

Sprawozdanie z Działania w Mediach Społecznościowych (2025–2026)

Osoba sporządzająca: *Maja Szwejk*

Okres sprawozdawczy: *31.08.2025 – 31.07.2026*

Obsługiwane platformy: *Facebook, Instagram*

Główny cel prowadzonych działań: *budowanie wizerunku, promowanie wydarzeń (Regat), komunikacja z odbiorcami*

1. Facebook – Wyniki i Działania

1. Kluczowe wskaźniki

- Liczba obserwujących na początku pracy 31.08.2026 - **2213**
- Liczba obserwujących na końcu okresu 31.07.2026 - **2398**
 - Przyrost netto: **8,4%**
- Całkowity roczny zasięg profilu: **322 649 (wyświetlenia)**
 - przyrost **61%** **3** – sekundowe wyświetlenia
 - przyrost **18%** **1** – minutowe wyświetlenia
- W sumie widzów: **51 765**
- Aktywność [reakcje, komentarze, udostępnienia]: **28 535 – przyrost o 26,4%**
 - Najbardziej angażujący format postów: **Wiele zdjęć**

2. Zestawienie najlepszych publikacji

3.

• Top Post 1:

Opis: **Wyniki eliminacji ILCA 4 do Mistrzostw Świata – Dania**

Wyświetlenia: **16 727**

Udostępnienia: **34**

Reakcje: **78**

Kliknięcia: **767**

Komentarze: **3**

• Top Post 2:

Opis: **Nowy Zarząd Polskiego Stowarzyszenia Klasy ILCA**

Wyświetlenia: **13 237**

Udostępnienia: **5**

Reakcje: **142**

Kliknięcia: **1373**

Komentarze: **8**

3. Wnioski

1. Użytkownicy najchętniej reagują na posty z dużą ilością zdjęć.

2. Posty informacyjne/ogłaszające cieszą się najlepszym zasięgiem.
3. Aktywność na profilu staje się intensywniejsza gdy posty dotyczą wydarzenia.

4. Instagram – Wyniki i Działania

1. Kluczowe wskaźniki

- Całkowite roczne wyświetlenia profilu: **150,1 tys– przyrost 6489,9% względem wcześniejszego roku**
- Całkowity roczny zasięg profilu: **9618 – spadek 27% względem wcześniejszego roku**

• Liczba opublikowanych materiałów:

Liczba rolek:

1. Współtworzonych - 7
2. Tylko „naszych” – 5
- Razem rolek - 12

Postów – 20 + rolki

Relacji – 99

Relacje zwiększyły zasięg o 614,6% względem wcześniejszego roku.

2 Zestawienie najlepszych publikacji

• Najlepszy Post/Rolka:

1. Rolka współtworzona z zawodnikiem – **zasięg 868, 791 like**
2. Filip Olszewski brązowym medalistą... - **zasięg 421, 417 like**

• Najbardziej angażujące Story:

1. Jedna Relacja z wody z Pucharu Pucka 2026 – **1,3 tys. Widzów,**
2. Relacja z Szczecina 2026 – wywiad z zawodnikiem – **1,1 tys. widzów**
3. Relacja/ wywiad z zawodnikiem- puchar pucka 2026 – **906 widzów**

3. Wnioski

1. Regularne dodawanie Stories znacząco zwiększyło codzienne zaangażowanie społeczności.
2. Więcej osób zaczyna oznaczać profil w swoich materiałach.
3. Zwiększył się zasięg strony Instagram.
4. Podczas wydarzeń jest większe zainteresowanie stroną

3. Trudności i Wyzwania w okresie 2025–2026

1. Pogodzenie startowania w regatach i tworzenie lub zajmowanie się stronami (w tym samym czasie).
2. Trudność w pozyskaniu materiałów gdy zajmuje się tym jedna osoba.
3. Podczas czasu poza sezonowego, zmniejszona ilość postów/rolek/relacji z powodu zmniejszonej ilości startów.

4. Rekomendacje i plany na kolejny okres

1. Zwiększenie interakcji z odbiorcami poprzez organizowanie regularnych ankiet na Instagram Stories.
2. Zwiększona ilość materiałów na obu platformach
3. Więcej materiałów z uczestnictwem odbiorców – wywiady

Streszczenie

W okresie 2025–2026 działania komunikacyjne na platformach Facebook i Instagram koncentrowały się na **informowaniu o bieżących wydarzeniach i budowaniu zaangażowanej społeczności**. Łączny zasięg na obu platformach przerodził się w przyrost obserwujących oraz poszerzanie naszej społeczności i działań.



Maja Szwejk