

Mapowanie celów biznesowych



Joanna Ceplin,
CEO i założycielka IMOK



Spis treści

1. Awareness – świadomość.....	4
2. Consideration – rozważanie.....	6
3. Conversion – konwersja.....	8
4. Loyalty – lojalność.....	10
5. Podsumowanie.....	11



Awareness – świadomość

Cel biznesowy:

„Chcemy, żeby rynek wiedział, że istniejemy”

Mapowanie celu biznesowego:

Jeśli firma chce rosnąć → awareness ma sens.

Jeśli firma jest niszowa i lokalna → awareness może nie być priorytetem.

Co to znaczy strategicznie?

Na tym etapie:

- klient jeszcze nie kupuje
- często nie ma uświadomionej potrzeby
- dopiero zaczyna kojarzyć markę



Awareness – świadomość

Rola social mediów:

- dotarcie do nowych osób
- budowanie pierwszego skojarzenia
- pokazanie: „to jest marka z mojej kategorii”

Jakie treści?

- edukacyjne
- problemowe
- inspiracyjne
- „uświadamiające” (nazywanie problemów)

Jakie metryki (ważne!):

nie: „ładne posty”

tak:

- zasięg do nowych użytkowników
- liczba pierwszych interakcji
- zapamiętywalność marki

Mapowanie celu biznesowego:

Jeśli firma chce rosnąć → awareness ma sens.

Jeśli firma jest niszowa i lokalna → awareness może nie być priorytetem.



Consideration – rozważanie

Cel biznesowy:

„Chcemy, żeby klient rozważył nas jako opcję”

Mapowanie celu biznesowego:

Jeśli firma ma problem z decyzją klientów („dużo oglądają, mało kupują”)

→ problem jest zwykle tu, nie w zasięgach.

Co to znaczy?

Klient:

- zna markę
- porównuje ją z innymi
- szuka argumentów: dlaczego ta, a nie inna?



Consideration – rozważanie

Rola social mediów:

- budowanie zaufania
- pokazanie kompetencji
- tłumaczenie różnic

Jakie treści?

- case studies
- „jak pracujemy”
- kulisy
- odpowiedzi na obiekcje
- eksperckie treści

Jakie metryki?

- zaangażowanie jakościowe (komentarze, zapisy)
- kliknięcia
- czas kontaktu z marką



Conversion – konwersja

Cel biznesowy:

„Chcemy sprzedaży / leadów / zapisów”

Mapowanie celu biznesowego:

Jeśli firma mówi: „social media mają sprzedawać”, a publikuje tylko lifestyle i inspiracje, to nie jest problem algorytmu, tylko strategii.

Co to znaczy?

Tu social media nie sprzedają same.

One:

- kierują
- domykają decyzję
- wzmacniają impuls



Conversion – konwersja

Rola social mediów:

- wsparcie procesu sprzedaży
- przypominanie o ofercie
- redukcja strachu przed decyzją

Jakie treści?

- oferty
- CTA
- social proof
- „co dalej po zakupie?”

Jakie metryki?

- leady
- sprzedaż
- koszt pozyskania
- konwersja



Loyalty – lojalność

Cel biznesowy:

„Chcemy, żeby klienci wracali i polecali”

Mapowanie celu biznesowego:

Jeśli firma ciągle szuka nowych klientów, a nie dba o obecnych → social media są wykorzystywane tylko w 25% swojego potencjału.

Co to znaczy?

Najczęściej najtańszy etap:

- utrzymanie klienta
- powtarzalność
- rekomendacje



Loyalty – lojalność

Rola social mediów:

- utrzymywanie relacji
- poczucie przynależności
- wzmacnianie decyzji zakupowej („dobrze wybrałem”)

Jakie treści?

- społeczność
- edukacja po zakupie
- kulisy
- dialog z klientami

Jakie metryki?

- powroty
- rekomendacje
- CLV
- aktywność społeczności



Dołącz do profesjonalistów social media

Media społecznościowe nigdy nie były bardziej potrzebne.

To dziś jeden z najważniejszych obszarów komunikacji marek. Specjaliści, którzy potrafią łączyć strategię, kreatywność i analitykę, są coraz bardziej poszukiwani. Platformy społecznościowe stały się kluczowym kanałem budowania relacji i dialogu z odbiorcami.

To idealny moment, aby rozwinąć kompetencje i dołączyć do szkolenia Specjalista ds. Social Media.

Opiekunką programu jest Joanna Ceplin

– przedsiębiorczyni, specjalistka w strategii marki i online marketingu, założycielka IMOK.

Uczestnik szkolenia nauczy się:

- strategii działań w social mediach,
- planować organiczne publikacje na Facebooku, Instagramie, TikToku, LinkedIn i Youtube,
- najlepszych praktyk obsługi klienta,
- metod wykorzystania AI do tworzenia contentu,
- budować profesjonalne relacje z influencerami,
- podstaw płatnej reklamy w social mediach,
- analiz i raportów działań w zakresie efektywności.

Szkolenie zakończone egzaminem, certyfikatem i zaświadczeniem MEN

[Sprawdź najbliższy termin szkolenia](#)



imok.edu.pl



kontakt@imok.edu.pl



+48 798 767 705

16

Bądź z nami na bieżąco, **obserwuj nas w socialach:**

