

Buduj swoją markę w 2025

3

aplikacje
i wskazówki
od czołowych
ekspertów w Polsce

TRENDY





Cześć!

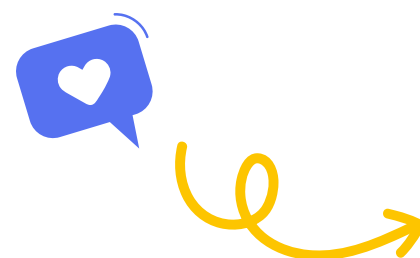
Silna marka to najlepsza recepta na nie najlepszą koniunkturę i coraz silniejszą konkurencję. A co z receptą na jej zbudowanie? Znajdziesz ją w tym ebooku!

Poprosiliśmy wyróżniających się marketerów, ekspertów komunikacji i PR, konsultantów oraz CEO o podzielenie się swoimi prognozami na 2025 rok.

W każdej wypowiedzi znajdziesz 3 najważniejsze trendy oraz 3 narzędzia, które pomogą Ci dobrze przygotować się na nowe wyzwania.

Czeka na nas naprawdę sporo wiedzy, więc nie ma na co czekać: ruszajmy!

Ekipa marketingowa ClickMeeting



Spis treści

Eksperti

04	 Ilona Adamska	26	 Dagmara Pakulska
05	 Piotr Bombol	27	 Łukasz Pietrzak
06	 Joanna Borucka	28	 Rafał Pięka
07	 Zuzanna Bracichowicz	29	 Aleksander Piskorz
08	 Malwina Faliszewska	30	 Cezary Reszel
09	 Karolina Fiejtek	31	 Julia Saługa
10	 Joanna Gacek - Sroka	32	 Agata Szczeszak
11	 Natalia Gębska	33	 Ola Sawicka - Green
12	 Mateusz Grzeszczuk	34	 Filip Sobel
13	 Weronika Harasim	35	 Jarosław Sokolnicki
14	 Bartosz Iwańczyk	36	 Alina Sztoch
15	 Maciej Jaskólski	37	 Elwira Tarnowska
16	 Grażyna Jędryka	38	 Norbert Uselis
17	 Ola Jiang	39	 Tomasz Werocy
18	 Łukasz Kosuniak	40	 Grzegorz Węglarz
19	 Olga Kozierowska	41	 Lech Wikaryjczyk
20	 Joanna Kozieńska	42	 Artus Witos
21	 Katarzyna Krogulec	43	 Karolina Wójcik
22	 Karolina Krzeska	44	 Renata Wójcik
23	 Wojciech Łuszczynski	45	 Damian Zięber
24	 Aneta Matwij	46	 Przemysław Zieliński
25	 Lech Okoń	47	 Nina Żwirko



Budowanie silnej marki zwiększa widoczność i rozpoznawalność, pomaga wyróżnić się w konkurencyjnym otoczeniu, a także buduje wartość biznesową, szczególnie w czasach, gdy konsumenci coraz częściej wybierają marki, które reprezentują ich wartości.

Jak skutecznie budować silną markę?



ProTip #1

Autentyczność: kluczowym elementem budowania marki jest pozostanie wiernym swoim wartościom i misji. Autentyczność przyciąga odbiorców, buduje zaufanie i lojalność, co ma kluczowe znaczenie w długofalowej strategii. Autentyczność w biznesie opiera się na rzetelności, spójności i prawdziwości. To nie tylko wartość, ale również postawa, która definiuje sposób działania firmy, relacje z klientami i pracownikami.



ProTip #2

Spójność wizualna i komunikacyjna: stwórz przemyślaną identyfikację wizualną i regularnie komunikuj jasny przekaz poprzez media społecznościowe, strony internetowe i działania PR. Klienci zapamiętują marki, które są konsekwentne w przekazie i estetyce.



ProTip #3

Budowanie relacji z odbiorcami: angażuj swoją społeczność, słuchaj jej potrzeb i odpowiadaj na nie. Relacje oparte na dialogu i otwartości sprawiają, że marka staje się bliska ludziom. Angażowanie społeczności jest kluczowym elementem budowania trwałych relacji z odbiorcami, a tym samym wzmacniania pozycji marki. W praktyce oznacza to nie tylko komunikowanie się z odbiorcami w sposób jednorazowy, ale tworzenie przestrzeni do regularnych interakcji.






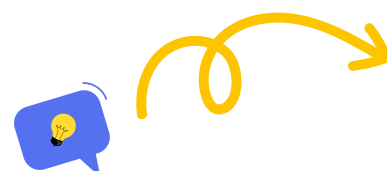
Ilona Adamska

Prezes Fundacji
"W zgodzie ze sobą" oraz
Europejskiego Klubu
Kobiet Biznesu



Narzędzia online przydatne w biznesie i budowaniu marki:

-  **Canva:** wszechstronne narzędzie do projektowania graficznego, które umożliwia tworzenie profesjonalnych materiałów wizualnych bez potrzeby posiadania zaawansowanych umiejętności graficznych. Dzięki zaawansowanej integracji AI, narzędzie automatycznie sugeruje układy, kolory i grafiki dopasowane do marki, a także oferuje opcję generowania treści wizualnych i tekstowych.
-  **HubSpot:** kompleksowa platforma do zarządzania marketingiem, sprzedażą i obsługą klienta. Dzięki zaawansowanemu systemowi CRM pozwala na monitorowanie działań użytkowników, analizę zachowań klientów oraz automatyzację procesów marketingowych, takich jak e-mailing czy segmentacja odbiorców.
-  **Notion:** wszechstronne narzędzie do organizacji pracy i zarządzania projektami. Umożliwia planowanie strategii, zarządzanie zadaniami, tworzenie baz danych oraz współpracę w czasie rzeczywistym, co wspiera efektywność zespołów.



Trzy wskazówki dotyczące budowania marki osobistej w 2025 roku:



ProTip #1

Przede wszystkim zacznij: nie musisz być ekspertem od marketingu, żeby rozwijać swoją markę. Najważniejsza jest motywacja, która pozwoli zrozumieć podstawowe zagadnienia, stworzyć plan działania, zapewnić konsekwencję w działaniu.

W przypadku marki osobistej jesteśmy w stanie szybciej zobaczyć „sprzężenie zwrotne”.



ProTip #2

Wybierz swoją drogę: jeśli już udało Ci się zacząć, to teraz przed Tobą pytanie: czy chcesz być „well known” (marka masowa, dla każdego) czy „known well” (marka ekspercka, dla specjalistów). Ja osobiście postawiłem na eksperckie treści, bo nie chciałem być „więźniem algorytmu” LinkedIn. Ostatecznie i tak udało mi się zbudować community 20,000 osób.



ProTip #3

Twoja przewaga - intuicja: na końcu jednak moim zdaniem najważniejsza jest intuicja. To, co powinienem komunikować, jak to powinienem komunikować i do kogo. Im dłużej pracuję nad własną marką, tym lepsza ta intuicja się staje. Niestety nie widzę szansy, żeby akurat tę konkretną umiejętność outsource'ować. A może stety?

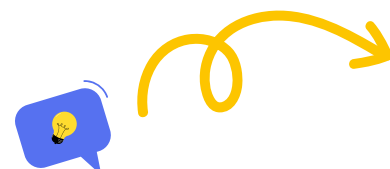


Piotr Bombol

Co-founder w adaily,
AI & strategy consultant

Mam natomiast 3 narzędzia, które wykorzystuję bardzo często przy tworzeniu treści:

-  **Hemingway Editor:** Wspaniałe narzędzie, które pomaga pisać w sposób prosty i zwięzły. A niezależnie od tego, czy piszemy tekst na social media, czy maila do klienta - musimy umieć komunikować się w zrozumiały sposób. Dostępny tylko w wersji angielskiej.
-  **Własny custom GPT** (na bazie ChatGPT), który jest moim „asystentem-redaktorem”. Proszę go o opinię na temat mojego tekstu (w postaci ratingu 1-10 na kilku poziomach) i następnie te uwagi uwzględniam – lub nie. Na koniec mój GPT robi konieczne poprawki gramatyczne i stylistyczne.
-  **VEED**, jako osoba zupełnie niezwiązana z produkcją takich materiałów, wykorzystuję do tworzenia wideo. Pozwala mi w bardzo prosty sposób tworzyć, edytować video, w tym dodawać napisy czy dodatkowe elementy.



Czym jest skuteczna marka osobista?



Joanna Borucka
CEO Katalogu Marzeń





To taka, która pozwala docierać do odbiorców, na których nam zależy.

Klientów, partnerów w biznesie czy mediów. Żeby to osiągnąć, trzeba zdefiniować grupę docelową dla naszego przekazu, być obecnym i widocznym w "miejscach", w których są nasi odbiorcy, być regularnym w komunikacji.

Fundamentem do wszystkich tych działań powinna być autentyczność – marka osobista nie może być maską, musi być spójna z naszym prawdziwym "ja".

Aplikacje do budowania marki osobistej powinniśmy dobrać pod kątem naszej grupy docelowej.

Jeśli jest to społeczność profesjonalistów, rekomenduję  **LinkedIn**. Jeśli są to ludzie młodzi, poniżej 30 lat, warto postawić na  **Tik Toka**.

Jeśli nasz przekaz wpisuje się w szeroko pojęty styl życia, warto zastanowić się nad

 **Instagramem**.





W 2025 roku warto będzie postawić na autentyczność i osobowość, aby wyróżnić się z tłumu.



**Zuzanna
Bracichowicz**
Marketerka



Odbiorcy, zmęczeni reklamowym spamem, będą oczekiwać opowiadania prawdziwych historii i pokazywania wartości, które stoją za marką. To otworzy szansę dla mikroinfluencerów, którzy ostatnio cieszą się coraz większym zaufaniem. Dzięki sztucznej inteligencji łatwiej będzie można personalizować treści pod potrzeby grupy docelowej, przy zachowaniu swojego unikalnego stylu.

Budowanie społeczności wymagać będzie zaangażowania w różne kanały, nie tylko social media, ale również blogi, podcasty czy wydawanie e-booków.

ProTips



Przydatne aplikacje na start:

- Canva** do tworzenia atrakcyjnych wizualnie treści. Dzięki szablonom i funkcji AI umożliwia szybką obróbkę zdjęć oraz tworzenie profesjonalnych grafik, wspierających budowę spójnego wizerunku.
- Perplexity**, czyli połączenie chatbota z wyszukiwarką opartą na sztucznej inteligencji. Idealnie sprawdzi się do szybkiego researchu i pozyskiwania wartościowych danych z różnych źródeł, które pomogą wzbogacić content oraz pogłębić wiedzę ekspercką.
- Hootsuite** do zarządzania mediami społecznościowymi. Narzędzie umożliwia planowanie postów, monitorowanie statystyk i analizę wyników w różnych kanałach komunikacji, co jest bardzo pomocne przy dywersyfikacji działań.





Silna marka osobista opiera się na solidnych fundamentach, taki jak kompetencje i autentyczność, jednak to dopiero początek.



Malwina Faliszewska

Strateżka i konsultantka
Learning & Development
oraz Diversity & Inclusion



Wbrew obiegowej opinii, że każdy posiada markę osobistą, uważam, że większość osób ma po prostu pewną reputację – aby stać się marką, niezbędna jest **widoczność**

i rozpoznawalność. Jak o nią zadbać?

Poprzez świadome działania w zgodzie ze swoimi wartościami, komunikowanie tego, co dla nas ważne, i kreowanie skojarzeń, które chcemy, aby towarzyszyły naszej osobie. Obecność w mediach społecznościowych jest dziś kluczowa, ponieważ każdy może nas w nich sprawdzić – nie warto więc pozostawiać tego aspektu przypadkowi.

ProTip #1



Budowanie marki wspierać może **tworzenie własnych treści:** podcastów, kanałów na YouTube, obecność na konferencjach w roli prelegentki, a także publikowanie artykułów w prasie branżowej czy wysyłanie jakościowych newsletterów.


ProTip #2







Widoczność zbudowaną online weryfikuje świat offline, dlatego spójność między tymi obszarami jest niezwykle ważna – tak, by osoby, które nas śledzą, nie doświadczyły rozczarowania przy bezpośrednim spotkaniu. Autentyczność i bycie sobą są tu kluczowe. Budując markę osobistą, powinniśmy skupiać się nie na sobie, ale na tym, jaką wartość otrzymają nasze odbiorczynie i odbiorcy.

ProTip #3

Narzędzia, które pomogą Ci osiągnąć sukces:

Dla mnie kluczowym medium do budowania marki jest platforma  **LinkedIn**, bo daje możliwość dotarcia do szerokiego grona moich odbiorców, którymi głównie są liderzy i liderki dużych firm i korporacji oraz przedstawiciele i przedstawicielki działów HR.

Aplikacje, które pomagają mi w przygotowywaniu treści video to  **CapCut** oraz  **Captions**, bez których nie wyobrażam sobie edycji.

Korzystam także z aplikacji  **Spotify for Podcasters**, **Publer** do planowania postów w social mediach oraz  **Canva** to przygotowywania grafik i np. okładek do moich podcastów.





Trzy filary, na których należy oprzeć markę:



ProTip #1

Autentyczność i storytelling: w świecie przepelnionym informacjami wygrywają ci, którzy potrafią być sobą. Ludzie chcą widzieć prawdziwe historie, które odbijają Twoje wartości, pasję i misję. Dziel się swoimi doświadczeniami, zarówno sukcesami, jak i porażkami – to właśnie autentyczność przyciąga uwagę i buduje więź.



ProTip #2

Personalizacja i elastyczność: marka osobista w 2025 roku to nie tylko obecność w mediach społecznościowych, ale też odpowiedź na potrzeby swojej społeczności i współpracowników. Elastyczność w pracy oraz personalizowanie podejścia do odbiorców to absolutny must-have. Pokaż, że zależy Ci na balansie między życiem zawodowym a prywatnym, promuj indywidualne podejście do rozwoju i dziel się wartościowymi wskazówkami.



ProTip #3

Technologia w służbie marki: sztuczna inteligencja (AI) i rozszerzona rzeczywistość (AR) to narzędzia, które zmieniają sposób, w jaki budujemy marki osobiste. Dzięki AI możesz analizować potrzeby swoich odbiorców i precyzyjnie dostosowywać treści do ich oczekiwań. Video 360° czy interaktywne posty na mediach społecznościowych pozwalają zaangażować odbiorców na zupełnie nowym poziomie.



Karolina Fiejtek

Koordynatorka
ds. employer branding
w Medicine



Trzy aplikacje, które pomogą w budowaniu marki osobistej:



Canva to absolutny hit dla każdego, kto chce tworzyć atrakcyjne wizualnie treści bez dużych nakładów czasu czy umiejętności graficznych. Proste w obsłudze szablony pozwalają projektować posty na media społecznościowe, prezentacje, infografiki czy materiały reklamowe. Funkcja Brand Kit umożliwia zapisanie kolorów, czcionek i logo, dzięki czemu Twoja komunikacja jest zawsze spójna wizualnie. Jeśli chcesz przyciągać uwagę i budować rozpoznawalność, Canva to narzędzie dla Ciebie.



Zubtitle: wideo wciąż rządzi w świecie treści, ale w 2025 roku mało kto ogląda filmy z dźwiękiem. Zubtitle automatycznie generuje napisy do filmów, co sprawia, że Twoje materiały są bardziej dostępne i profesjonalne. Wystarczy kilka kliknięć, by stworzyć wideo, które przyciąga uwagę i wygląda świetnie. Dodatkowe opcje personalizacji napisów pozwalają dostosować je do stylu Twojej marki.



ChatGPT: tworzenie treści jeszcze nigdy nie było tak proste. ChatGPT to inteligentny asystent, który generuje pomysły na posty, artykuły, skrypty do wideo czy podcasty. Pomaga również w optymalizacji istniejących tekstów – poprawia styl, ton i strukturę, dostosowując je do Twojej grupy odbiorców. To niezastąpione narzędzie do burzy mózgów, planowania strategii czy tworzenia angażujących materiałów w czasie rzeczywistym.



Oprzyj budowę marki osobistej na trzech fundamentach:



ProTip #1

Silna marka zaczyna się od jasnej, spójnej tożsamości, która odzwierciedla wartości, misję i unikalność marki. W świecie, w którym coraz więcej marek walczy o uwagę konsumentów, dopracowana tożsamość marki, w tym przemyślana identyfikacja wizualna oraz wyróżniająca się estetyka, może stać się kluczowym elementem długoterminowego sukcesu.



ProTip #2

Autentyczny przekaz i skuteczny storytelling, który pozwala wyróżnić się na rynku i utrzymać lojalność odbiorców. Storytelling pozwala na budowanie więzi z odbiorcami poprzez emocjonalny przekaz, a autentyczność w komunikacji zwiększa wiarygodność. W modzie historie związane z procesem tworzenia czy inspiracjami związanymi z produktem mogą pomóc konsumentom bardziej identyfikować się z marką i angażować w jej misję.



ProTip #3




Świat mody i marketingu zmienia się dynamicznie, a **śledzenie trendów** pomaga być na bieżąco i reagować na zmieniające się potrzeby rynku. W nadchodzących latach warto zwrócić uwagę na takie zjawiska jak zrównoważony rozwój, personalizacja produktów oraz integracja technologii cyfrowych, które coraz częściej stają się wymogiem dla marek.

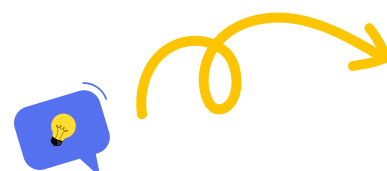


Joanna Gacek-Sroka
Założycielka
marki PROPS



W budowaniu silnej marki osobistej przydatne będą te narzędzia:

-  **Hootsuite** to platforma do zarządzania mediami społecznościowymi, która umożliwia planowanie postów, monitorowanie interakcji oraz analizowanie efektywności kampanii w jednym miejscu. Hootsuite zyska dodatkowe funkcje analityczne pozwalające na bardziej zaawansowane segmentowanie odbiorców oraz personalizację treści w oparciu o zachowania użytkowników.
-  **Adobe Express** to narzędzie do tworzenia wizualnych treści, które łączy zaawansowane funkcje Adobe z prostotą użytkowania. Adobe Express zaoferuje nowe opcje oparte na sztucznej inteligencji, takie jak automatyczne dostosowywanie grafik do różnych formatów mediów społecznościowych oraz analizy skuteczności treści wizualnych.
-  **Trello / Asana** jest narzędziem do zarządzania projektami, które pozwala na organizację pracy, przydzielanie zadań oraz monitorowanie postępów działań. W 2025 roku Asana wzbogaci się o funkcje związane z automatyzacją zadań oraz integracją z aplikacjami analitycznymi, co wspiera efektywność zespołów i ułatwia analizę wyników działań.





**Natalia
Gębska**

Ekspertka komunikacji
i marketingu



W 2025 roku automatyzacja i technologie, takie jak sztuczna inteligencja, wirtualna i rozszerzona rzeczywistość, będą jeszcze bardziej obecne. Dlatego, budując markę w tym roku, musimy połączyć kreatywność z technologią i przede wszystkim być autentyczni. Autentyczność to podstawa: ludzie coraz lepiej wiedzą, jak działa marketing i są bardziej podejrzliwi. Żeby zdobyć ich zaufanie, musimy być szczerzy i pokazywać prawdziwą twarz naszej marki.

ProTips



Aplikacje / narzędzia online przydatne w biznesie i budowaniu marki:

- ✓ Platformy no-code/low-code, takie jak **Bubble** czy **Adalo**. To świetne opcje dla tych, którzy chcą szybko stworzyć prototyp lub Minimum Viable Product (MVP) aplikacji webowej lub mobilnej bez konieczności głębokiej znajomości kodowania. Intuicyjny interfejs to dodatkowy argument za.
- ✓ Automatyzacja marketingu poprzez **Zapier** czy **Make**. Te platformy umożliwiają automatyczne łączenie różnych aplikacji i narzędzi marketingowych, takich jak CRM, e-mail marketing, social media i wiele innych. Dzięki temu można zautomatyzować powtarzalne zadania i zwiększyć efektywność działań marketingowych.
- ✓ Narzędzia generatywnej sztucznej inteligencji (AI), np. **Runway AI** czy **OpenAI**. Dzięki tym platformom można generować różnorodne treści, takie jak reklamy, posty na social media, slogany czy nawet całe artykuły. To pozwala oszczędzić czas oraz oczywiście budżet.





**Mateusz
Grzeszczuk**

Autor i prowadzący
podcast Podróż bez
Paszportu



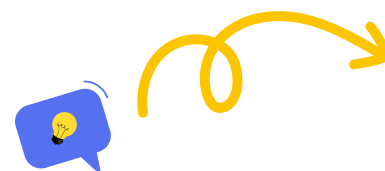
Budowanie własnej marki osobistej to dla mnie odwoływanie się do innych ekspertów w swoich branżach lub skierowanie uwagi do bezpośredniej konkurencji. Opieranie się na wiarygodnych źródłach, raportach, publikacjach branżowych – dostrzeganie wartości w opinii innych. Skupienie się tylko na mojej perspektywie sprawia, że treści nie zawsze są uniwersalne i wartościowe. Mój świat – świat stosunków międzynarodowych i geopolityki – to jeden wielki ekosystem.

ProTips



Wśród przydatnych narzędzi z pewnością należy wymienić:

- ✔️ **X/Twitter**, gdzie gromadzi się świat nauki/akademicki. Coraz większą popularność zyskują pokoje tematyczne.
- ✔️ **Captions** – do montażu i dodawania napisów przy podcastach. Wspiera też automatyczny montaż wideo/audio.
- ✔️ **Spotify** – jako platforma streamingowa. Dodanie sekcji komentarzy zwiększyło możliwość interakcji z odbiorcami.





**Weronika
Harasim**

Social Media Managerka
w Warner Music Poland



W branży muzycznej marka osobista to podstawa, a budowanie jej w szczególności umożliwiają social media.

Z perspektywy artysty najważniejsze jest

zaangażowanie społeczności, co warto robić poprzez stałą aktywność, dostarczanie jakościowego contentu oraz wykorzystywanie narzędzi oferowanych przez platformy:




live, sesje Q&A, inicjowanie dyskusji w komentarzach czy moje ulubione ostatnio kanały nadawcze. Regularność

i skrupulatność w tych działaniach **pozwalają**

pogłębiać **relacje** z fanami przy jednoczesnym poszerzaniu grona odbiorców. A w tym wszystkim pokazujemy swoją autentyczną stronę – żadna inna nie przyciągnie słuchaczy na dłużej.

ProTips

Trzy przydatne aplikacje / narzędzia online:

-  **CapCut:** dla jakościowego contentu: multum funkcji do łatwego montażu angażujących rolek i tiktoków.
-  **Chartmetric:** dla analizowania danych: nie tylko daje wgląd do statystyk socialowych, ale pozwala również na obserwowanie danych z muzycznych platform streamingowych.
-  **Linktree:** dla łatwego dostępu dla wszystkich: to narzędzie umożliwia połączenie wielu linków w jedną, spersonalizowaną stronę docelową, co pozwala fanom na szybki dostęp do wszystkich treści za jednym kliknięciem.





Świadome kreowanie profesjonalnego wizerunku pomaga budować wiarygodność zawodową, przyciągać lepsze możliwości biznesowe i wyróżnić się na konkurencyjnym rynku pracy. W 2025 roku warto skupić się na wykorzystaniu sztucznej inteligencji do tworzenia bardziej zwięzłych komunikatów, bo w dobie informacyjnego przesyłu kluczowe staje się efektywne przyciągnięcie uwagi odbiorców. Aby skutecznie się wyróżnić, warto konsekwentnie prezentować unikalną perspektywę w swojej dziedzinie, angażować się w znaczące projekty społeczne.

Kluczowe wskazówki do budowania silnej marki osobistej to:

- #1 Konsekwentne tworzenie wartościowego contentu w wybranej niszy.
- #2 Aktywne budowanie autentycznych relacji w mediach społecznościowych.
- #3 Regularne dzielenie się wiedzą poprzez wystąpienia publiczne i publikacje branżowe.

ProTips



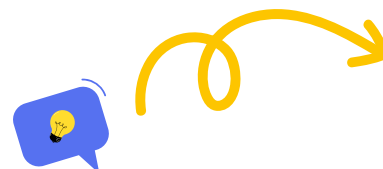
Bartosz Iwańczyk

Product Manager
w Wellmobile



Aplikacje wspierające biznes i budowanie marki:

- ✔ **Bielik:** używanie Bielika, polskiego modelu językowego, będzie pomocne w tworzeniu eksperckich treści dla polskich odbiorców, ponieważ jest on trenowany na polskich danych tekstowych, co zapewnia lepsze zrozumienie lokalnego kontekstu, idiomów i specyfiki kulturowej.
- ✔ **Product Hunt:** stanowi nieocenione źródło inspiracji i platformę do promocji innowacyjnych produktów cyfrowych, oferując dostęp do społeczności early adopters i możliwość zbierania cennego feedbacku od potencjalnych użytkowników.
- ✔ **Bolt.new:** rewolucjonizuje proces tworzenia aplikacji i platform internetowych, umożliwiając szybkie prototypowanie i wdrażanie projektów bez znajomości kodowania, co jest szczególnie cenne dla przedsiębiorców chcących szybko testować nowe pomysły biznesowe.





Maciej Jaskólski

Dyrektor Rozwoju
Produktów w OSAVI



ProTip #1

Budowanie marki, czy to produktowej, czy osobistej, to nie wyścig, w którym od razu widzimy metę – **to proces pełen prób, błędów i momentów, kiedy po prostu trzeba usiąść i powiedzieć: "Dobra, co teraz?"**.

Pamiętaj, że każdy z nas się uczy. Serio. Ja też – czasem wychodzi, czasem mam ochotę wszystko wyrzucić do kosza, ale uczę się na błędach i właśnie to przynosi najwięcej satysfakcji.



ProTip #2

Zmiana podejścia do treści to dla mnie klucz. Kiedyś myślałem, że muszę przygotowywać idealne materiały, które "sprzedają się same". Teraz wiem, że to, co naprawdę działa, to zaciekawienie. Gdy przygotowuję coś, co mnie osobiście interesuje – czy to nowinka z farmacji, ciekawy trend w social media, czy po prostu temat, w którym chcę się rozwijać – czuję, że to ma sens. Ta pasja przenosi się na innych. **Dlatego rób to, co cię naprawdę kręci.** Szukaj tematów, które sprawiają, że myślisz: "Kurczę, chcę się o tym dowiedzieć więcej!". Regularność przyjdzie sama, bo jeśli robisz coś z zainteresowaniem, łatwiej znaleźć na to czas.



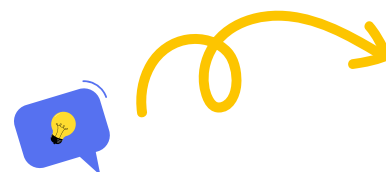
ProTip #3

Nie bój się próbować. Każdy pierwszy krok jest niewygodny, trochę toporny, ale z czasem wszystko zaczyna się układać w całość. Efekty przyjdą – obiecuję – ale rób to przede wszystkim dla siebie. Dla tej satysfakcji, że dowiedziałeś się czegoś nowego, podzieliłeś się tym i to ma wartość. Czy każdy post będzie idealny? Pewnie nie. Ale to w porządku, bo liczy się progres, a nie perfekcja.

W aplikacjach nie ma sensu być wyjątkowym, jeśli nie jesteś jeszcze mistrzem podstaw.

- ✔ **Canva?** Absolutny game-changer. Prostota, inspiracja, a cena? Uczciwa. Idealna dla każdego, kto chce tworzyć treści, które nie wyglądają, jakby były robione na kolanie.
- ✔ **ChatGPT?** To już nie narzędzie – to fundament. Jeśli jeszcze nie próbowałeś, to tak, jakbyś w 2005 roku zastanawiał się, czy Microsoft Office jest przydatny. Możliwości są ogromne, a roczna subskrypcja zwróciła mi się już wielokrotnie.
- ✔ **Testuj też Notion.** Na razie nie jestem ninja organizacji, ale widzę potencjał. To, co cenię najbardziej, to porządek w codzienności i miejsce na zrzucanie pomysłów – nic nie ginie, wszystko jest w zasięgu kliknięcia.

Kluczowe jest jednak, żebyś pamiętał, że narzędzia to tylko środki do celu. Twoja marka to ty – twoje podejście, twoje pomysły i twoja autentyczność. Dlatego inspiruj, baw się i dawaj wartość. I nie bój się wpadek – te najszczerze momenty często zdobywają najwięcej serc.





Masz silną markę osobistą wtedy, gdy wchodzisz do pokoju pełnego przedstawicieli twojej grupy docelowej i nie musisz się przedstawiać.



Grażyna Jędryka

Sales Executive
EMCC Global Accredited
Mentor & Coach



Po co budować markę osobistą?

Marka osobista sprzedaje. Jest to szczególnie istotne, gdy budujesz pozycję eksperta/ki w swojej dziedzinie, marka osobista buduje zaufanie i ułatwia nawiązywanie relacji biznesowych.

ProTip #1



Na co zwracać uwagę?

Ludzie utożsamiają cię z tym, o czym piszesz – pisz o rzeczach, na których się znasz, gdzie możesz wnieść wartość i które są istotne dla twoich klientów i klientek. Natomiast bądź w tym autentyczny/a, pokaż też kawałek siebie, daj się poznać.

ProTip #2



Co jeszcze?

Bądź cierpliwy/a. Budowanie marki osobistej to proces, który wymaga czasu i zaangażowania. Ustal też parametry sukcesu, skuteczności marki, które będziesz mierzyć np. liczbę zapytań biznesowych. Ważna jest spójność marki osobistej i przekazu.

ProTip #3

Co pomaga?

Dobrej jakości zdjęcie, profil w mediach społecznościowych z propozycją wartości, którą dostarczasz, jakie problemy klientów i klientek rozwiązujesz.

Polecane narzędzia:

- ✓ **LinkedIn w wersji Premium** do pozycjonowania się i budowania sieci kontaktów,
- ✓ **Grammarly** do sprawdzania poprawności tekstu,
- ✓ **Buffer** do planowania postów oraz
- ✓ **Snapseed** do prostej obróbki zdjęć.





Silna marka osobista wyraźnie pokazuje nasze podstawowe wartości, wyjątkową osobowość i autentyczność. Pomaga nam to wyróżnić się na konkurencyjnym rynku i przyciągnąć osoby o podobnych wartościach i zainteresowaniach. Tworząc odrębny wizerunek marki, możemy budować głębsze więzi emocjonalne z odbiorcami, zwiększając ich zaufanie i lojalność.

Trzy wskazówki dotyczące budowania marki osobistej w 2025 roku:



ProTip #1

Bądź prawdziwy, autentyczny i szczerzy:

Pozostawanie wiernym swoim wartościom i przekazywanie spójnego przekazu pomogą Ci nawiązać kontakt z ludźmi. W 2025 r. autentyczność jest kluczem do przyciągania obserwujących, którzy Ci ufają.



ProTip #2

Udostępniaj wartościowe treści:

udostępniaj treści, które poruszają problemy i zachęcają do dialogu z odbiorcami. Angażujące formaty, takie jak podcasty, krótkie treści wideo, webinaria i sesje pytań i odpowiedzi, mogą sprzyjać interakcji i pomagać w budowaniu lojalnej społeczności.



ProTip #3

Kładź nacisk na personalizację: w dobie sztucznej inteligencji i dużych zbiorów danych, kluczowe jest odejście od bezosobowych treści generowanych przez sztuczną inteligencję. Skupienie się na spersonalizowanym wyrażaniu emocji pomoże Ci się wyróżnić i nawiązać znaczące więzi z odbiorcami.






Ola Jiang

Dyrektor
dś. marketingu



Przydatne aplikacje/narzędzia do budowania marki w 2025 r.:

-  **Adobe Express:** To narzędzie pozwala użytkownikom z łatwością tworzyć atrakcyjne wizualnie grafiki i treści do mediów społecznościowych. Oferuje szeroką gamę szablonów i elementów projektowych, dzięki czemu doskonale nadaje się do utrzymania profesjonalnej i spójnej estetyki marki.
-  **ClickMeeting:** Polska platforma do webinarów i spotkań online, oferująca interaktywne funkcje, takie jak sesje na żywo i webinaria na żądanie. Umożliwia dotarcie do szerokiej publiczności w dogodnym dla niej czasie.
-  **InVideo:** InVideo to potężne narzędzie do edycji wideo online, które umożliwia szybkie tworzenie filmów o jakości profesjonalnej. Dzięki rozbudowanej bibliotece szablonów, materiałów filmowych i muzyki możesz z łatwością tworzyć angażujące filmy do mediów społecznościowych, kampanii marketingowych i innych zastosowań, pomagając w ten sposób zwiększyć rozpoznawalność swojej marki.





Tworzenie eksperckiej marki wcale nie musi kosztować milionów złotych, jeżeli skupimy się na kilku elementach:



Łukasz Kosuniak

Konsultant i praktyk marketingu B2B



Obsesyjne zainteresowanie problemami klientów i zrozumienie ich biznesu. Dzięki temu możemy tworzyć super istotne treści, które docierają do decydentów i budują zaufanie do naszej marki. Paradoksalnie im lepiej znamy problemy naszych odbiorców, tym mniej treści musimy tworzyć, ponieważ mamy dokładną wiedzę o tym, co ich interesuje oraz jak te treści wpływają na ich decyzje.

ProTip #1



Spójność: Musimy przebić się przez szum informacyjny, jaki otacza nas we wszystkich mediach i kanałach komunikacji. Aby to zrobić, przemyśl, z czym chcesz, aby klienci Cię kojarzyli. Zawężaj te skojarzenia, aż dojdiesz do 3-4 fraz. Dzięki temu ułatwisz odbiorcom Twoich treści szybsze rozpoznanie Twoich kompetencji a sobie skupienie się na najważniejszych zagadnieniach.

ProTip #2



Regularność: Tworzenie marki to dbałość o pojawianie się w głowach klientów. Aby to było skuteczne, musisz zadbać o regularność. Docenią to odbiorcy oraz algorytmy sieci społecznościowych a dla Ciebie będzie to okazja do wyrobienia odpowiednich nawyków dzielenia się wiedzą.

ProTip #3

Narzędzia, które polecam ekspertom i firmom rozwijającym markę ekspercką poprzez dzielenie się wiedzą:

- ✓ **Pocket** – aplikacja, która pozwala na zapisywanie ciekawych publikacji z Internetu i porządkowanie ich przy pomocy tagów tematycznych. Bardzo mi się przydaje w researchu na potrzeby książek, podcastów i publikacji w mediach społecznościowych.
- ✓ **ClickMeeting** – wiem, brzmi jak reklama, ale jestem psychofanem tej aplikacji od ładnych paru lat i polecam ją każdemu, kto szuka narzędzi do webinarów lub szkoleń online. Generalnie uważam webinary za niezwykle skuteczne narzędzie budowania marki, ponieważ pozwalają na dzielenie się wiedzą, prezentację naszego wizerunku, zdobywania wiedzy dzięki interakcjom z uczestnikami, a dodatkową jest świetną bazą do recydlngu treści.
- ✓ **Descript** – stosunkowo nowe, ale szybko rozwijające się narzędzie, które wykorzystuje do tworzenia transkrypcji i podsumowań treści z moich webinarów i podcastów oraz generowania krótkich fragmentów video na potrzeby sieci społecznościowych.





3 wskazówki, jak skutecznie budować silną własną markę – również osobistą:



Olga Kozierowska

Ekspertka i liderka w obszarze Diversity, Equity & Inclusion, Prezeska Fundacji WłączniPlus, twórczyni Sukcesu Pisanego Szminką. Członkini Rady NGO ds. Prezydencji Polski w UE.



Zaufaj intuicji – bo sam / sama czujesz najlepiej w których obszarach, w swojej prawdzie, możesz budować swoją rynkową siłę. Każdy z nas, podejmując jakąś decyzję, najpierw czuje, a potem myśli. Ja osobiście nauczyłam się decydować brzuchem – on u mnie zawsze wie lepiej, po mistrzowsku rozpoznaje dobre dla mnie propozycje, osoby i miejsca. Dobre w kontekście długofalowym. Gdy pozwolę głowie na negocjacje z brzuchem, kierując się „atrakcyjnością propozycji”, często na tym tracę. Tu jednak istotne jest nauczenie się odróżniania intuicji od strachu oraz nieświadomych uprzedzeń i słuchania sygnałów, które wysyła ciało – może u Ciebie to też będzie brzuch, może inne miejsce...

ProTip #1



Pewność siebie – zdrowa pewność siebie jest kluczowym elementem budowania przyszłości na własnych zasadach. Realizowania własnych scenariuszy. Bo realizacja takich potencjalnie przynosi satysfakcję i spełnienie, sukces. Niestety zbyt często późno zdajemy sobie sprawę z tego, że oto ktoś wpłynął na nasze decyzje i od lat siedzimy w miejscu, które nas męczy, w którym nasze talenty są niedoceniane albo nawet niepotrzebne, bo, zamiast wykorzystywać mocne strony, pracujemy w tym miejscu ciągle nad korektą słabych.

ProTip #2



Bądź wytrwały / wytrwała – dziecko, które uczy się chodzić, upada, wstaje, upada znowu... ale nie przestaje próbować. Nie przygrywa w myślach, czyniąc założenie „nie nadaje się do chodzenia, bo już 20 razy upadłem, zostaną na tej podłodze do śmierci” – próbuje i próbuje do skutku, mimo porażek. To przecież z niepowodzeń wyciągamy najwięcej nauki. Mówi się, że sukces jest wtedy kiedy wytrwałość zwycięży nad talentem. I ja podpisuję się pod tymi słowami. Upadłam w życiu tyle razy, ale ciekawość pchała mnie do przodu. Polecam zatem, zamiast odwagi, właśnie ciekawość. Jest lżejsza.

ProTip #3

3 aplikacje / narzędzia online przydatnych w biznesie:

- ✓ **ChatGPT** – nie mam tu na myśli najbardziej oczywistego wykorzystania, czyli opracowywania własnych wypowiedzi do publikacji w mediach i social mediach. Często służy mi jako guwernantka, przygotowując zadania i testy dla moich dzieci oraz odpowiedzi dla mnie. To ogromna oszczędność czasu, który mogę przeznaczyć na inne aktywności.
- ✓ **Duolingo i BrainPlus** – te dwie pozornie zupełnie różne aplikacje łączy jedno – pomagają mi dbać o to, by mój mózg się nie rozleniwiał :) Jedna za pomocą nauki języka włoskiego, a druga dzięki łamigłówkom i grom logicznym
- ✓ **Storytel** – w budowaniu marki i biznesu z pewnością pomagają odpowiednio dobrane lektury, nie tylko na te konkretne tematy. Ja książki przyswajam przede wszystkim w formie audiobooków, dlatego bardzo polecam korzystanie ze Storytel.





Silna marka to: autentyczność, która buduje zaufanie; spójność – zarówno w komunikacji online, jak i podczas spotkań osobistych; konsekwencja w podejmowaniu decyzji opartych na obiektywnych danych. To również skupienie na dostarczaniu wartości innym – za każdą liczbą w Twoim biznesie stoi człowiek. Mocna marka odzwierciedla podejście, według którego ludzie budujący zespół (i markę) działają zawodowo i prywatnie – w lalafo są to: drugi obieg, zero waste, praca jak „dla siebie”.

ProTips



Joanna Kosińska
Country Manager lalafo



Trzy narzędzia online, z których będę w biznesie lalafo korzystać to:

- ✔ **Jira** – wszechstronne narzędzie do klarownego zarządzania projektami, organizacji pracy – mogę nieco przewrotnie stwierdzić, że pozwala budować profesjonalny wizerunek wewnątrz organizacji (pozwala na jasne formułowanie insightów, zadań, powiązań między nimi) i podnosi jakość pracy.
- ✔ **ChatGPT** – wszechstronne narzędzie do analiz, wspiera optymalizowanie treści i pomaga planować działania.
- ✔ **Canva** – przydatna w budowaniu merytorycznych treści, bez konieczności posiadania zaawansowanej wiedzy graficznej.

A offline – zawsze pozostanę wierna relacjom międzyludzkim i wspieraniu etycznych biznesów!





Katarzyna Krogulec

Dziennikarka portalu
i magazynu My
Company Polska



Zachowaj balans: idealnie, kiedy jesteś autentyczny, ale z drugiej strony dla lajków łatwo zacząć serwować z rana memy lub uzewnętrzniać się ze swoim życiem prywatnym na profilu, który powinien w założeniu pokazywać Twój profesjonalizm. Ckliwe lub śmieszne historyjki (z autopsji lub z Internetu) i informacje o kolejnych osiągnięciach dzieci czasem przynoszą zasięg, ale niekoniecznie mogą przynieść współpracy lub klientów. Zastanów się, do czego zmierzasz i jak chcesz być postrzegany.

ProTip #1



Zachowaj wycucie: powiadają, że content is king, ale kiedy na siłę próbujesz być oryginalny, możesz osiągnąć efekt odwrotny do zamierzonego, jak autor posta „Czego moje zaręczyny nauczyły mnie o biznesie”, który rozbawił LinkedInową publiczność.


ProTip #2



Automatyzuj z głową: bez automatyzacji trudno już sobie wyobrazić codzienną pracę. Niestety sztuczna inteligencja nie jest tworem doskonałym. Niekontrolowane korzystanie z chatu GPT może prowadzić do pomyłek i przekłamań w postach lub artykułach, co skutkuje wprowadzeniem czytelników w błąd. Zresztą, jeśli chcesz naprawdę skraść serca czytelników, lepiej pisać od siebie, własnymi słowami, co jest naturalne i pomoże zbudować lepszą więź z czytelnikami. Wprawne oko pozna GPT :) Jeśli piszesz dużo, automatyzuj tylko niezbędne elementy pracy.

ProTip #3

Najbardziej przydatne i uniwersalne narzędzia, które przydadzą się w biznesie:

-  **Platformy takie jak Hootsuite czy Sprout Social** pozwolą na zaplanowanie postów w social mediach. Dzięki nim zarządzisz wieloma sieciami mediów społecznościowych, w tym Facebookiem, Instagramem, YouTubeem czy X.
-  **Platformy do webinarów, takie jak ClickMeeting.** Wydarzenia online są świetnym sposobem na docieranie do nowych odbiorców i angażowanie tych, których udało nam się już zgromadzić. Narzędzia takie jak ClickMeeting są i pozostaną niezwykle ważne dla osób chcących budować ekspercki wizerunek.
-  **Dobrze zorganizowany czas jest na wagę złota.** Np. Calendly umożliwi zbookowanie rozmowy z Tobą, a potencjalny rozmówca wybierze dogodny dla siebie termin spośród godzin grafika zaproponowanego przez Ciebie. To świetny i szybki sposób na umówienie spotkania, bez wielokrotnego przerzucania się propozycjami terminów rozmowy.





Pamiętaj, że **rzetelna reputacja ma większą moc angażowania i przyciągania odbiorców oraz partnerów biznesowych niż same wskaźniki zasięgu czy liczba obserwujących.**

10 odpowiednich klientów czy zaangażowanych odbiorców może mieć większą moc niż 100 tys. wyświetleń.

Najważniejsze składowe personal branding to:



ProTip #1

Wartości: budowanie marki osobistej warto rozpocząć od refleksji nad naszymi wartościami i misją – tym, co chcemy reprezentować i jakie cele pragniemy osiągnąć. Kluczowym pytaniem, które powinniśmy sobie zadać, jest: jakie korzyści mogą czerpać odbiorcy, śledząc nasze działania, oraz gdzie możemy ich znaleźć? Odpowiedzi na te pytania pozwalają lepiej zrozumieć potrzeby naszej grupy docelowej i dostosować do nich naszą komunikację.



ProTip #2

Strategia: kluczowym krokiem w budowaniu marki osobistej jest opracowanie strategicznego planu na dłuższy okres, który będzie spójny z naszymi wartościami oraz misją. To podejście pozwala stworzyć autentyczny wizerunek, który nie tylko przyciąga uwagę, ale również buduje trwałe zaufanie odbiorców.



ProTip #3

Autentyczność: w erze, gdzie dezinformacja i fake newsy są na porządku dziennym, autentyczność, wiarygodność i transparentność są niezwykle cennymi walutami. Odbiorcy coraz częściej poszukują marek i osób, którym mogą ufać i na których mogą polegać – szczególnie gdy tak wielu innych próbuje jedynie zdobyć popularność bez trwałej wartości.



Karolina Krzeska

Prezesa agencji
Rocket Science
Communications



Aplikacje, które pomogą Ci osiągnąć cel:

- ✓ **ChatGPT:** wspiera proces wstępnej pracy kreatywnej nad tekstami, pomysłami i potrafi zainspirować. Oczywiście finalny sznyt zawsze musi być po stronie profesjonalisty.
- ✓ **CapCut:** aplikacja do edycji wideo posiada zaawansowane efekty i funkcje montażowe do krótkich form wideo, prosty interfejs i obsługę wysokiej rozdzielczości.
- ✓ **ClickMeeting:** polska platforma webinarowa oparta na automatyzacji całego procesu (jak przypomnienia o spotkaniu, wysłanie nagrania wideo po spotkaniu, e-mail marketing, itp.) pozwala monetyzować eksperckość oraz ułatwia w interaktywny sposób spotkanie.

W naszej agencji korzystamy z wielu aplikacji, jednak główny nacisk kładziemy na słowo pisane oraz krótkie formy wideo. Kreatywne filmy realizujemy w naszym profesjonalnym studio nagrań, które umożliwia produkcję wideo podcastów oraz organizację sesji zdjęciowych w siedzibie agencji. To wyjątkowy benefit dla naszych klientów, którzy pragną prowadzić kreatywny i nowoczesny PR, wyróżniający się na tle konkurencji.





W roku 2025 budowanie marki wymaga połączenia innowacyjnego myślenia, adaptacji do dynamicznych zmian rynkowych oraz wykorzystania zaawansowanych technologii. Oto trzy strategiczne podejścia, które pozwolą wyróżnić się w gąszczu konkurencji:



Wojciech Łuszczyński

Head of Growth & Web Development w Symfonia



ProTip #1

Myślenie systemowe w budowaniu marki.

Marki przyszłości to nie tylko produkty czy usługi, ale kompleksowe ekosystemy. Kluczowe jest tworzenie spójnych, wielokanałowych doświadczeń, które integrują wartości marki, dane konsumentów i nowe technologie. W erze konsumentów świadomych, wartość marki rośnie wraz z umiejętnością integrowania jej w codzienne życie odbiorców.



ProTip #2

Wykorzystanie AI do hiperpersonalizacji.

Hiperpersonalizacja to klucz do wyróżnienia się w 2025 roku. Sztuczna inteligencja pozwala nie tylko przewidywać potrzeby konsumentów, ale także tworzyć dynamiczne treści, które odpowiadają na ich bieżące oczekiwania. Zaawansowane algorytmy AI mogą analizować dane w czasie rzeczywistym, dostarczając insightów do projektowania mikrodoświadczeń – od indywidualnych rekomendacji produktów po dynamiczne landing pages.



ProTip #3

Webinary jako strategiczne narzędzie budowania marki.

Webinary przestają być wyłącznie kanałem edukacji. W 2025 roku staną się platformami strategicznego budowania wizerunku, które łączą storytelling z zaawansowaną analizą danych. Dzięki funkcjom takim jak personalizacja treści w trakcie wydarzeń, interaktywność i możliwość analizy zachowań uczestników, webinary stają się przestrzenią, gdzie marki budują autentyczne relacje, wzmacniają swoją pozycję ekspercką i generują wartościowe leady. Platformy takie jak ClickMeeting umożliwiają również analizę danych uczestników, co pomaga w lepszym dopasowaniu treści do odbiorców.

3 zaawansowane narzędzia wspierające budowę marki w 2025 roku

-  **Wistia** – Profesjonalne rozwiązanie do tworzenia i analizy treści wideo, które pozwala na optymalizację materiałów pod kątem zaangażowania widzów. Dzięki funkcji heatmap można monitorować, które fragmenty wideo wzbudzają największe zainteresowanie, co pomaga tworzyć lepiej dopasowane treści.
-  **Ahrefs** – Zaawansowane narzędzie do budowania strategii SEO. Pozwala analizować konkurencję, odkrywać nowe słowa kluczowe i budować silny profil linków, wspierając długoterminową widoczność organiczną.
-  **Jasper AI** – Sztuczna inteligencja wspierająca generowanie treści na poziomie eksperckim. Narzędzie to pozwala tworzyć wysokiej jakości artykuły, posty na blogi, a nawet kompleksowe scenariusze do webinarów, oszczędzając czas i zapewniając spójność komunikacji.





Aneta Matwii

Specjalistka w dziedzinie komunikacji



Być może będę idealistką, gdy powiem, że stawiam na **autentyczność i transparentność** w komunikacji i działaniach marki. Wiem, że to buduje zaufanie odbiorców. Dbam o konsekwencję w identyfikacji wizualnej, tonie wypowiedzi i wartościach, co pomaga w budowaniu rozpoznawalności. I to też polecam wszystkim innym.

ProTip #1



Angażowanie się w **branżowe dyskusje** – jeśli tylko są w zgodzie z DNA marki? Dlaczego nie? Zarówno te online – np. na LinkedInie, jak i offline – na wydarzeniach branżowych – wzmocnią pozycję eksperta i poszerzą sieć kontaktów.

ProTip #2



Co jeszcze pozwoli budować silną markę? Zawsze i wszędzie, w każdej branży – **dzielenie się wiedzą!** Kiedy dzielisz się swoim doświadczeniem, pokazujesz, że nie tylko znasz się na rzeczy, ale także chcesz pomagać innym. To buduje więź i sprawia, że ludzie chętniej angażują się w Twoje działania i korzystają z Twoich produktów lub usług.

ProTip #3

3 aplikacje przydatne w biznesie i budowaniu marki:

✔ **Grammarly** – asystent pisania, który wspiera poprawność językową i stylistyczną w treściach tworzonych po angielsku. Funkcje AI analizują ton i przejrzystość tekstu, pomagając w tworzeniu bardziej profesjonalnych komunikatów.

✔ **Canva** – funkcje takie jak możliwość zapisania palety kolorów, logo czy czcionek marki pozwalają na zachowanie spójności w każdym projekcie.

✔ **Brand24** – dzięki narzędziom do śledzenia trendów, sentymentu w sieci i aktywności konkurencji mogą lepiej rozumieć, jak odbiorcy postrzegają markę. Polecam również **NotebookLM** – wciąż odkrywam jego nowe funkcje!





Lech Okoń

Redaktor naczelny
TELEPOLIS.PL



ProTip #1

Budowanie silnej marki to przede wszystkim skupienie się na ciężkiej pracy, zamiast na zazdrosnym komentowaniu tego, co robią inni.




ProTip #2


Nie można też za wszelką cenę kopiować rozwiązań konkurencji, nawet tych udanych, bo nigdy nie ma jednej drogi do osiągnięcia sukcesu, a ta własna zawsze daje więcej satysfakcji.




ProTip #3

No i po trzecie, mikrozarządzanie należy zamienić na zaufanie, a ludzi zdolniejszych od nas w danej dziedzinie zacząć traktować jako szansę na rozwój, a nie zagrożenie. Zespół zbudowany na tych zasadach będzie miał nieposkromioną kreatywność i przetrwa każdy kryzys, których przy budowaniu marki nie brakuje.

Najważniejszym narzędziem jest dla mnie odpowiednia chmura, a po wielu latach testów i porównań, do pracy z wyboru stawiam na Dropbox. Zdarzało mi się przysyłać linki do projektów i zdjęć w chmurze  **Dropbox** nawet przy nieużywalnej dla innych platform łączności 2G, co ratowało terminy publikacji. W tym roku producent wprowadził mały plan Basic Extra za 2 euro miesięcznie z 50 GB przestrzeni, próg wejścia jest więc o wiele niższy niż do tej pory.

Druga z aplikacji to dla mnie stała. W kontekście obróbki grafiki rastrowej nie ma niczego lepszego niż  **Adobe Photoshop**. W połączeniu ze stale rozwijanymi funkcjami uzupełniania zdjęć o elementy wygenerowane przez AI aplikacja Adobe ekstremalnie przyspiesza pracę twórczą i właściwie nie ma ograniczeń. Na najbardziej szalony pomysł zawsze znajdzie się photoshopowy poradnik na YouTube'ie.

Nie ma też już odwrotu od modeli językowych AI. Tutaj wszystko zmienia się niezwykle dynamicznie i choć w tym momencie najefektywniej działa u mnie  **Gemini Advanced**, to niewykluczone, że za rok będzie to jakaś zupełnie inna platforma. Z Gemini korzystam do szybkiego generowania list specyfikacji technicznych, podsumowywania e-maili, tworzenia konspektów czy pracy nad scenariuszami filmów. Zastąpił mi też Tłumacza Google'a, bo lepiej rozumie kontekst materiałów źródłowych, nawet tych po koreańsku czy chińsku.





Dagmara Pakulska
Social Media Trainer
& Consultant



ProTip #1

Silna marka osobista musi być zbudowana na solidnych fundamentach. A zatem **powinna być autentyczna, oparta na prawdziwych kompetencjach, spójna zarówno online, jak i offline, wyrazista oraz pozytywna**. Budując ją należy uwzględnić nie tylko swoje zasoby, ale również otoczenie, a więc szanse, które możemy w nim wykorzystać dla siebie, jak również potencjalne zagrożenia, na które należy się przynajmniej mentalnie przygotować, aby móc stawić im czoła.



ProTip #2



Marka osobista lub firmowa powinna trzymać rękę na pulsie branży i jej otoczenia, lecz wystrzegać się ślepego podążania za trendami. To, że w danym momencie jest na coś hype wcale nie oznacza, że musimy być jego częścią. Rozważając pójście w jakiś trend niczym przysłowiowy dzik w szyszki, warto się w pierwszej kolejności zastanowić, czy jest on w ogóle po drodze z wartościami marki i tym, jak chcemy, by była postrzegana.



ProTip #3

Personal branding polega na byciu sobą. Można więc śmiało zapomnieć o kreowaniu jakiegoś sztucznego wizerunku. Zarówno w świecie online, jak i offline powinno dawać się ludziom dokładnie to samo doświadczenie, by nie poczuli się jak bohater memów pod hasłem: „oczekiwania vs rzeczywistość”. Dobrze jest też pamiętać o tym, że posiadanie i rozwijanie marki osobistej nie jest równoznaczne z pozjadaniem wszystkich rozmów.

Trzy narzędzia online przydatne w biznesie i budowaniu marki:

-  **Strona www:** choć moja nie jest wzorem do naśladowania i powinna być zaktualizowana już dawno temu, to jednak stanowi solidny fundament obecności w sieci. Komunikacja w social mediach jest ważna, jednak przypomina budowanie domu na cudzej ziemi. Nigdy nie wiadomo, czy jej gospodarz nie zmieni zasad najmu lub po prostu zniknie z powierzchni tej planety.
-  **Kalendarz Google:** bez niego byłabym jak dziecko we mgle. Zwłaszcza gdy dużo się u mnie dzieje zawodowo, pozwala mi uniknąć nieprzyjemnych wpadek z umówieniem się na dwa szkolenia o tej samej godzinie, czy pozwala bardziej sensownie zaplanować zarówno kwestie zawodowe, jak i te bardziej prywatne.
-  **Chat GPT:** nie jestem fanką AI, ale z Chatem GPT lubię się coraz bardziej. Będąc freelancerką nie mam często możliwości przeprowadzenia chociażby burzy mózgów z innymi ludźmi. W takiej sytuacji pocziwy Chat GPT staje się moim sparing partnerem, który czasami podrzuca mi pomysły, na które ja pierwotnie nie wpadłam. Traktuję go jednak tylko i wyłącznie jako źródło inspiracji, a nie gotowych rozwiązań i zawsze dziękuję mu za współpracę, bo gdy kiedyś maszyny przejmą świat... moja dotychczasowa uprzejmość być może mnie uratuje.





**Łukasz
Pietrzak**
Strateg marketingu






Ta wypowiedź nie została wygenerowana przez sztuczną inteligencję, bo w budowaniu własnej silnej marki liczy się wiarygodność.

W dobie rozwoju narzędzi do wspierania działań marketingowych należy z nich korzystać racjonalnie. AI dla mnie jest wsparciem, nie autorem. Autentyczne treści, dostosowane zarówno do odbiorcy oraz spójne ze stylem wypowiedzi właściciela marki, nadają jej osobisty charakter, którego ostatecznym celem będzie dotarcie zarówno do mas, jak i do zdefiniowanych odbiorców.

Mam przyjemność współtworzyć podcast "Niebezpieczne Rozmowy" w IntegriTV, który ma na celu odczarować rynek cybersecurity wzbogacając go o prostsze definicje i dodając do wywiadów szczyptę humoru. Głównym przekazem jest edukacja o cyberbezpieczeństwie. **Nasza obecność w różnego rodzaju mediach społecznościowych - analizując komentarze, liczbę wyświetleń i obserwujących - pokazuje, jak ważne jest dostosowanie komunikatu do odbiorcy.** Inaczej na treści reagują użytkownicy Facebooka, LinkedIna czy platformy X. Dziś dla twórców stanowi to niejednokrotnie duże wyzwanie.

ProTips

W moich działaniach pomagają mi między innymi:

-  **Spreaker** - rozbudowana platforma do tworzenia i edycji podcastów. Wspiera w udostępnianiu treści audio na najbardziej popularnych platformach streamingowych (Spotify, Apple Podcast) oraz pozwala na uzyskanie bardzo szczegółowej analityki.
-  **Runway** - oparte o AI rozwiązanie, dzięki któremu stworzysz animację w oparciu o tekst (nasz scenariusz / prompty) lub Twoje własne zdjęcie.
-  **Descript** - narzędzie wspierające w edycji wideo, a także generowania i edycji napisów i dźwięku. Znakomicie sprawdza się w realizacji krótkich materiałów promujących np. dany odcinek podcastu poprzez shortsy.

To tylko kilka z wielu narzędzi pomagających rozwijać działania marketingowe. Zależnie od tego, w jakim kierunku budujesz własną markę osobistą i wizerunek, warto wcześniej zapoznać się z opinią odbiorców i porównać kilka rozwiązań.





Rafał Piłkuła

Redaktor prowadzący
Magazyn Spider's Web+



ProTip #1

Pierwsza i podstawowa rzecz w budowaniu marki osobistej to zrozumienie jej wagi. Biznes, nawet jeśli nie chcemy tego przyznać, w dużej mierze opiera się na relacjach, uczuciach i emocjach. Marka osobista pozwala te relacje budować. Od tego jak się prezentujemy i jak postrzegają nas inni zależą nasze relacje.



ProTip #2


W budowaniu marki osobistej trzeba być konsekwentnym i spójnym. To pierwsze oznaczają, że nie ma wolnego od budowania tej marki, drugie zaś, że nie możemy być ekspertem od wszystkiego, odbiorcy muszą mieć jednoznaczne skojarzenia z nami. Oto ekspert od cyberbezpieczeństwa, oto specjalista od komunikacji... Znajdź swoją niszę i określ swoją publiczność.


Marka osobista to twój styl. Powinien być unikatowy. Nie polecam podążać za trendami, bo wtedy staniemy się kopią. Chyba lepiej być sobą niż tylko polskim Simonem Sinkiem?




ProTip #3

Żyjemy w czasach cyfrowych, gdzie pierwszym miejscem autoprezentacji i autokreacji jest sieć. Oczywistym jest więc, że powinniśmy korzystać z mediów społecznościowych. Każdy ma obecnie swoje 5 minut, a nawet 5 sekund. Wybicie się jest trudne, ale autentyczność wciąż jest w cenie.

Dziś pierwszą platformą budowania swojej biznesowej marki osobistej jest  **LinkedIn**. Oczywiście w zależności od tego co robimy i co kogo mówimy, możemy wybrać inne platformy.

 **X, TikTok czy Instagram** też mogą być pomocnymi narzędziami do budowania marki osobistej. Należy jednak pamiętać, żeby dostosować treść i formę do medium i rozumieć, że już samo medium jest przekazem.

Ciekawym rozwiązaniem jest własny,  **autorski newsletter**, w którym będziemy się dzielić oryginalnymi treściami. Dobrze dobrana grupa docelowa i odpowiednio skonstruowany newsletter może pomóc budować solidną i autentyczną społeczność.





Trzy wskazówki dotyczące budowania marki osobistej w 2025 roku:



Jesteśmy w momencie, w którym nigdy nie było łatwiej o budowę swojej marki osobistej. Sztuczna inteligencja dała każdemu megafon, ale tylko procent z nich będzie posiadać zaangażowanych i zainteresowanych odbiorców. Nie musisz chować się za etykietą. Rzeczy, które dla Ciebie są oczywiste i powtarzalne, dla innych są warte dziesiątki tysięcy złotych. Naucz się mówić o nich w sposób angażujący.

ProTip #1



Nie traktuj swojej marki jak przedłużenia oferty. Buduj zaangażowanie odbiorców wokół swoich wartości – od treści pokazujących styl pracy (workstyle content), po krótkie komentarze wspierane Twoim unikalnym filtrem doświadczeń. Mów o tym, co słyszysz, co widzisz i co robisz – to już samo w sobie jest wyjątkowe.

ProTip #2



Dziel się transparentnie tym, co dzieje się wokół Ciebie i Twojego biznesu.

Dokumentuj swoją pracę i to, czego się uczysz. W ten sposób przyciągniesz odbiorców, którzy cenią Twoje spojrzenie, i tych, którzy mogą Ci pomóc na Twojej drodze. Autentyczna marka to nie ta, która zarabia najwięcej, ale ta, która pomaga innym na dużą skalę.

ProTip #3



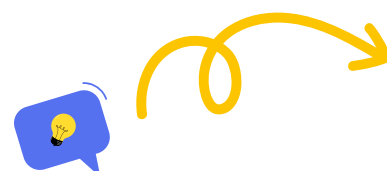
Aleksander Piśkorski

Head of Content
w AI Hero



Trzy przydatne narzędzia:

- ✓ **Raycast:** drugi, cyfrowy mózg. Przyspiesza pracę, pozwala sprawnie zarządzać wiedzą, treściami i tysiącem innych rzeczy, od szybkiego wyszukiwania po notatki. Twój jedyny, najważniejszy skrót do produktywności.
- ✓ **Arc Browser:** alternatywa dla Google Chrome. Dzięki unikalnym funkcjom ułatwia jednoczesne zarządzanie wieloma kontekstami i projektami. Przeglądarka, o którą nikt nie pytał, ale każdy chciał ją mieć.
- ✓ **ClickMeeting:** webinary łączą format wideo i element bezpośredniej interakcji i to właśnie dlatego są tak skuteczne. Dobrze poprowadzone i nagrane wydarzenie może być także punktem wyjścia do jakościowego recyklingu treści. Zyski będą więc naprawdę długofalowe.





**Cezary
Reszel**

Ekspert Business Developer,
agencja HeadHunti



ProTip #1

Konsekwencja i spójność:

w dobie poszukiwania autentyczności przez odbiorców kluczowa jest transparentność – spójna komunikacja i działania zgodne z naszymi wartościami budują zaufanie.



ProTip #2

Networking i współpraca

z profesjonalistami wzmacniają pozytywny odbiór Twojej osoby. Współdziałanie i dzielenie się wiedzą umożliwiają również dotarcie do nowych odbiorców.



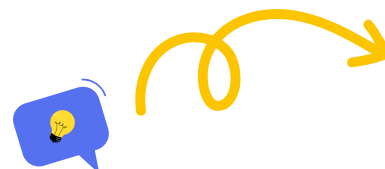
ProTip #3

Długoterminowe


zaangażowanie jest także niezbędne – systematyczność i wytrwałość pomagają stworzyć stabilny wizerunek, który wyróżnia się na tle jednorazowych kampanii. Pamiętaj, skuteczna marka rośnie krok po kroku, budując trwałe relacje.


Trzy aplikacje które mi ułatwiają pracę:

- ✔ **Notion:** notatnik, a jednak narzędzie do wszystkiego, które pomaga mi porządkować pomysły, tworzyć harmonogramy i daje przestrzeń roboczą.
- ✔ **SurveyMonkey:** służy mi do tworzenia ankiet, które pozwalają lepiej zrozumieć potrzeby moich odbiorców i uzyskać bezpośredni feedback + robi to w ładny sposób.
- ✔ **Buffer:** aplikacja do planowania postów i analizowania wyników.






Zacznij od określenia celów, stosując przy tym metodę SMART, dzięki czemu będą one dużo bardziej realistyczne i mierzalne, co zwiększy szansę na ich osiągnięcie. A jeśli zawsze męczyło cię zastanawianie się, czy aby na pewno stosujesz metodę SMART w odpowiedni sposób, zapytaj  **ChatGPT**.

To jednak nie wszystko, bo do każdego z wypisanych celów warto stworzyć listę precyzyjnych zadań, które należy wykonać, aby przybliżyć się do ich realizacji. W tym przypadku  **Notion** może okazać się idealnym narzędziem do planowania, z uwagi na możliwość tworzenia tabel, notatek i monitorowania kalendarza.



Julia Satuga
Marketerka



A w całym procesie budowania marki warto postawić na **autentyczność i dzielić się zarówno swoimi sukcesami, ale także wyzwaniami**. Bo nic tak dobrze nie rezonuje z odbiorcami jak dzielenie się swoją historią. Szukasz inspiracji? Sprawdź  **Google Trends** i zobacz, co obecnie klika się najlepiej, być może to właśnie umiejętne wykorzystanie trendów zgodne z wartościami twojej marki poprowadzi cię do sukcesu w 2025!

ProTips





**Agata
Szczeszak**

Ekspertka w dziedzinie
nanotechnologii, chemii
analitycznej i spektroskopii



Budowanie silnej marki, zarówno firmowej, jak i osobistej, wymaga przede wszystkim



autentyczności, jak również

konsekwencji. Dlatego

nieustannie dbam o spójne działania, tak by rozwój był efektem jasno zdefiniowanych przeze mnie wartości, w tym otwartości na zmiany, pracy zespołowej, czy uważności na rady współpracowników dysponujących doświadczeniem w biznesie.

W tym wszystkim niemałą rolę odgrywa również tzw.

storytelling, który w moim przypadku to często wyboista droga, począwszy od badań naukowych do wdrożenia. To pomaga wyróżnić się na tle konkurencji, przyciągnąć uwagę i zainteresować swoją działalnością, zarówno inwestora, jak i klienta.

W prowadzeniu biznesu i budowaniu marki szczególnie przydatna jest różnorodność w przypadku wykorzystania aplikacji i narzędzi online. Przykładem może być  **Canva**, która zyskuje na wartości dzięki wprowadzaniu zaawansowanych funkcji AI, umożliwiając szybkie i estetyczne tworzenie treści marketingowych. Z kolei  **Slack** wspiera komunikację i zarządzanie zespołem, co pomaga panować nad mnogością wątków omawianych w różnych kanałach tego komunikatora, czy też zwiększyć zaangażowanie współpracowników realizujących poszczególne zadania.





**Ola Sawicka
Green**

Koordynatorka marketingu



Pomimo tego że pracuję w komunikacji i z zasady powinnam zasugerować jakieś efektywne i potwierdzone danymi strategie, w kwestii budowania własnej marki, zamiast skupiać się na taktykach rozpoznawalności, sugeruję znaleźć swój cel, swoją pasję i pozostać jej wierną, rozpoznawalność przyjdzie. A gdy już przychodzi i zaczynamy być Panią od XYZ czy Panem od ABC, warto dobrze się sobie przyjrzeć i zastanowić, co jeszcze możemy zaoferować swojej społeczności, jak lepiej do niej docierać i bardziej efektywnie zmieniać rzeczywistość tak, by stawała się bliższa naszym pragnieniom. Rozpoznawalność czy siła marki nigdy nie powinna być celem samym w sobie, jest środkiem do celu, który pomaga nam o nim opowiadać.

ProTips



Trzy aplikacje / narzędzia online przydatne w biznesie i budowaniu marki:

- ✔ **ChatGPT:** jeśli nie wiesz, jak pisać o tym co robisz, by inspirować innych, to poproś kogoś / coś innego, żeby Cię w tym wspomógł. Chad (bo tak zwracam się do niego) to mój ulubiony asystent.
- ✔ **LinkTree:** dobrze porządkująca wszystkie adresy aplikacja, która pomaga przekierowywać kontakty w odpowiednie miejsca w zależności od wydarzenia / sytuacji, gdzie się spotykamy.
- ✔ **HubSpot:** tu już pełna profeska, jeśli budujemy markę i mamy wiele kontaktów to HubSpot pomaga nam je uporządkować, otagować i utrzymywać z nimi kontakt w zależności od typu.





Filip Sobel

Founder & CEO Staffly



ProTip #1

Systematyczność: każdy z nas z pewnością zna ten moment, gdy zaczynamy działać z pełnym zapałem, ale po miesiącu entuzjazm gaśnie – dlatego tak ważne jest, by wypracować rutynę i nie poddawać się w połowie drogi. Dla mnie – na przykład – pisanie codziennych postów na LinkedIn to nawyk, który wyrobiłem na przestrzeni kilku tygodni/miesięcy regularnego postowania na różne, branżowe tematy.



ProTip #2

Umiejętne odniesienie się do emocji: opowieści, które poruszają odbiorców, trafiają głębiej niż suche fakty. Storytelling to podstawa budowania napięcia i angażujących postów. Budowanie marki to również sztuka budowania relacji – pozostawanie w bieżącym kontakcie ze swoimi odbiorcami sprawia, że stajemy się dla nich nie tylko ekspertem, ale też wiarygodnym człowiekiem. Odpowiedzi na komentarze, podziękowania za udostępnienia, czy proste reakcje na wiadomości to drobne gesty, które naprawdę budują zaangażowaną społeczność.



ProTip #3

Nie próbuj być dla wszystkich: dopasowanie komunikacji do konkretnej grupy odbiorców pozwala zbudować autentyczne relacje, oparte na zaufaniu i wartościach. Przyciąganie uwagi wymaga treści eksperckich, ale i praktycznych, by odbiorcy dostawali konkretne wskazówki do wykorzystania w codziennej pracy – to, co działa, szybko staje się polecane.

Trzy narzędzia, które polecam do budowania marki:

- ✓ **LinkedIn Scheduler** – zarządzanie postami z wyprzedzeniem pozwala na lepsze planowanie treści i dostosowanie do momentów, gdy nasza grupa docelowa jest najbardziej aktywna.
- ✓ **Figma** – elastyczne narzędzie do tworzenia materiałów wizualnych, idealne do social mediów.
- ✓ **Buffer** – pozwala na planowanie i publikowanie treści na wielu platformach social media jednocześnie, co oszczędza czas i zapewnia spójność komunikacji.



3 wskazówki, jak skutecznie budować silną markę:



ProTip #1

Bądź ekspertem: zbuduj swoją markę na solidnych podstawach wiedzy i doświadczenia. Regularnie aktualizuj swoją wiedzę i dziel się nią z innymi, aby zyskać zaufanie i uznanie wśród odbiorców.



ProTip #2

Dziel się wiedzą: publikuj artykuły, prowadź webinary i uczestnicz w konferencjach. Dzieląc się swoją wiedzą, budujesz swoją pozycję jako autorytet w branży i przyciągasz nowych klientów.



ProTip #3

Bądź autentyczny: pokaż swoją prawdziwą osobowość i wartości. Autentyczność buduje zaufanie i lojalność wśród odbiorców, co jest kluczowe dla długotrwałego sukcesu marki.



Jarosław Sokolnicki

Doradca ds. strategii AI i lider innowacji

3 aplikacje przydatne w biznesie i budowaniu marki:

✔ **Perplexity:** Narzędzie do analizy danych i generowania raportów, które pomaga zrozumieć trendy rynkowe i zachowania konsumentów. Dzięki temu można lepiej dostosować strategię marketingową do potrzeb odbiorców.

✔ **Gamma:** Platforma do tworzenia interaktywnych prezentacji i treści wizualnych. Umożliwia tworzenie atrakcyjnych materiałów, które przyciągają uwagę i angażują odbiorców, co jest kluczowe w budowaniu silnej marki.

✔ **Copilot:** Asystent AI, który wspiera w tworzeniu treści, zarządzaniu projektami i automatyzacji zadań. Pomaga w efektywnym zarządzaniu czasem i zasobami, co pozwala skupić się na strategicznych aspektach budowania marki.



Trzy fundamenty silnej marki osobistej:



ProTip #1

Buduj markę w oparciu o szczerść i autentyczność – to trend, który nigdy nie straci na aktualności, a jest kluczem do zyskania lojalności i zaufania odbiorców.



ProTip #2

Twórz produkty i treści, w które naprawdę wierzysz i które są odbiciem wyznawanych przez Ciebie wartości. W przeciwnym razie – bardzo szybko możesz znudzić się realizacją projektów, które tak naprawdę do Ciebie nie pasują i nie dają satysfakcji.



ProTip #3

Słuchaj i doceniaj informację zwrotną – to ona sprawia, że jeszcze szybciej rozwiniesz siebie i swój biznes.



Alina Sztoch

CEO & Co-founder Kubota



Trzy aplikacje / narzędzia online przydatne w biznesie i budowaniu marki:

✔ **Brand24** czy **Newserii** nikomu chyba już nie trzeba przedstawiać. To narzędzia, które pozwalają na bieżący monitoring wzmianek na temat marki, dzięki którym szacujemy zasięg, ekwiwalent finansowy, a nawet ich wydźwięk.

W Kubocie wykorzystujemy przede wszystkim ✔ **Asanę**, która pozwala na sprawne zarządzanie projektami i pozwala odnaleźć się nawet w najbardziej rozbudowanym gąszczu projektów i zadań.

Szybka komunikacja w zespole jest kluczem efektywności – nie warto lekceważyć jej roli, wybierając narzędzia i komunikatory, z których korzystamy. W Kubocie niezawodnym narzędziem pozostaje ✔ **Slack**.





**Elwira
Tarnowska**

PR Manager marek Bosch,
Siemens i Gaggenau
w Polsce



ProTip #1

Po pierwsze, **dystans, odwaga i szczerść**. Doskonale potrafimy odfiltrować „wciskanie kitu”, zarówno w komunikacji personalnej, jak i reklamach. Jeśli produkt nie spełni obietnic raz, nie dostanie kolejnej szansy.



ProTip #2

Po drugie, **warto zwrócić uwagę na coraz popularniejszy trend nostalgii**.



ProTip #3

Po trzecie, **marki jeszcze bardziej będą stawiać na kolaboracje**, szczególnie te z pozoru nietypowe i przenikające świat online i offline. Przykład? Efekt „Barbieheimer”.



Trzy aplikacje / narzędzia online przydatne w biznesie i budowaniu marki:

✔️ TikTok, Pinterest i społeczność wokół marki.

Konsumenci coraz chętniej korzystają z wyszukiwarek na TikToku czy Pinterście, wybierając je jako alternatywę dla tradycyjnych przeglądarek, które nasycone są treściami sponsorowanymi. Szukasz restauracji? Tysiące krótkich filmów na TikToku z opinią czy warto. Potrzebujesz inspiracji ubraniowej? Setki zdjęć na Pinterście, często z linkami bezpośrednio do sklepów. W obliczu tego trendu coraz większe znaczenie zyskują treści generowane przez użytkowników (UGC) oraz treści edukacyjne, które stanowią dla odbiorców rzetelne i wartościowe źródło informacji.





Wielokrotnie pomagałem specjalistom, a także przedsiębiorcom stawiać pierwsze kroki na ścieżce budowania marki. Za każdym razem niechęć pojawiała się z dwóch powodów. Pierwszym jest lęk przed oceną innych, a drugim jest bardzo prosta wątpliwość: "nie wiem, o czym mam pisać / mówić..."

Buduj markę. To mój apel. To są nowe możliwości. Ja dzięki tej marce piszę dla Ciebie ten tekst. Marka to także inwestycja w samego siebie. Im dłużej ją budujesz, tym zwrot może być większy. Z czasem będziesz w szoku, jak wiele okazji zacznie pojawiać się na horyzoncie. Warto być cierpliwym. Ja na pierwsze rezultaty czekałem rok.

Oto moje 3 wskazówki, które pomogą Ci budować markę:



ProTip #1

Nie bój się budować marki. Po prostu opowiadaj o tym, co robisz, dziel się doświadczeniem i przekazuj swoją wiedzę. Jeśli się starasz, to z czasem odbiorcy to dostrzegą. A ludzie, których oceny się boisz, nie poświęcą Ci nawet 3 sekund. Serio. Każdy człowiek myśli głównie o sobie i nie ma sensu przejmować się opinią innych. Rób, to, co masz do zrobienia :).



ProTip #2

Zrozum, kto jest Twoim odbiorcą. Lepiej mówić do jednego konkretnego człowieka niż do wszystkich. Jeśli mówisz do wszystkich, to tak naprawdę nie trafiasz do nikogo.



ProTip #3

Regularność to klucz. Lepiej publikować raz w tygodniu przez rok niż 7 razy w tygodniu przez miesiąc. Jeśli masz więcej motywacji, czasu czy energii, to twórz content na plus. Graj bezpiecznie i dbaj o regularność.






Norbert Uselis

Strateg biznesowy
i mentor marek osobistych



Do budowania marki warto wykorzystać kilka narzędzi, które znacznie ułatwiają pracę. Od siebie polecam przede wszystkim:

-  **Claude.ai:** Alternatywa dla ChatGPT, którą można "nakarmić" wiedzą o nas, dzięki czemu będziesz otrzymywać spersonalizowane odpowiedzi. Osobiście wykorzystuję Claude do szukania inspiracji, pogłębienia różnych tematów, kwestionowania jakości moich wpisów czy chociażby odblokowywania kreatywności – gdy akurat nie mam weny.
-  **Perplexity:** Świetne narzędzie do researchu. Jeśli cenisz sobie dane, merytorykę i prawdę w tym, co przekazujesz, to warto robić research. Łatwo dzisiaj powielić nieprawdę, a Perplexity pomaga w tym, aby lepiej zrozumieć dane zagadnienie i oprzeć się na danych.
-  **Notion:** Skuteczne budowanie marki wymaga planowania. Pomaga w tym Notion. Planujesz sobie tam posty, widzisz wszystko z różnych perspektyw, przechowujesz posty, a także dostajesz różne przypomnienia, które pomagają utrzymać regularność. To ułatwia sprawę.



Trzy rady, które pomogą Ci zbudować silną markę osobistą:



ProTip #1

Postaw na autentyczność i wartości –

Twoja marka powinna odzwierciedlać to, kim naprawdę jesteś. Autentyczność pomaga budować zaufanie i przyciągać osoby o podobnych wartościach.

Pamiętaj, że szczerść i osobiste zaangażowanie należą teraz do najważniejszych trendów, szczególnie w dobie AI oraz postępującej automatyzacji.



ProTip #2

Bądź widoczny i zaangażowany –

Regularnie uczestnicz w wydarzeniach na żywo i online, aby zwiększyć swoją rozpoznawalność. Śledź trendy kształtujące rynek, takie jak sztuczna inteligencja czy cyberbezpieczeństwo.

Twórz treści, które przemawiają do twojej publiczności. Pamiętaj, zawsze możesz zmienić strategię lub przeprowadzić rebranding, gdy zajdzie taka potrzeba.



ProTip #3

Inwestuj w rozwój i edukację –




Dbanie o nieustanny rozwój umiejętności pozwala wyróżnić się na tle konkurencji. To nie tylko sposób na budowanie marki eksperta, ale także sygnał dla odbiorców, że jesteś gotów podejmować wyzwania i adaptować się do zmieniającego się środowiska. Regularnie uczestnicz w webinarach, które są doskonałą okazją do poszerzania wiedzy oraz nawiązywania wartościowych kontaktów.

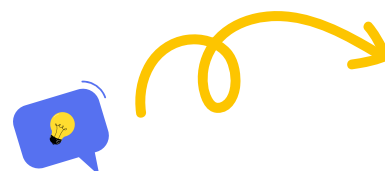


Tomasz Wierocy

Cybersecurity
Compliance Expert
w Volvo Group

Trzy pomocne narzędzia na 2025 rok:

-  **Canva** – Narzędzie do projektowania graficznego, które dzięki funkcjom AI ułatwia tworzenie profesjonalnych materiałów wizualnych na social media i strony internetowe. Funkcja Magic Design pozwala automatycznie generować szablony dostosowane do Twojej marki. To jest mój numer 1.
-  **Copilot Office 365** – Inteligentne narzędzie AI w pakiecie Microsoft, które automatyzuje tworzenie dokumentów, raportów i prezentacji. Ułatwia zarządzanie e-mailami i kalendarzem, zwiększając efektywność codziennej pracy. Pomaga w szybszym tworzeniu treści i lepszej organizacji zadań, co pozwala na bardziej efektywne zarządzanie marką osobistą.
-  **Platformy webinarowe** to świetny sposób na łatwe prowadzenie prezentacji, szkoleń i spotkań online. Dzięki nim można docierać do odbiorców na całym świecie, angażować ich przez czat i ankiety, a także nagrywać wydarzenia do późniejszego wykorzystania. To prosty ale efektywny sposób na budowanie relacji i rozwijanie marki w cyfrowym świecie.





Budowanie silnej marki, także tej osobistej, wymaga strategicznego podejścia, konsekwentnego działania i sprawdzonych narzędzi. Warto oprzeć ją na trzech kluczowych filarach:



Grzegorz Węglarz
Dyrektor marketingu
w ClickMeeting



ProTip #1

Dziel się wartościową wiedzą: warto skupić się nie tylko na teorii, ale też na praktycznym know-how, które realnie pomaga odbiorcom rozwiązywać ich problemy. Nie chodzi tu o powierzchowne porady, ale o głębokie zrozumienie potrzeb swojej społeczności i dostarczanie jej konkretnych rozwiązań. Pamiętajmy, że najlepszy content to taki, który powstaje na przecięciu naszych kompetencji i potrzeb odbiorców. Ale liczy się też forma. A pod tym względem naprawdę świetnym medium są webinaru.



ProTip #2

Buduj interaktywne relacje: sama obecność w mediach społecznościowych to za mało. Prawdziwa siła marki osobistej tkwi w budowaniu autentycznych interakcji z odbiorcami. Webinary, sesje Q&A czy warsztaty online to świetne narzędzia do tworzenia przestrzeni dialogu. Pozwalają nie tylko na przekazywanie wiedzy, ale przede wszystkim na otrzymywanie bezpośredniego feedbacku i lepsze zrozumienie potrzeb społeczności. Zauważamy, że właśnie te bezpośrednie interakcje budują najsilniejsze i najtrwalsze relacje z odbiorcami.



ProTip #3

Mierz się z krytyką: paradoksalnie pojawienie się krytycznych głosów często świadczy o tym, że Twoja marka zaczyna być zauważalna i wpływowa. Nie należy się więc nią przejmować, ale warto nauczyć się konstruktywnie na nią reagować. Krytyka może być cennym źródłem feedbacku i inspiracją do rozwoju. Kluczowe jest jednak zachowanie profesjonalizmu i skupienie się na merytorycznej dyskusji zamiast wchodzenia w osobiste konflikty.

W budowaniu profesjonalnej marki osobistej nieocenione są odpowiednie narzędzia. Poniżej znajdziesz trzy inspiracje:

✔ **Narzędzia AI do tworzenia wideo i grafik:** w naszym zespole wykorzystujemy kombinację różnych rozwiązań. W przypadku formatów wizualnych, które dziś w świecie marketingu odgrywają pierwszoplanową rolę, są to m.in. Runway do tworzenia materiałów wideo, Midjourney do generowania grafik oraz Eleven Labs do produkcji wysokiej jakości warstwy lektorskiej. Te narzędzia pozwalają znacząco podnieść jakość produkowanych materiałów przy zachowaniu rozsądnego budżetu.

✔ **Claude:** to narzędzie AI nowej generacji, które wykorzystujemy jako wsparcie w procesie twórczym – od researchu po tworzenie i optymalizację treści. Efekty są naprawdę znakomite. Kluczowe jest jednak zachowanie własnego głosu i wykorzystywanie AI jako narzędzia wspomagającego, a nie zastępującego ludzką kreatywność.

✔ **Ahrefs:** widoczność organiczna wciąż jest nie do przecenienia. Ahrefs pomaga nam w strategicznym planowaniu obecności online poprzez analizę słów kluczowych, monitoring pozycji w wynikach wyszukiwania czy optymalizację treści pod kątem SEO. To narzędzie jest szczególnie istotne w długoterminowym budowaniu rozpoznawalności marki.








Lech Wikaryjczyk
Szef zespołu marketingu Publink



Właśnie montuję film z obecności kilku osób z Publink na WebSummit w Lizbonie. Po co? Bo jeśli firma walczy o dobrych pracowników, to może pokazywać np. koncentrację talentów w organizacji (potocznie: fajni ludzie u nas pracują) oraz to, jak dba o ich rozwój. **Właśnie tak traktuję LinkedIn w obecnym miejscu pracy: jako narzędzie employer brandingowe, którym zbuduję tożsamość firmy na zewnątrz.** Co do historii zresztą, to muszę zrobić w tym miejscu polecijkę: najważniejszą dla mnie książką o HR (bardzo szeroko pojętym) jest wydana w tym roku pozycja dra Bartosza Bracha i dra hab. Jacka Wasilewskiego pt. „Organizacja to opowieść”. Czapki z głów, bo czyta się jak powieść sensacyjną, a jest po brzegi wypełniona wiedzą i badaniami. Wracając do największego wybiegu mody w biznesie (LinkedIn), to kluczem jest zbudowanie spójnej tożsamości i konsekwentne, regularne jej wyrażanie: wiele osób zachowuje się na LinkedIn niczym obwoźni sprzedawcy odkurzaczy. Natrętne promowanie swoich usług lub siebie, to nie jest droga, która zbuduje wokół Ciebie wartościową społeczność.

ProTips

Najwięcej leadów pozyskujemy dzięki webinarom, działaniom marketing automation oraz relacjom. Do tego

ostatniego najlepszym narzędziem jest pomocne (nie mylić z opiekuńcze) podejście: na szczęście AI nas w tym jeszcze długo nie zastąpi. Jeśli zaś mowa o narzędziach, to cenię integracje, bo marketer może używać kilkunastu narzędzi, co doprowadza do ształu i jest stratą czasu, albo zdecydować się na kilka “kombajnów”, które zaopiekują się jego/jej potrzebami.  **Dobry CRM** z rozbudowanymi funkcjami marketingowymi, dobre narzędzie do realizacji wydarzeń (np.  **ClickMeeting**, którego używałem w kilku organizacjach) i narzędzia analityczne, to moja trójca marketingowa. Oczywiście do tego dochodzi  **ChatGPT.**





3 kluczowe wskazówki, jak skutecznie budować silną markę w 2025 roku:



ProTip #1

Dominacja formatów wideo w budowaniu świadomości marki: w dzisiejszym świecie nie możesz czekać, aż klient Cię znajdzie przez wyszukiwarkę – musisz być obecny w jego życiu na długo przed pojawieniem się potrzeby. Klienci poznają rozwiązania swoich przyszłych problemów nawet kilka miesięcy wcześniej, scrollując content na TikToku, YouTube czy Instagramie.



ProTip #2

Buduj wyraziste skojarzenia marki: sukces marki nie polega na byciu kompletnie odmiennym od konkurencji, a raczej na tworzeniu silnych skojarzeń z konkretnymi momentami życia konsumentów. Coca Cola stała się synonimem rodzinnego obiadu, Ben & Jerry's kojarzy się z wieczornym seansem Netflix, a NIKE z porannym bieganiem. To właśnie te codzienne sytuacje (Category Entry Points) sprawiają, że marka naturalnie pojawia się w głowie konsumenta w odpowiednim momencie.



ProTip #3

Performance Marketing jako fundament wzrostu: w świecie pełnym innowacyjnych rozwiązań marketingowych Performance Marketing (Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads) pozostaje najbezpieczniejszą metodą inwestowania budżetu marketingowego. Jego kluczową przewagą jest precyzyjna kontrola wydatków – możesz dokładnie określić i monitorować każdą wydaną złotówkę, co nie jest możliwe w wielu innych kanałach.

**Artur Witoś**Marketing Manager
w Plenti

Polecane narzędzia:



Make.com: Make.com demokratyzuje automatyzację, czyniąc ją dostępną nawet dla osób nietechnicznych. To narzędzie pozwala znacząco zwiększyć efektywność pracy poprzez inteligentne łączenie różnych aplikacji i automatyzację powtarzalnych czynności.



Todoist: Nasz umysł stworzony jest do generowania pomysłów, nie do ich przechowywania. Todoist doskonale sprawdza się jako system organizacji zadań, pozwalając na uporządkowanie wszystkich obowiązków w przejrzystej formie.



Notion: To wszechstronne narzędzie łączy w sobie funkcje notatnika, bazy wiedzy, systemu zarządzania projektami i przestrzeni do współpracy zespołowej. Notion wyróżnia się elastycznością i możliwością dostosowania do indywidualnych potrzeb, co czyni go idealnym rozwiązaniem dla rozwijających się marek i biznesów.





Silna marka osobista opiera się na trzech filarach:



Karolina Wójcik

Psycholożka
i trenerka biznesu



Autentyczność – Buduj swój przekaz w oparciu o rzeczywiste działania realizowane przez Twoją firmę. Ćwicz krytyczne myślenie i ucz się rozpoznawać komunikaty „washingowe”, aby stworzyć odpowiedzialną i spójną komunikację swojej marki.

ProTip #1



Uważność – Śledź trendy i innowacje, ale podejmuj decyzje o ich wdrażaniu z rozważą i starannością, dostosowując je do potrzeb swojej firmy.

ProTip #2



Systematyczność – Skuteczna komunikacja marki wymaga systematyczności, niezależnie od wybranego kanału. Pamiętaj, by dbać o swoich odbiorców i regularnie dostarczać im wartościowe treści.

ProTip #3



Przydadzą Ci się te trzy narzędzia:

✔ **LinkedIn** – Zaawansowana analityka treści i odbiorców pozwala monitorować efektywność postów, zasięg oraz preferencje odbiorców. Dzięki temu możesz sprawdzić, czy realizujesz swoje cele zgodnie z założeniami, czy też konieczny jest ich ponowny przegląd.

✔ **Canva** – Szablony do projektowania graficznego z funkcjami AI, umożliwiające szybkie i intuicyjne tworzenie atrakcyjnych materiałów marketingowych.

✔ **ChatGPT** – Last but not least – wykorzystuj AI-owego asystenta do analizy swoich komunikatów z perspektywy różnych grup odbiorców. Narzędzia AI pomogą Ci ćwiczyć przyjmowanie innych punktów widzenia i doskonalić komunikację.





Budując silną markę osobistą, pokazuję światu, kim naprawdę jestem: to unikalna kompozycja mojej historii, wartości i umiejętności, które otwarcie i konsekwentnie prezentuję. Zwracam uwagę na trendy cyfrowe i społeczne, ale pamiętam, że moja autentyczność i empatia są kluczowe – to one pozwalają mi nawiązać prawdziwe i wartościowe relacje.



Renata Wójcik

Manager innowacji
Veolia term, Trener biznesu
i rozwoju osobistego



Trudno mi polecić konkretne aplikacje, ale mam trzy istotne rady:



ProTip #1

Zacznij od siebie – potrzebujesz samoświadomości: Głębokie zrozumienie własnych mocnych stron, ograniczeń i motywacji da Ci moc, ale i pokorę.



ProTip #2

Zapewnij spójność i autentyczność: Zwróć uwagę na zgodność pomiędzy tym, co mówisz i robisz, a tym, w co wierzysz. Nie kopiuj innych. Jesteś jedyną niepowtarzalną wersją siebie i dzięki temu Twoja marka będzie unikalna.



ProTip #3

Zadbaj o empatię i relacje: Prawdziwe zainteresowanie innymi i zdolność do budowania głębokich, znaczących relacji to kluczowe elementy w budowaniu wartościowej marki osobistej.

✔️ **Warsztaty rozwoju osobistego:** Znajdź coś właściwego dla siebie, co pozwoli Ci poznać lepiej samego siebie, np. Heros Navigares, tj. Podróż Bohatera – coaching. Zapraszam 😊!

✔️ **LinkedIn:** Buduj sieć kontaktów, interesuj się światem i ludźmi.

✔️ **Networking:** Bywaj na spotkaniach na żywo, twórz wartościowe relacje, daj sobie szansę na różnorodność, która rozwija i poszerza perspektywę myślenia.





Jak budować swoją markę?

Na przekór kanonom i utartym ścieżkom:

- #1 **Osobiście** (nie, nie przekonuje mnie zlecenie tego innym)
- #2 **Po ludzku** (serio, ten czy inny model AI jako generator treści?)
- #3 **Autentycznie** – a to akurat można osiągnąć na poziomie minimum, chociażby uwzględniając dwie poprzednie rady.



Jak tak sobie patrzę na marki osobiste i ich rankingi, to widzę kilka modeli, żaden mnie nie przekonuje. **Model #1:** prezes-omnibus, wszystko wie, wszędzie był, zbawi świat, na nic tłumaczenie mu, że styl i idee są oderwane od rzeczywistości, ba, hejterami nazwie tych, którzy mu pokażą, że kierowana przezeń organizacja sama ma problem z... jego ideami. **Model #2:** marka osobista znajdująca się na wszystkim. Coś jak lekarz od każdej choroby, przekonuje? **Model #3:** szumidło, ale nie zagłuszacz, tylko niestrudzony nadawca (właściwie lepiej: nadajnik) treści, które może mają i zasięgi, ale z treścią w treści bywa różnie... Moi studenci mówili mi, że sens mają mikroinfluencerzy, znajdujący się świetnie na swojej, nawet nie do końca popularnej dziedzinie. Może to jest droga dla marek osobistych? Inaczej czeka nas potop ekspertów od bycia ekspertami, co być może odnosi się nawet do piszącego te słowa 😊.



Damian Ziąber

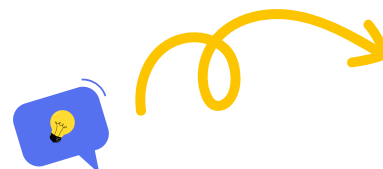
Rzecznik prasowy, PR-owiec,
wykładowca akademicki



Na pytanie o przydatne aplikacje / narzędzia online odpowiem z punktu widzenia użytkownika-odbiorcy treści wybranych starannie marek osobistych. Ci, których czytam, słucham i oglądam, są dobrzy w tłumaczeniu świata. Ale potrzebują do tego narzędzi, także i ja potrzebuję aplikacji do słuchania, oglądania i czytania.

✔️ **Agregatory newsów – tak,** ✔️ **aplikacje do muzyki – tak (choć tutaj jestem ze starej szkoły),** ✔️ **aplikacje do podcastów – tak.**

Wybaczcie, że nie podaję nazw – big techy sobie poradzą bez mojej reklamy. Kto kręci filmy – wie, kto nagrywa sam dźwięk – wie, a kto pisze i wrzuca do sieci – też wie. Jedna refleksja na koniec – „uwielbiam” wyczelowane fotki, nierealne, że aż po oczach daje. Drogie marki – odrobina naturalności, ba, nawet błędu w montażu, ujęciu, nagraniu, wypowiedzi nie tylko, że nikomu nie zaszkodziła, to jeszcze dodała punktów do wizerunku.





Przemysław Zieliński

Redaktor w MamStartup,
CEO Wielka Radość



Nie trać z oczu problemów

swoich odbiorców – ludzie nawiązują z nami więź, bo czują, że rozumiemy ich troski czy bolączki, bez względu na to, czy są to problemy emocjonalne, filozoficzne czy materialne.

ProTip #1



Myśl jak poeta, nawet jeśli działasz w technicznej branży

– stale poszukuj nowych metafor, świeżych porównań, nieoczywistych zestawień, bo tylko dzięki takiemu żywemu językowi ludzie będą wciąż ciekawi tego, co piszesz, nawet jeśli teoretycznie wciąż piszesz o tym samym.

ProTip #2



Daj ludziom poczucie ekskluzywności i dostępu do czegoś wyjątkowego

– dlatego powstrzymaj się od dzielenia się z nimi rzeczami błahymi, dobrze im znanymi, zgranymi do cna, w zamian motywuj się do podejmowania tematów mniej oczywistych lub w sposób mniej oczywisty.

ProTip #3

✔ **Adobe Photoshop Express** –

niezastąpiony do edycji zdjęć i dający potężne narzędzie, aby nasze selfies przerobić tak, aby wyróżniały się na tle innych fotografii wrzucanych do social media. Przydatna funkcja: „Korekty”.

✔ **Buffer** – niezmiennie niezastąpione

narzędzie do planowania contentu, rozrzucania go po naszych przeróżnych kanałach i umiejętnego recyklingu treści. Przydatna funkcja: „Planowanie”.

✔ **Strava** – jako że bycie zdrowym

i sprawnym pomaga naszemu wizerunkowi, to warto mieć pod ręką (albo na nadgarstku) Stravę, która motywuje nas do utrzymywania ciała w ruchu, czy to w biegu, czy w pływaniu, czy w pedałowaniu. Przydatna funkcja: „Wyzwania”.





Oprzyj budowę marki osobistej na trzech fundamentach:



Autentyczność i spójność: Skuteczna marka osobista opiera się na autentycznym przekazie i spójności w działaniach, co buduje zaufanie odbiorców i wzmacnia Twoją wiarygodność. Regularna obecność na platformach takich jak LinkedIn, Instagram czy X pomaga budować relacje i pozycję eksperta.

ProTip #1



Profesjonalizm: Unikaj pustych frazesów i przesadnych określeń, takich jak "ninja social mediów" czy "guru marketingu", które nie wnoszą realnej wartości. Zamiast tego podkreślaj konkretne osiągnięcia, które wyraźnie pokazują Twoje kompetencje. Współcześni odbiorcy cenią transparentność, a nadmiernie górnolotne opisy mogą podważyć wiarygodność Twojej marki osobistej.

ProTip #2



Wykorzystanie narzędzi AI do personalizacji treści: Analizując potrzeby swojej publiczności, możesz dostarczać im unikalne, dostosowane treści, które lepiej odpowiadają na ich oczekiwania. Personalizowany przekaz przyciąga uwagę i buduje trwałe relacje, co jest kluczowe w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu mediów społecznościowych.

ProTip #3



Nina Żwirko

Manager komunikacji i PR



W budowaniu silnej marki osobistej przydatne będą te narzędzia:



Canva: Narzędzie do projektowania graficznego, które umożliwia tworzenie profesjonalnych materiałów marketingowych bez potrzeby zaawansowanych umiejętności. W 2025 roku Canva oferuje jeszcze bardziej rozbudowane funkcje automatyzacji, edytor wideo oraz szablony do dynamicznych kampanii na mediach społecznościowych.



ChatGPT: ChatGPT może wspierać budowanie marki osobistej poprzez szybkie generowanie treści, takich jak posty na media społecznościowe, artykuły blogowe czy scenariusze do wideo, które będą dopasowane do stylu i potrzeb odbiorcy. Dodatkowo może analizować trendy i dostarczać rekomendacje dotyczące strategii komunikacyjnej, co pozwala na skuteczniejsze pozycjonowanie się jako ekspert w branży.



Later: Narzędzie do planowania i publikowania treści w mediach społecznościowych, szczególnie przydatne dla marek osobistych działających na Instagramie, TikToku i Pinterest. Later oferuje bardziej zaawansowane analizy trendów oraz rekomendacje czasów publikacji oparte na algorytmach AI, co pomaga w optymalizacji zasięgów i zaangażowania w treści.



