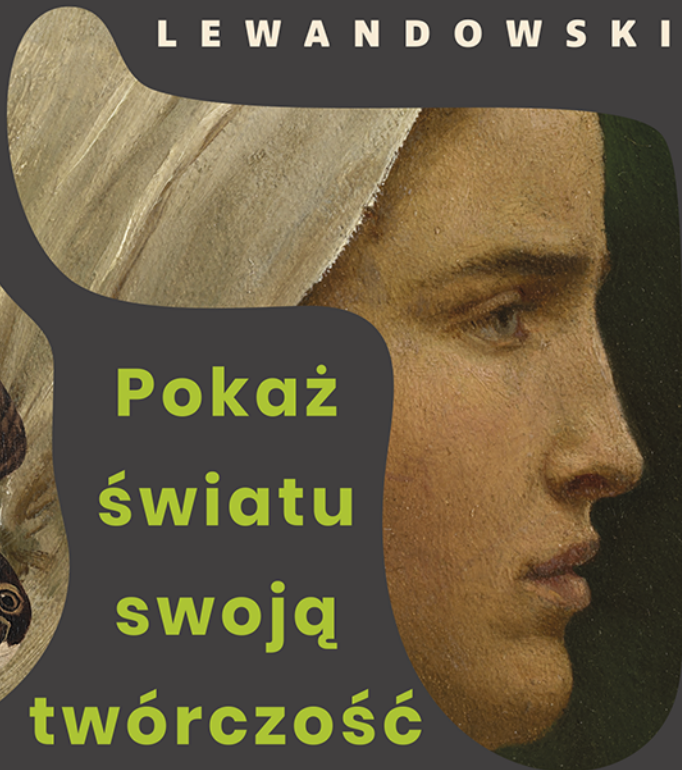


DAWID

LEWANDOWSKI



**Pokaż  
światu  
swoją  
twórczość**



PRZEWODNIK PO BUDOWANIU

MARKI OSOBISTEJ W SOCIAL MEDIACH



onepress

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz wydawca dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz wydawca nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Magdalena Dragon-Philipczyk

Helion S.A.

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel. 32 230 98 63

e-mail: [onepress@onepress.pl](mailto:onepress@onepress.pl)

WWW: [onepress.pl](http://onepress.pl) (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

[onepress.pl/user/opinie/twsome](http://onepress.pl/user/opinie/twsome)

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-289-3334-7

Copyright © Dawid Lewandowski 2026

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubią to! » Nasza społeczność](#)

# SPIS TREŚCI

## Rozdział 1. Zanim zaczniesz — czyli co to w ogóle jest

### ta „marka osobista” ..... 13

Marka osobista nie musi być spektakularna ..... 17

Instytucja czy intuicja? ..... 18

Nikt nie zbuduje Twojej obecności za Ciebie ..... 20

Podsumowanie ..... 22

Ćwiczenia ..... 23

## Rozdział 2. Kim Ty w ogóle jesteś?

### Czyli fundamenty marki osobistej ..... 25

Analiza SWOT ..... 27

Archetypy marki ..... 31

Wyróżnik ..... 37

Nie jesteś sernikiem, żeby wszyscy Cię lubili ..... 38

Kim są Twoi ludzie? ..... 39

Persona: Twój ~~idealny~~ prawdziwy odbiorca ..... 40

Szablon persony ..... 42

Jak brzmisz, kiedy mówisz? .....	44
Podsumowanie .....	48
Ćwiczenia .....	49

### **Rozdział 3. Media społecznościowe: narzędzie, nie cel ..... 51**

Ekspert czy influencer? Różnice, które warto zrozumieć .....	53
Po co w ogóle media społecznościowe? .....	55
To nie monolog .....	60
Tak mnie widzą, jak się pokażę — budowa profilu wizytówki .....	61
Zaczyna się od zdjęcia .....	62
Podpisujesz się imieniem i nazwiskiem .....	63
Spójność wizualna .....	67
Bio to nie jest miejsce na poezję .....	68
Wyróżnij to .....	69
Podsumowanie .....	73
Ćwiczenia .....	74

### **Rozdział 4. Poznaj, polub, zaufaj, czyli jak tworzyć treści, które budują relacje ..... 75**

Emocjonalne aspekty treści publikowanych w mediach społecznościowych .....	77
Powtórz to .....	80
Dlaczego nie widzisz wszystkiego, co publikują Twój znajomi? .....	82
Liczba Dunbara, czyli ile relacji Twój mózg jest w stanie ogarnąć .....	82

Od teorii do praktyki .....	84
Etap 1. POZNAJ — czyli przyciągnięcie uwagi .....	85
Etap 2. POLUB — czyli budowanie sympatii i rozpoznawalności ....	89
Etap 3. ZAUFAJ — czyli pokaż, że wiesz, co robisz .....	91
Etap 4. DZIAŁAJ — czyli zaprosz do (współ)działania .....	93
Co i w jakim formacie się sprawdzi? .....	99
Pojedynczy post .....	100
Rolki — ruch, emocje, dynamika .....	101
Karuzele — merytoryczne historie .....	104
Relacje (Stories) — codzienność, która buduje bliskość .....	106
Transmisja na żywo (Live) — spotkanie bez filtra .....	107
Kiedy sięgnąć po portfel? O płatnej reklamie .....	108
Podsumowanie .....	110
Ćwiczenia .....	111

## **Rozdział 5. Networking,**

### **czyli jak nie być desperatem na LinkedIn ..... 113**

A co, jeśli jesteś introwertykiem? .....	117
Nie jesteś robotem .....	121
Współpraca to nie przysługa. To strategia .....	123
Etyka obecności,	
czyli czy naprawdę chcesz być tylko widoczny .....	123
Nieobecność to prosta droga do kryzysu .....	124
A kiedy przychodzi kryzys — pojawia się hejt .....	126
Podsumowanie .....	128
Ćwiczenia .....	129

<b>Rozdział 6. Czy sztuczna inteligencja ukradnie nam wszystkim pracę? .....</b>	<b>131</b>
Perfekcyjna iluzja .....	133
Mój nowy post (z) Totoro .....	134
Cyfrowe wojny: Nowa nadzieja .....	137
Twój osobisty stażysta, który nie pije kawy .....	139
AI jako sparingpartner, czyli jak klócić się z robotem, żeby wyostrzyć własne myśli .....	140
Etyczna ściągawka: Kiedy AI pomaga, a kiedy oszukujesz (głównie siebie)? .....	140
Podsumowanie .....	141
Ćwiczenia .....	142
 <b>Rozdział 7. Twoja marka to długoterminowy projekt — nie sprint .....</b>	 <b>145</b>
Wszystko, teraz, już .....	149
Podsumowanie .....	154
Ćwiczenia .....	154
Co dalej? .....	155

*Jeśli scrollujesz przez  
Sto zdjęć, z których nie znika uśmiech  
I tych masek masz dość  
To chodź, chodź, chodź...*

Rosalie. — *Chodź, chodź, chodź*

Nienawidzisz słów „marka osobista”? Dobrze się składa, bo ja też kiedyś ich nienawidziłem. Brzmiały jak korporacyjny tekst, który nie ma nic wspólnego z twórczością, wrażliwością i prawdziwą kreatywną pracą.

A potem zrozumiałem, że w świecie, w którym wszyscy krzyczą, świadome mówienie o sobie nie jest narcyzmem. To akt samoświadomości i samoobrony.

Cześć, jestem Dawid i właśnie trzymasz w ręku moją pierwszą książkę dotyczącą tematu marki osobistej, dlatego uznałem, że najlepiej będzie już na samym początku się przedstawić. Nie mówi do Ciebie wydawnictwo, nie mówi do Ciebie anonimowy głos — mówi do Ciebie (w tym momencie) 32-letni facet, łysy, ale z wąsem, który mimo „poważnej kariery w świecie kultury” wciąż nad sportowe marynarki w kratę przedkłada oversize’owe T-shirty. Który od ponad 10 lat buduje swój wizerunek, a od kilku uczy innych, jak robić to w sposób efektywny i autentyczny. Inaczej — ten „Artysta na socialu” z Instagrama.

Zanim zaczniesz myśleć o tym, jak wygląda Twoje bio na Instagramie, co powinno być na Twojej stronie internetowej i czy warto wrzucać relacje zza kulis życia zawodowego... zatrzymajmy się na chwilę i zadajmy sobie to jedno ważne pytanie:

Po co Ci w ogóle marka osobista?

Przecież masz już pracę, działasz w kulturze, coś robisz. Nie jesteś influencerem, nie sprzedajesz kursów online „jak być sobą w 5 krokach”, nie musisz się „lansować”. Więc... czy to w ogóle dla Ciebie?

Odpowiem krótko: tak.

Ponieważ marka osobista to nie jest „robienie z siebie gwiazdy”. To nie napompowane ego, logo i sesja zdjęciowa w garniturze. To po prostu świadome komunikowanie tego, kim jesteś zawodowo. Oznacza to, że:

- chcesz, by ludzie wiedzieli, że istniejesz i co potrafisz,
- chcesz, by trafiały do Ciebie ciekawe propozycje współpracy,

- chcesz mieć wpływ na to, z czym Cię kojarzą — a nie żeby decydował o tym przypadek.

To jest właśnie marka osobista.

W świecie kultury i w branży kreatywnej nie działa się według „gotowych szablonów” — tu każda osoba wnosi coś od siebie. I dlatego tym bardziej warto tę swoją unikalność pokazać. Świadomie, autentycznie, krok po kroku.

Nie będę Ci obiecywał, że po przeczytaniu tej książki zostaniesz gwiazdą branży, ale jeśli potraktujesz to serio, to:

- zaczniesz być kojarzony z tym, w czym jesteś naprawdę dobry,
- zaczniesz mieć większą kontrolę nad tym, jak jesteś postrzegany,
- łatwiej będzie Ci przyciągać właściwe projekty, ludzi i okazje.

No właśnie, „kojarzony”, „postrzegany” — pozwól, że na potrzeby tej publikacji, by łatwiej się ją czytało, będę — mimo że język inkluzywny na co dzień jest dla mnie bardzo ważny — zwracał się do Ciebie w formie męskiej.

Więc jeszcze raz: cześć, jestem Dawid — specjalista od marketingu internetowego w branży kreatywnej i budowania autentycznych marek osobistych. Miło mi Cię poznać, a wierzę, że w czasie tej lektury poznamy się naprawdę dobrze.

To jak, zaczynamy?



# PROGRAM PARTNERSKI

— GRUPY HELION —



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW w działający bankomat!

**Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!**

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA  
**Helion** 

## GDZIE SĄ CI, DO KTÓRYCH CHCESZ DOTRZEĆ? NA INSTAGRAMIE, TIKTOKU, YOUTUBIE!

Pojawienie się mediów społecznościowych zmieniło nasz świat. Wpłynęło rzecz jasna także na osoby, które mają coś do przekazania innym. Twórcy zyskali wirtualną przestrzeń, w której mogą się przedstawić, zaprezentować siebie i podzielić się tym, czym „zawodowo” żyją. Odpowiednio użyte social media mogą się okazać prawdziwym sprzymierzeńcem. Trzeba się tylko nauczyć efektywnie z nich korzystać.

O tym, jak w odpowiedni sposób wejść w wirtualny świat i jak stworzyć w nim markę osobistą, opowiada ta książka. Celem przewodnika autorstwa Dawida Lewandowskiego (@artystanasocialu) jest przekazanie wiedzy dotyczącej personal branding – realizowanej bez wielkich zasobów, bazującej na autentyczności i małych, konsekwentnych krokach. Autor podsuwa konkretne narzędzia, z których warto korzystać (analiza SWOT, praca z archetypami marki itd.). Podpowiada, jaką strategię publikowania w mediach społecznościowych najlepiej prowadzić, i pokazuje, jak elementy lejka marketingowego (poznanie – polubienie – zaufanie) sprawdzają się w promowaniu siebie i swojej pracy w sieci.

**onepress**



Księgarnia internetowa:  
<http://onepress.pl>



**HELION S.A.**  
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice  
tel.: 32 230 98 63  
[onepress@onepress.pl](mailto:onepress@onepress.pl)

książkiklasybusiness

ebook dostępny na:

**ebookpoint**

ISBN 978-83-289-3334-7



9 788328 933347

Cena: 59,90 zł