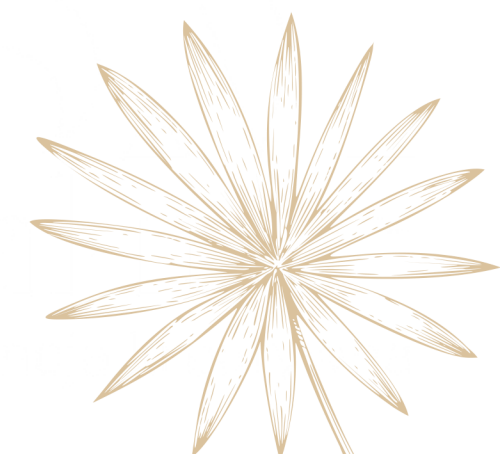
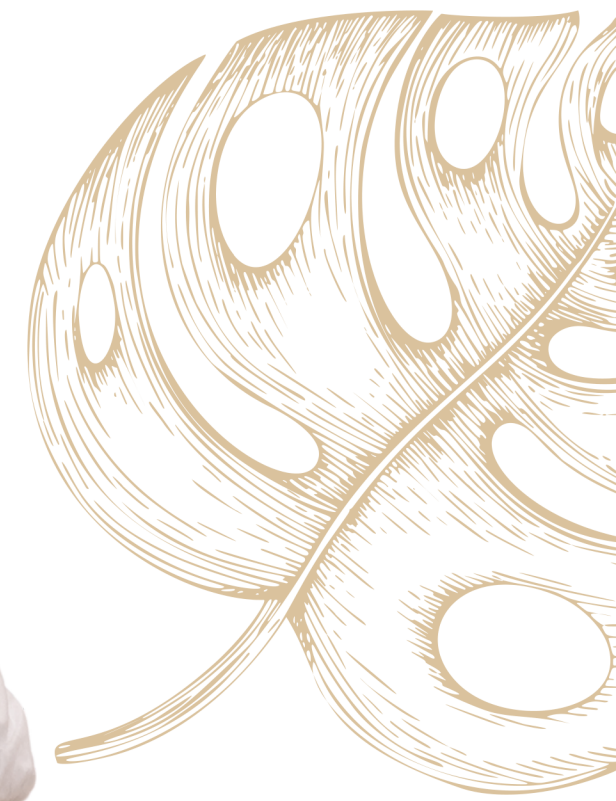


Jak PR może  
wspierać wizerunek  
produktów cyfrowych

Ewelina Salwuk-Marko



# O mnie

Ewelina Salwuk-Marko

**PRowiec, dziennikarka, wydawca portali, wykładowca akademicki, przedsiębiorczyni.**

**Właścicielka** Agencji kreatywnej Sal-Mar, **redaktor naczelna** portalu Feszyn.com założonego w 2013 roku, a także portalu biznesowo-eksperckiego WartoZnac.pl. **Twórczyni kampanii społecznej** wspierającej kobiety na rynku pracy GoWomen. Autorka licznych artykułów eksperckich, współautorka książek branżowych, **prelegentka, warsztatowiec. Wykładowczyni** zajęć z kreacji wizerunku i ePRu na Uniwersytecie Dolnośląskim. Autorka **podcastu** „Inżynierem przyszłości jest kobieta”. **Laureatka wielu prestiżowych nagród.** Pomaga przedsiębiorczym osobom zaistnieć w mediach, wyjść przed szereg, dba o szeroko pojęty PR, sprzedaje genialne pomysły!



# PO CO TWOJEJ MARCE PR?

- Aby być rozpoznawalnym.
- Aby produkt był rozpoznawalny.
- Aby budować relacje z klientami.
- Aby budować pozytywny wizerunek np. eksperta, użyteczność produktu
- Abyś wiedział jak reagować w sytuacjach kryzysowych np. hejt
- Inne



# Najczęstsze błędy:

- MYLENIE PRU Z REKLAMĄ, SPRZEDAŻĄ CZY MARKETINGIEM.
- Brak przygotowania.
- Brak grupy docelowej.
- Brak pomysłu.
- Brak aktywności. Bierność.
- Brak spójności.
- Brak reakcji. Odpowiedzi.
- Kopiowanie, plagiatowanie innych!



# Różnice między PR, reklamą a marketingiem

## PR (Public Relations)

- Budowanie relacji z mediami i społecznością
- Tworzenie pozytywnego wizerunku
- Długoterminowe zaufanie

## Reklama

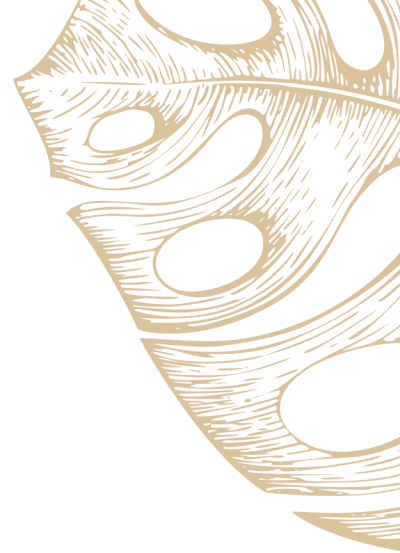
- Płatne kampanie promocyjne
- Szybkie rezultaty
- Kontrola nad treścią

## Marketing

- Strategie sprzedaży
- Segmentacja rynku
- Analiza i planowanie kampanii



# PR PRODUKTÓW CYFROWYCH

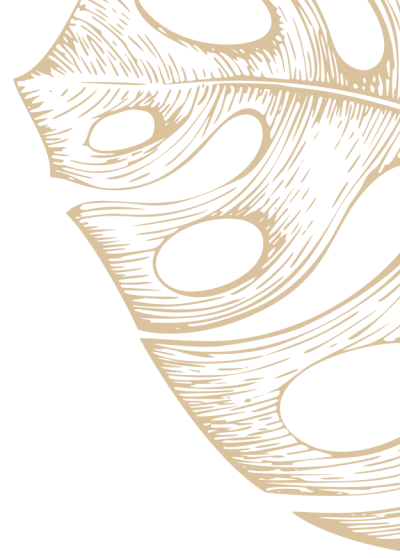


# Zadbaj o swoje bio eksperckie

## Bio, które pojawi się:

- w ebooku/ kursie
- na stronie www
- na stronie sprzedażowej
- pod artykułami, wywiadami itp.

**To nie jest to co na Instagramie!**



# Dobre bio eksperckie zawiera:

## 1. Stanowisko:

Zawód, to kim jesteś.

*Przykład: Ekspert ds. finansów / Social media specialist*

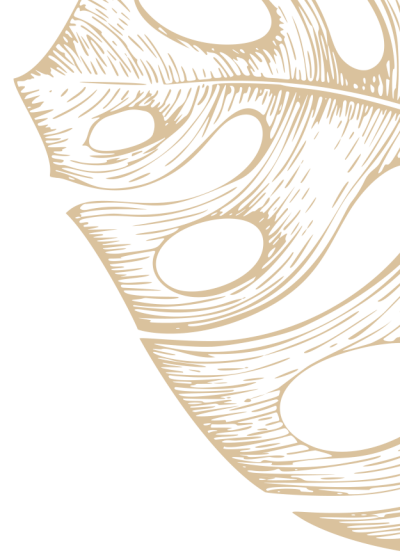
## 2. Informacje na temat:

Skąd masz daną wiedzę np. kursy, szkolenia, uczelnie itp.

3. **Osiągnięcia** np. wyróżnienia, konkursy nagrody itp.

4. Zamiast pisać **od 10 lat, pisz od 2014 roku!**

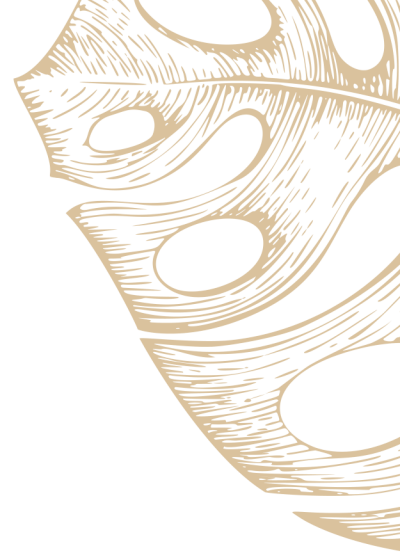
5. Dokończ zdanie: **Pomagam w...**





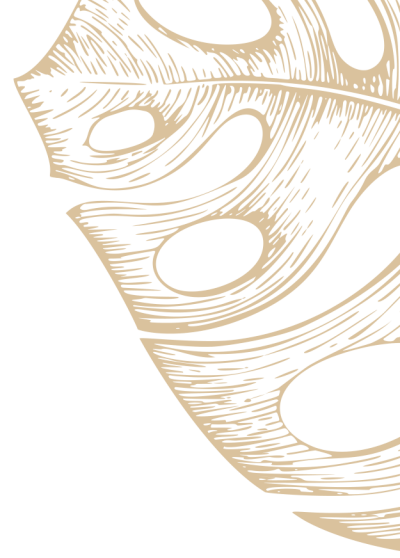
# Zadbaj o swoją wizytówkę drukowną!

1. Dodaj imię i nazwisko
2. Telefon, e mail
3. NIP
4. Stanowisko
5. Zdjęcie
6. Logo
7. Napisz krótko “ Pomagam w...”
8. Kod QR do produktu cyfrowego
9. Kody rabatowe



# Współpraca z firmami i organizacjami

Nawiąż współpracę z firmami, które mogą być zainteresowane zakupem kursu dla swoich pracowników jako formy rozwoju zawodowego.



# 10 pomysłów na PR produktów cyfrowych



## 1. Współpraca z influencerami

Skontaktuj się z influencerami i blogerami z branży, którzy mogą przeczytać i zrecenzować ebooka czy kurs na swoich platformach społecznościowych i blogach.

## 2. Webinary i sesje Q&A


Zorganizuj webinary lub sesje Q&A, gdzie autor ebooka będzie mógł omówić główne tematy, odpowiadać na pytania czytelników i promować ebooka czy kurs.

## 3. Artykuły gościnne i wpisy na blogu

Napisz artykuły gościnne lub posty na blogach branżowych, zawierające fragmenty z ebooka, kursu lub omawiające związane z nim tematy. W artykułach umieść linki do zakupu ebooka/kursu.

## 4. Recenzje medialne

Wyślij egzemplarze/linki recenzenckie do redaktorów, dziennikarzy i recenzentów literackich w prasie branżowej i ogólnotematycznej, zachęcając ich do napisania recenzji.



# 10 pomysłów na PR produktów cyfrowych

## 5. Patronaty medialne.

Zadbaj o to, aby Twój ebook/kurs nawiązał współpracę z mediami pasującymi do ciebie.

## 6. Podcasty

Wystąp jako gość w podcastach związanych z twoją branżą.. Opowiedz o ebooku / kursie , dziel się wiedzą i zapraszaj słuchaczy do jej zakupu.

## 7. Współpraca z bibliotekami i szkołami

Skontaktuj się z bibliotekami i instytucjami edukacyjnymi, proponując dodanie ebooka / kurs do ich kolekcji lub przeprowadzenie prezentacji tematycznej dla ich społeczności.

## 8. Targi

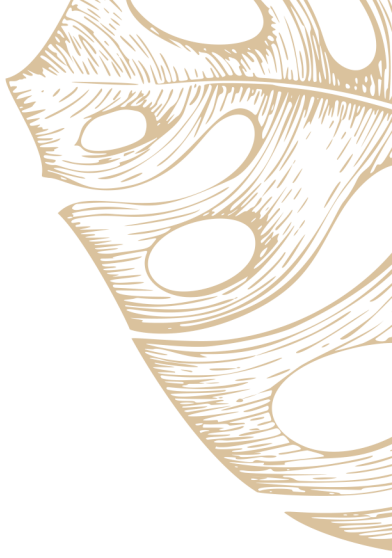
Pokazuj się na targach, zainwestuj w stoisko, gdzie będziesz mógł osobiście zaprezentować ebooka /kurs i nawiązać kontakt z potencjalnymi czytelnikami.

## 9. Konferencje

Zaprezentuj się jako prelegent lub panelista i nawiąż do swojego ebooka/ kurs .

## 10. Cross-promocja z innymi autorami

Współpracuj z innymi autorami, którzy mają podobne grupy docelowe. Możecie wzajemnie promować swoje ebooki / kursy w swoich kanałach komunikacji.



# PRZYKŁADOWA STRATEGIA PR NA 6 MIESIĘCY

## Cel

Zwiększenie świadomości, widoczności i sprzedaży ebooka oraz kursu online poprzez skuteczne działania PR, budowanie zaangażowania klientów i wzmocnienie wizerunku marki w ciągu sześciu miesięcy.



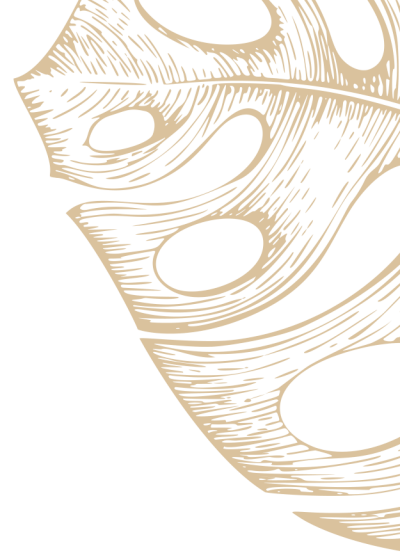
# Miesiąc 1. Przygotowanie

## Cele:

- Stworzenie materiałów PR
- Zbudowanie listy mediów i influencerów

## Działania:

- **Tworzenie treści** - Opracowanie treści na stronę internetową, bloga, media społecznościowe i komunikaty prasowe.
- **Lista mediów i influencerów**-Zbudowanie listy potencjalnych mediów, blogerów i influencerów do kontaktu.
- **Komunikat prasowy**- Przygotowanie pierwszego komunikatu prasowego zapowiadającego premierę ebooka i kursu.



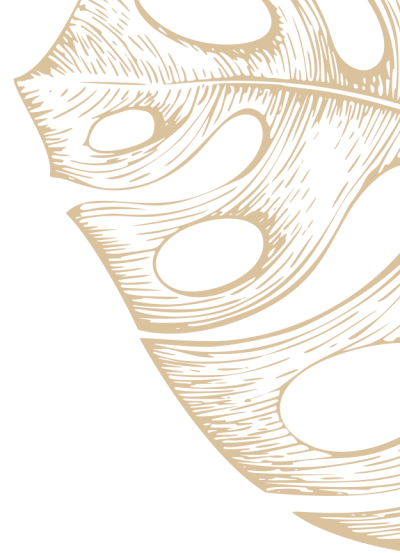
# Miesiąc 2. Premiera

## Cele:

- Oficjalna premiera ebooka i kursu
- Uzyskanie pierwszych recenzji i opinii

## Działania:

- **Premiera-** Oficjalna premiera ebooka i kursu na stronie internetowej i kanałach społecznościowych.
- **Komunikat Prasowy-** Wysłanie komunikatu prasowego do mediów branżowych.
- **Współpraca z Influencerami-** Wysłanie darmowych kopii ebooka i dostępu do kursu wybranym influencerom w zamian za recenzje i wzmianki.
- **Wysyłka maila do dziennikarzy i mediów** - z zapytaniem o wywiad i artykuł ekspercki.



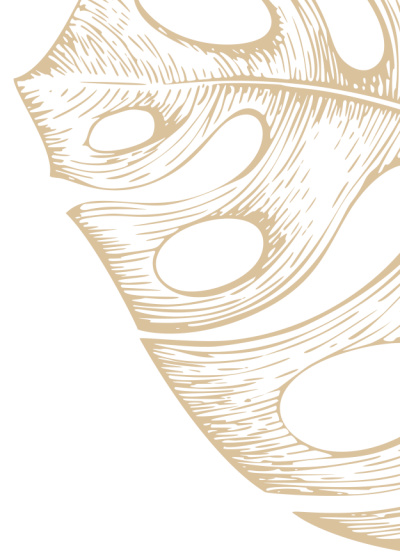
# Miesiąc 3. Budowanie widoczności

## Cele:

- Zwiększenie zasięgu i zaangażowania

## Działania:

- **Artykuły gościnne:** Publikacja artykułów gościnnych na blogach i portalach branżowych.
- **Media Relations:** Kontynuacja wysyłki komunikatów prasowych i nawiązywanie relacji z dziennikarzami.
- **Maile do dzienniakrzy i mediów.**





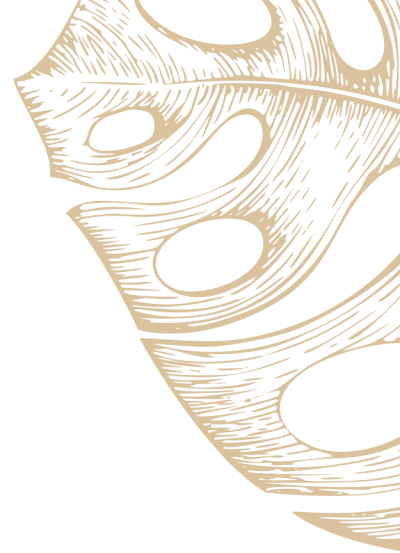
# Miesiąc 4. Zwiększenie zaangażowania

## Cele:

- Pogłębianie relacji z klientami
- Pojawienie się w mediach

## Działania:

- **Case Studies:** Publikacja case studies i historii sukcesu kursantów.
- **Podcasty:** Wystąpienia w podcastach branżowych.
- **Artykuł ekspercki**
- **Maile i telefony do dziennikarzy i redakcji**



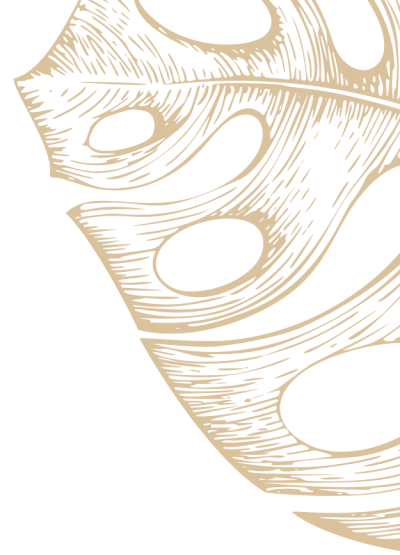
# Miesiąc 5. zwiększenie zasięgu

## Cele:

- Wizerunek w mediach

## Działania:

- **LinkedIn:** Publikacja artykułów na LinkedInie związanych z tematyką kursu i ebooka.
- **Recenzje Medialne-** Kontynuacja współpracy z mediami i influencerami w celu uzyskania nowych recenzji.
- **Artykuły, wywiady...**
- Kontakty z dziennikarzami i redakcjami



# Miesiąc 6. Współpraca

## Cele:

- Wizerunek w mediach

## Działania:

- **Cross-promocje-** Współpraca z innymi twórcami kursów online i ebooków.



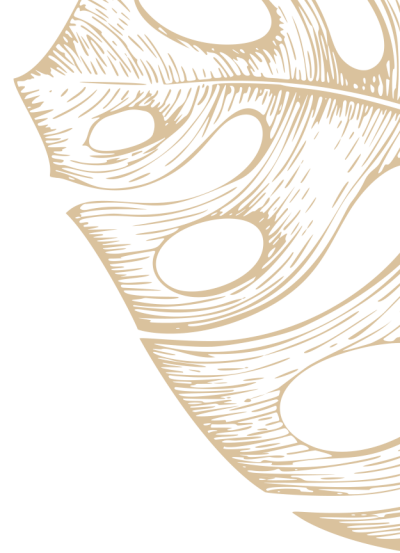
# Podsumowanie

## Cele:

- Podsumowanie wyników kampanii
- Optymalizacja strategii na przyszłość

## Działania:

- **Analiza wyników:** Przeprowadzenie analizy wyników działań PR z ostatnich 6 miesięcy.
- **Ankiety i opinie-** Zbieranie opinii od klientów na temat ebooka i kursu.
- **Optymalizacja treści-** Aktualizacja i optymalizacja treści na stronie internetowej i w kampaniach reklamowych na podstawie zebranych danych.
- **Planowanie dalszych działań-** Opracowanie strategii na kolejne miesiące, bazując na uzyskanych wynikach i feedbacku.



# Pamiętaj o monitorowaniu mediów

Śledzenie wzmianek o ebooku i kursie w mediach oraz na platformach społecznościowych, reagowanie na komentarze i recenzje.

Google

## Alerty

Monitoruj sieć w poszukiwaniu nowych, ciekawych treści

🔍 Utwórz alert...

**-20%**

na zakup mojego ebooka

Kod: **autorki24**

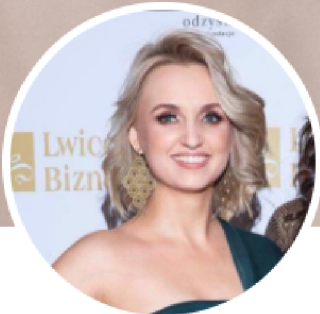
[www.agencjasalmar.pl/sklep/](http://www.agencjasalmar.pl/sklep/)






Jeśli Ci się podobało  
zostaw mi **rekomendacje**  
na LinkedIn!

A screenshot of a LinkedIn profile for Ewelina Salwuk-Marko. The profile includes a circular profile picture, a banner image, and a bio. The bio states: "Pomagam zaistnieć w mediach i dbam o PR 💎 Sprzedaje genialne pomysły!". It also lists her specialties: "#ekspertka, #biznesonline, #publicrelations, #kreacjawizerunku i #wizerunekexperta". Her location is "Wrocław i okolice" and her website is "Portal biznesowy". She has "2603 obserwujących" and "500+ kontakty". The background of the profile page shows a newspaper with German text.

in Szukaj Strona główna Sieć Praca Wiadomości



**Ewelina Salwuk-Marko**  
Pomagam zaistnieć w mediach i dbam o PR 💎 Sprzedaje genialne pomysły!  
Tematyka treści: #ekspertka, #biznesonline, #publicrelations, #kreacjawizerunku i #wizerunekexperta  
Wrocław i okolice · [Informacje kontaktowe](#)  
[Portal biznesowy](#)   
2603 obserwujących · 500+ kontakty

 Agencja kreatywna Sal-Mar  
 Uniwersytet Dolnośląski DSW

# Dziękuję

## Ewelina Salwuk-Marko

[www.agencjasalmar.pl](http://www.agencjasalmar.pl)

tel. 660-909-545

e-mail: [info@agencjasalmar.pl](mailto:info@agencjasalmar.pl)



@ewelinasalmar



**SAM**  
sal-mar  
agencja kreatywna