

IWONA LUPA-WÓJCIK

SOCIAL MEDIA STRATEGICZNIE

WPROWADZENIE

WYDAWNICTWO NAUKOWE SOPHIA

Katowice 2018

Autor: Iwona Lupa-Wójcik

**Tytuł: SOCIAL MEDIA STRATEGICZNIE
WPROWADZENIE**

Rodzaj opracowania: Monografia

ISBN: 978-83-65929-58-7

WYDAWNICTWO NAUKOWE SOPHIA

ul. Mickiewicza 29

40-085 Katowice

e-mail: wydawnictwo@sophiabauty.pl

www.sophiabauty.pl

Recenzja naukowa

Dr hab. inż. Grzegorz Szymański
Wydział Zarządzania i Inżynierii Produkcji
Politechnika Łódzka

Recenzja branżowa

Artur Sawicki
Prezes Śląskiego Towarzystwa Marketingowego

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Sophia

Katowice 2018

ISBN: 978-83-65929-58-7

WYDAWNICTWO NAUKOWE SOPHIA

ul. Mickiewicza 29, 40-085 Katowice
e-mail: wydawnictwo@sophiabouty.pl
www.sophiabouty.pl

Patronat medialny

Brand24

Sotrender

Śląskie Towarzystwo Marketingowe

Social Media pod Lupą

WYDAWNICTWO NAUKOWE SOPHIA

ul. Mickiewicza 29, 40-085 Katowice

e-mail: wydawnictwo@sophiabauty.pl

www.sophiabauty.pl

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
ROZDZIAŁ 1. MARKETING STRATEGICZNIE – CO TO OZNACZA?	11
1.1. Czym naprawdę jest strategia	11
Militarna geneza strategii.....	11
Definiowanie strategii	11
Rodzaje strategii.....	12
Strategia blue ocean.....	16
Strategia gry rynkowej	19
Koncepcja V2MOM.....	20
1.2. Projekt i realizacja strategii	23
Jak zaprojektować profesjonalną strategię?	23
Kluczowe czynniki realizacji strategii	24
1.3. Zarządzanie strategiczne.....	27
Pojęcie i fazy ZS	27
Zasady ZS	28
Tworzenie systemu ZS. Strategiczna karta wyników	29
1.4. Strategia marketingowa	34
Rola marketingu w zarządzaniu strategicznym.....	34
Zarządzanie marketingowe a zarządzanie marketingiem	35
Strategiczne zarządzanie marketingowe	36
Marketing strategiczny i marketing operacyjny	36
Strategiczny plan marketingowy	38
Formułowanie strategii marketingowej	39
ROZDZIAŁ 2. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W STRATEGII ORGANIZACJI	43
2.1. Media społecznościowe – pojęcie i rodzaje	43
Pojęcie mediów społecznościowych	43
Rodzaje mediów społecznościowych	44
Facebook.....	49
YouTube	51
Twitter	52
Instagram.....	52
Inne wybrane media społecznościowe	53
2.2. Cechy mediów społecznościowych	54
Podstawowe cechy	54
Kontrola w mediach społecznościowych.....	57
Komunikacja w mediach społecznościowych	59
Język w mediach społecznościowych.....	61
Media społecznościowe a media tradycyjne.....	63
2.3. Miejsce mediów społecznościowych w strategii organizacji	64
Czy media społecznościowe sprawdzają się w każdej organizacji?	64
Czym NIE jest strategia social media	71
Rola mediów społecznościowych w strategii organizacji	73
Media społecznościowe częścią strategii marketingowej?	76
Brief jako podstawa planu działań agencji zewnętrznej.....	79

ROZDZIAŁ 3. OBSZARY WYKORZYSTANIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W ORGANIZACJI	83
3.1. Marketing (i PR).....	83
Social media marketing czyli po polsku co?	83
Czym nie jest social media marketing	85
Social media marketing mix.....	88
Public relations	90
Korzyści stosowania SMM w praktyce.....	93
3.2. Badania marketingowe	94
<i>Market Research and Intelligence</i>	94
Narzędzia analityczne.....	95
Analiza otoczenia zewnętrznego	98
Analiza klientów	98
Analiza otoczenia wewnętrznego	99
3.3. Zarządzanie zasobami ludzkimi.....	102
Rekrutacja i selekcja pracowników	102
Adaptacja nowych pracowników.....	105
Motywowanie pracowników	106
Szkolenia	106
3.4. E-commerce	107
3.5. Komunikacja wewnętrzna – sprawny przepływ informacji	110
ROZDZIAŁ IV. STRATEGICZNE WYKORZYSTANIE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH	113
4.1. Plan strategiczny social media	113
Media społecznościowe w strategicznym zarządzaniu marketingowym	113
Plan strategicznego wykorzystania mediów społecznościowych.....	117
4.2. Social media marketing strategicznie	123
Model RENL	123
Grupa docelowa	128
Social media mix	129
Planowanie contentu	133
Budowanie zasięgu i zaangażowania odbiorców.....	136
4.3. Organizacja i koordynowanie wykonania strategicznego planu wykorzystania social media.....	138
4.4. Pomiar skuteczności i efektywności realizacji strategicznego planu wykorzystania social media	142
Wskaźniki KPI.....	142
Pomiar ROI.....	147
ZAKOŃCZENIE	151
BIBLIOGRAFIA	155
SPIS TABEL	163
SPIS RYSUNKÓW	163