

MARZEC 2023 NR. 01

# NEWS 4 media

Serwis  
na czuja

*Media lokalne*

Zwiększ swoje  
zasięgi

*Social Media w mediach*

Wykorzystaj moc  
NIETYPOWYCH ŚWIĄT!

TEMAT MIESIĄCA  
**Pułapka  
Google Discovery**

ROZWÓJ LOKALNYCH MEDIÓW | SEO | MARKETING |  
SPRZEDAŻ MIEJSC REKLAMOWYCH | ROZWÓJ PRODUKU |  
DOBRE PRAKTYKI DZIENNIKARSKIE | REKLAMA | NOWOŚCI Z SOCIAL MEDIÓW

[news.4media.com](https://news.4media.com)

## wprowadzenie

# Drogi Wydawco, Droga Wydawczyni,

Czytacie na ekranie swojego komputera pierwszy z naszych e-booków, które w całości poświęcimy mediom lokalnym. Znajdziecie tu zarówno kwestie technologii – tego, co dzieje się w usługach Google, jak zmienia się świat od strony automatyzacji reklam, na co zwrócić uwagę od strony CMS, ale także kontentu – jak pisać, by się klikało i dobrze pozycjonowało.

Ja ze swojej strony obiecuję więcej informacji o tym, co dzieje się w mediach lokalnych w USA i jaki wpływ będzie to miało na nas w Polsce.

Do tworzenia naszego e-booka zaprosiliśmy fachowców na stałe zatrudnionych w 4media.com, jak również osoby specjalizujące się w różnych zagadnieniach, a z nami współpracujące gdy jest taka potrzeba. Opowiemy o trendach, ciekawostkach i wyzwaniach, które nas czekają. Jesteśmy otwarci także na Wasze sugestie.

Miłej lektury!



**Piotr Marek**  
CEO 4media.com

**NEWS** 4 media

Gotowe treści na Twój  
portal informacyjny,

dzięki którym oszczędzisz czas i  
zwiększysz liczbę odwiedzin

SPRAWDŹ OFERTY



## Serwis na czuja

*Jakiś czas temu uczestniczyłem w badaniu fokusowym. Zorganizował je tytuł, z którym byłem wtedy związany. Miało odpowiedzieć na podstawowe dla każdego wydawcy pytanie: czego chce nasz czytelnik?*

Bo tak naprawdę żaden wydawca tego nie wie. Nawet jeżeli mówi, że wie, to wie to na tzw. czuja. Praca nad serwisem wydarzeniowym to ciągle stąpanie po grząskim gruncie. Czasem udaje się z sukcesem dotrzeć do celu.

Uczestnicy wspomnianego fokusa jednogłośnie orzekli, że w badanym serwisie jest „za dużo krwi” (czyt. informacji kryminalno-policyjnych i sensacyjnych), a za mało społecznych i ekonomicznych. Wow, z lekka osłupieliśmy.

Wtedy prowadzący poprosił ich, żeby ułożyli własny serwis. Dostali listę tematów, które zespołowo mieli ułożyć według ich ważności. Jakież było nasze zdziwienie, kiedy na trzech pierwszych miejscach ich autorskiego serwisu wylądowały tematy kryminalno-policyjne i sensacyjne. I to jednogłośnie. Wow, znowu osłupieliśmy.

Pracownia sondażowa Kantar na zlecenie Faktów TVN i TVN24 zapytała Polaków o to, jakie tematy w ich ocenie są ważne w czasie kampanii wyborczej. Wskazania respondentów ułożyły listę kilkunastu zagadnień. Na pięciu pierwszych miejscach znalazły się:

- służba zdrowia,
- ceny i drożyzna,
- edukacja i szkolnictwo,
- podatki,
- pozycja Polski w Unii Europejskiej.

Są na niej jeszcze KPO, sądy, zmiany klimatyczne, aborcja, Kościół...

Teoretycznie ta lista może uchodzić za ściągę dla wydawców. Ale pod warunkiem, że podejmiemy do niej jak uczestnicy wspomnianego badania fokusowego do swojej listy tematów: podlejemy je sporą ilością sensacyjnego sosu. W tytule, leadzie, na zdjęciu... Wszystko jedno. Prosta informacja jest „nudna”, podkrecona zazwyczaj się kręci.

Chociaż i to nie gwarantuje sukcesu. Trend czytelniczy może odwrócić nie taka pogoda, zły nastrój, niechęć do czytania... Listę można wydłużać. W tym niepewnym świecie czytelniczych preferencji i upodobań pewne jest jedno: że nic nie jest pewne.

Dlatego nadal będziemy działać na czuja, opomiarowując wszystko to, co da się opomiarować. Nie zastąpi nam to jednak myślenia, ale wspomóc je, wspomocze. Dobrze i to!



WKURZONY?

# ZMIEŃ NA CMS 4MEDIA

ŁATWY W OBSŁUDZE SYSTEM ZARZĄDZANIA  
TREŚCIĄ DLA MEDIÓW LOKALNYCH



GOOGLE NEWS  
FRIENDLY



GOOGLE  
INDEXING API



OPTIMALIZACJA  
POD CORE WEB  
VITALS



30+ GOTOWYCH  
WIDGETÓW DLA  
MEDIÓW



SEO

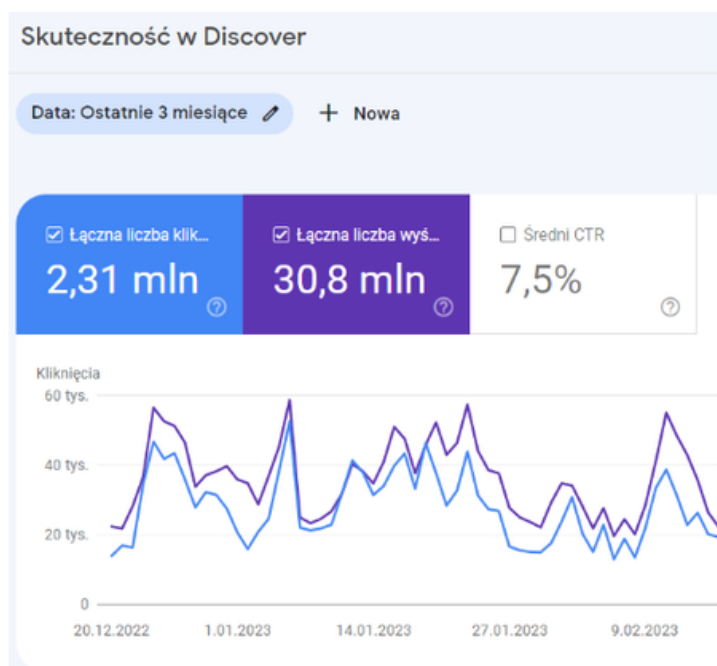
# Pułapka Google Discovery

Szybko rosnący ruch z Google Discovery hipnotyzuje właścicieli serwisów internetowych. Już nie trzeba pracować latami na setki tysięcy odsłon z wyszukiwarki, skoro można to zdobyć szybciej. A odsłony to pieniądze.

Kiedy znacząco spada ruch z wyszukiwarki lub Google News, jest duża szansa na odnalezienie problemu technicznego i naprawę. Istnieje konkretna dokumentacja techniczna i Google Search Console, na podstawie których można znaleźć błędy.

W odróżnieniu od zasad Google News, usługa Discovery jest modelem „czarnej skrzynki”. Działa w pełni automatycznie na podstawie kierowania behawioralnego. Model ten zmienia się co jakiś czas. Dlatego trafiamy wśród naszych klientów na spadki rzędu setek tysięcy odsłon miesięcznie, gdy dana witryna wypada z łask Discovery.

Google Discovery to świetne źródło ruchu, ale dla bezpieczeństwa należy je traktować jako pewnego rodzaju bonus. Staraj się konwertować tych użytkowników na swoich stałych czytelników za pomocą wyrazistej marki, angażujących treści, promowania realnych autorów treści i newsletterów lub podobnych narzędzi.



W tym szaleńczym pościgu za wzrostem zapominamy, że usługa Discover jest we wczesnej fazie produktowej i ciągle się zmienia. Podejmowanie decyzji biznesowych w oparciu o tak niepewne źródło ruchu jest wysoce nieodpowiedzialne.

**Marcin Kopczyński**  
Doradca i analityk e-commerce  
rewizja.net



## Social Media w mediach

# Zwiększ swoje zasięgi.

Facebook to zaawansowane, nowoczesne narzędzie, które ma naprawdę ogromne możliwości. Działają na nim algorytmy, które analizują poszczególne dane i na ich podstawie podejmują określone decyzje: o tym, czy pokazać Twój post innym użytkownikom, czy jednak nie. Zobacz co wpływa na Twoje zasięgi.

### CO POZYTYWNE WPLYWA NA ZASIĘGI:

- oznaczanie instytucji, osób, o których piszesz
- zróżnicowane treści — wideo, link, zdjęcie
- interakcja z fanami
- systematyczność, pewien harmonogram
- angażowanie fanów — zabawy, quizy
- stosowanie emotikonki — z zachowaniem umiaru!

### CO NEGATYWNE WPLYWA NA ZASIĘGI:

- usuwanie postów — raz dodany, powinien zostać
- udostępnianie postów innych — lepiej podać źródło
- stosowanie zdjęć stockowych
- stosowanie słów: polub, udostępnij, konkurs, oznacz



**Aneta Kudlak**  
marketingowiec, sprzedawca



# Team ekspercki News4Media



tel. 501 490 517

mail: piotr.marek@4media.com

Kiedyś dziennikarz, dziś wydawca 6 lokalnych portali i przedsiębiorca. Właściciel Grupa Tipmedia sp. z o.o. i marki 4media.com. Ułatwia wydawcom publikowanie dzięki CMS 4media i zarabianie na reklamach poprzez platformę content marketingową Ads4media.online.

**PIOTR MAREK**  
MARKETING, TECHNOLOGIE

Jak zarabiać na mediach lokalnych?  
Kierunki rozwoju na rynku mediów  
Nowe technologie dla mediów lokalnych



tel. 573 033 133

mail: mirek.wieczorek@4media.com

Od ponad 30 lat jestem związany z mediami lokalnymi jako dziennikarz, redaktor, wydawca. Tworzenie informacji dla społeczności lokalnych stało się dla mnie przez lata nie tylko zawodem, ale i pasją. Wreszcie sposobem na życie, bo żyję tym 24 godziny na dobę.

**MIROŚLAW WIECZOREK**  
WYDAWCA

Jak szukać tematów?  
Jak ulokować ponadlokalne treści?  
Jak pracować z tekstem, żeby był atrakcyjny dla lokalnego czytelnika?



tel. 882 500 392

mail: news@4media.com

Od 2016 roku jestem redaktorem naczelnym serwisu informacyjnego www.ExpressElblag.pl. Odpowiadam za content portalu. Moja specjalizacja to media społecznościowe, a konkretnie Facebook.

**ŁUKASZ NOSARZEWSKI**  
SOCIAL MEDIA

Jak zachęcić użytkowników FB do dyskusji?  
Jak udostępniać artykuły w social mediach?  
Co działa, a co nie działa w social mediach?  
Tworzenie stałej ramówki



tel. 533 353 225

mail: aneta.kudlak@truso.tv

15 letnie doświadczenie w marketingu. Tworzenie strategii marketingowej dla takich firm jak Multikino. Prowadzenie profili społecznościowych. Doradztwo marketingowe.

**ANETA KUDLAK**  
REKLAMA, SPRZEDAŻ

Jak tworzyć ofertę sprzedażową?  
Jakich argumentów używać przy sprzedaży artykułów?  
Produkty do sprzedaży na portalu



mail: r.kozlowicz@tipmedia.pl

Swoją przygodę z SEO zaczynał w 2011 r. od pisania wizytówek firm na 300 zys do katalogów oraz artykułów do precli. Dziś żeni copywriting SEO z merytorycznym contentem i performance marketingiem.

**RAFAŁ KOZŁOWICZ**  
COPYWRITING SEO

Jak pisać artykuły pod SEO?  
Co się klika?  
Nowe trendy w reklamie i promocji



# Wykorzystaj moc NIETYPOWYCH ŚWIĄT!

W roku kalendarzowym każdy dzień skrywa za sobą mniej lub bardziej oficjalne święto o zasięgu krajowym lub międzynarodowym. Patrząc kilka dni lub tygodni do przodu i planując pracę, możesz skutecznie wykorzystać potencjał tych – wydawałoby się - banalnych „dat”. Rób to z głową! Odpowiednie podejście do tematu pozwoli Ci m.in. stworzyć ciekawe materiały dziennikarskie, wzmocnić komunikację w social mediach, zaktywizować swoich odbiorców na Facebooku czy Tik Toku, a także pozyskać reklamodawcę lub sponsora konkursu. Możesz napisać / zrealizować materiał w formie „michałka”, poradnika, reportażu, zbioru dobrych praktyk, wywiadu. Wykorzystując social media, możesz sprowokować odbiorców do dyskusji (pytając o opinię / wspomnienie / autorski przepis), zachęcić do nadsyłania zdjęć, filmów wideo. Zorganizuj plebiscyt, konkurs lub zapoczątkuj wyzwanie (nawet niewielkie nagrody od sponsorów w formie voucherów, czy bonów mogą okazać się dodatkową mobilizacją). Spróbuj stworzyć mema, który stanie się wiralem! Wypracuj sobie swoje praktyki, sprawdzaj, co „żre” w Twoim portalu, a co np. na Facebooku. Przyzwyczajaj swoich odbiorców do (w miarę regularnych) lżejszych form, zabaw, ciekawostek.

Zaangażowana społeczność to przyszłość mediów lokalnych!



## KWIECIEŃ

2	Międzynarodowy Dzień Książki Dla Dzieci
4	Światowy Dzień Bezdomnych Zwierząt; Dzień Niewidzialnej Pracy
4	Dzień Leśnika i Drzewiarza
6	Światowy Dzień Sportu
7	Światowy Dzień Zdrowia; Dzień Pracownika Służby Zdrowia
8	Ogólnopolski Dzień Walki z Bezrobociem
9	Święta Wielkanocne
11	Dzień Radia
12	Dzień Czekolady
15	Światowy Dzień Trzeźwości; Dzień Doceniania Męża
18	Międzynarodowy Dzień Ochrony Zabytków
20	Międzynarodowy Dzień Wolnej Prasy
22	Dzień Ziemi
27	Dzień Florysty
29	Dzień Tańca; Światowy Dzień Lekarzy Weterynarii
30	Dzień Uczciwości, Międzynarodowy Dzień Jazzu





**NEWS** 4 media

TEKSTY, ZDJĘCIA, GRAFIKI, WIDEO  
DLA MEDIÓW LOKALNYCH

---

[news.4media.com](http://news.4media.com)

**NEWS** 4 media

Serwis prasowy dla mediów  
lokalnych i regionalnych.

Gotowe newsy i artykuły ze  
zdjęciami dla portali  
informacyjnych.

---

+48 575 033 133  
[news@4media.com](mailto:news@4media.com)  
[news.4media.com](http://news.4media.com)