

#22 Narzędzia ułatwiające życie w działalności odpłatnej NGO

[Speaker 2]

No to witamy Was w 22 odcinku. Jak widać po naszych ubiorach nagrywamy ciągiem, od 20 chyba do 24 dzisiaj.

[Speaker 1]

Jeszcze dwa odcinki.

[Speaker 2]

Jeszcze dwa odcinki, ten i następny. I słuchajcie, zmieniamy trochę temat scen, przechodzimy do narzędzi.

[Speaker 1]

Ulubiony mój temat, czyli narzędzia. Słuchajcie, narzędzia są po to, żeby uprościć Wam życie. Nie tylko przy sprzedawaniu, ale w ogóle przy zarządzaniu organizacją pozarządową, a w ogóle organizacje pozarządowe mają o tyle fajnie, że całkiem sporo tych narzędzi mają w wersjach premium darmowych lub taniej.

I słuchajcie, od razu Was zachęcę do tego, żebyście odwiedzili stronę techsub.org. Jest to taka organizacja, która zbiera różne narzędzia, które są dostępne tylko dla organizacji pozarządowych albo za darmo, albo w specjalnej cenie.

[Speaker 2]

To znaczy one są dostępne dla wszystkich, ale dla organizacji mają lepszą cenę albo są w ogóle za darmo.

[Speaker 1]

I jakby lista tych narzędzi jest bardzo duża, od Ofisa Worldowego, po Zuma, po różne inne rzeczy, ale pierwszym programem, który na pewno jest darmowy dla organizacji pozarządowych w wersji premium i to jest w ogóle program, który tak mocno zmienił rzeczywistość drobnych przedsiębiorców i w ogóle wszystkich, którzy próbują się komunikować przez internet. To jest oczywiście Canva, jeden z najlepszych programów na świecie. Oczywiście tutaj trochę przesadzam, bo na pewno graficy się z tym nie zgodzą, bo ich rzeczywistość też zmienił, ale niekoniecznie na plus.

Natomiast to jest program, który generalnie jest dostępny w wersji bezpłatnej, ograniczoną funkcjonalnością, ale dosyć łatwo możecie go dostać w wersji premium dla zespołu jednego do dziesięciu użytkowników za darmo, jeżeli jesteście organizacją pozarządową. Robi to się tam w taki sposób, że ja zresztą nie wiem, czy ja nie nagram takiego odcinka, który pokaże jak ten formularz wypełnić. Na stronach Canvy, jak wyszukacie sobie w pomocy NGO, to będzie taki formularz, który należy wypełnić, żeby udowodnić Canwie, że jesteście organizacją pozarządową.

Z tego co pamiętam, tam trzeba swój KRS też przesłać.

[Speaker 2]

Tak, tak, ale też ważna informacja, nie zniechęcajcie się, jak nie dostaniecie od razu tej darmowej wersji, bo myśmy chyba dwukrotnie czy trzykrotnie próbowały i wiemy od innych organizacji, że tak to wygląda, że to trzeba kilka razy ten formularz wypełnić, ale warto.

[Speaker 1]

Warto i jak już raz to zrobicie, to macie to z głowy, dlatego że możecie i możecie korzystać z pełnej funkcjonalności Canvy. No a co w tej Canwie?

[Speaker 2]

Słuchajcie, właściwie nie wiem czego nie ma w Canwie, bo wybór wszystkich formatek do takiej komunikacji graficznej, graficznej albo filmowej, bo też jakby bardzo mocno można też tam filmy... To nie jest edytor do filmów, ale można je w taki graficzny sposób ładny przedstawić do rolek, do relacji, do postów, robiąc certyfikaty, robiąc jakieś szablony, wordbooki. No właściwie wszystko to, co jakby jest związane z taką graficzną, wizualną częścią Waszej komunikacji jest bardzo łatwe do zrobienia w Canwie, bo Canva ma gotowe formatki, które możecie, słuchajcie, wykorzystać jeden do jednego.

Możecie każdą formatkę edytować i dopasować do swoich kolorów, dać swoje logo, swoje zdjęcia, swoje teksty. No właściwie po prostu... Możecie animować.

Możecie animować. No ja myślę, że większość osób jednak zna Canwę. My zachęcamy do tego, żeby w tą Canwę wchodzić, próbować, testować, bo wiele rzeczy jest niedostępnych z takiego poziomu, nawet w tej wersji darmowej, to trzeba trochę tam, wiecie, powchodzić, popróbować.

Canva ma też swoje tutoriale, jest mnóstwo tutoriali na YouTube. Naprawdę zachęcamy do tego, żeby korzystać z tej Canwy.

[Speaker 1]

Znaczy generalnie warto jej się dobrze nauczyć. Warto się jej dobrze nauczyć, bo to bardzo upraszcza pracę. Ja to też jestem takim typem, który lubi sobie systematyzować pewne tematy, więc dla mnie na przykład dużą, przy ilości projektów, które robimy, ważne jest to, że mogę mieć te projekty podzielone na foldery.

Mogę mieć w tej już premium wersji, mogę mieć własną identyfikację wizualną, która jakby domyślnie wszystkie kolory mi się zawsze pokazują. Mogę mieć loga pod ręką, mogę wrzucać swoje filmy, mogę wrzucać swoje zdjęcia, ale jeżeli czegoś nie mam, to baza tych zdjęć, grafik, animacji jest na tyle duża i łatwa do znalezienia, że ja nie muszę już nigdzie indziej szukać. Kiedyś jeszcze się szukało po różnych bankach zdjęć, teraz już tak naprawdę tego nie trzeba zrobić.

Wielka, duża funkcjonalność Canwy w premium to jest wycinanie tła, czyli jeżeli mamy zdjęcie, jakbyśmy miały to zdjęcie nas dwóch, jeżeli bym chciała zdjęcie tylko naszych tutaj tych profili, to bardzo łatwo w Canwy jednym przyciskiem jestem w stanie tło wyciąć i nakleić się na dowolnie inne tło.

[Speaker 2]

Wiecie co, jakby my teraz nie będziemy o Canwie rozmawiać, bo tam jakby te funkcjonalności jest, no naprawdę trudno mi sobie wyobrazić, że ktoś tam nie zrobi tego, czego potrzebuje w bardzo prosty, intuicyjny sposób.

[Speaker 1]

Tak, najważniejsze są właśnie te szablony, z których jest miliony i których można szeroko pokorzystać. Nawet jeżeli macie takie poczucie, że macie problem z ładną estetyką, to będąc początkującymi osobami w Canvy zaczynacie od szablony, ewentualnie zmieniacie kolory, żeby za bardzo nie nabroić i macie piękną rzecz. Może nie wchodzimy w tą Canwę, bo to tak się będzie ciągnęło i ciągnęło, bo ona jest po prostu genialna.

No, ale warto o niej wspomnieć, bo Karolina mówi, że na pewno wszyscy wiedzą, ale tak naprawdę ja na naszej drodze spotkałam mnóstwo ludzi, którzy może i wiedzą, że ta Canwa jest, ale tak naprawdę nigdy w nią mocniej nie weszli. Ja na przykład już nie robię rolek nigdzie indziej niż tylko na Canwie.

[Speaker 2]

I to, co jest ważne, Canvy to nie jest program, który się ściąga, to jest program, który działa online, więc logujecie się czy z poziomu aplikacji, czy z poziomu komputera zawsze, w każdym miejscu, na każdym komputerze. I telefonie. I telefonie.

Dokładnie.

[Speaker 1]

Drugie narzędzie, które organizacje pozarządowe nie widzą jeszcze, chyba z tego, co ja przynajmniej słyszę, jeszcze nie czują mocy tego narzędzia, a który nam już bardzo mocno pomaga od samego początku, jak się tylko pojawił, czyli słuchajcie, sztuczna inteligencja pod nazwą ChatGPT. ChatGPT. Ja jeszcze bardzo mocno czekam na tą sztuczną inteligencję googlową, żeby weszła do Polski, bo jeszcze cały czas jest zablokowana, choć już te obietnice są.

Czyli no, to jest coś, co mocno nam pomaga.

[Speaker 2]

Tak, i słuchajcie, tutaj ChatGPT i to nie jest sam ChatGPT, to są wszystkie aplikacje dookoła, które korzystają też z możliwości chatu GPT, ale jeżeli chcecie zacząć tą przygodę, to otwórzcie sobie stronę www.open.ai i spróbujcie, otwórzcie sobie jeden chat, jedną rozmowę, jeden wątek, bo pewnie na tyle wam pozwoli ta darmowa wersja.

[Speaker 1]

Nie, z tego, co ja widzę, ta darmowa wersja już nie ma ograniczeń.

[Speaker 2]

Dobra, no bo jest teraz już ta nowsza wersja płatna, więc pewnie tam uwolnili. I spróbujcie z nim przedyskutować jakiś wasz pomysł na wniosek, na propozycje warsztatów. Jakby traktujcie go jako, ChatGPT jako osobę, która z wami szuka kolejnych rozwiązań, kolejnych możliwości, podsuwa wam nowe pomysły.

Nie traktujcie go jako takiego worka, z którego będziecie tylko brać, ale bardziej jako inną perspektywę.

[Speaker 1]

Z tym Chatem GPT to już jest tak, że jak się go używa, to bardzo szybko jesteście w stanie zobaczyć teksty napisane przez chat. Natomiast, jeżeli potraktujecie go jak partnera do rozmowy, jako żywą osobę, tak oczywiście w cudzysłowie, z którą nakarmicie jakimiś informacjami, to ta szorstkość tych tekstów, tego Chata GPT, w pewnym momencie okaże się, że to będzie dla was nie do rozróżnienia. I bardzo dobry przykład, na przykład pisząc projekty.

Jeżeli powiecie chatowi, hej chat, ja jestem organizacją pozarządową i chcę napisać projekt, w którym będę zabierała dzieci z mojego miasta na cztery godziny warsztatów w przyrodzie, po dzikim głogowie. I chcę, jakby chcę, żeby to były dzieci w tym i w tym wieku. I podczas tych warsztatów chcę, żeby takie i takie rzeczy się działy, bo ważne jest to dla mnie to i to.

I proszę ci, i jakby dacie mu te wszystkie rzeczy, które macie w swojej głowie. Co chcecie, żeby zadziało się na tych warsztatach? To po pierwsze, w tym momencie możecie zacząć mu zadawać dodatkowe pytania.

Czyli na przykład, czy możecie go poprosić, żeby napisał scenariusz takich zajęć? Możecie go poprosić o jakieś dodatkowe pomysły? Co by się mogło jeszcze dziać na takich spotkaniach?

Możecie go poprosić, żeby wyciągając dokładnie pytania z projektu, które piszecie z konkursu. Na przykład, zrób mi opis szczegółowy i w tym opisie szczegółowym musi się znaleźć to, to i to. Lub zrób mi harmonogram, lub zrób mi rezultaty i tak dalej.

Możecie mu też powiedzieć, że możesz mi też zadawać dodatkowe pytania dotyczące tego projektu. I ja ci na nie będę odpowiadał, żebyś ty jakby lepiej wiedział, o czym my mówimy. I gwarantuję wam, że jak poświęcicie tak trochę czasu na rozmowę z nim, to te wyniki będą super.

Zaskoczycie się, jak dużo pracy on potrafi za was zrobić. Jeżeli poświęcicie te 10 minut na dobre opisanie tego, co chcecie. W tym samym wątku, jak już wygracie ten projekt, zakładając, że go wygracie, to w tym samym wątku, jakby każdy wątek rozmowy, on pamięta, co się zdarzyło wcześniej w tym wątku.

Więc jeżeli już będzie taki moment, że będzie realizacja tego projektu i trzeba będzie stworzyć kampanię reklamową do tego, to możecie go też o to poprosić, że hej, w czacie GPT potrzebuję stworzyć pięć postów, które będą zachęcały do wzięcia udziału w tym projekcie. Stwórz mi proszę plan kampanii marketingowej na social media albo na Facebooka, on wam stworzy plan. To teraz napisz mi posta numer jeden, numer dwa, scenariusz do filmu numer trzy, numer cztery, numer pięć.

I tak naprawdę w czasie godziny pracy przy takim czacie GPT jesteście w stanie ogarnąć rzeczy, które kiedyś zajmowało wam bardzo dużo. Albo za które musieliście płacić. Są też inne narzędzia opierające się o sztuczną inteligencję, są już te narzędzia takie graficzne.

One jeszcze są takie trudne do użytkowania, dużo trudniejsze na pewno niż czacie GPT, więc o nich na razie nie mówimy. Natomiast spróbujcie, bo wiem, że wielu z was nie próbowało i zaskoczy was to jak... Jak bardzo jest pomocny.

Tak, jak on wam może bardzo zmienić waszą rzeczywistość w takim funkcjonowaniu na co dzień.

[Speaker 2]

Ja tu będę trochę pilnowała czasu, bo Aśka może mieć skończoność gadać o narzędziach. To może już zapraszamy do czata GPT i przechodzimy do kalendrii.

[Speaker 1]

Ja chciałam tylko powiedzieć jeszcze podsumowując czata GPT, że my jesteśmy w czerwcu 2023, a ten odcinek będzie tam pod koniec roku. To prawda, to już może być inna rzeczywistość. To może być też inna rzeczywistość tych narzędzi związanych z czatem GPT.

One po prostu pączkują. I tutaj jeszcze taka, żeby zanim przejdziemy, to słuchajcie, ta wersja podstawowa czata GPT jest bezpłatna. Płatny jest wyższy model językowy, natomiast jest mnóstwo narzędzi opartych na czacie GPT, którzy sobie twórcy każą za nie płacić.

I na początek to nie ma sensu, wejdźcie do czata GPT. Kalendrii to mój ulubiony przykład.

[Speaker 2]

Znaczący, Aśki ulubiony, natomiast mega użyteczny. Czyli narzędzie, które umożliwia wam, po prostu oddaje w ręce waszych klientów umawianie się na rezerwację terminów urodzin, umawianie się na konsultacje, na masaże.

[Speaker 1]

I słuchajcie, to nie jest narzędzie idealne. Przede wszystkim dlatego, że to jest narzędzie, które jest po angielsku, ale jest darmowe. Bardzo intuicyjne.

Jest zupełnie darmowe, jest intuicyjne dla osób, które się umawiają. Oczywiście ma swoją płatną wersję, ale ta podstawowa wersja bezpłatna jest bardzo wystarczająca. I to jest super.

Są polskie odpowiedniki kalendrii, które mają podobne funkcjonalności, ale one są wszystkie płatne. Więc kalendrii generalnie polega na tym, że wy sobie dajecie taką, ustalacie, jaką macie dostępność w kalendarzu. Na przykład zakładacie sobie, że masaż trwa półtorej godziny.

Pomiędzy każdym masażem musicie mieć pół godziny przerwy. I na przykład jesteście w stanie zrobić trzy masaże dziennie. I jesteście dostępni na przykład od dziewiątej do dwunastej, a potem od szesnastej do dwudziestej.

I ten kalendrii, jakby dajecie linka na swojej stronie do tego kalendrii i klient wybiera sobie sam, nie musi do Was dzwonić, wybiera sobie sam, słuchajcie, godzinę, datę, kiedy chce ten masaż. I oczywiście też sobie w ogóle możecie ustalić, ile czasów przed kimś może ten masaż ustalić. Czyli na przykład czy może z dnia na dzień to zrobić, czy na przykład musisz mieć przynajmniej trzy dni, zanim wpadnie rezerwacja.

W momencie, kiedy on rezerwuje ten masaż, daje swojego maila, możecie go też poprosić o podanie numeru telefonu. Od razu, w momencie, kiedy kliknie przycisk zarezerwuj, idzie do niego mail z tym, że usługa jest zarezerwowana. Do Waszego kalendarza w Google wpada od razu rezerwacja, od razu Wam się blokuje czas w Waszym kalendarzu w Google i na Waszą skrzynkę mailową od razu też idzie informacja.

Mało tego, Calendly też może sprawdzić, czy w Waszym kalendarzu w tym czasie, kiedy ktoś chce coś zarezerwować, nie ma już czegoś zarezerwowanego. Jeżeli jest, to nie pozwoli. To jest wszystko w bezpłatnej wersji.

Super narzędzie, jeżeli znacie angielski, żeby sobie tam wszystko poustawiać samemu, to jak najbardziej, to tak mocno upraszcza życie, że aż grzech tego nie korzystać, nie?

[Speaker 2]

I nasze takie narzędzie najbardziej przez nas wykorzystywane zaraz po Canwie, to jest dysk Google'a i w ramach dysku Google'a ankiety, formularze, które my używamy do diagnozowania, zapisów, rekrutacji, właśnie ewaluacji, czyli wszystko to, co zbiera informacje od naszych klientów.

[Speaker 1]

Czyli tutaj od dysku Google'a też się chwilę zatrzymamy, bo myśmy się tutaj zachwycały Canwą i tak dalej, ale tak naprawdę chyba narzędziem, bez którego chyba trudno nam by się już to było, to właśnie dysk Google'a, dlatego że to jest narzędzie, które bardzo upraszcza pracę w zespole nad projektami, ale co najważniejsze dla organizacji pozarządowych, tak zwany G Suite, czyli taki komercyjny dysk Google'a o większej przepustowości, z większą ilością usług, z większym bezpieczeństwem danych, z lepszymi dostęпами.

Wersja premium. Tak, z lepszym Google Meetem, czyli tą taką aplikacją do spotkań wideo, gdzie możecie, bo teraz już Google Meet ten taki indywidualny ogranicza czas do godziny. Tutaj jakby nie macie tych ograniczeń.

On jest za darmo. To też się robi dla organizacji pozarządowych. Jak wpisiecie Google dla NGO, dostaniecie też po polsku już instrukcję, jak ten darmowy G Suite dostać.

To też się robi przez TechZoom, czyli przez tą stronę, o której wcześniej mówiłam. Ja zresztą wrzucę do opisu tą stronę. Uzyskuje się ten dysk Google'a.

Mało tego, nie tylko dostajecie G Suite'a, ale też dostajecie pieniądze na reklamy w Google'ach, jako organizacja pozarządowa właśnie z tego poziomu. Już nie pamiętam, jaka to jest kwota. Nie wiem, czy to jest 10 tysięcy dolarów miesięcznie, ale to jest jakaś duża kwota, z której można skorzystać za darmo, reklamując się przez Google'a.

I tutaj w ogóle można by spędzić dwie godziny, mówiąc o dysku Google'a, jaki on jest ważny. Natomiast, co jest najfajniejsze, że sprzedając możemy go właśnie, formularze Google'a się świetnie nadają do sprzedaży. Wcale nie musicie podpinać jakichś zaawansowanych systemów płatności, sklepów do swojej strony.

Jeżeli nie umiecie tego robić, nie macie pieniędzy, żeby za to zapłacić, wystarczy formularz Google'a, w którym będziecie zbierali dane, podacie swoje numery konta i tak dalej. I to wam może być takim dobrym przyczynkiem do sprzedaży, zaczątkiem.

[Speaker 2]

Bardzo dobrym, bardzo dobrym porządkującym, zbierającym. Jakby kto nie korzystał, to zachęcamy do tego, żeby założyć i zamykamy temat, bo worek bez dna. Masowa wysyłka SMS.

Coś, z czego bardzo korzystamy. Tych programów, tych aplikacji do masowej wysyłki jest bardzo dużo. My korzystamy z serwera SMS.

Ma swoje wady, ma swoje zalety. Generalnie musimy zapłacić za każdego wysłanego SMSa. W tej wersji Basic to jest dziesięć groszy netto.

Dziewięć chyba, dziewięć netto. Tak, mi się wydaje, że dziesięć, to jest zmieniała się cena. Więc tyle kosztuje, czyli tam plus VAT to jest jakieś tam 12-13 groszy płacimy za SMS.

Natomiast robimy sobie tak, że właśnie, zbieramy dane w formularzu Googla, przekopiuujemy wszystkie numery telefonów, wrzucamy je do serwera SMS i jeżeli mamy na przykład warsztat dla, założymy, że mamy to spotkanie uważności w lesie, mamy zebrane wszystkie dane kontaktowe do osób, które chcą wziąć udział w tej uważności w lesie i jednym, jakby piszemy jednego SMSa, który idzie do wszystkich i w tym SMSie możemy napisać, ponawiamy prośbę o płatność, podajemy szczegóły spotkania, co tam sobie chcecie.

Po prostu jeden SMS skierowany do dużej grupy odbiorców.

[Speaker 1]

I co teraz, jak tam przy takich grupach, gdzie jest 10 osób, to to pewnie łatwo jest wysłać 10 SMSów na raz z jednego telefonu. Natomiast jeżeli na przykład już macie, oj nie wiem, no na przykład jeżeli macie półkolonię i musicie się regularnie kontaktować z rodzicami z półkolonii, a można utworzyć grupę na telefonie i wysłać do wszystkich, tylko wtedy wszyscy widzą swoje telefony nawzajem i to jest jakby też nierodo, to to mocno upraszcza. Ale to nie tylko, bo jeżeli sprytnie zbieracie dane w formularzach Googla, czyli prosicie ludzi o zgody marketingowe, na wysyłanie informacji o zajęciach, usługach, które będziecie wprowadzać, to możecie wysłać SMSa do wszystkich ludzi, którzy korzystali z podobnych usług, jak do tej pory, jak chcecie teraz zaproponować i wysłać informację, słuchajcie, hej, znowu ponawiamy warsztaty dla dzieci.

Jeżeli chcesz się zapisać, wejdź na tą stronę. I to już nie jest kwestia dziesięciu SMS-ów, tylko to już są, my mamy już bazy po kilkaset osób i nawet jeżeli, ja to bardzo szybko, zawsze mocno przeliczam, nawet jeżeli ja zapłacę 30 za takiego SMS-a do całej mojej bazy, to zazwyczaj ta konwersja, czyli to ile osób się zapisało, mocno przewyższa jakikolwiek inny sposób komunikacji, bo zazwyczaj to jest parę osób, nie wiem, nawet jeżeli, powiedzmy, mam cenę warsztatów 70 zł, nawet jeżeli to tylko trzy osoby się zapiszą w ten sposób przez tego SMS-a, to już jest 210 zł, czyli zyskuję. A bardzo często jest tak, że ja też tak słyszę od klientów, że oni nie obserwują Facebooka, że oni nawet nie wiedzieli, że coś takiego jest, że dobrze, że im wysyłam SMS-a, bo by się nie zapisali.

Więc ta masowa wysyłka SMS-ów jest nieoceniona pod względem, że też prosicie o zgody marketingowe.

[Speaker 2]

To, co jest ważne jeszcze w serwerze SMS, że możesz sobie zaplanować wysyłkę, czyli możesz sobie zrobić całą kampanię, tak? Jeżeli wiesz, że masz właśnie codziennie półkolonie, to możesz sobie zaplanować, że codziennie wieczorem o 20 wysyłasz SMS-a. Na zasadzie pamiętaj, żeby dać dziecku krem przeciwsłoneczny, czapkę, wodę i kanapkę.

[Speaker 1]

No i to też są takie koszty, które, jak piszecie projekty, można wpisać w projekt. My zawsze to 50 czy 100 zł dopisujemy do tego serwera SMS i to zazwyczaj nam na wszystkie te takie rzeczy wystarcza. Natomiast to mocno, mocno upraszcza tą komunikację.

Więc taki temat, to są tak zwane autorespondery. Tutaj jest autoresponder SMS-owy. Są jeszcze, na pewno znacie, autorespondery mailowe.

No i to są te wszystkie newslettery tak zwane. I to działa dokładnie tak samo jak SMS-y. Przy czym te SMS-y mają większą jakby siłę przebicia, bo zazwyczaj ludzie te SMS-y sprawdzają.

Maile niekoniecznie zawsze sprawdzają albo niekoniecznie zawsze podają te, które sprawdzają. Ale w przypadku takiego wysyłania informacji o zajęciach zawsze jakby pierwszy rzut może pójść mailami, gdzie może to być za darmo, a drugi rzut może pójść SMS-ami. Z tymi SMS-ami to ważne też jest tak, żeby nie przeginać.

Jeżeli już tych maili możemy tam wysłać, nie wiem, wysłać cztery w miesiącu i tam pewnie na nas nikt nie odbrazi, to w momencie, kiedy byśmy wysłali cztery SMS-y w miesiącu do naszej grupy docelowej potencjalnych klientów, to już mogą się na nas zezłościć. Więc to też trzeba umiejętnie tak sobie z tego korzystać. Znane respondery, które są za darmo, my korzystamy z takiego MailerLite, też podlinkuję i jest jeszcze MailChimp, który też jest darmowy.

Do tysiąca chyba subskrybentów. Tak, MailerLite ma więcej, chyba dwa tysiące, a tutaj jest do tysiąca. Generalnie chodzi o to, że ja mogę do wszystkich ludzi, których zebrałam maile, wysłać informacje o tym, że coś robię.

Możemy też wysłać newslettery, ale to już jest bardziej skomplikowany temat związany z jakąś tam automatyzacją. Więc do takiego bezpośredniego kontaktu z klientem te autorespondery się świetnie nadają i mocno zwiększają waszą sprzedaż.

[Speaker 2]

Tak jest. Kolejne narzędzie Google'a, które jest darmowe i bardzo upraszcza życie, szczególnie dla tych osób, które są na początku swojej drogi jakiejś takiej w organizacji czy przedsiębiorcy, to są strony www robione przez Google'a, czyli takie bardzo uproszczone formatki stron, które wypełniacie zgodnie z tą instrukcją, która się pojawia. Oni tam was mocno prowadzą, co wypełnić.

I powstaje taka prosta strona www mówiąca o tym, co robicie.

[Speaker 1]

Znacząca ta strona www ma dużo wad, ale niewątpliwą zaletą jest to, że każdy, kto tej strony www nie ma i nie planuje mieć, bo go na to nie stać, albo uważa, że nie jest tego w stanie sam zrobić, to tu może zrobić sam. I w większości przypadków to wystarcza na lokalnym rynku, jeżeli nie potrzebujecie jakiegoś wielkiego pozycjonowania, nie potrzebujecie podpinania sklepu internetowego, czy tam monitorowania pikseli marketingowych, to taka strona, która będzie waszą wizytówką, bo z waszą ofertą, pod którą nawet możecie podpiąć formularz Google'a, w którym będziecie mogli prowadzić sprzedaż, jest zupełnie dostępna za darmo, na zasadzie przeciągnij i upuść.

[Speaker 2]

Bardzo prosta, tak. Bardzo prosta mnóstwo informacji od Google'a, jak tą stronę uzupełnić. Do tego jeszcze nagramy zaraz kolejny odcinek o wizytówce Google'a, ale to jest bardzo połączony system, i też darmowy, i też udostępniony przez Google.

[Speaker 1]

I te strony, bo są dwa miejsca, w których można tę stronę samemu zrobić. Można zrobić samą przez wizytówkę Google'a, mam wrażenie, że tam jest trochę bardziej uproszczone, jakby mniej można zrobić, ale jest jeszcze osobny kreator, tutaj też podlinkuję na stronie sites.google.com i co najfajniejsze, wy możecie mieć zarówno tą stronę w domenie Google'a, czyli tam chyba biznes.google.com nasz.google2.biznes tak, czyli nie w takiej własnej waszej domenie, ale również możecie wykupić swoją własną domenę w Google'u lub podpiąć domenę, którą macie właśnie do tej strony, więc możecie mieć swój taki mocno unikalny adres, jeżeli tam zapłacicie w okolicach 100 złotych rocznie za to.

I teraz jeszcze takie narzędzie, które jest bardzo mocno przydatne, natomiast jest to być może o jeden stopień wyższa specjalizacja niż to, co do tej pory robiliśmy, aczkolwiek nie jest to trudne. Z tego, co kojarzę, chyba niestety jest tylko po angielsku. Jest to tak zwany Zapier.

I słuchajcie, to jest Zapier, Zapier to jest taka aplikacja, która robi za waszą sekretarkę może trochę, taką osobę, która ogarnia, która do tej pory ogarniała wiele rzeczy ręcznie. Zapier to jest aplikacja do automatyzacji szeroko pojętej. I co jest najpiękniejszej w tej aplikacji, że do pięciu tak zwanych zapów, czyli do pięciu automatyzacji, ona jest za darmo.

Część automatyzacji już takich bardzo specyficznych, marketingowych to już jest plan premium, ale na przykład wyobraźcie sobie, że możecie w bardzo prosty sposób zrobić taką automatyzację. Ktoś zapisuje się na wydarzenie w Google, przez formularz Google na waszej stronie. Z automatu ta automatyzacja zrobiona w Zapierze wysyła do tej osoby SMS-a z informacją hej, dzięki, że zapisałeś się na nasze zajęcia.

Widzimy się w sobotę o 12 tu i tu, ale żebyś na pewno miał miejsce na naszej liście, to czekamy do jutra, do wieczora na twoją wpłatę. Tu macie taki numer konta. I to w Zapierze można zrobić za darmo.

My łączymy dwie aplikacje. Łączymy aplikację Google'ową, formularze Google'a właśnie z wysyłką z serwera SMS. Będzie was kosztowała ta wysyłka tego SMS-a, natomiast to tak bardzo...

Ściąga z was całe już monitorowanie. Takie, że musicie się do tych osób jeszcze odezwać. To bardzo łatwo można zrobić.

Tych automatyzacji, które w Zapierze możecie zrobić jest bardzo dużo. Aplikacji podpiętych do tego Zapiera jest kilkaset z tego, co ja kojarzę. Większość aplikacji, których używacie, jestem pewna, że ma swoją automatyzację w Zapierze do zrobienia.

Mało tego, Zapier ma już teraz sztuczną inteligencję, której możecie powiedzieć, że potrzebuję, żeby zautomatyzować takie dwie rzeczy w mojej firmie. Jak ja to mogę zrobić? I on wam podpowie, jakie aplikacje możecie korzystać i tak dalej.

Więc to, jeżeli znacie język angielski, to jest na pewno aplikacja, która może ściągnąć z was bardzo wiele. Między innymi można z formularzy Google'a też od razu przekopiować adresy e-mail do bazy danych w autoresponderze mailowym i od razu wysłać maila. Więc to jest po prostu złoto.

To się wydaje bardzo skomplikowane, natomiast jak raz to zrobicie, to zobaczycie, że to jest tak proste, jak na zasadzie układania klocków.

[Speaker 2]

I mamy ostatnią automatyzację dla was, może ostatnie narzędzie, z którego pewnie wszyscy korzystacie, ale może nie w tym pełnym wymiarze, czyli Meta Business Suite w Facebooku i Instagramie.

[Speaker 1]

Tak, słuchajcie, jeżeli macie swoje strony na Facebookach, swoich organizacji, jest tam takie narzędzie, które ma dużo różnych rzeczy w sobie. To jest taki prosty menadżer strony. Po pierwsze, możecie tam planować posty.

I ja widzę, że rzadko ludzie to robią, natomiast pisząc jednego posta, możecie go od razu opublikować na Instagramie i na Facebooku. Mało tego, tego samego posta możecie pisać i możecie dostosować treść do Instagramu i do Facebooka. Możecie zaplanować, kiedy on ma się pojawić, czyli możecie...

[Speaker 2]

Tam też macie podpowiedzi, w jakich godzinach macie większą, więcej ludzi wchodzi na wasze konto i warto korzystać z tych podpowiedzi. Czyli żeby nie publikować o 12 w południe, tylko on wam odpowiada, żeby opublikować na przykład o 19.

[Speaker 1]

To jest to też miejsce, gdzie się sprawdza wiadomości, komentarze. To też jest miejsce, w którym możecie zrobić takie automatyzacje na wiadomości. Czyli na przykład, jeżeli ktoś się z wami kontaktuje, jeżeli macie jakieś tam...

Na Messengerze. Na Messengerze, jeżeli macie jakieś takie typowe rzeczy, o które was pytają, to możecie zrobić takie przyciski w Messengerze, że ten klient kliknie i od razu dostanie odpowiedź na przykład o waszą jakąś ofertę. Tam też jest cały moduł, taki uproszczony moduł, bo ten Facebook ma dwa takie miejsca, w których można robić płatną reklamę u siebie.

Jest to taka właśnie uproszczona wersja w Meta Business Suite lub w pulpicie profesjonalnym lub menadżera reklam. Natomiast dla osób, które są początkujące w temacie tworzenia reklam, ten Meta Business Suite ma dużo fajnych celów reklamowych. Wystarczy, żeby dzieci czytać z zrozumieniem, o czym te cele reklamowe są, żeby wybrać taki, który będzie do was dobrze dopasowany.

[Speaker 2]

No i tych narzędzi, słuchajcie, trochę wam przedstawiłyśmy. Część jest, tak jak Aśka powiedziała, darmowych, dla organizacji w pełnej wersji, część jest w wersji takiej basic darmowej. Zachęcamy was do tego, żeby nie bać się i korzystać, i testować, i próbować.

Jak znajdziecie jedno narzędzie, które wam upraszcza życie, to odbierzecie sobie z 3-4 godziny pracy, które musieliście na to poświęcać, więc warto.

[Speaker 1]

Po kolei, ja myślę, że ta lista tych narzędzi, o których będziemy mówili, też się znajdzie na naszej stronie, żebyście jej podlinkowały, żeby było wam łatwo do niej trafić. A w następnym odcinku o też takim narzędziu, o którym wspomnieliśmy, czyli o wizytówce Google.

[Speaker 2]

Profil firmy w Google, tak.

[Speaker 1]

I tutaj już Karolina będzie się bardziej doktorować. To będzie krótki odcinek. Więc koniecznie zapraszamy do 23 odcinka.

[Speaker 2]

Do zobaczenia.

Transcribed by [TurboScribe.ai](#). [Go Unlimited](#) to remove this message.