

# Plan marketingu internetowego 2026

Lista kontrolna startu i ściąga kanałów oraz wskaźników

## Lista kontrolna: start marketingu

- ☐ Cel biznesowy i persona (modelowy klient) opisane
- ☐ Wybrane dwa lub trzy kanały dopasowane do osoby
- ☐ Treści i strona gotowe na przyjęcie ruchu
- ☐ SEO i GEO: rzetelne treści, jasna struktura, dane strukturalne
- ☐ Reklama płatna: budżet testowy i jasno określony cel
- ☐ Analityka skonfigurowana; zgody na cookies (Consent Mode)
- ☐ Dane własne zbierane za zgodą (newsletter, CRM)
- ☐ Wskaźniki ustalone: koszt pozyskania klienta, ROI
- ☐ Rytm pracy: testuj - mierz - skaluj

# Ściąga: kanały i wskaźniki

Najważniejsze kanały i sposób pomiaru - punkt odniesienia na start.

## Kanały marketingu internetowego

| Kanał                | Do czego służy                                   | Efekt          |
|----------------------|--------------------------------------------------|----------------|
| SEO i treści         | stały, darmowy ruch z wyszukiwarki               | długofalowy    |
| Reklama płatna       | szybkie dotarcie i pierwsze zamówienia           | natychmiastowy |
| Social media         | budowanie marki i społeczności                   | średniofalowy  |
| E-mail marketing     | powroty klientów i sprzedaż do bazy              | długofalowy    |
| Influencer marketing | zasięg i zaufanie z rekomendacji                 | średniofalowy  |
| GEO i AI             | widoczność w odpowiedziach generowanych przez AI | długofalowy    |

## Lejek marketingowy i wskaźniki

| Etap            | Co robić i co mierzyć                                   |
|-----------------|---------------------------------------------------------|
| Świadomość      | docieraj do nowych (SEO, reklama, social); mierz zasięg |
| Zainteresowanie | treści i zapis na newsletter; mierz kliknięcia i zapisy |
| Rozważanie      | opinie, oferta, remarketing; mierz konwersję            |
| Zakup           | prosty proces i jasne CTA; mierz koszt pozyskania i ROI |
| Lojalność       | e-mail, obsługa, program stałego klienta; mierz powroty |

Materiał informacyjny. Trendy i narzędzia zmieniają się szybko - fundamentem pozostają strategia, oferta i pomiar.