

tegonieuczawszkole.pl

eBiznes

DEFINICJA MARKI	4
OBJAWY ZAISTNIENIA MARKI	5
EBIZNES TO SPRZEDAŻ	6
TWORZENIE TREŚCI	7
ZASPOKAJANIE POPYTU	8
PIERWSZE RELACJE ONLINE	9
START ONLINE	10
WIZYTÓWKA	11
PROFIL NA FACEBOOKU	12
FANPAGE	15
INSTAGRAM	17



Chciałbym w tym momencie pogratulować Ci wyboru będącego konsekwencją Twojej trafnej decyzji i rzec: „Najwyższy czas na praktyczną edukację!”. Nie zapominaj, że jestem do Twojej dyspozycji...

Wykorzystaj wszelkie materiały szkoleniowe, które opracowałem dla Ciebie, ponieważ ta wiedza, to tajna broń, którą pokonasz konkurencję. Dlatego przygotuj się błyskawicznie na sporą dawkę pasjonujących rozwiązań.

W tym poradniku poznasz koncepcję na prowadzenie działań online, która da Ci możliwość osiągnięcia dochodu w wybranej przez Ciebie kategorii tematycznej!

Tomasz M. Pietrzak
<https://tegonieuczawszkole.pl>



DEFINICJA MARKI

Codziennie nowe strony kuszą nas obietnicą łatwego zarabiania przez internet. Niestety, tak to nie działa w praktyce – fakty są brutalne! Tylko od 1 do 5 osób na każde 100 osiąga satysfakcjonujący dochód z tego typu działalności. Można by pomyśleć, że wszystko co wystarczy zrobić, to odpalić magiczny przycisk i pieniądze same będą wskakiwać wprost do naszego portfela. Ale...

Gdy widzisz kobietę, podchodzisz do niej i mówisz: „Jestem świetny w łóżku!” – to jest marketing bezpośredni.

Jesteś z przyjaciółmi i widzisz kobietę, a jeden z Twoich znajomych podchodzi do niej i mówi: „On jest świetny w łóżku!” – to jest reklama.

Podchodzisz do kobiety, prosisz ją o numer telefonu i dzwonisz do niej następnego dnia mówiąc: „Hej. Jestem świetny w łóżku!” – to jest telemarketing.

Kiedy kupujesz drinka kobiecie, odwozisz ją do domu, a przy okazji mówisz: „Jestem świetny w łóżku!” – to jest public relations.

Kiedy podchodzi do Ciebie kobieta i mówi: „Słyszałam, że jesteś świetny w łóżku!” – to jest marka...

To marka sprzedaje, marka zarabia, marka nakręca koniunkturę...



OBJAWY ZAISTNIENIA MARKI

Jednym z najpotężniejszych kluczy jest odmienność! Krótko mówiąc: zrób to inaczej niż wszyscy, co na początku nie jest wcale takie oczywiste. Logo (zdjęcie profilowe), slogan (elevator pitch), to coś co absolutnie jest priorytetowym tematem już na starcie. Nie ma sensu podejmować jakichkolwiek działań w momencie kiedy nie masz dopracowanych tych dwóch elementów.

Identyfikacja nazwiska musi być połączona z pewną ideą. Na początku dużo łatwiej jest promować domenę zawierającą frazę branżową niż imię i nazwisko, ale w dłuższej perspektywie absolutnie nie kalkuluje się pójście na łatwiznę – to zwyczajne robienie diabłu na kapelusz. Tak na marginesie – nigdy nie wpisuj w domenie cyfr, kropek i myślników. Wartościowa domena to wyłącznie ciąg liter z rozszerzeniem pl.

W dzisiejszym świecie marketingu internetowego BLOG (przynajmniej wizytówka online), FACEBOOK i INSTAGRAM, to generalnie niezbędne media jeśli chcesz działać na masową skalę. O pozostałych na początek zapomnij, ponieważ braknie Ci czasu na spanie i seks...

Offline potrzebujesz dwóch rzeczy: iphone i wizytówki. Telefonem nagraż podcast i wideo oraz zdobisz zdjęcie, a że będziesz miał iphone, to nie będziesz wyglądał jak wieśniak. Możesz jeździć tramwajem, ale pamiętaj – iphone i wizytówki zawsze masz przy sobie!

Co do wizytówek, pomyśl... Rozmawiasz z kimś, np. na branżowych targach i chcecie wymienić kontakty? Jak to zrobisz? Napiszesz adres swojej strony internetowej, email i telefon na pogniecionej kartce? Wyobraź sobie sytuację, że prowadziłeś jakiś wykład w inkubatorze przedsiębiorczości, czy innym tego typu kółku zainteresowań, a ktoś chce namiar do Ciebie – jesteś wtedy w czarnej du..., bo nie masz wizytówki.



EBIZNES TO SPRZEDAŻ

Świat oparty jest na sprzedaży! Każdy z nas, zawsze i wszędzie coś sprzedaje lub kupuje, np. siebie w pracy, swój czas, czyli najcenniejsze dobro w XXI wieku, kobieta w dyskotecce sprzedaje swoje wdzięki - szuka samca, który zaspokoi jej pragnienia. Już nie mówiąc o promowaniu ebiznesu, czyli szansy zarabiania - wizji szeleszczących banknotów...

Sprzedając handlujesz marzeniami będącymi wynikiem określonego stanu emocjonalnego, a wszystko to, za określoną cenę i nie ma tu większego znaczenia czym w danym momencie próbujesz uszczęśliwić klienta, ponieważ Twoim zadaniem jest wywołanie zainteresowania, a następnie nieodpartej pokusy posiadania pożądanego produktu (Twojej oferty).

Uświadom sobie! Promując mlm, program partnerski, projekt inwestycyjny jesteś sprzedawcą...



TWORZENIE TREŚCI

Wszyscy na oko mówią o wartości: dawaj wartość, przekazuj wartość, sprzedawaj wartość. Jak samemu ocenić, czy to co tworzę jest wartościowe? Odpowiedź jest banalnie prosta! Jeżeli w efekcie końcowym można osiągnąć pozytywną zmianę, to oznacza, że stworzyłeś wartość.

Proste. Prawda? Powiedzmy, że napisałeś artykuł (na blogu, notatkę na FB) i otrzymałeś komentarze, że tekst jest niesamowity. Czy to oznacza, że stworzyłeś prawdziwą wartość? Nie! Pewna grupa osób doświadczyła pozytywnej zmiany po jego przeczytaniu lub dotarło do niej, że osiągnięcie pozytywnego wyniku jest możliwe.

Zbudowałeś na krótką chwilę poczucie wartości, dałeś publice to czego chciała – rozwiązanie na ściśle określony problem. Różnica pomiędzy ciężko pracującym ekspertem, a markowym ekspertem jest taka, że ten pierwszy pisze wypasione artykuły z 10 propozycjami rozwiązań, a w drugim przypadku pisze 10 artykułów opisując każde z rozwiązań oddzielnie, budując narastające zaciekawienie.

Tak działa magia internetu! Pisząc konkretnie nie nudzisz, zaczynasz i kończysz – nie gonisz perfekcjonizmu, który jest nieosiągalny. Ile razy próbowałeś lub ile osób znasz, które chciały napisać idealny tekst, zrobić super fotę lub nagrać perfekcyjny film? Efekt jest taki, że coś jest rozpoczęte, leży w jakimś folderze i prawdopodobnie nigdy nie zostanie ukończone. Już nie mówiąc o opublikowaniu...

W pogoni za perfekcyjnością wydaje Ci się, że tworzysz coś do du... i lepiej zająć się czymś innym. Zostawiasz rozgrzebany temat i podejmujesz drugą próbę, potem trzecia i w efekcie Twoja marka jest warta zero, bo działasz sam na swoją niekorzyść! Siadasz i rozmyślasz o swojej niedoskonałości, a ktoś inny wali babole większe od Ciebie i buduje markę wytrwałością. Czy ten przepis brzmi banalnie? Tworzenie więcej niż ZERO...



ZASPOKAJANIE POPYTU

Ludzie chcą wydawać pieniądze i potrzebują Ciebie jak tlenu do oddychania, a jedyną kwestią jest nieprzerwane dostarczanie im koksu. Wyprodukowanie towaru nie stanowi problemu, zresztą to na początku nie musi być nawet Twój produkt.

Produkt (materiał edukacyjny, projekt inwestycyjny), to jedno, a markowy marketing, to drugie. Nawet najlepszy towar nie będzie budował Twojej marki jeżeli nikt o nim nie usłyszy, a gdy już o nim usłyszy – jeżeli nie zobaczy w nim korzyści. Korzyści, którą prezentujesz Ty...

Mając świadomość, że sukces w zarabianiu jest oparty o Twoją markę i w dużej mierze zależy od Twojej psychiki możemy porozmawiać o marketingu edukacyjnym, na którym oparte jest obecnie zarabianie w internecie.

Sukces online, to w dużej mierze wiarygodność przekazu, czyli Twoje doświadczenie i wiedza, ale nie koniecznie Twoja wiedza. Dlatego kluczowe jest tutaj bycie sobą, ponieważ to gwarantuje Ci przyciąganie osób odzwierciedlających Ciebie. Całość osadzona jest w pewnej historii, co wpisuje się w panujące trendy – stories, czyli jest to sytuacja przeszła (problem), moment przełomu i kluczowe rozwiązanie opisane krok po kroku, będące ścieżką prowadzącą z punktu A do punktu B.

W praktyce problem jest więc tytułem, a w swym opisie (zdjęcie, pdf, mp3, wideo) zawiera rozdziały i punkty będące spisem treści. Wstęp zawsze stanowi obietnicę – jest więc elementem inspirującym do działania, a konkretna treść przekazu gromadzi wiedzę pochodzącą z różnych źródeł. Podsumowanie natomiast, to mobilizacja do działania zakończona przyciskiem wzywającym do akcji. Czyż nie jest to schemat oferty? Tak!...



PIERWSZE RELACJE ONLINE

Celem każdej strony www, czyli m. in. Twoim jako jej administratora lub reprezentanta (mlm, pp) jest przyciągnięcie widzów, ale to dopiero początek. Jednorazowa wizyta, to jednorazowa szansa na współpracę (sprzedaż). Co zrobić, by ta osoba powróciła, a krzywa podniecenia nie siadła raptownie?

Każdy biznes online jest jak związek mężczyzny z kobietą! Na początku pełen namiętnego seksu od rana do wieczora, a z czasem to przejście do układu pełnego rutyny...

Podobnie jak w związku atmosfera może być okresowo podgrzewana, czyli sytuacja na zasadzie odgrzewanego kotleta. Pdf-a, mp3, wideo nie da się zjeść, ale można go ubrać w seksowną bieliznę, albo dorzucić jakiś prowokacyjny gadżet.

Wiem, że niektóre osoby razi porównanie tego procesu do pierwotnych instynktów, ale świat wcale tak mocno nie zmienił się od czasów jaskiniowców. Od pierwotnych instynktów przeniesionych na biznesowe łono dzieli nas jedynie posiadanie telefonu, komputera i auta.

Najprościej można opisać to tak. Daj coś od siebie, drugi raz daj i zaproponuj seks (Twoją ofertę). Znowu daj i znowu powtórz daj, by ponownie zaproponować... Seks... Bycie ekspertem – markowym ekspertem, to wyjście poza przeciętność, a to w praktyce oznacza tylko nieznaczny krok do przodu...



START ONLINE

By zarabiać w internecie musisz przejść poniższe kroki – to minimum, bez którego nikt nigdy nie osiągnął sukcesu. Owszem, każdy może próbować i popełniać błędy, ale po co tracić czas?...

W dzisiejszych czasach jest coś czego wszyscy poszukują – bez względu na wiek, płeć, wykształcenie, staż pracy i miejsce zamieszkania. Wszyscy poszukujemy skutecznego rozwiązania, które zwiększa zasobność naszego portfela! To jest motyw przewodni numer jeden.

Zarabianie przez internet, to reakcja magnetyczna. Do promowania są hostessy, do sprzedaży są handlowcy, a Twoim zadaniem jest przekazanie tego co najprzyjemniejsze – pozytywnych doświadczeń, czyli marketing w wersji społecznościowej. Czy tego chcesz, czy nie, to z czasem stajesz się AGENCJĄ MARKETINGU SPOŁECZNOŚCIOWEGO.

Jak znam życie prowadzenie bloga jest dla Ciebie, jak zresztą dla większości osób wyzwaniem, które początkowo trudno ogarnąć – trzeba być systematycznym i wrzucać konkretne treści. To są dwa podstawowe elementy blogowania – cała reszta w tym SEO, to elementy wtórne.

Jeśli ktoś wmawia Ci, że wystarczy Facebook i Instagram, to kłamie! Owszem zdarzają się asy, którym te dwa portale społecznościowe wystarczą, ale są to pojedyncze osoby. Zauważ, że w każdym medium społecznościowym jest miejsce na wklejenie linka do strony. Nawet oni wiedzą, że media społecznościowe to tylko wycinek strategii budowania marki online.

Gdybyś jednak zaczął od social media to pamiętaj, że... Mając opanowane FB i IG możesz pomyśleć o Pinterest, Twitter, LinkedIn i YouTube, ale Facebook i Instagram to podstawa. Nie zaczynaj od trzymania 10 srok za ogon, bo wtedy rozjedziesz się czasowo i nic nie ugrasz...



WIZYTÓWKA

Pytanie! Czy ktoś kto nie ma strony internetowej (wizytówki online) jest poważnym partnerem do biznesu? Nie. Dlatego, by oszczędzić Ci nieco czasu i zdrowia moja rada brzmi: zamów na allegro.pl wizytówkę na wordpress. Dostaniesz hosting, domenę i szatę graficzną, a zamiast tracić czas na zorganizowanie swojego kawałka wirtualnego świata lepiej idź na spacer i zrób kilka fajnych fotek.

Wizytówka online powinna zawierać Twoje foto, Twoją historię, formularz kontaktowy i bota na messengera. Emaila czyta maksymalnie 40% osób, a wiadomości z messengera 80%. Nie ma sensu wnikać tutaj w rozważania – takie są statystyki.

Jak poukładasz sobie wstępnie marketing, to wtedy możesz dorzucić moduł bloga, ponieważ prowadzenie bloga na startcie nie jest priorytetem. Priorytetem jest pokazanie, że masz kawałek świata wirtualnego na swojej domenie – najlepiej jak jest to imię i nazwisko z rozszerzeniem pl.

Jak stworzyć własną historię do wizytówki? Poznaj najprostszy schemat...

Interesowało mnie... Więc zacząłem działać... Popeliłem kilka błędów... I wypracowałem swój skuteczny schemat działania... Postanowiłem pomóc innym osobom w podobnej sytuacji... I tak zaczęła się moja prawdziwa przygoda z... Teraz...

Ten schemat wykorzystują najwięksi potentaci online! Spisz swoją historię na połowie kartki A4, a urośniesz jak na drożdżach. Pamiętaj, że nie ma nic gorszego jak podawanie linka do strony internetowej (wizytówki, bloga), która świeci pustką.



PROFIL NA FACEBOOKU

Jednym Facebook daje w kość, a drugim pomaga zarabiać pieniądze. Ten portal społecznościowy może pracować również dla Ciebie jeśli wykorzystasz kilka ciekawych rozwiązań...

Do Facebooka musisz podejść na 3 płaszczyznach: profil, fanpage i grupa. Pamiętaj! Ta kolejność jest złotą zasadą na drodze do sukcesu na facebook.com. Mieszanie pojęć i ogólna nieumiejętność połączenia tych obszarów, to prosta droga do niepowodzenia w Facebookowych przedsięwzięciach marketingowych.

Pierwszy stopień wtajemniczenia na Facebooku, to profil! Profil to imię i nazwisko, zdjęcie Twojej twarzy i baner w tle. Ale... To także pole prezentacja, gdzie wpisujesz czym zajmujesz się oraz umieszczasz tutaj odnośnik do fanpage, którym zarządzasz i link do strony docelowej (wizytówki, bloga). To właśnie na profilu zamieszczasz swoje fotki z życia codziennego, ponieważ pokazują one co reprezentujesz z sobą w odniesieniu do Twojego aktualnego zajęcia oraz kim jesteś po godzinach pracy.

Zdjęcie profilowe powinno zawierać Twój wizerunek, najlepiej gdyby to była twarz z ramionami na białym tle, lekko skierowana na bok. Co mogę Ci polecić? Zrób to zdjęcie u fotografa! Ludzie wstawiają fotki w poszarpanym sweterku na tle płytek w kiblu i piszą, że uczą jak osiągnąć wolność finansową... Nie mówię tego złośliwie – po prostu nie popełniaj tego błędu. Zdjęcie profilowe oraz imię i nazwisko jest widoczne w każdym miejscu, a ludzie to wzrokowcy – pierwsze wrażenie zostaje na zawsze.

Zdjęcie w tle, to baner, który ma kojarzyć Cię z tym co jest przedmiotem Twojej działalności. Np. jeśli działasz na giełdzie będzie to np. wykres, slogan reklamowy, a nie gołe du... przypadkowych lasek. Sporo szablonów znajdziesz na canva.com, a jak nie masz czasu lub nie potrafisz to zamów grafikę na allegro.pl. Ponadto w opisie tych dwóch zdjęć (profilowe i w tle) umieść kluczowy dla Ciebie link z jednozdaniowym opisem czego on dotyczy, ponieważ dużo osób klika w te fotki...



Idąc od góry mamy więc: zdjęcie w tle, zdjęcie profilowe, imię i nazwisko. Czwarty element to prezentacja, gdzie dodajesz swój biogram (100 znaków). Miej świadomość, że czytają to wszystkie osoby, które wejdą na Twój profil. Generalnie część osób wręcz podaje zbyt dużo informacji: szkoły, zakłady pracy, kolor majtek i numer buta. Takie zagęszczenie danych powoduje, że cały ten obszar zwany prezentacją staje się nieczytelny.

Poza tym wpisując tak osobiste dane przemyśl jak koresponduje to z tym, co chcesz osiągnąć. Jeśli piszesz w BIO, że uczysz osiągania wolności finansowej, a masz podaną pracę etatową na taśmie lub slogan typu szlachta nie pracuje, to coś tu nie gra. Zamiast górnolotnych frazesów wpisz coś w stylu, np.: Od Etatu Do Wolności Finansowej.

Podsumowując ten wątek – polecam Ci wrzucić link do fanpage, którym zarządzasz (o tym w dalszej części poradnika), link do strony docelowej (wizytówki, bloga) i miejsce zamieszkania. Facebook, to nie LinkedIn, więc nie ma sensu tworzyć CV, ponieważ najczęściej działa to na Twoją niekorzyść. Poza tym wywal z profilu wszelkie fotki odbiegające od normy! Co mam na myśli? Wrzucaj foto w jednym formacie, np. 1:1, a jeżeli zdjęcia są w kolorze, to nie śmigaj czarno-białych. Wywal głupkowate memy, które kiedyś udostępniłeś oraz pseudo śmieszne filmiki. Wywal wszystko, co psuje Twoją markę...

Na profilu pod zarządzanymi stronami znajdziesz – wyróżnione zdjęcia. I muszę Ci powiedzieć, że mało kto wykorzystuje to, a tym bardziej wykorzystuje poprawnie! To właśnie tutaj jest miejsce na wrzucenie jednej kwadratowej grafiki reklamującej Twoją działalność.

Podam Ci jeszcze jeden przykład. Jeśli masz kota lub psa, to nie wrzucaj fotek samych zwierzaków. Wiem! Ludzie lubią zwierzaki i uważam to za fajny motyw do wykorzystania, ale... Zrób sobie foto ze swoim zwierzakiem w jakiejś nietypowej akcji. Sam zwierzak nie ma sensu na fotce, ale powiązanie go z Tobą jak najbardziej.

Pewnie zastanawiasz się teraz jak budować grono tzw. biznesowych znajomych w ramach profilu? Jest na to jedna metoda i nie mam tutaj na myśli bycia znajomym cioci, wujka i innych kilku osób z rodziny. Wchodzisz na wpis kogoś z Twojej branży, następnie klikasz w liczbę przy lajkach pod zdjęciem lub wideo i wyświetla Ci się lista osób, które zareagowały na wpis. Ostatnią czynnością jest kliknięcie przycisku – DODAJ ZNAJOMEGO.



Działając (codziennie 50 kliknięć przycisku – DODAJ ZNAJOMEGO) w ten sposób masz szansę na zbudowanie w ciągu miesiąca grupy znajomych, którzy myślą podobnie jak Ty. Ktoś kto pozostawia reakcję (lajka, serduszko, wow) pod wpisem pokazuje, że jest aktywnym użytkownikiem Facebooka. A oto właśnie chodzi...

Na Facebooku możesz komentować z własnego profilu oraz jako fanpage. Znajdź popularne profile i fanpage w Twojej branży oraz posty promowane (ktoś płaci za reklamę, a Twój komentarz wędruje razem z reklamą) i zostaw tam komentarz, a gwarantuję Ci, że spowoduje to, iż znajdą się osoby, które z ciekawości wdepną do Ciebie.

Ponadto składaj życzenia znajomym na Facebooku! Przecież po to FB wysyła Ci codziennie informację kto ma urodziny. Wiesz jaką uwagę przykłada się do takich gestów i jak buduje to relacje? Przecież jeśli ktoś przeklika do Twojego profilu, to tam może namierzyć czym zajmujesz się. I... Rozważyć podjęcie z Tobą współpracy, pomimo, że nic nie reklamowałeś na siłę.



FANPAGE

Zanim rozpoczniesz działania na facebook.com w celu spopularyzowania swojego fanpage musisz poznać podstawowe czynniki! Systematyczność – żadna metoda nie zadziała jeśli nie będziesz publikował przynajmniej jednego wpisu dziennie zawierającego odpowiednie treści, na które czekają Twoi fani.

Nazwa strony i utworzenie adresu URL, to dwie pierwsze czynności jakie powinieneś zaplanować! By nie tworzyć tu zbędnych wypełniaczy tekstu, powiem tak: jeden, dwa, trzy wyrazy tworzące chwytliwą nazwę lub jeśli to Ty jesteś marką: imię i nazwisko.

Mówiąc o optymalizacji fanpage pod SEO, mam na myśli – dodanie linka (adresu wizytówki, bloga) w polu adres witryny oraz krótkiego opisu w sekcji informacje, ale również dodanie linka w opisach do zdjęcia profilowego, zdjęcia w tle i jako przycisk (tutaj dodajesz link do zapisu na sekwencję w manychat.com).

Na tym etapie warto byś utworzył swój makowy hashtag. Jest to dedykowane słowo lub krótki slogan wykorzystywany w social media poprzedzony znakiem #. Pozwala on błyskawicznie zebrać Twoją działalność za pomocą jednego kliknięcia. To bardzo ważne już od samego początku, byś mógł identyfikować się z określonym hashtagiem, ponieważ pomaga on zwiększyć popularność Twoich wpisów.

Tworząc grafiki na fanpage warto oczywiście zachować format kwadratu i przygotowywać je np. w canva.com – to niezbędne minimum. Grafika jest jak baner reklamowy i dlatego powinna zawierać na górze tytuł, podtytuł, zdjęcie oraz adres Twojej strony internetowej (wizytówki, bloga).

Twórz krótkie posty! Badania pokazują, że najczęściej reakcji otrzymują posty do 300 znaków, a jeśli zawierają pytanie to jeszcze lepiej angażują fanów. Ponadto pokaż się na innych fanpage w Twojej niszy (komentując jako fanpage na tych stronach). To zwiększa zasięgi oraz buduje autorytet.



Dodaj swój fanpage do agregatorów treści tj. promujbloga.pl – Twoje wpisy będą automatycznie zaciągane, co da Ci nieco wyświetleń, a może nawet kilka reakcji pod nowo wrzuconym postem.

Metoda numer jeden zdobywania fanów na fanpage, to zapraszanie do polubienia strony, a konkretnie zaproszenie osób, które zareagowały na post (np. w formie polubienia wpisu). Klikasz w ikonę lubię to przy osobach, które zalajkowały, a następnie klikasz zaprosz. Każda osoba, która zareagowała w jakikolwiek sposób na Twój wpis ma dużo większą skłonność do pozostania fanem niż inna przypadkowa osoba. Świadczy to o zainteresowaniu treściami jakie publikujesz.

Fanpage daje możliwość utworzenia precyzyjnie targetowanych reklam. Po zalogowaniu na Facebooka otwierasz facebook.com/adsmanager i jako cel reklamy wybierasz AKTYWNOŚĆ, POLUBIENIA STRONY. Następnie po utworzeniu kampanii wybierasz fanpage, którego dotyczy reklama. Tworzysz grupę odbiorców: np. Polska, wiek (zgodnie z branżą), zainteresowania (zgodnie z branżą wpisujesz słowo kluczowe), umiejscowienie: komputer, kanały aktualności.

Na koniec ustalasz budżet, np. 60 zł na miesiąc, klikasz kontynuuj i tworzysz film, np. z przesłanych zdjęć (minimum trzy grafiki). W opisie umieszczasz krótką informację (maksymalnie 3 linijki) z linkiem docelowym. Dzięki tej metodzie masz tysiące wyświetleń w precyzyjnie dobranej grupie odbiorców...



Instagram

Upraszczając wszelkie opisy – IG to aplikacja, która powstała w 2010 roku i potrzebuje ona: Ciebie, Twojego telefonu i internetu, by dać Ci możliwość zbudowania pełnowymiarowego biznesu...

Mówiąc o rozwijaniu konta na instagram.com mam na myśli osiągnięcie 10000 obserwujących. Jest to o tyle istotne, że po pierwsze daje możliwość podpinania linków na InstaStory, a po drugie ładnie wygląda w odbiorze społecznym.

Po pierwsze BIO. Biogram jest Twoim elevator pitch, a na pewno znasz to pojęcie. To takie krótkie, ekspresowe przedstawienie się, które powoduje, że ktoś może mieć ochotę na współpracę z Tobą (lub nie)...

Biogram jest Twoim osobistym punktem sprzedaży w obrębie portalu instagram.com. Takim, które działa na Twoich idealnych klientów. Dlatego skup się na odbiorcy! Napisz, czego może oczekiwać, czego nauczyć, co zdobyć, jaki to będzie miało wpływ na jego życie, czym może się zainspirować, a czym podekscytować.

Teraz kilka słów o zdjęciu profilowym! Wyobraź sobie sytuację, w której przeglądasz listę osób, które możesz zaobserwować. Wolisz kliknąć obserwuj przy ładnym zdjęciu twarzy, czy jakiś dziwnych kreskówkach, grafikach itp. Jeśli nikt dotychczas nie zdradził Ci sekretu pięknych zdjęć profilowych, to ja to zrobię! Ubierasz się w gładką jednokolorową koszulę plus marynarka (kobieta żakiet) i idziesz do fotografa. Tam stajesz lewym bokiem do aparatu i odchylasz w jego kierunku głowę – resztę podpowie Ci fotograf...

Imię nazwisko i nazwa użytkownika. Po pierwsze – pole imię i nazwisko. To pole oraz nazwa użytkownika, czyli pole numer dwa są jedynymi polami, które Instagram bierze pod uwagę podczas wyszukiwania, dlatego masz dwie opcje. Albo konsekwentnie działasz promując swoje imię i nazwisko jako markę lub korzystasz w tym miejscu ze słów kluczowych.



Oczywiście najbardziej eleganckim rozwiązaniem jest imię i nazwisko! A jeśli posiadasz drugie imię, to już w ogóle rewelacja, ponieważ wtedy wygląda to tak: Tomasz M. Pietrzak. Pamiętaj, by w tych dwóch polach nie używać cyfr i innych dziwacznych znaczków. Profesjonalizm, to w tym przypadku wyłącznie ciąg liter.

Teraz kilka słów o opisie! Biogram na Instagramie wyjaśnia kim jesteś (Ty, firma, marka itd.) i co robisz (zawód, działalność itd.). Jeśli chcesz wyróżnić się czymś konkretnym powinieneś uwzględnić to w swoim BIO.

Faszerowanie tego pola słowami kluczowymi i hashtagami nie ma większego celu, ponieważ nie ma znaczenia wyszukiwawczego! Warto natomiast użyć emotikonów i ewentualnie markowego hashtagu, ponieważ podnosi to walory estetyczne. Jeszcze jedna uwaga! Dodaj podziały wiersza, by poprawić czytelność.

Nie zapomnij, by na końcu umieścić call to action, czyli wezwanie do określonej akcji. Może to być np. wezwanie do odwiedzenia Twojej strony internetowej, ale... Idealnym rozwiązaniem jest odesłanie osoby klikającej w ten link do zapisu na listę messengerową, ponieważ jest to wejście do Twojego lejka marketingowego. Podsumowując! Najprostszy i najskuteczniejszy biogram wygląda tak...

Imię Nazwisko
Kim Jestem
Co Tobie Dam
Wezwanie Do Działania
Link

Jakie zdjęcia wrzucać na Instagrama? Nawet będąc kaszalotem, który straszy nocą i tak podbijesz Instagrama, zgromadzisz rzeszę śliniących się fanów, a do tego dobrze przy tym bawiąc się. Wystarczy przestrzegać pewnych reguł...



Największym sekretem Instagrama jest... Systematyczne robienie tego samego! Profile, które bawią się w gruszkę i pietruszkę są skazane na niepowodzenie! Każde nowe zdjęcie, które publikujesz, to potencjalna szansa na zdobywanie nowych obserwujących, a skoro będziesz publikować ich dużo – zwiększasz swoje prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu.

Co wrzucać na Instagrama? Zresztą to samo wrzucasz na Facebookowy profil...

Cytaty, czyli jak to niektórzy określają: głupio mądre myśli – ważne, by były wizualnie dopracowane (możesz to zrobić chociażby za pomocą narzędzia jakim jest canva.com) i oczywiście, by wpasowywały się w ogólny schemat Twojej koncepcji na Instagramie. Cytaty znajdziesz tutaj – pl.wikiquote.org, dowcipy znajdziesz tutaj – dowcipy.pl, a aforyzmy znajdziesz tutaj – aforyzmy.org.

Kolejna opcja, to kulinaria! Mogą to być zdjęcia tzw. płaskie (czyli robione z góry) – dań na talerzu, dań i stojących obok akcesoriów towarzyszących posiłkom oraz zdjęcia Ciebie w ciekawych ujęciach kulinarnych. Aby wykonać zdjęcie z góry zadbaj o to, by przedmioty, które mają się na nim znaleźć zostały rozłożone wizualnie w artystyczny sposób.

Następny pomysł na zdjęcia to fotki tzw. sezonowe. Zdjęcia mogą być związane z porami roku i wszystkim, co ich dotyczy. Mogą też być związane z okolicznościami świątecznymi, tj. Boże Narodzenie, Wielkanoc, Walentynki itd. To może być każda ważna dla Ciebie okazja (spacer, zakupy, wyjazd, podróż itd.).

Biznesowy pomysł na zdjęcia, to zrzuty ekranu z komputera, telefonu, czy tabletu. To może być również ciekawy komentarz, który pojawił się pod Twoim wpisem.

Selfie! Podstawową zasadą jest tutaj wrzucanie tego typu foty, co któryś wpis. Idealnie byłoby co 9-12, a jeśli musisz skorzystać ze sztucznego światła, to niech to będzie specjalna lampa oświetlająca twarz – twarz ma być jasna, a tło ciemniejsze.



Sztuczne światło zawsze powinno być rozproszone, ponieważ w innym przypadku Twoja fotka będzie wyglądać jak zdjęcie z przesłuchania. Jeśli cykasz fotki w ciągu dnia i jest akurat słoneczny dzień, warto stanąć nieco w cieniu, a jeśli robisz zdjęcie w mocno nasłonecznionym pokoju, przysłoń nieco okno firaną.

Pamiętaj o drugim planie, czyli tle, po to by nikt tam nie gwiazdorzył, ponieważ gwiazdą masz być Ty. Drugi plan ma dodawać ogólnej kompozycji odpowiedniego nastroju, chyba, że ma być to takie właśnie ujęcie, w którym obiekt ma dodawać walorów estetycznych, np. Ty przy komputerze.

Jeśli chcesz zrobić zdjęcie z rozmytym tłem, a nie posiadasz najnowszego iPhone, to otwórz opcję dodania InstaStory, wybierz na dole WYOSTRZENIE, strzel selfie i zapisz do rolki aparatu. Uzyskasz dzięki temu efekt jak z najlepszego aparatu fotograficznego, ponieważ to ustawienie automatycznie wyostrza twarz i rozmywa tło.

Mówiąc o obróbce zdjęć pamiętaj, że jakość bije ilość, dlatego wrzucaj tematyczne grafiki, zdjęcia dotyczące oferty oraz własne zdjęcia. Nikt nie chce ciągle oglądać bezsensownych fotek kotleta, no chyba, że prowadzisz profil restauracji.

Ponadto używaj niebieskiej tonacji i zdjęć jasnych, ponieważ generuje to wyższą skuteczność wizualną. Do obróbki foto polecam Ci aplikację VSCO. Mógłbym wskazać kilka innych, ale po co? Wystarczy ta jedna! Po systematyczności, spójna koncepcja wizerunkowa jest drugim kluczem do sukcesu na Instagramie. Generalnie zasada obróbki zdjęć opiera się na przycięciu zdjęcia do kwadratu, delikatnym wyostreniu i rozjaśnieniu.

Twoje fotki mają mieć podobną tonację i pomimo, że to może dziwnie zabrzmieć, ale spójne profile, trzaskane na tej samej grupie filtrów odnoszą największe sukcesy. One po prostu mają element wspólny, który wyróżnia je z tłumu.



Czas dodania wpisu! Generalna zasada brzmi – publikuj wtedy, kiedy masz coś wartościowego do przekazania. Dobrze jest publikować zdjęcia w ilości od 1 do 4 dziennie zachowując około 3-godzinne przerwy. Najlepsze godziny to pomiędzy 7.00 a 9.00 oraz pomiędzy 19.00 a 21.00. W praktyce wygląda to tak, że im mniejszy profil tym powinno publikować się więcej.

Co warto zawrzeć w opisie do zdjęcia? Wezwanie do akcji, np. obserwuj. Jeśli nie wskazujesz wezwania do akcji, to Twoja skuteczność spada o około 50%. Ilość znaków w opisie powinna wahać się od 150 do 300. Poniżej przykładowy opis do zdjęcia...

Tekst...

–

OBSERWUJ @tomaszmarekpietrzak

–

PORADNIKI ➔ <https://tegonieuczawszkole.pl>

–

–

–

#hasztagi (optymalnie od 3 do 9)

Trzeci element Instagramowych sukcesów po systematyczności i spójności, to hasztagi. Dają one od 1% do 10% ruchu! Bezspornie korzystanie z nich zwiększa zasięg, przyciąga nowych odbiorców oraz zwiększa świadomość marki...

Te argumenty przekuwają się w większą liczbę klientów i większe przychody. Hasztagi na instagram.com to w zasadzie etykieta, która kategoryzuje wpisy. Hasztag dodaje je do zbioru treści (z tym samym hasztagiem), by użytkownicy mogli je odnaleźć jak również śledzić wybrane hasztagi, a to sprawia, że treść oznaczona odpowiednim hasztagiem jest znacznie łatwiejsza do zidentyfikowania.



Jeśli używasz dużej liczby hashtagów (powyżej 9), to warto wrzucić je w komentarzu pod wpisem, ponieważ działają one dokładnie tak samo jak te we wpisie, a optycznie wygląda to dużo lepiej.

By odnieść sukces na Instagramie po pierwsze musisz publikować regularne. Oznacza to wiele możliwości znalezienia optymalnej liczby i eksperymentowania z różnymi hashtagami. Jedno jest pewne – używanie ciągle tych samych hashtagów, to nie jest droga do opanowania Instagrama.

To samo można powiedzieć o użytkownikach, którzy używają wyłącznie najlepszych 30 hashtagów (maksymalna dopuszczalna liczba na wpis). Podczas gdy te hashtagi mają największy zasięg, mają również największą konkurencję, co oznacza, że szanse na dotarcie do kogoś nowego są drastycznie mniejsze. Oto lista najpopularniejszych hashtagów – pl.tagsets.com/top-hashtags.

Jeśli dopiero zaczynasz swoją Instagramową przygodę i masz małą publiczność (poniżej 5 tys.) lub publikujesz coś, co nie ma wirusowego charakteru nie celuj w najpopularniejsze hashtagi. Proponuję skorzystać z niektórych, próbując miksować je z mniej popularnymi. Te mniej oblegane mają niższą konkurencję i mogą budować bardziej zaangażowaną społeczność...

Zacznij od wyszukania odpowiednich hashtagów, które są w trendzie wzrostowym (np. okolicznościowe). Trendy mogą być krótkotrwałe, ale przyciągają zaangażowanie i zainteresowanie. Jeśli uda Ci się zdobyć komentarze i polubienia w krótkim czasie na fali trendu, awansujesz w rankingu.

Inną strategią jest poszukiwanie specyficznych odbiorców hashtagu. Osoby te są zaangażowane, interesują się określoną branżą i jest w ich obrębie mniejsza konkurencja. Możesz mieć mniejszy potencjalny zasięg używając takich hashtagów, ale Twój rzeczywisty zasięg będzie znacznie wyższy.



Sugerowałbym próbę podzielenia wszystkich powyższych strategii (top, trend i nisza). Jak więc znaleźć najbardziej popularne hasztagi w branży i trendach? Odpowiedzią są m. in. generatory hasztagów. Narzędzia te używają słowa kluczowego do generowania wyników. Przykład generatora z dopasowaniem ogólnym – tagsfinder.com i generatora z dopasowaniem szczegółowym – web.stagram.com.

Hasztagi mogą być również używane w Twoim BIO – jest to kolejne miejsce po wpisie, stories i IGTV. Instagram pozwala na użycie w opisie 150 znaków i ważne jest, byś wykorzystał to maksymalnie! Również w tym miejscu hasztagi wyświetlane są jako klikalne linki. W tym przypadku polecam użycie markowego hasztagu...

Co to są markowe hasztagi? Mówiąc wprost – hasztag określający marką to coś, co odnosi się do Twojej marki lub profilu. Może to być nazwa konta, nazwa kampanii, a nawet hasło reklamowe. Korzystanie z markowego hasztagu nie zwiększy Twojego zasięgu od razu (ponieważ będziesz musiał sam go stworzyć od podstaw), ale będzie on oddziaływać na Twoich klientów.

Jak zdobywać obserwujących? Ten poradnik dotyczy budowania społeczności pod działania biznesowe, jest więc adresowany do osób promujących programy partnerskie, mlm i lokalnych działalności, dlatego nie ma tutaj spamerskich rozwiązań pod pseudo rozrywkowe profile.

Po pierwsze – systematyczność. Każde nowe zdjęcie, które opublikujesz, to potencjalna szansa na zdobywanie nowych obserwujących. Większa ilość zdjęć, to mniej serduszek dla poszczególnych wpisów, ale w biznesie nie chodzi o ilość lajków, a precyzyjne dotarcie do grupy odbiorców.

Po drugie – polub i komentuj zdjęcia innych użytkowników. Jest to najbardziej naturalny sposób na zdobywanie nowych obserwujących. Ponadto wyszukaj i obserwuj osoby, które używają branżowych hasztagów oraz oznaczaj osoby na zdjęciach, ponieważ zapewnia to wyświetlanie tych zdjęć w profilach osób oznaczonych.



Udostępniaj zdjęcia (np. zrzuty z ekranu) na InstaStory wrzucane przez innych użytkowników – szczególnie te, w których wspominają oni o Tobie. To zachęci innych do dzielenia się Twoimi zdjęciami. Możesz również w komentarzach wspominać inne profile (optycznie do trzech) poprzedzając nazwę znakiem @, a wtedy osoby te otrzymują powiadomienie.

Ponadto wykorzystaj agregatory typu promujbloga.pl do umieszczenia linka do profilu, gdzie będą automatycznie zaciągane Twoje wpisy.

Z trików, które fenomenalnie działają mogę zdradzić Ci jeden! Wchodzisz na InstaStory i klikasz OKLASKI. Większość osób, które dostaje oklaski wysyła Ci serduszko i wchodzi z ciekawości na Twój profil. Gdy dasz około 50 oklasków Instagram blokuje Ci tę funkcję na 24h, ale co to za problem skoro po 24 godzinach możesz znowu klaskać...

Instagramowe relacje, to jeden lub kilka plików w formie migawek, które znikają po 24 godzinach. Pamiętaj, że idea relacji oparta jest na spontaniczności, oczywiście możesz udostępniać specjalnie przygotowane 15 sekundowe filmiki reklamowe, ale w głównej mierze chodzi tutaj o to, by wrzucać ciekawe ujęcia ze swojego życia (foto, wideo), skryny do nowych artykułów na blogu, teksty motywujące do zapisu na listę messengerowa, zajawki filmów z YouTube itp.

Oto kilka praktycznych pomysłów na Instagramowe relacje.... Kiedy widzisz InstaStory i jest taka sama grafika jak poprzednia z tym, że jest na niej więcej tekstu lub emotikonów, to wygląda jak fajna animacja. Jak to zrobić? Stwórz relację, naciśnij ikonę zapisz (strzałka w dół na górze), by zapisać ją w rolce aparatu. Następnie dodaj więcej tekstu do utworzonej relacji i ponownie kliknij zapisz do rolki aparatu. Po przygotowaniu kilku grafik opublikuj je w odpowiedniej kolejności.



Dodaj post do Instagram Stories! Kiedy wrzucisz post i klikniesz pod nim w latawiec pojawia się opcja dodania posta do relacji. Masz tam dokładnie te same opcje jak podczas Tworzenia relacji, a dodatkowo po jej opublikowaniu i kliknięciu w obszarze obrazka zaciągniętego z posta odbiorca przenoszony jest bezpośrednio do wpisu.

Jedną z ciekawszych zalet Instagrama jest możliwość oznaczania innych kont w swoich relacjach. To świetny sposób, by zaprezentować inny profil jako istotny dla Ciebie. Jak to zrobić? Kliknij ikonę NAKLEJKA, a następnie WSPOMNIENIE i po znaczku @ wpisz nazwę użytkownika, którego chcesz wymienić. W ten oto sposób możesz dodać 10 kont. Gdy wspomnisz o kimś dostaje on powiadomienie z informacją, że został oznaczony, a także bezpośrednią wiadomość od Ciebie zawierającą podgląd Twojej relacji.

Naklejka lokalizacja. Kliknij ikonę NAKLEJKA (na górze), a następnie LOKALIZACJA. Ma to na celu pokazanie, gdzie jesteś. Gdy użytkownicy będą wyświetlać Twoją relację, będą mogli kliknąć naklejkę lokalizacji i zobaczyć inne zdjęcia i relacje w tym samym miejscu. Ale... Możesz zminimalizować lokalizację, a przez to zyskasz dodatkowych widzów, którzy wyszukują po lokalizacji.

Naklejka hashtag – ta sama koncepcja jak powyżej. Jeśli dodasz tę naklejkę i wpiszesz hashtag, Twoja relacja pojawi się w wynikach wyszukiwania dla tego hasztagu, a widzowie będą mogli go kliknąć i zobaczyć, kto jeszcze go używa. Również możesz go nieco zminimalizować...

Naklejka odliczanie wyświetla zegar dla wybranego wydarzenia. Ta opcja zasługuje na marketingową uwagę! Zegar dostępny jest w zakładce naklejki i daje możliwość wyboru daty końcowej (dzień, godzina) oraz koloru naklejki.

Kluczowym elementem jest tutaj, że gdy użytkownik kliknie w zegar otrzyma możliwość przypomnienia o zakończeniu odliczania i udostępnienia odliczania. Może więc to być świetny dodatek dla osób, które chcą ustawić przypomnienie o nadchodzącej premierze oferty (startu projektu, webinarze) i jednocześnie daje możliwość utrzymania kontaktu z fanami.



Udostępnij InstaStory na Facebooku! Przed udostępnieniem relacji na Instagramie możesz ustawić jej udostępnienie na Facebooku (w ramach relacji fanpage) – klikając w OPCJE. A to jakby nie było zwiększy jej zasięg.

I na koniec – wyróżnione relacje Instagramowe w profilu. Możesz wybrać relację do zapisania w swoim profilu, tuż pod BIO. Jest to przydatne, pod konkretną ofertę (mlm, pp, poradnik, usługę) lub coś wyjątkowego, co jest warte uwagi widzów.

By udostępnić wyróżnienie kliknij w WYRÓŻNIJ (pod BIO) w swoim profilu. Następnie będziesz mógł wybrać Instagram Stories z zarchiwizowanych i aktualnych, by dodać ją do wyróżnionych. Ponadto możesz przeciągnąć obrazek i ustalić co ma być widoczne oraz nazwać wyróżnienie.

Wyróżniona relacja jest swoistym punktem reklamy, ponieważ jest widoczna zawsze w Twoim profilu. Jeśli ktoś w nią kliknie, a Ty masz ją podlinkowaną (opcja dostępna dla osób z ponad 10000 obserwujących), to bezpośrednio może być przekierowany na stronę docelową (np. zapis na listę messengerową). Dlatego relacje pod wyróżnienie warto dopracować...





Tomasz M. Pietrzak - autor poradników oraz książki pt. JAK ZOSTAĆ SZEFEM, prowadzący szkolenia z zakresu marketingu internetowego. Czyli... Minimalista, który nauczy Cię jak zbudować podziemne centrum propagandy...

