

Social Media, które budują ruch. Nie tylko w internecie.



Strategia | Content | Video & Reels |
Influencer Marketing | Community Management





Wprowadzenie - opowieść o tym, jak galeria stała się sercem miasta online.

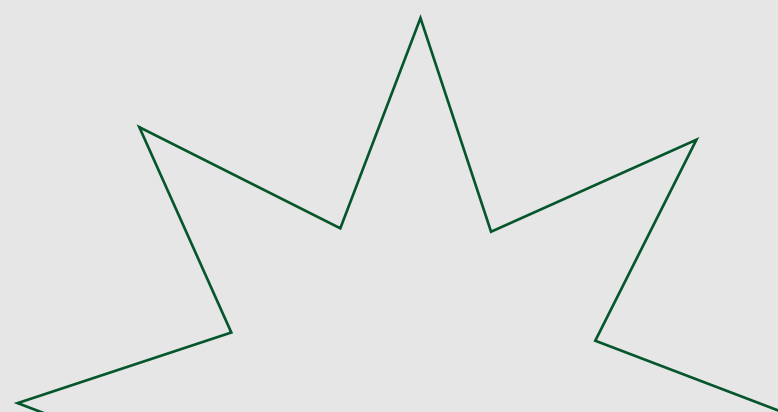
W świecie, w którym każdy scroll to walka o uwagę, a e-commerce kusi wygodą, galeria handlowa stanęła przed fundamentalnym wyzwaniem:

**Jak być czymś więcej niż tylko budynkiem pełnym sklepów?
Jak stać się miejscem, do którego chce
się wracać - nie tylko fizycznie, ale i w cyfrowym świecie?**

Marka potrzebowała:

- **Pulsu**, który zamieni tablicę ogłoszeń w żywą, angażującą rozmowę.
- **Głosu**, który będzie mówił językiem Bydgoszczy, a nie korporacyjnym żargonem.
- **Historii**, która sprawi, że Zielone Arkady staną się destination brand - celem samym w sobie, także w feedzie na Instagramie.

I tu weszliśmy my.





Projekt, w którym przestaliśmy sprzedawać, żeby ludzie zaczęli kupować.

Są dwa sposoby prowadzenia social mediów dla galerii handlowej. Pierwszy działa jak cyfrowa ulotka: niekończący się strumień komunikatów o promocjach, rabatach i nowych kolekcjach. Celem jest konwersja, a metryką sukcesu - sprzedaż. To droga na skróty.

Drugi sposób jest trudniejszy. Zaczyna się od fundamentalnego pytania: dlaczego ktokolwiek miałby chcieć śledzić profil centrum handlowego, jeśli nie szuka akurat wyprzedaży?

Właśnie w tym miejscu zaczyna się historia naszej współpracy. Zielone Arkady, jako największe centrum w regionie, nie konkurują już tylko z innymi galeriami. Konkurują z Netflixem, z popołudniem w parku, z wyjściem do restauracji. Konkurują o najcenniejszy zasób: **czas i uwagę mieszkańców Bydgoszczy.**

Większość agencji wzięłaby na siebie rolę wzmacniacza komunikatów od setek najemców. Naszym zadaniem nie było jednak bycie tubą dla promocji. Naszym zadaniem było sprawienie, by profile Zielonych Arkad sam w sobie stał się **powodem, by spędzić czas online.**

Dlatego w tym projekcie zamiast "kup teraz" zaczęliśmy mówić coś innego: "zobacz, co u nas słychać", "zainspiruj się", "bądź częścią naszej społeczności". Zdecydowaliśmy, że nie będziemy budować tablicy ogłoszeń. Zbudujemy cyfrowe serce miasta.





Wyzwanie - czyli jak nie stać się cyfrowym słupem ogłoszeniowym.

1. Pułapka Promocji

Feed zalany rabatami. Komunikacja, która informuje, ale nie inspiruje. Ryzyko stania się nudnym, cyfrowym katalogiem, który użytkownicy omijają.

2. Chaos Głosów

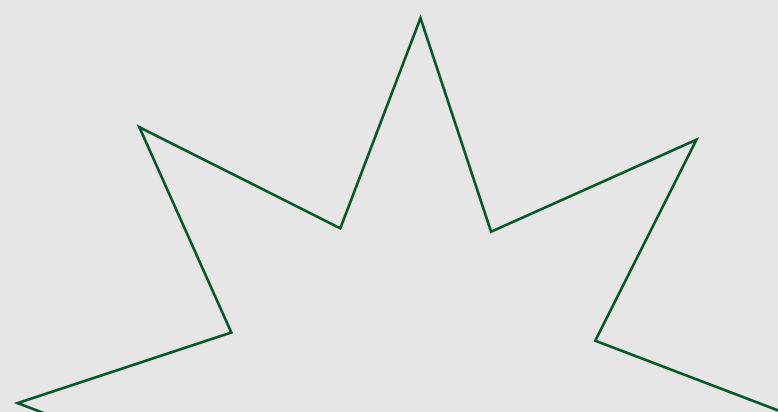
Setki najemców. Każdy z własną ofertą, estetyką i harmonogramem. Jak stworzyć z tego spójną, atrakcyjną narrację, a nie komunikacyjny chaos?

3. Syndrom Pustego Korytarza

Profil z tysiącami followersów, ale bez życia. Brak interakcji, brak dialogu, brak poczucia wspólnoty. Cyfrowe miejsce, w którym nikt nie rozmawia.

4. Contentowy Kołowrotek

Nieustanna potrzeba tworzenia świeżych, angażujących treści. Bez strategii i systemu, prowadzi to do wypalenia, niespójności i spadku jakości.





Nasza odpowiedź - czyli jak zbudowaliśmy ekosystem, który tętni życiem.

1.

Nadaliśmy rytm, czyli Strategia & Content Plan

Zamiast reagować, zaczęliśmy dyrygować. Stworzyliśmy miesięczne harmonogramy (min. 16 publikacji + Stories) oparte na filarach: inspiracje, okazje, życie galerii i społeczność. Wszystko zaplanowane, spójne i regularne.

2.

Stworzyliśmy niewyczerpane źródło treści

Wzięliśmy produkcję na siebie. Regularne sesje foto i wideo na terenie galerii, montaż dynamicznych rolek, projektowanie spójnych grafik. Zapewniliśmy stały dopływ contentu, który jest autentyczny i "made for Zielone Arkady"

3.

Oddaliśmy głos miastu

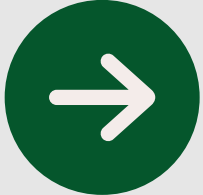
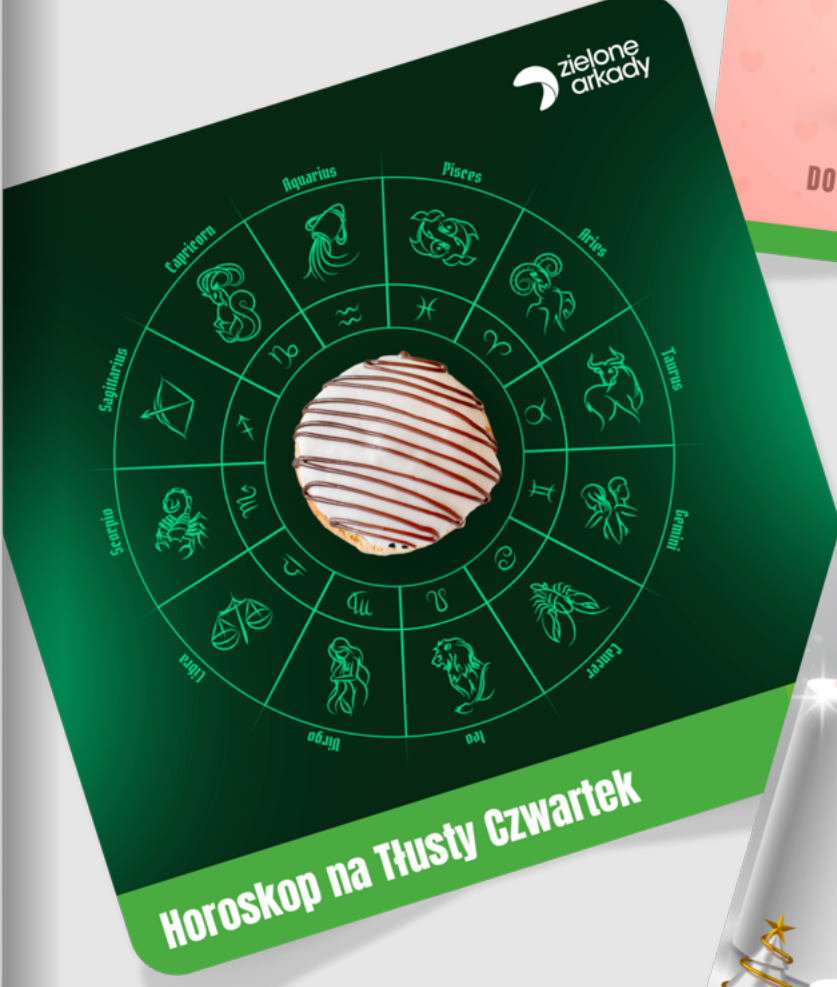
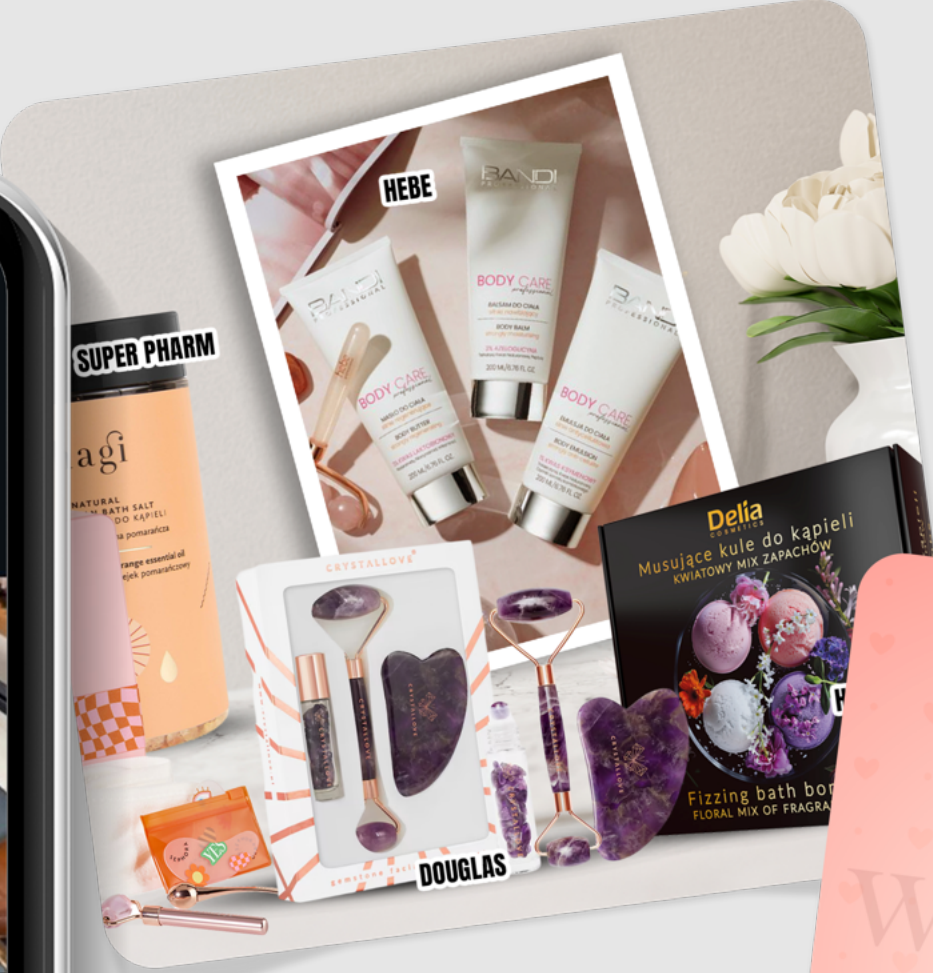
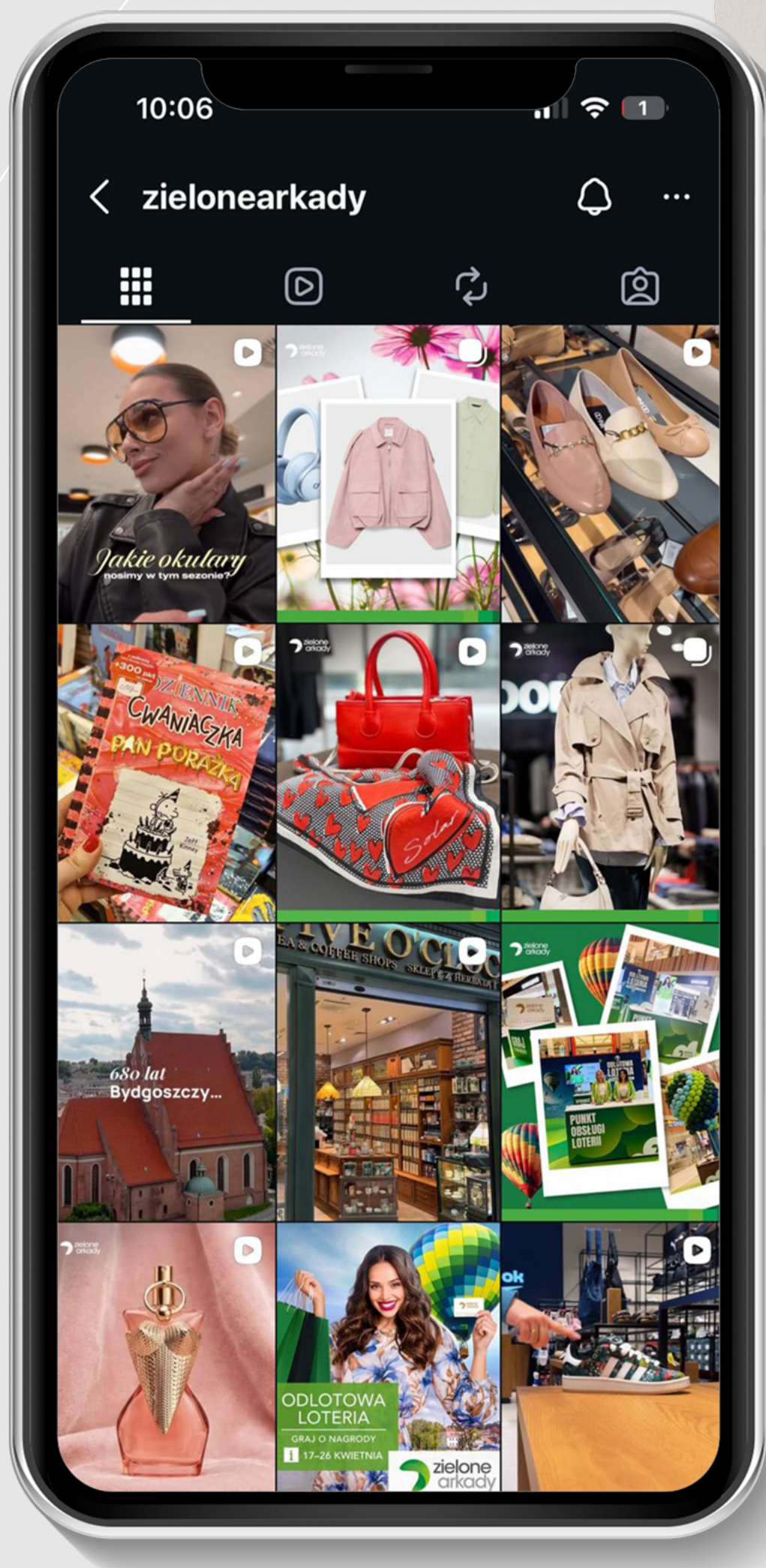
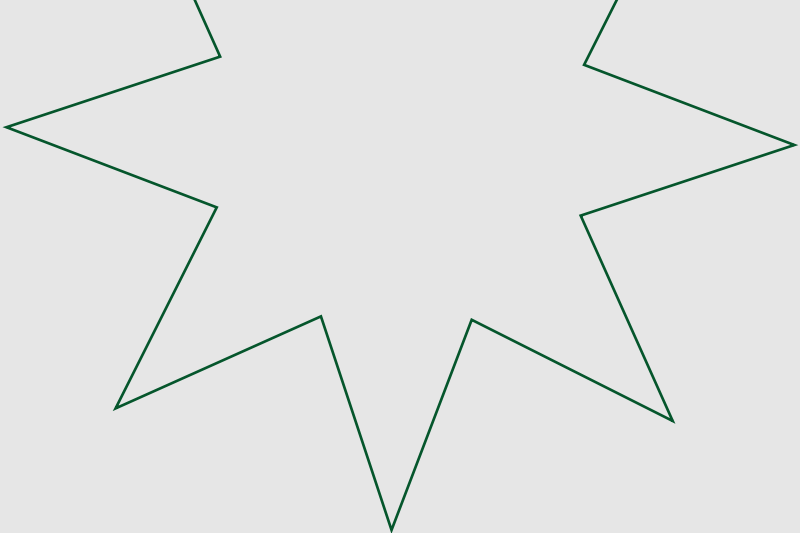
Zbudowaliśmy most między marką a społecznością. Nawiązaliśmy współpracę z lokalnymi influencerami z Bydgoszczy, którzy wnieśli autentyczność. Aktywnie pozyskiwaliśmy i promowaliśmy treści tworzone przez klientów (UGC), zamieniając ich w ambasadorów.

4.

Uporządkowaliśmy komunikację najemców

Stworzyliśmy system, który zamienił chaos w synergę. Cotygodniowe zbieranie i kreatywne opracowywanie ofert od partnerów sprawiło, że staliśmy się dla nich realnym wsparciem marketingowym, a komunikacja galerii zyskała jeden, silny głos.







Efekty - czyli nagroda, którą widać w statystykach i na korytarzach galerii.

1.

Cyfrowe serce miasta zaczęło bić mocniej

300% wzrost zaangażowania i ponad 500 tys. organicznego zasięgu miesięcznie, budujące realną więź z lokalną społecznością.

2.

Spójny świat marki, który wspiera najemców

Uporządkowana komunikacja i regularna promocja ofert przełożyły się na pozytywny feedback i realne wsparcie sprzedaży dla partnerów galerii.

3.

Społeczność, która żyje i rozmawia

Aktywna moderacja, angażujące konkursy i interakcje zmieniły pasywnych obserwatorów w zaangażowaną społeczność, która chętnie wchodzi w dialog.

4.

Marka, która jest cyfrowym liderem trendów

Profil Zielonych Arkad stał się punktem odniesienia i kluczowym źródłem inspiracji o modzie, lifestyle'u i wydarzeniach w Bydgoszczy.





Czas, by Twoja marka zaczęła naprawdę żyć online?

Spotkaj się z nami. Pomożemy Ci stworzyć komunikację,
która nie tylko informuje, ale angażuje, inspiruje i realnie
wspiera Twój biznes.

Skontaktuj się z nami:
kontakt@agencjagrow.pl
+48 795 115 885

Nasze współprace

