

# SKUTECZNA STRATEGIA MARKETINGOWA W SOCIAL MEDIA DLA BRANŻY TURYSTYCZNEJ

– JAK OPRACOWAĆ I WDROŻYĆ STRATEGIĘ, KTÓRA PRZYCIĄGNIJE GOŚCI I  
ZWIĘKSZY REZERWACJE.

## Szkolenie z **Patrykiem Zielonką**

Ekspertem SOCIAL MEDIA Marketing

Jego działania przyciągnęły ponad  
**700 tysięcy** obserwatorów,  
a jego treści osiągnęły ponad  
**63 miliony**  
wyświetleń w ciągu roku.

Specjalista od marketingu  
w mediach społecznościowych

Wspiera właścicieli firm,  
trenerów i twórców  
w zwiększaniu sprzedaży.

Tworzy treści w social media,  
buduje marki firmowe oraz  
buduje przemyślane lejki, które  
prowadzą do sprzedaży.



## Opis Szkolenia

Celem szkolenia „Skuteczna strategia marketingowa w social media dla branży turystycznej” jest przekazanie uczestnikom praktycznej wiedzy i umiejętności niezbędnych do tworzenia i wdrażania skutecznych działań marketingowych w mediach społecznościowych, dostosowanych do specyfiki branży turystycznej. Zrozumienie aktualnych trendów i narzędzi social media w kontekście promocji usług.

Szkolenie jest skierowane do właścicieli firm turystycznych, specjalistów ds. marketingu w hotelach, pensjonatach, obiektach rekreacyjnych oraz wszystkich, którzy chcą profesjonalnie rozwijać obecność swojej marki turystycznej w mediach społecznościowych.

### Korzyści dla uczestników:

- Opanowanie skutecznych technik promocji w social media
- Tworzenie treści, które sprzedają: reelsy, storytelling, angażujące posty
- Poznanie tajników płatnych kampanii reklamowych na Facebook, Instagramie i TikToku
- Wskazówki, jak budować lojalną społeczność i przyciągać klientów bez pośredników

### Korzyści dla twojego obiektu:

- Większa liczba rezerwacji i niższe koszty pozyskiwania klientów
- Lepsza widoczność w Internecie i rozpoznawalność marki
- Profesjonalna, nowoczesna obecność w social media
- Umiejętności, które natychmiast możesz wdrożyć w swojej strategii
- Optymalizacja oferty i prezentacja obiektu w sieci

### Program szkolenia obejmuje:

- Tworzenie skutecznych treści wizualnych i wideo
- Tajniki obsługi Facebook, Instagram i TikTok aby przyciągać gości
- Pisanie angażujących postów - storytelling
- Obsługa klientów online i budowanie relacji
- Strategie reklamowe dopasowane do branży turystycznej

## Szczegółowy program szkolenia:

### 1. Wprowadzenie do marketingu w social media

- Rola social media w branży turystycznej i hotelarskiej
- Najważniejsze platformy dla miejsc noclegowych (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Pinterest)
- Jakie treści działają najlepiej? Przegląd trendów
- Ćwiczenie: Analiza działań konkurencji – co robią dobrze, co można ulepszyć?

### 2. Budowanie strategii marketingowej w social media

- Jak określić grupę docelową? Persona klienta
- Definiowanie celów marketingowych (świadomość marki, rezerwacje)
- Jak dopasować treści do różnych oczekiwań klienta?
- Kluczowe wskaźniki sukcesu (KPI)
- Ćwiczenie: Tworzenie profilu idealnego klienta dla własnego obiektu noclegowego

### 3. Tworzenie angażujących treści

- Jak pisać posty, które przyciągają i angażują? (copywriting w social media)
- Wizualna strona marketingu – zdjęcia, filmy, reelsy
- Wykorzystanie UGC (treści tworzone przez użytkowników)
- Storytelling – jak tworzyć historie, które sprzedają?
- Ćwiczenie: Tworzenie posta reklamowego i angażującego posta storytellingowego

### 4. Reklama płatna w social mediach

- Facebook i Instagram Ads – podstawy
- Jak efektywnie targetować reklamy?
- Budżetowanie i optymalizacja kampanii
- Jak analizować wyniki reklam?
- Ćwiczenie: Symulacja ustawienia kampanii reklamowej

### 5. Sprzedaż przez social media - jak zamienić obserwujących w gości

- Jak prowadzić profil z myślą o rezerwacjach, a nie tylko o lajkach?
- Najczęstsze błędy właścicieli noclegów w social media, które blokują sprzedaż
- Jak tworzyć treści, które prowadzą do zapytania lub rezerwacji (tzw. CTA miękkie vs twarde)
- Jak projektować bio, wyróżnione relacje i przypięte posty – tzw. ścieżka klienta
- Rola komentarzy, wiadomości prywatnych i pierwszego kontaktu z klientem
- Sprzedaż „nienachalna”, czyli jak edukować i pokazywać wartość, nie narzucając się klientowi
- Ćwiczenie: Analiza własnego profilu lub wybranego obiektu pod kątem sprzedażowym

### 6. Obsługa klienta i budowanie społeczności online

- Jak odpowiadać na komentarze i opinie (pozytywne i negatywne)?
- Budowanie lojalnej społeczności wokół marki
- Automatyzacja obsługi klienta – chatboty, FAQ
- Ćwiczenie: Praktyczne odpowiedzi na trudne komentarze i opinie



## 7. Analiza i optymalizacja strategii marketingowej

- Narzędzia analityczne – Google Analytics, Facebook Insights, Instagram Insights
- Jak mierzyć skuteczność działań?
- Optymalizacja działań marketingowych
- Ćwiczenie: Tworzenie raportu z analizy działań

## 8. Podsumowanie i sesja Q&A (pytania i odpowiedzi)

- Kluczowe wnioski i rekomendacje
  - Checklista skutecznej strategii marketingowej
  - Otwarta sesja pytań i odpowiedzi
-