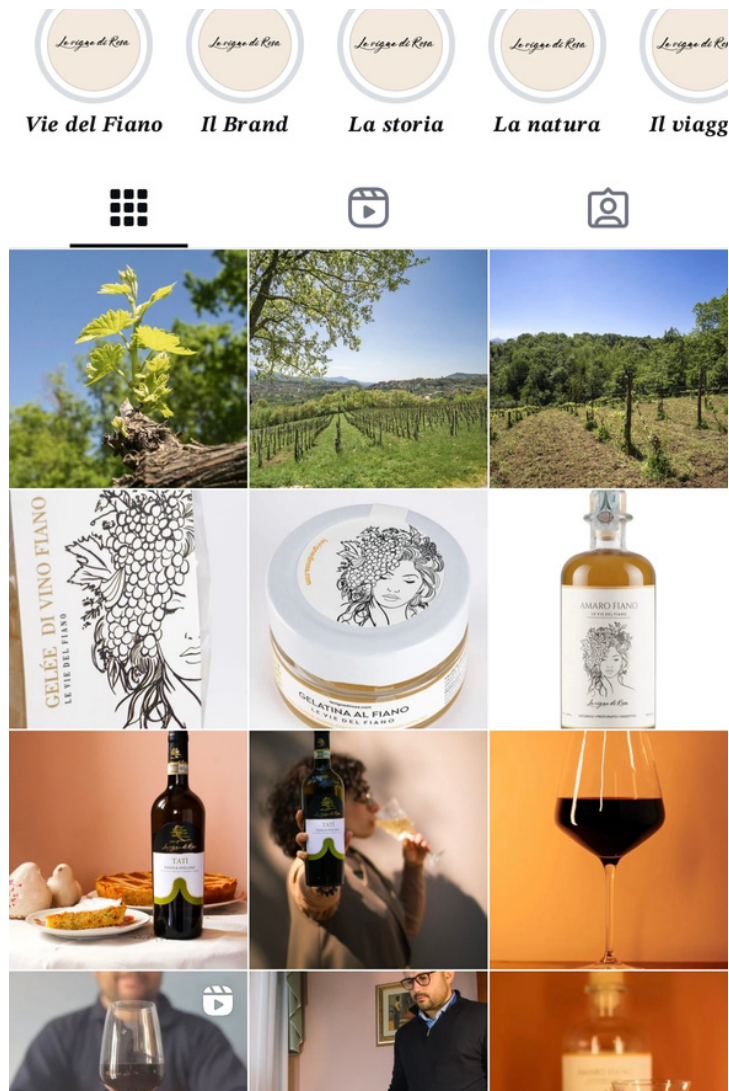


Prowadzenie Fabloosh – profilu lifestylowego



Prowadzenie własnego profilu

Profile w social mediach



Content



Sunnee

Dal 2018



Perché scegliere i costumi Sunnee?

I nostri costumi sono realizzati con materiali riciclati della massima qualità. Tra offerta e nodi e classici.

TI ASPETTIAMO
a Torino

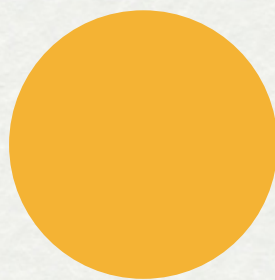


LA NUOVA
APERTURA

Content



UGC



Czym jest UGC i przykładowe treści, które stworzyłam dla marek

UGC - user-created content, czyli treści, które zostały stworzone przez użytkownika po to, aby móc wykorzystać je na social mediach konkretnej marki. Mogą to być zdjęcia, filmy z dźwiękiem, jak i bez dźwięku. Dokładny scenariusz zawsze powinien zostać indywidualnie omówiony, aby zaproponowane treści były jak najwyższej jakości. Przez wiele lat działalności, stworzyłam setki materiałów tego typu, również dla topowych marek. Przygotowuję również ujęcia z wizyt w restauracjach. Poniżej przedstawiam niektóre z nich.











Skontaktuj się ze mną!

Czekam na Twoją wiadomość:

monikaannaszczepanskaa@gmail.com

Lub pod numerem telefonu:

608528338

Możesz napisać też na Instagramie: **Skycenika**