

Tomasz M. Pietrzak

**JAK PROMOWAĆ  
SWOJEGO ZWIERZAKA  
W MEDIACH  
SPOŁECZNOŚCIOWYCH**

<b>Optymalizacja Fanpage Na Facebooku</b>	<b>4</b>
<b>Zdjęcie Profilowe I W Tle</b>	<b>5</b>
<b>Markowy Hasztag</b>	<b>6</b>
<b>Zdobywanie Fanów</b>	<b>7</b>
<b>Promowanie Postów</b>	<b>8</b>
<b>Konfiguracja Profilu Na Instagramie</b>	<b>9</b>
<b>Przygotowanie Wpisu</b>	<b>11</b>
<b>Hasztagi</b>	<b>13</b>
<b>Zdobywanie Obserwujących</b>	<b>15</b>
<b>Pomysły Na Zdjęcia</b>	<b>20</b>
<b>Instagram Stories</b>	<b>30</b>
<b>IGTV</b>	<b>33</b>
<b>Metody Zarabiania</b>	<b>34</b>

Zarabianie ze swoim zwierakiem w mediach społecznościowych, to jeden z najprostszych sposobów na dochodowe przedsięwzięcie, ponieważ Facebook i Instagram są rewelacyjnymi narzędziami marketingowymi, które dają możliwość stworzenia pełnowymiarowego biznesu.

Jeśli masz zwieraka (kota, psa), aparat (a przynajmniej smartfon), to zabieramy się do roboty, byś mógł/a zacząć zarabiać. Z tego poradnika dowiesz się jak zorganizować ten biznes od A do Z.

Podobnie jak w przypadku każdego innego medium społecznościowego systematyczność jest punktem numer jeden, czyli codzienna publikacja! Pamiętaj również, że to nie ilość, a jakość ma znaczenie, ponieważ niepowtarzalne zdjęcia są niezapomniane.

Jeśli chodzi o prowadzenie profilu zwieraka - nie bądź zbyt poważny! W końcu zwierzęta są urocze, a ich konta powinny odzwierciedlać beztroską naturę. Nie zniechęcaj się również od razu brakiem ofert współpracy oraz przelewów. Wszystko potrzebuje swojego czasu...

Udana promocja w mediach społecznościowych przede wszystkim zaczyna się od wspaniałej historii! Wszystkie fakty, wesołe sytuacje i perturbacje hodowlane - zdarzenia, które ujawnisz sprawią, że sens tego co robisz będzie oczywisty.

Twój kot lub pies jest oczywiście najśłodszym zwierakiem na świecie, ale dla Ciebie! W mediach społecznościowych rządzą twarde reguły. Zadaj więc sobie pytanie: „Czy Twój zwierak ma jakiś dziwny zwyczaj, dzięki któremu możesz zacząć budować jego pozycję w social media?”. Stwórz historię wokół tej wyjątkowej rzeczy, która doda charakteru Twojemu kochanemu pupilowi.

Tomasz M. Pietrzak  
[www.tomaszpietrzak.pl](http://www.tomaszpietrzak.pl)

## Optimalizacja Fanpage Na Facebooku

Zaczynamy od fanpage na Facebooku, a to dlatego, że masz możliwość ustawienia automatycznej publikacji, co w praktyce oznacza, że publikujesz na Instagramie i masz również wpis na Facebooku.

Kiedy rozkręcisz już temat możesz pomyśleć o założeniu bloga na wordpressie. Ale... Nie jest to konieczne na starcie! Na początek musisz zbudować społeczność. Sporo osób zaczyna od końca - startuje z blogiem i wkurza się, że nikt go nie czyta. I nie będzie czytał, ponieważ nie ma społeczności...

A więc... Nazwa strony i utworzenie adresu URL, to dwie pierwsze czynności jakie powinieneś zaplanować na FB! By nie tworzyć tu zbędnych wypełniaczy tekstu, powiem tak: jeden, dwa, trzy wyrazy tworzące chwytliwą nazwę lub połączenie imienia zwierzaka ze sloganem.

Co prawda pozycjonowanie przy użyciu słów kluczowych w nazwie i adresie URL jest jedną z metod, ale jest to tylko jedna z metod. Facebook to portal mający dawać fan, więc pewnie 2/3 przypadków będzie opartych na porywającej nazwie, a nie słowach kluczowych.

Mówiąc o optymalizacji fanpage pod SEO, mam na myśli - dodanie linka w polu adres witryny (to w przypadku prowadzenia bloga lub drzewa linków) oraz krótkiego opisu w sekcji informacje, ale również dodanie linka w opisach do zdjęcia profilowego, zdjęcia w tle i jako przycisk, jak również wypełnienie sekcji nasza historia (około 1000 znaków).

## **Zdjęcie Profilowe I W Tle**

W przypadku zdjęcia profilowego - oczywiście Twój zwierzak na białym tle. Natomiast w przypadku zdjęcia w tle najlepiej sprawdzają się kolaże zdjęć, czyli 3-5 zdjęć pionowych obok siebie. Możesz to przygotować w aplikacji INSHOT.

## **Markowy Hasztag**

Na tym etapie warto byś utworzył swój markowy hasztag. 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 hasztagiem, ponieważ pomaga on zwiększyć popularność Twoich wpisów.

Mówiąc wprost - hasztag określający marką to coś, co odnosi się do profilu. Może to być nazwa konta, 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 odbiorców.

Jeśli ma trend wzrostowy i staje się coraz częściej wykorzystywany, będziesz czerpać korzyści z jego organicznego użytkowania. Markowe hasztagi to świetny sposób na kontrolowanie zachowań w odniesieniu do marki.

## Zdobywanie Fanów

Metoda numer jeden, 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.

Jeśli prowadzisz bloga jest to najlepsza metoda na zdobywanie fanów, czyli kontekstowe użycie przycisku LUBIĘ TO! Pamiętaj! Nie mam tu na myśli bezmyślnego używania wtyczek do wordpresa, a zachęcenie do kliknięcia w treści artykułu poprzez umieszczenie tekstu z przyciskiem (lub linkiem do fanpage). Przykład... Chcesz Wiedzieć Więcej? Polub Naszą Stronę! PRZYCISK LUBIĘ TO!

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: 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...

## Promowanie Postów

Każdy nowo opublikowany post wrzucaj na relację! Da Ci to dodatkowy ruch, a ponadto pokazuje Twoją aktywność.

Utwórz na Messengerze kilkusobową grupę wsparcia i wzajemnie komentujcie swoje wpisy. Wpisy z komentarzami lepiej wyglądają, a poza tym są podbijane przez algorytm FB.

Twórz albumy zdjęć! Albumy to swoiste historie, a każdy nowo dodany wpis (zdjęcie) do albumu to szansa na zerknięcie przez Twoich fanów we wcześniejsze wpisy.

Udostępnij wpis w kilku grupach tematycznych. Link do wpisu otrzymasz po kliknięciu w datę wpisu. Ponadto udostępniając wpis poproś o komentarz (w zamian za Twój komentarz).

Udostępnij foto z wpisu na [pinterest.com](https://www.pinterest.com). Link do zdjęcia uzyskasz po kliknięciu prawym przyciskiem myszki: kopiuje adres obrazu. W polu link na Pinterest wklej odnośnik do wpisu.

Komentuj na dużych fanpage branżowych dorzucając skrócony link do wpisu (jeśli Twój wpis jest tematyczny).

Wykorzystaj agregatory typu [promujbloga.pl](https://promujbloga.pl) tworząc tam swój profil. Tego typu strony automatycznie zaciągają wpisy.



# Konfiguracja Profilu Na Instagramie

## NAZWA I NAZWA UŻYTKOWNIKA

Zdjęcie profilowe i nazwa użytkownika, to dwa elementy, które wędrują z Tobą podczas każdej aktywności w obrębie Instagrama. Nazwa użytkownika powinna być jak najkrótsza, a jednocześnie powinna kojarzyć konto z Twoim pupilem.

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.

Tworząc konto na Instagramie DLA ZWIERZAKA, obserwujący będą wiedzieli, czego się spodziewać i pozwoli to zabłysnąć Twojemu pupilowi. Wybierając nazwę, najlepiej podać jego imię, by wyróżniało się ono, co nadaje mu bardziej osobisty charakter.

## ZDJĘCIE PROFILOWE

Wyobraź sobie sytuację, w której przeglądasz listę kont, które możesz zaobserwować. Wolisz kliknąć obserwuj przy ładnym zdjęciu twarzy, czy jakiś dziwacznym kreskówkach, grafikach itp. Ta sama reguła dotyczy zwierząt...

## BIOGRAM

Twoje bio na Instagramie jest punktem sprzedaży! Każdy nowy 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.

Zadbaj o to, by bio było krótkie i konkretne oraz bez nadmiaru emotikon - dziecinnie to wygląda i powiewa amatorszczyzną. Jeśli chcesz mieć wypunktowane treści, użyj notatnika, by sformatować je, a następnie skopiuj i wklej. Ogranicz swoje bio do 3 linii...

Kilka słów o polu imię i nazwisko. To pole oraz nazwa użytkownika są jedynymi polami, które Instagram bierze pod uwagę podczas wyszukiwania, dlatego masz dwie opcje. Albo konsekwentnie działasz promując imię zwierzaka jako markę lub korzystasz w tym miejscu ze słów kluczowych (polecam, przynajmniej na początku słowo kluczowe).

Faszerowanie pola ŻYCIORYS słowami kluczowymi nie ma większego celu, ponieważ nie ma znaczenia wyszukiwawczego! Podsumowując. Najprostszy i najskuteczniejszy biogram wygląda tak...

IMIĘ

RASA

DANE KONTAKTOWE (do współpracy)

WEZWANIE DO DZIAŁANIA

LINK (do bloga jeśli prowadzisz lub drzewa linków)

## Przygotowanie Wpisu

### OPIS W POŚCIE

Opis może zepsuć lub podkręcić wyniki wpisu. Źle napisany może sprawić, że wyglądasz jak amator, podczas gdy sprytny i dowcipny może przekształcić przeciętny wpis w wirusowy. Opis znacząco pomaga zwiększyć zaangażowanie - szczególnie zwiększyć liczbę komentarzy, co w efekcie daje nowych obserwujących.

Długość opisów zależy od Twoich odbiorców i celu, który chcesz osiągnąć. Minimum to około 150 znaków, a sedno przekazu (swoisty perswazyjny nagłówek) powinno zawierać około 30 znaków, tak by znalazło się przed odnośnikiem "więcej" na stronie głównej.

Liczba wersów w akapicie, o ile piszesz dłuższe opisy nie powinna przekraczać 5-6, by zapewnić skuteczność przekazu i czytelność. Pamiętaj! Akapity rozdzielaj linijką przerwy...

Przykłady niektórych wezwań do działania w opisach to: "Obserwuj @username", "Wejdź na [www.website.pl](http://www.website.pl)", "Kliknij link w BIO". Możesz je również wykorzystać na początku, by zwiększyć skuteczność działań marketingowych.

### ATRUBUT ALT DLA ZDJĘĆ

Przy okazji tego tematu warto wspomnieć o atrybucie ALT dla zdjęć na Instagramie. Ma on duże znaczenie pod względem SEO! Atrybut ALT oznacza tekst alternatywny i zastępuje zdjęcie, gdy nie można go załadować np. ze względu na słabe połączenie internetowe. Choć ta funkcja jest dostępna od niedawna na Instagramie, to nie jest nowością dla blogerów, ponieważ atrybut ALT jest częścią zestawu danych, który jest wykorzystywany w SEO podczas tworzenia wpisu na blogu.

Kiedy używasz tej funkcji skoncentruj się na słowach kluczowych - maksymalnie 100 znaków. W jaki sposób dodać atrybut ALT w starszych wpisach? Otwierasz zdjęcie, klikasz EDYCJA, a następnie EDYTUJ TEKST ALTERNATYWNY i na koniec zapisujesz.

Używaj słów kluczowych, których używałeś np. jako hasztagi. Te frazy mają pomagać Ci w dotarciu do użytkowników, którzy są zainteresowani określonymi treściami.

## Hasztagi

Na początek musisz stworzyć 2 listy hasztagów po maksymalnie 29 sztuk. Pierwsza lista - do wykorzystania w pierwszych 5 minutach po napisaniu posta. Po opublikowaniu wpisu z tymi hasztagami (w komentarzu) po kilku minutach post nie będzie już widoczny wśród wyników dla tych hasztagów w zakładce: ostatnio dodane.

Dlatego po maksymalnie 15 minutach usuwamy komentarz z tą listą hasztagów i dodajemy nowy komentarz z drugą listą hasztagów. Druga lista hasztagów będzie zawierała mniej popularne hasztagi związane np. z rasą Twojego zwierzaka. Dzięki tym hasztagom użytkownicy będą mogli znaleźć Twój wpis w dłuższej perspektywie czasu.

### ZESTAW PIERWSZY

By utworzyć pierwszą listę hasztagów przeanalizuj zdjęcie i wyróżnij kluczowe elementy, które powinny przyciągnąć uwagę użytkowników np. może to być zwierzak bawiący się. Pomyśl o tym, który podstawowy motyw użyjesz w tym zestawie hasztagów. Dla naszego przykładu będzie to np.: skok, lewitacja, gra, dom, słońce, łapy, itp... Twoja analiza powinna być odpowiednia do treści przekazu wizualnego. Następnie w wyszukiwarce Instagrama wpisz np. kot (jeśli prowadzisz profil kota). Wśród wyników wybierz 10 hasztagów i dorzuć je do wcześniejszych 10 hasztagów (opisujących sytuację). Teraz wybierz 5 hasztagów, które napędzą lajki - zachęcające do zalajkowania. Na koniec wybierz 4 hasztagi wskazujące rasę.

### ZESTAW DRUGI

Weź 5 hasztagów, za pomocą których opisałeś zdjęcie i to co się na nim dzieje. Teraz wybierz 10 hasztagów z poniższej listy (popularne grupy, które mogą zamieścić Twoje zdjęcie): #cats\_of\_world #catsofinstagram #excellentcats #bestmeow #photooftheday #ig\_bestcats #catoftheday #cutepetclub #excellent\_cats #pets\_of\_instagram #world4pets #animaladdicts #animalsco #pawproject #animaladdicts #fluffypack #meowvswolf #petsofinstagram #weeklyfluff #buzzfeed #bestcats\_oftheworld. Następnie wpisz rasę swojego kota/psa w aplikacji HASHTAGINSPECTOR i wybierz 14 hasztagów.

Masz teraz 2 listy po 28 hashtagów! PAMIĘTAJ! Nie umieszczaj hashtagów w opisie, a w komentarzu! Po opublikowaniu wpisu natychmiast umieść pierwszą listę hashtagów w komentarzu pod postem, a po około 5-15 minutach usuń ten komentarz i opublikuj drugą listę hashtagów w nowym komentarzu.

W rezultacie Twoja publikacja zostanie po raz pierwszy zobaczona przez użytkowników w wynikach popularnych hashtagów. Jeśli im się spodoba, to otrzymasz pierwszą falę lajków, a wtedy Twoje foto będzie wysoko w wynikach wyszukiwania dla mniej popularnych hashtagów (branżowych, o które właśnie chodzi).

## Zdobywanie Obserwujących

Na początek przejdź do wyszukiwania na Instagramie. Wprowadź hasztag z nazwą rasy lub rasy zbliżonej (np. która wygląda podobnie) i przejdź do zakładki OSTATNIE. Wybierz zdjęcia, które spełniają kryteria: zdjęcia z różnych kont, konto powinno być ze zdjęciami jednego kota, liczba obserwujących od 50 do 1000, zdjęcie powinno być przeciętne lub dobrej jakości, ale nie profesjonalnie! I dobrze by było, by post miał opis.

Następnie - do 20 z 100 zdjęć, które polubisz zostaw miły komentarz na temat zwierzaka. Nie mam tutaj na myśli tylko jednego słowa typu: „Słodki!”, ale szczegółowy komentarz, np.: „Wygląda na to, że czeka na karmę!”. Wspomnij o czymś szczegółowym na zdjęciu...

Teraz zaobserwuj 40 kont ze 100 zdjęć, które polubisz! Mogą to być te konta, do których dodajesz komentarz. W tym przypadku szybciej poradzisz sobie z zadaniem. Cykl powtórz jeszcze 2 krotnie w 4 godzinnych odstępach...

### TAGOWANIE

Dobrym sposobem na zyskanie lepszej ekspozycji zdjęcia jest tagowanie innych kont na zdjęciu, które publikujesz. Ale... Nie marnuj czasu na oznaczanie nieistotnych kont, z którymi Twoje zdjęcie nie ma nic wspólnego.

Korzystając z tej taktyki sprawdź zawsze konto przed otagowaniem i miej 100% pewności, że nie wypadniesz jak zwykły spamer! Bądź selektywny! Sugeruję oznaczanie nie więcej niż 3, maksymalnie 5 kont na jednym zdjęciu. Kogo więc tagować? Profile z branży (karmy, zabawki, inne psy lub koty)...

Możesz również zastosować mały trik! Pisząc opis do zdjęcia, napisz pod główną treścią, że przeglądałeś ostatnio profile i trafiłeś na 3 ciekawe. Wpisując ich nazwę użytkownika po @ ta wiadomość dotrze do nich - dostaną informację, że wspominasz o nich, a to miły gest. Co któryś wpis zrób taką akcją, a z pewnością zyskasz przychylność tych osób. Modyfikacją tej metody jest wspomnianie innych profil w komentarzach - pod swoim wpisem, a wtedy osoby te również otrzymają powiadomienie. Stosuj te dwa rozwiązania naprzemiennie...

## LOKALIZACJA

Jeśli działasz lokalnie obowiązkowo używaj hashtagów z nazwą miejscowości oraz koniecznie dodaj lokalizację do wpisu. Podczas geotagowania zdjęć, inne osoby, które publikują zdjęcia w Twoim rejonie, zobaczą Twoje foto na stronie lokalizacji. To świetny sposób, by przyciągnąć szczególnie uwagę lokalnych użytkowników.

## CZĘSTOTLIWOŚĆ

Kiedy uruchamiasz swoje konto od zera, proponuję zamieszczać 2 zdjęcia dziennie: jedno rano (pomiędzy 7-9) i jedno wieczorem (pomiędzy 19-21). Po dotarciu do 1k obserwujących możesz robić 3 posty dziennie (rano, wieczorem i popołudniu pomiędzy 15-17), po 5k wrzucaj 4 posty dziennie (rano, popołudniu, wieczorem i w południe około 12), gdy przekroczysz 10k - publikuj 1 wpis dziennie!...

Zasada jest prosta - gdy Twój post osiągnie 50% średniej liczby polubień dodajesz nowy wpis. Łatwo to obliczyć dodając liczbę polubień ostatnich 10 wpisów, a następnie dzieląc przez 10. Po przekroczeniu średniej polubień Twój obserwatorzy są już gotowi na następny post.

Wyjątkiem jest pierwszy dzień (gdy startujesz od zera). Wtedy wrzucasz 12 zdjęć w ciągu jednego dnia w odstępach godzinnych. Ma to dwojakie znaczenie! Po pierwsze zyskasz 4 rzędy fotek po 3 sztuki, co będzie ładnie wyglądać... Po drugie Instagram daje pewien bonus nowym kontom. Najwyczejniej mają tzw. PEŁNĄ MOC - nic nie zdążyły popsuć i nic jeszcze nie przeszkrobały - wbrew regulaminowi.



## OKLASKI

Z ciekawych elementów aktywności są oklaski na InstaStory. Większość osób, które dostaje oklaski wysyła Ci serduszko i wchodzi na Twój profil. Gdy dasz około 50 oklasków Instagram blokuje Ci tę funkcję na 24h, ale co to za problem skoro po 24 godzinach znowu możesz klaskać. Stosuj to rozwiązanie co 2 dni...

## PROMOCJA POSTA

Klikasz promuj pod wpisem? Jak wiesz Instagram to stajnia Facebooka! A patrząc na poczynania FB na przełomie kilku ostatnich miesięcy można wywnioskować, że Instagram idzie w tym samym kierunku, czyli skłonienia użytkowników do płacenia za zasięgi. System reklamowy jaki stworzono na Instagramie jest dziecinnie prosty...

Po pierwsze wybierasz gdzie chcesz skierować użytkowników (profil, witryna, sklep, wiadomość). Po drugie wybierasz grupę docelową (automatycznie, z utworzonych, utwórz grupę). Tworząc nową grupę nadajesz jej nazwę, ustalasz lokalizację, określasz zainteresowania i wiek. Trzeci krok, to określenie budżetu (4-2000 zł/dziennie) i czas trwania promocji (1-30 dni). W czwartym kroku podpinasz ekspresowo kartę płatniczą i na koniec klikasz - utwórz promocję. Cały zabieg trwa dosłownie kilka minut!

Czy warto? Tak! Dotarcie do precyzyjnej grupy odbiorców jest grą wartą uwagi. Poza tym skoro działasz w określonej grupie odbiorców podpowiadasz algorytmowi co i kto interesuje Cię na Instagramie, a to ma duże znaczenie.

## ROZDANIE/KONKURS

Poniżej znajdziesz przykład prostego rozdania trwającego od poniedziałku do niedzieli! W tym przypadku wrzucasz na swoim profilu wpis o konstrukcji, którą prezentuję poniżej...

Zgarnij Za FRRE ↓

Każdy kto wykona poniższą akcję otrzyma ...

- Udostępnij ten wpis na swoim InstaStory.

Akcja trwa do xx.xx.xxxx (niedziela), godzina 23.59. PRZYKŁAD (PRZYKŁAD: Link do pobrania poradnika prześlę w poniedziałek)...

A to inny przykład - tym razem konkursu...

Zrób Odjechane Foto I Wrzuć Je W Poście...

- z hashtagem #...
- oraz oznacz na foto @...

Z osób, które wezmą udział w akcji wybiorę najbardziej odjechane foto i nagrodzę zwycięzcę ...

A więc do dzieła! Kto podejmuje wyzwanie?

Akcja trwa od xx.xx.xxxx do xx.xx.xxxx  
Regulamin <https://...>

Rozdanie/konkurs są świetnymi elementami gry marketingowej, gdy masz do rozdania gadżety, które dostaniesz w ramach współpracy z firmami lub gdy zainwestujesz w tego typu akcesoria w sklepie zoologicznym...

## GRUPA WSPARCIA

Podam Ci dwa rozwiązania! Po pierwsze załóż grupę na Messengerze z kilkoma podobnymi do Ciebie profilami tematycznymi (około 5-10). Gdy ktoś wrzuci post na IG, to kopiuje link do niego i śmiga go na grupie. Każdy wchodzi i lajkuje wpis oraz dobrze by było gdyby dodał komentarz (ustalcie indywidualnie zasady w grupie). Proste i bardzo skuteczne rozwiązanie zwiększające na starcie zasięgi organiczne.

Drugie rozwiązanie, to grupa tygodniowa. Dogadujesz się z 7 podobnymi ilościowo i tematycznie profilami, a następnie codziennie promujecie inny profil np. udostępniając post na InstaStory oraz oznaczając taką osobę. Super metoda, ponieważ daje przypyływ realnych fanów.

## Pomysły Na Zdjęcia

### ZASADA TRÓJPODZIAŁU

Zdjęcia są fundamentem tego biznesu! Jest dużo większe prawdopodobieństwo, że ktoś zostawi komentarz i lajka, gdy Twoje zdjęcie będzie dobrej jakości, a kompozycja uderzy ciekawą aranżacją. Dlatego musisz wiedzieć jak tworzyć ciekawe zdjęcia...

Jednym z najważniejszych elementów idealnej fotografii jest poprawna kompozycja. Dlatego zawsze używaj funkcji siatki. Zasada trójkątna jest kluczowa i jest jedną z najbardziej znanych technik fotografowania.

Odnosi się ona do psychologicznego podziału obrazu przez 2 poziome i 2 pionowe linie, które dzielą obraz na 3 - zarówno pionowo jak i poziomo. Zasada ta opiera się na fakcie, że obiekty znajdujące się w obszarze skrzyżowania odpowiadają percepcji wzrokowej. Zatem, kluczowy element powinien być położony na przecięciu tych linii, lub wzdłuż linii.

Pomimo powszechnego charakteru tej metody istnieją wyjątki. Np. zgodnie z zasadą trójkątną, nie jest idealnym rozwiązaniem umieszczenie obiektu w centrum. Ale co zrobić, jeśli chcesz mieć zrównoważony obraz zwierzaka w środku pokoju...

## BĄDŹ GOTOWY

Zwierzaki często zachowują się nieprzewidywalnie - trudno zaplanować idealny moment na zrobienie dobrego zdjęcia. Ponadto, gdy robisz zdjęcia smartfonem, czasami występują dwa problemy - brak pamięci i rozładowanie baterii. Mogą one uniemożliwić realizację pomysłów na określone zdjęcia. Nigdy nie wiadomo, kiedy wyjątkowa sytuacja może zdarzyć się i przekształcić w doskonałą sesję fotograficzną. A szkoda byłoby, gdybyś nie mógł uchwycić interesującego momentu.

Kluczem do genialnych zdjęć w tym przypadku jest cierpliwość. Nie ma znaczenia, jakie masz zwierzę, ponieważ fotografowanie pupili wymaga cierpliwości. Niektóre zwierzaki boją się kamer, a inne przeciwnie - wręcz uwielbiają ich obecność. Dlatego należy poczekać, aż zwierzę zrelaksuje się, poczuje się swobodnie i złapie biznesową żyłkę.

Wspaniale jest fotografować spontaniczne chwile z życia Twojego pupila, ale powinieneś również realizować swoje pomysły na sesje zdjęciowe. Cierpliwość jest bardzo ważną cechą jeśli chodzi o robienie wspaniałych zdjęć...

## ZDEFINIUJ STYL

Czy warto budować unikalne konto ze zdjęciami zrobionymi w tym samym stylu, czy lepiej jest tworzyć zróżnicowany styl? Do Ciebie należy decyzja. Ale niewątpliwie publikowanie zdjęć w tym samym stylu (tonacja, grupa filtrów) pomoże Ci odróżnić się od innych kont. Dlatego najpopularniejsze konta wyróżnia jeden styl fotografii.

Wykonując zdjęcia w tym samym stylu tworzysz wyjątkowość w obrębie konta. W ten sposób użytkownicy łatwiej zapamiętają je i dzięki temu Twoje konto stanie się bardziej rozpoznawalne.

Tego typu działanie ma też wady! Przede wszystkim fotografowanie w określonym stylu ogranicza liczbę zdjęć. Ponadto tworzenie obrazów w określonym stylu trwa dłużej. Pamiętaj, że to Ty tworzysz styl, dlatego nie kopiuj stylu innych kont, by przyciągnąć użytkowników do swojego profilu.

## PRZEANALIZUJ OSOBOWOŚĆ SWOJEGO ZWIERZAKA

Przede wszystkim pomyśl, co sprawia, że Twój kot lub pies różni się od reszty i skup się na tym - może zawsze jest senny, a może jest rozbrykany i zabawny (w tym przypadku lepiej byłoby robić zdjęcia w parku, podczas gdy biegnie i bawi się).

Nawet jeśli Twój pupil wygląda typowo, to nie mam wątpliwości, że ma jakąś wyjątkową cechę. Może to być coś, co nie jest od razu widoczne, np. unikalna cecha osobowości. Po prostu obserwuj reakcje na różne sytuacje (oglądanie telewizji, chodzenie na spacer itp.) i różne przedmioty (zabawki itp.), a na pewno zauważysz pewne wyróżniające się szczegóły. I właśnie je spróbuj wyrazić za pomocą zdjęć!

Podczas robienia zdjęć podkreślaj z uporem maniaka tę unikatową cechę. To spowoduje, że oprócz opowieści o życiu Twojego zwierzaka, pokażesz użytkownikom mediów społecznościowych, dlaczego Twój kot lub pies różni się od reszty...

## ZAPLANUJ SESJĘ ZDJĘCIOWĄ

Czy znasz sekret wspaniałych zdjęć? Tak. Jest to planowanie! Rzadko bywa, że zwierzęta długo angażują się w jedną rzecz. Znajomość rutyny zwierzaka pozwoli Ci nie tylko odszukać pomysły na zdjęcia, ale także zaplanować sesje zdjęciowe w sposób, który będzie pasował najlepiej do charakteru pupila. Zrozumienie swojego zwierzaka nie tylko pomoże Ci uzyskać wspaniałe ujęcia, ale również sprawi, że cały biznes stanie się czystą przyjemnością. Co więcej, planowanie pozwala robić zdjęcia, które możesz udostępniać przez kilka kolejnych dni.

## KONTEKST ZDJĘCIA

Kluczowy w robieniu pięknych zdjęć jest również wybór miejsca, w którym zwierzę czuje się komfortowo i swobodnie. Dzięki kontekstowi możesz lepiej pokazać osobowość pupila. Zdjęcia różnych sytuacji mogą pomóc fanom lepiej poznać naturę Twojego kota lub psa, a Tobie pomogą urozmaicić wpisy.

Badania wykazały, że zdjęcia z ciekawym tłem otrzymują o 1/3 więcej lajków niż te z przeciętnym tłem. Na przykład zdjęcie w lesie będzie bardziej atrakcyjne niż zdjęcie na ścianie w domu. Dlatego jeśli Twój zwierzak spędza czas na świeżym powietrzu - zrób mu więcej zdjęć! To doskonała okazja, by pokazać charakter i wyróżnić się na tle innych zdjęć. Ludzie po prostu uwielbiają takie zdjęcia!

## RÓB DUŻO ZDJĘĆ

Fotografując nie masz pewności, które zdjęcia będą wartościowe, dlatego powinieneś strzelać dużo fotek, by później wybrać najlepsze. A poza tym zwierzęta generalnie są aktywne i często zmieniają swoją pozycję. Tak więc, gdy fotografujesz w trybie automatycznym, często nie uzyskasz wyraźnego obrazu.

Dlatego seria zdjęć lub tryb w ruchu jest dobrym rozwiązaniem dla poruszających się obiektów. Nie trać również czasu podczas sesji na przeglądanie każdego ze zdjęć. W przeciwnym razie możesz stracić cenne momenty na dobre zdjęcie, zwłaszcza jeśli zdjęcie przedstawia zwierzę w ruchu.

## OŚWIETLENIE

Podczas fotografowania w pomieszczeniu przeanalizuj jak oświetlona jest przestrzeń i jakie światło wpada przez okno. W zależności od wyniku możesz potrzebować dodatkowego oświetlenia. Nie musisz jednak używać lampy błyskowej jeśli zdecydujesz się zrobić zdjęcie kota leżącego np. na parapecie. Jedynym wyjątkiem jest sytuacja, w której futro Twojego zwierzaka jest ciemne (np. czarne). W tym przypadku pochłonie ono światło z lampy błyskowej i uzyska więcej połysku.

Jeśli Twój pupil jest aktywny i chcesz robić zdjęcia skoków (doskonały przykład fotografii w akcji), to skieruj lampę do góry. Działając w ten sposób, możesz uzyskać fantastyczne ujęcia w akcji. Pamiętaj! Nie karm swojego zwierzaka tuż przed robieniem zabawnych zdjęć podczas biegania lub skoków.

## RÓB ZDJĘCIA MAKRO

Fotografując z bardzo bliskiej odległości można uchwycić szczegóły, które są nie do odróżnienia dla ludzkiego oka. Najdrobniejsze szczegóły mogą zachwycić i zainteresować nie tylko fanów Twojego zwierzaka, ale również wszystkich fanów fotografii.

Zdjęcia makro pomogą Ci zauważyć nowe i zaskakujące cechy Twojego ulubionego pupila. Pomogą pokazać jego inną stronę - pokażą szczegóły unikalnego koloru i zwrócą uwagę na małe rzeczy, które nie są widoczne na zwykłych zdjęciach.

## SŁOŃCE ZA TOBĄ

Aby uatrakcyjnić zdjęcie, pyszczek zwierzęcia powinien być wyraźnie widoczny, co oznacza, że powinno być na nim dużo światła. Upewnij się, że słońce jest za Tobą, a światło na pyszczku Twojego zwierzaka. Instagramowicze uwielbiają jasne zdjęcia! Możesz uzyskać je, gdy na Twojego kota lub psa pada dużo światła.

Zdjęcia najlepiej wykonywać oczywiście w świetle dziennym i nie ma znaczenia, gdzie planujesz strzelać fotki - w domu, czy na zewnątrz.

Sesję zacznij w domu, w czasie, gdy przez okno wpada dużo światła (południe). Zaletą pracy w domu jest to, że można ją kontrolować tzn. możesz rozpraszać światło, przyciemniać itp. Nie da się tego zrobić podczas fotografowania na zewnątrz. Fotografowanie na zewnątrz zaplanuj na popołudnie. Staraj się nie robić zdjęć w pełnym słońcu, chyba że na niebie są chmury lub w zacienionym miejscu.

## TY I TWÓJ ZWERZAK NA TEJ SAMEJ WYSOKOŚCI

By uchwycić ciekawe ujęcie pamiętaj, że podczas sesji należy robić zdjęcia na poziomie oczu zwierzaka. Na zdjęciach zrobionych z poziomu ludzkiego wzrostu kot będzie wydawał się mniejszy niż jest w rzeczywistości i będzie wyglądał jakby próbował przylgnąć do ziemi. Dlatego, kiedy strzelasz foto powinieneś przysiąść.



## PODĄŻAJ ZA SWOIM PUPILEM

Zwierzęta są w różnych kształtach i rozmiarach, a w rezultacie mogą stać się niezauważalne na zdjęciach jeśli nie podejdziesz do nich. Komfort jest ważny zarówno dla ludzi, jak i zwierząt, dlatego nie powinieneś zmuszać zwierzaka do podążania za Tobą - Ty podążaj za nim.

## PRZEWIDUJ ZACHOWANIE SWOJEGO ZWIERZAKA

Z biegiem czasu dowiadujesz się więcej o swoim zwierzaku i możesz przewidzieć jego zachowanie. Jeśli potrafisz przewidzieć zachowanie, możesz zaplanować sesję zdjęciową, przygotować się do niej i zyskać doskonałe ujęcia. Np. kiedy Twój kot lub pies chce spać, możesz owinąć go kocem, ułożyć zabawki obok i zrobić słodkie zdjęcia.

Jeśli znasz rutynę swojego pupila w ciągu dnia, znasz czas, w którym chce się bawić, a kiedy chce spać. Wiesz jak reaguje na gości i jak się zachowuje na zewnątrz. Ta wiedza pozwala zaplanować sesje zdjęciowe w profesjonalny sposób.

## BĄDŹ ZABAWNY BY PRZYCIĄGNAĆ UWAGĘ

Zwierzaki są z natury zabawne i najlepiej nie ograniczać ich naturalnych zachowań. Pozwól im robić to, co chcą i uczestnicz w tej grze - możesz sprawić, by śmiałość i ciekawość stały się głównym elementem fotografii.

## BĄDŹ NIEWIDZIALNY

Naturalne zdjęcia najlepiej oddają codzienne życie. Mam na myśli zdjęcia, na których Twój kot, czy pies troszczy się o własny biznes i nie zwraca na Ciebie uwagi. Możesz uchwycić bezcenne chwile zaskakując zwierzaka (takie zdjęcia często wygrywają konkursy fotograficzne).

By robić takie zdjęcia musisz być niewidzialny lub przyzwycząić zwierzę, by Cię ignorowało. Najważniejszą rzeczą w tym przypadku jest cierpliwość i powściągliwość. Znajdź dobre miejsce i przygotuj się na serię ciekawych ujęć. Zwierzęta są bardzo intuicyjne, łatwiej byłoby więc w tym przypadku poczekać, aż przyzwyczai się do Twojej obecności i nie będzie zwracał na Ciebie uwagi.

#### KONTRAST FUTRA Z JEDNOKOLOROWYM TŁEM

Twoje zwierzę powinno kontrastować z tłem. Kolor z tła może nadać zdjęciu określony nastrój. Kolor może sprawić, że użytkownik doświadczy wyjątkowych emocji. Pomoże to w zauważeniu zdjęcia i natychmiastowym skupieniu się na zwierzęciu. Kiedy używasz przestrzeni monochromatycznej nie ma potrzeby, by zdjęcie było z dużą ilością kolorów. Pozwoli to użytkownikom skupić całą uwagę na zwierzęciu.

#### ŚPIĄCY ZWIERZAK

Jednym z najprostszych sposobów na zrobienie słodkich zdjęć jest fotografowanie pupila podczas snu. Zwierzęta czasami śpią w zaskakująco dziwnych pozycjach. Bądź wtedy cicho i nie rób gwałtownych ruchów. Jeśli Twój zwierzak obudzi się, to nie będzie już okazji na powtarzanie zabawnej pozycji.

#### POKAŹ CHARAKTER SWOJEGO ZWIERZAKA

Nie ma wątpliwości, że to Ty najlepiej znasz swojego zwierzaka, więc wyraż jego osobowość na zdjęciu. Co więcej, to Ty wiesz jak nie robić zdjęć swojego pupila! Podkreśl cechy, które wyróżnią go spośród konkurencji.

#### ZRÓB PORTRET

Portret jest jednym z pomysłów na uniwersalną fotografię. Wypełnij całą przestrzeń fotografii pyszczkiem swojego zwierzaka. Te zdjęcia są często bardzo piękne i bardzo popularne wśród użytkowników, a Ty z dumą możesz powiedzieć: „To jest zdjęcie mojego ...!”. W tym celu umieść swojego zwierzaka w pobliżu źródła światła, np. może patrzeć w okno, będąc pod kątem 90 stopni. Podejdź i pomyśl o kompozycji, na przykład umieść oczy kota w środku kadru.

## ZASKOCZ FOTOGRAFIĄ

Sekret polega na tym, by pozwolić swojemu zwierzakowi robić wszystko, co chce. Gdy tylko będziesz gotowy zrobić zdjęcie, poproś kogoś by np. klasnął. Hałas przyciągnie uwagę zwierzęcia, a Ty będziesz miał chwilę, by uchwycić ten moment.

## DOMINACJA JEDNEGO KOLORU

Zdjęcia, w których dominuje jeden kolor są o około 15% bardziej efektowne niż zdjęcia wielokolorowe. Wynika to z faktu, iż tego typu ujęcia są łatwiejsze do uchwycenia dla ludzkiego oka. Ponadto nic nie odwraca wtedy uwagi od Twojego zwierzaka.

## WSPÓLNE FOTY

Jeśli obserwujący są zainteresowani Twoim pupilem i aktywnie śledzą jego życie, będą chcieli dowiedzieć się więcej o właścicielu. Dlatego zacznij również publikować swoje zdjęcia ze zwierzakiem. Ustal, czy np. robisz 2 foty zwierzaka, a trzecia jest wspólna. To powinien być określony schemat, który jest powtarzalny. Sugeruje to również, że jesteś otwarty na współpracę i podchodzisz biznesowo do tematu. Zdjęcia z twarzami zazwyczaj otrzymują dużo więcej polubień.

## ZDJĘCIE Z DRUGIEJ STRONY OKNA

Możesz uzyskać ciekawe zdjęcia wykorzystując okno. Nie ma znaczenia, czy jest to okno w samochodzie, czy w domu. Pomysły na foto tego typu mogą być bardzo spektakularne jeśli Ty i Twój pupil jesteście po różnych stronach okna.

## SELFIE

Użytkownicy Instagrama lubią humorystyczne i nietypowe zdjęcia, więc staraj się o tym pamiętać. Oczywiście Twój zwierzak nie może samodzielnie wykonać selfie, ale możesz osiągnąć ten sam efekt, używając swojej wyobraźni. Jedyne czego potrzebujesz, to by Twoje zwierzę patrzyło prosto w obiektyw i miało wyciągniętą jedną z łap do przodu.

Podobnie możesz zrobić zdjęcie stojącego zwierzaka. Po prostu weź jego łapę, a następnie zrób zdjęcie po ustawieniu aparatu w jego stronę. Możesz także przyciąć zdjęcie, jeśli coś przeszkadza z boku, by stworzyć złudzenie selfie.

## FORMAT 1:1

Nasze oczy są przyzwyczajone do oglądania zdjęć ludzi stojących pionowo, natomiast w przypadku zwierząt jesteśmy przyzwyczajeni do postrzegania ich w poziomie (stojących na czterech łapach). Ale... Social media kochają foto w formacie 1:1. Dlatego nie ma znaczenia w jakim formacie robisz foto: 16:9 lub 9:16, ponieważ i tak musisz przyciąć je do kwadratu...

## FILTRY

Dzięki filtrom dostępnym w aplikacji Instagram możesz dodać określone akcenty. Zanim użyjesz filtrów, pamiętaj o głównej zasadzie - styl zdjęć na koncie powinien być spójny i jednolity. Oznacza to, że nie powinieneś używać różnych filtrów na zdjęciach, a błędem jest stosowanie nowego filtra za każdym razem.

Do obróbki foto polecam Ci aplikację VSCO. Mógłbym wskazać kilka innych, ale po co? Wystarczy ta jedna! Po systematyczności, spójna koncepcja wizualna jest drugim kluczem do sukcesu na Instagramie. Generalnie zasada obróbki zdjęć opiera się na przycięciu zdjęcia do kwadratu, delikatnym wyostrzeniu i rozjaśnieniu.

## STATYW

Zwierzęta są szczególnie aktywne podczas spacerów. Biegają, wspinają się na drzewa i wskakują w różne miejsca. Korzystanie ze statywu może pomóc Ci w zrobieniu zdjęcia z ciekawej perspektywy. Jest też plus jeśli chodzi o fotografowanie ze statywem - zdjęcia są wyraźniejsze, ponieważ aparat (lub telefon) mniej drży. Ponadto umożliwia to robienie wspólnych zdjęć z wykorzystaniem bluetooth.

## EKSPERYMENTUJ Z REKWIZYTAMI

Wzbogać kompozycję o różne elementy, które mogą pomóc lepiej opowiedzieć historię. Takie elementy dodają uroku i ożywiają zdjęcie, ponieważ często zwierzę wtedy ujawnia prawdziwe emocje. Często Twój pupil sam przynosi swoje ulubione rekwizyty do zabawy i nie zmarnuj wtedy okazji na dobrą fotę.

## POZBĄDŹ SIĘ BAŁAGANU

Zanim wyciągniesz aparat rozejrzyj się wokół i najpierw pozbądź się bałaganu oraz rozpraszających elementów. Jeśli element w tle nie służy poprawie ekspozycji to usuń go lub przenieś w inne miejsce. Nieskomplikowane środowisko tworzy bardziej estetyczne obrazy.

## ŁAKOCIE ZA ZDJĘCIE

Każde zwierzę musi mieć jakąś motywację, w przeciwnym razie przestanie się interesować sesją fotograficzną. Największą sztuczką w fotografii zwierząt jest oszukiwanie zwierzęcia, czyli stworzenie iluzji, że podejmuje decyzje. Bądź kreatywny jeśli chodzi o nagradzanie swojego modelu, a on nagrodzi Cię wspaniałymi ujęciami i skłonnością do współpracy. Ale mówiąc łakocie nie mam na myśli miski karmy...

## UBIERZ SWOJEGO ZWIERZAKA

Może to być okolicznościowe zdjęcie, np. Boże Narodzenie lub zabawna kompozycja tworząca wręcz wiralową fotografię. Tego typu zdjęcia emanują kontrowersją i ponadprzeciętnym humorem, a jak doskonale wiesz są to elementy, które świetnie sprawdzają się w mediach społecznościowych.

## INSTAGRAM STORIES

Kiedy Instagram Stories po raz pierwszy pojawił się w 2016 roku stał się hitem. Według ankiety przeprowadzonej przez Facebooka 1 na 3 osoby stwierdziła, że bardziej zainteresowali się marką po obejrzeniu go na Instagram Stories. Te liczby sprawiają, że InstaStory jest kanałem, którego marketerzy nie mogą ignorować.

Konta, które udostępniają relacje budują lojalność i sprzedają więcej. Historie na Instagramie znikają po 24 godzinach, dzięki czemu są przydatne do komunikacji w czasie rzeczywistym. Być może byłeś przyzwyczajony do tradycyjnego podejścia do mediów, ale ten rodzaj treści z 24-godzinnym okresem życia wszedł przebojem do przestrzeni marketingowej, umożliwiając autentyczną komunikację.

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 nowych artykułów na blogu, zajawki filmów itp... Generalnie polecam Ci wrzucanie we wpisach wyłącznie foto pupila, a waszych fotek razem na relacje i stworzenie zakładki wyróżnione relacje, która pokazuje wasze najciekawsze ujęcia razem...

Dużym plusem dzielenia się filmami i zdjęciami na Instagram Stories jest to, że opiera się ten mechanizm na prostocie przekazu. Ma być szybki i spontaniczny! Ma być fragmentem codzienności. Ludzie uwielbiają czuć się tak, jakby dostawali ekskluzywne treści, a ze względu na nagły charakter Instagram Stories jest idealnym miejscem do tego.

Możesz użyć historii jako generatora ruchu pod konkretny link! Najprostszym sposobem, by to zrobić jest dodanie linka, który pozwala użytkownikom przesunąć palcem w górę, by przejść bezpośrednio do wskazanej strony (ta funkcja jest dostępna dla kont z ponad 10k obserwujących).

Kiedy wrzucisz post i klikniesz pod nim w latawiec pojawia się opcja dodania posta do swojej 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 niego.

Jedną z ciekawszych zalet Instagrama jest możliwość oznaczania innych kont w swoich relacjach. To świetny sposób, by zakomunikować innej osobie, firmie lub zaprezentować inny profil jako istotny dla Ciebie. Jak to zrobić? Kliknij ikonę NAKLEJKA, a następnie WSPOMNIENIE i po znaczkę @ wpisz nazwę użytkownika, którego chcesz wymienić. W ten oto sposób możesz dodać 10 kont. Gdy wspomnisz o kimś, dostanie 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 nieco 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 hashtagu, a widzowie będą mogli go kliknąć i zobaczyć, kto jeszcze go używa. Również możesz go delikatnie zminimalizować...

Możesz również wybrać relację do zapisania w swoim profilu w wyróżnionych, tuż pod bio. Jest to przydatne, jeśli promujesz konkretną ofertę (produkt, 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 na Twoim profilu. Jeśli ktoś w nią kliknie, a Ty masz ją podlinkowaną, to bezpośrednio może być przekierowany na stronę docelową. Dlatego relacje pod wyróżnienie warto dopracować...

## IGTV

Platforma IGTV przeznaczona jest do udostępniania filmów w formacie pionowym i zwykle krótsze filmy dają większe zaangażowanie (około 10 minut).

Aby przesłać film na IGTV otwierasz aplikację i przechodzisz do swojego kanału. Klikasz IGTV, następnie przycisk + (lub prześlij w przypadku komputera) i wybierasz film, który chcesz przesłać. Teraz wpisz tytuł i opis swojego filmu. Jeśli chcesz zmienić okładkę, klikasz edytuj okładkę i wybierasz obraz z wideo lub rolki aparatu (na kompie przesyłasz z dysku). Po zakończeniu wypełniania szczegółów wideo klikasz opublikuj. Gotowe!

Wskazówka! Wrzucając opis filmu - na górze wklej link docelowy, ponieważ jest on klikalny. Natomiast hasztagi wrzuć w pierwszym komentarzu - treść wygląda ładniej kiedy jest niezaśmiecona hasztagami, a działa to w ten sposób, że natychmiast film pojawia się pod określonymi hasztagami w wynikach wyszukiwania na Instagramie.

Pamiętaj również, że na poprawę rankingów i wyszukiwania filmu na IGTV wpływa optymalizacja profilu (biogram), treści (użycie odpowiednich słów kluczowych w tytule i opisie do filmu) i po trzecie hasztagi.



## **METODY ZARABIANIA**

### PROGRAMY PARTNERSKIE

Po pierwsze rejestrujesz się w programie partnerskim! Dla przykładu podam dwa rozwiązania. Jedno to wyszukanie PP w sieci afiliacyjnej, np. salesmedia.pl, drugie to wyszukanie PP w Google, wpisując frazę: program partnerski plus słowo kluczowe (kot, pies, karma dla kotów, karma dla psów, ubrania dla kotów, ubrania dla psów, zabawki dla kotów, zabawki dla psów itp.). W praktyce wygląda więc to tak: program partnerski kot. Oczywiście nie zapomnij skrócić linka partnerskiego na bitly.com.

### TESTOWANIE PRODUKTÓW

Widziałeś foto lub filmy typu kot bawiący się zabawkami? Ta metoda przynosi pewnie najmniejsze efekty finansowe, ale jest bardzo prosta do realizacji. Przecież możesz napisać, że testujesz nową zabawkę, którą dostałeś w sklepie zoologicznym. Każdy sklep w Twoim mieście chętnie za gadżety pokusi się o wpis sponsorowany...

Czy jakaś firma jest w stanie stwierdzić jednoznacznie, że zwierzęta lubią określony smak karmy lub typ zabawki? Nie! Dlatego potrzebują testerów, którzy zweryfikują jakość nowego pomysłu. Zarejestrowanie się w programie testowym w większości firm oznacza, że zwykle dostajesz produkty za darmo w zamian za ich recenzję.

Otrzymując darmowe jedzenie, zabawki i akcesoria - oszczędzasz sporo pieniędzy, ponieważ zazwyczaj musisz płacić za tego typu rzeczy. Więc przy małym profilu jest to ciekawe rozwiązanie na początek.

## KAMPANIE REKLAMOWE

Pierwszą rzeczą, na której powinieneś skupić się zanim zaczniesz wykorzystywać ten element gry biznesowej jest odszukanie, a następnie udział Twojego zwierzaka we wszelkich konkursach piękności (offline i online). Powód udziału w tego typu akcjach jest oczywisty - reklama zwierzaka. I nie musi to być polowanie na czołową lokatę, a sam fakt udziału. Tego typu okoliczności dają możliwość budowania historii wokół Twojego pupila.

Chyba nie muszę wspominać, że wskoczenie na podium, to dużo większe możliwości negocjacyjne, a konkretna lokata jest kartą przetargową w łatwiejszym dotarciu do marek, które mogą być zainteresowane potencjalną współpracą. To co teraz napisze może zabrzmieć ekstremalnie, ale Twój zwierzak po dobrych występach może również wylądować na okładce branżowego magazynu, a nawet nowego opakowania produktu...

Gdy Twoja gwiazda zacznie zdobywać coraz większe grono fanów - łatwiej będzie ją rozpoznać. Wtedy marki, które szukają influencerów do współpracy pewnie same zaproponują Ci ciekawą ofertę. Obecnie w dobie marketingu społecznościowego firmy same aktywnie poszukują ambasadorów marki, by promować w ten sposób swoje produkty.

## WŁASNE PRODUKTY

Pewnie nie jest to pomysł na początek, ale daje największe zyski! Jeśli jesteś specem od swojego zwierzaka, to jak najbardziej masz szansę na sprzedaż poradników i gadżetów własnej produkcji (koszulki, torby, kubki itp.). Tego typu działalność zawsze pojawia się gdy jest pewna pozycja, a w naszym przypadku będzie ona mierzona liczbą fanów i obserwujących.