



WORKBOOK

BIZNES PLANNER

ZAPLANUJ SWÓJ
SUKCES W
BIZNESIE ONLINE



WORKBOOK

ZAPLANUJ SWÓJ SUKCES!

Tytuł:
Biznes Planner: Workbook

Copyright:
© Klaudia Stawiarska, 2021

Projekt & Grafika:
Klaudia Stawiarska

autor

KLAUDIA STAWIARSKA

Cześć! Fajnie, że jesteś! Na początek, poznamy się ...



Kilka słów o mnie...

Mam na imię Klaudia i odkąd pamiętam, zawsze interesowało mnie życie na własnych zasadach. W 2010 roku rozpoczęłam studia dziennie w Irlandii w tematyce biznesu i marketingu, i wtedy po raz pierwszy zapragnęłam mieć swój własny biznes.

Nie interesowała mnie praca na etacie i spełnianie "czyichś marzeń".

Otworzyłam kawiarnię wegetariańską w Irlandii, która miała dać mi wolność finansową i osobistą. Przekonałam się, że biznes stacjonarny jest czymś w rodzaju pracy "na własnym etacie"...okazało się, że totalnie mijają się to z moją wizją wolności. Zrezygnowałam z tego biznesu po 2 latach.

W 2016 roku wyprowadziłam się spontanicznie na Teneryfę.

Tutaj praca na etacie również nie wchodziła w grę, dlatego zaczęłam szukać rozwiązań w internecie.

Wtedy po raz pierwszy odkryłam Network Marketing. Zdeterminowana by osiągnąć wielkie sukcesy, zaangażowałam się całą sobą. Osiągnęłam spektakularne wyniki oraz swoje cele finansowe i po 2 latach odkryłam, że mam potrzebę budować niezależny biznes i zmienić branżę. Wtedy zaczęłam budować sklepy online, kursy online, blogi i markę na YouTube. Odkryłam, że można zarabiać w internecie na wiele różnych sposobów, być niezależnym i mieć wolność (o której zawsze marzyłam).

Do dziś fascynuje mnie świat online oraz możliwości jakie są aktualnie dostępne dla każdego! Bez względu na wiek, wykształcenie czy kwalifikacje, możesz zbudować internetowe imperium! Internet to kopalnia złota!

Wystarczy chęci i konsekwencja w działaniu.

Tego właśnie uczę na moim kanale YouTube oraz blogu www.KlaudiaStawiarska.pl. Chcę pomóc Ci znaleźć sposób na siebie, byś również zbudował swoją wolność finansową, dzięki zbudowaniu dochodowego biznesu online!

Zaczynałam mój biznes stacjonarny, jak również ten w internecie, całkiem zielona, nie mając pojęcia co i jak robić, żeby zarobić...można uznać, że działałam na "oślep", po drodze popełniając masę błędów. Ale dzięki temu bardzo się rozwinęłam i nauczyłam wielu przydatnych umiejętności.

Dlatego właśnie stworzyłam ten Workbook, by pomóc Ci wystartować profesjonalnie i strategicznie ze swoim biznesem online, byś nie musiał tracić czasu na nieodpowiednie działanie i nie popełniał błędów, które ja popełniłam.

Powodzenia!

Klaudia Stawiarska

Wstęp

Z racji tego, że jestem pasjonatką biznesu, lubię analizować procesy powstawania różnych przedsięwzięć oraz obserwować rozwój i strategie działania.

Niestety bardzo często zauważam, że biznesy są otwierane bardzo "spontanicznie", bez odpowiedniego przygotowania i planu biznesowego, który dałby jasny drogowskaz, jak rozwijać tą działalność. Obserwuję jak biznesy się otwierają i dostownie za kilka miesięcy zamykają. Wychodzę z założenia, że osoby, które zdecydowały się na ten krok i zainwestowały swoje pieniądze w biznes, zapomniały o tak ważnej kwestii, jaką jest zrobienie odpowiedniego planu działania i researchu, przed wystartowaniem!

To błędy popełniane przez osoby budujące biznesy stacjonarne, ale jeszcze częściej popełnianie przez osoby zaczynające działanie w internecie.

Mam wrażenie, że często biznes online nie jest do końca traktowany poważnie, przez nowicjuszy i nikt nie zwraca sobie głowy biznesplanem.

I to jest niestety olbrzymi błąd!

Zarówno biznes stacjonarny jak biznes online, wymaga odpowiedniego planowania. Jeśli chcesz osiągać wielkie sukcesy i zarabiać duże pieniądze, musisz mieć na to plan!

Nie ma innej opcji! Nikt nie zbudował imperium "na spontanie", zgodzisz się?

Pomyślałam, że wśród wszystkich treści w sieci, udostępnianych bezpłatnie przez wiele coachów i trenerów, brakuje podstawowej rzeczy. Planowania strategicznego swojego biznesu. Dlatego postanowiłam wyjść na przeciw i stworzyć workbooka, dla osób chcących zarabiać online, w którym rozłożyłam elementy biznesu na czynniki pierwsze, abyś stworzył swoją własną mapę do sukcesu.

Podczas wypełniania workbooka, zastanowisz się nad najważniejszymi kwestiami dotyczącymi Twojego biznesu. Zaczynając od analizy kim jest Twój klient, kto jest Twoją grupą docelową, kto jest Twoją konkurencją, jakie produkty stworzysz dla swojego odbiorcy oraz jaki marketing zastosujesz, by zbudować swoją silną markę online. Określenie fundamentalnych elementów w swoim biznesie, pomoże Ci ruszyć z miejsca i zbudować plan strategicznego działania, byś poświęcał czas na te aktywności, które przyniosą Ci najlepsze efekty.

W każdym rozdziale znajdziesz pomocnicze pytania, checklisty i tabele, które pozwolą na zbudowanie konkretnego planu działania.

Workbook jest w wersji edytowalnej, to znaczy, że możesz wypełniać pola z odpowiedziami, bezpośrednio w dokumencie PDF, otwierając go za pomocą bezpłatnego programu Adobe Acrobat Reader. Możesz również wydrukować workbooka i uzupełnić ręcznie wszystkie zagadnienia.

Jakkolwiek zdecydujesz używać tego workbooka, gorąco zachęcam Cię, aby nie pomijać żadnej sekcji i uzupełnić wszystkie elementy, które zbudują dla Ciebie krok po kroku plan działania dla rozwoju Twojego biznesu online.

W ostatnich dwóch rozdziałach, umieściłam pomoce i narzędzia, które mogą przydać Ci się podczas rozwijaniu Twojego biznesu w sieci.

01 PODSUMOWANIE
BIZNESU

02 BUDOWANIE
MARKI

03 WPROWADZENIE
PRODUKTU

04 NIEZBĘDNIK
BIZNESOWY

05 MARKETING
PLANNER

06 CELE
BIZNESOWE

07 NIEZBĘDNE
PLANNERY

08 NARZĘDZIOWNIK

09 BONUSY

**Spis
treści**

01

STRESZCZENIE BIZNESU

01

Streszczenie Biznesu

Pierwsza sekcja tego biznes planu to streszczenie najważniejszych informacji odnośnie planowanego przedsięwzięcia. W tym miejscu określisz informacje ogólne, takie jak: nazwę biznesu, profile w social media, strona www, potencjalne produkty oraz usługi. Wypisziesz również główne wartości, którymi chcesz by kierował się Twój biznes oraz jak chcesz by Twoja marka była odbierana przez odbiorców. Określisz swoją grupę docelową, przeprowadzisz analizę SWOT, analizę konkurencji i podsumujesz najważniejsze wnioski dla swojego biznesu online.

Informacje ogólne

Nazwa biznesu:

Slogan/podtytuł:

Strona www:

Profile na Social Media:

Facebook:

Linkedin:

Instagram:

YouTube:

Pinterest:

Twitter:

Produkty oraz Usługi:

Produkty

Kursy

Usługi

Główne wartości

Wypisz 4 główne wartości, którymi kieruje się Twój biznes. Zanotuj pomysły, w jaki sposób możesz wdrożyć te wartości w swoim biznesie.

Wartość:



Wartość:



Wartość:



Wartość:



Główne Cechy Marki

Pomyśl za co chcesz, by cenili Cię Twoi odbiorcy? Profesjonalizm, autentyczność, odwagę, prostotę? Skup się na tym co jest dla Ciebie naturalne, by Twój wizerunek rezonował z Tobą i nie wydawał Ci się sztuczny. Nie rób nic wbrew sobie, bo Twoi czytelnicy to wyczują.

Skorzystaj z listy poniżej, aby wybrać kluczowe słowa, które będą określać osobowość Twojej marki. Postaraj się wybrać max 10 przymiotników, a następnie zawęzić do 3 słów kluczowych.

Dopisz cechy, których być może brakuje na tej liście.

- innowacyjna
- kompetentna
- logiczna
- lekka
- pełna życia
- luksusowa
- męska
- nowoczesna
- skromna
- naturalna
- boho
- optymistyczna
- towarzyska
- organiczna
- pełna pasji
- pokojowa
- ujmująca
- lubiąca zabawę
- pozytywna
- z mocnym przesłaniem
- dokładna
- zachowawcza
- odpowiedzialna
- poważna
- prosta
- kontaktowa
- delikatna
- wysublimowana
- żądna przygód
- dynamiczna
- przystępna cenowo
- altruistyczna
- ekspercka
- autentyczna
- odważna
- promienna
- spokojna
- opiekuńcza
- swobodna
- radosna
- klasyczna
- wygodna
- współczesna
- praktyczna
- kreatywna
- odkrywczą
- przelomowa
- niezawodna
- wyróżniająca się
- spontaniczna
- zrównoważona
- silna
- subtelna
- przemyślana
- ponadczasowa
- magiczna
- spektakularna
- pierwotna
- energetyczna
- elegancka
- pełna entuzjazmu
- tradycyjna
- sugestywna
- doświadczona
- droga
- znajoma
- kobieca
- pomysłowa
- świeża
- przyjazna
- zabawna
- wytworna
- wdzięczna
- pomocna
- nieformalna
- inspirująca
- burzliwa
- pełna wyobraźni
- wizjonerska
- ciepła
- otwarta
- młodzieńcza
- minimalistyczna
- jakościowa

Główne Cechy Marki

10 cech mojej marki

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

3 główne cechy mojej Marki

Grupa Docelowa

Pora zagłębić się i zastanowić do kogo chcesz trafić ze swoimi usługami i produktami. Kiedy znasz swojego idealnego klienta, będzie Ci łatwiej zrozumieć jego problemy i potrzeby, tym samym będziesz mógł je rozwiązać za pomocą swoich produktów i usług.

Płeć

Wiek

Lokalizacja

Edukacja

Zarobki m-sc i roczne

Firma/Działalność/Etat

Status związku

Dzieci

Stanowisko

Doświadczenie zawodowe

Zarobki miesięczne i roczne

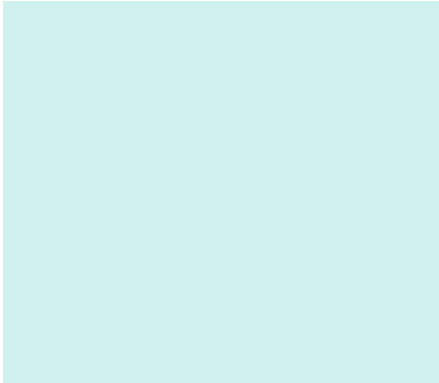
Na co wydaje i gdzie

**Jakie ma wartości/
Czym się kieruje w życiu**

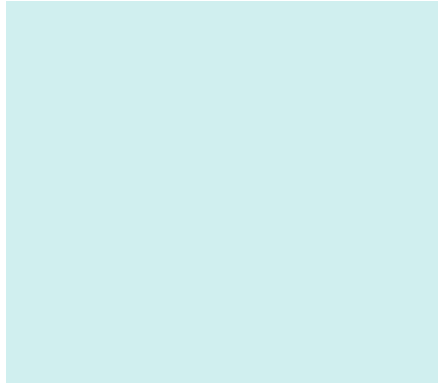
Czym się interesuje/ pasje

Jakie ma największe marzenie

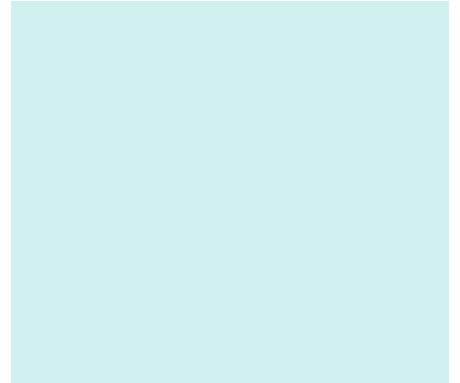
Co robi w wolnym czasie



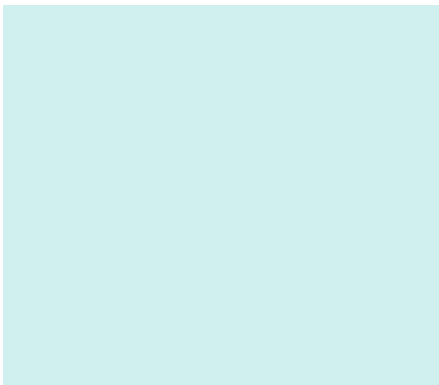
Jego ulubione marki i sklepy



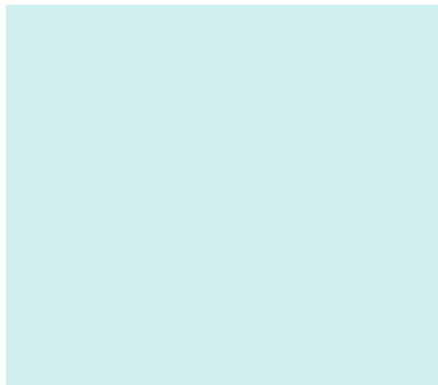
Jakie ma przekonania



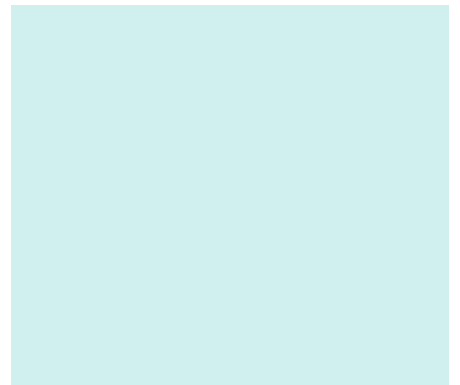
Z czym boryka się na co dzień



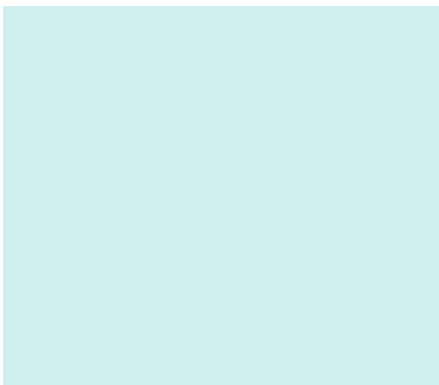
Jakie ma problemy



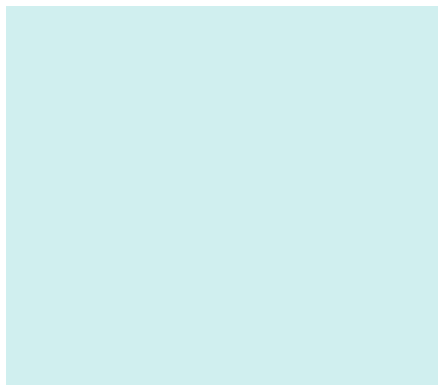
Co go najbardziej frustruje



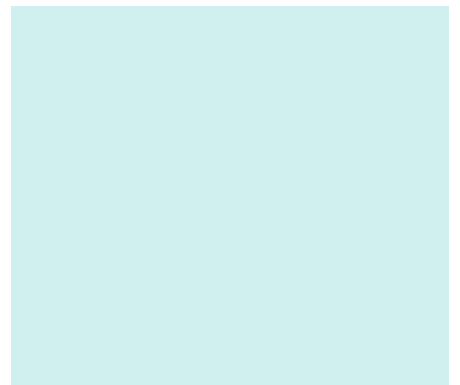
Z jakich Social Media korzysta



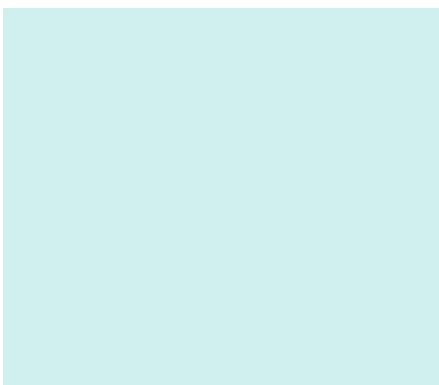
Jakie profile społ. odwiedza



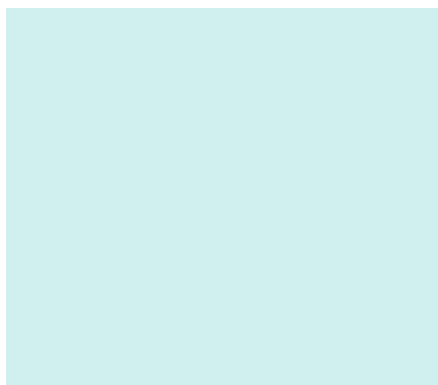
Jakie strony / blogi czyta



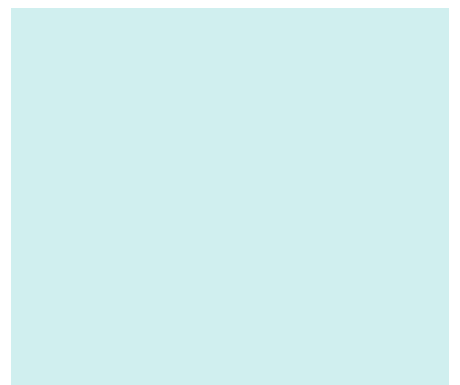
Jakich słucha podcastów



Jakie posty najczęściej komentuje



Kto jest dla niego autorytetem



Co lubi, a czego nie lubi

Co jest jego największą bolączką

Jakie ma cele zawodowe

Czego się boi

Co odkłada w czasie

Jakie książki czyta

Co uważa za swój największy sukces

Na jakie problemy szuka rozwiązań w internecie

Co w jego życiu jest najważniejsze

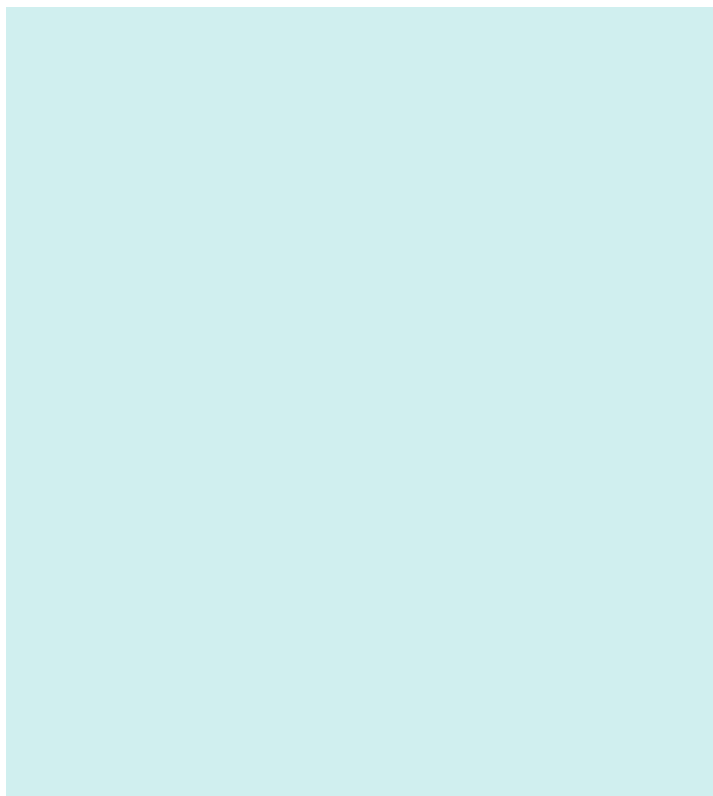
Jakie ma obiekcje

Jakie ma oczekiwania

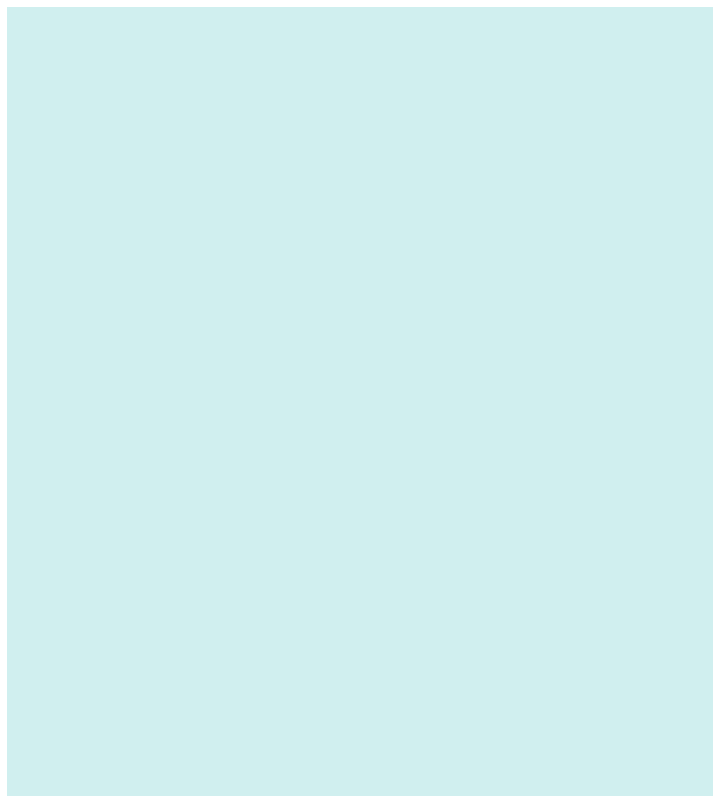
Kiedy czuje radość

Analiza SWOT

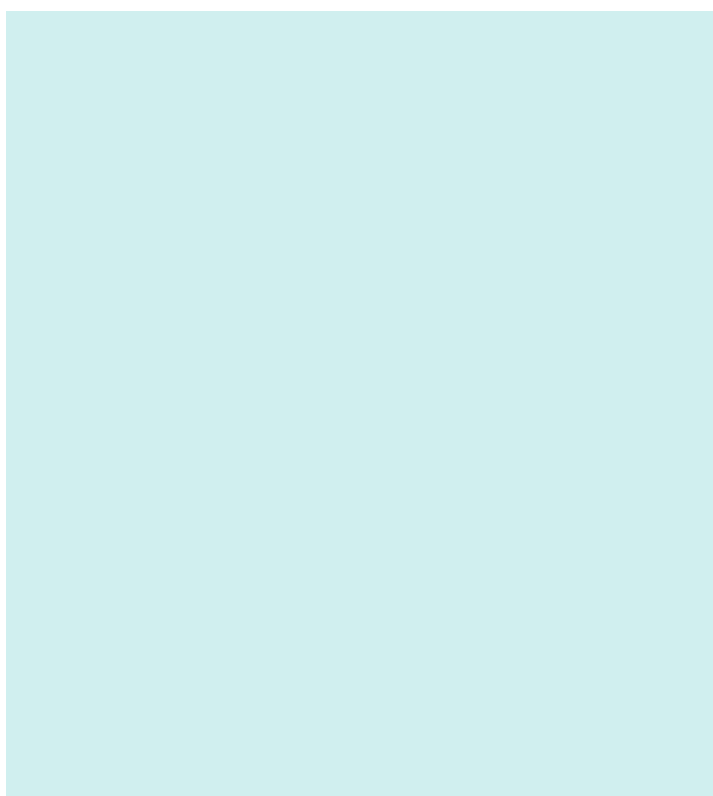
Strengths (mocne strony)

A large, empty rectangular box with a light blue background, intended for listing the organization's strengths.

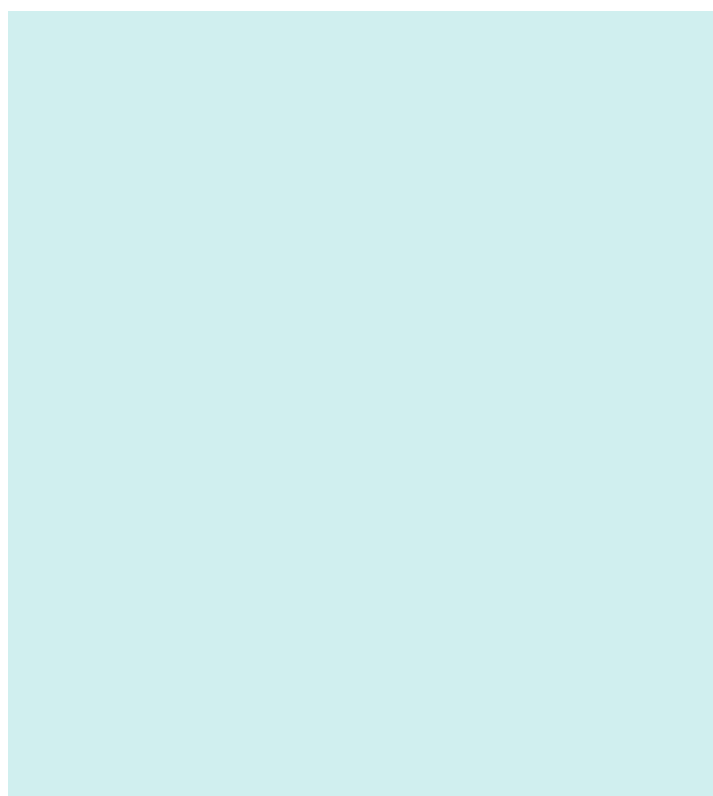
Weaknesses (słabe strony)

A large, empty rectangular box with a light blue background, intended for listing the organization's weaknesses.

Opportunities (szanse)

A large, empty rectangular box with a light blue background, intended for listing external opportunities.

Threats (zagrożenia)

A large, empty rectangular box with a light blue background, intended for listing external threats.

Analiza Konkurencji

| | Konkurencja 1 | Konkurencja 2 | Konkurencja 3 | Konkurencja 4 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| PRODUKTY | | | | |
| CENA | | | | |
| WYGLĄD | | | | |
| JAKOŚĆ | | | | |
| OPAKOWANIE | | | | |
| ZASIĘGI | | | | |
| SKLEP ONLINE | | | | |

Analiza Konkurencji

| | Konkurencja 5 | Konkurencja 6 | Konkurencja 7 | Konkurencja 8 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| PRODUKTY | | | | |
| CENA | | | | |
| WYGLĄD | | | | |
| JAKOŚĆ | | | | |
| OPAKOWANIE | | | | |
| ZASIĘGI | | | | |
| SKLEP ONLINE | | | | |

Najważniejsze wnioski

01

PRODUKTY

02

CENA

03

WYGLĄD

04

JAKOŚĆ

05

ZASIĘGI

06

INNE

02

BRANDING & MARKA ONLINE

02

Budowanie Marki

W tej sekcji skupisz się na planowaniu i budowaniu brandingu swojego biznesu. Zacznesz od wizualizacji swojej marki, określisz wizję, misję, obietnicę marki, stworzysz spójny wizerunek za pomocą Moodboard (tablicy z materiałami określającymi wygląd marki). Podsumowując ten rozdział, upewnisz się, że tworzysz spójny przekaz, odpowiadając na konkretne pytania z checklisty.

Branding & Marka Online



Dlaczego powinieneś budować strategicznie swoją markę w internecie? Ponieważ stworzenie silnej marki osobistej, w dłuższej perspektywie czasowej daje przewagę w działaniach marketingowych czy sprzedażowych i ma dzisiaj wymierną wartość rynkową.



Twoja marka osobista to Twój własny i niepowtarzalny kanał marketingowy, dzięki któremu zbudujesz grono oddanych klientów.

W dzisiejszym świecie personal branding nie jest już tylko modą, jest wręcz koniecznością, aby zaistnieć na bardzo konkurencyjnym i wymagającym rynku (zwłaszcza w świecie wirtualnym). Jest narzędziem do zbudowania swojej wiarygodności, rozpoznawalności i niepowtarzalności.

Pamiętaj: Kreowanie silnej marki osobistej to nie zadanie - tylko proces. Dlatego trzymaj rękę na pulsie, dbaj o to, by mieć stały kontakt ze swoimi odbiorcami i monitoruj, jak Cię postrzegają. Ważne też, żebyś miał bieżące informacje z Twojej branży i nie dał się zaskoczyć konkurencji.

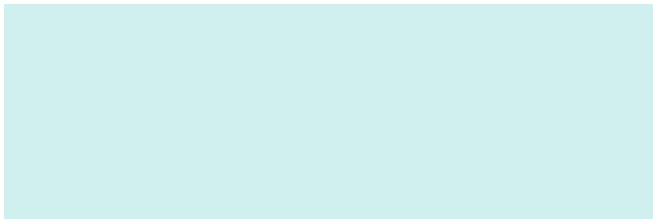


Pamiętaj też, że budowanie silnego wizerunku wymaga czasu i nie od razu osiągniesz spektakularne rezultaty. Jeśli jednak cierpliwie będziesz dążyć do powiększenia grona swoich odbiorców, stworzysz dla siebie nowe, nieograniczone możliwości.

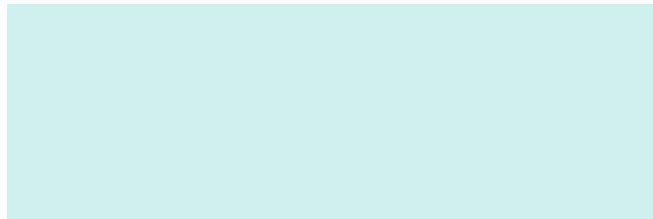
Wypełnij pola w tej sekcji, aby konkretnie zdefiniować, jak chcesz być postrzegany przez swoich odbiorców,

Wizualizacja Marki

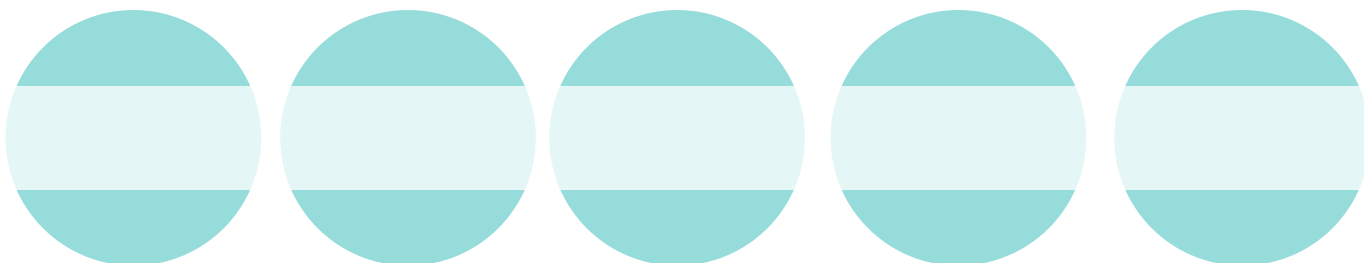
Logo



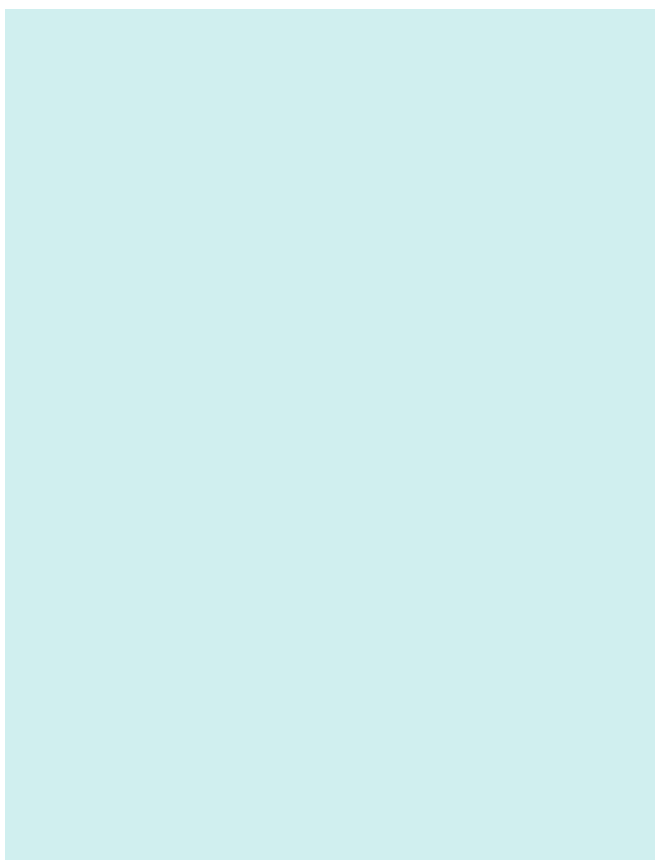
Czcionki



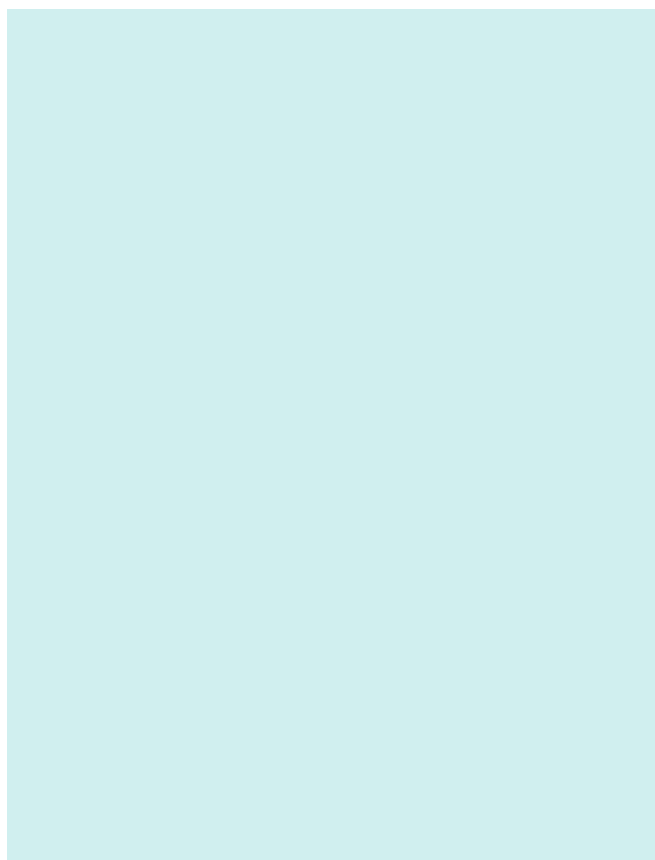
Paleta kolorów



Główny Przekaz Marki:



Notatki:



Obietnica Marki

Proste stwierdzenie, które jest obietnicą, zobowiązaniem wobec ludzi, którzy wchodzi w interakcje z Twoją marką. Służy do prowadzenia Twoich zleceniodawców, inspirowania Ciebie i łączenia całej strategii marki, w spójną całość.

Wizja

Misja

Produkty

Klienci

Korzyści

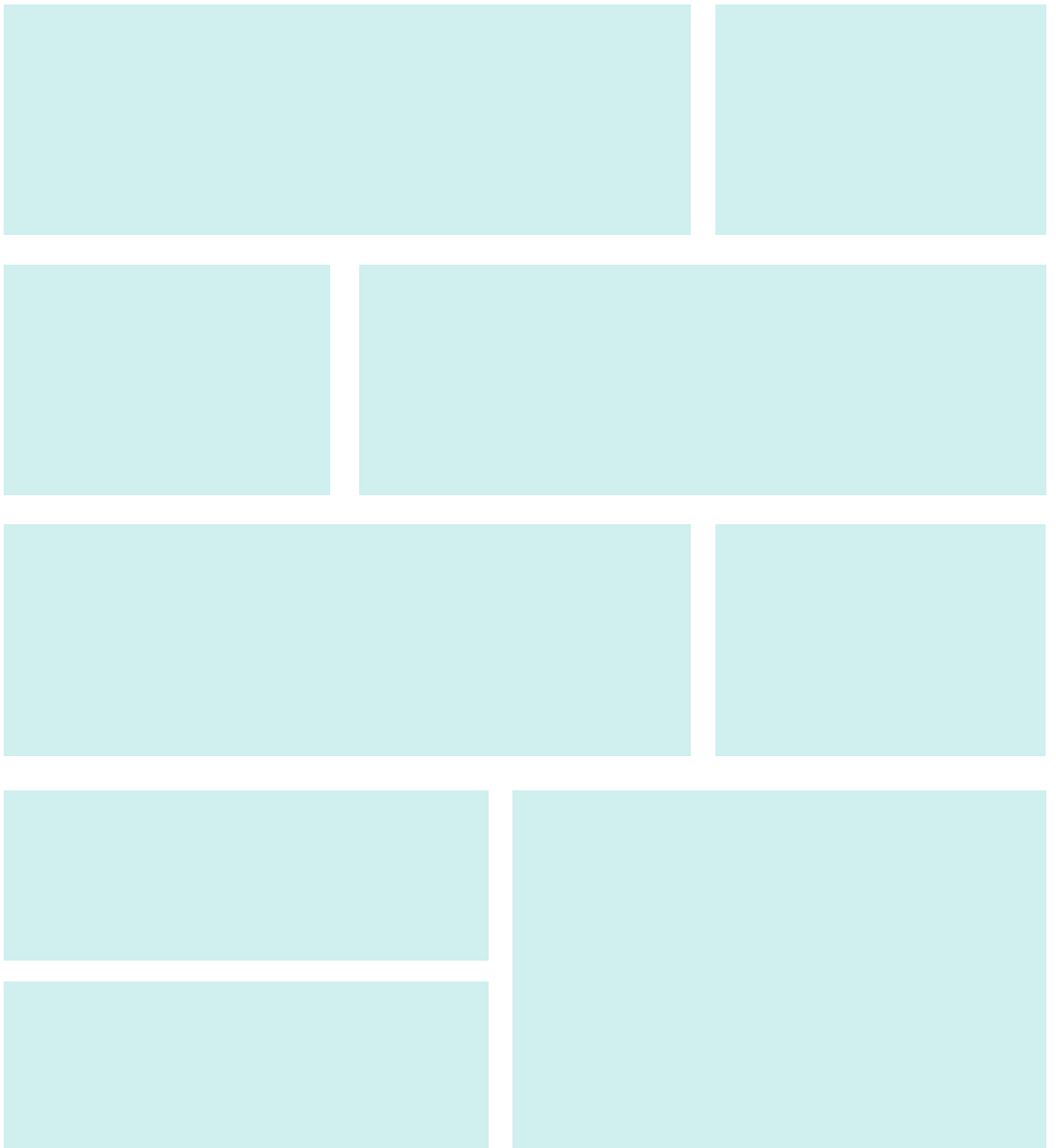
Potrzeby Klienta

Dlaczego ja?

Oferta

Branding Moodboard

Tablica z krótkimi informacjami o Twojej kolekcji, wizualizacji marki.
Moodboard ze zdjęciami, obrazami, materiałami, wzorami, kolorami, grafikami,
ustawieniami, które wywołują konkretne skojarzenia z Twoją marką.



Checklista: Zadbaj o spójny przekaz

01

LOGO: czy Twoje logo jest czytelne w mniejszych rozmiarach? Używasz go konsekwentnie na swoich grafikach i projektach? Jakie wywołuje uczucia i skojarzenia na pierwszy rzut oka? Czy jest spójne z wizerunkiem jaki chcesz tworzyć, opisanym wyżej?

02

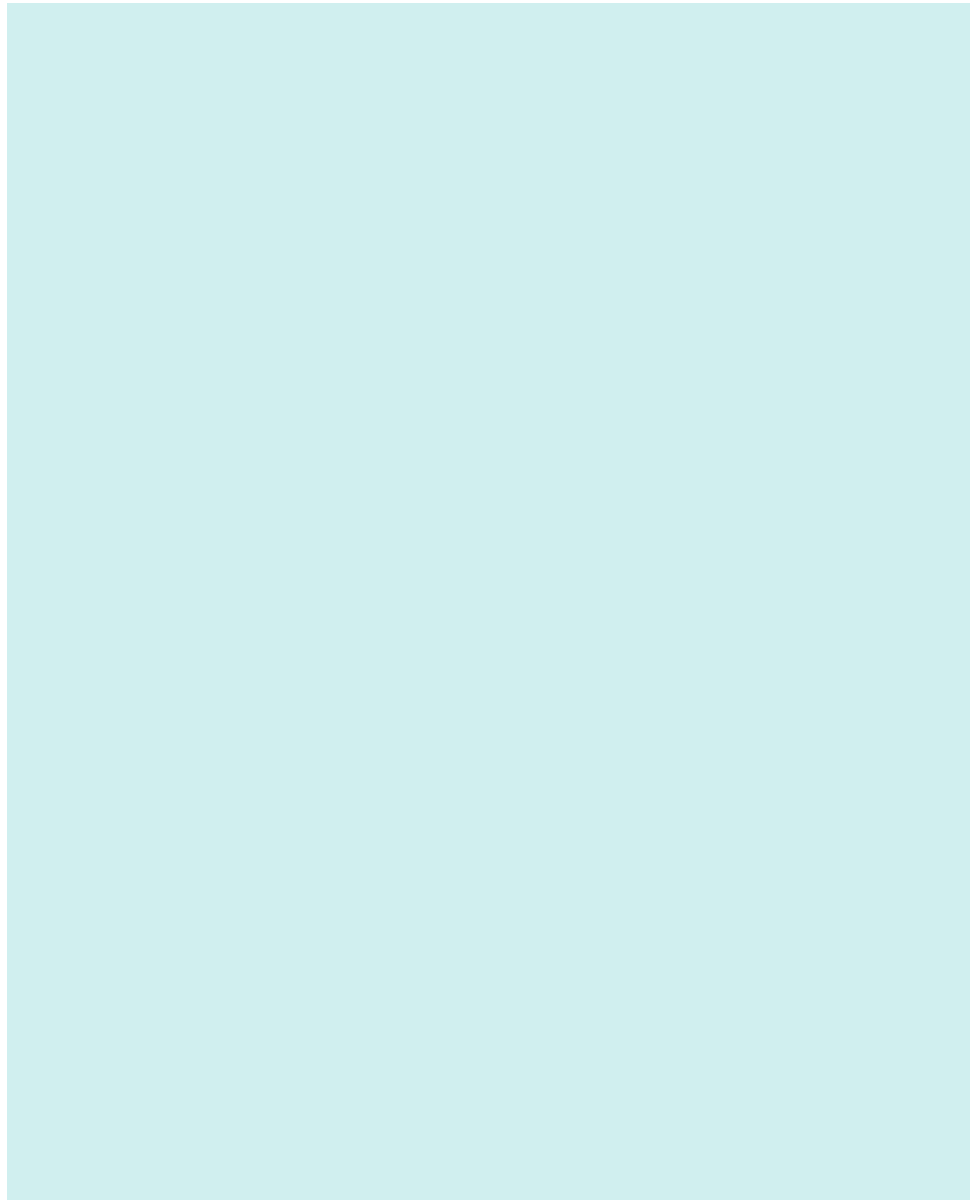
KOLORY: jakie 2 główne kolory będą reprezentować Twoją markę? Czy wybrane kolory pojawiają się konsekwentnie na stronie www, w social media, na bannerach, grafikach, ebookach, PDFach itp? Jakie emocje wywołują? Wypisz numery # swoich kolorów.

03

TYPOGRAFIA: jakie 2 rodzaje czcionek będziesz używać na swojej stronie www oraz w grafikach? Czy wybrane fonty są łatwe do odczytania i akceptują polskie znaki? Czy charakter czcionki pasuje do marki? Czy wybrane fonty dobrze współgrają z Twoim logiem? Zapisz nazwę czcionek jakie będziesz stosować na swojej stronie www i w Social Mediach. Czcionka dla tekstu oraz czcionka dla nagłówków H1 H2

04

ZDJĘCIA I OBRAZKI: jaki styl fotograficznych chcesz stosować? Jakie zdjęcia i obrazki będziesz udostępniać na swojej stronie i w Social Mediach (np. ludzie, kolorowe tła, stylowe przedmioty, aranżacje kwiatów, żywność, natura, krajobrazy, zwierzęta, zabawne zdjęcia, emoji, ikony itp) Jakie elementy będą świadczyć o Twoim biznesie? Jaki wspólny mianownik będzie łączyć te obrazki? (Pro Tip: wybierz zdjęcia spójne kolorystycznie z Twoją paletą firmową)



Extra wskazówki:

- Stwórz swoje tablice na Pinterest z obrazkami i wszystkimi elementami marki, by sprawdzić jaki klimat razem będą tworzyć
- Wybierz dwa kolory dominujące, a następnie uzupełnij je o jaśniejsze odcienie wybranych kolorów
- Zawrzyj na tablicy inspiracji również fonty, ponieważ odpowiadają za dużą część identyfikacji. Oprócz tego, że przekazują treści, to również tworzą unikatowy klimat Twojej marki.

03

WPROWADZENIE PRODUKTU

03

Product Launch

Budowanie biznesu online to przede wszystkim odpowiadanie na potrzeby Twoich odbiorców. Warto stworzyć produkt lub usługę, która będzie odpowiedzią na problemy i wyzwania Twojej grupy docelowej. Kiedy rozwiązujesz problem Twojego klienta, masz niemalże pewność, że Twój biznes będzie zarabiał pieniądze! W tej sekcji skupisz się na planowaniu swoich pierwszych produktów na sprzedaż oraz krok po kroku zaplanujesz premierę tego produktu.

Planowanie Produktu

Kategoria Produktu:

Problem

Rozwiązanie

Pomysły na Produkty:

Twój wybór:

Platforma

Przewaga Konkurencyjna

Prognozowanie:

Data Premiery:

Cena Sprzedaży:

Zysk:

Matryca Pomysłów

Pomysł na produkt #1

Czy widzę siebie,
jak to robię?

Czy jest na to
zapotrzebowanie?

Czy mogę stworzyć
rozwiązanie?

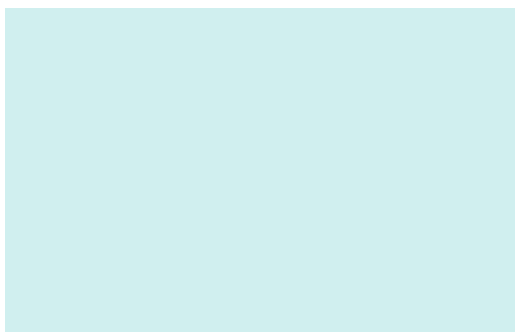
Pomysł na produkt #2

Pomysł na produkt #3

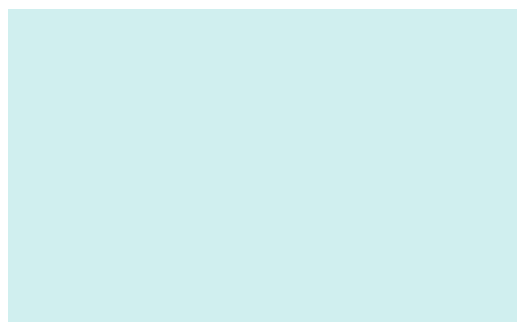
Pomysł na produkt #4

4 Tygodniowy Plan Premiery Produktu

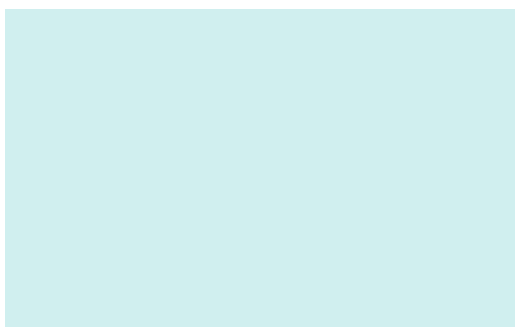
Tydzień #1



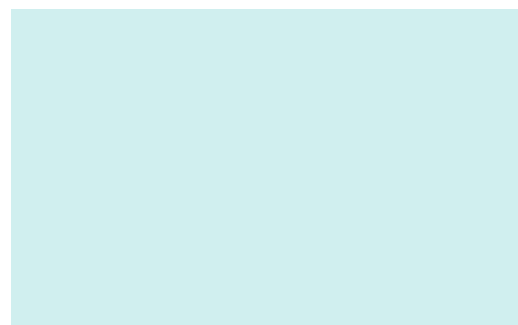
Tydzień #2



Tydzień #3



Tydzień #4



04

NIEZBĘDNIK BIZNESOWY

04

Narzędzia Biznesu

Posiadanie własnego biznesu, również wiąże się tym byś prowadził kontrolę sprzedaży, dostaw, wydatków, wystawiał faktury, śledził zwroty, śledził wysyłki oraz zamówienia. Powinieneś mieć pod kontrolą swoje przychody i rozchody oraz mieć system wyceny swoich produktów. Wszystkie te narzędzia znajdziesz w tej sekcji, by nic Ci nie umknęło w Twojej codziennej pracy.

Faktura

Nabywca:

Klient:

Adres:

NIP

Faktura numer #

Data wystawienia

Data sprzedaży

Termin płatności

Opis

Ilość

Cena Netto

VAT %

Kwota VAT

Wartość brutto

Wartość netto

VAT

Wartość brutto

Sprzedawca:

Nazwa firmy:

Adres:

Email:

Telefon:

NIP

Sposób płatności

Do zapłaty

Śledzenie Zwrotów

Numer Zamówienia

Data

Powód

Zwrot Pieniędzy

Zwrot Zamówienia

Notatka

Numer Zamówienia

Data

Powód

Zwrot Pieniędzy

Zwrot Zamówienia

Notatka

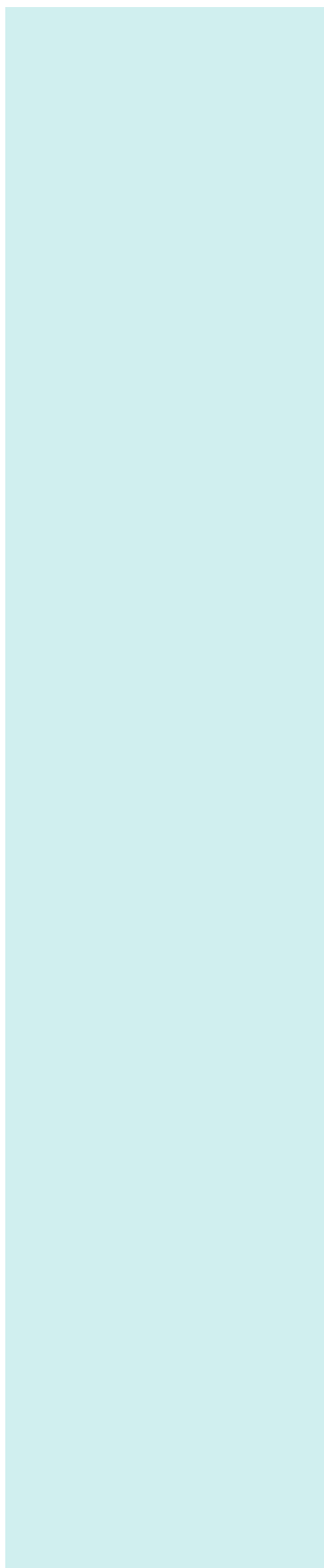
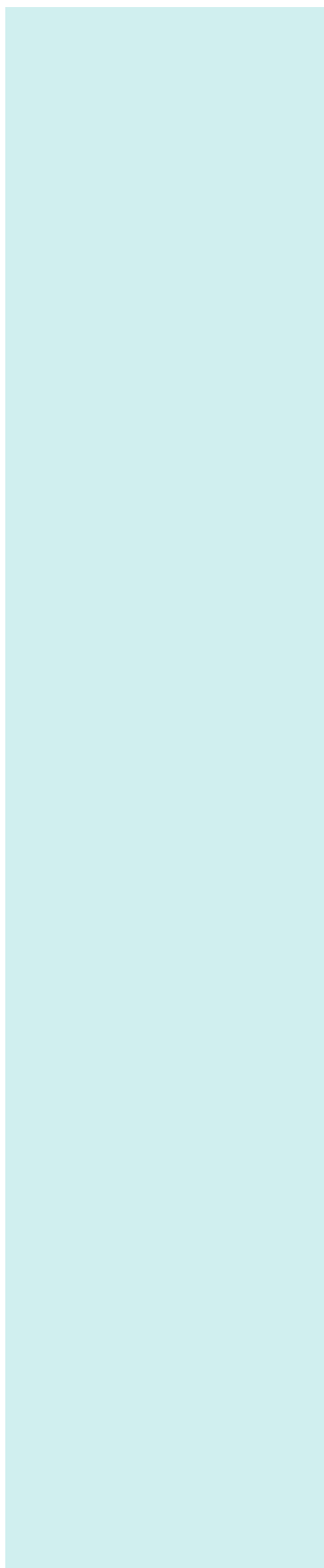
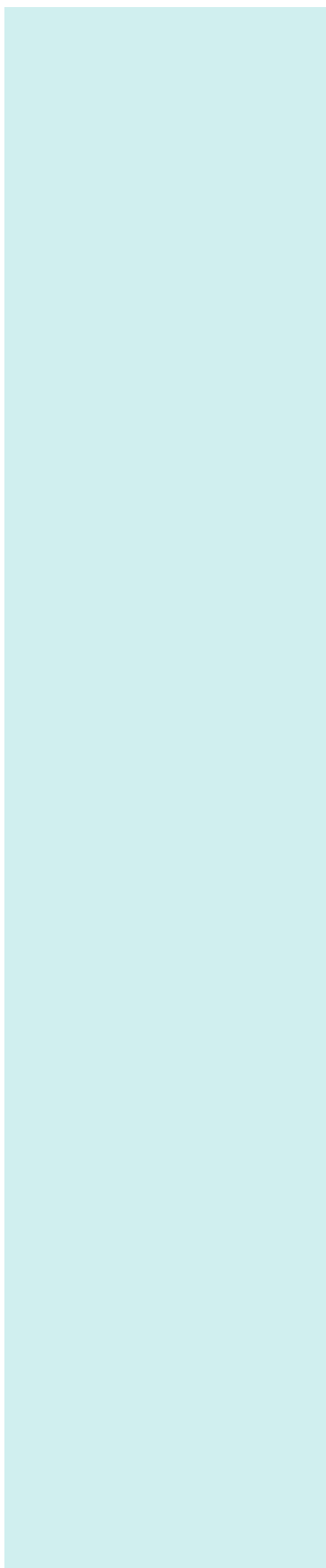
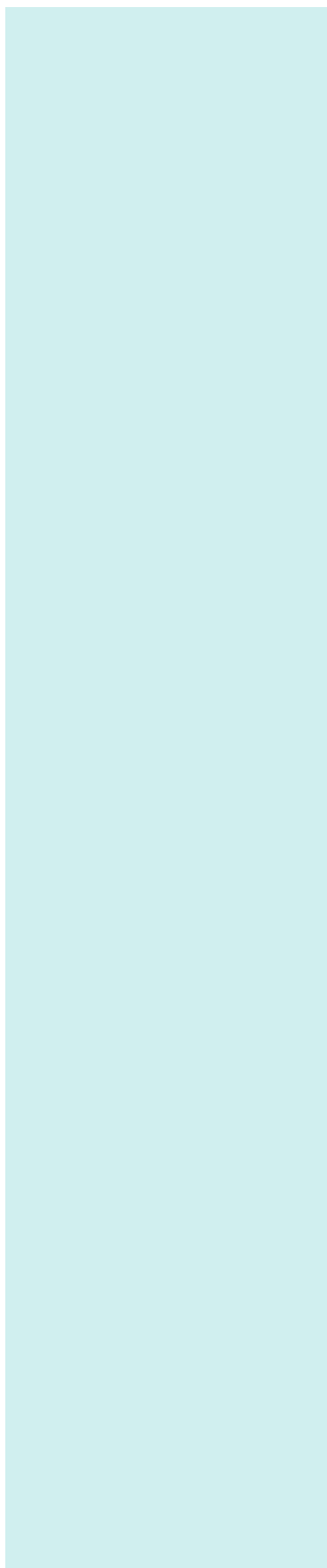
Śledzenie Wysyłek

Szczegóły

Nr Przesyłki

Wysłane

Dostarczone



Śledzenie Zakupów

Data

Opis

Kategoria

Suma

05

MARKETING PLANNER

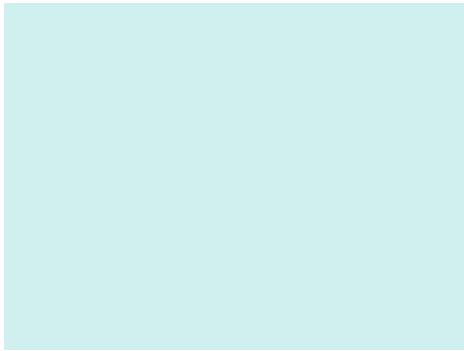
05

Plan Marketingowy

Założenie własnego biznesu to zaledwie pierwszy krok. Jeżeli zależy Ci na stałym przyroście nowych klientów, potrzebujesz przemyślanej strategii i działań dopasowanych do Twojego idealnego klienta. Marketing jest niezbędny w rozwoju Twojego biznesu, ponieważ informuje Twoich odbiorców na temat tego, w jaki sposób możesz rozwiązać ich problemy. Klient musi zaufać, że Twoje rozwiązania ułatwią mu życie, zanim zdecyduje się cokolwiek od Ciebie kupić. W tej sekcji stworzysz swój Plan Marketingowy, który pomoże Ci zwiększyć sprzedaż, ponieważ to właśnie strategicznie przemyślane działanie, zwiększy Twój zasięg i zwróci uwagę na to, co sprzedajesz, aby ludzie chcieli to kupić.

Pomysły Sezonowe

Styczeń



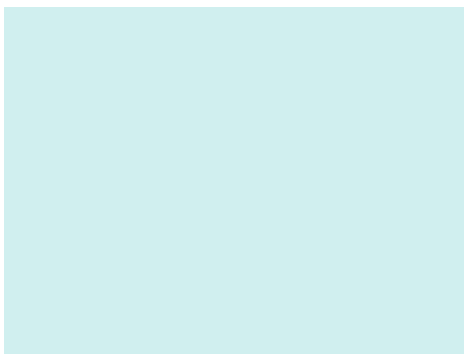
Luty



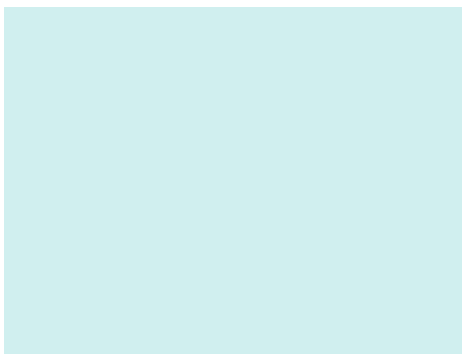
Marzec



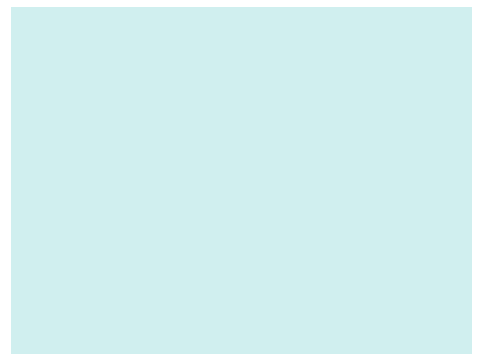
Kwiecień



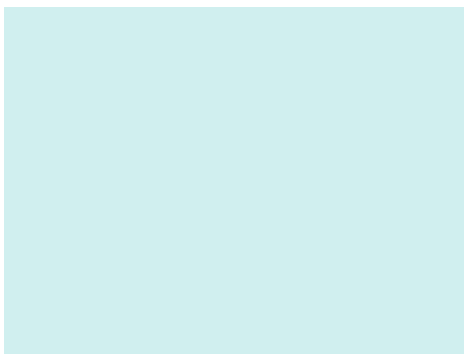
Maj



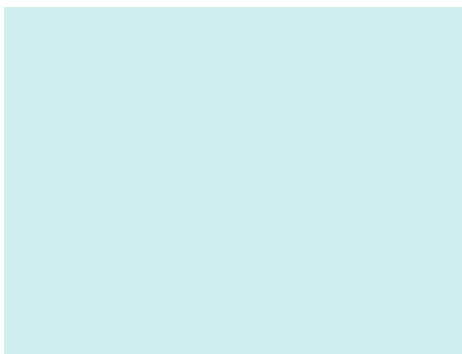
Czerwiec



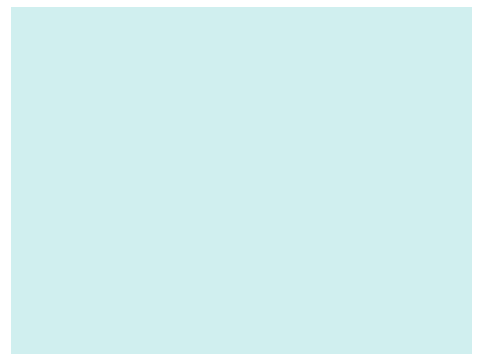
Lipiec



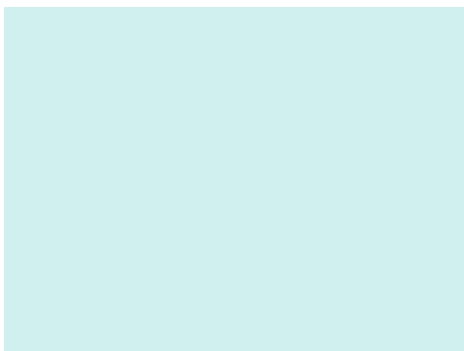
Sierpień



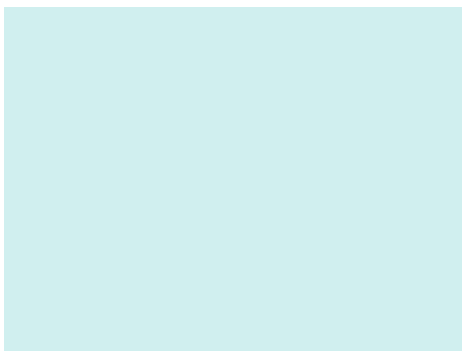
Wrzesień



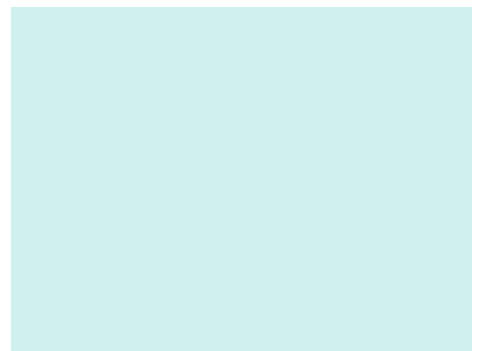
Październik



Listopad

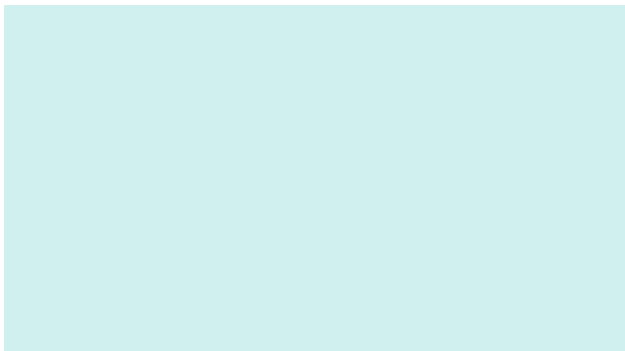


Grudzień

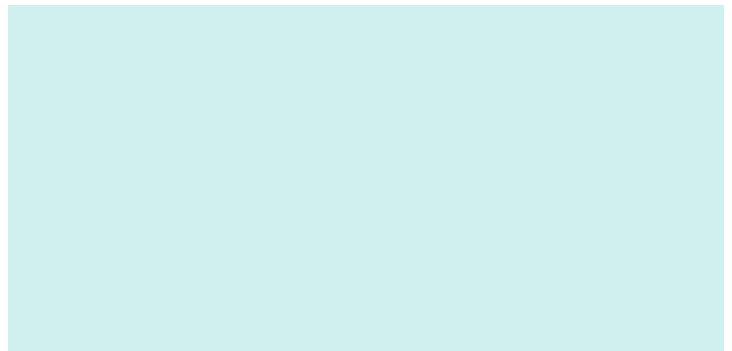


Marketing Świąteczny

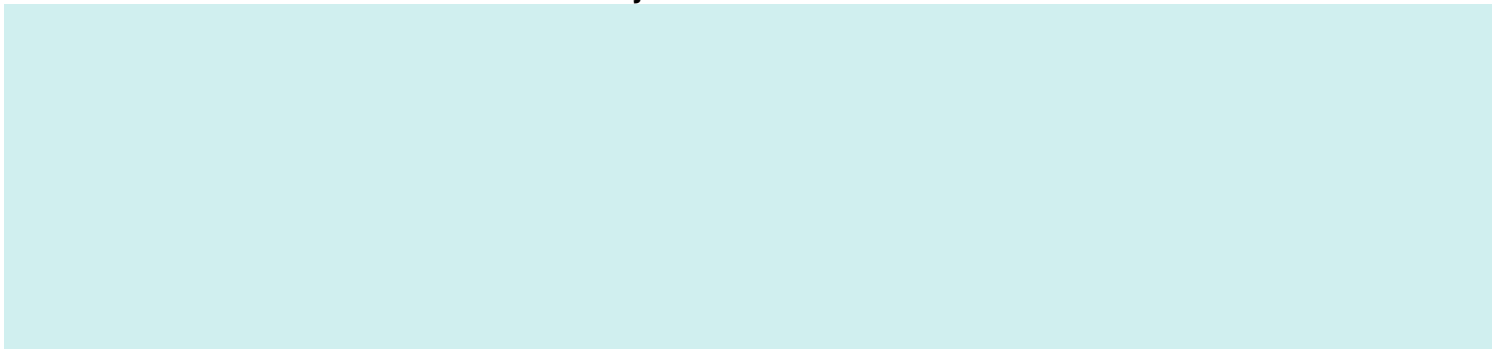
Święto



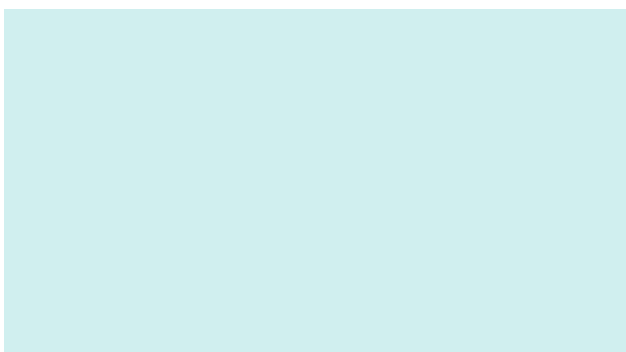
Strategia Działania



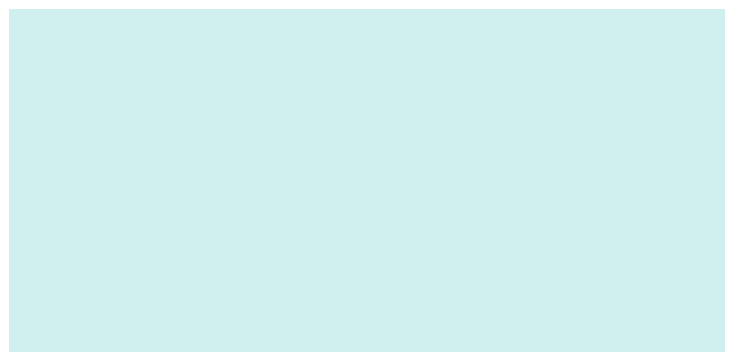
Mój Plan Działania



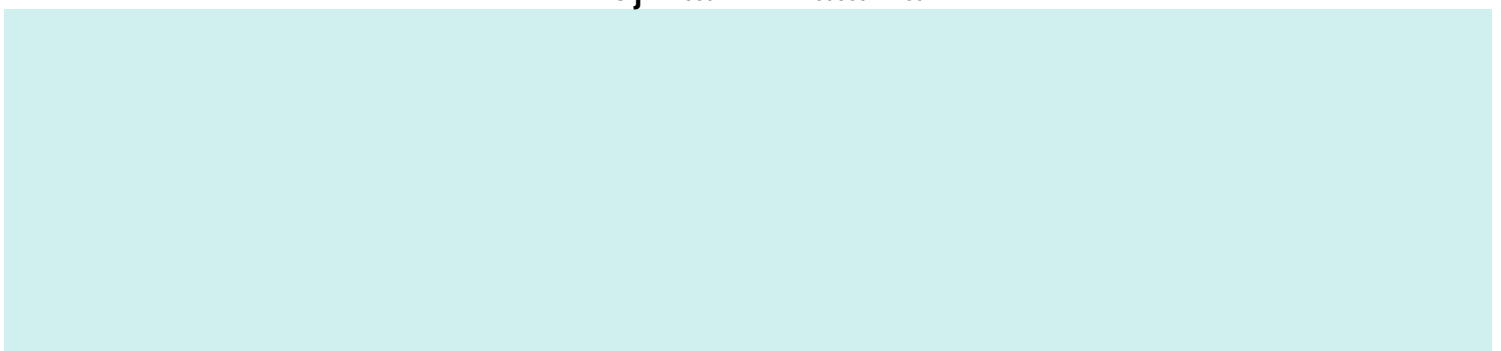
Święto



Strategia Działania



Mój Plan Działania



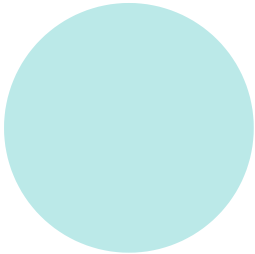
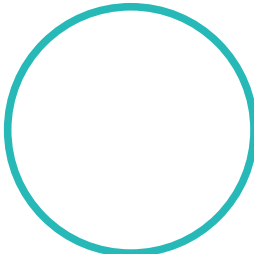
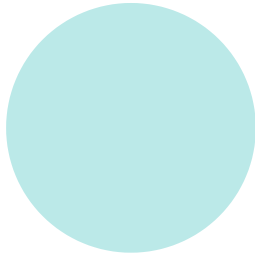
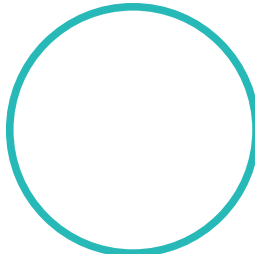
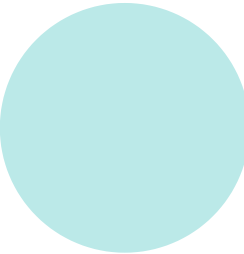
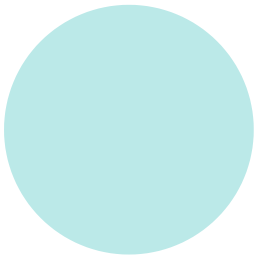
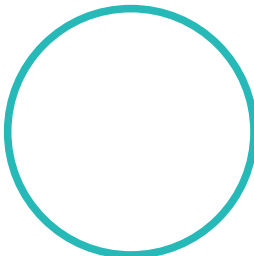
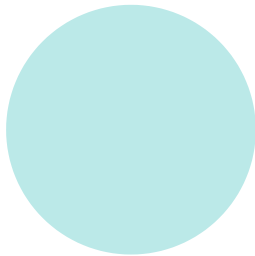
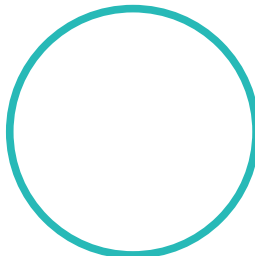
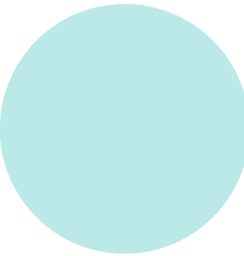
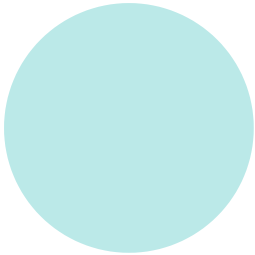
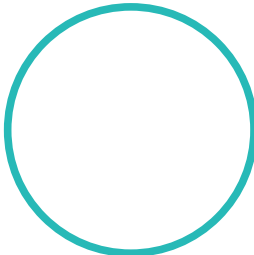
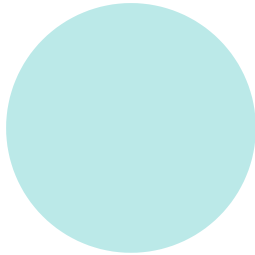
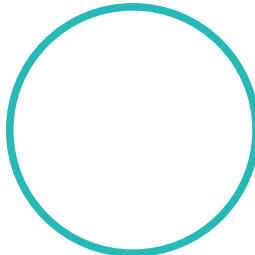
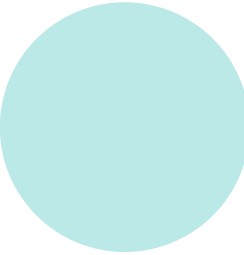
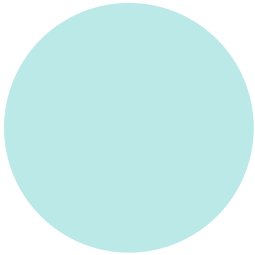
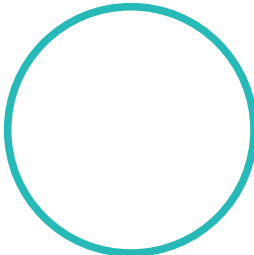
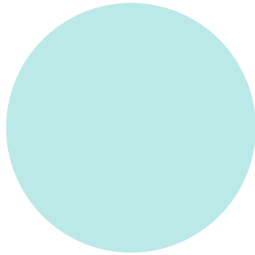
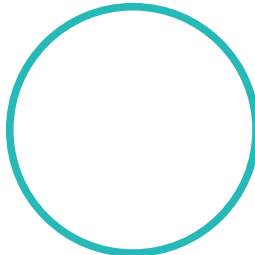
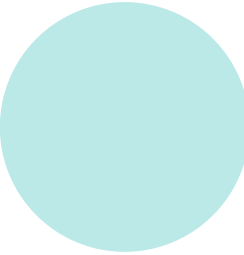
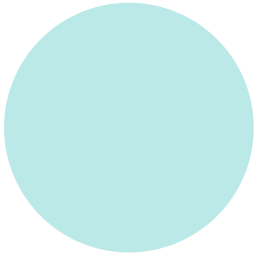
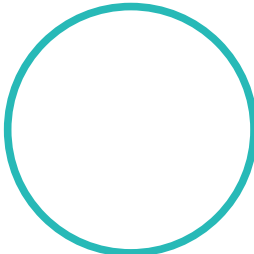
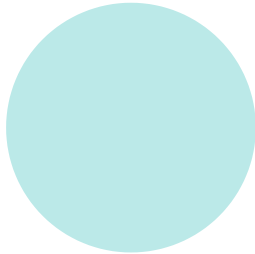
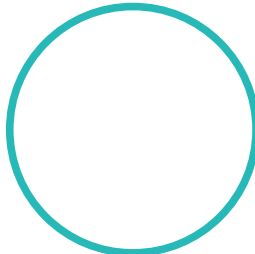
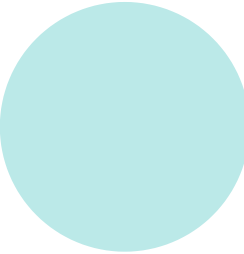
Marketing Plan

#1 KWARTAŁ

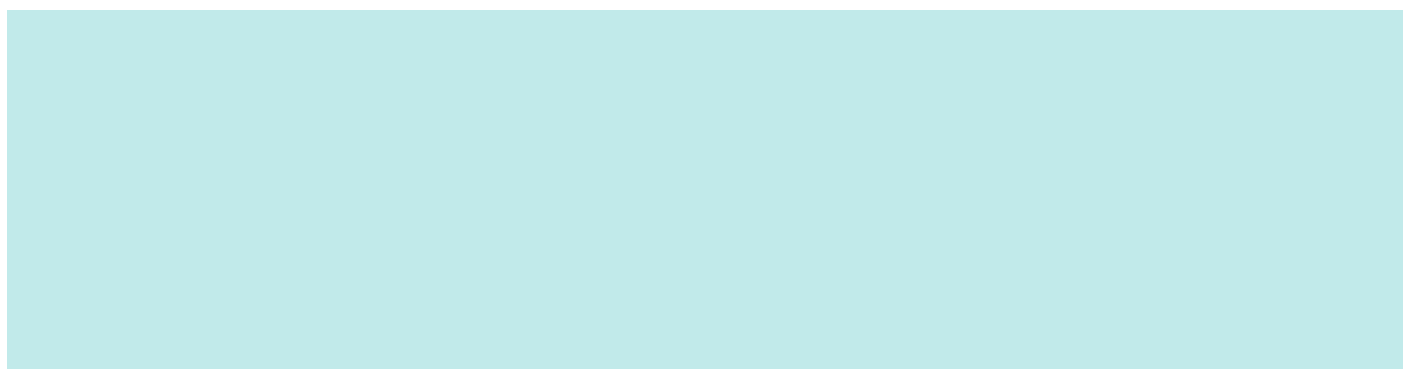
#2 KWARTAŁ

#3 KWARTAŁ

#4 KWARTAŁ

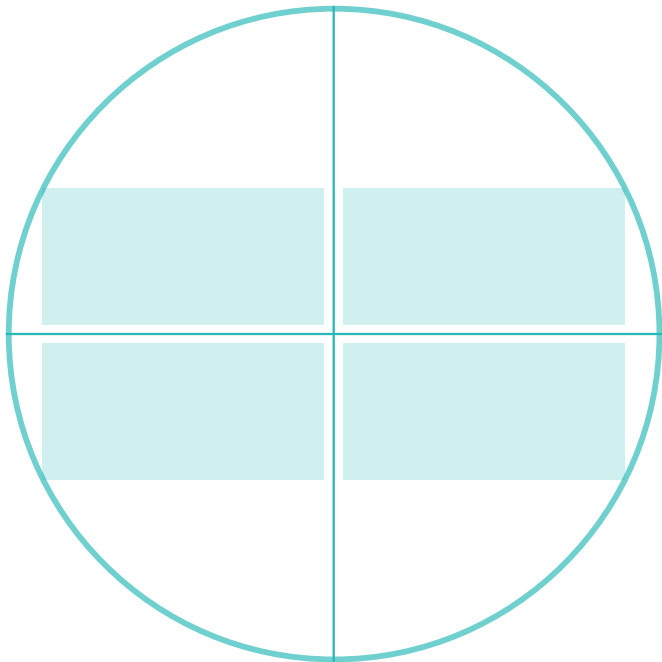
| | | | | |
|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Notatki:



Budżet Kampanii

Wykres Marketingu



Data:

Kampania:

Suma Budżetu:

Notatki:

Kanat

Budżet

Rzeczywisty

Komentarze

Główny Przekaz Marketingowy

JAKA "W TYM" JEST KORZYŚĆ DLA KLIENTA?

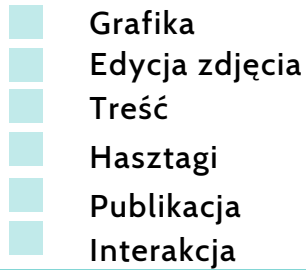
ZAWRZYJ NAJWIĘKSZE PROBLEMY TWOJEJ GRUPY DOCELOWEJ

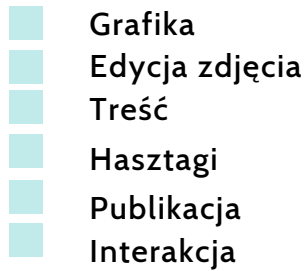
Jakie są ich główne obawy/ bolączki/
zmartwienia/ potrzeby

Jaki ma to wpływ na jakość
oraz obecny standard ich życia?



Planner Postów na Instagramie

| | |
|------------------------------|---|
| Data Publikacji: |  |
| Godzina: | |
| Kategoria: | |
| Dołączyć link: | |
| Treść: | |
| CTA (wezwanie do działania): | |
| Hasztagi # | |
| Statystyki Posta: | |

| | |
|------------------------------|---|
| Data Publikacji: |  |
| Godzina: | |
| Kategoria: | |
| Dołączyć link: | |
| Treść: | |
| CTA (wezwanie do działania): | |
| Hasztagi # | |
| Statystyki Posta: | |

Planner Postów na Facebooku

| | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Data Publikacji: | <input type="checkbox"/> | Grafika |
| Godzina: | <input type="checkbox"/> | Edycja zdjęcia |
| Kategoria: | <input type="checkbox"/> | Treść |
| Dołączyć link: | <input type="checkbox"/> | Hasztagi |
| Treść: | <input type="checkbox"/> | Publikacja |
| | <input type="checkbox"/> | Interakcja |
| | <input type="checkbox"/> | Udostępniij w grupach |
| CTA (wezwanie do działania): | | |
| Hasztagi # | | |
| Statystyki Posta: | | |

| | | |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Data Publikacji: | <input type="checkbox"/> | Grafika |
| Godzina: | <input type="checkbox"/> | Edycja zdjęcia |
| Kategoria: | <input type="checkbox"/> | Treść |
| Dołączyć link: | <input type="checkbox"/> | Hasztagi |
| Treść: | <input type="checkbox"/> | Publikacja |
| | <input type="checkbox"/> | Interakcja |
| | <input type="checkbox"/> | Udostępniij w grupach |
| CTA (wezwanie do działania): | | |
| Hasztagi # | | |
| Statystyki Posta: | | |

Planner Grup Społ. na Facebooku

GRUPA NA FACEBOOKU

PO WT ŚR CZ PT SO ND

| | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |

Planner Postów na Pinterest

Data Publikacji:

Godzina:

Kategoria:

Dołączyć link:

Treść:

- Grafika
- Obrazek
- Treść
- Hasztagi
- Publikacja/Pin
- Interakcja
- Tablice grup

CTA (wezwanie do działania):

Hasztagi #

Statystyki Posta:

Data Publikacji:

Godzina:

Kategoria:

Dołączyć link:

Treść:

- Grafika
- Obrazek
- Treść
- Hasztagi
- Publikacja/Pin
- Interakcja
- Tablice grup

CTA (wezwanie do działania):

Hasztagi #

Statystyki Posta:

Planner Tablic Grupowych na Pinterest

TABLICE GRUPOWE

PO

WT

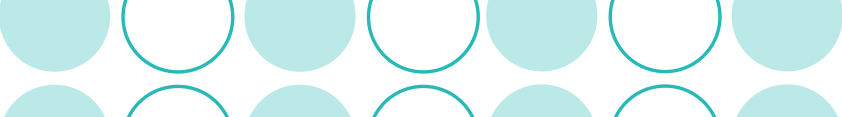
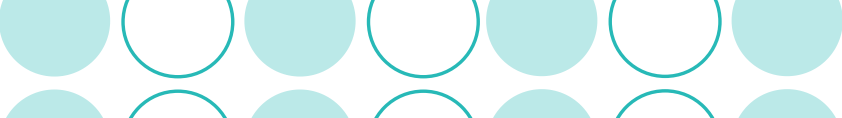
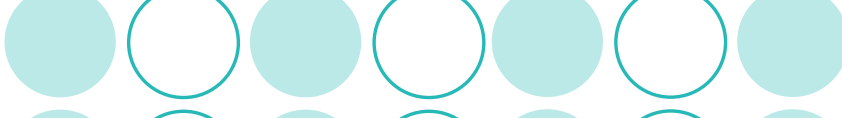
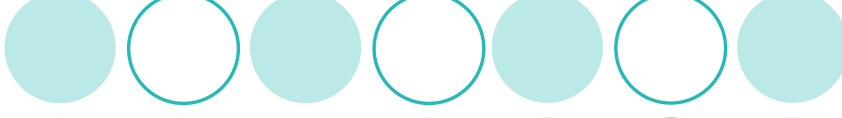
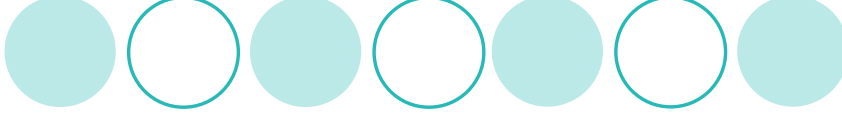
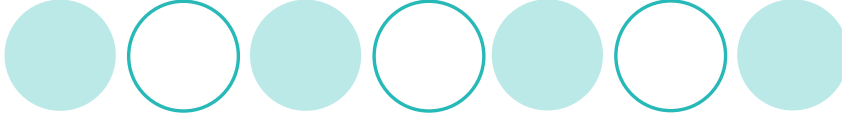
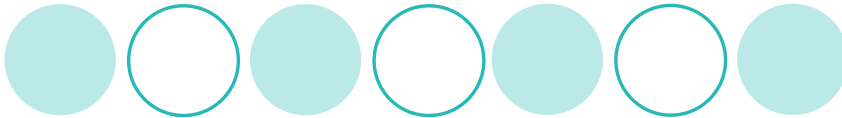
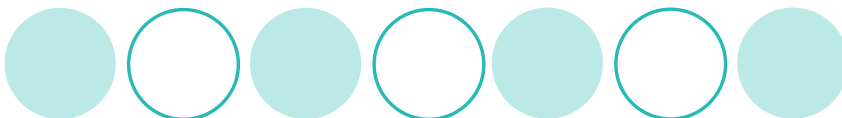
ŚR

CZ

PT

SO

ND



Keyword Research

Użyj jednego tematu (słowa kluczowego) i przeprowadź burzę mózgów na frazy kluczowe z tematami i pod-tematami zadając poniższe pytania. Pomyśl o co najmniej 3 pod-tematach dla każdego pytania. Chodzi o to, aby stworzyć sieć powiązanych słów pochodzących z Twojego ogólnego tematu lub nazwy produktu.

Temat:

Co

1: _____

2: _____

3: _____

Czemu

1: _____

2: _____

3: _____

Jak

1: _____

2: _____

3: _____

Gdzie

1: _____

2: _____

3: _____

Który

1: _____

2: _____

3: _____

Kiedy

1: _____

2: _____

3: _____

Notatki:

06

CELE BIZNESOWE



Cele Biznesowe

Cele biznesowe, powinny być wyznaczane dla lepszego funkcjonowania firmy, a przede wszystkim sensu jej działania. Ważne jest, abyś od samego początku, w jasny i konkretny sposób określił to, co chcesz osiągnąć jako firma. Dlatego w tej sekcji ustal, co chcesz osiągnąć w danym czasie, np. w ciągu roku kalendarzowego. Jakie kroki będziesz musiał podjąć, aby dotrzeć do tego punktu, w którym chcesz być w przyszłości. To pozwoli Ci na zaplanowanie odpowiednich działań i odnoszenie sukcesów na polu sprzedażowym, a także marketingowym.

Cele Roczne

Rok

STYCZEŃ

LUTY

MARZEC

KWIECIEŃ

MAJ

CZERWIEC

LIPIEC

SIERPIEŃ

WRZESIEŃ

PAŹDZIERNIK

LISTOPAD

GRUDZIEŃ

Cele Miesięczne

Miesiąc:

Główne Cele Miesiąca:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Wyzwania:

-
-
-
-
-

Notatki:

| PO | WT | ŚR | CZ | PT | SO | ND |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Planner Celów

Data rozpoczęcia:

Ostateczny termin:

Data zakończenia:

Czas realizacji planu:

Plan Działania:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

CEL:

TWOJE "DLACZEGO"

Notatki:

07

NIEZBĘDNE PLANNERY

07

Niezbędne Plannery

Aby dobrze się zorganizować w swoim biznesie online i nie pogubić się w obowiązkach i codziennych zadaniach, warto rozpisywać sobie to wszystko w plannerach: dziennym, tygodniowym, miesięcznym oraz rocznym. Kiedy zaczniesz kontrolować swoje nawyki oraz skupisz się na priorytetach, znacznie szybciej osiągniesz swoje cele. Tabele w tej sekcji pomogą Ci w rozpisaniu Twojego plan działania i realizacji kluczowych aktywności.

Planner Roczny

STYCZEŃ

LUTY

MARZEC

KWIECIEŃ

MAJ

CZERWIEC

LIPIEC

SIERPIEŃ

WRZESIEŃ

PAŹDZIERNIK

LISTOPAD

GRUDZIEŃ

Project Planner

MIESIĄC:

CEL #1

| | |
|-------|--------------------------|
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |

DEADLINE:

CEL #2

| | |
|-------|--------------------------|
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |

DEADLINE:

CEL #3

| | |
|-------|--------------------------|
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |

DEADLINE:

CEL #4

| | |
|-------|--------------------------|
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |

DEADLINE:

Matryca Priorytetów

| | PILNE | NIE PILNE |
|-----------|--------------|----------------|
| WAŻNE | ZROBIĆ TERAZ | ZROBIĆ PÓŹNIEJ |
| NIE WAŻNE | ODDELEGOWAĆ | WYELIMINOWAĆ |

Notatki:

Blank area for notes.

Koło Produktyności

POŁUDNIE

9:00

15.00

18.00

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

PRIORYTETY DNIA

PRIORYTETY DNIA

Śledzenie Nawyków

Nawyk #1

CEL: OSIĄGNIĘTY: NAGRODA:

Dzienny Tracker

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Nawyk #2

CEL: OSIĄGNIĘTY: NAGRODA:

Dzienny Tracker

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Nawyk #3

CEL: OSIĄGNIĘTY: NAGRODA:

Dzienny Tracker

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Nawyk #4

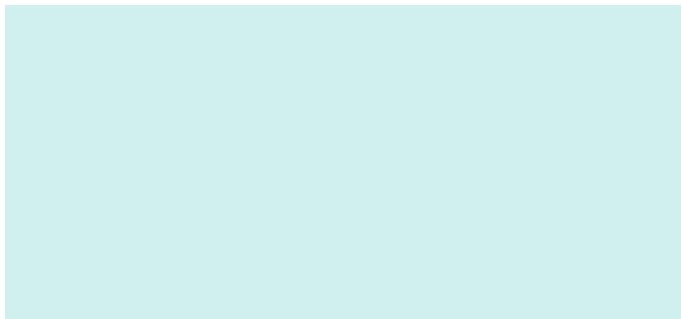
CEL: OSIĄGNIĘTY: NAGRODA:

Dzienny Tracker

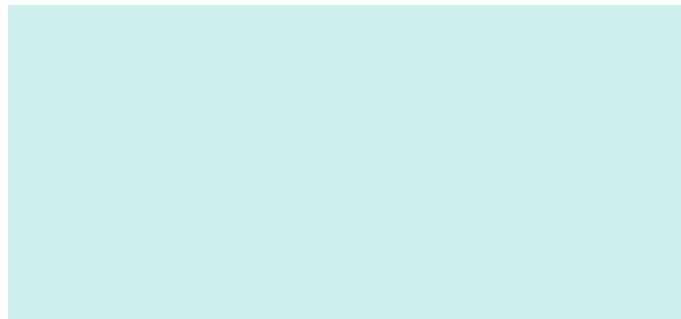
| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Ważne Uwagi

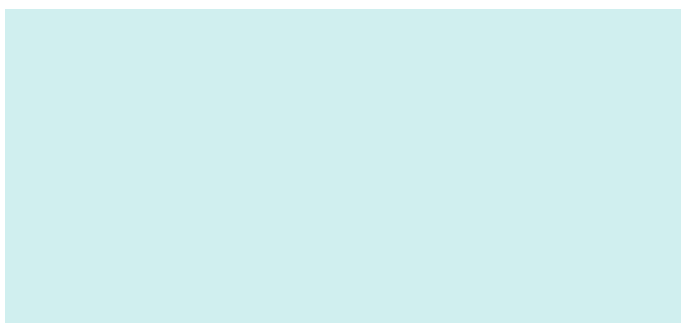
Poniedziałek



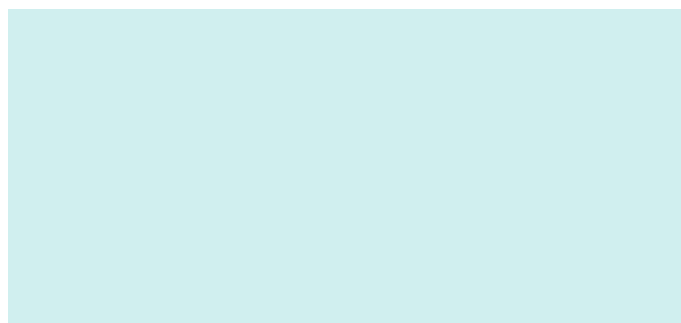
Wtorek



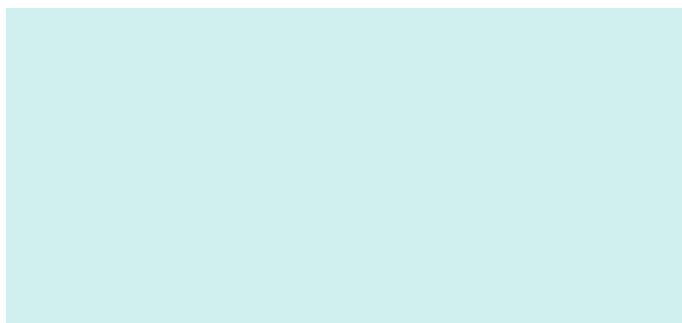
Środa



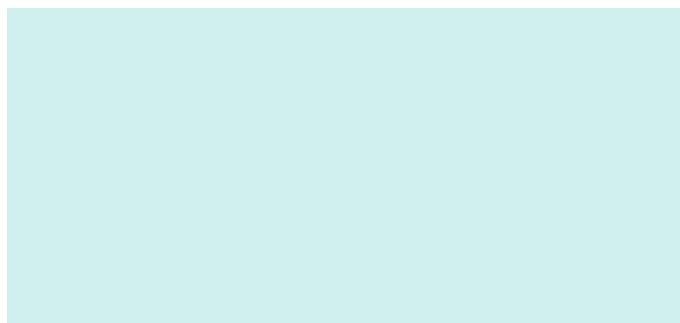
Czwartek



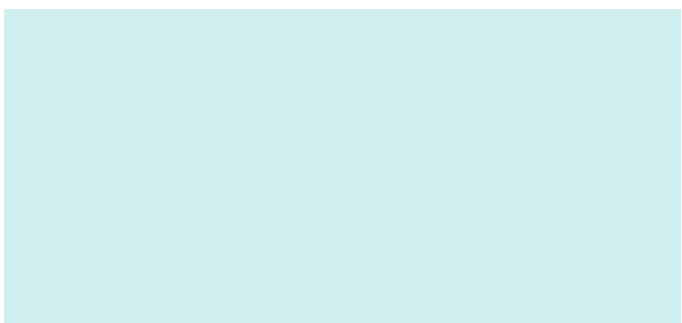
Piątek



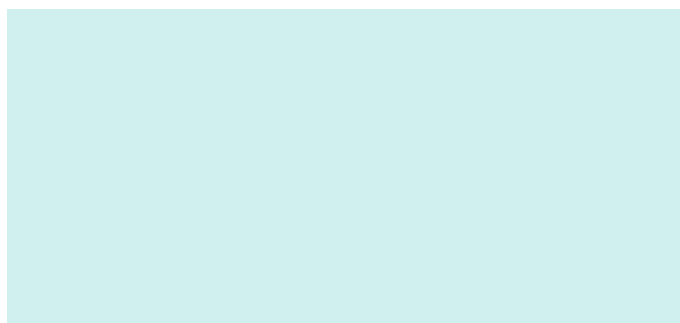
Sobota



Niedziela



Dodatkowe Uwagi



Plan Na Przyszłość

| Ramy Czasowe | Cele | Działania |
|--------------|------|-----------|
| 6 miesięcy | | |
| 1 rok | | |
| 5 lat | | |
| 10 lat | | |

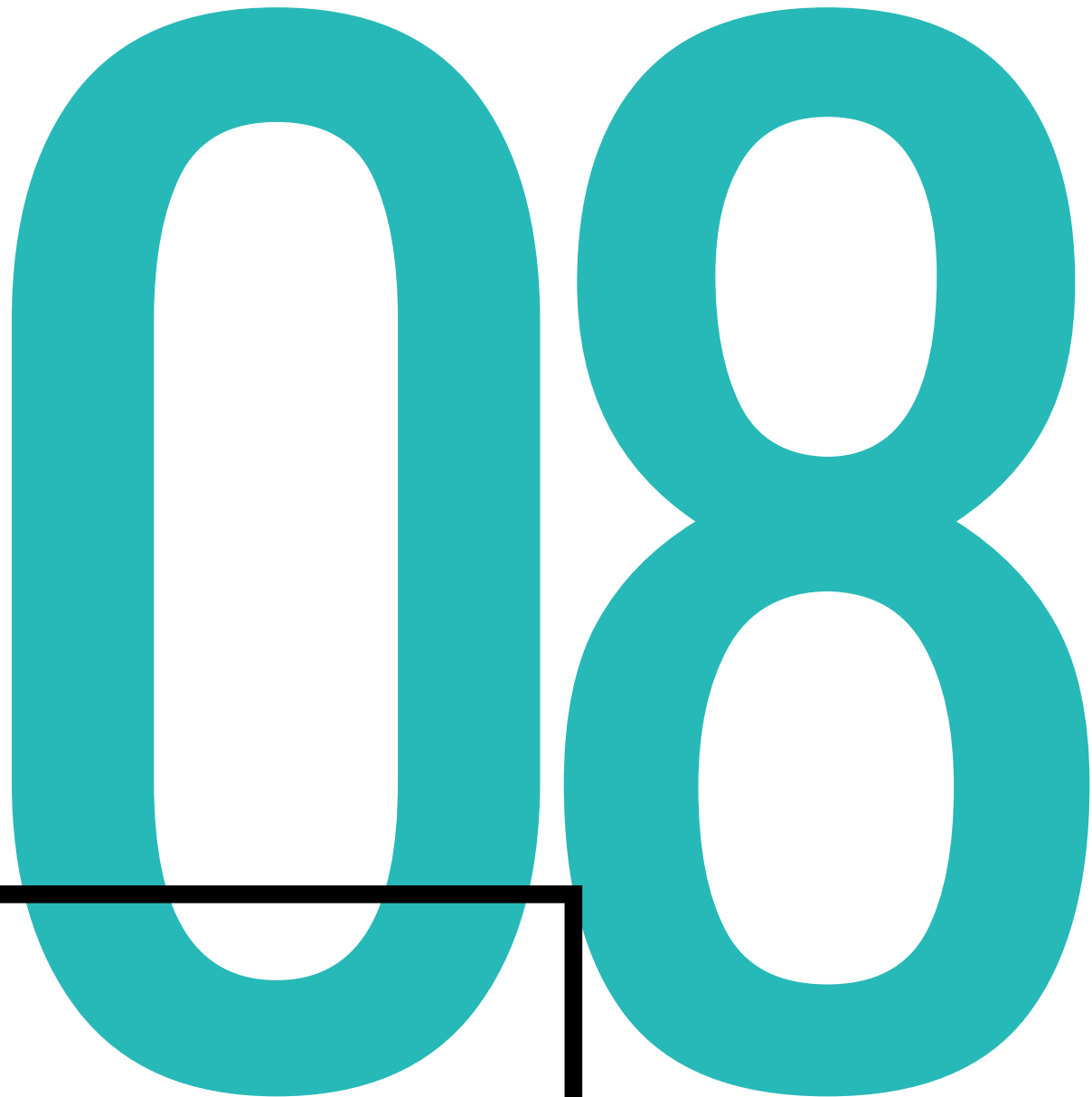
Notatki

Notatki

Notatki

08

NARZĘDZIOWNIK



NARZĘDZIOWNIK

Ta sekcja została stworzona z myślą o rozwoju Twojego biznesu w sieci. Znajdziesz tu listę miejsc w internecie, z których pobierzesz bezpłatnie zdjęcia, wideo, ikony i mockupy. Otrzymasz również listę prostych narzędzi do tworzenia samodzielnie, spójnych grafik oraz wideo do swoich social media. Na końcu znajdziesz dwie obszerne listy z pomysłami na posty do social media, bloga i vloga.

Darmowe Banki Zdjęć

- <https://www.pexels.com/>
- <https://unsplash.com/>
- <https://kaboompics.com/>
- <https://pixabay.com/pl/>
- <https://isorepublic.com/>
- <https://foter.com/>
- <https://stokpic.com/>
- <https://visualhunt.com/>
- <https://isorepublic.com/>
- <https://picjumbo.com/>
- <http://www.designerspics.com/>
- <http://photoeverywhere.co.uk/>
- <http://www.splashbase.co/>
- <https://www.splitshire.com/>
- <https://www.foodiesfeed.com/>
- <https://stocksnap.io/>
- <https://www.life>
- <https://pl.freeimages.com/>
- <https://www.stockphotosforfree.com/>
- <https://web.500px.com/>
- <https://wallpapers.io/>
- <http://albumarium.com/>
- <https://morguefile.com/>
- <https://jeshoots.com/>
- <https://freestocks.org/>
- <https://gratisography.com/>
- <https://littlevisuals.co/>
- <https://jaymantri.com/>
- <https://mmtstock.com/>
- <https://deathtothestockphoto.com/>
- <https://magdeleine.co/>
- <https://www.dreamstime.com/free-photos>
- <https://negativespace.co/>

Licencje korzystania ze zdjęć dla celów prywatnych i komercyjnych:

<https://creativecommons.pl/poznaj-licencje-creative-commons/>

<https://prakreacja.pl/creative-commons/>

Darmowe Wideo

- <https://www.pexels.com/videos/>
- <https://www.videvo.net/>
- <https://www.velosofy.com/>
- <https://coverr.co/>
- <https://animotostock.smugmug.com/Stock-Assets/>
- <https://www.lifeofvids.com/>
- <https://www.videezy.com/>
- <https://www.pond5.com/>
- <https://www.motionelements.com/free/stock-footage>
- <http://vidlery.com/>
- <https://www.ignitemotion.com/>
- <https://www.stockfootageforfree.com/>
- <https://www.vidsplay.com/>

Darmowa Muzyka

- <https://www.youtube.com/audiolibrary/music?nv=1>
- <https://www.youtube.com/user/nocopyrightsounds>
- <https://www.bensound.com/>
- <https://audionautix.com/>
- <http://soundbible.com/>
- <https://www.purple-planet.com/>
- <https://whatfunk.com/>
- <https://musicformakers.com/>
- <https://freesound.org/>
- <https://www.conversesamplelibrary.com/>
- <https://freemusicforvlogs.com/fmfv-complete-download-library/>

Darmowe Ikony

- <https://fontawesome.com/>
- <https://www.pixeden.com/free-icons-set>
- <https://thenounproject.com/>
- <https://pl.icons8.com/>
- <https://www.iconfinder.com/>
- <https://www.freepik.com/popular-icons>
- <https://freebiesbug.com/psd-freebies/icons/>
- <https://www.flaticon.com/>
- <https://graphicburger.com/icons-set/>
- <https://pixelbuddha.net/freebies/tag/icons>

Darmowe Mockupy

- <https://magicmockups.com/>
- <https://placeit.net/>
- <https://smartmockups.com/>
- <http://dunnnk.com/>
- <https://www.graphicsfuel.com/category/mockup-templates/>
- <https://www.graphberry.com/category/mock-ups>
- <https://freebiesbug.com/psd-freebies/mockups/>
- <https://www.mockupworld.co/all-mockups/>
- <https://pixelbuddha.net/freebies/tag/mockups>
- <https://www.pixeden.com/free-graphics>
- <https://graphicburger.com/mock-ups/>
- <https://www.mockupworld.co/all-mockups/>

Narzędzia do tworzenia grafik i wideo

Wersje darmowe oraz dostępne premium

- Canva – darmowe wideo i grafiki do social media
- Crello – animowane posty i grafiki do social media
- Fotor – tworzenie prostych grafik do social media
- Stencil – tworzenie prostych grafik do social media
- Picsart – tworzenie ciekawych grafik przez aplikację
- Befunky – tworzenie prostych kolaży do social media
- Snappa – tworzenie prostych grafik do social media
- Pixlr – edycja zdjęć oraz tworzenie grafik do social media
- InVideo – najlepszy program do edycji wideo online
- Powtoon – program online do tworzenia prostych animacji
- Crello – animowane posty i grafiki do social media
- Lumen5 – szybkie wideo do social media
- Animoto – prosty edytor wideo online
- Flexclip – prosty edytor wideo online z gotowymi szablonami
- Offeo – animowane posty wideo i reklamy
- Gifs – własne gify za darmo
- Wavve – animowana wizualizacja nagrań dźwiękowych
- Logomakr – tworzenie prostych logo marki

Pomysły na posty do Social Media

- #1 Napisz post o tym, jaką masz misję w swoim biznesie
- #2 Zapytaj swoją grupę docelową o doświadczenia związane z branżą, w której pracujesz | Wzbudź dyskusję, odpowiadaj na komentarze
- #3 Zaproś do konkursu wspierającego swoją markę.
- #4 Poproś o dokończenie zdania, które będzie miało znaczenie dla odbioru twojego biznesu (komunikuj się za pomocą zdjęć lub grafik)
- #5 Zapytaj o ulubiony cytat lub przekonanie
- #6 Opisz rozwiązanie jakie ostatnio znalazłeś dla swojego biznesu
- #7 Stwórz "poradnik krok po kroku..." w twojej branży
- #8 Zapytaj jak twój odbiorca się inspirował na co dzień (biznes, życie)
- #9 Zadaj zagadkę. niech będzie związana z twoją marką, biznesem
- #10 Zapytaj, jak twój odbiorca widzi się za 2-5 lat (praca, życie)
- #11 Opisz czym charakteryzuje się twoja branża
- #12 Odpowiedz na 10 najczęstszych obaw twojego klienta
- #13 Zapytaj o preferencje szkoleniowe, muzyczne, filmowe, książkowe
- #14 Napisz post o tym, czym się kierujesz w biznesie
- #15 Pisz posty merytoryczne, edukacyjne w swojej branży
- #16 Stwórz serię q&a w twojej branży, odpowiadaj na pytania faqs
- #17 Jakie są korzyści twoich produktów, twojej oferty
- #18 Twoja historia, jak zacząłeś/aś
- #19 Historie twoich zadowolonych klientów
- #20 Twoja misja, wizja, cele i wartości jakimi się kierujesz w życiu
- #21 Pokaż kulisy swojego biznesu (jak to wygląda "od kuchni")
- #22 Pokaż swój lifestyle
- #23 Pokaż swój humor
- #24 Podziel się swoim najnowszym odkryciem
- #25 Podziel się swoimi sukcesami (inspiruj, motywuj, dziel się emocjami)

Pomysły na posty do Bloga/Vloga

- #1 Kogo podziwiasz w swojej branży? 20 top blogerów w Twojej niszy
- #2 Podziel się krótką wskazówką, poradą, tipem.
- #3 Opublikuj najnowsze trendy w Twojej branży.
- #4 Podziel się 3 rzeczami, których należy unikać, gdy [temat dotyczy Twojej niszy].
- #5 Odpowiedz na najczęściej zadawane pytania dotyczące Twojej branży.
- #6 Opublikuj listę/zestawienie zasobów.
- #7 Podziel się 'sekretną' wskazówką z Twojej branży, która rozwiązuje problem odbiorcy
- #8 Podziel się materiałami/narzędziami, z których korzystasz w swojej codziennej pracy
- #9 Przedstaw 5 najlepszych sposobów/metod na ... (Twoja branża)
- #10 Udostępnij termin lub słowo w swojej branży, które wymaga wyjaśnienia
- #11 Obal 3 mity, które panują wśród ludzi na temat Twojej branży
- #12 Podziel się łatwą strategią, którą odbiorcy mogą od razu wdrożyć
- #13 Wymień 5 najczęściej popełnianych błędów w Twojej branży
- #14 Udostępnij checklistę/spis czynności/procedur pomocne w Twojej branży
- #15 Wymień jedną rzecz, o której mało się mówi publicznie w Twojej branży.
- #16 Jakie postaci historyczne miały największy wpływ na rozwój Twojej branży
- #17 Jakie najważniejsze lekcje wyniosteś z ostatniej konferencji/szkolenia w Twojej branży?
- #18 Napisz kompletny przewodnik do_____ (temat w Twojej branży)
- #19 Podziel się z odbiorcami swoim jednym problemem i napisz jak udało Ci się z nim uporać
- #20 Opowiedz ciekawą historię związaną z Twoją branżą
- #21 Rozpocznij dyskusję o najnowszym trendzie w Twojej branży
- #22 Jakie cele i wyzwania czekają Twoją firmę w tym miesiącu/roku? Podziel się z odbiorcami
- #23 Dlaczego kochasz to, czym się zajmujesz? Podaj przyczyny
- #24 Opisz swoje wnioski z prowadzenia firmy/pracy na etacie w Twojej branży
- #25 Jakimi ciekawymi wnioskami z działalności w Twojej branży możesz się podzielić z odbiorcami?

09

BONUSY

09

BONUSY

Dodatkowo w tej sekcji znajdziesz narzędzia pomocne w budowaniu Twojego bloga i zarabianiu na nim. Znajdują się tu niezbędne checklista: dzienna, tygodniowa i miesięczna, przykładowy -tygodniowy grafik bloggera oraz tabele do kontroli statystyk i programów partnerskich.

Blog: Dzienna Checklista

DZIEŃ

"TO DO" CODZIENNIE

"TO DO" DZISIAJ

CODZIENNA CHECKLISTA BLOGA

- Odpowiedz na maile
- Odpowiedz na komentarze na blogu
- Odpowiedz na komentarze na Soc Med
- Udzielaj się w Social Mediach
- Sprawdź dzienne statystyki
- Napisz jutrzejszą listę To Do
- Przeczytaj 1 wartościowy artykuł w Twojej niszy
- Lub Zobacz 1 wartościowe video na YouTube w Twojej niszy (zrób notatki)
- Posprzątaj biurko/swoje miejsce pracy

Blog: Tygodniowa Checklista

POCZĄTEK TYGODNIA:

"TO DO" W KAŻDYM TYGODNIU

"TO DO" W TYM TYGODNIU

TYGODNIOWA CHECKLISTA BLOGA

- Aktualizuj wtyczki na blogu
- Zaplanuj nowy post na bloga
- Napisz nowy post na bloga
- Napisz Newsletter
- Zaplanuj Social Media
- Posprzątaj w skrzynce mailowej
- Sprawdź tygodniowe statystyki
- Zaplanuj następny tydzień
- Zajrzyj na blogi w swojej niszy, inspiruj się, wypisz pomysły

Blog: Miesięczna Checklista

MIESIĄC

"TO DO" W KAŻDYM MIESIĄCU

"TO DO" W TYM MIESIĄCU

MIESIĘCZNA CHECKLISTA BLOGA

- Podsumuj poprzedni miesiąc:
sprzedaż, faktury, księgowość, zarobki
- Aktualizuj stare posty na blogu
- Sprawdź "zepsute linki" na blogu
- Zrób back up plików
- Sprawdź miesięczne statystyki
- Aktualizuj bannery i grafiki promocyjne
na blogu i w Social Mediach
- Zaplanuj kolejny miesiąc

Blog: Tygodniowy Grafik

PONIEDZIAŁEK: NAPISZ POST NA BLOGA

- Zrób burzę mózgów , pomysłów na posty na bloga
- Zrób research tematu & wypisz listę nagłówków dla artykułu
- Napisz post i zrób korektę treści
- Zrób grafiki i infografiki dla Twojego artykułu oraz do Soc Med

WTOREK: PROMUJ POSTA Z BLOGA

- Udostępnij na Facebooku | Instagramie |Pinterest
- Napisz meila do swoich subskrybentów z powiadomieniem o nowym artykule
- Odezwij się do swoich znajomych bloggerów i zapytaj o udostępnienie | promocję

ŚRODA: EDUKUJ SIĘ

- Odstuchaj nowy podcast w Twojej niszy lub w biznesie | marketingu
- Sprawdź nowe posty Twoich ulubionych bloggerów

CZWARTEK: NAGRAJ PODCAST LUB FILM NA YOUTUBE

- Wybierz temat & wypisz notatki, o czym będziesz mówić
- Nagraj podcast lub video
- Edytuj , zrób montaż i opublikuj

PIĄTEK: BUDUJ RELACJE

- Udzielaj się w dyskusjach w grupach społecznościowych lub pod postami influencerów
- Nawiąż relacje z 3 bloggerami, których jeszcze nie znasz

SOBOTA: INTEGRUJ SIĘ Z PUBLICZNOŚCIĄ

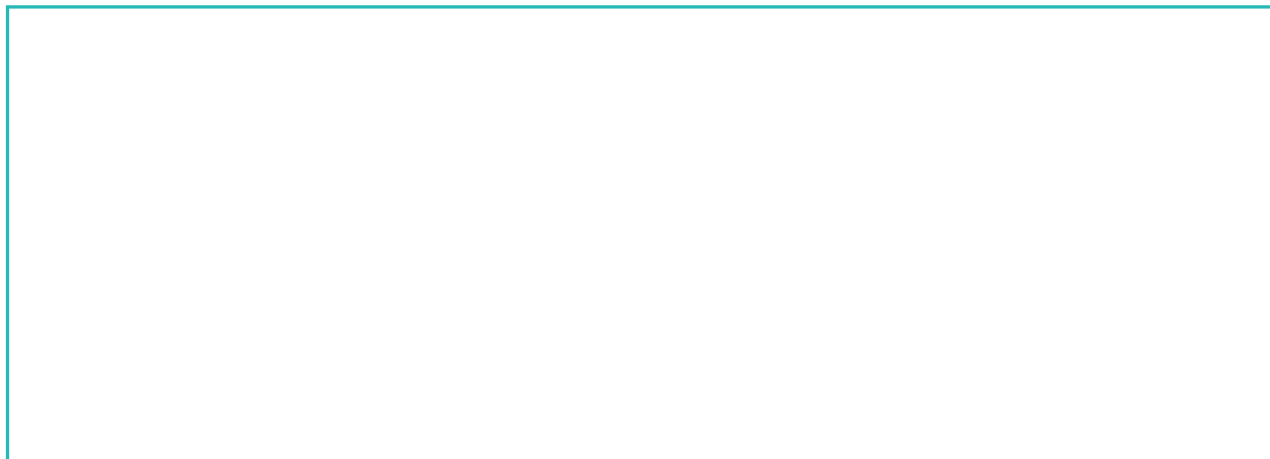
- Odpowiedz na wszystkie komentarze w Social Mediach i na blogu
- Zaintryguj do dyskusji w komentarzach postów, innych autorów na Social Mediach

NIEDZIELA: PRZYGOTUJ SIĘ NA NASTĘPNY TYDZIEŃ

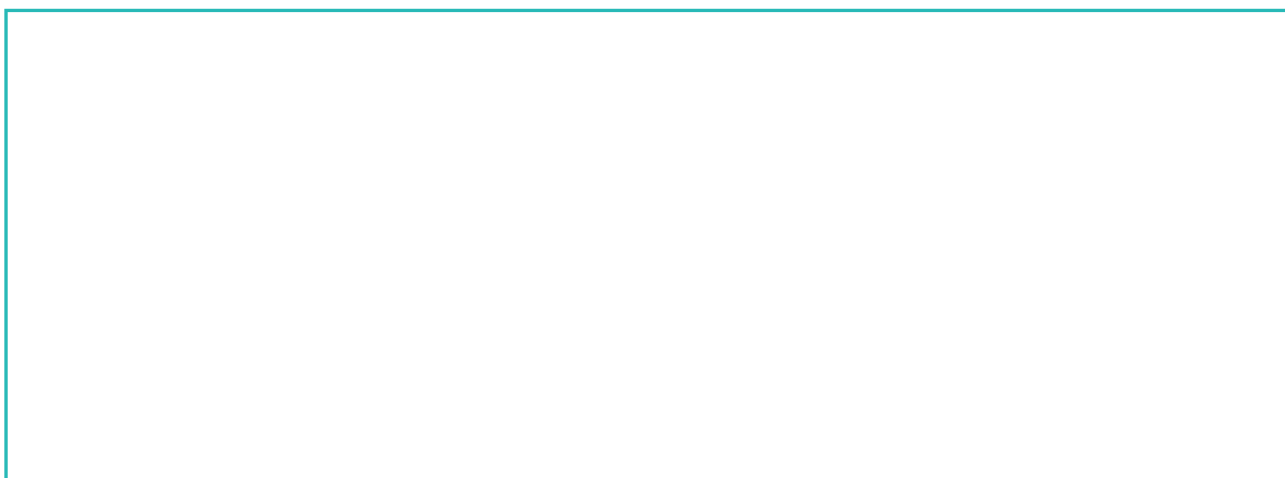
- Przejrzyj & przeanalizuj poprzedni tydzień
- Zaplanuj cele na następny tydzień
- Zapisz, które zadania wykonasz w jakie dni

Moje lekcje w drodze do celów

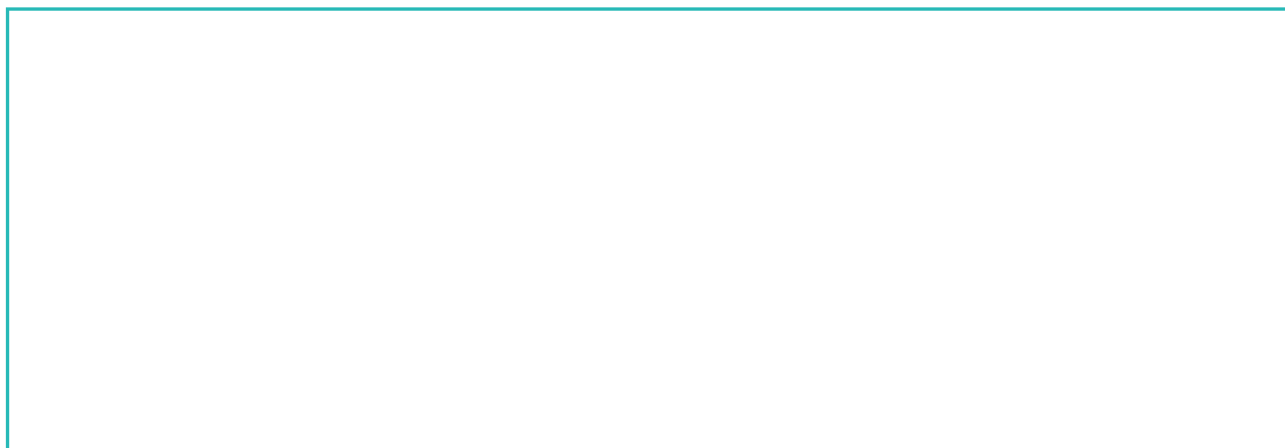
SYTUACJA



WNIOSEK

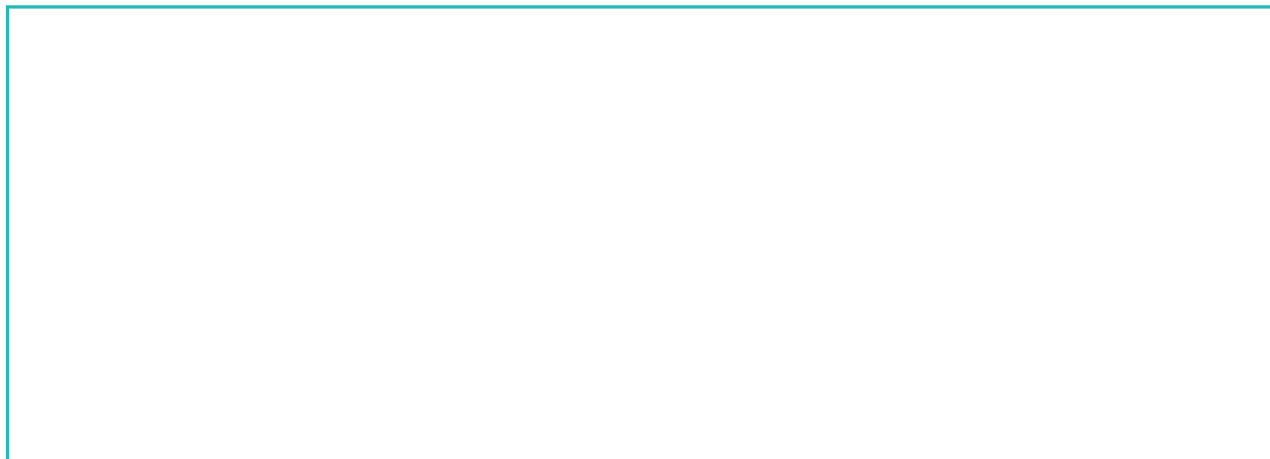


LEKCJA

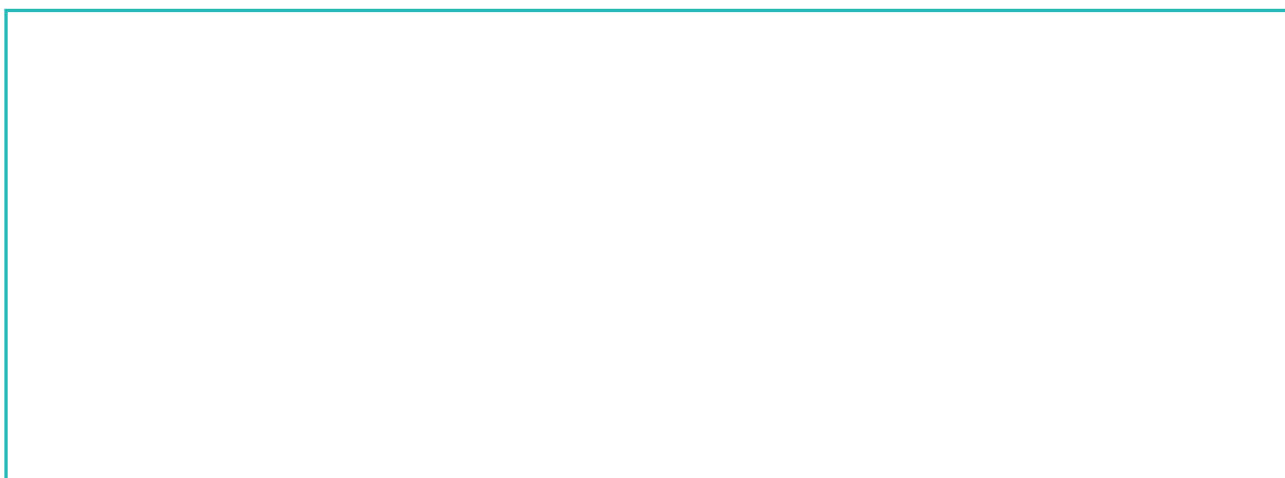


Moje lekcje w drodze do celów

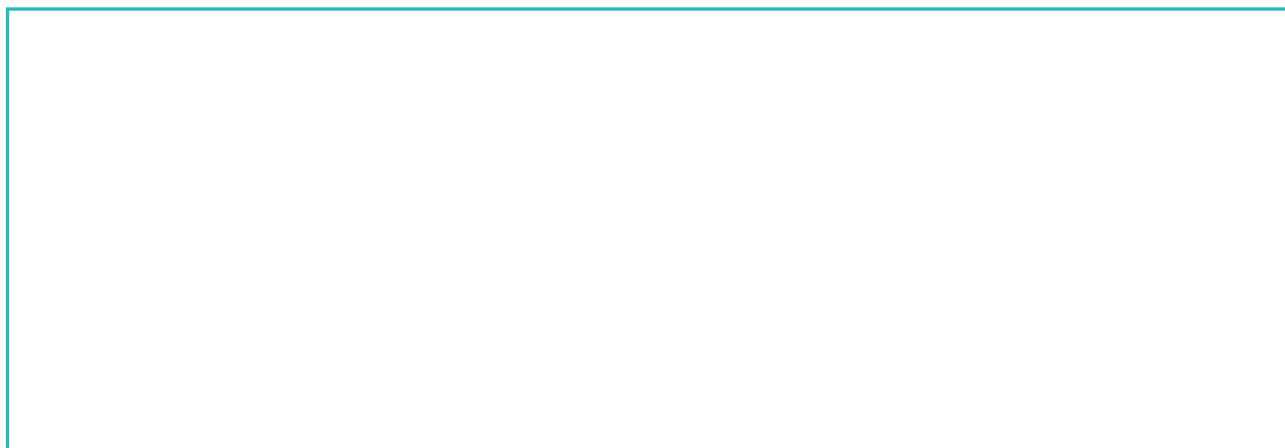
SYTUACJA



WNIOSEK



LEKCJA



Dziękuję

za Twoją uwagę



Mam nadzieję, że ten workbook, będzie dla Ciebie najlepszą mapą do sukcesu w biznesie online, którą samodzielnie stworzysz! Wypełnij na spokojnie, najważniejsze dla Ciebie sekcje, dzięki którym wystartujesz strategicznie i osiągniesz zamierzone cele jeszcze szybciej.

Pierwszy krok zazwyczaj jest najtrudniejszy, dlatego gratuluję Ci, że Ty ten krok postawiłeś, poprzez zakup tego workbooka i szczerą chęć zaplanowania swojego biznesu, aby w rezultacie móc realizować swoje marzenia!

Jeśli jeszcze zwlekasz przed uzupełnieniem swojego biznes planu, to nie trać więcej czasu! Musisz wiedzieć, że tylko dzięki proaktywnemu działaniu możesz spodziewać się rezultatów. Jeśli wciąż nie masz zamierzonych efektów, to znaczy, że trzeba coś polepszyć, udoskonalić, zmienić... Dlatego ten workbook jest uniwersalny, co znaczy, że możesz go stosować wielokrotnie, i zmieniać to, co nie działa.

Najważniejszy jest progress, nie perfekcja. Wyciągaj wnioski, zmieniaj to, co trzeba i działaj!

Powodzenia!

Klaudia Stawiarska

Social Media

Facebook [@klaudiastawiarskabiznes](#)

Instagram [@klaudiastawiarska2](#)

YouTube [@klaudiastawiarska](#)

Linkedin [@klaudiastawiarska](#)

www.KlaudiaStawiarska.pl

klaudia@klaudiastawiarska.pl