

Tomasz M. Pietrzak

eBiznes

Definicja Marki
Objawy Zaistnienia Marki
Ebiznes To Sprzedaż
Tworzenie Treści
Zaspokajanie Popytu
Pierwsze Relacje Online
Start Online
Wizytówka Online
Profil Na Facebooku
Profil Na Instagramie
Moja Historia

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
www.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 do sukcesu w biznesie online 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.

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 nagrasz podcast i wideo oraz zdobiesz zdjęcie, a że będziesz miał iphone, to nie będziesz wyglądał jak wieśniak. Możesz jeździć tramwajem, ale pamiętaj – iphone i wizytówki zawsze musisz mieć przy sobie!

Co do wizytówek, pomyśl... Rozmawiasz z kimś, np. na branżowej imprezie 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 dupie, 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 dyskotecie 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 około 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, na FB, na IG) 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 dupy i lepiej zająć się czymś innym. Zostawiasz rozgrzebany temat i podejmujesz drugą próbę, potem trzecią 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 koks. 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 są 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.

Jeśli zaczynasz 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 ONLINE

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 messenger. Emaila czyta maksymalnie 40% osób, a wiadomości z messenger 80%. Nie ma sensu wnikać tutaj w rozważania za i przeciw – takie są statystyki.

Jak poukładasz sobie wstępnie marketing, to wtedy możesz dorzucić moduł bloga, ponieważ prowadzenie bloga na starcie 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, które on oferuje...

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.

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 wrokoowcy – 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 wykres, slogan reklamowy, a nie gołe dupy 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...

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 i cytatów wpisz coś w stylu, np.: Od Etatu Do Wolności Finansowej.

Podsumowując ten wątek – polecam Ci wrzucić link do fanpage, którym zarządzasz, 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 4:5, 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 kwadratowej grafiki reklamującej Twoją działalność. To tyle jeśli chodzi o totalne minimum na profilu Facebookowym.

Ponadto polecam Ci prowadzenie notatek! Facebook jest kombajnem marketingowym, daje możliwość blogowania, tworzenia wydarzeń, sprzedaży, staje się platformą wideo. Wszystko to w opakowaniu social media, po to by zatrzymać jak najdłużej użytkownika w obszarze portalu.

W ramach notatki możesz opisać projekt, czy projekty, które polecasz, a jak coś pójdzie nie tak, to edytujesz jedną notatkę – zmieniasz jej treść i masz wszędzie aktualne informacje o Twoim biznesie. Ludzie tego nie wykorzystują! Jak coś pierdolnie, to przekopują posty i usuwają je – po co, jak można edytować jedną notatkę, którą załączasz do wszystkich postów biznesowych...

PROFIL NA INSTAGRAMIE

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. To element nr 3 po wizytówce online i profilu na FB.

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.

Twoje bio na Instagramie jest punktem sprzedaży! Każdy nowy potencjalny obserwator, który natknie się na Twoje konto poświęca kilka sekund na ocenę Twojego profilu. Na początek ekspresowo zerknie w bio i kilka postów, by ocenić, czy publikujesz treści, które zasługują na uwagę.

Zadbaj o to, by Twoje bio było krótkie i konkretne oraz bez nadmiaru emotikon – dzieciennie to wygląda i powiewa amatorszczyzną. Jeśli chcesz mieć wypunktowane treści, użyj notatnika, by sformatować bio, a następnie skopiuj to i wklej.

Kilka słów o polu NAZWA. To pole oraz nazwa użytkownika 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.

Jak już wspomniałem, w przypadku totalnie firmowych kont, najlepszym rozwiązaniem jest użycie nazwy firmy – o ile jesteś rozpoznawalną marką lub odpowiednie zaaranżowanej frazy kluczowej, o ile jesteś wschodzącą gwiazdą.

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. Faszzerowanie tego pola słowami kluczowymi i cytatami nie ma większego celu, ponieważ nie ma znaczenia wyszukiwawczego! Najprostszy i najskuteczniejszy biogram wygląda tak: IMIĘ NAZWISKO, KIM JESTEM, WEZWANIE DO DZIAŁANIA, LINK.

Zdjęcie profilowe i nazwa użytkownika, to dwa elementy, które wędrują z Tobą podczas każdej aktywności w obrębie Instagrama. Twoja nazwa użytkownika powinna być jak najkrótsza, a jednocześnie powinna kojarzyć konto z Twoją osobą, marką, czy też firmą.

Staraj się unikać używania znaków w swojej nazwie użytkownika, a jeśli musisz użyć separatora, by uzyskać żadaną nazwę – użyj podkreślenia "_". Nigdy nie używaj 2 lub więcej podkreśleń z rzędu, lub użyj podkreślenia, by zakończyć swoją nazwę użytkownika. Zapomnij również o używaniu cyfr! Złamanie tych reguł powoduje, że Twoje konto wygląda na amatorskie.

Jeśli, to Ty jesteś marką, to oczywistym i najlepszym rozwiązaniem będzie użycie imienia (imion) oraz nazwiska w nazwie użytkownika. Drugim rozwiązaniem jest wykorzystanie słowa kluczowego, ale jest to mniej eleganckie w odbiorze – natomiast praktyczne pod względem wyszukiwawczym. Trzecim rozwiązaniem jest nazwa firmy!

Absolutnie nie używaj nazw projektów, produktów i usług. Ty będziesz zawsze na Instagramie, ale czy wiesz jak długo będzie żywotny projekt, produkt lub usługa?...

Ostatnim etapem konfiguracji konta na Instagramie jest dodanie wezwania do działania i adresu URL. Idealnym rozwiązaniem jest nie odsyłanie osoby klikającej w link do strony głównej, ponieważ wtedy wrzucasz wszystkich do jednego worka.

Zamiast tego stwórz specjalną podstronę przeznaczoną tylko dla osób wchodzących z Instagrama. Na tej podstronie krótko podziękuj za to, że ktoś Cię obserwuje i że trafił na Twoją stronę, ale też daj coś od siebie – coś co będzie przeznaczone specjalnie dla klientów z Instagrama.

Ten link powinien wyglądać krótko, ładnie i estetycznie – unikaj długich adresów. Ta podstrona to wejście do Twojego lejka sprzedaży, czyli powinna się tam znaleźć również prośba o pozostawienie adresu email lub subskrypcja messenger'a.

Warto, by ten link miał podpięte statystyki. Zweryfikujesz wtedy jak dużo osób korzysta z niego i ile osób pozostawia swoje dane. Póki co w obrębie Instagrama jest to jedyne miejsce (poza IGTV), gdzie możesz wrzucić klikalny link, dlatego wykorzystaj tę lokalizację maksymalnie.

Oto 5 prostych rozwiązań, jeśli chodzi o wezwanie do działania...

Krótki, wyrazisty opis tego co robisz. Przykład: "Odbierz najlepsze bezpłatne porady marketingowe i narzędzia wzrostu dla Twojego biznesu!".

Dla kogo to robisz? Kto jest Twoim odbiorcą? Przykład: "Wygenerujemy ruch dla Twojej strony! Sprawdź jak...".

Mocne wezwanie do działania! Co chcesz zrobić dla swojego nowego obserwatora? Przykład: "Zyskaj 20%+ więcej ruchu! Sprawdź teraz...".

Wykorzystaj kontrowersję! Przykład: "Mam Twoje 10k! Pewnie chcesz je teraz odzyskać? Kliknij poniżej...".

Wykorzystaj dowód społeczny. Przykład: "Sprawdź projekt, który zgromadził 10k użytkowników. Kliknij poniżej...".

Innym ciekawym rozwiązaniem jest użycie tzw. drzewa linków, które wygenerujesz dzięki, np. linktr.ee tworząc w ten sposób swoiste menu. Na początek logujesz się na stronie za pomocą swojego konta na Instagramie.

Następnie dodajesz swoje linki wraz z opisem. Tworząc drzewo linków masz na bieżąco podgląd jak ono wygląda. Jest to bardzo praktyczne pod względem marketingowym, ponieważ daje opcję wyboru. Jedna osoba chce darmowy materiał, inna szybki kontakt, a jeszcze inna chce przeczytać bloga...

Jeśli Twoje menu jest już gotowe, wystarczy skopiować link i umieścić go w Instagramowym bio. Ponadto możesz zmienić kolejność, kolor tła, dodawać nowe linki – wystarczy, że zalogujesz się do serwisu i wprowadzisz zmiany.

To przykłady innych stron, na których możesz wygenerować drzewo linków: myurls.com, sked.link, shorby.com i taplink.at.

Innym rozwiązaniem dającym możliwość przygotowania drzewa linków jest stworzenie specjalnej strony na swojej domenie z przyciskami przenoszącymi Instagramowicza do istotnych dla Ciebie linków.

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.

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.

Trzeci element Instagramowych sukcesów po systematyczności i spójności, to hasztagi (publikuj maksymalnie, czyli do 30 w komentarzu pod każdym wpisem). 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, a to sprawia, że treść oznaczona odpowiednim hasztagiem jest znacznie łatwiejsza do zidentyfikowania.

Pamiętaj! To co przekazałem Tobie na tych kilkunastu stronach, to niezbędne minimum bez którego nie masz szans na osiągnięcie sukcesu online...

MOJA HISTORIA

Urodziłem się w 1976 roku i wychowałem w centrum Polski. Jakby nie było poznałem tu smak pracy oraz zgłębiłem tajniki bycia niegrzecznym dzieckiem, któremu często wpadały do głowy pomysły typu: przesypywanie odkurzaczem żwiru w piaskownicy...

Kiedy wyczerpałem pulę zaskakujących pomysłów kilkuletniego dziecka, małymi krokami nadszedł czas szkolnego etapu mojego życia. Te plany biegły oczywiście w kierunku rolnictwa – najpierw technikum ogrodnicze, a później studia – kierunek zootechnika.

Jedyne co pozostało mi po 18 latach szkolnych perturbacji, to dyplomy ukończenia kolejnych szkół i prastara mądrość, której sentencja brzmi: „Chcesz być szczęśliwy jeden dzień – upij się, chcesz być szczęśliwy rok – ożeń się, a jeśli chcesz być szczęśliwy całe życie – zostań ogrodnikiem...”.

Ponieważ studiowałem zaocznie, więc błyskawicznie rozpocząłem zawodowe podboje. Na starcie pojawił się plac budowy, ale ambicja nie pozwoliła mi zbyt długo zabawić na tej posadzce, więc przez prawie 5 lat zajmowałem się pedagogiką – byłem nauczycielem ogrodnictwa. Następnie zmieniłem pracę na biurową i w ciągu 5 lat awansowałem na stanowisko kierownika biura, a finalnie zostałem wójtem gminy w której mieszkam...

Wiele osób wstydzi się pisać i mówić o swoich porażkach i tym co przykrego spotkało ich w życiu – błąd! Życie, to nieustanna ścieżka edukacyjna, a porażki to lekcje i najcenniejsze doświadczenia prowadzące do osiągnięcia eksperckiego poziomu.

Skuteczność realizacji naszych planów jest wypadkową określonych czynników. W rzeczywistości sukces nie jest czymś mistycznym i rozpoczyna się od poznania celu, a później podjęcia działań, które zrealizują go. Gdyby jednak wszyscy wiedzieli jak przejść poszczególne etapy tego procesu, nie byłoby to owiane taką nutą tajemniczości...

Wiesz jak zaczęła się moja przygoda z pisaniem? Pomijam fakt, że w wieku 10 lat pisałem bajki! Kiedy w wakacje 2010 roku rozpocząłem pisanie pierwszej książki, zrobiłem to zupełnie spontanicznie – żadnego schematu, spisu treści itp. Usiadłem przed komputerem i zacząłem klikać w klawiaturę, a efektem tego był jeden wielki bałagan! Chociaż wtedy nie zdawałem sobie z tego sprawy.

We wrześniu wysłałem pierwszą wersję książki do Złoty Myśli i po kilku dniach oberwało mi się jak jasny gwint! Poprawiłem całość i miesiąc później przesłałem ponownie. Wyglądało to nieco lepiej, ale powtórnie otrzymałem negatywną odpowiedź.

Rzuciłem więc w kąć całą bazgraninę! Trwało to do grudnia 2011 roku (prawie półtora roku) – dnia świąt i noworocznych postanowień. Po tej przerwie odkurzyłem szufladę i postanowiłem, że w styczniu 2012 skończę to co wcześniej zacząłem. Udało się! Tak oto powstało później kilkadziesiąt ebooków z marketingu...

Pamiętaj, że nim zostaniesz prawdziwym szamanem sukcesu pojawią się przeciwności, a metody pokonywania przeszkód są trzy. Nic nie robić – jest biurokracja, będę pośmiewiskiem, nie uda mi się. Druga. Działam i krytyka z otoczenia zniechęca mnie. Trzecia – wytrwanie w działaniu, ponieważ jestem przekonany o słuszności tego co robię.

Pisząc swoją pierwszą książkę pt. JAK ZOSTAĆ SZEFEM doświadczyłem wszystkich trzech etapów. Pierwszy – przed rozpoczęciem, drugi – po nieudanych próbach i trzeci, gdy dojrzałem do zakończenia tego, co zacząłem. Jedno jest pewne – każdy jest skazany na sukces!

Tak oto zeszły się nasze drogi w chwili, gdy opracowuję strategie, które pomagają przedsiębiorcom i marketerom osiągać sukcesy, a co najważniejsze zaprojektować styl życia, który kochają...