

Spis treści

**O Autorze** | 3

## **Rozdział I.**

Wstęp | 5

## **Rozdział II.**

Jak Polacy korzystają z mediów społecznościowych?

Podstawowe statystyki | 6

## **Rozdział III.**

Facebook podstawowym wyborem dla banku spółdzielczego.

Podstawy konfiguracji konta | 9

## **Rozdział IV.**

Jakie posty tworzyć na Facebooku, aby zaangażować odbiorców | 11

Jak często i o jakich porach publikować posty? | 14

Jak stworzyć angażujące posty? | 15

## **Rozdział V.**

Płatna reklama na Facebooku: menedżer reklam, piksel Facebooka,  
biblioteka reklam na Facebooku | 17

Menedżer firmy | 17

Zatem jaką mamy alternatywę? | 18

Piksel Facebooka | 21

Biblioteka reklam na Facebooku | 22

## **Rozdział VI.**

Instagram w promocji banku spółdzielczego | 24

Jak rozpocząć? | 24

O czym pamiętać prowadząc konto na Instagramie? | 24

## **Rozdział VII.**

LinkedIn – czy to dobry wybór dla banku spółdzielczego? | 26

O czym pamiętać prowadząc konto na LinkedIn? | 26

## **Rozdział VIII.**

Podsumowanie | 27

**Słownik** | 28