

tegonieuczawszkole.pl

ZSZYWKA.PL

| | |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| Profil | 4 |
| Format Materiałów | 5 |
| Publikowanie Wpisu | 6 |
| Komentarze | 7 |
| Strategia Marketingowa Dla eBiznesu | 8 |
| Strategia Pod Tematy Modowe, Turystyczne I Wyposażenie | 10 |



Jak wybić się na portalu zszywka.pl i dlaczego warto? Otóż dlatego, iż warto stosować niestandardowe rozwiązania, a szczególnie jeśli nie ma tam jeszcze Twojej konkurencji! Poniżej znajdziesz kompleksowy poradnik w tym zakresie...

Zszywka.pl, to polski portal społecznościowy, który umożliwia publikowanie zdjęć, grafik i wideo. Na zszywce możesz znaleźć takie oto kategorie: architektura, mój świat, cytaty, ogród, diy – zrób to sam, podróże i widoki, design, pozostałe, dieta, przyroda, dzieci, rozrywka, eko, rzeczy, fitness i sport, selfie, fotografia i grafika, sztuka, gadżety, tatuaże, humor, uroda, książki, wintage, kuchnia, wesele, ludzie, wystrój wnętrz, moda damska, zakupy, moda męska, zwierzęta, motoryzacja, święta i okazje, wideo.

Jeśli prowadzisz działalność online w jednej z wyżej wymienionych kategorii, to jest to idealne rozwiązanie dla Ciebie! Ale, czy od strony marketingowej nie można dopasować tu wszystkiego? Można. Oprócz faktu, że w ramach portalu budujesz społeczność i zdobywasz naturalne wejścia na stronę docelową, to wpisy ekspresowo są indeksowane w Google, co daje Ci możliwość wskoczenia do TOP10 w ciągu 48 godzin.

Na zszywka.pl grupujesz treści w tablicach, które przypisane są do odpowiedniej kategorii. Pozwala to na dotarcie z konkretną treścią do osób rzeczywiście nią zainteresowanych, a dzięki temu użytkownicy tego portalu są aktywni, angażując się w klikanie serduszek oznaczających lubię to, zostawianie komentarzy i przypinanie zszywek do swoich tablic (udostępnianie), kończąc na obserwowaniu profili...

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



PROFIL

Tworząc profil masz możliwość wrzucenia foto profilowego oraz foto w tle, by wyglądało to wiarygodnie, ponadto dodajesz jednozdaniowy opis, czym zajmujesz się oraz link do swojej strony docelowej (np. wizytówki, bloga, sklepu).

Po skonfigurowaniu profilu tworzysz tablice, ponieważ to właśnie do tablic będziesz wrzucać swoje materiały, czyli będziesz przypinał swoje zszywkki. Podczas tworzenia tablicy dodajesz ją do odpowiedniej kategorii oraz krótko opisujesz – jednym zdaniem.



FORMAT MATERIAŁÓW

Masz 4 możliwości! Dodajesz z www, tzn. zaciągasz foto z konkretnego wpisu na blogu lub sklepu (po kliknięciu w foto użytkownik przechodzi do strony docelowej). Inną opcją jest tutaj możliwość wklejenia linka do wideo, a wtedy zaciąga wideo (opcja bardzo korzystna do pozycjonowania filmów i zwiększania liczby wyświetleń).

Drugi format, to – wgraj z dysku. Wtedy nie masz opcji przejścia na stronę docelową, ponieważ w opisie nie możesz dodawać linków. Ale! Pisziesz w opisie, że link znajduje się w komentarzu (tam link jest klikalny).

Trzecim formatem jest napisanie tekstu na jednym z 14 teł. Opcja chyba najmniej przydatna, ze względu na kiepski wizerunkowo wygląd. Zresztą nie stosowana zbyt często na zszywce z tego właśnie powodu...

Ostatnim formatem jest artykuł. Może zawierać on do 8000 znaków i jeśli masz parcie, by prowadzić bloga w którejś z wskazanych wyżej kategorii, to bardzo polecam tę opcję, ze względu na ekspresowe pozycjonowanie w Google. Do artykułu potrzebujesz dużego foto na górę, tytułu (frazy kluczowej), tekstu i tagów.

Jeśli chodzi o proporcję wrzucanych fotek, to polecam przynajmniej 1:1 (kwadrat), a najlepiej 9:16 (wertykalnie). Odradzam Ci stosowanie 16:9, ponieważ jest to krótki format, a jak pewnie wiesz im dłuższe foto tym lepiej przebija się w tłumie.



PUBLIKOWANIE WPISU

Klikasz plus (na górnej belce, po prawej stronie), a następnie wybierasz format wpisu. Pod względem marketingowym najkorzystniejszą opcją jest oczywiście – dodaj z www, gdzie wklejasz link docelowy, a zszywka.pl automatycznie zaciąga foto.

Następnie wybierasz tablicę, a w opisie zamieszczasz tylko słowo kluczowe (tytuł) – najlepiej trzy, czterowyrazowe (każde słowo rozpoczynasz z dużej litery). W opisie nie masz możliwości umieszczenia linka, a jak to zrobisz to pojawi się komunikat, by usunąć go przed dodaniem wpisu.

Na koniec dajesz do 8 tagów charakteryzujących wrzucone foto. Każdy tag wpisujesz oddzielnie – wpisując 2, 3 pierwsze litery pojawia się lista sugerowanych tagów – wybierasz odpowiedni i tak kolejno 8 razy. Pamiętaj również, że trzy pierwsze tagi są najważniejsze...

Ponadto możesz zaznaczyć opcję promowania wpisu za 15 zł – szacowana ilość wyświetleń do 80 tys. Opcja bardzo korzystna, ale nie dla wszystkich! Generalnie na zszywka.pl 2/3 użytkowników to kobiety, więc promowanie grafiki przenoszącej do zakupu gwoździ jest nieco chybionym pomysłem. Ale promowanie ofert z kategorii design, dieta, gadżety, uroda, wystrój wnętrz, moda damska jest już bardzo dobrym pomysłem.



KOMENTARZE

Komentarze dają możliwość umieszczenia linka klikalnego, a to daje duże pole manewru – przynajmniej z trzech powodów. Po pierwsze jeśli nie masz foto zaciągniętego z linka, to dajesz w opisie tytuł i informację, że link do oferty jest w komentarzu. Po drugie masz możliwość pisania komentarzy pod najpopularniejszymi zszywkami w Twojej kategorii z linkiem docelowym (piszesz sympatyczny komentarz plus link do oferty). Po trzecie promujesz swój profil i masz wejścia z komentarzy.



STRATEGIA MARKETINGOWA DLA EBIZNESU

Podstawa to ładne zdjęcie profilowe twarzy. Nie zapomnij również o wrzuceniu zdjęcia w tło, a skoro ma być marketingowo, to pewnie najlepiej sprawdzą się jakieś widoki...

Tworzysz 4 tablice: cytaty motywacyjne, marketing internetowy, mój świat lub podróże i widoki (jeśli trochę podróżujesz) lub filmy wideo (jeśli prowadzisz kanał na YouTube). Dlaczego cztery? Ponieważ 4 tablice to jeden pasek, a poza tym kto chce oglądać same reklamy biznesu – nie tędy droga.

Tablice to swoiste historie, a każdy nowo dodany wpis (zdjęcie) to szansa na zerknięcie przez Twoich fanów we wcześniejsze wpisy. Nic tak nie wciąga jak dobrze opowiedziana historia. Ludzie uwielbiają wchodzić z butami w życie innych osób, a historię są drzwiami do Twojego świata...

A więc... Cytaty fajnie klikają się, a w komentarzu jest zawsze link do Twojego biznesu. Po drugie – marketing, a to dlatego, że masz wydzieloną tablicę pod biznes. Numer trzy – jeśli prowadzisz kanał YouTube, to wtedy wrzucasz filmy do jednej tablicy. I na koniec wypada wrzucić coś ze swojego życia – w jedną tablicę.

Najpopularniejsze zszywki (bez promocji płatnej) potrafią zgarnąć od 1000 do 5000 wyświetleń (moda, gastronomia, dekoracje) i po nawet 100 przypięć w tablicach użytkowników. Jak dorzucisz do tego indeksację na pierwszej stronie Google w 48h, to wynik jest naprawdę fenomenalny.

Cytaty (najlepiej tekst plus twarz) potrafią mieć od 100 do 500 wyświetleń. Stosuje się wtedy tagi: cytata, cytaty, motywacja, inspiracja, złotemyśli, sentencja, aforyzmy, myśli. Pod grafiki biznesowe stosuje się natomiast tagi: zarabianie, zarabianiewsieci, biznes, motywacja, pieniądze, poradnik, marketing, porady.



Jeśli uśrednisz to wszystko, czyli pokażesz kawałek swojego życia (wrzucając to w modowy lifestyle, selfie, wyjścia do restauracji) plus cytaty motywacyjne zachęcające do rozpoczęcia z Tobą współpracy, to masz całkiem przyzwoitą maszynę do generowania ruchu. A warto wskazać, że i tak większość marketerów wrzuca takie materiały, np. na Instagrama, więc dlaczego nie zbudować sobie nowego źródła ruchu?...



STRATEGIA POD TEMATY MODOWE, TURYSTYCZNE I WYPOSAŻENIE

Nie ma konieczności tworzenia odrębnego profilu, by promować wszystkie wskazane wyżej produkty, trzeba natomiast stworzyć do każdej z kategorii odrębną tablicę. Tak naprawdę im więcej masz tablic tym lepiej, ponieważ tablica jest grupą tematycznych zdjęć.

Mając link partnerski lub do strony sprzedażowej w sklepie zaciągasz automatycznie zdjęcie z oferty i temat załatwiony. Chyba, że sklep ma brzydkie fotki i każda jest w innym rozmiarze, to wtedy musisz przygotować odpowiednie foto i dorzucić do opisu informację, że link jest w komentarzu.

UWAGA! Wypada, by foto ofert było spójne wizualnie w danej tablicy. Przyzwyczajasz w ten sposób społeczność do swojego stylu. Systematyczność wrzucania wpisów (przynajmniej jeden dziennie), spójność wizerunkowa (tonacja barw i format), opis w formie słowa kluczowego i tagi, to cztery podstawowe czynniki, które generują tutaj ruch.





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

