

Jak prowadzić Fanpage Grupy BNI na Facebooku?

Instrukcja tworzenia i prowadzenia profili
Grup Członkowskich BNI Polska na Facebooku

2023-2026

1. Spis treści

1. Profile Grup Członkowskich BNI na Facebooku	3
1.1. Dlaczego warto, aby Członkowie Grup BNI prowadzili profile Grup Członkowskich za pośrednictwem platformy Facebook?	3
1.2. Dlaczego Biuro Narodowe prowadzi nadzór nad profilami Grup BNI na Facebooku?	3
2. Jak założyć nowy fanpage Grupy BNI	4
2.1. Role administracyjne na profilu Grupy BNI na Facebooku:	4
3. Wytyczne prowadzenia Profilu Grupy BNI na poziomie graficznym	5
3.1. Dlaczego Biuro Narodowe prowadzi nadzór spójności graficznej nad profilami Grup BNI na Facebooku?	5
3.1. Jak powinien wyglądać fanpage Grup Członkowskich BNI Polska?	6
3.2. Jak powinny wyglądać posty na Grupach Członkowskich BNI Polska?	7
4. Wytyczne prowadzenia profilu Grupy BNI na poziomie językowym	12
4.1. Dlaczego Biuro Narodowe prowadzi nadzór spójności językowej nad profilami Członkowskimi Grup BNI Polska na Facebooku?	12
5. Dobre praktyki prowadzenia profilu Grupy BNI na Facebooku	13
6. Member Advocacy - Wsparcie Członków Grupy	14
7. Pamiętaj!	14

1. Profile Grup Członkowskich BNI na Facebooku

Grupa na Facebooku to społeczność użytkowników, którzy łączą się w ramach określonego tematu lub zainteresowania, aby dzielić się informacjami, poglądami i doświadczeniami. Grupa na Facebooku może być otwarta, co oznacza, że każdy użytkownik Facebooka może do niej dołączyć i przeglądać jej treści lub zamknięta, co oznacza, że administrator grupy musi zaakceptować prośbę o dołączenie do grupy.

W grupie na Facebooku Członkowie BNI mogą publikować posty, zdjęcia i filmy, komentować, lajkować, i udostępniać treści innych użytkowników. Grupy na Facebooku są narzędziem do dzielenia się informacjami z życia społeczności BNI oraz do networkingu.

Grupy na Facebooku mają wiele zalet, takich jak umożliwienie łatwego i szybkiego dzielenia się informacjami, nawiązywania kontaktów z ludźmi o podobnych zainteresowaniach czy prowadzenia dyskusji i wymiany doświadczeń.

1.1. Dlaczego warto, aby Członkowie Grup BNI prowadzili profile Grup Członkowskich za pośrednictwem platformy Facebook?

Dzięki prowadzeniu profili Grup Członkowskich na Facebooku Grupy BNI mogą:

- Wsparcie działalność swojej Grupy BNI,
- zwiększyć jej widoczność w Internecie,
- wpłynąć na zapraszanie i pozyskiwanie nowych Członków do Grupy BNI.

1.2. Dlaczego Biuro Narodowe prowadzi nadzór nad profilami Grup BNI na Facebooku?

Działania we współpracy między profilami Grup BNI i Biura Narodowego, wpływają na:

- **indeksowanie:** zachowanie spójności komunikacji wszystkich podmiotów w BNI wpływa na działanie robotów sieciowych, a te na indeksowanie naszych treści. Indeksowanie to zbieranie informacji o treści, frazach kluczowych, linkach i obrazach znajdujących się na stronie i zapisywanie ich w bazie danych wyszukiwarki. Korzystając z wyszukiwania, przeszukujemy właśnie tę bazę danych (indeks), a nie wszystkie witryny w internecie bezpośrednio. A zatem, szukając informacji w internecie o BNI, przeszukujemy tak naprawdę indeks Google, a im lepszy indeks mają nasze treści tym łatwiej potencjalni odbiorcy je znajdują.
- **budowanie i ochrona wizerunku BNI:** fanpage Grupy Członkowskiej jest postrzegany jako część marki BNI, ponieważ zawiera logo organizacji i odnosi się do niej w opisie strony. Dlatego ważne jest, aby strona ta była spójna ze stronami BNI i aby strony wspólnie pracowały nad budową wizerunku marki.
- **wspólną naukę:** dane pozyskane z działań globalnych i lokalnych dają szerszy obraz zachowań Członków i prospektów. Ich korelacja może się przyczynić do wyciągania lepszych wniosków i dostosowywania działań do potrzeb rynku, a tym samym przyczynić się do zwiększenia zainteresowania organizacją.

Aby powyższe było możliwe Biuro Narodowe powinno mieć dostęp administratorski do każdego fanpage'a Grupy BNI, Grupy Whatsapp czy kanału na Youtube.

2. Jak założyć nowy fanpage Grupy BNI

W przypadku chęci założenia nowego fanpage'a Grupy BNI zgłoś się mailowo do działu marketingu pod adresem marketing@bnipolska.pl z informacjami takimi jak:

- Pełna nazwa Grupy,
- bezpośrednie linki do profili osób, które będą zarządzać fanpage'em,
- adresy e-mail osób, które będą zarządzać fanpage'em.

Dział marketingu BNI Polska założy profil, zabezpieczy oraz nada pełne uprawnienia wskazanym osobom.

2.1. Role administracyjne na profilu Grupy BNI na Facebooku:

Dodaj nową osobę	
1 Dział Marketingu BNI Polska	1 Headadmin : osoba z działu marketingu BNI Polska
2 Dyrektor Asystujący Grupy	2 Administrator : Dyrektor Asystujący Grupy
3 Zarząd Grupy BNI	3 Administrator/Moderator : Zarząd Grupy
4 Koordynator ds. SM Grupy	4 Administrator/Moderator : Koordynator ds. mediów społecznościowych Grupy
Dodaj nową osobę	
Zarządzaj	

3. Wytyczne prowadzenia Profilu Grupy BNI na poziomie graficznym

3.1. Dlaczego Biuro Narodowe prowadzi nadzór spójności graficznej nad profilami Grup BNI na Facebooku?

Podstawowym nośnikiem strategii marketingowej jest identyfikacja wizualna, czyt. logo. Identyfikację graficzną powinna charakteryzować spójność. Ważne, aby odbiorca, który nie zna marki BNI bądź nie zna Grupy BNI w swoim mieście/regionie bez względu na to, gdzie o niej przeczyta, mógł ją łatwo skojarzyć na podstawie koloru, znaku, czcionki, grafiki etc. Takie podejście do kwestii graficznej jest również wyznacznikiem profesjonalizmu. Ma to szczególne znaczenie w przypadku budowaniu wizerunku.

BNI Polska kontroluje zgodność z brandem profili Grup BNI na Facebooku z następujących powodów:

- **Ochrona wizerunku marki:** Franczyzodawca inwestuje dużo czasu i środków w budowanie i utrzymywanie silnej marki. Kontrolowanie zgodności z brandem Członków BNI pozwala na utrzymanie spójności i jakości wizerunku marki we wszystkich lokalizacjach, co przekłada się na budowanie zaufania i lojalności klientów. Potencjalni Członkowie BNI mogą łatwiej rozpoznać markę i zidentyfikować z nią wartości i ofertę.
- **Zapewnienie spójności komunikacji:** Kontrolowanie zgodności pozwala również na zapewnienie spójności komunikacji pomiędzy Członkami BNI oraz pozwala na uniknięcie błędów lub nieporozumień.
- **Ochrona wartości marki:** Kontrolowanie zgodności z brandem pozwala również na ochronę wartości marki, takich jak jakość, profesjonalizm i innowacyjność. Dzięki temu franczyzodawca może zachować jednolity poziom obsługi Członków BNI i oferowanych usług we wszystkich lokalizacjach.
- **Zwiększenie rozpoznawalności:** Kontrolowanie zgodności pozwala również na zwiększenie rozpoznawalności marki wśród klientów Członków BNI i potencjalnych Członków BNI.
- **Budowanie zaufania:** Spójny przekaz graficzny wpływa na postrzeganie marki jako profesjonalnej i rzetelnej.

Podsumowując, kontrolowanie zgodności z brandem jest ważne, ponieważ pozwala na ochronę wizerunku marki, zapewnienie spójności komunikacji, ochronę wartości marki oraz zwiększenie jej rozpoznawalności.

Istnieje wiele przykładów na to, jak spójność komunikacji graficznej marki wpływa na jej postrzeganie przez klientów. Oto niektóre z nich:

- **Coca-Cola:** Coca-Cola to jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek na świecie, a jej spójny przekaz graficzny odgrywa w tym dużą rolę. Wszystkie produkty Coca-Coli mają charakterystyczne logo, kolorystykę i czcionkę, dzięki czemu marka jest łatwo rozpoznawalna i kojarzona z jakością.
- **Apple:** Apple to kolejna marka, która ma bardzo spójny przekaz graficzny. Logo z charakterystycznym wycięciem w jabłku, minimalistyczna czcionka i stylowe produkty, które wpisują się w estetykę marki - wszystko to przyczynia się do wyjątkowości i rozpoznawalności Apple.
- **Nike:** Nike to kolejny przykład marki, która ma bardzo spójny przekaz graficzny. Logo z charakterystycznym znaczkiem Swoosh, kolorystyka i czcionka, wszystko to przyczynia się do rozpoznawalności marki oraz budowania jej wizerunku jako producenta sportowych produktów najwyższej jakości.
- **McDonald's:** McDonald's ma charakterystyczne logo z napisem w charakterystycznych kolorach czerwonym i żółtym, co czyni markę łatwo rozpoznawalną. Ponadto, wszystkie restauracje McDonald's mają podobny wystrój i kolorystykę, co przyczynia się do spójnego wizerunku marki.
- **IBM:** IBM to przykład marki, która ma bardzo spójny przekaz graficzny, łączący minimalistyczną czcionkę i charakterystyczne niebieskie logo. To przyczynia się do wyjątkowości i rozpoznawalności marki, która kojarzona jest z zaawansowanymi technologiami.

Wszystkie te marki potwierdzają, że spójność przekazu graficznego jest ważna i może przyczynić się do

rozpoznawalności i sukcesu marki na rynku.

3.1. Jak powinien wyglądać fanpage Grup Członkowskich BNI Polska?

Strony



BNI Polska

Usługi biznesowe · 4,8 / 5 · 8,4 km · **Czynne całą dobę** · 19 tys. polubień · 4 posty w ciągu ostatnich 2 tygodni

BNI to największa w Polsce i na świecie organizacja networkingu biznesowego. Przedsiębiorcy tworzą społeczność, w której pomagają sobie w rozwijaniu biznesów. Dziel...



Ola Podzińska i 13 innych znajomych lubią to

Lubisz to

Zobacz wszystkie

Grupy



BNI - Dam rekomendację

Prywatna · 1,5 tys. członków · 25 nieprzeczytanych postów · Należy od: czerwiec 2022

Grupa "Dam rekomendację" to platforma służąca do zgłaszania i oferowania zleceń oraz przekazywania kontaktów innym Członkom BNI Polska. Jeśli więc masz rekomendację i...

Odwiedź



Członkowie BNI Polska

Prywatna · 1 tys. członków · 1 nieprzeczytany post · Należy od: czerwiec 2022

Niniejszy regulamin określa ogólne zasady korzystania z Grupy "Członkowie BNI Polska", która ma być platformą wymiany informacji pomiędzy Członkami BNI, jak również stanowi...

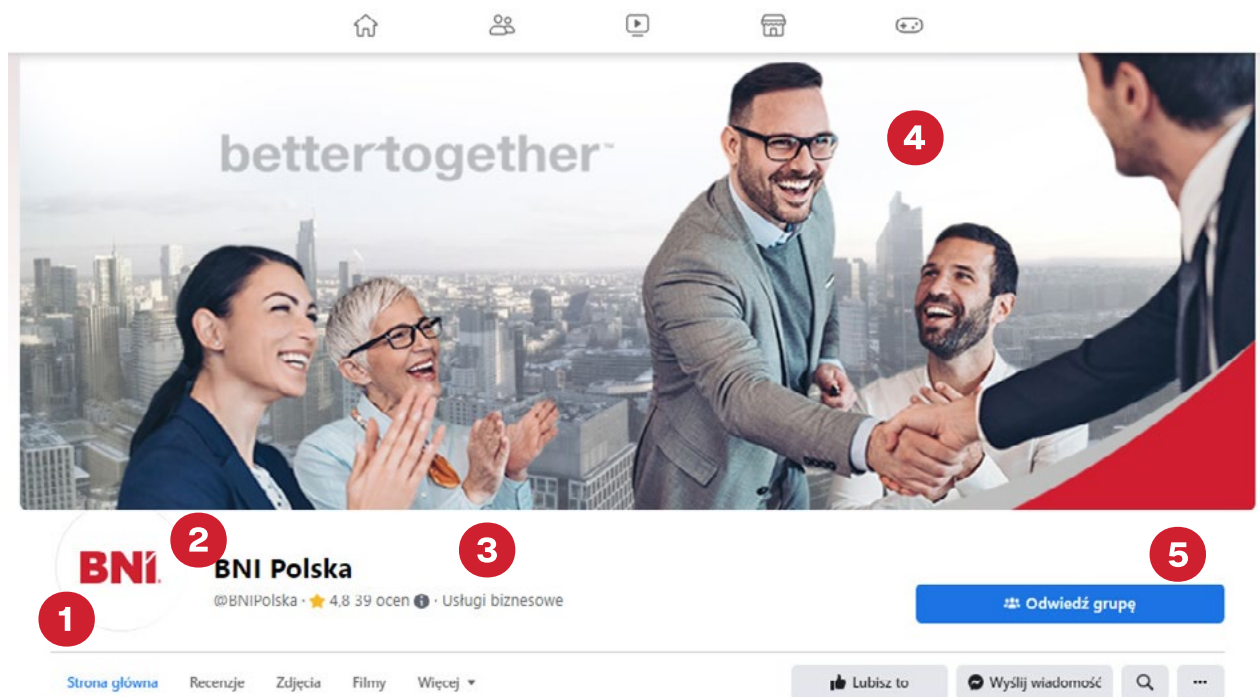
Odwiedź

Zobacz wszystkie

- Logo Grupy BNI** - zostanie ustawione przez Biuro Narodowe
- Określenie branży** - zostanie wpisane przez Biuro Narodowe
- Opis fanpage** - zostanie ustawiony przez Biuro Narodowe względem formułka*
- Godziny pracy** - fanpage powinien być dostępny o każdej porze dnia i nocy, stąd rekomendujemy pozostawić „**czynne całą dobę**”
- W przypadku Grupy facebookowej** - ustaw Grupę **prywatną**

*Formuła fanpage'a:

BNI to największa w Polsce i na świecie organizacja rekomendacji biznesowych. Przedsiębiorcy tworzą społeczność, w której pomagają sobie w rozwijaniu biznesów. Dzielą się know-how i rekomendacjami, co przekłada się na wymierne korzyści.



- Logo Grupy - ustawiane przez Biuro Narodowe
- Identyfikator strony, zgodny z Twoją nazwą Grupy
- Branża – ustawiane przez Biuro Narodowe
- Zdjęcie w tle - ustawiane przez Biuro Narodowe
- Przycisk interakcji (CTA) ustaw:
 - „odwiedź Grupę” jeśli chcesz przekierować użytkownika do www,
 - „wyślij wiadomość” jeśli chcesz aby, użytkownik napisał do Twojej strony wiadomość,
 - „skontaktuj się z nami” w przypadku wykonania połączenia telefonicznego.

3.2. Jak powinny wyglądać posty na Grupach Członkowskich BNI Polska?

Najlepszym formatem postów na Facebooku są zdjęcia i krótkie filmy. Możesz również używać tekstu, ale powinien być on krótki i zawierać odpowiednie hasła kluczowe, które pomogą użytkownikom w wyszukiwaniu Twojego postu. Pamiętaj, aby regularnie publikować nowe treści oraz zachęcić swoich odbiorców do kliknięcia i polubienia Twojej strony.

Optymalne wymiary grafik:

- 1080x1920px FHD - post pionowy, tzw. 3:4
- 1200x628px FHD - post poziomy, szybciej się ładuje (proste grafiki)
- 1080 x 1080px FHD - post kwadratowy, najbezpieczniejszy format, wyświetlający się tak samo na wszystkich urządzeniach (mobile, tablet, desktop) bez względu na markę czy wersję.

Szablony grafik do postów dotyczących:

- wydarzeń/spotkań (od lewej: Square, Stories, Event Cover)



- podziękowanie za biznes/rekomendację (od lewej: Square, Stories, Event Cover)



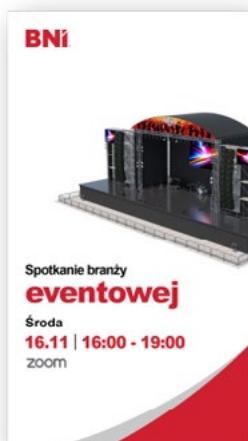
- poszukiwanie Członków danej branży (od lewej: Square, Stories, Event cover)



- prezentacja Członka (od lewej: Square, Stories, Event cover)



- spotkanie branżowych (od lewej: Square, Stories, Event cover)



- komunikacja liczb (od lewej: Square, Stories, Event cover)



- case study/success story (od lewej: Square, Stories, Event cover)



Logo Grupy

Z uwagi na zróżnicowane logo niektórych Grup, postanowiliśmy przygotować logo każdej Grupy BNi tak, aby były one jak najlepszej jakości, pasujące do identyfikacji wizualnej marki oraz dostosowane do wymagań portali społecznościowych.

- 🔗 Paczka logotypów
- 🔗 Szablony Facebook dla Grup
- 🔗 Szablony LinkedIn dla Grup
- 🔗 Zdjęcie w tle FB (820x312)



- 🔗 Zdjęcie w tle LinkedIn (1204x204)

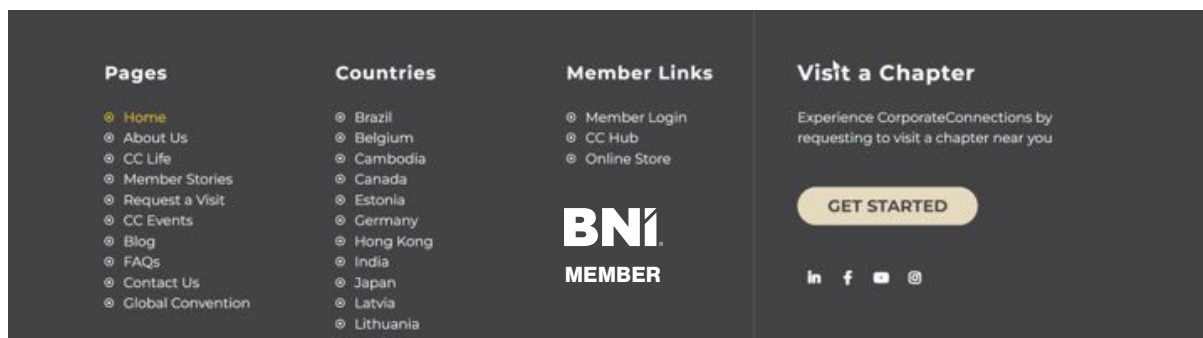


 photoframe na social media



Załącznik 1 - Instrukcja dodawania Photoframe

 logo na stronie www Członka



 logo do stopki mailowej



4. Wytyczne prowadzenia profilu Grupy BNI na poziomie językowym

4.1. Dlaczego Biuro Narodowe prowadzi nadzór spójności językowej nad profilami Członkowskimi Grup BNI Polska na Facebooku?

Odpowiednio dobrany język, słowa i sformułowania są niezwykle istotne dla skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych z następujących powodów:

- **Budowanie wizerunku:** Język i słowa, których używa się w komunikacji, są jednym z głównych sposobów, dzięki którym można budować wizerunek marki. Odpowiednio dobrany język może pomóc w ugruntowaniu wizerunku BNI Polska jako profesjonalnej, wiarygodnej i dostępnej organizacji.
- **Zrozumienie odbiorców:** Słowa i sformułowania, które wykorzystuje się w komunikacji, muszą być dopasowane do odbiorców. Dlatego ważne jest, aby dostosować swój język i sposób komunikacji do grupy docelowej, z którą chce się nawiązać kontakt. W ten sposób będzie można budować więź i zwiększyć skuteczność przekazu.
- **Wyjaśnienie złożonych koncepcji:** BNI Polska zajmuje się rozwijaniem sieci biznesowych, co może być trudne do wyjaśnienia w prostych słowach. Dlatego ważne jest, aby wykorzystywać język i sformułowania, które pomogą w przekazaniu skomplikowanych koncepcji w sposób zrozumiały dla odbiorców.
- **Kreowanie interakcji:** W komunikacji w mediach społecznościowych ważne jest nie tylko to, co się mówi, ale również jak się to mówi. Słowa i sformułowania, które wykorzystuje się w komunikacji, mogą zachęcić do interakcji i rozmowy. Ważne jest, aby BNI Polska używała języka, który zachęci do aktywnego uczestnictwa i interakcji.

Podsumowując, odpowiednio dobrany język, słowa i sformułowania są kluczowe dla skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych dla BNI Polska, ponieważ pozwalają na budowanie wizerunku, zrozumienie odbiorców, wyjaśnienie złożonych koncepcji oraz kreowanie interakcji.

Podstawowe zalecenia językowe:

Mów językiem prostym i zrozumiałym dla każdego. Mów tak, jakbyś opowiadał/a o organizacji komuś, kto słyszy o niej pierwszy raz. Kieruj się zasadami prostego języka. Obecnie to standard, który zakłada, że treść powinna być napisana w taki sposób, by odbiorca:

- szybko ją przeczytał,
- zapamiętał,
- zrozumiał,
- potrafił z niej skorzystać w praktyce.

Dziesięć zasad pisania prostym językiem:

- Używaj powszechnych i zrozumiałych słów,
- zrezygnuj ze strony biernej,
- stosuj zasadę „1 myśl = 1 zdanie” i częściej stawiaj kropkę,
- unikaj rzeczowników, które zjadł czasownik,
- zaczynaj od najważniejszych informacji,
- unikaj form bezosobowych
- nie mów o mówieniu,
- unikaj imiesłówów,
- pisz tylko o tym, co niezbędne,
- zadbaj o wygodną strukturę tekstu.

Podstawowe nazewnictwo w BNI Polska:

 Słownik Pojęć

5. Dobre praktyki prowadzenia profilu Grupy BNI na Facebooku

- **Regularna aktualizacja:** Zamieszczaj regularnie aktualizacje na profilu Grupy BNI, aby Członkowie mogli być na bieżąco z ważnymi wydarzeniami i informacjami.
- **Przyjazna atmosfera:** Stwórz przyjazną atmosferę na profilu Grupy BNI, w której Członkowie czują się komfortowo i swobodnie dzielą się swoimi doświadczeniami, pomysłami i sugestiami.
- **Odpowiednie treści:** Zamieszczaj tylko odpowiednie treści na profilu Grupy BNI, które są zgodne z wartościami BNI Polska i pomagają w budowaniu pozytywnego wizerunku organizacji.
- **Interakcja z Członkami:** Wchodź w interakcję z Członkami BNI na profilu Grupy, odpowiadając na pytania i sugestie, co pomoże w budowaniu silnych relacji i wzmocni zaangażowanie.
- **Promocja wydarzeń:** Wykorzystaj profil Grupy BNI do promowania wydarzeń organizowanych przez BNI Polska oraz przez Członków Grupy BNI. Udostępniaj informacje i zachęcaj Członków do wzięcia w nich udziału.
- **Prywatność i bezpieczeństwo:** Pamiętaj, że profil Grupy BNI musi być bezpieczny i prywatny. Zachęcaj Członków do przestrzegania zasad i regulaminów Grupy, a także do unikania udostępniania prywatnych informacji.
- **Jakość zdjęć i grafik:** Zamieszczaj tylko zdjęcia i grafiki dobrej jakości na profilu Grupy BNI, aby wyróżnić się i zwiększyć zaangażowanie Członków BNI.
- **Krótkie i przystępne treści:** Staraj się zamieszczać treści krótkie i przystępne dla odbiorców. Unikaj zbyt skomplikowanych zagadnień i długich postów, które mogą zniechęcić Członków BNI do czytania.
- **Używanie języka BNI:** Wykorzystaj język BNI w treściach na profilu Grupy BNI, aby promować wartości organizacji i budować poczucie przynależności do społeczności.
- **Regularne analizowanie statystyk:** Regularnie analizuj statystyki profilu Grupy BNI, aby poznać preferencje i zachowania Członków BNI oraz dostosować treści do ich potrzeb i oczekiwań.

6. Member Advocacy - Wsparcie Członków Grupy

Dlaczego warto prowadzić działania wsparcia Członkowskiego przy prowadzeniu Profilu Grupy BNI na Facebooku?

Wsparcie Członkowskie oznacza lepsze wykorzystanie sieci społecznościowych Członków Grupy, zarówno z korzyścią dla firmy, dla której pracują, jak i dla samych pracowników.

Dla Grupy otwiera to możliwości zwiększenia rozpoznawalności, zwiększenia zasięgu organicznego i zainicjowanie zasięgu wirusowego, zwiększa ruch z rekomendacji poprzez komentowanie, oznaczanie i udostępnianie treści Grupy BNI, a także skutecznie pomaga w pozyskiwaniu nowych Członków, a to wszystko dzięki zaufanemu głosowi aktualnych Członków Grupy BNI.

Działania w praktyce:

- opublikuj post na profilu Grupy BNI,
- poproś Grupy Członków Grupy o reakcję na post tj. polubienie, skomentowanie bądź udostępnienie treści na swoim profilu skutecznie zwiększy potencjał treści i legitymizuje działania Grupy.

7. Pamiętaj!

Jeśli Twoja publikacja dotyczy BNI, nie zapomnij oznaczyć naszego profilu – tylko w ten sposób będziemy mogli zareagować na Twojego posta. Aby tego dokonać napisz w treści posta “@” a następnie pisz “BNI Polska” i wybierz oficjalny profil BNI Polska z rozwijanej listy.

Dla zwiększenia zasięgu obserwuj i używaj naszych firmowych hashtagów : **#BNI #bnipolska #biznes #rekomendacje #bettertogether**

Jeśli tworzysz wydarzenie Networkingowe, pamiętaj, aby **dodać BNI Polska jako współorganizatora wydarzenia**. Dzięki temu wszyscy obserwujący profil BNI Polska dowiedzą się o organizowanym przez Ciebie wydarzeniu.

Jeżeli tworzysz materiały do publikacji w social mediach i chcesz je skonsultować ich zgodność przed publikacją, wyślij na adres: **marketing@bnipolska.pl**