

Ecommerce i logistyka w social media. Profesjonalizm czy zdjęcia kotków?

Hubert Tworowski

Dr. Jan Zając

Meetcomm, 22.05.2025



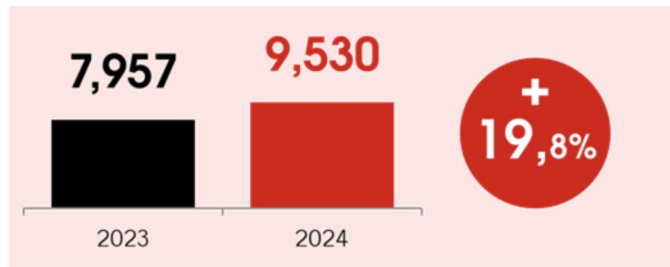
TOP Internet - Websites		kwiecień 2025			
Lp	Media channel	Użytkownicy (Real Users)	Zasięg (internet)	ATS	Audyt
1	google.com	26 980 614	90,84%	1h 49m 26s	nie
2	youtube.com	19 333 080	65,09%	7h 35m 1s	nie
3	facebook.com	17 672 742	59,50%	3h 14m 25s	nie
4	onet.pl	16 714 350	56,27%	1h 18m 44s	tak
5	interia.pl	15 373 800	51,76%	47m 24s	tak
6	wp.pl	15 097 428	50,83%	1h 4m 45s	nie
7	allegro.pl	13 531 698	45,56%	1h 3m 26s	tak
8	wikipedia.org	12 145 464	40,89%	10m 42s	nie
9	mediaexpert.pl	11 785 662	39,68%	6m 27s	nie
10	temu.com	11 625 282	39,14%	15m 31s	nie
11	gazeta.pl	9 998 316	33,66%	17m 17s	tak
12	ceneo.pl	9 776 052	32,91%	2m 35s	nie
13	olx.pl	9 678 852	32,59%	56m 2s	tak
14	fakt.pl	9 472 626	31,89%	15m 31s	tak
15	weather.com	8 456 562	28,47%	2m 5s	nie
16	tvn24.pl	8 201 574	27,61%	19m 17s	tak
17	infor.pl	8 160 912	27,48%	5m 21s	tak
18	o2.pl	7 925 202	26,68%	18m 51s	nie
19	instagram.com	7 860 888	26,47%	18m 6s	nie
20	google.pl	7 604 928	25,60%	25m 3s	nie

TOP Internet - Aplikacje		kwiecień 2025			
Lp	Media channel	Użytkownicy (Real Users)	Zasięg (internet)	ATS	Audyt
1	Aplikacja Google	24 695 442	83,15%	1h 30m 5s	nie
2	Aplikacja Facebook	21 570 786	72,63%	14h 50m 45s	nie
3	Aplikacja Messenger	20 799 666	70,03%	7h 40m 23s	nie
4	Aplikacja Youtube	18 819 054	63,36%	17h 50m 13s	nie
5	Aplikacja Gmail	18 273 924	61,53%	34m 28s	nie
6	Aplikacja Mapy Google	18 041 130	60,74%	2h 8m 48s	nie
7	Aplikacja WhatsApp Messenger	17 271 954	58,15%	3h 57m 41s	nie
8	Aplikacja Wiadomości (Google Inc.)	14 509 044	48,85%	1h 30m 34s	nie
9	Aplikacja Temu: Shop Like a Billionaire	13 040 352	43,91%	1h 4m 1s	nie
10	Aplikacja TikTok	11 715 192	39,44%	24h 30m 28s	nie
11	Aplikacja Instagram	11 611 512	39,09%	7h 24m 41s	nie
12	Aplikacja Biedronka	10 740 600	36,16%	34m 43s	nie
13	Aplikacja Zdjęcia Google	10 324 908	34,76%	39m 32s	nie
14	Aplikacja Dysk Google	9 396 648	31,64%	14m 52s	nie
15	Aplikacja Spotify Music	8 548 740	28,78%	1h 10m 16s	nie
16	Aplikacja Allegro	8 221 986	27,68%	2h 4m 59s	tak
17	Aplikacja Inpost Mobile	8 088 174	27,23%	11m 22s	nie
18	Aplikacja OLX.pl	7 936 218	26,72%	1h 14m 36s	nie
19	Aplikacja Lidl Plus	7 925 688	26,68%	24m 27s	nie
20	Aplikacja Żappka	7 908 840	26,63%	10m 57s	nie

IAB/PwC
adex 2024'FY

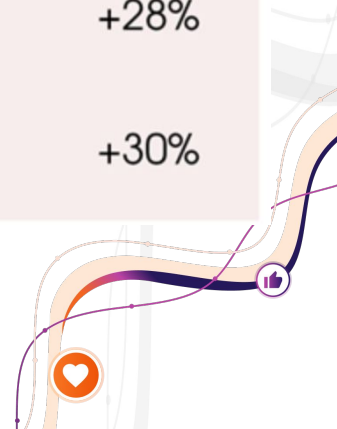
Wydatki na reklamę online w roku 2024

WARTOŚĆ (MLD ZŁ) I DYNAMIKA (RDR)



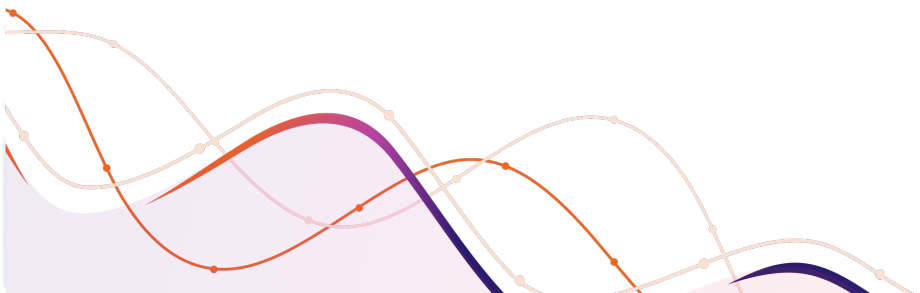
KLASYFIKACJA DODATKOWA (2024)*

		UDZIAŁ (%)	DYNAMIKA (R./R.)
Display + wideo		44,7	+25%
Programmatic		47,4	+18%
Mobile		34,2	+28%
Social media		17,5	+30%



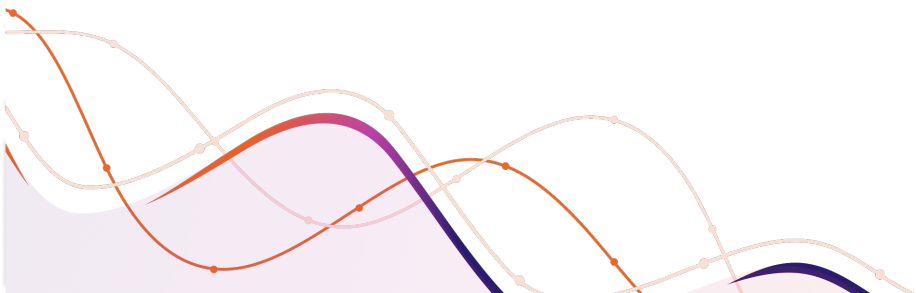
Pytanie

**Kto jest najlepszy w mediach społecznościowych
w branży logistycznej?**



Pytanie

Ok, a kto jest najlepszy w mediach społecznościowych w branży logistycznej, ale pomijając inPost i last milersów?



Zerknijmy do danych... jak jest naprawdę?

W rankingu wzięliśmy pod uwagę profile, które były oficjalnymi profilami firmy i były prowadzone w języku polskim. By znaleźć się w rankingu marka musiała mieć opublikowane przynajmniej 10 treści w badanym okresie i co najmniej 1000 obserwujących na dowolnej platformie.

Okres analizy: 01.10.2024-31.03.2025

Ostatnia mila: Liczba obserwujących

Liczba obserwujących

Marka					Suma
InPost	468 101	45 891	9 560	175 800	699 352
Poczta Polska	82 303	5 385	2 650	1 605	91 943
DPD	-	11 458	3 080	-	14 538
GLS	11 914	1 640	871	-	14 425
DHL Express	2 767	10 058	-	-	12 825

Pozostali: Liczba obserwujących

Liczba obserwujących

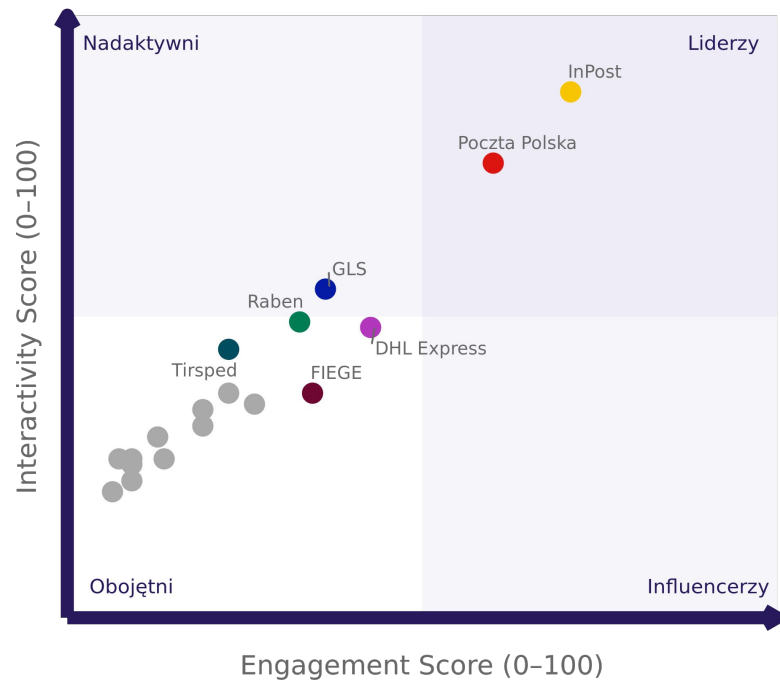
Marka					Suma
Raben	38 463	7 139	-	-	45 602
DB Schenker	21 935	-	8 420	-	30 355
OMEGA Pilzno	17 414	-	-	-	17 414
FIEGE	6 493	-	-	-	6 493
FM Logistics	4 526	545	238	-	5 309
ROHLIG SUUS Logistics	4 089	643	378	-	5 110
Omida VLS	3 352	1 040	297	-	4 689
Completo	1 389	983	-	1 349	3 721
Optima Logistics Group	1 804	754	-	-	2 558
Tirsped	2 492	43	-	-	2 535
Logmaster	2 499	-	-	-	2 499
DTW Logistics Group	1 583	875	-	-	2 458
Omnipack	1 676	114	-	-	1 790
XBS Group	1 318	37	-	-	1 355

**Najpopularniejsi: duże marki, spójne
strategie, duże budżety i zaangażowanie.**

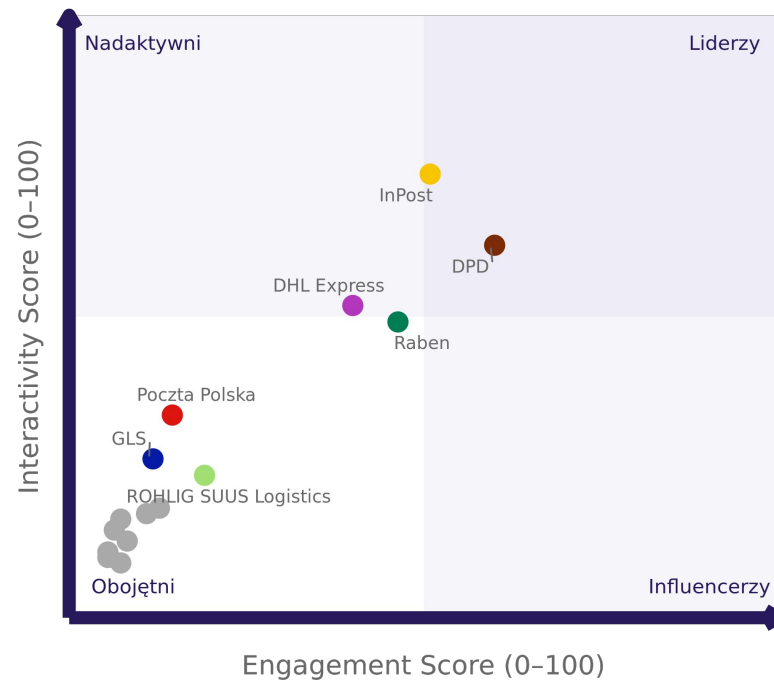
... ale wciąż jest miejsce dla mniejszych z pomysłem.

Ranking - matryca zaangażowania

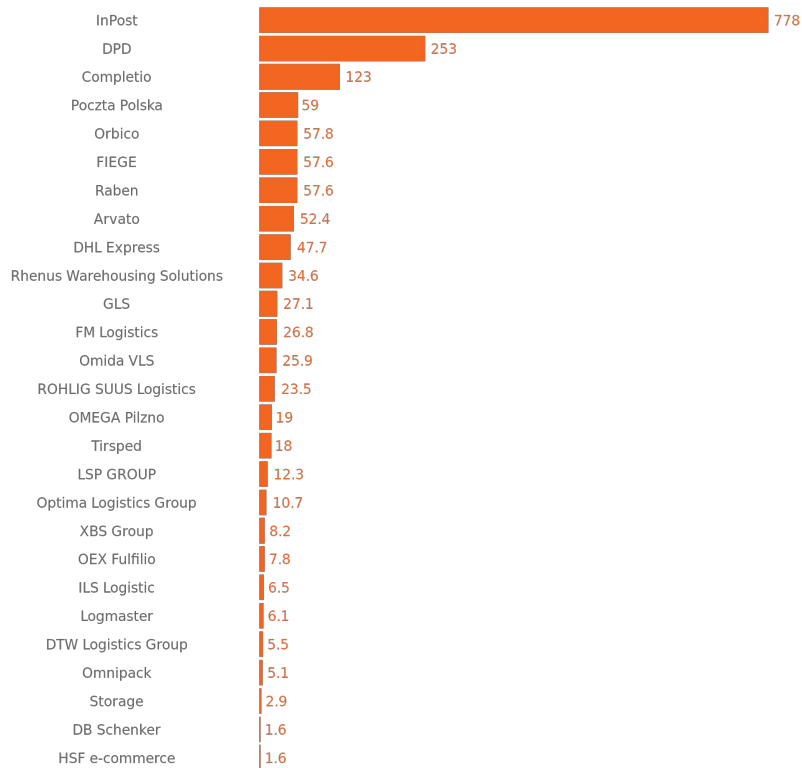
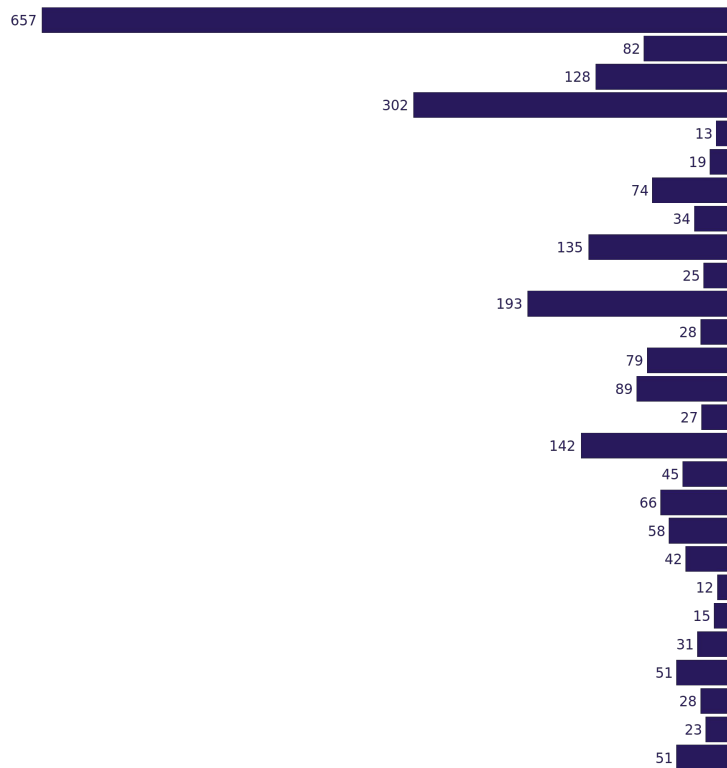
Matryca zaangażowania
Facebook



Matryca zaangażowania
Instagram



Liczba postów, a średnia liczba aktywności



LinkedIn

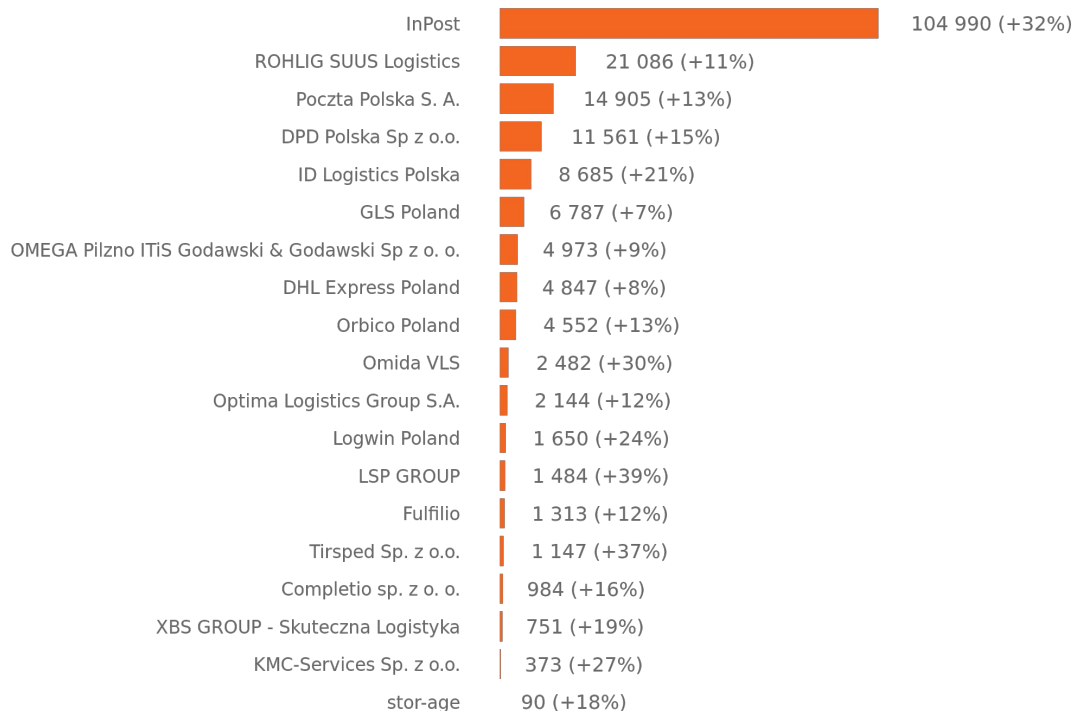
W rankingu wzięliśmy pod uwagę profile, które były oficjalnymi profilami firmy i były prowadzone w języku polskim. By znaleźć się w rankingu marka musiała mieć opublikowane przynajmniej 20 treści w badanym okresie.

Okres analizy: 01.10.2024-31.03.2025

Liczba obserwujących

Liczba obserwujących: LinkedIn

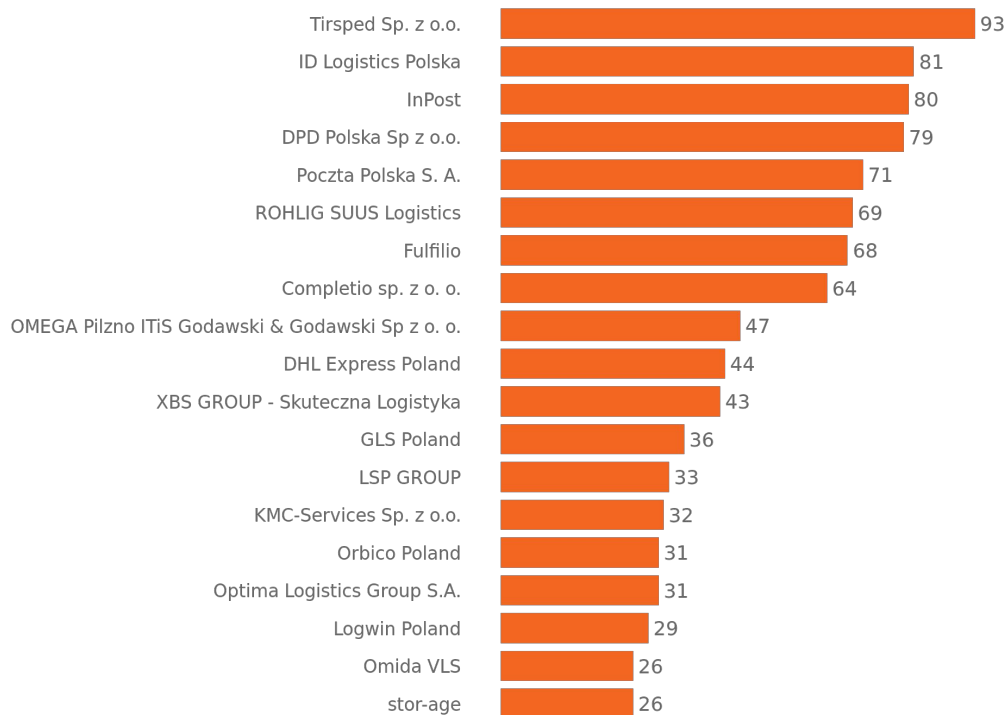
Październik 2024 - Marzec 2025



Liczba publikacji

Liczba publikacji: LinkedIn

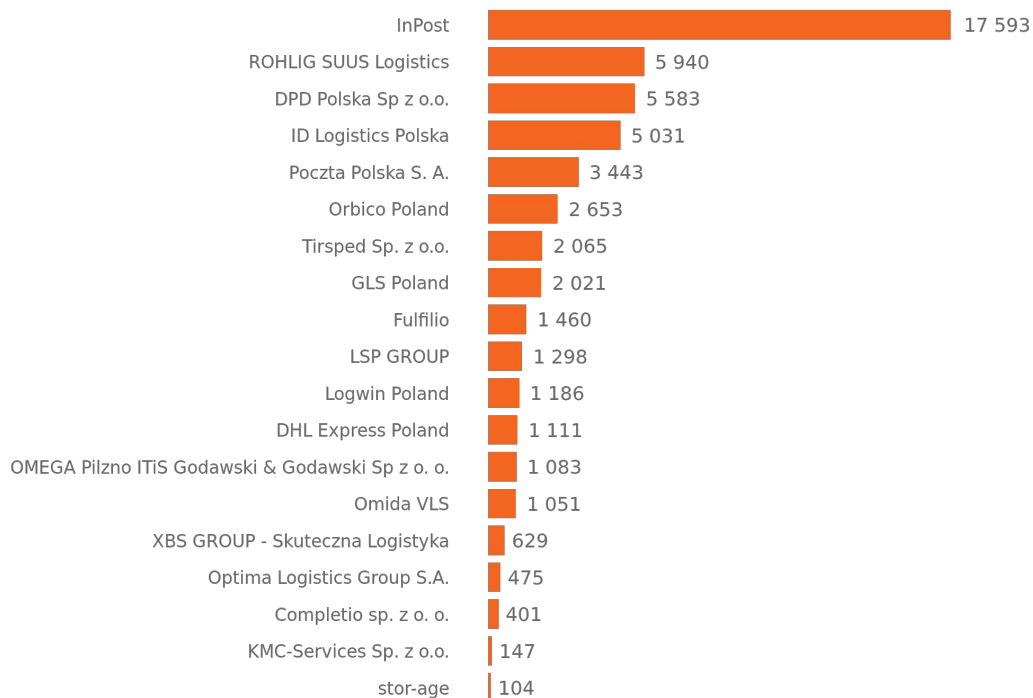
Październik 2024 - Marzec 2025



Zaangażowanie - suma aktywności

Suma aktywności: LinkedIn

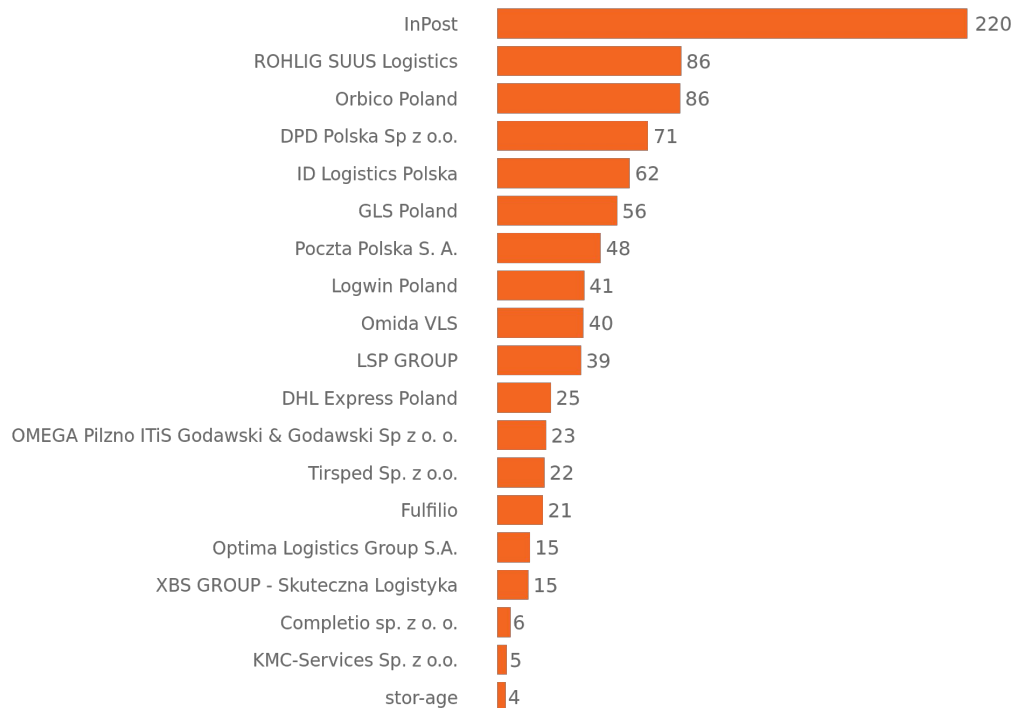
Październik 2024 - Marzec 2025



Zaangażowanie - średnia liczba aktywności na post

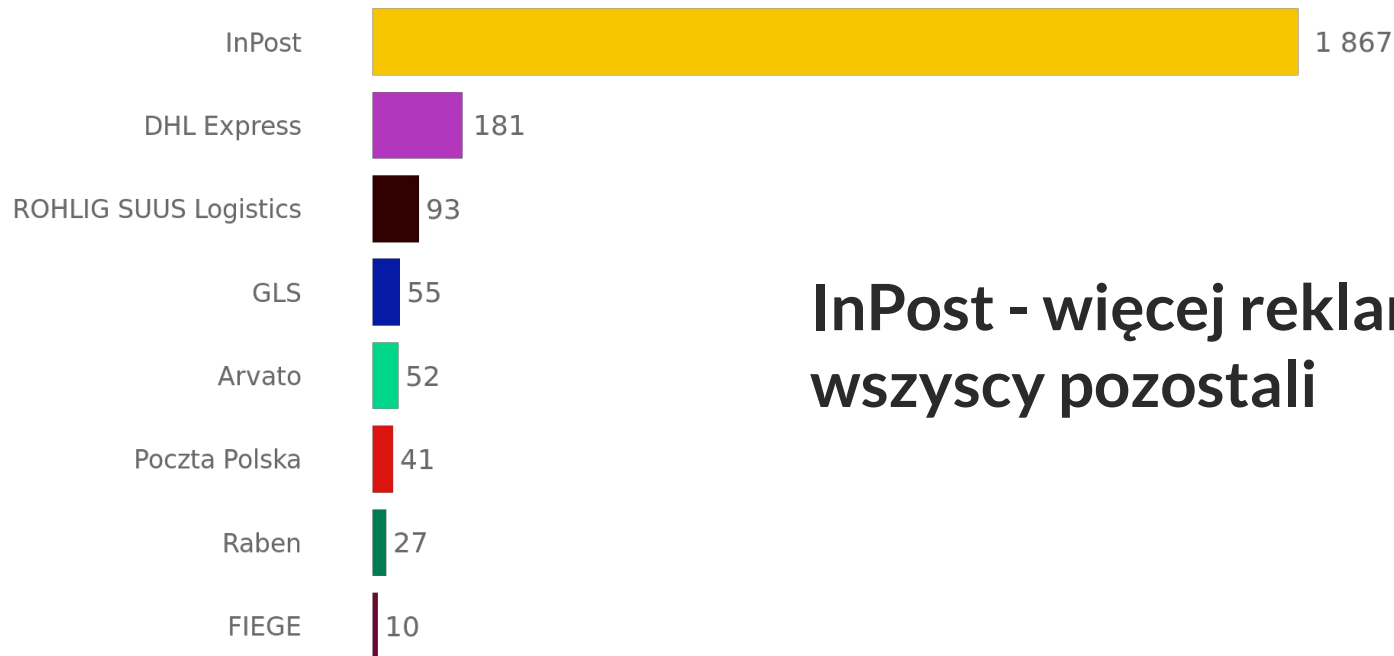
Średnia liczba aktywności na post: LinkedIn

Październik 2024 - Marzec 2025



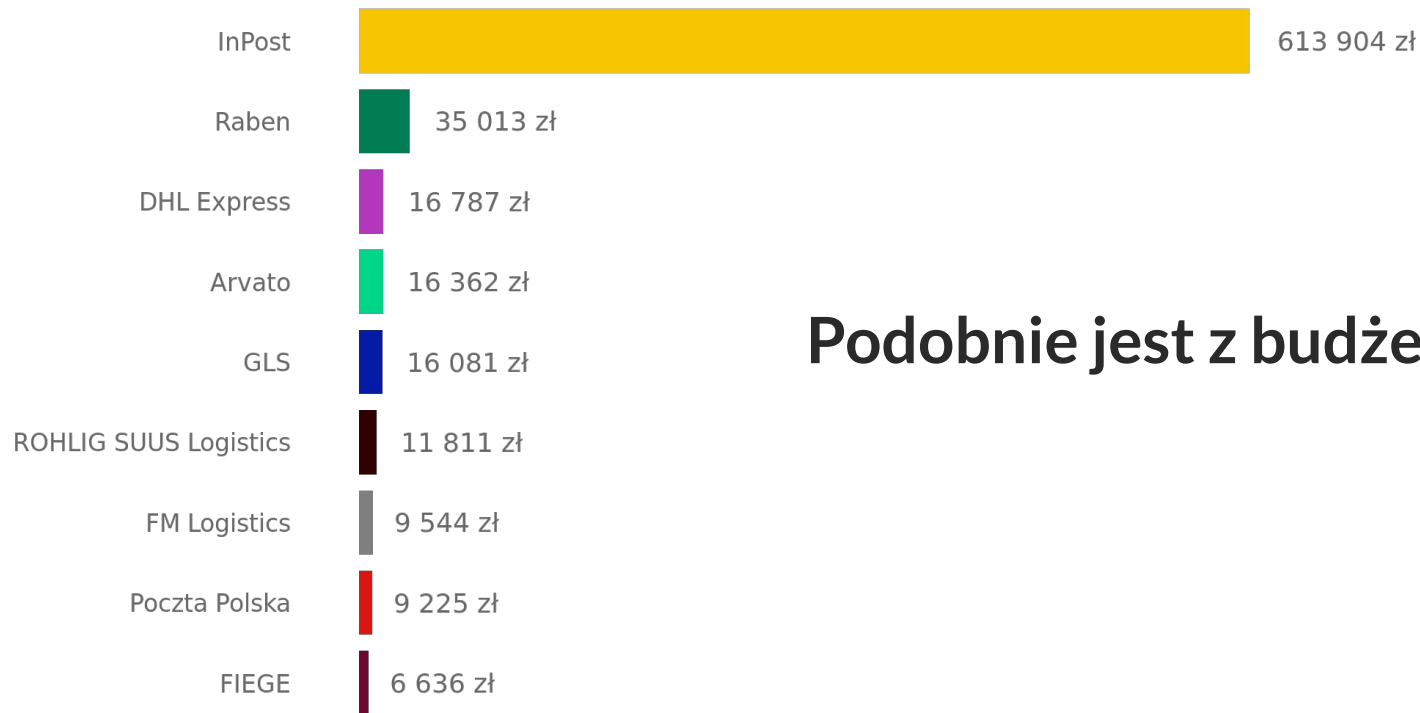
Działania reklamowe

Liczba opublikowanych reklam



**InPost - więcej reklam, niż
wszyscy pozostali**

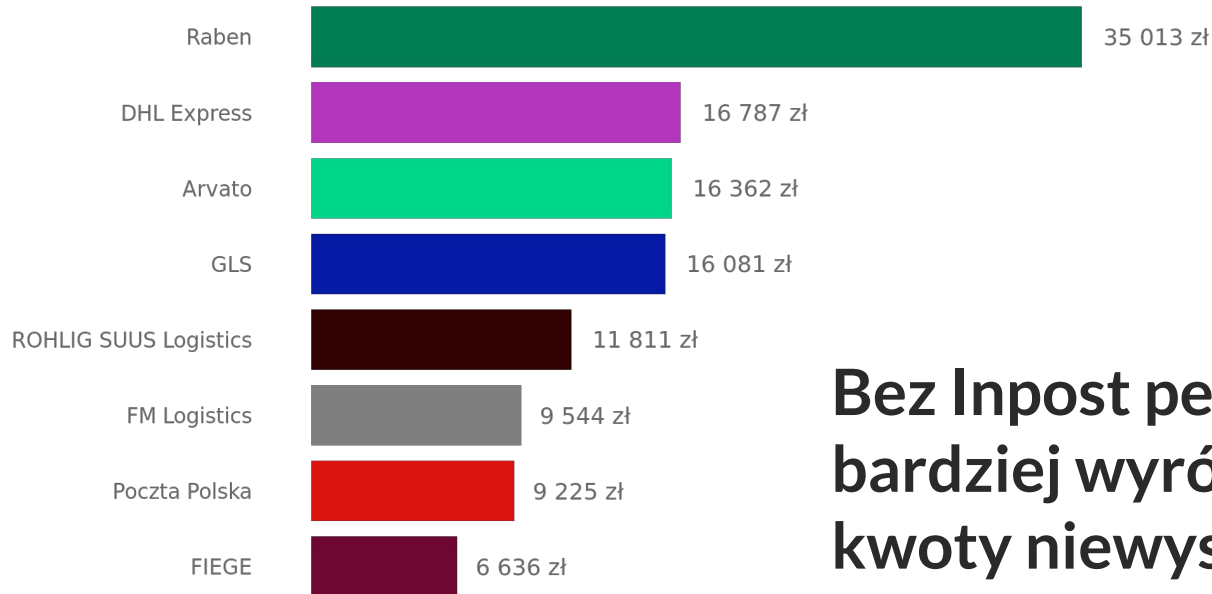
Estymowany budżet



Podobnie jest z budżetami



Estymowany budżet



**Bez Inpost peleton jest
bardziej wyrównany, ale
kwoty niewysokie**

Najbardziej zasięgowe reklamy

1

InPost
Zasięg: 12 mln



<https://www.facebook.com/ads/library/?id=503581649416465>

2

InPost
Zasięg: 4,7 mln



<https://www.facebook.com/ads/library/?id=599534596066950>

3

InPost
Zasięg: 4,6 mln



<https://www.facebook.com/ads/library/?id=552184194448116>

Najbardziej zasięgowe reklamy - pozostali

1

FM Logistic
Zasięg: 638 tys.



<https://www.facebook.com/ads/library/?id=485886237721394>

2

Raben Polska
Zasięg: 485 tys.



<https://www.facebook.com/ads/library/?id=1064748675128818>

3

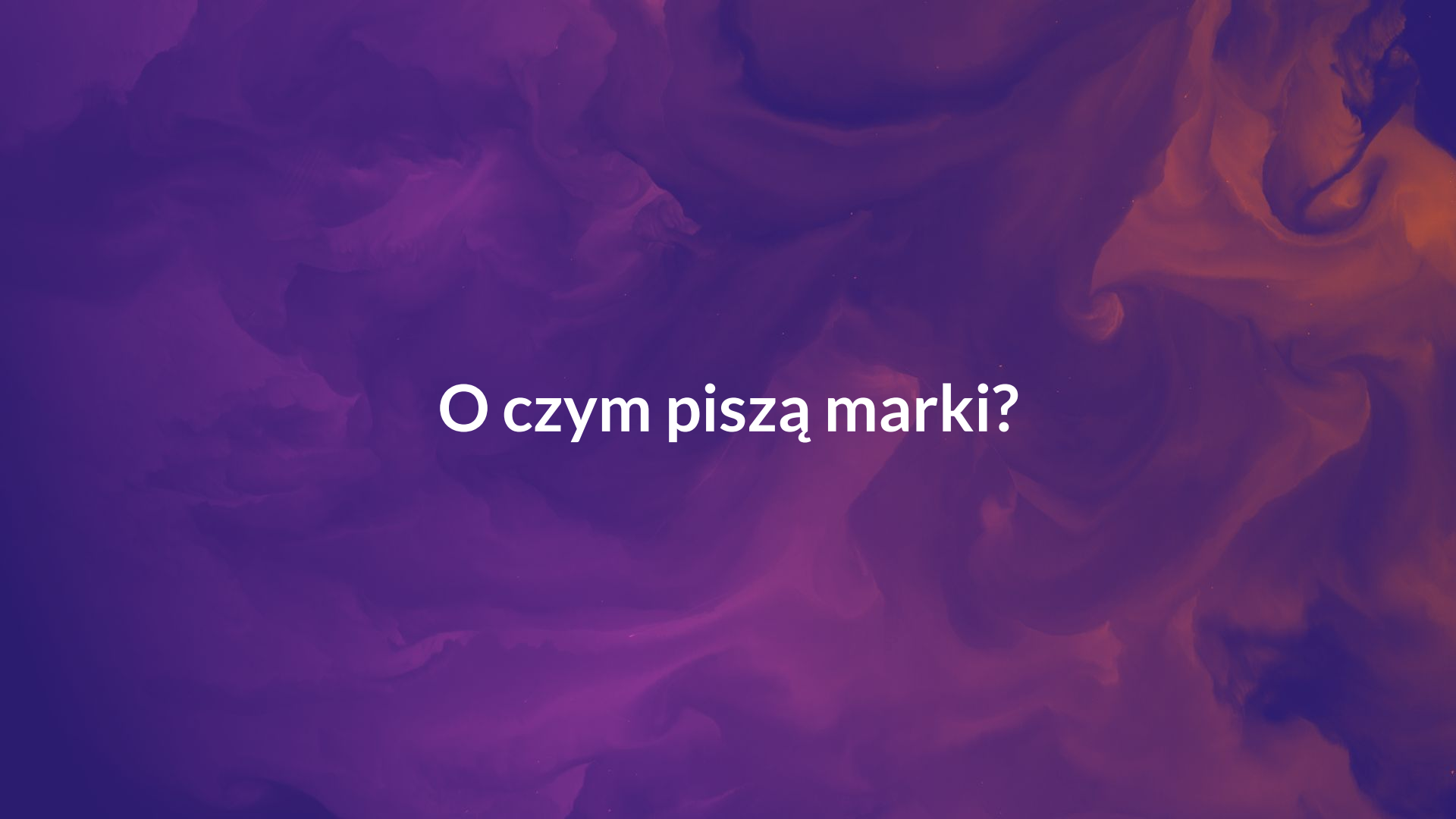
GLS Poland
Zasięg: 279 tys.



<https://www.facebook.com/ads/library/?id=1307235506956292>

InPost wyprzedza konkurencję.

Niezrozumiałe są tak małe budżety w przypadku pozostałych firm – tworzenie treści i prowadzenie profili kosztowało kilkakrotnie więcej.



O czym piszą marki?

Najpopularniejsze treści: Facebook

1

InPost
INI: 16 843



<http://www.facebook.com/335107452998/p/osts/888042920120202>

2

InPost
INI: 8 671



<http://www.facebook.com/335107452998/p/osts/962762735981553>

3

InPost
INI: 7 292



<http://www.facebook.com/335107452998/p/osts/963471665910660>



eska.pl

<https://poznan.eska.pl> Translate this result

Zara sprzedaje... kamień za 129 zł. Nowy "hit" marki.

Mar 4, 2025 - Zara Home sprzedaje kamień ze sznurkiem jako blokadę do drzwi za 129 złotych. Sprawdzany aż z Indonezji, pokonał tysiące kilometrów, generując ogromne emisje CO₂. Internauci są oburzeni i...



Najpopularniejsze treści: Instagram

1

InPost
INI: 9 106



<https://www.instagram.com/reel/D CY0xGDoAW-/>

2

InPost
INI: 6 448



<https://www.instagram.com/reel/D BrM2qyoFpl/>

3

DPD
INI: 5 494



<https://www.instagram.com/reel/D BeJuk1oa67/>

DPD - dobra praktyka



Pomimo bazy 14 tys. Fanów całkowicie zaprzestali komunikacji na Facebooku w 2021 roku. Mocno aktywni na Insta. 15 na 20 najpopularniejszych wpisów to współpraca z influencerami

Najpopularniejsze treści: YouTube

1

DPD
INI: 2 215



<https://www.youtube.com/watch?v=miQxAB8JKXQ>

2

DPD
INI: 819



<https://www.youtube.com/watch?v=XDS5utJdYc4>

3

Omidia VLS
INI: 501



Omidia VLS – Jedna silna marka, nowe możliwości!

92 tys. wyświetleń • 5 miesięcy temu

https://www.youtube.com/watch?v=SHlbsu79V_Q

Najpopularniejsze treści: TikTok

1

InPost
INI: 90 600



<https://www.tiktok.com/@inpostpl/video/7460533523758255382>

2

InPost
INI: 56 940



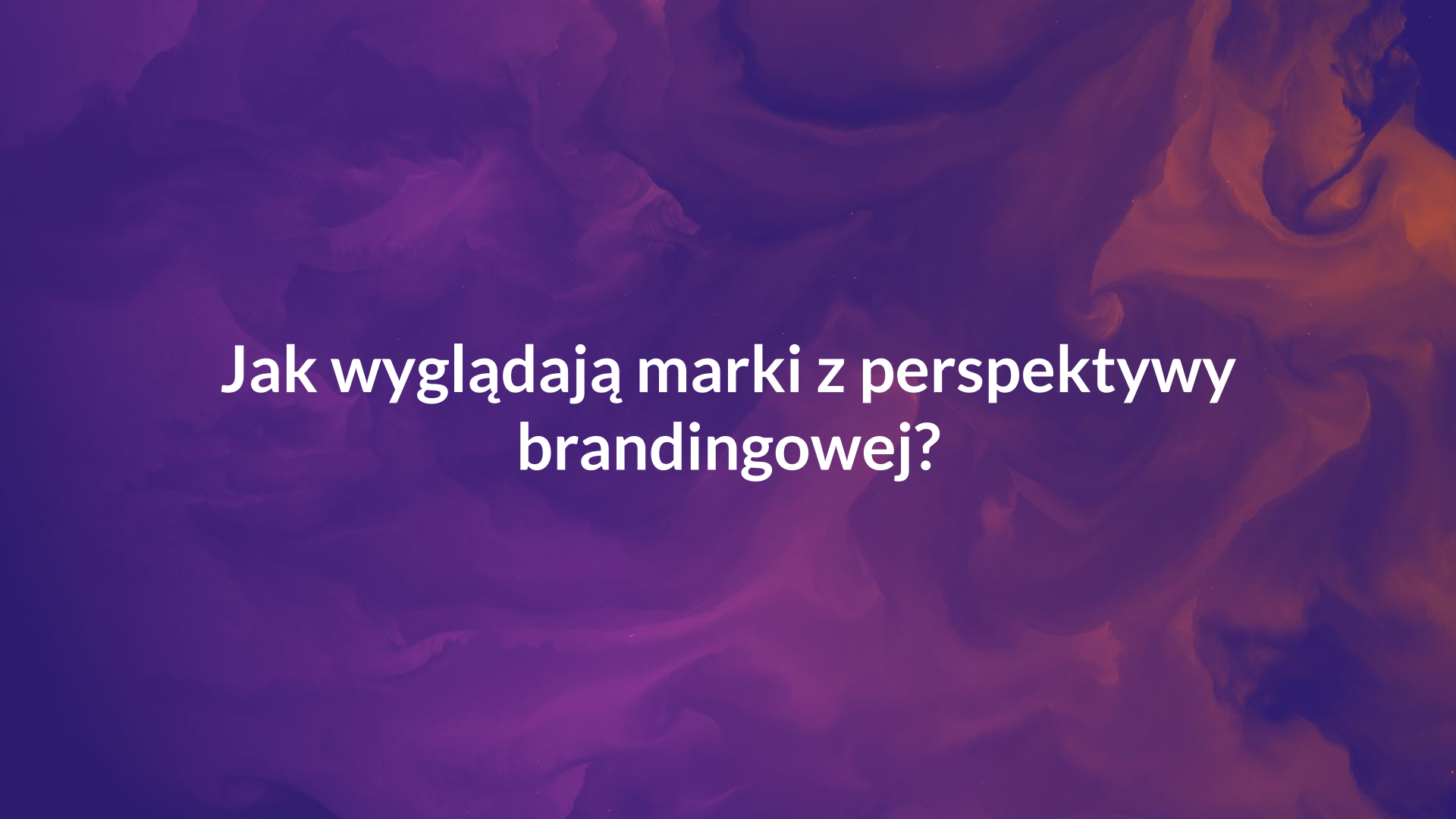
<https://www.tiktok.com/@inpostpl/video/7459055347815304470>

3

InPost
INI: 56 620



<https://www.tiktok.com/@inpostpl/video/7486883350725086486>



**Jak wyglądają marki z perspektywy
brandingowej?**

Spójność wizualna



Marka	Spójność wizualna
DHL	5
GLS	4,9
DPD	4,4
Omida	4,3
Raben	4,05
Fiege	4,05
Rohlig SUUS	4,05
Inpost	4
Completo	4
Optimia	3,65
Tirsped	3,65
Poczta Polska	3,55
Omnipack	3,35
FM logistics	3,25
DB Schenker	3,2
DTW Logistics	3,2
Omega Pilzno	3,15
XBS	2,3
logmaster	2,2

Spójność narracji



Marka	Spójność narracji
GLS	4,4
DPD	4,2
Inpost	4
Omida	3,4
Raben	3,15
Rohlig SUUS	3,05
Omnipack	3,05
Omega Pilzno	2,85
XBS	2,85
DB Schenker	2,75
Completo	2,75
Poczta Polska	2,55
Tirsped	2,55
DTW Logistics	2,4
DHL	2,35
Fiege	2,35
FM logistics	2,15
Optimia	2,15
logmaster	2,07

Zaangażowanie

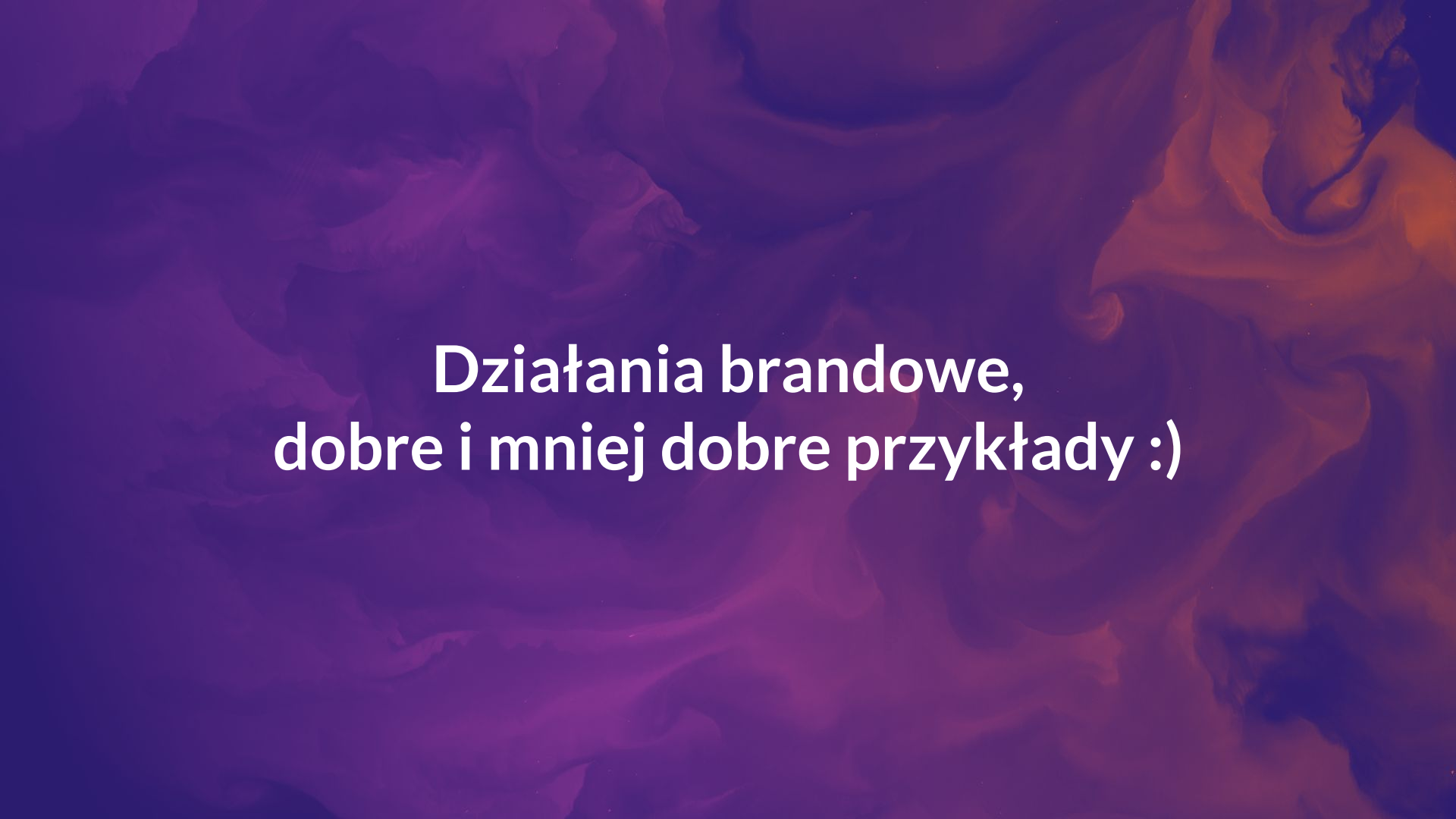


Marka	Zaangażowanie
Inpost	3,5
GLS	3,3
Completio	3,3
DHL	3,2
DPD	3,1
DTW Logistics	3
XBS	2,95
Omnipack	2,85
Rohlig SUUS	2,65
Omega Pilzno	2,5
Tirsped	2,5
DB Schenker	2,35
Raben	2,2
Optimia	2,2
Fiege	2,1
Omida	2,05
logmaster	1,87
Poczta Polska	1,85
FM logistics	1,85

Oryginalność



Marka	Oryginalność
Completio	3,5
Inpost	3,45
Omega Pilzno	3
DPD	2,8
DHL	2,55
GLS	2,55
Raben	2,45
Optimia	2,4
Fiege	2,2
Tirsped	2,2
Omnipack	2,15
XBS	2,15
DTW Logistics	2
Poczta Polska	1,95
Rohlig SUUS	1,95
logmaster	1,87
FM logistics	1,85
Omida	1,85
DB Schenker	1,15



**Działania brandowe,
dobre i mniej dobre przykłady :)**

Raben Polska
October 25, 2024 · 🌐

Mieliśmy wielką frajdę w czasie wizyty pluszowej ciężarówki Raben w naszym oddziale w Holandii! 🇳🇱 🚚

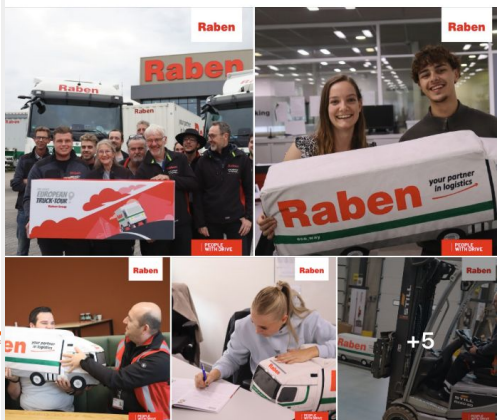
Najpierw dołączyła do kierowców na trasie przez Holandię. Znał ten kraj lepiej niż ktokolwiek inny i pokazał jej najciekawsze miejsca. Po przybyciu do oddziału w Etten-Leur, kierowcy wzięli udział w oficjalnym unboxing i skorzystali z okazji, aby pozować do zdjęcia. 📸

Następnie odbyła wycieczkę po magazynie na wózku paletowym (specjalne podziękowania za przejażdżkę dla naszego kolegi Franka). Obecność tej słodkiej ciężarówki nie pozostała niezauważona i zanim wyruszyła w dalszą drogę, pracownicy magazynu cross-dock zabrali ją na sesję zdjęciową i przytulaski. Jak można się było spodziewać po tym niesamowitym zespole, obchodzili się z nią delikatnie i z uczuciem, zanim przekazali ją na ostatni etap trasy po Holandii.

W biurze przejechała przez dział planowania i podziękowała naszym planistom za zorganizowanie płynnej trasy przez kraj. Jeśli kiedykolwiek będziesz potrzebował kogoś do zaplanowania podróży, to jest to najlepszy wybór! 🙌

Mito spędziliśmy czas z naszą pluszową ciężarówką. Zobaczcie sami! 📺

#europeantruck #rabengroup #holandia

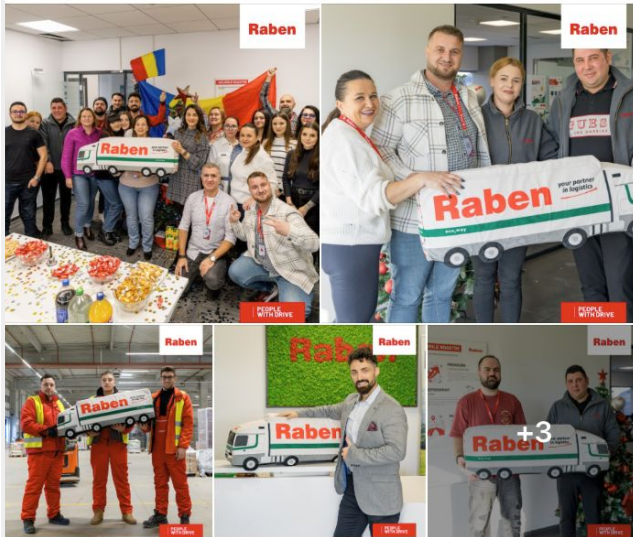


81

2 comments 1 share

Raben Polska
January 8 · 🌐

Na dobry początek roku mamy dla Was foto relację z wizyty naszego trucka w Rumunii! Rumunia to kraj o wyjątkowej kulturze, pełen przepięknej, dzikiej przyrody. Tu historia, nowoczesność i bałkańska kultura tworzą niepowtarzalną mozaikę! A mieszkańcy Rumunii? Niezwykłe towarzyscy, życzliwi i gotowi do pomocy innym. Chyba już wiecie dlaczego każdy czuje się tu mile widziany? Czas na odwiedzin rumuńskiego zespołu Raben! 🇷🇴 🙌



71

1 comment 5 shares



Komunikacja skupiona wokół podróży “pluszowego trucka” po magazynach w całej europe.

Pokazanie prawdziwych ludzi z biura, z magazynów pokazuje ludzką stronę firmy.



Bardzo dobry przykład,
kreatywny - jedyny w branży.
Dedykowany kanał o życiu
kierowcy zawodowego tworzony
przez **Omega Pilzno** (98k na
YouTube).

CplusE - profesjonalna i
angażująca produkcja.



Zgodnie z trendami, z humorem,
z luźnym nawiązaniem do
głównej działalności.
Komunikacja z TikToka
wrzucona na profil
Facebookowy.

Na przyszłość jeśli chcemy
stosować logotyp w prawym
górnym rogu to warto użyć
wersji uproszczonej.

Poczta Polska
 February 25 · 🌐

🐰 Z okazji nadchodzących Świąt Wielkanocnych prezentujemy wyjątkową serię znaczków inspirowaną wiosenną atmosferą i wielkanocnymi tradycjami. 🐣

Pastelowe barwy, rysunkowa stylistyka i świąteczne symbole – zajączki oraz pisanki – sprawiają, że to prawdziwa gratka dla kolekcjonerów!

Znajdź je w naszych placówkach oraz online 📄 <https://sklep.poczta-polska.pl/.../Luty-2025/Wielkanoc/>



Poczta Polska
 October 24, 2024 · 🌐

🎬 "U PANA BOGA W KRÓLOWYM MOŚCIE" już jutro w kinach! 🍿

Kontynuacja kultowej serii filmów "U Pana Boga za piecem", "U Pana Boga w ogródku" i "U Pana Boga za miedzą", których akcja rozgrywa się na sielankowym Podlasiu. ⭐⭐⭐⭐⭐

W najnowszej odsłonie komedii spotykają się ponownie dobrze znani widzom bohaterowie, m.in. proboszcz, komendant i burmistrz. 🏡

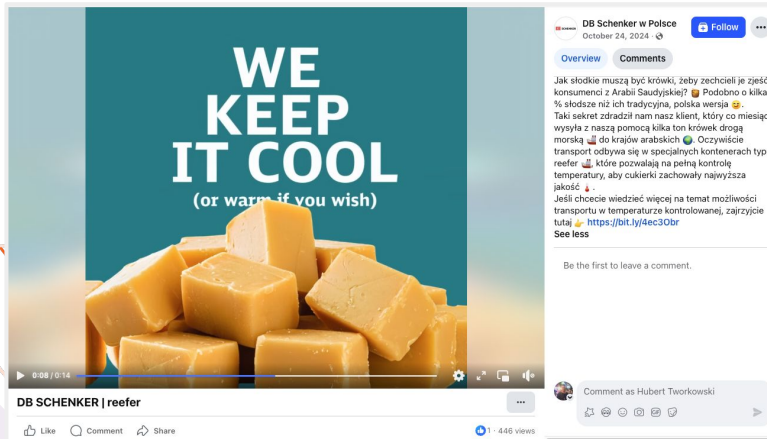
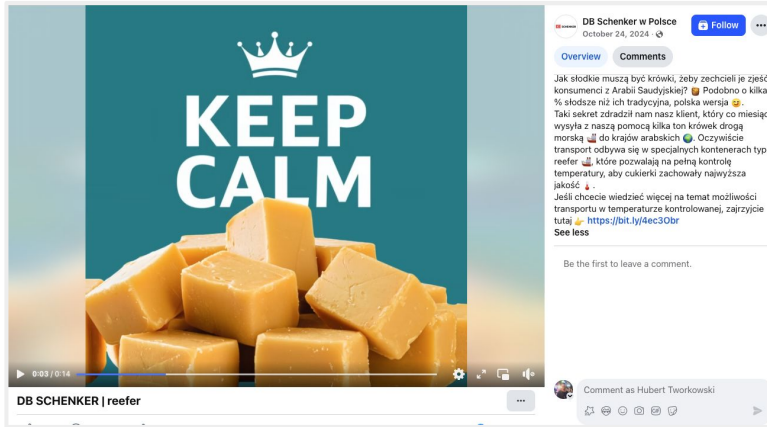
Młoda archeologka z Warszawy przybywa do Królowego Mostu, by przeprowadzić badania w podziemiach miejscowego kościoła. Proboszcz bez zgody biskupa umożliwia jej pracę w niedokrytych dotąd podziemiach budowli. 🏰🔍 Dziewczyna znajduje historyczny dokument, według którego Królowy Most powinien być niepodległym państwem. Rozpoczyna się pełna zabawnych, nieoczekiwanych sytuacji i zwrotów akcji walka o odłączenie miasta od Polski i stworzenie samodzielnego kraju. 🇵🇱🏰

W filmie odnajdziemy charakterystyczny dla całej serii „U Pana Boga...” ciepły, nie pozbawiony ironii humor, wyraziste zbudowane postacie oraz wartką fabułę. 🎭📽

PREMIERA JUŻ 25 PAŹDZIERNIKA! 📅🍿 Zapraszamy do kin!



Wizualnie bardzo przeterminowane. Całościowo pasuje do poczty i stosu gazet sprzedawanych przy kasach, ale zdecydowanie nie pomaga w zmieniaaniu wizerunku na bardziej nowoczesny.



Na pierwszy rzut oka nie ma w tym nic złego, wpis promujący wysyłki chłodzone, ale...

Komunikacja “keep calm and...” była modna jakieś 10 lat temu.

Tego typu wpisów było więcej, więc tutaj mamy przykład najprawdopodobniej lokalizacji narracji globalnej, która jest bardzo przeterminowana :).



DB Schenker w Polsce
October 24, 2024 · 🌐

Overview Comments

Jak słodkie muszą być krówki, żeby zechcieli je zjeść konsumenci z Arabii Saudyjskiej? 🤔 Podobno o kilka % słodsze niż ich tradycyjna, polska wersja 🧀. Taki sekret zdradził nam nasz klient, który co miesiąc wysyła z naszą pomocą kilka ton krówek drogą morską 🚢 do krajów arabskich 🌍. Oczywiście transport odbywa się w specjalnych kontenerach typu reefer 🧊, które pozwalają na pełną kontrolę temperatury, aby cukierki zachowały najwyższą jakość 🏆.

Jesli chcecie wiedzieć więcej na temat możliwości transportu w temperaturze kontrolowanej, zajrzyjcie tutaj 📄: <https://bit.ly/4ec30br>

See less

Be the first to leave a comment.

Comment as Hubert Tworkowski



DB Schenker w Polsce
October 24, 2024 · 🌐

Overview Comments

Jak słodkie muszą być krówki, żeby zechcieli je zjeść konsumenci z Arabii Saudyjskiej? 🤔 Podobno o kilka % słodsze niż ich tradycyjna, polska wersja 🧀. Taki sekret zdradził nam nasz klient, który co miesiąc wysyła z naszą pomocą kilka ton krówek drogą morską 🚢 do krajów arabskich 🌍. Oczywiście transport odbywa się w specjalnych kontenerach typu reefer 🧊, które pozwalają na pełną kontrolę temperatury, aby cukierki zachowały najwyższą jakość 🏆.

Jesli chcecie wiedzieć więcej na temat możliwości transportu w temperaturze kontrolowanej, zajrzyjcie tutaj 📄: <https://bit.ly/4ec30br>

See less

Be the first to leave a comment.

Comment as Hubert Tworkowski

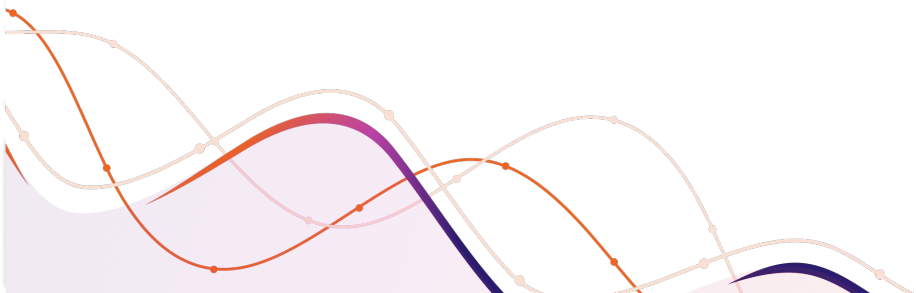
Like Comment Share

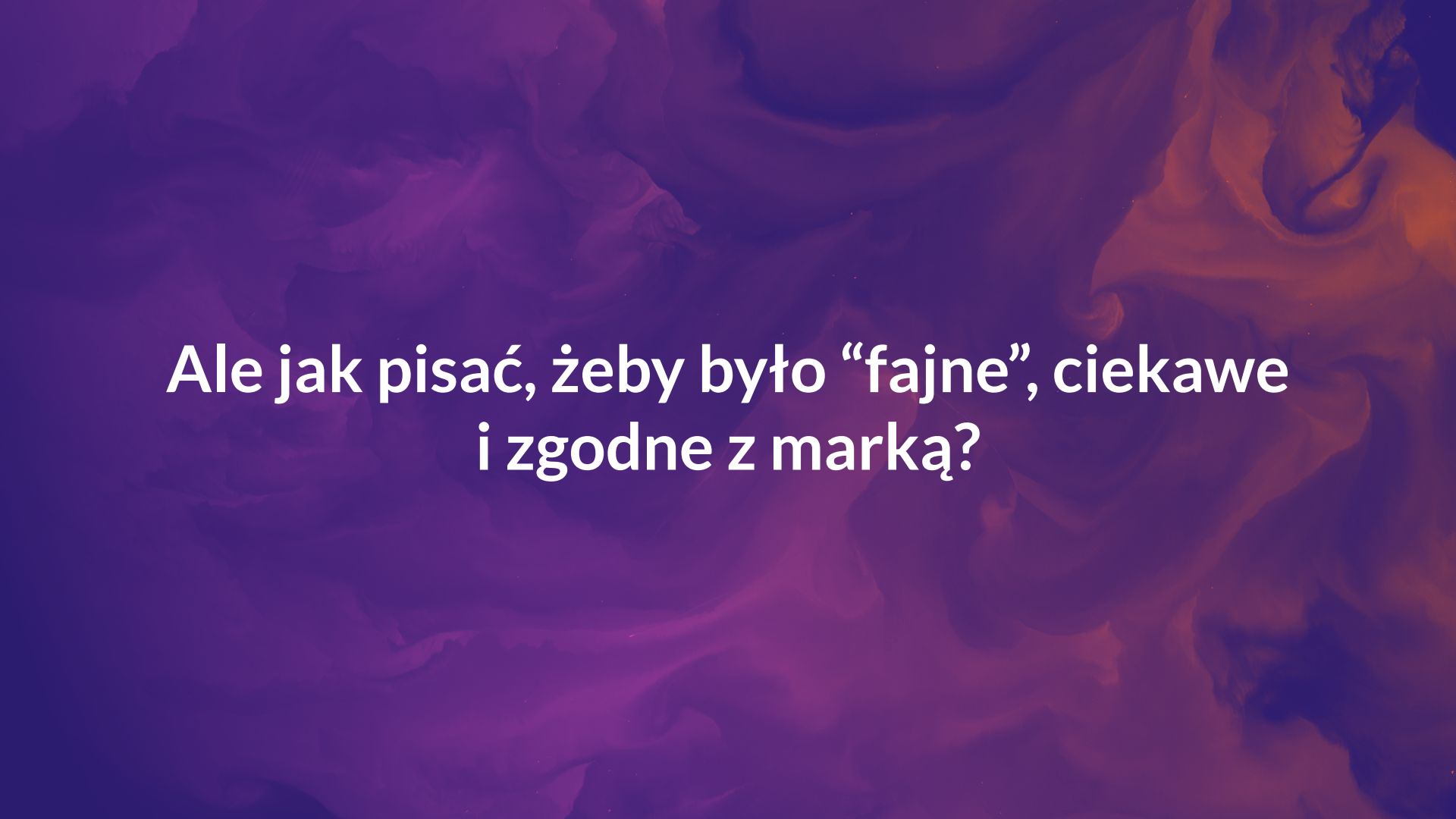
1 · 446 views



Spójność przekazu - główne wnioski

1. Nadal sporo do poprawy w spójności wizualnej.
 - a. Last milers zdecydowanie lepiej, większość treści zgodna z brandbookiem.
 - b. Pozostali bardzo nierówno, widoczny brak zasobów zespołów wewnętrznych.
2. Media społecznościowe często jako tablica ogłoszeń – brak idei angażującej społeczność.
3. Nieudane podążanie za trendami, przeterminowana estetyka wizualna.
4. Częste odejścia od tematu, przypadkowe treści bez planu. Prawdopodobne przyczyny: brak agencji, działania in-house, próby nieudolnego RTM.





Ale jak pisać, żeby było “fajne”, ciekawe
i zgodne z marką?

Najczęściej poruszane tematy:

1. Rozwój i innowacje technologiczne
2. Rozwój pracowników i edukacja
3. Zaangażowanie społeczne i CSR
4. Budowanie wizerunku pracodawcy (Employer Branding)
5. Sieć dystrybucji i wygoda dla klienta
6. Zrównoważony rozwój i ekologia

Najbardziej angażujące tematy:

1. Konkursy, loterie i nagrody
2. Wydarzenia i akcje sportowe/integracyjne
3. Komunikaty osobiste i okolicznościowe
4. Sukcesy i kamienie milowe firmy
5. Współpraca z uczelniami i młodymi talentami

Rozwój i innowacje technologiczne - przykłady

GLS Poland
December 30, 2024 · 🌐

Już od teraz zamawiaj paczki z dostawą GLS do automatów paczkowych Orlen! 📦 Ta współpraca to wygoda, szybkość dostarczenia i przede wszystkim elastyczność. 🔄

Odbieraj zamówienia, kiedy chcesz i skąd chcesz - automatów paczkowych jest ponad 6000! 📦 Brzmi świetnie, prawda?

Nadajemy na tych samych falach

i do tych samych automatów paczkowych!

Jeszcze bliżej Ciebie

GLS
Parcels to People

ORLEN
Partner to People

35 2 comments 2 shares

DHL Express Polska
March 12 · 🌐

Wysyłka międzynarodowa w 4 krokach? Z [#ShipNow](#) to możliwe! 📦

1. Wejdź na stronę: <https://dhlexpress.pl/shipnow/> na smartfonie, tablecie lub laptopie.
2. Uzupełnij dane o nadawcy, odbiorcy oraz przesyłce.
3. Wybierz dogodną formę nadania (w punkcie [#ServicePoint](#) lub u kuriera).
4. Przekaż przesyłkę i śledź ją, aż dotrze do celu.

I gotowe! Przekonaj się sam, jakie to proste! 📦

NADAWAJ SZYBKO I ŁATWO Z SHIPNOW

19 2 comments 1 share

Poczta Polska
December 17, 2024 · 🌐

Nowa funkcja w aplikacji Pocztex Mobile! 📦

Nadawanie przesyłek jeszcze nigdy nie było tak proste i szybkie! 📦 Teraz w aplikacji Pocztex Mobile możesz nadać przesyłkę w kilku prostych krokach 📦

1. kliknij „Nadać” 📦
2. Wybierz miejsce nadania i odbioru 📦 (automat paczkowy, punkt partnerski lub adres)
3. Określ wielkość paczki 📦 (S, M, L)
4. Dodaj adresata 📦
5. Opłać przesyłkę 📦
6. I gotowe! 📦

Nie potrzebujesz etykiety! 📦 Wystarczy numer przesyłki w widocznym miejscu lub skan kodu QR 📦

📦 Nadaj paczkę w jednym z 18 tys. punktów: automaty paczkowe, Żabka 📦, Lewiatan, Groszek i wiele innych!

📦 Jak zacząć? Zaktualizuj aplikację w Google Play lub App Store i ciesz się nowymi możliwościami! 📦

Nowa funkcjonalność aplikacji mobilnej Pocztex już dostępna!

Nadawaj przesyłki szybko i wygodnie!

53 66 comments 3 shares

Rozwój pracowników i edukacja - przykłady

FIEGE
February 7 · 🌐

🌟 Kreatywność w FIEGE nagrodzona! 🌟

W zeszłym tygodniu w naszym Centrum Dystrybucyjnym w Ameryce odbyła się wyjątkowa gala wręczenia nagród w konkursie "Mam Pomysł"! 🏆 Świątowaliśmy najlepsze inicjatywy czwartego kwartału 2024 oraz całego 2024 roku, które przyczyniają się do usprawnienia naszych procesów.

👉 W FIEGE stawiamy na ciągłe doskonalenie! Każdy, nawet najmniejszy pomysł może mieć wielki wpływ na naszą pracę – usprawnić procesy, zwiększyć bezpieczeństwo czy poprawić komfort pracy zespołu. 🧠💡

Dziękujemy wszystkim, którzy podzielili się swoimi pomysłami – Wasza kreatywność napędza naszą logistykę! 🚚 Gratulujemy laureatom i już teraz zachęcamy do udziału w kolejnej edycji. To wie, może to właśnie Twój pomysł zostanie nagrodzony następnym razem? 🤝

📢 Zgłaszaj swoje pomysły, bo razem tworzymy FIEGE!

#FIEGE #MamPomysł #ContinuousImprovement #Logistyka #Innowacje #teamFIEGE #WeAreFIEGE #RazemTworzymyFIEGE



Twój pomysł, nasz wspólny sukces! 🚀💡

FM Logistic w Polsce
March 13 · 🌐

[#DrużynaFM] Dziś nadajemy z województwa śląskiego, bo nasza urodzinowa delegacja odwiedziła platformę w Psarach 📺. Cieszymy się, że również tutaj mogliśmy podsumować ostatnie trzy dekady FM Logistic w Polsce, opowiedzieć o planach na przyszłość i porozmawiać z pracownikami, partnerami i klientami. 🙌 Dziękujemy koleżankom i kolegom za świetną organizację spotkania i ruszamy dalej w jubileuszową trasę! 🚚

GLS Poland
March 26 · 🌐

Powiedz TAK swoim marzeniom tej wiosny! 🌱

Wiosna to nowa energia, nowa motywacja i nowe szanse. To czas, by wsłuchać się w siebie i w końcu zrobić coś, co od dawna chodzi Ci po głowie. 🌸

- 🌱 Chcesz zadbać o swój work-life balance?
- 🌱 Marzysz o zmianach w swoim otoczeniu?
- 🌱 A może to moment, by spróbować czegoś zupełnie nowego?

Cokolwiek wybierzesz – postaw na siebie! 💪 A jeśli do realizacji Twoich marzeń potrzebujesz kilku rzeczy, zamów je online, a GLS dostarczy je prosto pod Twoje drzwi, do automatu paczkowego lub punktu odbioru Szybka Paczka! 📦

Co dobrego szykujesz dla siebie tej wiosny? Podziel się w komentarzu! 💬

Jakie marzenie chcesz spełnić tej wiosny? Podziel się w komentarzu! 💬

Postaw na siebie!

Wiosną spełniaj marzenia!

GLS
Parcels to People

Sieć dystrybucji i wygoda dla klienta - przykłady

GLS Poland
November 12, 2024 · 🌐

GLS to jeden z liderów jakości w europejskiej logistyce przesyłek, a także niezawodny dostawca sprawnych i szybkich usług kurierskich. Dostarczamy paczki w 40 krajach, w tym także w USA i Kanadzie.

A teraz pytanie do Ciebie 🙋‍♂️ co chciałbyś znaleźć w paczce od cioci z Ameryki? 🌟 Jesteśmy bardzo ciekawi! 📦

Co przysyła ciocia z Ameryki?

GLS.
Parcels to People

👍👎🗨️ 16 30 comments

InPost - Paczkomat, Kurier
November 21, 2024 · 🌐

📦🇫🇷 Na rowerze samochodem, od Loary aż po Alpy! Dzięki przesyłkom międzynarodowym, możesz pozwolić paczkom odkrywać Francję i wszystkie jej zakątki! 🇫🇷 #InPostWeFrancji #PaczkiNaLazurowymWybrzeżu

**WYSYŁKA DO FRANCJI
I WSZYSTKO
ZELIPAPA**

InPost

👍👎🗨️ 4.1K 526 comments 27 shares

Poczta Polska
November 18, 2024 · 🌐

Zamawiasz prezenty spoza UE? 🌐📦

Oferujemy kompleksową obsługę celną – wszystkie formalności załatwisz w jednym miejscu:

- ✅ pełne wsparcie specjalistów,
- ✅ opłaty za realizację odprawy celnej jedne z najniższych na rynku.

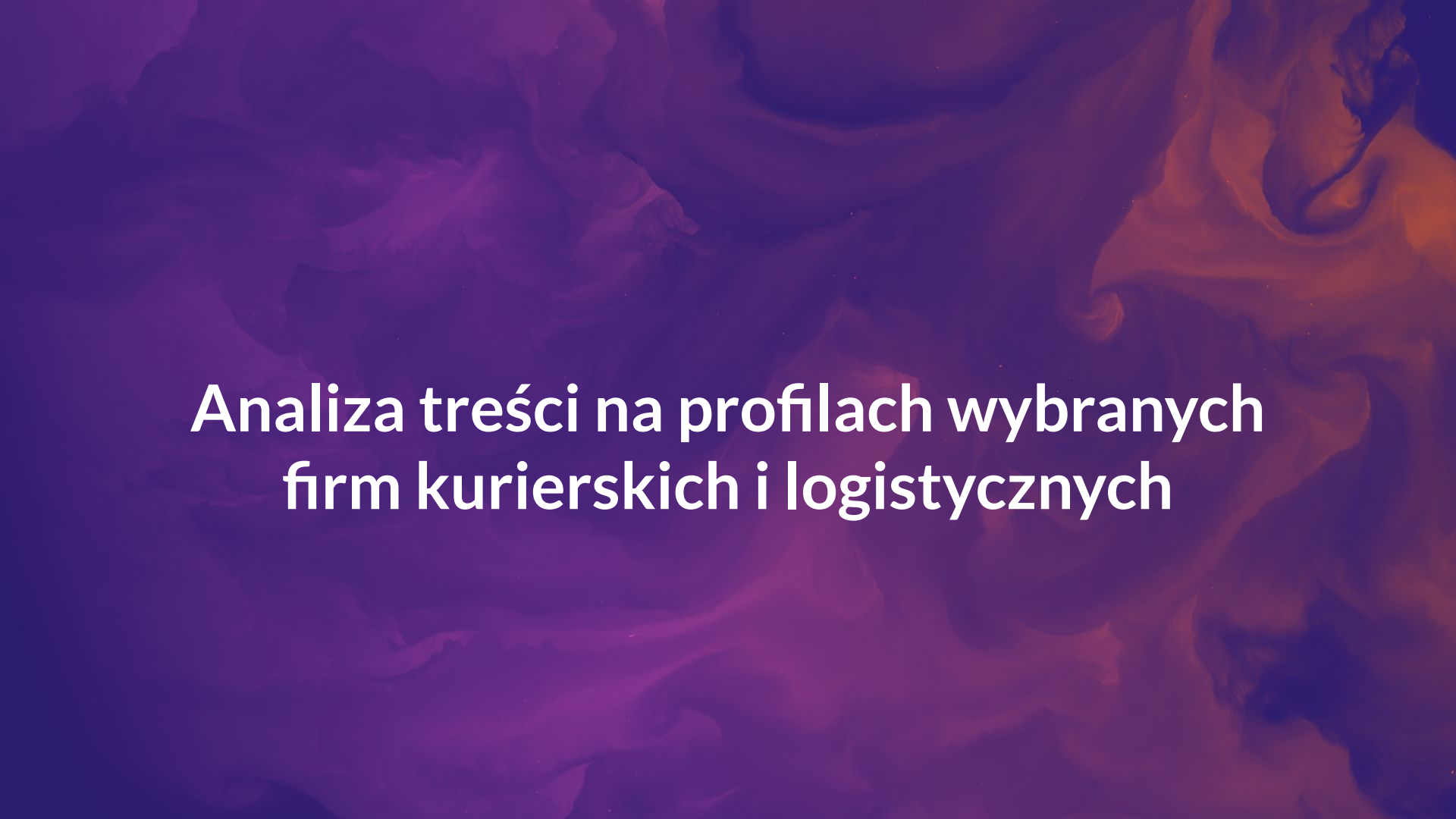
Umożliwiamy również nadawanie przesyłek do najdalszych zakątków świata 🌐📦, oferując usługi takie jak EMS, paczka pocztowa, list polecony czy Global Express. 📦📧

🌱 Ciesz się prostym procesem i spokojem przed świętami! 📦🎁

Poczta Polska >>>>

**ZAMAWIASZ PREZENT SPOZA UE?
POMOŻEMY Z ODPRAWĄ CELNĄ**

👍👎🗨️ 39 15 comments 5 shares



Analiza treści na profilach wybranych firm kurierskich i logistycznych

Analiza tematów: InPost

Najczęściej poruszane tematy:

1. Program lojalnościowy InCoiny, loterie i wymiana punktów na nagrody
2. Aktualizacje i nowe funkcjonalności aplikacji InPost Mobile
3. Oferty promocyjne, rabaty oraz współpraca z partnerami
4. Dostawa i nadawanie paczek przez Paczkomaty
5. Wydarzenia i rocznice (25-lecie InPost)
6. Współpraca ze sportem i wydarzeniami
7. Akcje społeczne i edukacyjne (EKOzwroty, bezpieczeństwo zakupów online)

Najbardziej angażujące tematy:

1. Program lojalnościowy InCoin, loterie i duże nagrody
2. Tematy humorystyczne, memy i posty lifestyle'owe
3. EKOzwroty i akcje ekologiczne dające dodatkowe InCoiny
4. Promocje i rabaty
5. Posty sezonowe i świąteczne
6. Konkursy oraz współpraca z influencerami i celebrytami
7. Komunikaty o wygranych i relacje z przekazania nagród głównych

Analiza tematów: Poczta Polska

Najczęściej poruszane tematy:

1. Świąteczna oferta
2. Spotkania autorskie z pisarzami (Monika Wawrzyńska, Agnieszka Lis, Krystyna Mirek, Katarzyna Majgier)
3. Nowe emisje znaczków pocztowych i akcje filatelistyczne
4. E-Doręczenia oraz cyfrowe usługi pocztowe
5. Ekologiczne inicjatywy, akcje sadzenia drzew
6. Promocje, rabaty oraz nowe usługi
7. Zwalczanie oszustw i ostrzeżenia dotyczące cyberbezpieczeństwa

Najbardziej angażujące tematy:

1. Świąteczna akcja zamawiania spersonalizowanych listów i filmów od Świętego Mikołaja
2. Promocje Black Week na świąteczne prezenty i produkty
3. Spotkania autorskie oraz relacje ze spotkań z pisarzami
4. Ostrzeżenia i opisy przypadków oszustw na pieniądze i cyberbezpieczeństwo
5. Specjalne emisje znaczków (np. WOŚP, olimpijczycy, jubileusze, Święta)
6. Działania ekologiczne, akcje sadzenia drzew
7. Komunikaty dotyczące zmian w funkcjonowaniu placówek i usług w okresie świątecznym

Analiza tematów: GLS

Najczęściej poruszane tematy:

1. Współpraca i wdrożenie automatów paczkowych Orlen
2. Promocje i oferty specjalne na dostawę w sklepach partnerskich GLS
3. Wygoda i elastyczność dostaw – opcje odbioru (automaty, punkty odbioru, dostawa pod drzwi)
4. Okazje i święta (Black Friday, Cyber Monday, Boże Narodzenie, Walentynki, Dzień Babci i Dziadka, Dzień Kobiet)
5. Lokalne wydarzenia i CSR (turnieje sportowe, wsparcie dla lokalnych społeczności)
6. Nagrody, wyróżnienia i inicjatywy pracownicze

Najbardziej angażujące tematy:

1. Automaty paczkowe Orlen
2. Konkursy i zadania dla followersów (krzyżówki, wykreślanki)
3. Posty świąteczne i noworoczne życzenia
4. Lokalne wydarzenia sportowe (Turniej Piłki Nożnej GLS)
5. Wsparcie i inicjatywy społeczne, np. przekazanie darowizny na odbudowę hali sportowej
6. Bezpośrednie pytania do odbiorców (np. co chcieliby znaleźć w paczce z Ameryki, za co dałbyś medal swojemu kurierowi)
7. Informacje o nowych możliwościach odbioru i śledzeniu paczek

Analiza tematów: DHL Express

Najczęściej poruszane tematy:

1. Wygoda nadawania i odbioru paczek za pomocą DHL BOX 24/7
2. Promocje, rabaty i darmowa dostawa
3. Konkursy i angażujące akcje dla klientów
4. Świąteczna logistyka i porady dotyczące wysyłki prezentów, pakowania, bezpieczeństwa
5. Ekspansja sieci punktów i automatów oraz narzędzia cyfrowe
6. Wysyłka paczek międzynarodowych i ułatwienia w transporcie zagranicznym
7. Inicjatywy proekologiczne i działania charytatywne

Najbardziej angażujące tematy:

1. Konkursy z kreatywnymi zadaniami i nagrodami
2. Wsparcie charytatywne
3. Treści wywołujące interakcje, jak pytania o ulubioną zawartość paczki, zachęcanie do dzielenia się zdjęciami pupili itd.
4. Posty promujące łatwość wysyłki międzynarodowej i nowe funkcjonalności
5. Ogłoszenia o ważnych zmianach dla klientów firmowych
6. Akcje sezonowe związane z Mikołajkami, świętami, Walentynkami itp.

Analiza tematów: DPD

Najczęściej poruszane tematy:

1. Loterie i konkursy z nagrodami dla klientów DPD Pickup
2. DPD Mobile – aplikacja mobilna
3. Sieć punktów i automatów paczkowych DPD Pickup
4. Promocje, rabaty i wysyłka paczek
5. Współpraca z influencerami, ambasadorami i ambasadorami
6. Działania CSR (np. Ubrania do Oddania)
7. Życzenia i komunikaty okolicznościowe (np. święta, Nowy Rok, Dzień Babci i Dziadka)

Najbardziej angażujące tematy:

1. Konkurs „30 000 punktów i automatów DPD Pickup” z nagrodami
2. Loteria DPD Pickup z wysokimi nagrodami pieniężnymi (100 000 zł)
3. Kampania „5 000 000 pobrań aplikacji DPD Mobile” prowadzona z influencerami
4. Promocje poświęcone i komunikacja dotycząca nietrafiionych prezentów
5. Duże osiągnięcia: przekroczenie 30 000 i 9 000 punktów DPD Pickup
6. Posty informujące o praktycznych zaletach korzystania z aplikacji DPD Mobile

Analiza tematów: Completio

Najczęściej poruszane tematy:

1. Automatyzacja procesów i robotyzacja pakowania
2. Black Week i przygotowania do wzmożonej sprzedaży
3. Bezpieczeństwo magazynowania i monitoring
4. Personalizacja i jakość pakowania
5. Wydajność, precyzja oraz szybkość obsługi zamówień
6. Udział w wydarzeniach branżowych (Targi eHandlu)
7. Zaangażowanie społeczne i ekologia (akcje pomocowe, wsparcie WOŚP)

Najbardziej angażujące tematy:

1. Odpowiadanie użytkownikom, challenge związane z pakowaniem nietypowych produktów
2. Zakulisowe ciekawostki i humorystyczne filmy z magazynu (Squid Game w magazynie)
3. Pokazanie pracy systemów automatycznego pakowania na żywo, filmy o rekordowych czasach pakowania, memy i żarty sytuacyjne z magazynu
4. Interaktywne posty zachęcające do komentowania

Analiza tematów: Raben

Najczęściej poruszane tematy:

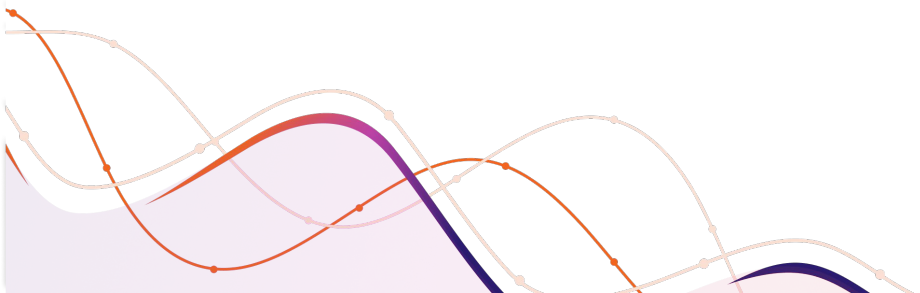
1. Podróż pluszowej maskotki (trucka) Raben przez kraje Europy
2. Wydarzenia i integracje pracownicze
3. Promocja zespołu, atmosfery pracy i docenianie pracowników
4. Działania CSR – akcje charytatywne, wsparcie społeczności, zdrowie psychiczne, udział w Szlachetnej Paczce
5. Rozwiązania technologiczne i narzędzia Raben
6. Zrównoważony rozwój i ekologia

Najbardziej angażujące tematy:

1. Przygody pluszowego trucka Raben w różnych krajach oraz relacje z tych wizyt
2. Wydarzenia zespołowe i sukcesy pracowników (jubileusze, konkursy, spotkania, nagrody)
3. Wpisy związane z atmosferą w pracy, integracją, świętami i sezonowością (np. wiosna, Boże Narodzenie, Dzień Kobiet)
4. Tematy dbania o zdrowie i wsparcie (np. Dzień Walki z Depresją, bezpłatne badania)
5. Wpisy edukacyjne i celebrujące zaangażowanie pracowników (własne przepisy na logistykę, relacje z wydarzeń branżowych)

Pytanie

**Ile zdjęć kotków znaleźliśmy we wpisach z
ostatniego półrocza?**



1



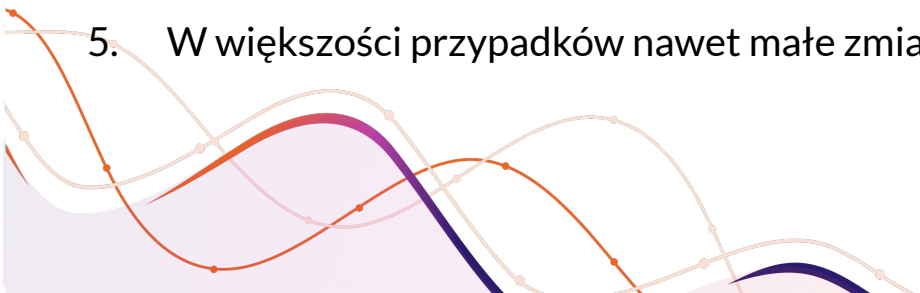
1

... ale pojawiały się też wpisy niekoniecznie w jakikolwiek sposób związane z marką.



Co mam wyciągnąć dla siebie po tej prezentacji?

1. Sprawdź ze swoim zespołem, czy mają przygotowane szablony zgodne z brandbookiem. Jeśli nie mają to je stwórzcie!
2. Spróbujcie strategicznie podzielić komunikację na linie tematyczne i, w miarę możliwości się ich trzymać.
3. Social media od dawna nie są darmowe. Jeśli nie macie budżetu reklamowego, a poświęćcie dużo czasu na tworzenie contentu, to może warto te proporcje zmodyfikować.
4. Zastanówcie się raz jeszcze po co wam są media społecznościowe. Jeśli mają być tablicą ogłoszeń - ok - ale zdecydujcie świadomie.
5. W większości przypadków nawet małe zmiany w spójności mogą zwiększyć jakość komunikacji.





Dziękujemy

Chętnie odpowiemy na pytania



Hubert Tworkowski

Konsultant marketingu i sprzedaży



hubert.tworkowski@gmail.com



dr Jan Zając

CEO & Founder



j.zajac@sotrender.com