

TYLKO DLA FIRM

JAK ZBUDOWAĆ **SILNĄ MARKĘ** NA INSTAGRAMIE

Praktyczny przewodnik pozyskiwania klientów



Autor: Katarzyna Monika Jura

Autor:

Katarzyna Monika Jura

Tytuł:

Jak budować markę na Instagramie?

Projekt okładki:

Sersky Design Studio

Korekta:

Monika Łojewska- Ciępka

Wydawca: Wydawnictwo internetowe e-bookowo
www.e-bookowo.pl

Kontakt: wydawnictwo@e-bookowo.pl

ISBN: 978-83-8166-175-1

© Copyright by Katarzyna Jura & e-bookowo
Wszelkie prawa zastrzeżone.

Kopiowanie, rozpowszechnianie części lub całości bez zgody wydawcy zabronione

[Kup książkę](#)

SPIS TREŚCI

Wstęp

Dlaczego warto mieć konto na Instagramie?	6
I CZĘŚĆ- PODSTAWY INSTAGRAMA	11
Od czego zacząć? Jak założyć konto?	11
Relacje na Instagramie	15
InstaStories, czyli relacje na żywo	19
Jak dodawać obserwujących do swojego konta?	21
Wyróżnione relacje	22
Połączenie konta ze swoim profilem na Facebooku	25
Problemy z połączeniem kont	27
Problemy z Instagramem?	29
Co oznaczają poszczególne ikonki?	31
Krok 1- konkurencja	32
Krok 2- nazwa	33
Krok 3- lokalizacja	34
Krok 4- hasztagi	34
Co zrobić, aby Obserwujący również Cię zaobserwowali?	36
Jak wrzucić post na Instagramie? Praktyczne rady od A do Z	36
Co to jest link BIO?	39
Czego Instagram nie lubi?	39
Czego na pewno nigdy nie robić na koncie Instagrama?	39
Gdzie szukać Twoich potencjalnych fanów?	42
Reklamy na Instagramie TAK CZY NIE?	43
Jak często publikować na Instagramie?	44
O której godzinie publikować na Instagramie?	44
Jak mieć bezpieczne konto?	44

II. ZAAWANSOWANA CZĘŚĆ	46
Twój cel	46
Analiza Obserwującego	47
Profil Obserwującego	48
Zwiększenie liczby obserwujących	48
Analiza Twojego idealnego klienta	49
Analiza Twojego konta	49
Modyfikacja Twojego konta	50
Estetyka Twojego konta	51
Jakie zdjęcia publikować na Instagramie?	52
Jakie są najważniejsze zasady robienia dobrych zdjęć?	56
Jak mieć estetyczny profil na Instagramie?	57
Jakie InstaStory publikować na koncie?	58
 III. SILNA MARKA NA INSTAGRAMIE	 59
Co publikować na Instagramie?	61
Planowanie postów	63
Co najbardziej przykuwa uwagę na Instagramie?	63
Codzienna praca na portalu	64
3 ważne zasady publikacji postów na Instagramie	65
Jakie treści publikować na Instagramie?	66
Znaczne zwiększenie liczby obserwujących	67
Podziękowania	72



ZACZYNAMY!



DLACZEGO WARTO MIEĆ KONTO NA INSTAGRAMIE?

Bez wątpienia Instagram to aplikacja, która zdobywa coraz więcej fanów na całym świecie i ta liczba z roku na rok będzie rosła. Obojętnie jaką firmę prowadzisz nie zostawaj w tyle i skorzystaj z narzędzia, które pozwoli Ci zyskać nowych klientów.

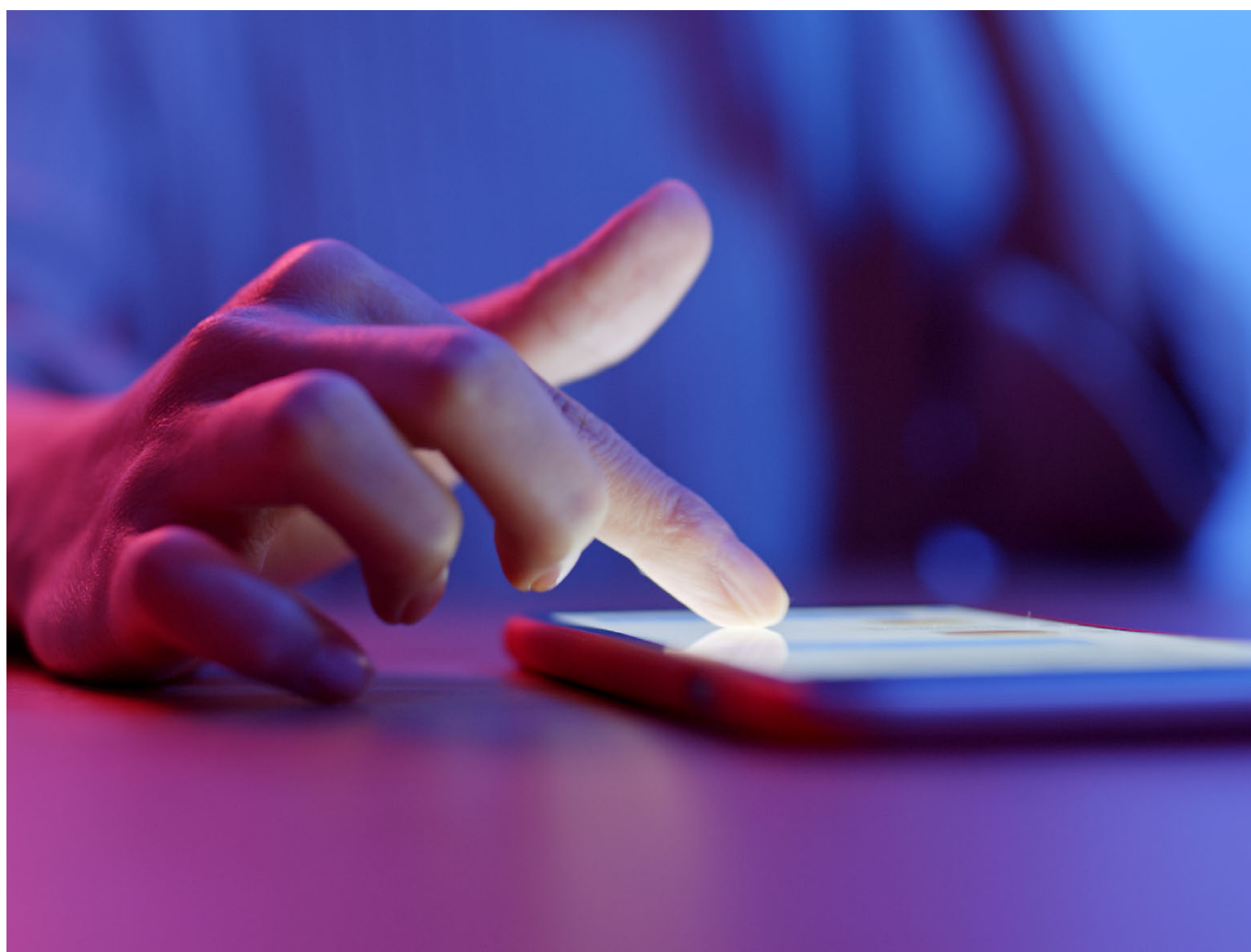
W samej Holandii Facebook w 2019 roku miał 640 tysięcy mniej użytkowników niż w roku 2018.

↓ 640 000 ↑ 840 000

Obecnie w Polsce jest 8. 500.000 kont na Instagramie.

Kobiety stanowią w tej liczbie 59%, a 41% stanowią mężczyźni.

Oto kilka powodów dlaczego warto mieć konto na Instagramie:



1. Przedstawisz swoją firmę w nowym świetle poprzez Instagram

Instagram pozwoli dotrzeć Ci w ciekawy sposób do klientów. Poprzez obraz i wideo możesz zainteresować swoimi usługami i tym, co oferujesz. Facebook do tej pory tylko dawał możliwość opisanie słowami Twojej oferty. Pamiętaj, że człowiek najbardziej chłonie obrazy, które pozytywnie zapadają mu w pamięć. To narzędzie, jakim jest Instagram pozwoli ci dotrzeć do większej grupy odbiorców i zbudować pozytywny wizerunek. Nie bez powodu zwykło się mawiać „klienci kupują oczami”. Odbiór informacji ze zdjęcia jest dla klienta szybki i niewymagający. Jeśli zadbasz o ciekawy wygląd Twojego produktu czy usługi na zdjęciach, masz ogromną szansę, że zdobędziesz stałych klientów tylko dzięki dobrej prezentacji produktu czy usługi.

2. Złapiesz kontakt z klientami

Dzięki profilowi Twoi klienci, którzy cię znają mogą dostrzec cię zupełnie z innej strony. Mogą bardziej przywiązać się do Twojej marki. Poznają pewne szczegóły twojej firmy, które od zawsze go interesowały. Mogą wejść w cieplejsze i trwalsze relacje z Twoją marką na przykład dzięki InstaStories (napiszę o relacjach poniżej) lub wiadomościom. Poza tym użytkownicy na Instagramie są aktywniejsi niż na Facebook'u. Dobrze prowadzony firmowy Instagram daje dużo lepszy efekt niż Facebook, nawet ze względu na zasięg publikacji. Poprzez Instagram budujesz swoją społeczność. Możesz nie tylko komunikować treści swoim odbiorcom, ale także zbierać od nich feedback. To wspaniałe, że użytkownicy mają możliwość komentowania Twoich treści, jak i pisanie wiadomości prywatnych. Słowem, jesteś bliżej swoich klientów.

3. Podejrzą swoją konkurencję

Zobaczysz, co Twoja konkurencja ma do zaoferowania i w jaki sposób to robi. Ocenisz czy chcesz być do nich podobny/a, czy też chcesz iść w zupełnie inną stronę. Możesz również za pomocą swojej bezpośredniej konkurencji budować swoich obserwujących (w dalszej części pokaże Ci jak).

4. Pozyskasz nowych klientów

Najważniejszym celem każdej firmy to zwiększyć ilość klientów. Instagram daje takie możliwości na wielu poziomach. Możesz poprzez Instagram zachęcić do zakupu swoich usług lub długotrwale budować świadomość swojej marki. Przykładowo jeśli jesteś szkołą pływania dla dzieci i młodzieży możesz nawiązywać relacje na Instagramie już z kobietami w ciąży. Instagram to ogromny rynek, który się dopiero się kształci.

5. Unowocześnisz swoją markę

Posiadając Instagram Twoja firma staje się bardziej kreatywna i jest postrzegana jako nowoczesna. Nawet jeśli jesteś w branży przez długi czas warto, by poszerzać swoje możliwości i rozwijać firmę o bieżące trendy i narzędzia. Jeśli chcesz się ciągle rozwijać i umacniać swoją pozycję na rynku nie rezygnuj z nowych form dotarcia do klienta. To ostatni, ale niezwykle istotny argument, by rozpocząć przygodę z Instagramem.

ZAWARTOŚĆ E-BOOKA

E-book, który czytasz składa się z trzech części:

- 1 podstawy Instagrama, która opowiada o ogólnych zasadach obsługi konta (cała techniczna śmietanka),
- 2 z drugiej, która opisuje, jak pozyskiwać aktywnych obserwujących,
- 3 trzeciej, jak budować silną markę w świecie Instagrama.

Dlaczego w ten sposób?

Chciałam, aby ten e-book miał w sobie wszystko i odpowiadał na pytania firmy, która już ma Instagrama, ale również, aby był dla takiej firmy, która jeszcze nie ma konta, a chciałaby je posiadać tylko nie wie, jak się do tego zabrać. Na rynku jest kilka pozycji e-booków, które opisują Instagrama, jednak są to pozycje, które są skierowane tylko do zwykłych użytkowników. Brakowało e-booka, który skierowany jest dla firm i ich potrzeb. Przed Tobą jest pozycja, która jest dedykowana dla Ciebie, dla firmy i będzie podpowiadać ci konkretne działania i rozwiewać wszelkie wątpliwości.

Zanim napisałam tego e-booka doradzałam wielu firmom, które zaczynały swoją przygodę z Instagramem i stąd narodził się pomysł, by wszystkie te porady zawrzeć w tym e-booku. Jest to wiedza, którą zdobywałam przez 3 ostatnie lata, czyli od 2017 roku.

Dlaczego napisałam ten E-book dla Ciebie?

Ja nie miałam takiej osoby, która przeprowadziłaby mnie przez wszystkie podstawy Instagramowego świata od strony prowadzenia firmowego konta. Od zera budowałam go sama i uczyłam się krok po kroku metodą prób i błędów, co podoba się odbiorcom, jak tworzyć wartościowe posty i jak przyciągnąć uwagę na swoje konto.

Dlaczego zaufałam zewnętrznej firmie do promocji mojego konta?

Z uwagi na to, że po pewnym czasie firma się rozwinęła i miałam bardzo dużo pracy zaniedbałam swoje konto na Instagramie. Skorzystałam wtedy z usług firm zajmujących się Instagramem, co było niestety jednym z moich największych błędów. Porady firmy były nic nie warte, zamiast mi pomóc niszczyły moje konto, zamiast umacniać swoją pozycję i zdobywać nowych obserwujących ja ich traciłam.

Mimo, iż swoje konto prowadziłam ponad rok wtedy ciągle myślałam, że Instagram jest bardzo trudnym narzędziem i tylko ludzie wykwalifikowani i wyszkoleni są w stanie go pojąć. Nie tylko czas wydawał mi się moim kłopotem przy obsłudze Instagrama, ale również sądziłam, że do prowadzenia konta są potrzebne skomplikowane programy.

Jak bardzo się myliłam!

Przekonałam się dotkliwie tracąc nie tylko obserwujących, ale i pieniądze.



Moje zasięgi postów nagle spadły na łeb na szyje, obserwujący zaczęli nagminnie uciekać, a firma rozkładała ręce i wystawiała faktury. Ja podpisałam umowę na 6 miesięcy i nie miałam możliwości wcześniejszej rezygnacji. Firma zapewniała mnie, że jej strategia jest rewelacyjna i sprawdziła się w innych branżach.

Dlaczego w mojej nie? Nie wiedzieli. Twierdzili, że moje konto jest „dziwne”, „trudne” i to moja wina. Co za paradoks!

Na domiar złego ja wcale nie zyskałam czasu, który w owym czasie był dla mnie najważniejszy. Zewnętrznej firmie musiałam przygotować wszystko: zdjęcia, treści na post i hasztagi, a oni zrobili na tej podstawie całą siatkę grafik, która kompletnie nie zadziałała. Możecie sobie wyobrazić jak byłam wściekła!

Po tym doświadczeniu postanowiłam na nowo zająć się od początku do końca moim kontem i zarządzać nim w 100%. Nie była to prosta droga, wymagała mnóstwo czasu, ale była opłacalna.

Nie tylko zyskuję do tej pory obserwujących, ale i oszczędzam pieniądze, które inwestuję w rozwój mojej firmy. Teraz cieszę się za te doświadczenia i długie godziny dłubania w Instagramie. Teraz już wiem, co i dlaczego nie zadziałało. Teraz już wiem, że tylko ja skutecznie mogę prowadzić swoje konto i doradzać tak każdej firmie.

Teraz przekaze ci moją wiedzę, abyś mógł wykorzystać ją w swojej branży. Są tu rozwiązania dla różnych działalności i odpowiedzi, jak prawidłowo zarządzać swoim kontem na Instagramie.

**Stworzyłam ten e-book, ponieważ wiem,
jak ważne jest, by firma wciąż rozwijała skrzydła.**

**Instagram jest od tego, by dzięki niemu
budować silną markę biznesową.**

**Przekonasz się, że Instagram jest prosty w obsłudze
i pokochasz go tak samo jak ja.**

A WIĘC DO DZIEŁA!

I. PODSTAWY INSTAGRAMA

Jeśli masz już konto na Instagramie mimo wszystko nie porzucaj czytania pierwszej części tego e-booka. Prześledź powoli i sprawdzaj czy twoje ustawienia konta są prawidłowe i czy wszystkie twoje działania są sensowne. Może się okazać, że na jakimś etapie coś zrobiłeś/aś nie tak, jak należy i od ta mała zmiana spowoduje duże zmiany na Twoim koncie.

Podstawy obsługi konta od A do Z

Wspaniale, że masz przed sobą e-booka, który pomoże Ci poznać dokładnie Instagrama. Gwarantuje Ci, że nic nie będzie już dla Ciebie zagadką i będziesz potrafić nie tylko sprawnie obsługiwać swoje konto, ale również robić wspaniałe zdjęcia, by zachwyciły Twojego odbiorcę. Przedstawię Ci podstawy obsługi konta na Instagramie od A do Z. Wytłumaczę „kawę na ławę”, jak tworzyć relacje, posty i jak zdobywać pierwszych obserwujących. Krok po kroku przejdziesz ze mną wszystkie etapy użytkowania Instagrama. Odpowiem na każde Twoje pytanie. Ten kurs to same konkrety. Jeśli zaczynasz dopiero swoją przygodę z Instagramem warto dokładnie zapoznać się z pierwszą częścią e-booka.

Od czego zacząć? Jak założyć konto?

Po pierwsze ściągnij aplikację Instagrama na swój telefon. W większości przypadków będziesz posługiwała się telefonem do obsługi konta.



Rodzaje konta

Obecnie są 4 rodzaje kont:



osobiste



prywatne



firmowe



twórcy

Jaki wybrać ?

Prywatny zdecydowanie nie, ponieważ jest on kontem zamkniętym, gdzie ktoś musi wysłać prośbę, aby ujrzeć Twój profil. Osobiste to konto otwarte, ale jak sama nazwa wskazuje o treści osobistej, a nie firmowym. Pozostają nam dwa konta- firmowe lub twórcy. To ostatnie przeznaczone jest dla Influencerów, gwiazd telewizyjnych, celebrytów. Wybierz, więc konto firmowe.

Nazwa i opis i zdjęcie:

Profil firmowy umożliwia udostępnienie numeru telefonu, adresu e-mail czy lokalizacji, aby Wasi klienci mogli się z Wami skontaktować lub do Was dotrzeć. Dostajemy także możliwość tworzenia postów sponsorowanych.

Zdjęcie profilowe:

Istotne są informacje, które znajdują się na twojej wizytówce Instagrama. Wprowadzisz je w edycji profilu.

Zaczynając od Twojego zdjęcia profilowego, które powinno być jasne i wyraźne. Zazwyczaj jest to logo firmy. Może być to jednak coś innego, co wyróżnia Cię na tle innych. Jeśli prowadzisz apartament może to być zdjęcie Twojego najlepszego pokoju, jeśli restauracja to najwspanialszej potrawy, jeśli prowadzisz bloga wstaw swoje zdjęcie.

Najlepiej jednak, gdy w miejsce zdjęcia ustawiasz logo i nie zmieniasz go. Pozwoli to utrwalić się twojemu odbiorcy z konkretną usługą czy produktem. Relacje są od tego, by zmieniać codziennie zdjęcia, a nie zdjęcie profilowe.

Ogólnie zasada jest taka:

Jeśli tworzysz swoją markę własną- wybierz swoje zdjęcie profilowe/portretowe. Tu ważne jest by zainwestować w profesjonalnego fotografa.

Jeśli reklamujesz firmę- ustaw na awatar jej logo.

Jeśli jednak twoje logo jest zaprojektowane w taki sposób, że nie mieści się w awatarze Instagrama(jest w pozycji poziomej) to wstaw zdjęcie najbardziej charakterystyczne Twojej branży. Ważne, abyś był autorem zdjęcia lub miał prawa autorskie do niego.

Nazwa i opis:

Nazwa to krótka informacja kim jesteś. Im krótsza nazwa tym lepiej.
Dobrze, aby łatwo ją zapamiętać.

W opisie powinny znajdować się: przydatne informacje opisujące Twoje największe zalety. Czym się zajmujesz? Jaką usługę świadczysz? Co możesz zaoferować? Czym się charakteryzujesz? Odpowiedz sobie na pytanie: jak zachęcić innych do śledzenia mojego konta? Co mnie wyróżnia? Dla jakich korzyści warto mnie kupić/ odwiedzić mnie?

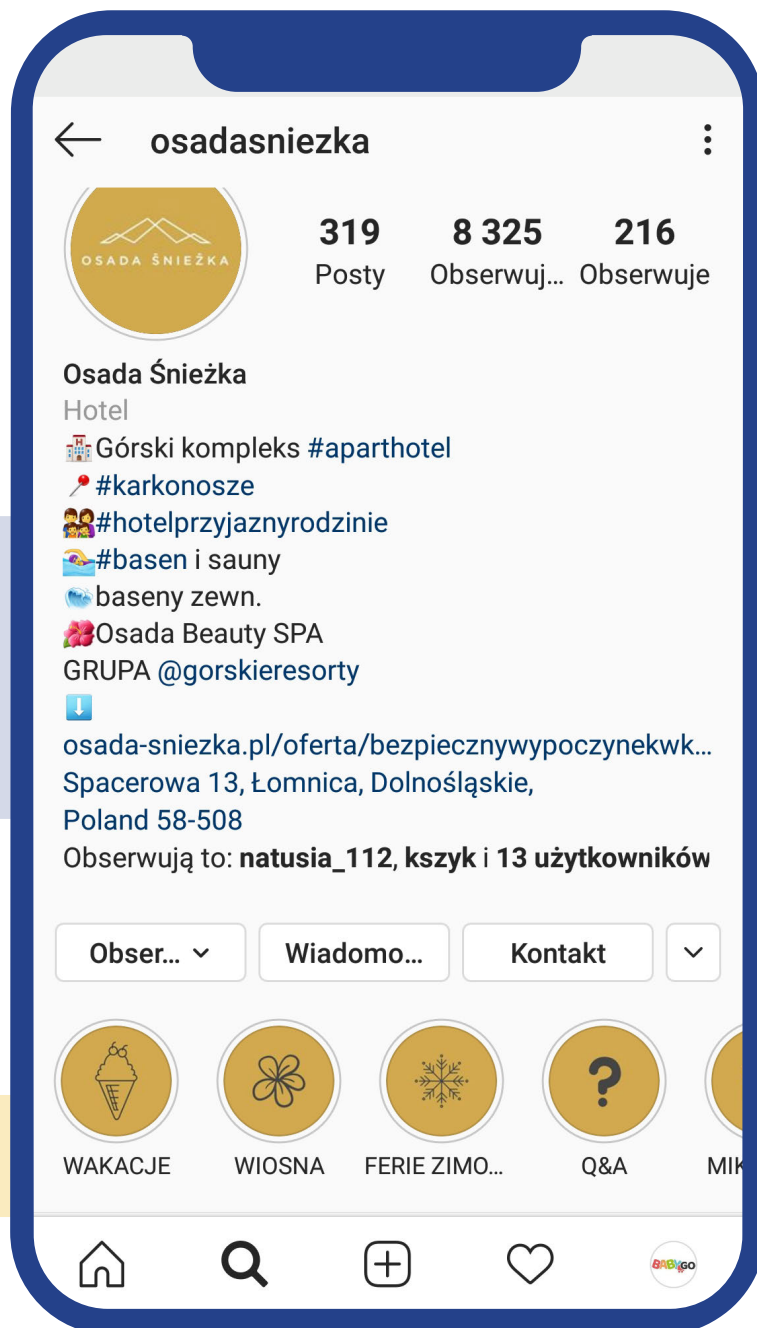
Masz 150 znaków na mini wizytówkę Twojej firmy i wykorzystaj to! Te informacje wpisujesz w biogram. Bardzo dobrze nadają się do tego również ikony, które ożywiają cały opis. Dobrze, aby opis zawierał krótkie hasła, które od razu powiedzą o Twojej firmie wszystko.

Następnie dodajesz swoją stronę internetową. Jest to jedyne miejsce, gdzie używasz linku, który może Twojego klienta przenieść z Instagrama na twoją stronę. W postach możesz używać linków, nawet do tego bym zachęcała, ale nie są one podlinkowane, więc dana osoba musi je skopiować i dopiero może wejść na stronę zewnętrzną. To, co dodasz, jako stronę internetową musi opowiadać o aktualnej ofercie, która z pewnością zmienia się chociażby z uwagi na porę roku. Jednym słowem post musi zgrywać się z Twoim linkiem w Twojej wizytówce.



Masz niestety do wyboru tylko jedną z wielu kategorii, które możesz przypisać do swojego konta. Najlepiej, aby było podobne do tej, którą umieściłaś/eś w kategorii na Facebook.

Na zdjęciu poniżej widać idealnie stworzoną wizytówkę. Posiada krótką nazwę, hasłowy opis firmy wraz z ikonami i link wzmocniony dodatkowo strzałką o aktualnej ofercie. Mamy wszystkie potrzebne informacje: że jest to hotel, przyjazny rodzinie, w górach, posiadający spa i baseny.



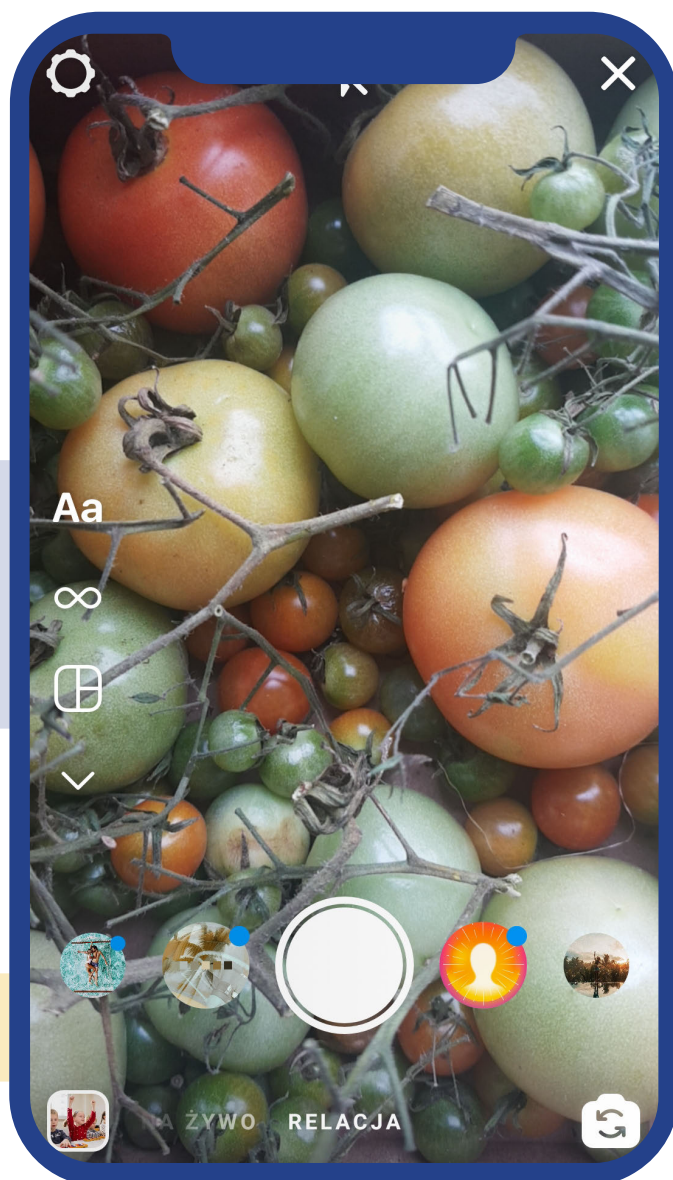
Relacje na Instagramie

Dzięki relacjom wiele osób może wejść na Twój post, polubić go, skomentować czy zadać dodatkowe pytanie. Relacje mogą być w postaci zdjęć, grafik lub krótkiego video.

Jak to zrobić?

Wejdź do swojej galerii w telefonie i udostępnij to, co chcesz poprzez Stories Instagrama. Możesz również dodać Gif lub opis zdjęcia albo hashtag. W tym celu wybierasz odpowiednie ikony z górnego panelu.

Relacje na Instagramie

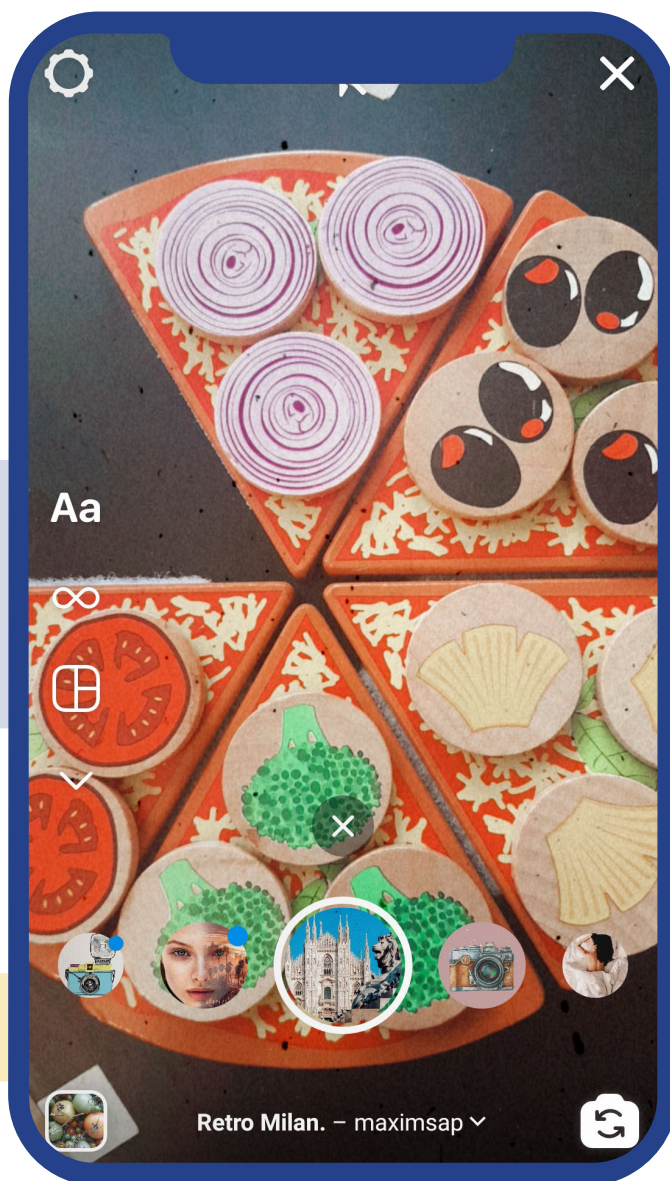


Funkcje relacji

Masz do dyspozycji kilka różnych funkcji, które możesz użyć w swojej relacji. W zależności, co jest dla Ciebie najbardziej ważne wybierasz spośród nich: lokalizację, hashtag, odznaczenie, zadajesz pytanie, przeprowadzasz ankietę, wprowadzasz wyzwanie i nominujesz do nich inne osoby, przeprowadzasz quiz. Wypróbuj kilka i zobacz, co u Ciebie może się sprawdzić.

Możesz również skorzystać z aplikacji, które nanoszą tekst na Twoje zdjęcie w różnych kolorach i czcionkach (Tekst on photo) lub przerobić Twoje zdjęcie na typowo komiksowe (Comica). Od czasu do czasu możesz stosować szablony w relacjach, dzięki którym Twoje zdjęcia będą wyglądały bardziej estetycznie lub będą się wyróżniać. Możesz wypróbować takich aplikacji jak: StoryPic, Story Art, Mojo, StoryBeat (dodaje ścieżkę dźwiękową).

Dobrze, aby relacja dotyczyła Twojego ostatniego posta i opowiadała o nim coś więcej. Dzięki temu te osoby, które nie zdążyły zobaczyć Twojego posta mogą się o nim dowiedzieć z Twojej relacji. Dobrze też jeśli relacja zapowiadała coś, co będzie działało się już wkrótce: nowy produkt, usługa, live, webinar etc.



Popularne są obecnie filtry na zdjęcia, które robisz w danym momencie na swoim Instagramie. Nie są dostępne z pozycji postów, a jedynie z pozycji relacji i zastąpiły popularny niegdyś Boomerang. Jak się nimi posługiwać i skąd je brać?

Najprościej filtry znajdziesz na swoim koncie w relacjach, ale możesz też zapisać takie, które spodobają Ci się u innych na ich relacjach. U siebie znajdziesz filtry w dolnym panelu relacji przesuwając palcem w lewo lub w prawo wyszukujemy dowolny filtr twarzy, który oferuje nam Instagram. W miejscu nazwy filtra klikamy palcem i tym sposobem otwieramy szereg opcji. Jeśli natomiast oglądamy czyjąś relację na górze pod nazwą użytkownika pojawia się nazwa wykorzystywanego filtra oraz jego autor. Klikając w nazwę filtra ponownie pojawia nam się panel opcji, w których możemy dany filtr wypróbować, zapisać, wysłać znajomym lub zgłosić.

Poza filtrami, które tworzy dla nas sam Instagram, możemy też skorzystać z niestandardowych filtrów, które tworzą sami użytkownicy aplikacji Instagram. Aby je znaleźć, trzeba wejść w opcje „Więcej efektów” (na końcu wszystkich filtrów). W ten sposób trafisz do biblioteki filtrów, które tworzą sami użytkownicy.

Jeśli dany filtr Ci się spodoba, to wystarczy, że klikniesz „zapisz efekt” i filtr automatycznie doda się do Twoich filtrów na Instagramie. Jeśli natomiast jakiś filtr już nam nie pasuje, możemy go po prostu usunąć.

Filtry możesz też stosować, gdy chcesz nagrać krótki filmik (20 sekund) przytrzymując dany filtr.

Naklejki

Możesz również stosować unikatowe naklejki na relacje, które znajdziesz na pierwszym tego typu w Polsce serwisie:

WWW.INSTAWKLEJKI.PL

Znajdziesz tam całe mnóstwo oryginalnych naklejek po polsku, które możesz pobrać na swój telefon.

Napisy

Dobrze też, abyś jeśli mówisz na relacji napisał/a, co mówisz dla tych, którzy w danym momencie nie mogą Cię posłuchać, a jedynie przeczytać o czym mówisz.

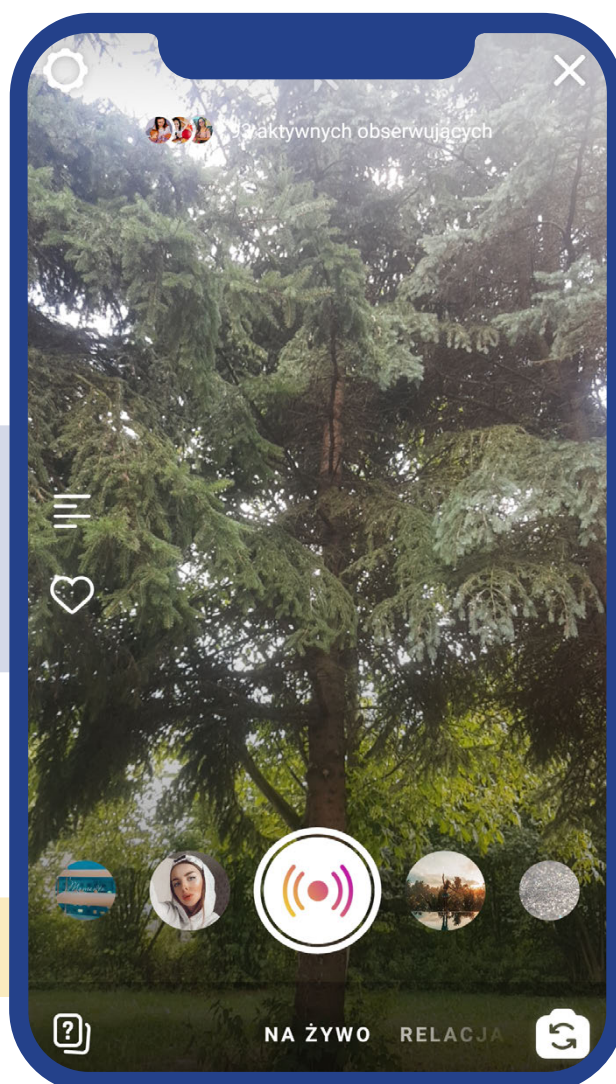
To znacznie ułatwia komunikację. Wiesz, że aż 85% filmów jest odtwarzanych bez dźwięku? Jeśli chcesz by dotarła Twoja informacja do Twoich odbiorców stosuj napisy. Bez nich niestety Twoja relacja traci na atrakcyjności, jest przewijana, albo zostaje całkowicie wyłączona. Jestem przekonana, że **95% osób już do niej nie wraca**, co jest równoznaczne z tym, że Twój przekaz, nawet jeśli jest ważny, dla tych osób staje się bezwartościowy. Dlatego jeśli zależy Ci na tym, aby nie stracić tych osób z grona widzów, pomyśl o dodawaniu do swoich filmików transkrypcji. Możesz to robić ręcznie poprzez Instagram, ale jest to niezmiernie czasochłonny proces lub też korzystać z aplikacji zewnętrznej. Ja korzystam z **Auto Cap**. Jest prosta w obsłudze i możesz korzystać z niej bezpłatnie do 5minut filmu z ich logiem. Koszt licencji to 140zł na rok.

Dodatkowo pamiętaj, aby odznaczać @ profile, które są związane z tym, co mówisz albo warto je odwiedzić Twoim zdaniem. Takie profile też będą odznaczać Ciebie na swoich relacjach i zwiększać w ten sposób Twoją rozpoznawalność.

Relacje znikają po 24 godzinach, ale pamiętaj, że możesz je zatrzymać w wyróżnionych relacjach, o których pisze poniżej.

InstaStories, czyli relacje na żywo

Jest to rewelacyjne rozwiązanie, ponieważ daje większe zasięgi i zaangażowanie niż post. Dzięki takim spotkaniom Twoi obserwujący mają szansę bliżej Cię poznać oraz to, co oferujesz. Ważne byś Ty i Twoi współpracownicy pokazywali siebie, jak i swoje usługi i produkty. Na takich relacjach możesz zapraszać inne osoby, z którymi będziesz przeprowadzać ciekawe rozmowy. Możesz opowiadać również o najnowszych promocjach czy pokazywać swoją pracę zza kulis. Dobrze, abyś na relacji zadawała pytania, na które Twoi fani mogą odpowiedzieć w wiadomościach. Dobrze też jeśli zapowiesz swoją relację dzień wcześniej lub kilka godzin wcześniej. Zapewnisz sobie więcej oglądających, a jeśli nie będą mogli oglądać w danej chwili odwiedzą Twój profil później.



Jeśli wcześniej nie miałaś doświadczenia z video i nigdy „nie mówiłaś/eś do kamery” to ważne, abyś zrobiła kilka prób i nagrała siebie. Przygotuj sobie wcześniej, o czym chcesz powiedzieć i odnieść się najwyżej do 3 rzeczy, jakie będziesz poruszać w video. Mów powoli i wyraźnie i patrz prosto w kamerę. Zaczynij od zadania pytania, co przykuje uwagę odbiorców, przedstaw się i powiedz najpierw, o czym będzie Twój Live. Ważne, by Twój Live nie był zbyt długi i mało konkretny. Trzymaj się zasady, że mówisz zwięźle i na temat.

Jak dodać Live na Instagramie od strony technicznej?

Gdy jesteś w ikonce domek przewijasz się w lewo i znajdujesz się w swojej relacji. Aby przygotować się na to, jak będziesz wyglądać, gdy ktoś dołączy do rozmowy z Tobą możesz sprawdzić klikając Layout. Potem klikasz na żywo i możesz rozpocząć nagrywanie. Ważne, aby zadbać wcześniej o to, co jest Twoim tłem- aby nie było ono zbyt jasne zbyt ciemne oraz aby nie przykuwało ono uwagi większej niż Ty sam/a. Tutaj też możesz posłużyć się wspomnianymi filtrami, by urozmaicić swoje tło bądź wygląd.



Relacje możesz usunąć jeśli uważasz, że nie była ona wystarczająco dobra lub zapisać w IGTV wraz z opisem o czym jest dany film.

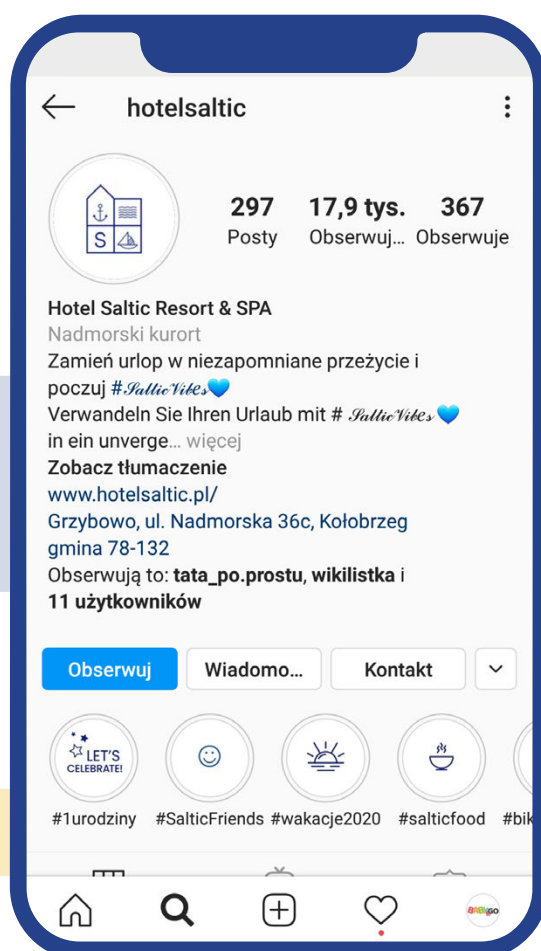
Video

Warto od czasu do czasu dodawać video, które opowiada mini historię Twojej marki. I tutaj ważne jest, aby to video było profesjonalnie wykonane przez fachowców. Ważne, by nie było ono dłuższe niż 1 minuta, bo takich materiałów nikt nie ogląda. Dobrze też, aby pierwszy kadr filmu był interesujący, by obserwujący chcieli w niego wejść i go oglądać. Dłuższe filmy, które pokazują Twoją markę z szerszej perspektywy możesz dodawać na IGTV.

Jak dodawać obserwujących do swojego konta?

Jest kilka sposobów, aby zapraszać inne profile do polubienia Twojego, ale zanim zaczniesz to robić na oślep warto zastanowić się, jaki ma być Twój idealny obserwujący. Mają być to rodziny z dziećmi? Kucharze? Influencerzy? Blogerzy? Modelki? Firmy z podobnych branż? Czy zależy Ci ile Twój fan ma lat? Jaką ma płeć? Jakie ma wykształcenie czy zarobki? Jednym słowem zastanów się kogo chcesz na swojego idealnego klienta.

Jeśli jest to kilka różnych typów profilu ważne, żebyś najpierw skupił/a się na jednej, a potem „badał/a” kolejne. Możesz również dodać wszystkich i potem sprawdzać, jaki typ klienta jest dla Ciebie idealny- kto reaguje na Twoje posty, kto komentuje, kto kupuje Twoje usługi czy produkty. O tym w zaawansowanej części.

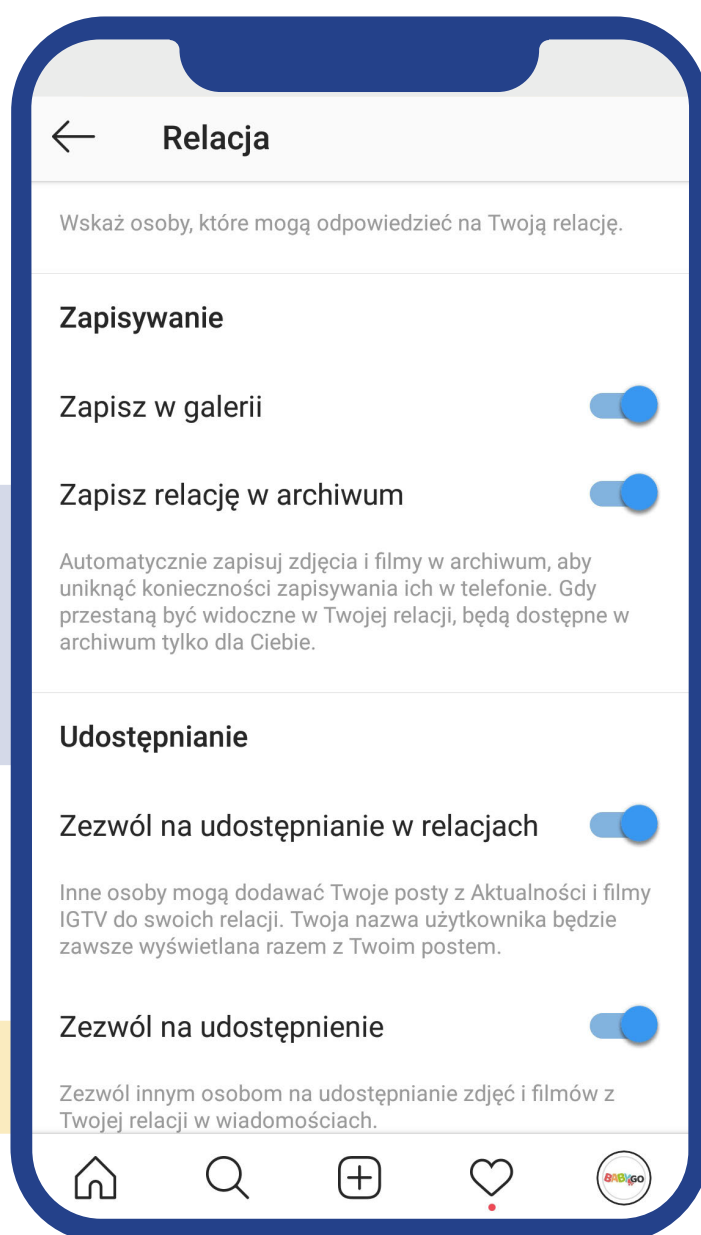


Jak dodać Live na Instagramie od strony technicznej?

Można brać przykład z Hotelu Saltic, ponieważ ich wyróżnione relacje są spójnie wizualnie z logotypem (ta sama kolorystyka i styl) oraz obejmują wszystkie ciekawe tematy, które mogą zainteresować ich potencjalnego klienta.

Co to są wyróżnione relacje?

Wyróżnione relacje są podsumowaniem Twojej marki na Instagramie. Są idealne dla osoby, który pierwszy raz odwiedza Twój Instagram i może szybko prześledzić Twoją ofertę. Sprawdź czy masz włączoną funkcję archiwizacji relacji. Wejdź w ustawienia, potem prywatność i relacje.



Jeśli sprzedajesz produkty lub usługi, możesz zamieścić tu wszelkie specyfikacje i informacje, o które często pytają klienci. Wtedy zamiast po raz setny pisać to samo, możesz odesłać ich do relacji wyróżnionych lub wysłać im taką relację.

Możesz relacje uzupełniać sukcesywnie, ale warto zacząć od 3 różnych tematów.

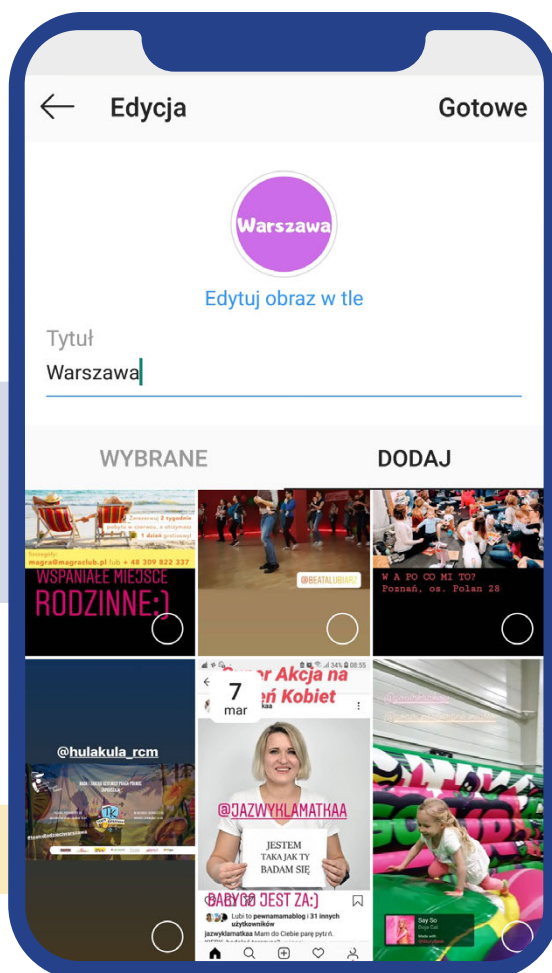
Odpowiedz sobie na pytania:

- co najbardziej może interesować mojego klienta?
- z jakich elementów składa się moja oferta?
- co mogę pokazać obrazem czy filmem czego słowa nie wyrażą?
- jakie są nowości w mojej branży, o których powinni wiedzieć moi klienci?
- na jakie pytania moich klientów mogę udzielić odpowiedzi?

Na podstawie odpowiedzi stworzysz wyróżnione relacje, które będą Twoimi folderami, w które ułożysz odpowiednie zdjęcia czy krótkie filmy.

Warto spojrzeć na wyróżnione relacje, jak na Twoją wizytówkę. Warto je wykorzystać, aby zmieścić w nich to, co masz najważniejszego do przekazania.

Jak dodać od technicznej strony wyróżnione relacje?



Najpierw musisz mieć przygotowane grafiki na wyróżnione relacje i wiedzieć jakie tematy w nich poruszać. Następnie klikasz w trzy kropki, klikasz- edytuj wyróżnioną relację i dodajesz z archiwum relacji te z nich, które do nich pasują. Pamiętaj, że aby mieć archiwum relacji musisz takie relacje prowadzić i najlepiej świadomie, żeby wiedzieć jakie później umieścisz w relacji wyróżnionej.



Jak zaprojektować ładne okładki na wyróżnione relacje?

Użyj jednolitego tła, który będzie współgrał z Twoim logo lub głównym zdjęciem. Wyróżnij najważniejsze Highlights. Jeśli któreś Stories jest dla Ciebie szczególnie ważne, postaraj się je wyróżnić, ale tak, aby zachować jedną stylistykę Stories. Aplikacje, które pomogą Ci zaprojektować ładne okładki to: Canva, Highlight Cover Maker, Story Art.

Dla mnie osobiście projektowanie graficzne nie jest moim konikiem, więc na stałe współpracuję z grafikiem, który od czasu stworzenia mojego logo pomaga mi w tworzeniu spójnej stylistyki zarówno strony, jak i mediów społecznościowych. Pamiętaj, że nie musisz znać się na wszystkim idealnie i czasami pewne rzeczy warto zlecić profesjonalistom. Nie będą to dla Ciebie wielkie koszty i zaoszczędzisz dzięki temu sporo czasu, który możesz poświęcić na rozwój swojego biznesu.

Połączenie konta ze swoim profilem na Facebooku

Jak to najszybciej zrobić?

×

Edytuj profil

✓

Zmień zdjęcie profilowe

Name

Portal Rodzinny BabyGo

Nazwa użytkownika

babygo.portal

Strona internetowa

kcje-dla-dzieci/dopisz-plywanie-do-planu-zajec

Biogram

środki wypoczynkowe ❤️ Restauracje rodzinne

Publiczne informacje o firmie

Strona Portal Rodzinny BabyGo POTWIERDŹ

Kategoria Witryna dla dzieci i młodzieży

Opcje kontaktu Adres e-mail, Numer telefonu

Po utworzeniu konta na Instagramie (pamiętaj nazwę użytkownika i hasło) wejdź w ustawienia twojego firmowego konta na Facebook. W lewej kolumnie odnajdź Instagram i dodaj swoje konto. Następnie czeka nas zalogowanie poprzez wpisanie danych logowania do konta na Instagramie. To wszystko! Można to też zrobić z poziomu Instagrama. Wybieramy sekcję Ustawień, która znajduje się w prawym górnym rogu. Następnie wybieramy opcję Przełączenia na profil firmowy i logujemy się na konto połączone ze stroną na Facebooku. Potwierdzamy wybór.

Podziękowania

Dziękuję wszystkim osobom, które przyczyniły się do powstania tego e-booka.

Przede wszystkim chciałabym podziękować Tobie za zaufanie i zakup tego e-booka.

Mam nadzieję, że ta publikacja będzie dla Ciebie potężną dawką inspiracji oraz skarbnicą wiedzy. Pragnęłam, by dzięki niej każda firma mogła znaleźć motywację i chęć do działania. Mam nadzieję, że e-book pomoże Ci stworzyć wymarzony profil na Instagramie.

Jeśli zastosujesz się do wszystkich porad w tym e-booku to uda Ci się w świadomy sposób zbudować swoją markę na Instagramie. Dzięki temu Twoja firma będzie zarabiała i przyciągała coraz to nowych klientów.

RUSZAJ NA PODBÓJ INSTAGRAMA

Skontaktuj się ze mną



/babygo

 www.babygo.pl

 biuro@babygo.pl

[Kup książkę](#)