

# ROZPOCZNIJ SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ W SOCIAL MEDIA i pozyskaj nowych klientów!



TWOJA  
REKLAMA



# SPIS TREŚCI E-BOOKA :)

Abyś szybko i łatwo mógł znaleźć  
wszystko to, czego potrzebujesz!

<b>Wprowadzenie</b>	3
<b>Spójny wizerunek profilu</b>	4
<b>Optymalizacja konta</b>	5
<b>Sposoby przedstawiania treści</b>	6
<b>Zbuduj zaufaną społeczność</b>	7
<b>Audyt Twojego konta</b>	8-9
<b>Rola płatnych reklam w sm</b>	10
<b>Ułożmy przykładową reklamę!</b>	11
<b>Gratisy specjalnie dla Ciebie</b>	12-13
<b>Zakończenie</b>	14

W tym e-booku znajdziesz wszystko, czego potrzebujesz do rozpoczęcia swojej działalności w social mediach- a głównie na Instagramie.

Dowiedz się jak stworzyć swój profil tak, aby dotrzeć do wielu użytkowników i zapaść w pamięć odbiorców.

## NO TO ZACZYNAMY!

# ZACZNIJMY WSPÓLNĄ PRZYGODĘ Z TWOIMI SOCIAL MEDIAMI

Hej tutaj Twoja Reklama! Prowadzimy agencję marketingową, której celem jest wypełnienie potencjału naszych klientów w przestrzeni internetowej. Na Instagramie znajdujemy się pod nazwą @twojareklamaeu, więc jeśli ten e-book Ci się spodoba, gorąco zachęcamy tam zajrzeć!

**Tym razem zajmiemy się prowadzeniem konta na Instagramie!**

## RODZAJE KONT NA INSTAGRAMIE

1. **konto osobiste**- podstawowa forma konta, posiadająca prawie wszystkie funkcje.
2. **konto firmowe**- idealne dla firm, lub marek.
3. **konto twórcy**- przeznaczone jest dla osób publicznych/ infulencerów.

## DOBÓR KONTA JEST BARDZO WAŻNY!

**konta profesjonalne (firmowe i twórcy), mają opcję statystyk oraz dodania kategorii profilu!**

# ZADBAJ O SPÓJNY WIZERUNEK SWOJEGO PROFILU!

Spójny wizerunek marki to część branding, dzięki której publika może zapamiętać naszą markę poprzez jej wygląd. Jest to kluczowy element, który powinien być widoczny na każdym profilu.

## Jak możesz go wprowadzić na swoje konto?

Wybierz 2 kolory główne i dwa dodatkowe, które będą stanowić bazę tożsamościową Twojego konta.

### DWIE CZCIONKI

Trzymaj się jednej tematyki, aby algorytm mógł przypisać Twój profil do odpowiedniej publiki

### ZASADA CZTERECH KOLORÓW

Aby zachować spójność treści wybierz jedną czcionkę główną (może być grubsza do nagłówek) i jedną dodatkową (na resztę tekstu)

### SPÓJNA TEMATYKA

# ZOPTYMALIZUJ PROFIL POD WYSZUKIWANIE

Dzięki zoptymalizowaniu profilu, poprzez użycie słów kluczowych (czyli fraz, lub słów, które użytkownicy wpisują do wyszukiwarki) będziemy wyżej wyświetlać się w wyszukiwaniach i dotrzemy do większej ilości osób.

## GDZIE UMIESZCZAMY SŁOWA KLUCZOWE

1. pole na imię- po podaniu swojego imienia, lub nazwy firmy wpisz parę słów kluczowych opisujących kim jesteś.
2. biogram- opisanie siebie, za pomocą słów kluczowych
3. opisy pod postami.
4. słowa kluczowa możemy zmienić także na hasztagi.

## NA PRZYKŁAD:

1. Asia | gotowanie | przepisy

2. Proste przepisy dla wszystkich

3. Najlepszy przepis na obiad!

4. #gotowanie #obiad #przepis

Jako przykład podaliśmy konto o gotowaniu, na którym można znaleźć przepisy. Osoby zainteresowane takim profilem, będą szukać go po słowach: przepis, gotowanie, pomysł na obiad itp., dlatego właśnie takich słów używaj na swoim profilu. Tak, aby osoba szukająca informacji na dany temat natrafiła na Twój profil.

# SPOSOBY PRZEKAZYWANIA TREŚCI

W content marketingu, wyróżniamy cztery główne sposoby przedstawienia treści.

## EDUKACYJNY

Podaj publice wskazówki, rady, lub zrób tutorial jak wykonać daną czynność, aby odbiorcy mogli się nauczyć czegoś nowego.

## ROZRYWKOWY

Przedstaw swoje treści za pomocą trendów, memów, wyzwania dla publiki, lub treści, z którymi można się utożsamić, aby wywołać u nich pozytywne emocje.

## INFORMACYJNY

Poinformuj odbiorcę o nowym produkcie, ofercie, lub o wydarzeniu, które organizujesz, lub na które warto, aby się zapisał. Zadbaj, aby przekaz był jasny.

## INSPIRUJĄCY

Zainspiruj, lub zmotywuj swoich obserwatorów poprzez opublikowanie cytatu, cennych lekcji, lub treści, które zachęcą ich do działania.

**Pamiętaj, aby eksperymentować z różnymi formatami i sposobami, aby zobaczyć, który najbardziej zaciekawi Twoją publikę oraz z jakim się najbardziej utożsamiasz.**

# ZBUDUJ WŁASNĄ, ZAUFANĄ SPOŁECZNOŚĆ

Priorytetem każdej osoby, która rozpoczyna swoją działalność w social mediach powinno być zbudowanie silnej społeczności.

## DLACZEGO JEST TAK WAŻNA?

Umożliwia interakcję, dzielenie się informacjami oraz budowanie relacji, dzięki czemu zbudujemy swój pozytywny wizerunek, oraz zdobędziemy zaufanie obserwatorów.

## USTAL CEL SWOJEJ SPOŁECZNOŚCI

- czy chcesz zbudować silne relacje z publiką?
- czy chcesz budować ją wokół pasji?
- czy chcesz nauczyć ich czegoś nowego?
- czy chcesz zwiększyć sprzedaż?

**ANGAŻUJ SIĘ Z  
OBSERWATORAMI**

**TWÓRZ TREŚCI  
WARTOŚCIOWE**

**BUDUJ RELACJE I  
WSPÓLNOTĘ**

Pamiętaj aby zachować swoją autentyczność oraz budować tak swoją społeczność, aby nigdy nie traciła do Ciebie zaufania i aby publika chciała do niej należeć!

# REGULARNIE PROWADŹ AUDYT SWOJEGO KONTA

**AUDYT** to analiza swojego (lub czyjegoś) profilu, w celu wychwycenia mocnych i słabych stron konta.

**JEST ON KLUCZOWY PRZY PROWADZENIA KONTA  
NA INSTAGRAMIE I INNYCH SOCIAL MEDIA!**

**JAK MOŻESZ GO PRZEPROWADZIĆ U SIEBIE?**

## NAZWA UŻYTKOWNIKA

zadbaj, aby nie zawierała zbyt wielu liczb, lub znaków interpunkcyjnych- mogą one spowodować, że Twoja nazwa będzie nieczytelna. Dopilnuj też, aby była nazwą Twojej firmy, Twoim imieniem i nazwiskiem, lub zawierała to czym się zajmujesz (np. travellingwith...). Unikaj nazw takich jak user82472 itp. ;)

## ZDJĘCIE PROFILOWE

na nim dobrze powinno być widać Twoje zdjęcie, na przejrzystym tle (np. jednokolorowe), lub logo Twojej firmy, aby publika kojarzyła konto po Twoim zdjęciu profilowym.



# REGULARNIE PROWADŹ AUDYT SWOJEGO KONTA

## BIOGRAM (BIO)

biogram to jedna z pierwszych rzeczy, jakie odbiorcy widzą po wejściu na Twój profil. Należy umieścić w nim czym się zajmujesz/jak możesz pomóc odbiorcom, krótko opisać swoją ofertę, podać swoje doświadczenie np. zawodowe. Bardzo istotnym elementem w biogramie jest również Call To Action, czyli na przykład "napisz po ofertę", "skontaktuj się ze mną", "zajrzyj na moją stronę internetową".

## PRZYPIĘTE POSTY

w przypiętych postach powinien znaleźć się ten, który opowiada o Tobie i Twojej ofercie, aby potencjalni klienci, po wejściu na Twój profil od razu znaleźli to, co potrzebują. Jeżeli masz jakiś post, który jest dla Ciebie ważny, lub uzyskał największe zasięgi, również go tam dodaj!

## POLE NA IMIĘ (NAZWA POD PROFILOWYM)

jako iż jest to najbardziej przyjazny wyszukiwaniu element na profilu, zadбай o to, aby umieścić tam swoją niszę, czyli to czym się zajmujesz oraz słowa kluczowe.

# ROLA REKLAM PŁATNYCH W SOCIAL MEDIA

Ostatnim tematem, który poruszymy w naszym e-booku jest rola i istota płatnych reklam.

## DLACZEGO SĄ WAŻNE?

Odpowiednio postawione reklamy, pomogą nam dojść do wielu nowych osób, w tym także do potencjalnych klientów naszych usług.

### JAK ODPOWIEDNIO USTAWIĆ REKLAMĘ?

Przeanalizuj swoich obserwujących i osoby, do których najczęściej dochodzą Twoje publikacje, a także to, co chciałbyś osiągnąć daną reklamą.

Należy także pamiętać, że dla każdego konta inny typ reklamy zadziała inaczej, sprawdź jak Twój profil reaguje na reklamy, eksperymentuj.

**UŁÓŻ Z NAMI  
PRZYKŁADOWĄ  
REKLAMĘ! →**

# UŁÓŻMY PRZYKŁADOWĄ REKLAMĘ RAZEM!

Przykład : Prowadzisz szkołę tańca we Wrocławiu, a większość Twoich obserwujących to tancerki w wieku około 30 lat, chciałbyś dotrzeć do większej ilości kobiet zainteresowanych tańcem koło 60 roku życia.

## JAK USTAWIMY TAKĄ REKLAMĘ?

**CEL REKLAMY:** wejście na profil

**WIEK:** 55-65 lat

**PŁEĆ:** kobiety

**ZAINTERESOWANIA:** taniec, muzyka, choreografia

**LOKALIZACJA:** Wrocław i okolice

## GRATISY, SPECJALNIE DLA CIEBIE!

Na następnej stronie znajdziesz parę przydatnych checklist, które mogą Ci się przydać przy publikowaniu na Twojego Instagrama :)

**KONIECZNIE ZOBACZ DALEJ!**

# GRATIS, SPECJALNIE DLA CIEBIE!

Sprawdź, przy każdej następnej publikacji, czy to robisz!

## CODZIENNA CHECKLISTA INSTAGRAMOWA

- wstawić 3-5 angażujących/informacyjnych stories
- wstawić rolkę, post klasyczny, lub karuzelę
- odpisać na wszystkie komentarze + DM-y
- zaangażować się pod postami innych twórców
- poszukać inspiracji (np. na posty, audio do rolek itd.)

## CHECKLISTA POSTA/KARUZELI

- max 4 kolorowa, przejrzysta grafika
- CTA (Call To Action) wzywające do interakcji z postem
- ciekawy, wartościowy opis
- hasztagi oraz słowa kluczowe w opisie
- chwytliwy nagłówek, zatrzymujący od przewijania

# GRATISY, SPECJALNIE DLA CIEBIE!

Sprawdź, przy każdej następnej publikacji, czy to robisz!

## CHECKLISTA ROLKI

- **chwytliwy nagłówek, który zatrzyma uwagę widza**
- **krótkie i zwięzłe napisy**
- **czas trwania 5-7 sekund**
- **CTA (Call To Action) zachęcające do interakcji z reelsem.**
- **dźwięk, który pasuje do rolki (może być trendujący, ale nie musi)**

## CHECKLISTA OPISU PUBLIKACJI

- **chwytliwy nagłówek, zatrzymujący od pomijania**
- **wprowadzenie do posta np. definicja**
- **rozwińcie tematu (w punktach)**
- **CTA (Call To Action)**
- **kontakt, aby odbiorcy wiedzieli jak do Ciebie dotrzeć**

# I TO WSZYSTKO NA TERAZ!

Tu kończy się nasz e-book :)

Oczywiście o rozwijaniu konta na Instagramie, jak i na innych platformach można byłoby pisać jeszcze miesiącami. Ten e-book natomiast to pigułka najważniejszych informacji, bez których się nie obejdiesz, jeśli chcesz stworzyć zasięgowe i zarabiające konto.

Jest nam ogromnie miło, że postanowiłeś sięgnąć właśnie po nasz tekst!!

**JEŚLI W TRAKCIE CZYTANIA COŚ BYŁO DLA CIEBIE  
NIEJASNE, LUB MASZ INNE PYTANIE DOTYCZĄCE  
MARKETINGU/SOCIAL MEDIA- TO ŚMIAŁO NAPISZ  
DO NAS, NA PEWNO CI ODPOWIEMY.**

**skontaktuj się z nami!**



**@twojareklamaeu**



**poczta@twojareklama.eu**



**twojareklama.eu**

**TWOJA  
REKLAMA**

