



Tomasz M. Pietrzak

INSTA STARTER

BIOGRAM

NAZWA

Biogram na Instagramie jest punktem sprzedaży! Każdy potencjalny obserwator, który natknie się na Twoje konto poświęca kilka sekund na ocenę profilu. Na początek ekspresowo zerknie w bio i kilka postów, by ocenić, czy publikujesz treści, które zasługują na uwagę. Twoje bio powinno być krótkie i konkretne oraz bez nadmiaru emotikon – dziecinnie to wygląda. Jeśli chcesz mieć wypunktowane treści, to użyj notatnika, by sformatować tekst, a następnie skopiuj to i wklej. Wystarczy gdy rozpoczynasz nowy wers od emotki...

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. Poniżej znajdziesz najbardziej uniwersalny przykład...

Tomasz Pietrzak | konsultant

Jak zauważyłeś jest tutaj imię i nazwisko oraz fraza kluczowa odnosząca się do mojego aktualnego zajęcia. Oczywiście gdyby zmieściło się Tomasz M. Pietrzak, byłoby idealnie, ale jest to już za dużo znaków. Pamiętaj, że po dwukrotnej zmianie nazwy musisz odczekać dwa tygodnie na odblokowanie tej opcji.

NAZWA UŻYTKOWNIKA

Tutaj proponuję zastosować dwa rozwiązania. Pierwsze to imię i nazwisko, a drugie domena. W moim przypadku wygląda to tak...

tomaszpietrzak.pl

Posiadanie domeny zawierającej imię i nazwisko jest idealnym rozwiązaniem. Ta domena może przecież przekierowywać na stronę wizytówki online lub na drzewo linków. Optycznie ładnie to wygląda i daje ekspozycję marki. Jeśli natomiast nie chcesz bawić się w domeny, to koniecznie wpisz imię i nazwisko!

WITRYNA INTERNETOWA

Ciekawym rozwiązaniem jest użycie tzw. drzewa linków, które wygenerujesz dzięki, np. linktr.ee (najpopularniejszy generator) tworząc w ten sposób swoiste menu. Na początek rejestrujesz się na stronie, a 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...

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 panelu linktr.ee i wprowadzisz zmiany.

Poniżej znajdziesz linki do 3 najpopularniejszych generatorów oraz dla porównania efekt końcowy, jaki ma zastosowanie w moim przypadku...

<https://linktr.ee>
<https://linktr.ee/tomaszpietrzak>

<https://allmylinks.com>
<https://my.bio/tomaszpietrzak>

<https://taplink.at>
<https://taplink.cc/tomaszpietrzak.pl>

Jest jeszcze jedna kwestia! Gdzie takie odnośniki powinny prowadzić? Po pierwsze do miejsca gdzie można przeczytać kilka słów o Tobie, a w kontekście marketingowym dlaczego warto podjąć z Tobą współpracę. Może to być notatka na Facebooku jeśli nie prowadzisz wizytówki online lub bloga. Po drugie powinien być to odnośnik do opisy projektu, który polecasz lub zestawienia projektów z krótkimi opisami. Trzecim obowiązkowym odnośnikiem jest link do tzw. szybkiego kontaktu i w tym przypadku polecam Ci zastosować link do Messengera.

ŻYCIORYS

Biogram na Instagramie wyjaśnia kim jesteś (Ty, firma, marka itd.) i co robisz (zawód, działalność itd.). Jeśli chcesz wyróżnić się czymś konkretnym warto uwzględnić to właśnie w polu życiorys. Faszzerowanie tego pola słowami kluczowymi nie ma większego celu, ponieważ nie ma znaczenia wyszukiwawczego! Najprostszy i najskuteczniejszy biogram wygląda tak...

Imię Nazwisko | Przedmiot Działalności (Zawód, Fraza Kluczowa)
Życiorys (Slogan Plus Wezwanie Do Działania)
Link

Poniżej znajdziesz kilka przykładów wypełniaczy pola – życiorys...

Krótki i 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...

Stworzymy ruch dla Twojej strony! Sprawdź jak...

Mocne wezwanie do działania! Co chcesz zrobić? 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...

ZDJĘCIE PROFILOWE

Poza tym, że masz niesamowite bio, Twoje zdjęcie profilowe wizualnie ujawnia więcej o Tobie i Twojej marce. Jeśli zdecydujesz się użyć liter w logo (nazwa firmy, skrót), to użyj prostej czcionki. Niezależnie od tego, z jakiego urządzenia będziesz korzystał, upewnij się, że przesyłasz swój awatar w dużej rozdzielczości obrazu (np. 1080×1080 px), ponieważ zapewnia to, że Twoje zdjęcie profilowe będzie ostre.

Wyobraź sobie sytuację, w której przeglądasz listę osób, które możesz zaobserwować. Wolisz kliknąć obserwowalnego przy ładnym zdjęciu twarzy, czy dziwacznych kreskówkach, grafikach itp. Jeśli nikt dotychczas nie zdradził Ci sekretu pięknych zdjęć profilowych, to ja to zrobię! Ubierasz się w coś korespondującego z Twoim stylem i idziesz do fotografa. Tam stajesz lewym bokiem do aparatu i odchylasz w jego kierunku głowę – resztę podpowie Ci fotograf...

Zdjęcie profilowe powinno zawierać Twój wizerunek, najlepiej gdyby to była twarz z ramionami na białym tle, lekko skierowana na bok. Ludzie wstawiają fotki w poszarpanym sweterku na tle płytek w kiblu i piszą, że uczą jak osiągać wolność finansową... Nie mówię tego złośliwie – po prostu nie popełniaj tego błędu.

DRZEWO LINKÓW

Poniżej znajdziesz profesjonalny schemat tego co warto napisać o sobie (powinna to być jedna z trzech zakładek w drzewie linków) oraz przykład tego typu tekstu. Ten skrypt wykorzystują najwięksi potentaci online w zakresie marketingu! Spisz swoją historię na połowie kartki A4, a urośniesz jak na drożdżach.

Nie ma sprzedaży i promocji opartej na Twojej osobistej marce jeśli nie masz tekstu O MNIE. Twoja historia jest magnesem, który ma jedno zadanie – skłonić do sfinalizowania transakcji, dlatego wyjaśnię Ci jak zrobić to profesjonalnie...

MY STORY

Interesowało mnie...

Zacząłem działać...

Popełniłem kilka błędów...

Wypracowałem swój schemat działania...

Postanowiłem pomóc innym osobom w podobnej sytuacji...

Tak zaczęła się moja prawdziwa przygoda z...

Teraz...

Przykład...

Od zawsze interesowało mnie zarabianie przez internet – bycie cyfrowym nomadą, który czerpie z życia to co najpiękniejsze.

Podjąłem próbę! I to nie jedną... Początkowo jako eksperyment w myśl słów Morfeusza: „Bierzesz niebieską pigułkę – historia się kończy, budzisz się w łóżku, nie pamiętając o tym, co się tu wydarzyło i wierzysz w to, w co chcesz. Bierzesz czerwoną pigułkę – zostajesz w krainie czarów, a ja pokazuję ci, jak głęboka jest królicza nora.”...

Jak każdy początkujący popełniłem wiele błędów pomimo tego, że mówiono mi jakich błędów mam unikać. Spokojnie! Uczymy się całe życie, a przede wszystkim popełniając błędy. Ważniejsza jest jednak decyzja, czy trwamy w postanowieniu, czy poddajemy się! W ten oto sposób wypracowałem swój skuteczny schemat działania.

Finalnie postanowiłem pomóc innym osobom w podobnej sytuacji, które chcą czegoś więcej od życia, które szukają pomysłu dla siebie, które chcą działać według własnych reguł, a nie pod dyktando innych.

I tak zaczęła się moja prawdziwa przygoda online! Dziś oddaję w Twoje ręce kompendium wiedzy człowieka, który przeszedł wszelkie szczeble zawodowe – od operatora szpadla do szefa. Oczywiście były momenty wiązania końca z końcem i wydawałoby się bezsensownych prób wyruszenia w nową drogę, ale takie jest właśnie życie...

Jako szkoleniowiec z zakresu marketingu opracowuję strategie, które pomagają marketerom osiągać sukcesy, a co najważniejsze zaprojektować styl życia, który kochają. Dlatego każdego dnia tworzę nowe materiały szkoleniowe!

Jeśli reprezentujesz organizację lub osobiście chcesz osiągnąć sukces w marketingu internetowym, to dobrze trafiłeś – ustalimy najlepszy model współpracy oraz najprostszą drogę do błyskawicznego uzyskania pozytywnych wyników. Zapraszam do kontaktu...

BIZNES

Drugim linkiem w drzewie linków powinien być odnośnik prowadzący do Twojego biznesu. Może to być strona informacyjna lub instruktażowa, która wskazuje jak dokonać rejestracji. Jeśli prowadzisz sklep (suplementy, kosmetyki) będzie to link do strony z ofertą produktów, a jeśli szkolisz mogą to być oferty lub link do zestawienia wydarzeń z FB, w których brałeś i będziesz brał udział (tam można namierzyć linki do rejestracji i zakupu).

KONTAKT

Trzecim linkiem powinien być odnośnik do szybkiego kontaktu i polecam tutaj zastosowanie Messengera. To mój link: <https://m.me/eksperttomaszpierzak>. Ty podmieniasz login i masz gotowe dane kontaktowe. A tak wygląda drzewo linków w praktyce...

MY STORY
BIZNES
KONTAKT

KARUZELA ZDJĘĆ

Ta prosta metoda jest połączeniem życia osobistego z przedmiotem działalności. Ogólnie wiadomo, że zdjęcia z ludźmi cieszą się większym zainteresowaniem niż biznesowe grafiki. Dlatego pierwsze zdjęcie jest z Tobą w akcji, a drugie to typowa grafika promująca Twój biznes. Jeśli potrafisz swoim życiem osobistym zachęcić do przesunięcia palcem w lewo, to sukces masz gwarantowany.

HASZTAGI

Ponieważ codziennie aktualizowana jest ogromna liczba zdjęć w tym spamów hasztagowych, używanie najpopularniejszych hasztagów jest bezużyteczne jeśli chodzi o rozwijanie konta. Korzystanie z hasztagów do kierowania na określone słowa kluczowe – niszowe, które pasują do Twoich treści lub słów kluczowych konkurentów, może natomiast pomóc Ci szczególnie na początku zdobywać nowych obserwujących, a nawet znaleźć nowych klientów.

Hasztagi na Instagramie 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 hasztag, a to sprawia, że treść oznaczona odpowiednim hasztagiem jest znacznie łatwiejsza do zidentyfikowania.

Instagram pozwala użytkownikom umieścić maksymalnie 30 hasztagów w każdym poście. Warto dodać, że hasztagi wrzucone w komentarzu pod wpisem działają dokładnie tak samo jak te we wpisie. Gdzie więc i ile wrzucać? Wrzucaj 29! Cała ta gadka o 5, 10, 20 – to nie ma sensu. Jeśli post jest krótki, to ładniej będzie wyglądało, gdy zlokalizujesz hasztagi w komentarzu, a gdy jest dłuższy, to możesz wrzucić je we wpisie. Osobiście rekomenduję, by zawsze wrzucać w komentarzu.

By odnieść sukces na Instagramie po pierwsze musisz publikować regularne. Oznacza to wiele możliwości eksperymentowania z różnymi hasztagami. Jedno jest pewne – używanie ciągle tych samych hasztagów, to nie jest droga do opanowania Instagrama. Mało tego, takie działanie Instagram ocenia jako spamowanie.

To samo można powiedzieć o użytkownikach, którzy używają wyłącznie najpopularniejszych hasztagów. Podczas gdy te hasztagi mają największy zasięg, mają również największą konkurencję, co oznacza, że szanse na dotarcie do kogoś nowego są drastycznie małe. Jeśli dopiero zaczynasz swoją Instagramową przygodę i masz małą publiczność (poniżej 1k) lub publikujesz coś, co nie ma wirusowego charakteru nie celuj w najpopularniejsze hasztagi. Te mniej oblegane mają niższą konkurencję i mogą budować bardziej zaangażowaną społeczność. Z praktyki polecam Ci miksowanie hasztagów z niższych kategorii (staraj się by ponad połowa to były hasztagi branżowe)...

HASZTAGI BRANŻOWE

Pomyśl o hasztagach w ten sposób. Jeśli Twoja marka sprzedaje buty męskie, użycie ogólnego hasztagu, takiego jak #buty, nie pomoże Ci wyróżnić się w wynikach wyszukiwania, które zawierają ponad 400 000 innych postów związanych z butami. Ale jeśli zdecydujesz się na hasztag #butymeskie, znajdziesz około 1 500 wyników, co oznacza, że jesteś na pozycji o znacznie mniejszej konkurencji, a to zwiększa Twoje szanse na to, że użytkownicy znajdą Twój post.

HASZTAGI W TRENDZIE WZROSTOWYM

Zacznij od wyszukania odpowiednich hasztagów, które są w trendzie wzrostowym (np. okolicznościowe: boże narodzenie, wielkanoc, walentynki, wakacje itd.). 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.

HASZTAGI DZIENNE

Kolejnym pomysłem jest używanie tzw. dziennych hasztagów. Te hasztagi umożliwiają codzienną interakcję z publicznością oraz są tzw. przerywnikiem w hasztagach branżowych. Oto lista przykładowych hasztagów według dnia tygodnia...

PONIEDZIAŁEK: #poniedziałek #poniedziałeknietakizły #takiponiedziałek

WTOREK: #wtorek #wtorekpotworek #takiwtorek

ŚRODA: #środa #środaminietydzieńzginie #takaśroda

CZWARTEK: #czwartek #czwartekprawiejakpiątek #takiczwartek

PIĄTEK: #takipiątek #piątekpiąteczekpiątunio #piątekweekendupoczątek

SOBOTA: #sobotaa #sobotastoprocent #takasobota

NIEDZIELA: #niedzielaa #takaniedziela #niedzieladzieńlenia

HASZTAGI MIEJSCOWOŚCI

Badania wykazały, że posty z oznaczonymi lokalizacjami uzyskują większe zaangażowanie niż te bez lokalizacji. Jest to doskonały sposób na promowanie lokalnych firm lub zwiększenie swojej ekspozycji w konkretnym obszarze. Dlatego dorzucaj hashtag z nazwą miejscowości! W przypadku lokalnej działalności będzie to nazwa miejscowości, w przypadku wyjazdów nazwa miejscowości turystycznej, a najlepiej sprawdzają się nazwy dużych miast (stolic województw)...

HASZTAG MARKOWY

Mówiąc wprost – hashtag określający marką to coś, co odnosi się do Twojej firmy lub profilu. Może to być nazwa konta, nazwa produktu, nazwa kampanii, a nawet hasło reklamowe. Korzystanie z markowego hashtagu nie zwiększy Twojego zasięgu od razu (ponieważ będziesz musiał sam go stworzyć od podstaw), ale będzie on oddziaływać na Twoich odbiorców. Jeśli ma trend wzrostowy i staje się on coraz częściej wykorzystywany, będziesz czerpać korzyści z jego organicznego użytkowania. Markowe hashtagi to świetny sposób na kontrolowanie zachowań w odniesieniu do Twojej marki..

CZĘSTOTLIWOŚĆ PUBLIKOWANIA

Publikuj wpis raz dziennie! Maksymalnie dwa. Lepiej skupić się na jakości niż ilości... Jakość dotyczy wpisów, a ilość dotyczy relacji. W tym temacie podejścia mogą być dwa! Jeśli masz tysiące napalonych fanów/fanek (i pokazujesz tyłek/muskuły), to wrzucasz wtedy, kiedy masz do przekazania coś ciekawego, czyli mogą to być odstępy co 2-4 godziny, np. 8.00, 12.00, 16.00, 20.00. Podstawowa zasada w tym przypadku brzmi: gdy ostatni wpis otrzymał średnią liczbę reakcji z ostatnich 10 postów, to jest to sygnał, że fani gotowi są na nowy wpis.

Teraz opcja nr 2, czyli walczysz o zasięgi i budujesz społeczność (wszelkie biznesy). Przywołam dwa argumenty. Pierwszy to psychologia, drugi to algorytm... Załóżmy, że przeglądasz co wyświetlił Ci IG na głównej ścianie. I nagle ktoś z grona Twoich znajomych wyświetla się co któryś post. Bądźmy szczerzy, o ile nie jest to Twój bliski partner biznesowy, to blokujesz czasowo wyświetlanie jego wpisów. To samo dotyczy Ciebie – SPAMUJESZ, czy INSPIRUJESZ? Teraz o algorytmie! Jeśli wrzucasz często wpisy, to Twoje wpisy walczą pomiędzy sobą, tworząc wewnętrzną konkurencję. Tak naprawdę zasadnicza żywotność wpisu to około 24h. Jaki jest więc cel podcinania gałęzi na której sam siedzisz?...

Wrzucasz raz dziennie! Kiedy wrzucać? Wieczorem pomiędzy 18.00, a 20.00. Rano jesteśmy zajęci pracą i obowiązkami, a wieczorem możemy pomyśleć o dupie marynie na IG. Wrzucasz dwa razy dziennie! Siłą rzeczy pierwsze foto wrzucisz pomiędzy 7.00, a 9.00 na poranny przegląd, a drugie w sesji wieczornej...

W przeciwieństwie do przekonania wielu osób, najlepszy czas na publikowanie nie jest wtedy, gdy znajdziesz czas na wrzucenie czegokolwiek. Musisz dostosować swój czas publikacji do odbiorców. Zamiast publikowania wtedy, gdy masz ochotę, powinieneś publikować, gdy Twoja grupa docelowa jest online (jest gotowa do zaangażowania).

Pierwszą rzeczą do rozważenia jest to, jak dobrze znasz swoich odbiorców. Początek działań marketingowych zawsze rozpoczyna się od stworzenia obrazu idealnego klienta. Idealny klient, to nie są tylko dane demograficzne typu: wiek, płeć itp. To osoba, z którą klienci utożsamiają się. Kiedy znasz swoją grupę docelową, czas przetestować, przeanalizować i zoptymalizować działania. Rozłóż test na minimum 2 tygodnie, zmieniając czas publikacji i częstotliwość (od 1 do 4 wpisów plus od 2 do 24 migawek na InstaStory)..

GRUPA WSPARCIA

Po pierwsze załóż grupę na messengerze z kilkoma podobnymi do Ciebie profilami (około 10 osób). Gdy ktoś wrzuci post na IG, to kopiuje link do niego i śmiga go na grupie. Każdy wchodzi i lajkuje wpis oraz dodaje komentarz (ustalcie indywidualnie zasady w grupie). Jest to proste i bardzo skuteczne rozwiązanie zwiększające na starcie zasięgi organiczne.

JAK ZWRÓCIĆ NA SIEBIE UWAGĘ

PISANIE KOMENTARZY

Wpisujesz branżowy hashtag (górną belkę, pole szukaj), klikasz ZNACZNIKI, a następnie klikasz OSTATNIE. Teraz lecisz kolejno około 25-50 komentarzy dziennie. Tylko nie wrzucaj wszędzie tego samego, ponieważ IG zablokuje Ci tę czynność po kilku akcjach – traktując Cię jak bota...

LAJKOWANIE KOMENTARZY

Wchodzisz na profil konkurencji, ewentualnie szkoleniowca powiązanego z branżą i bierzesz na tapetę wpis, który ma kilkadziesiąt komentarzy. Następnie lajkujesz kolejno każdy komentarz (pomijając oczywiście komentarze właściciela profilu)... Takich akcji robisz około 50-100 dziennie...

REAKCJE NA RELACJACH

Wchodzisz na InstaStory i klikasz OKLASKI. Większość osób, które dostaje oklaski wysyła Ci serduszko i wchodzi z ciekawości na Twój profil. Gdy dasz około 25-50 oklasków Instagram blokuje Ci tę funkcję na 24h, ale co to za problem skoro po 24 godzinach znowu możesz klaskać. Taką akcję robisz co 2 dni...

PREZENT ZA OBSERWOWANIE

Gdy ktoś zacznie obserwować Twój profil to wysyłasz mu wiadomość z linkiem do pobrania prezentu. Jest to bardzo skuteczna taktyka powodująca, że minimalizujesz odpływ obserwujących i budujesz relacje pokazując czym się zajmujesz oraz gruntując swoją pozycję jako eksperta. Poniżej przykłady tego typu wiadomości...

Witaj! Dziękuję za obserwowanie mnie...

W ramach rewanżu, na dobry początek naszej współpracy mam dla Ciebie PREZENT.

Link do pobrania ebooka: <https://...>

Życzę miłego dnia!

Tym razem przykład wiadomości, gdy nie masz prezentów do rozdania...

Witaj w elitarnym gronie!

Swoim kliknięciem spowodowałeś, że poszerzyło się ono i za to bardzo Ci dziękuję. Czeka na Ciebie niezwykła dawka motywacji oraz stopklatki z mojego życia.

Mam nadzieję, że jesteś na to gotowy.

Do usłyszenia...

S4S

Na początek namierzasz konto, które ma podobną liczbę serduszek pod wpisami! By znaleźć kolejne konta, z którymi możesz prowadzić S4S wyszukujesz przynajmniej jedno konto z Twojej branży, a w profilu tego konta możesz znaleźć podobne - rozwijając strzałką, wyświetlą Ci się podobne profile.

Ale... Niektóre konta mają po 10k obserwujących, a pod wpisami po 100 serduszek - lipa jak cholera! Dlatego uczulam Cię, by nie podniecać się ilością obserwujących, a aktywnością. Aktywne konto to takie, które ma zaangażowanie na poziomie powyżej 5%, czyli na każde 100 fanów jest pod wpisem około 5 reakcji (łącznie lajki i komentarze).

Kolejny krok to wysłanie wiadomości z pytaniem, czy administrator konta jest zainteresowany wzajemną promocją. Jeśli tak, to przechodzisz do kroku numer trzy - działania...

Wybieracie posty do wzajemnej promocji poprzez udostępnienie ich na swoich relacjach z użyciem naklejki WSPOMNIENIE. Plus... WEZWANIE do obserwacji w najnowszym poście - podwójne uderzenie! Wezwanie oczywiście zamieszczacie na początku wpisu, by zwiększyć aktywność w zakresie promocji.

Wiem, że jest to metoda wymagająca nieco pracy! Ale jak patrzę, że niektórzy beztrąsko gwarantują obserwujących i lajki na jakiś botach, to śmiać mi się chce. Instagram to po pierwsze: systematyczne wrzucanie foto (raz dziennie) i relacji (od 2 do 24 razy dziennie) trzaskanych na tej samej grupie filtrów z odpowiednimi hasztagami. Po drugie to interakcja z innymi kontami: lajkowanie i komentowanie.

AGREGATOR PROMUJBLOGA.PL

Wykorzystaj agregator promujbloga.pl do umieszczenia linka do profilu, gdzie będą automatycznie zaciągane Twoje wpisy. Praca wykonana raz daje efekty z każdym kolejnym wpisem. Wystarczy zarejestrować się z tego samego emaila, który wykorzystujesz do logowania na Instagramie, a następnie kliknąć dodaj medium...

DZIENNIKI MARKETERA

Jesteś osobą, która działa online i ma problem z promocją siebie, biznesu oraz produktów?

Właśnie dlatego stworzyłem DZIENNIKI MARKETERA, które zostały zaprojektowane tak, by pomóc osobom takim jak Ty krok po kroku stworzyć skuteczny przekaz wykorzystując profil na Facebooku, Instagramie i TikToku.

Już za chwilę rozpoczniesz nowy etap swojej działalności – bazując na profesjonalnej instrukcji, która otworzy przed Tobą zupełnie nowe możliwości biznesowe.

FACEBOOK | <https://tegonieuczawszkole.pl/dziennik-facebook>

INSTAGRAM | <https://tegonieuczawszkole.pl/dziennik-instagram>

TIKTOK | <https://tegonieuczawszkole.pl/dziennik-tiktok>