

MATEUSZ SOBIERSKI

CAŁA WIEDZA O INSTAGRAMIE W JEDNYM MIEJSCU



WIEDZA, O KTÓREJ NIKT
GŁOŚNO NIE MÓWI

ZACZNIJ TUTAJ...

Cześć! Dziękuję za pobranie e-booka! Przekazałem w nim wiele cennych wskazówek i porad, które pomogą Ci lepiej zrozumieć Instagram i go prowadzić, dzięki czemu szybciej osiągniesz sukces w mediach społecznościowych. Najlepsze jest jednak to, że inni płacą nawet kilka tysięcy złotych za tę wiedzę, a Ty otrzymujesz ją właśnie za darmo! **Gratulacje!**

PRZEJDŹMY DALEJ...



Dla kogo jest e-book?

Ten e-book jest z myślą o każdym, kto pragnie, aby jego Instagram wyglądał profesjonalnie i wzbudzał zainteresowanie innych odbiorców. Poruszyłem tu odpowiedzi na pytania, które sam 8 lat temu sobie zadawałem, ale wtedy niestety nie było takich poradników i nikt nie mógł mi podpowiedzieć jak działać skuteczniej, więc trzeba było sobie radzić samemu, testując wszystko na własnym przykładzie. Gdybym miał tę wiedzę już na początku swojej przygody z Instagramem to zdecydowanie szybciej osiągnąłbym sukces. Wiedza, którą się z Tobą tutaj podzielę to tylko zlepek moich 8 lat ciężkiej pracy i rozwoju w zakresie mediów społecznościowych. Pomogłem rozwinąć już tysiące kont, więc z pewnością pojawią się tu problemy, z którymi możesz się mierzyć, a rozwiążemy je w dosłownie kilka minut.

Jaki jest jego główny cel?

Pisząc go, odpowiedziałem tutaj na wszystkie problemy moich klientów, którzy byli na początku swojej przygody z Instagramem i nie do końca wiedzieli jak zacząć, aby wzbudzić zainteresowanie swoim profilem. Ebook ma zaoszczędzić Twój czas i uporządkować Ci wiedzę tak, aby nie zastanawiać się każdego dnia czy warto dodać krótki czy długi opis, o której dodać post i jakie # dobrać. Jego głównym celem jest to, aby nie tracić nerwów na różne rzeczy, które są w sumie mało istotne, a zajmują bardzo dużo czasu i powodują sporo stresu. Dzięki tej wiedzy wejdiesz na wyższy poziom i prowadzenie Instagrama będzie dla Ciebie znacznie przyjemniejsze, niż dotychczas.

SPIIS TREŚCI

ROZDZIAŁ I FUNDAMENT KONTA.....	6
1. Nazwa użytkownika.....	7-8
2. Biogram.....	9-11
3. Zdjęcie profilowe.....	12
4. Hasztagi.....	13-15
5. Shadowban.....	16
ROZDZIAŁ II ZDOBYWANIE FOLLOW.....	17
1. Darmowe pozyskiwanie follow.....	17-18
ROZDZIAŁ III PUBLIKOWANIE ZDJĘĆ I RELACJI...19	
1. O której i jak często publikować posty?....	19-20
2. Jakie posty publikować?.....	21-22
3. Co powinien zawierać post?.....	23
4. Relacje.....	24-25
ROZDZIAŁ IV TEMATYKA PROFILU.....	26-27
ROZDZIAŁ V GRUPY WSPARCIA.....	28
1. Czym jest grupa wsparcia?.....	28
2. Przykłady zaangażowania fanów.....	29
ROZDZIAŁ VI PROMUJ POST.....	30
1. Dlaczego unikać?.....	30-31
2. Menadżer reklam.....	32
ROZDZIAŁ VII RODZAJE KONT.....	33
1. Konto profesjonalne, a konto osobiste.....	33-34

SPIIS TREŚCI

ROZDZIAŁ VIII RZECZY, KTÓRE WARTO WIEDZIEĆ..35

1. Jak sprawdzić reklamy konkurencji?.....36
2. Przykład złej reklamy.....37-38
3. Problem z kontem czy awaria Instagrama?.....39
4. Zabezpieczenie dwuskładnikowe i ochrona przed kradzieżą konta.....40-44
5. Szkolenia z zakresu Social Media.....45
6. Poprawa jakości zdjęć.....46
7. Weryfikacja na Instagramie.....47-49
8. Jak znaleźć kody rabatowe?.....50-51

FUNDAMENT KONTA



Wielu twórców czy firm już na samym początku lekceważąco podchodzi do wyglądu swojego konta, a to jest bardzo złe, ponieważ odbiorca od razu po wejściu na konto widzi właśnie nasz biogram, zdjęcie profilowe, nazwy oraz liczbę obserwujących. To jest fundament, który składa się z tych czterech rzeczy i są one zdecydowanie najważniejszym i decydującym czynnikiem czy zainteresujemy odbiorcę, który przegląda właśnie nasz profil, czy jednak wyjdzie i już nigdy do nas nie wróci. **Przejdź niżej i zobacz, jak to powinno wyglądać!**

NAZWA UŻYTKOWNIKA, A „IMIĘ I NAZWISKO”

...W PRZYPADKU PROFILI OSOBISTYCH

Budowanie marki osobistej jest ważnym procesem, który może mieć wpływ na to, jak cię postrzegają inni ludzie, w tym potencjalni pracodawcy, klienci, współpracownicy. Jeśli używasz pseudonimów takich jak "czarna69" lub "typowy_seba" nikt nie weźmie Cię na poważnie, ponieważ jest to nieprofesjonalne i zraża do siebie innych.



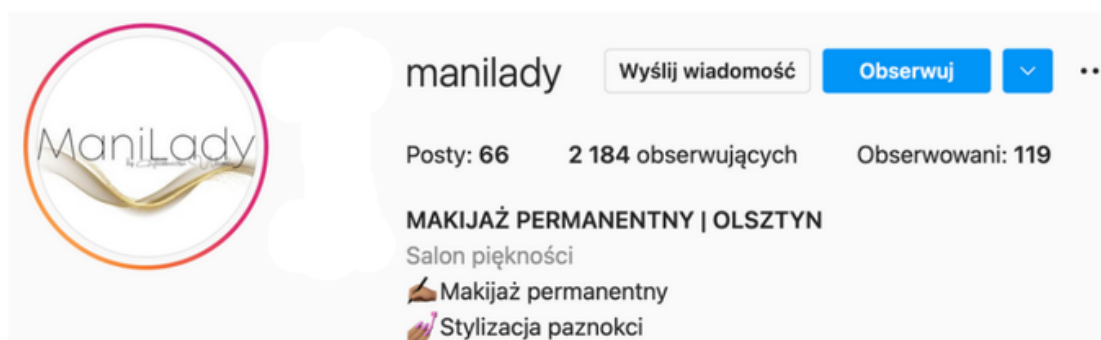
Jeśli nie oczekujesz dużego wpływu na pozostałe osoby ani korzyści biznesowych poprzez prowadzenie konta pod swoją marką osobistą. W takim przypadku, nazwa może mieć mniejsze znaczenie. Prowadząc konto wyłącznie dla siebie i swojego osobistego zadowolenia, to oczywiście możesz używać dowolnej nazwy, która ci odpowiada.



A JAK TO WYGLĄDA W PRZYPADKU PROFILI FIRMOWYCH?



W dwóch miejscach nazwa "Klinika Orłowo" została zapisana w ten sam sposób: razem jako "klinikaorlowo" i oddzielnie jako "imię i nazwisko". Jeśli zależy nam, aby docierać nie tylko do osób, które nas znają, bo te wpiszą w wyszukiwarkę klinika Orłowo i nas znajdą to w tej rubryce "imię i nazwisko", **(czyli na zdjęciu nazwa pogrubiona)**, powinna zawierać inną frazę, która nawiązuje do konkretnych usług, jakie ta klinika w Orłowie oferuje.



Ten przykład pokazuje, że jeśli ktoś zna salon "Manilady", może wpisać tę nazwę w wyszukiwarce na Instagramie lub w Google i znaleźć konto kliniki. W rubryce "imię i nazwisko" nie było sensu wpisywać tego samego, dlatego użyto frazy "makijaż permanentny Olsztyn". Domyślam się, że to jest to usługa najważniejsza w tym salonie i najbardziej korzystna, więc spośród wielu, akurat ta została wyróżniona z dopiskiem lokalizacji. Dzięki temu osoby, które jeszcze nie znają tego salonu, mogą trafić na jego profil po wpisaniu tego hasła w Google lub na Instagramie. Taki zabieg pozwala zdobywać nawet do 50 klientek miesięcznie organicznie, bez konieczności prowadzenia działań reklamowych.

PRZEJDŹMY DO MOJEJ ULUBIONEJ CZĘŚCI - BIOGRAMU!

NO WŁAŚNIE... I CO TERAZ? JAK ZATRZYMAĆ TAKIEGO ODBIORCĘ, ABY ZDECYDOWAŁ SIĘ OBSERWOWAĆ PROFIL?

W biogramie zadbaj o to, aby unikać używania #, ponieważ nie chcesz, aby odbiorcy zostali przekierowani do konkretnych hashtagów. Zamiast tego, skup się na opisaniu siebie lub swojej działalności. Ponadto, zaleca się unikanie umieszczania swojego adresu e-mail w biogramie. Firmy będą kontaktować się z Tobą prywatnie.



JAK WIĘC SKOMPONOWAĆ IDEALNY BIOGRAM? (PROFIL OSOBISTY)

1. Lokalizacja / specjalizacja / wartość, którą niesiesz / kim jesteś
2. Osiągnięcia / cele, do których dążysz / pasje
3. Motto / to, czego inni mogą spodziewać się na Twoim profilu / inne informacje
4. Zachęta do obserwacji / inne

Warto otworzyć notatnik i wpisać w każdej rubryce kilka odpowiedzi, na przykład:

KIM JESTEM?

1. Ekspert ds. mediów społecznościowych
2. Specjalista ds. Social Media
3. Promotor Instagrama
4. Rozwijam profile prywatne i firmowe



a następnie wybrać tę, która odpowiada najbardziej.

A CO JEŚLI PROWADZĘ PROFIL FIRMOWY?

W przypadku biogramu dla firm może to być bardziej skomplikowane, ponieważ każda firma jest inna. Jedna firma oferuje usługi lokalne, na przykład w Krakowie, podczas gdy inna działa na terenie całej Polski. W związku z tym, jedna firma będzie musiała poinformować o swojej lokalizacji, na przykład informując, że znajduje się w Krakowie i przyjmuje klientów na zabiegi, podczas gdy inna firma nie będzie musiała podawać takich informacji, ponieważ oferuje dostawę na terenie całej Polski. Pozwól, że przytoczę przykład z mojej osobistej perspektywy.



MATEUSZ CO OFERUJESZ?

**ZWIĘKSZE KAŻDĄ LICZBĘ NA
TWOIM PROFILU**

**A CO JEŚLI PROWADZĘ
FIRMĘ?**

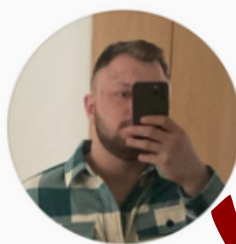
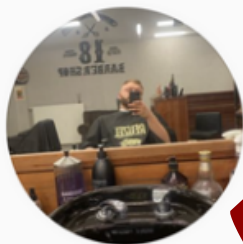
**STWORZĘ REKLAMY
SPRZEDAŻOWE DLA TWOJEJ
FIRMY**

**GDZIE MOGĘ ZNALEŹĆ
WIĘCEJ INFORMACJI NA
TEMAT PROMOWANIA?**

**ZAPRASZAM DO ODWIEDZENIA
MOJEJ STRONY INTERNETOWEJ
WWW.MATEUSZSOBIERSKI.PL.**



ZDJĘCIA PROFILOWE - NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ?



Na każdym zdjęciu pojawiając się ja, ale nie zawsze udaje mi się przyciągnąć uwagę. Są po prostu takie zdjęcia, które nie nadają się na nasze profile... Jeśli polubisz czyjś post, a twój profil ma słabe zdjęcie, nikt nie będzie zainteresowany tobą, a ty marnujesz swój potencjał. Jednak gdy twoje zdjęcie profilowe jest wyraziste i wysokiej jakości, istnieje o wiele większe prawdopodobieństwo, że ktoś zainteresuje się Twoim profilem. W przypadku firm idealnym zdjęciem profilowym jest czytelne i profesjonalne logo. Natomiast dla kont osobistych zdecydowanie najlepszym wyborem jest jakościowe zdjęcie, na którym twarz twórcy jest wyraźnie widoczna. Jeśli na dodatek masz uśmiech - to idealnie. Nawet jeśli piszysz do firm w sprawie współpracy, to w pierwszej kolejności widzą twoje zdjęcie i nazwę użytkownika.



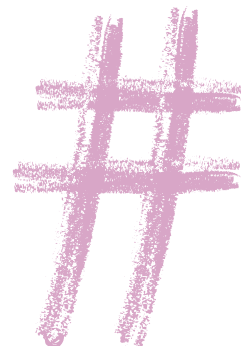
PRZEJDŹMY ZATEM DO HASZTAGÓW!

CZY WARTO I JAKIE HASZTAGI UŻYWAĆ?

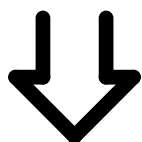
Hasztagi są narzędziem, które pomaga w zwiększaniu widoczności Twoich postów i dotarciu do nowych odbiorców. Twój post musi zawierać odpowiednie hasztagi. Jednak ich ilość nie jest najważniejsza. Najważniejsza jest jakość. Jeśli potrafisz opisać swoje zdjęcie lub opis słowami kluczowymi, to dodaj nawet maksymalną liczbę hasztagów, czyli 30. Warto również uwzględnić lokalizację, np. #Polska #Miasto. Dodaj tylko rzeczywiste lokalizacje postu, a nie wszystkie.



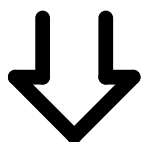
JAKIE KORZYŚCI NIESIE DODAWANIE HASZTAGÓW?



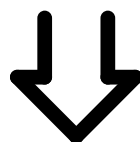
ZWIĘKSZENIE
ZASIĘGU



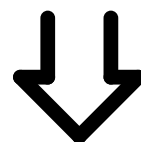
KATEGORYZACJA
TREŚCI



UŁATWIENIE
ODKRYWANIA



UDZIAŁ



DODANIE
ODPOWIEDNICH
HASZTAGÓW
UMOŻLIWIA TWOIM
POSTOM DOTARCIE
DO OSÓB, KTÓRE
NIE SĄ JESZCZE
TWOIMI
OBSERWUJĄCYMI,
ALE INTERESUJĄ SIĘ
DANYM TEMATEM.
DZIĘKI TEMU
MOŻESZ
PRZYCIĄGNĄĆ
NOWYCH
UŻYTKOWNIKÓW
I ZWIĘKSZYĆ
ZASIĘG TWOICH
POSTÓW.

HASZTAGI
POZWALAJĄ NA
KATEGORYZOWANIE
TREŚCI
I GRUPOWANIE ICH
W OKREŚLONE
TEMATY. DZIĘKI TEMU
UŻYTKOWNICY MOGĄ
ŁATWIEJ ZNALEZĆ
TREŚCI ZWIĄZANE Z
ICH
ZAINTERESOWANIAM
, PRZEGLĄDAJĄC
KONKRETNE
HASZTAGI.

OSOBY, KTÓRE
INTERESUJĄ SIĘ
KONKRETNymi
TEMATAMI, CZĘSTO
PRZEGLĄDAJĄ
HASZTAGI, ABY
ZNALEZĆ NOWE
TREŚCI I KONTA DO
OBSERWOWANIA.
DODAJĄC
ODPOWIEDNIE
HASZTAGI, MASZ
WIĘKSZE SZANSE NA
TO, ŻE TWOJE POSTY
ZOSTANĄ ZAUWAŻONE
PRZECZ TAKIE OSOBY.

HASZTAGI SĄ RÓWNIEŻ
UŻYWANE DO
UCZESTNICTWA
W AKTUALNYCH
TRENDACH,
WYDARZENIACH CZY
KAMPANIACH
SPOŁECZNOŚCIOWYCH
. DODAJĄC
ODPOWIEDNIE
HASZTAGI ZWIĄZANE
Z BIEŻĄCYMI
TEMATAMI, MOŻESZ
DOŁĄCZYĆ DO
ROZMOWY I
WZMOCNIĆ SWOJĄ
OBECNOŚĆ NA
INSTAGRAMIE.

**PAMIĘTAJ, ŻE WYBÓR ODPOWIEDNICH HASZTAGÓW JEST BARDZO
WAŻNY. STARAJ SIĘ UŻYWAĆ HASZTAGÓW POPULARNYCH, ALE
JEDNOCZEŚNIE ZWIĄZANYCH Z TREŚCIĄ TWOJEGO POSTA.**

MAŁY POMOCNIK - GENERATOR HASZTAGÓW

JEŚLI SZUKASZ FAJNEJ STRONY DO GENEROWANIA HASZTAGÓW, SPRAWDŹ TĄ: WWW.TAGSFINDER.COM.

Wpisz hashtagi

W polu poniżej wprowadź do 10 hashtagów, znajdziemy dla Ciebie kolejne hashtagi.

na przykład. boy, girl, selfie, photo

 Poland

Szukaj!

WPISUJESZ SŁOWO KLUCZ, A SYSTEM PODPOWIADA CI PODOBNE LUB POWIĄZANE HASZTAGI. WAŻNE JEST JEDNAK ODPOWIEDNIE DOSTOSOWANIE WYBORU HASZTAGÓW DO TREŚCI TWOJEGO POSTA. JEŚLI JESTEŚ KOBIETĄ, UNIKAJ DODAWANIA HASZTAGÓW TAKICH JAK #POLISHBOY, A W PRZYPADKU MĘŻCZYZN - UNIKAJ DODAWANIA HASZTAGÓW SKIEROWANYCH DO KOBIET.

DODAWANIE NIEODPOWIEDNIH HASZTAGÓW, KTÓRE NIE SĄ ZWIĄZANE Z TREŚCIĄ TWOJEGO POSTA, MOŻE NARAZIĆ TWÓJ PROFIL NA SHADOWBAN. INSTAGRAM NIEPRZYCHYLNIE ODNOSI SIĘ DO SPAMU I MOŻE NAŁOŻYĆ OGRANICZENIA LUB ZABLOKOWAĆ HASZTAG, KTÓRY ZOSTAŁ UŻYTY NIEODPOWIEDNIO. TAKIE DZIAŁANIE MOŻE ZNACZĄCO OGRANICZYĆ ZASIĘG TWOICH POSTÓW, NAWET JEŚLI UŻYWASZ ODPOWIEDNIH HASZTAGÓW.

A CO JEŚLI CHYBA JUŻ MAM SHADOWBANANĄ?

JEŚLI MASZ
PODEJRZENIE, ŻE
TWÓJ PROFIL MOŻE
BYĆ OBJĘTY
SHADOWBANEM,
MOŻESZ TO
SPRAWDZIĆ,
WPISUJĄC NAZWĘ
SWOJEGO KONTA Z
INNEGO KONTA. JEŚLI
TWÓJ PROFIL
NORMALNIE SIĘ
WYŚWIETLA, TO NIE
MASZ SHADOWBANU.
JEŚLI JEDNAK NIE
JEST WIDOCZNY,
ISTNIEJE
PRAWDOPODOBIENST
WO, ŻE TWÓJ PROFIL
JEST OBJĘTY
SHADOWBANEM.



NALEŻY PAMIĘTAĆ, ŻE SHADOWBAN MOŻNA UNIKNĄĆ
LUB ZDJĄĆ POPRZECZ SYSTEMATYCZNE PUBLIKOWANIE
WARTOŚCIOWYCH TREŚCI

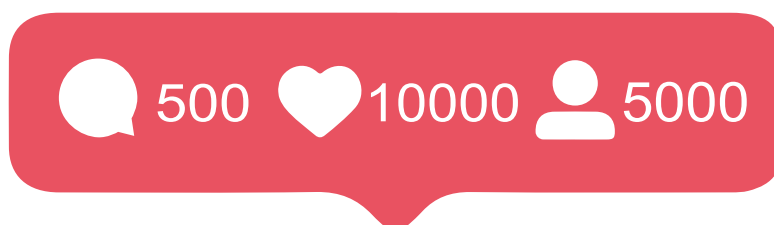
Z ODPOWIEDNIMI HASZTAGAMI. WAŻNE JEST
UTRZYMANIE SPÓJNEJ AKTYWNOŚCI NA KONCIE
I UNIKANIE DZIAŁAŃ, KTÓRE MOGĄ BYĆ UZNANE ZA
SPAM. REGULARNE PUBLIKOWANIE I INTERAKCJA Z
INNymi UŻYTKOWNIKAMI PRZYCZYNIAJĄ SIĘ DO
BUDOWY ZAANGAŻOWANIA
I ZASIĘGU NA INSTAGRAMIE.

ZDOBYWANIE FOLLOW



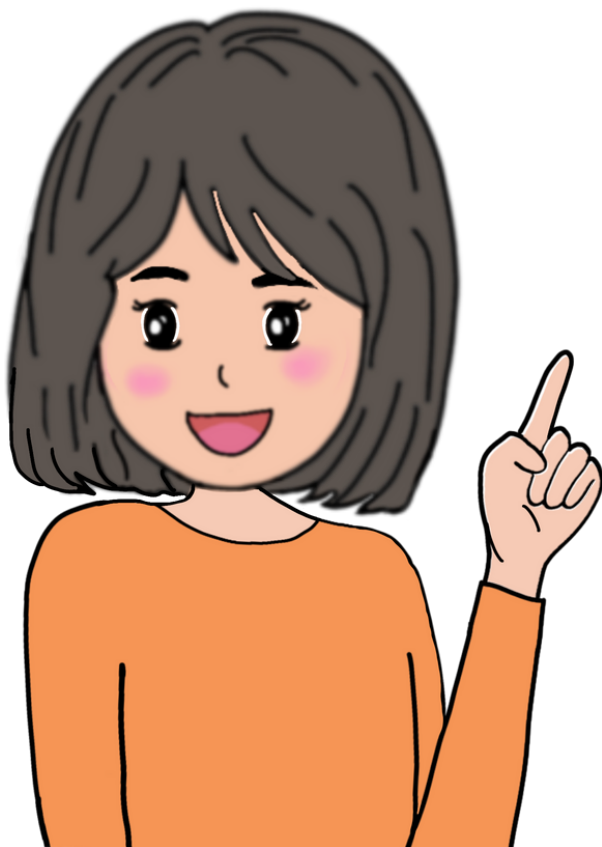
JAK ZA DARMO ZDOBYĆ OBSERWUJĄCYCH?

Wchodź w interakcję z innymi (pamiętaj, że każde konto ma limity). Jeśli masz nowe konto, rozpocznij od obserwacji 20 dziennie. Jeśli Twój profil istnieje dłużej, niż pół roku, spokojnie możesz zaobserwować po 120-170 kont każdego dnia. Jeśli prowadzisz np. salon tatuażu we Wrocławiu, polecam wchodzić w listę obserwujących innego salonu z Wrocławia i obserwować z góry na dół wszystkie osoby. Tak samo w każdym innym przypadku, niezależnie czy prowadzisz firmę czy jesteś mamą i chcesz docierać do osób, które obserwują inne mamy.



Pamiętaj, aby nie przekraczać tych limitów, ponieważ Instagram może ograniczyć Twoją możliwość interakcji na kilka godzin. To nie jest szkodliwe dla Twojego profilu, ale trzeba odczekać, zanim będzie można kontynuować te działania.

Najlepiej przez 2-3 dni obserwuj ludzi, a następnie przez kolejne 2-3 dni odobserwuj ich, zaczynając od najnowszych w swojej liście obserwowanych. Możesz w ten sposób zdobyć od 1000 do 3000 obserwujących w ciągu miesiąca, jeśli Twój profil jest interesujący i wart uwagi, a taki będzie po przeczytaniu i wdrożeniu wiedzy z tego ebooka.



PUBLIKOWANIE ZDJĘĆ I RELACJI

O KTÓREJ I JAK CZĘSTO PUBLIKOWAĆ POSTY?



Tak, zgadza się. To jest korek samochodowy. Pewnie zastanawiasz się dlaczego go tu umieściłem? Otóż mam pewne spostrzeżenie dotyczące zachowań użytkowników Instagrama, którzy często starają się publikować zdjęcia o godzinie 18:00 lub wieczorem. Pytanie brzmi: dlaczego?



Proponuję spróbować wrzucać posty o godzinie 9-10 rano, gdy większość użytkowników wchodzi na Instagram, aby przeglądać go, ale sami nie publikują w tym czasie. Moim zdaniem, dzięki temu Twój post będzie miał większą szansę dotarcia do szerszego grona odbiorców i wygenerowania większej aktywności. Jeśli nasz odbiorca obserwuje na przykład 500 kont i 100 z nich publikuje zdjęcia o tej samej porze, to istnieje ryzyko, że ten odbiorca zauważy jedynie 10-20 nowych postów, a resztę przegapi. Podobnie jak w przypadku korków w dużych miastach, istnieją godziny, kiedy warto wyruszyć w podróż, ponieważ nie ma korków, oraz godziny, jak na przykład 18:00, kiedy podróż trwa dłużej z powodu dużego ruchu.



JAKIE POSTY PUBLIKOWAĆ?

Koniecznienależy zrezygnować z selfie, zdjęć w lustrze i innych zdjęć, które nie przedstawiają nas osobiście. Takie zdjęcia tylko zaśmiejają nasz profil. Powinniśmy skupić się na budowaniu naszej marki osobistej i pokazywaniu siebie w różnych miejscach i w ładnych stylizacjach. To pokaże np. przyszłym firmom odzieżowym, z którymi chcielibyśmy współpracować, że jesteśmy kreatywni i interesujący. Nie powinniśmy reklamować ubrań za pomocą prostych zdjęć w lustrze. W przypadku firm, zdjęcia powinny być wysokiej jakości, a konkretny rodzaj zależy od branży. Na przykład, właścicielka butiku powinna unikać dodawania wszystkich zdjęć odzieży w lustrze, ponieważ to wygląda mało profesjonalnie. Zamiast tego, mogłaby zatrudnić osoby do robienia sesji w odzieży w różnych ciekawych miejscach lub sama robić zdjęcia stylizacji w różnych lokalizacjach, aby przyciągnąć uwagę i w korzystniejszej przedstawić swój butik.

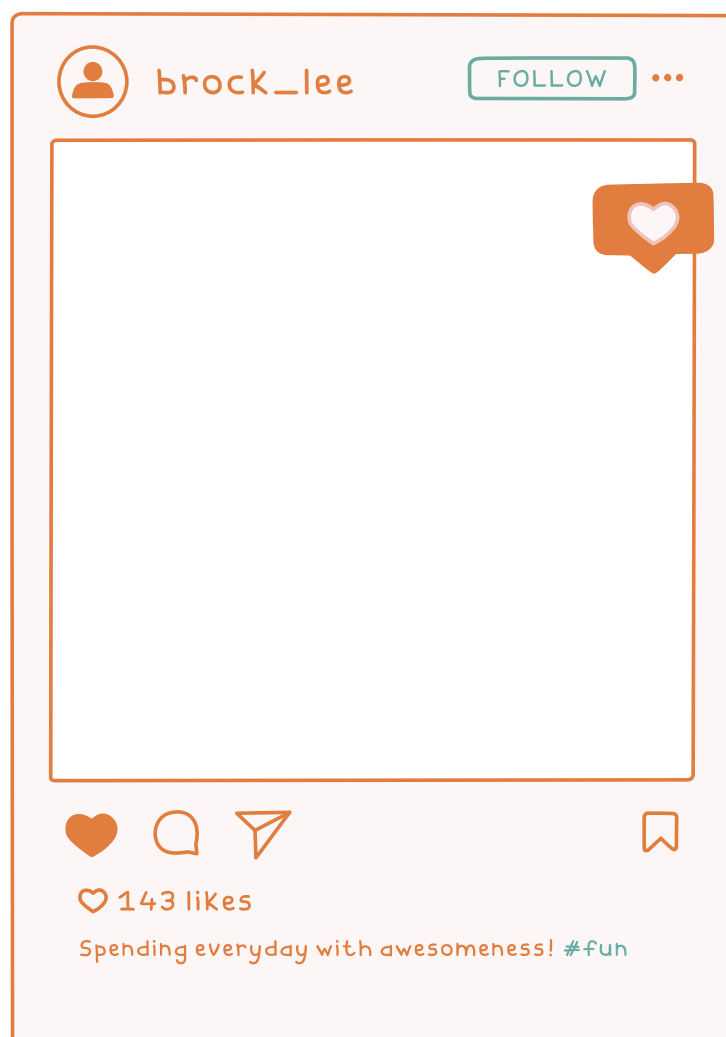


Nie potrzebujemy profesjonalnego fotografa, aby zdjęcia wyszły ładnie. Wystarczy zwykły telefon i osoba, która zrobi nam kilka zdjęć, z których będziemy mogli wybrać najlepsze do publikacji. Przed dodaniem zdjęć warto również edytować ich kolory lub zainwestować w filtry, które dostosują ich kolorystykę do estetycznego wyglądu Instagrama. Koszt takiego filtra to zazwyczaj 15-30 zł, a znacząco poprawia wygląd zdjęć, ale o nich wspomniałem w dalszej części poradnika.



CO POWINIEN ZAWIERAĆ OPIS POSTA?

Nie powinniśmy zostawiać pustego opisu w poście. Każdy opis powinien mieć jakąś wartość, motywację, cytaty, powiedzenie - cokolwiek! Na przykład, jeśli jesteśmy na wakacjach i publikujemy zdjęcie z zabytkiem, możemy opowiedzieć o nim w interesujący sposób, podzielić się ciekawostkami. Jeśli wrzucamy zdjęcie z siłowni, warto podzielić się jakimś cytatem lub motywacją. Ważne jest dostosowanie opisów do tematyki zdjęcia i zainteresowanie odbiorców nie tylko samym zdjęciem, ale także opisem. Możesz również dodać wezwanie do działania lub pytanie, aby zachęcić odbiorców do interakcji z Tobą.



A CO Z RELACJAMI? CZY POWINNIŚMY JE DODAWAĆ CODZIENNIE?

Właściwie nie. Jak wspomniałem wcześniej o postach, tak samo dotyczy to relacji. Jeśli będziemy dodawać je bezmyślnie, możemy zanudzić naszych obserwujących. Nie wrzucaj byle czego tylko po to, żeby coś wrzucić. Jeśli masz coś ciekawego i wartościowego, co zainteresuje Twoich obserwujących, śmiało to udostępnij. Jednak w przeciwnym przypadku, gdy ludzie będą pomijać Twoje relacje, co zaskutkuje tym, że algorytm przestanie je pokazywać innym użytkownikom. To oznacza, że nie ma sensu kontynuować bezcelowych publikacji, które tylko mogą zniechęcić Twoją widownię. W ten sposób łatwo jest stracić odbiorców.



WIĘCEJ WCALE NIE OZNACZA LEPIEJ

CZY WARTO MIEĆ WYRÓŻNIONE RELACJE?

Oczywiście! To absolutnie konieczne, aby nadać im nazwy, które od razu będą informować naszych obserwujących, o czym są. Na przykład, ja mam wyróżnione relacje:

1. Zasięg 2. Opinie 3. Moje życie 4. Treningi i wiele innych.



Zasięg 😊



Opinie 2.0



Opinie



STAR ★



Treningi 🥊



Moje 📸



Walka 🥊



Występy 🎬

Dzięki temu wszystko jest pięknie uporządkowane, tworzymy swego rodzaju pamiętnik, a także ułatwiamy odbiorcom odnalezienie interesujących ich treści na naszym profilu. Warto również zadbać o ikonki dla wyróżnionych relacji, które można bezpłatnie stworzyć na stronie canva.com. To zajmuje tylko kilka minut, a efekt jest niesamowity.

BRAK POMYSŁU NA TEMATYKĘ PROFILU?

Nie wiesz jaki контент tworzyć? Pomyśl o tym, co naprawdę lubisz w życiu robić, może masz jakąś pasję - warto się nią dzielić, nawet jeśli twoje życie jest czasami monotonne - nie martw się, większość ludzi tak funkcjonuje. Ważne jest, aby budować swoją osobistą markę i publikować zdjęcia z interesujących "sesji", ponieważ takie profile mają potencjał zarabiania większych sum pieniędzy i przyciągania zainteresowania firm w celu współpracy.



MAM DLA CIEBIE KILKA WSKAZÓWEK!

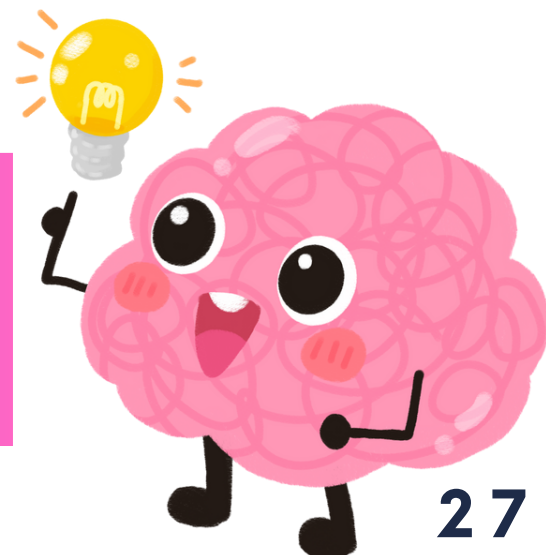
Przedstaw swoje pasje i zainteresowania: Podziel się tym, co Cię pasjonuje. Może to być gotowanie, podróże, moda, sport, sztuka lub cokolwiek innego. Pokaż innym, czym się fascynujesz i dlaczego.

Dziel się swoimi doświadczeniami: Podziel się swoimi osobistymi historiami, wskazówkami lub refleksjami. Możesz opowiedzieć o czymś, co Cię nauczyło lub w czym się rozwijasz. To może być inspirujące dla innych.

Pokaż kulisy swojego życia: Instagram to idealne miejsce do pokazania swojej autentyczności. Podziel się kulisy swojej pracy, codziennymi rytuałami, zaangażowaniem w projekty lub chwilami relaksu. Pozwól innym poznać Cię bliżej.

Udostępniaj porady i wskazówki: Jeśli posiadasz pewne umiejętności lub wiedzę, podziel się nią z innymi. Możesz udostępniać porady dotyczące pielęgnacji skóry, zdrowego stylu życia, organizacji czasu, fotografii itp.

Stwórz serię treści: Możesz stworzyć serię postów na temat określonej tematyki. Na przykład, jeśli interesujesz się modą, możesz tworzyć cotygodniowe posty o stylizacjach, trendach czy ulubionych markach.



CZYM JEST GRUPA WSPARCIA?

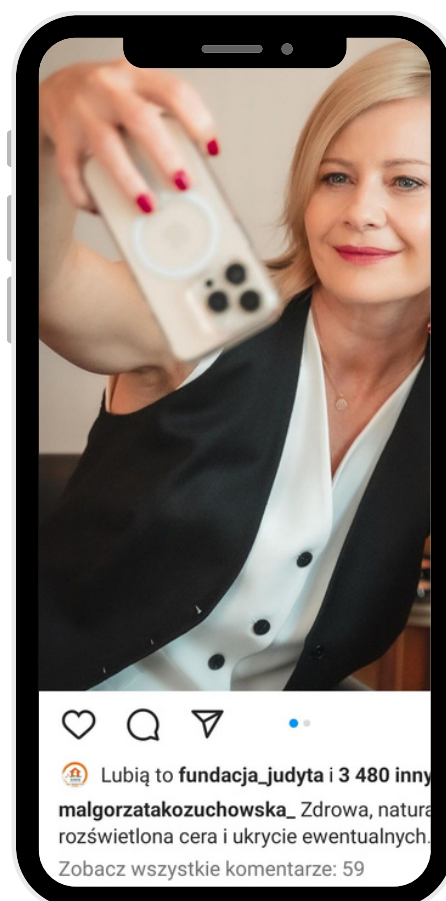
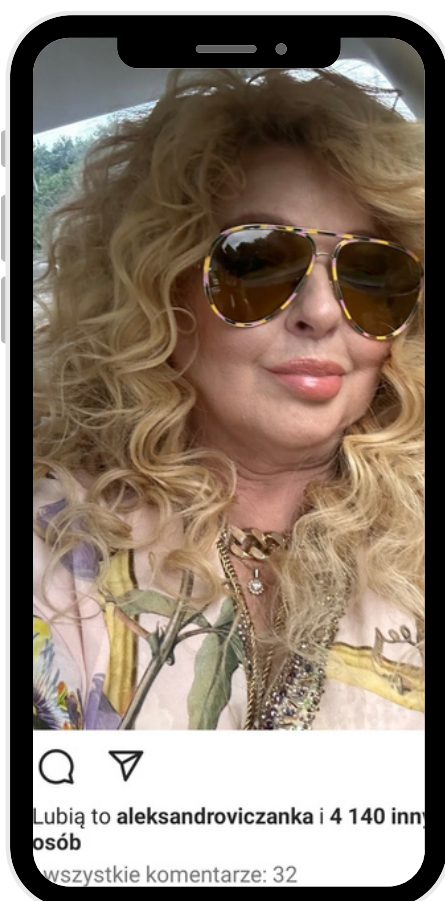
Dla tych, którzy nie wiedzą - jest to grupa, w której np. 100 kobiet wzajemnie komentuje swoje nowo opublikowane zdjęcia.



Znam osoby, które poświęcały na to kilka godzin dziennie, ale w zamian otrzymywały dużą ilość komentarzy pod swoimi postami. W mojej opinii jest to kompletnie bezsensowne i nie warto poświęcania tak dużo czasu. Jeśli zajmowałoby to tylko 5 minut dziennie, byłoby to opłacalne, a tak oprócz pustych komentarzy nie ma z tego żadnej wartości, a tracimy kilka godzin.

Często widzę nawet osoby, które nie rozumieją tego i mają 1000 obserwujących, a 200 komentarzy- jest to nienaturalne, ponieważ nawet popularni celebryci w Polsce, posiadający miliony obserwujących, nie osiągną takiej liczby komentarzy (100-200), a co dopiero osoba, której praktycznie nikt nie zna.

PRZYKŁADY GWIAZD I ZAANGAŻOWANIA ICH FANÓW:



W REZULTACIE, ZAMIAST PRZYCIĄGAĆ UWAGĘ FIRM I ZACHĘCAĆ DO WSPÓŁPRACY, ODSTRASZAMY JE, PONIEWAŻ OD RAZU WIDAĆ, ŻE COŚ JEST NIE TAK.

"PROMUJ POST" - DLACZEGO UNIKAĆ?

"Promuj post" to niekorzystne rozwiązanie! Często ludzie promują swoje zdjęcia na Instagramie za niewielkie kwoty, takie jak 5-15 zł, korzystając z przycisku 'Promuj post'. Jednak jest to bardzo złe rozwiązanie. Ta opcja służy głównie temu, aby Instagram zauważył, że zależy nam na zasięgu. Na początku może przynieść fajne wyniki, ale z każdą kolejną promocją będziemy wydawać coraz więcej pieniędzy za coraz mniejszy zasięg. Instagram ma tendencję do myślenia, że jeśli jesteśmy gotowi płacić, to będziemy to robić. Stopniowo ogranicza zasięg naszych promowanych postów, abyśmy płacili więcej.



Dodatkowo, opcja 'Promuj post' ma ograniczone możliwości. Nie możemy przeprowadzić jednocześnie testów wielu konfiguracji, aby znaleźć optymalną. Nie ma również precyzyjnego określenia grupy odbiorców ani innych czynników, które oferuje menedżer reklam. Dlatego jeśli ktoś zamierza się reklamować, polecam skorzystanie z narzędzi menedżera reklam. Jednak trzeba pamiętać, że jeśli nie posiadamy odpowiedniej wiedzy, możemy sobie bardziej zaszkodzić i to jest najczęstszy problem u moich klientów, którzy kiedyś uparcie mówili, że nie zainwestują w specjalistę pieniędzy, bo sami mogą ustawić sobie reklamę, dopóki... nie stracili sporej ilości pieniędzy! Także trzeba uważać i skromnie napiszę, że w temacie promocji polecam siebie! :D



Menedżer reklam to narzędzie, które przynosi lepsze wyniki i oferuje ciekawsze opcje. Jednak łatwiej jest stracić znacznie więcej pieniędzy, gdy nie potrafimy dobrze skonfigurować reklam. Na co dzień ustawiam dziesiątki, a nawet i setki nowych reklam dla klientów, z różnymi celami. Dzięki mojemu doświadczeniu i opracowanym strategiom osiągam lepsze wyniki przy budżecie 10 zł niż ktoś, kto wydaje 100 zł. Wielokrotnie to udowodniłem wielu osobom. Do dziś są moimi klientami, a było to dość dawno temu!



POSTAW NA PROFESJONALIZM I NIE TRĄĆ KASY! :D

CZYM JEST KONTO PROFESJONALNE I CZYM SIĘ RÓŻNI OD KONTA OSOBISTEGO?

Konto profesjonalne na Instagramie to specjalny rodzaj konta, który oferuje dodatkowe funkcje i narzędzia przeznaczone głównie dla użytkowników prowadzących działalność, bądź twórców, którym zależy na statystykach.



Oto kilka różnic między kontem profesjonalnym a kontem osobistym na Instagramie:

1. Kategorie konta: Konto profesjonalne pozwala użytkownikom wybrać kategorię dla swojego profilu, taką jak firma, twórca treści, sklep, usługi publiczne itp. Dzięki temu można dostosować profil do specyfiki prowadzonej działalności.

2. Dane kontaktowe: Konto profesjonalne umożliwia dodanie informacji kontaktowych, takich jak adres e-mail, numer telefonu lub adres firmy. Użytkownicy mogą udostępnić te dane na swoim profilu, ułatwiając potencjalnym klientom lub współpracownikom kontakt z nimi.

3. Statystyki: Konto profesjonalne zapewnia dostęp do szczegółowych statystyk dotyczących aktywności na koncie, takich jak liczba wyświetleń, zasięg, zaangażowanie użytkowników i wiele innych. Dzięki tym danym można lepiej monitorować skuteczność działań i ocenić, jak dobrze funkcjonuje profil oraz kiedy osiągamy najlepsze wyniki.

4. Przyciski akcji: Konto profesjonalne pozwala na dodanie przycisków akcji do profilu, takich jak "Kontakt" lub "Zakup teraz". Ułatwia to użytkownikom podejmowanie konkretnych działań, takich jak kontaktowanie się z firmą lub dokonywanie zakupów jednym kliknięciem na profilu.

Użytkownicy posiadający konto osobiste mogą w dowolnym momencie przekształcić je w profesjonalne, aby skorzystać z tych dodatkowych funkcji. Przejście na konto profesjonalne nie wymaga dodatkowych opłat i można to zrobić w ustawieniach.

RZECZY, KTÓRE WARTO WIEDZIEĆ

**TUTAJ BĘDĘ WSPOMINAŁ O RÓŻNYCH
FAKTACH, KTÓRE MOŻE NIEKONIECZNIE
POMOGĄ W ROZWOJU KONTA, ALE Z
PEWNOŚCIĄ WARTO, ABY KAŻDY O NICH
WIEDZIAŁ I BYŁ TEGO ŚWIADOMY.**

Ogromny zasięg za niewielkie pieniądze?! Już za kilka złotych możemy dotrzeć do nawet kilkaset tysięcy osób poprzez płatną reklamę, ale niektórzy wydając 10 razy więcej pieniędzy, nie będą w stanie osiągnąć takich wyników jak ja. Dlaczego? Ponieważ posiadam sprawdzone strategie i wiedzę, dzięki którym wykorzystuję pieniądze klienta w 100% i nie marnujemy ani jednego grosza.



JAK SPRAWDZIĆ REKLAMY KONKURENCJI?

Często zastanawiamy się, skąd konkurencja ma nagle tylu klientów i wszyscy o niej słyszą. Często odpowiedź jest prosta: inwestuje w reklamy i przyciąga osoby, które poszukują produktów lub usług, których oferujesz, ale nie znają nikogo z tej branży, aby dokonać zakupu. Aż tu nagle wyświetla się im reklama Twojej konkurencji, co powoduje, że klienci zamiast u Ciebie to kupują u niej. Oczywiście, pod warunkiem, że reklama jest prawidłowo skonfigurowana, a to nie jest takie proste, ale o tym porozmawiamy już za chwilę. Na razie poniżej znajdziesz link do "biblioteki reklam", gdzie wystarczy wpisać nazwę konkretnej firmy w wyszukiwarce, aby zobaczyć wszystkie jej reklamy lub brak aktywnych reklam, jeśli w danym momencie nie ma żadnej. [Link do biblioteki reklam]

www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=PL&media_type=all

Biblioteka reklam

Wyszukaj wszystkie reklamy wyświetlane obecnie na platformach Meta. Aby znaleźć reklamę, wyszukaj słowa kluczowe lub reklamodawcę.

W Bibliotece reklam archiwizowane są również reklamy na tematy społeczne, wyborcze i polityczne przez 7 lat. Wyszukaj szczegółowe informacje o takich reklamach, np. kto za nie zapłacił albo kto był targetowany przez reklamodawcę.

[Zobacz nowości](#)



Szukaj reklam

Ustaw lokalizację i wybierz kategorię reklam, aby rozpocząć wyszukiwanie. [Zobacz wskazówki dotyczące wyszukiwania](#)

Polska ▼

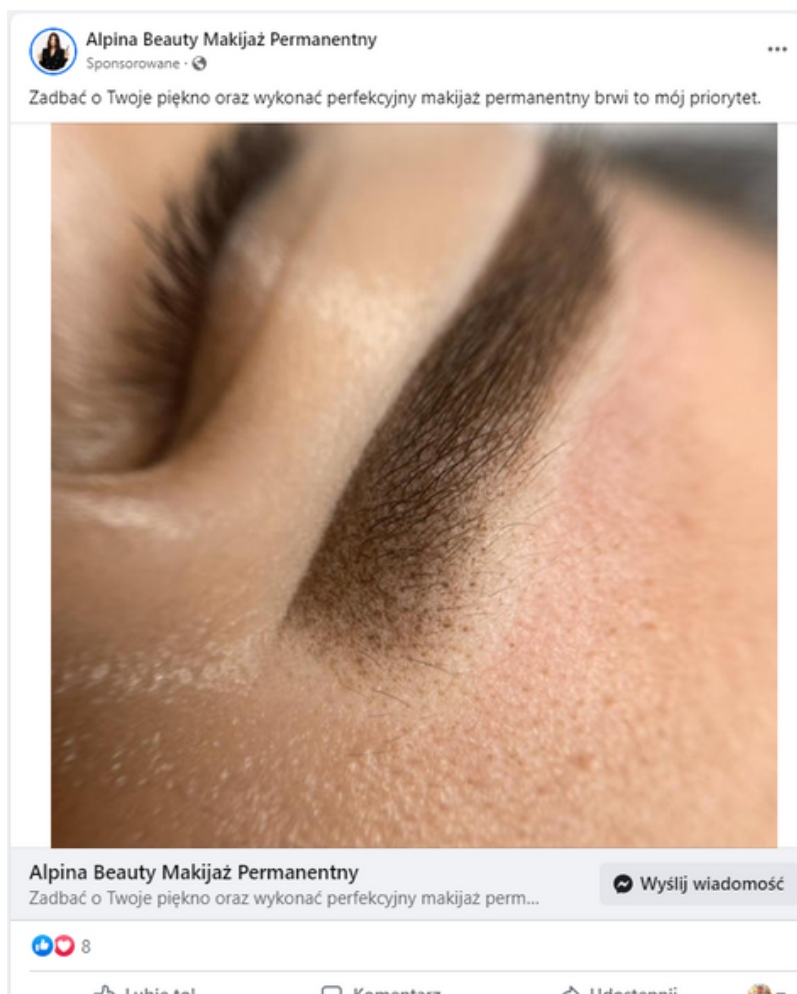
📁 Wszystkie reklamy ▼



Wyszukaj według słów kluczowych lub nazw reklamodawców

PRZYKŁAD ZŁEJ REKLAMY

Powyżej wspomniałem, że są reklamy, które mogą być źle ustawione i pierwsza myśl, która może przychodzić to: „ale jak to, reklama źle ustawiona? Przecież reklama to reklama” - otóż nie. Poniżej taki jeden przykład...



Reklama makijażu permanentnego brwi - zacznijmy od samej góry. Opis: brakuje tu czegoś, co mogłoby zachęcić do skorzystania z usługi makijażu permanentnego brwi oraz wyjaśnić, dla kogo jest on przeznaczony i jakie korzyści może przynieść. Wymienianie oczywistych faktów, takich jak dbanie o piękno, które jest priorytetem dla wielu osób wykonujących podobne usługi, nie dostarcza wystarczających informacji.

Nagłówek, czyli miejsce na dole, pod zdjęciem "Alpina Beauty Makijaż Permanentny", powinno zawierać krótkie hasło, które przekieruje i zachęci odbiorców do kontaktu z wykonawczynią makijażu permanentnego.

Na przykład: "Umów się jednym kliknięciem! Zapytaj o więcej informacji! ➡ " - cokolwiek, co skieruje uwagę i zachęci do działania. Obecnie brakuje tego w nagłówku.

To jednak nie koniec! Najgorsze dopiero przed nami, ponieważ reklama z usługą dla kobiet dociera również do mężczyzn, a przez to Ta Pani traci mnóstwo pieniędzy na budżet reklamowy. Ponadto sam cel reklamowy jest źle ustawiony. Reklama opublikowana została niedawno, a już zdobyła dużo polubień. To już znak, że coś jest nie tak, ponieważ reklamy sprzedażowe zazwyczaj nie otrzymują polubień, mimo że mogą wydawać nawet 2000 zł. Prawidłowy cel reklamowy dla tego typu usług optymalizuje wyświetlanie reklamy do osób, które nie będą lajkować postów tylko będą kupować. Każdy z nas jest przypisany do innej grupy użytkowników. Jedni są przypisani do osób, które wszystko lubią, ale nic nie kupują, drudzy do takich, którzy nic nie lajkują, ale kupują, a trzeci którzy tylko przeglądają posty. Dlatego tak ważne jest dobranie właściwego celu reklamowego, aby docierać do osób, które aktywność wykażą w postaci zakupu, a nie polubienia. W przypadku tej reklamy brakuje też atrakcyjnego formularza dla klientów po kliknięciu "Wyślij wiadomość", co mogłoby dodatkowo zwiększyć liczbę wiadomości od potencjalnych klientek. To nie jest jednak wszystko, bo domyślam się, że gdybym wszedł do statystyk tej reklamy to już zupełnie złapałbym się za głowę...

PROBLEM Z KONTEM CZY AWARIA INSTAGRAMA?

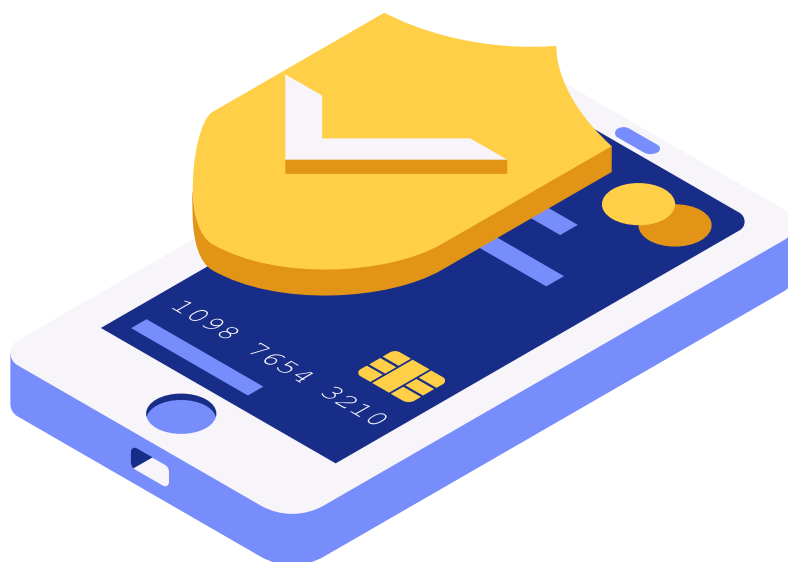
Będąc już przy tematach "awarii", nie można nie wspomnieć o pytaniach, które często otrzymywałem od użytkowników Instagrama, gdy aplikacja miała problemy techniczne. Często pytano mnie, czy to problem z ich kontem, że np. nic nie działa i nie mogą nic zrobić na Instagramie, i o co dokładnie chodzi. Wielokrotnie uspokajałem te osoby, przesyłając im szybko stronę, na której można łatwo zweryfikować liczbę zgłoszeń dotyczących Instagrama i sprawdzić, czy w danym momencie występuje jakiś problem techniczny. Każdemu z nas zależy na swoim koncie i nie chcielibyśmy go stracić, dlatego warto znać tę stronę i regularnie sprawdzać, czy liczba zgłoszeń znacząco wzrasta.



MOŻESZ ZNALEŹĆ TĘ STRONĘ POD ADRESEM:
[HTTPS://DOWNDETECTOR.PL/STATUS/INSTAGRAM](https://downdetector.pl/status/instagram)

ZABEZPIECZENIE DWUSKŁADNIKOWE I OCHRONA PRZED KRADZIEŻĄ KONTA

Zacznijmy od wzmocnienia zabezpieczeń naszego konta, aby uniemożliwić nieautoryzowany dostęp w przypadku, gdy ktoś pozna nasze hasło. Jest to niezwykle istotne, ponieważ w przypadku nieautoryzowanego logowania na nieznane urządzenie, będzie wymagane wprowadzenie kodu SMS, który zostanie wysłany na nasz numer telefonu.



Jeśli chodzi o ryzyko kradzieży konta, chciałbym Cię ostrzec przed pewnym oszustwem, które czasami ma miejsce. Często ludzie podszywają się pod Instagrama lub Facebooka, kontaktując się z Tobą poprzez e-mail lub wiadomości na Instagramie, twierdząc, że musisz kliknąć w przesłany link w celu rozpatrzenia skargi lub odwołania. W przeciwnym razie grożą blokadą Twojego profilu w ciągu 48 godzin. Należy uważać na tego typu próby oszustwa, ponieważ Instagram ani Facebook nigdy nie będą żądać od Ciebie takich działań ani wyjaśnień.

Jeśli naruszysz regulamin, otrzymasz oficjalne powiadomienie bezpośrednio od Instagrama, które pojawi się jako wiadomość na ekranie, a nie jako wiadomość prywatna. Należy zawsze zachować ostrożność i nie klikać w żadne podejrzane linki. Choć może to brzmieć oczywiste, jak zasada "nie jedz słodczy od nieznajomego", niestety mam wielu klientów, którzy nieświadomie stracili swoje konta w ten sposób. Część z nich udało mi się pomóc w odzyskaniu, ponieważ posiadam odpowiednie umiejętności, ale zawsze lepiej unikać ryzyka.

Ustawienia konta -> Centrum kont -> Hasło i zabezpieczenia -> Uwierzytelnienie dwuskładnikowe



WARTO TEŻ ZROBIĆ NA FACEBOOKU!

MASZ PODEJRZENIA, ŻE KTOŚ MOŻE MIEĆ DOSTĘP DO TWOJEGO KONTA?

Aby upewnić się, czy ktoś nie jest obecnie zalogowany lub nie miał dostępu do Twojego konta w przeszłości, możesz to zweryfikować, wykonując kilka prostych kroków:

WEJDŹ W APLIKACJĘ INSTAGRAM
NA SWOIM TELEFONIE



NA PASKU NAWIGACYJNYM ZNAJDŹ IKONĘ PROFILU
(ZAZWYCZAJ W PRAWYM DOLNYM ROGU) I WEJDŹ W NIĄ

NASTĘPNIE, W PRAWYM GÓRNYM ROGU
EKRANU, DOTKNIJ TRZECH POZIOMYCH
KRESEK, ABY OTWORZYĆ MENU OPCJI.



ZNAJDŹ I WEJDŹ W "USTAWIENIA
I PRYWATNOŚĆ"

WEJDŹ W "CENTRUM KONT" I
KLIKNIJ W "HASŁO I
ZABEZPIECZENIA"



TERAZ DOTKNIJ "MIEJSCA LOGOWANIA"

NA LIŚCIE POJAWIĄ SIĘ INFORMACJE O WSZYSTKICH AKTYWNYCH
SESJACH LOGOWANIA NA TWOIM KONCIE. SPRAWDŹ, CZY
ROZPOZNAJESZ WSZYSTKIE URZĄDZENIA I LOKALIZACJE. JEŚLI
ZAUWAŻYSZ PODEJRZANE LUB NIEZNANE LOGOWANIA, MOŻESZ
WYLOGOWAĆ SIĘ Z TYCH SESJI, DOTYKAJĄC ODPOWIEDNIEJ OPCJI,
NA PRZYKŁAD "WYLOGUJ".

KROK PO KROKU...

1

agnieszka.swierad



Udostępnij utwór



101 posty

30,8 tys. obserwatorzy

1487 obserwowani

Agnieszka Świerad

agnieszka.swierad

GYM & Martial Arts Lover
Owner @LuxuryJeans.pl
Marketing Expert
Sprawdź

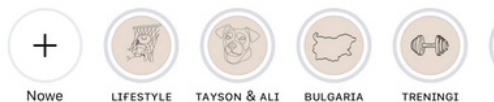
www.agnieszkaswierad.pl

Pulpit profesjonalny

W ciągu ostatnich 30 dni udało Ci się dotrzeć do 3,3 tys. kont.

Edytuj profil

Udostępnij profil



2

Ustawienia i prywatność

Zaplanowana zawartość

Twoja aktywność

Archiwizuj

Statystyki

Kod QR

Zapisano

Nadzór

Zamówienia i płatności

Bliscy znajomi

3

Meta
Centrum kont

Zarządzaj połączonymi funkcjami i ustawieniami kont we wszystkich technologiach firmy Meta, takich jak Facebook, Instagram i Meta Horizon. [Dowiedz się więcej](#)

Profile

[Dodaj więcej kont](#)

Połączone funkcje

Ustawienia konta

Konta

Dane osobowe

Hasło i zabezpieczenia

Twoje informacje i uprawnienia

4

Hasło i zabezpieczenia

Logowanie i odzyskiwanie

Zarządzaj swoimi hasłami, preferencjami logowania i metodami odzyskiwania.

Zmień hasło

Uwierzytelnianie dwuskładnikowe

Zapisane dane logowania

Weryfikacje tożsamości

Sprawdź problem z bezpieczeństwem, wykonując kontrolę aplikacji, urządzeń i wysłanych e-maili.

Miejsce logowania

Alerty dotyczące logowania

Ostatnie e-maile

Kontrola zabezpieczeń

5

Miejsce logowania

Zadbaj o bezpieczeństwo swoich kont, sprawdzając aktywność dotyczącą logowania.

[Ustaw alerty](#)



agnieszka.swierad

iPhone 11 Pro

+ jeszcze 2

Warto pamiętać, że czasami Instagram może pomylić się co do lokalizacji lub urządzenia. Jeśli nie jesteś pewien, czy to na pewno twoje logowanie lub chcesz usunąć dane logowania, postępuj zgodnie z opisanymi wyżej krokami. Sprawdzając regularnie aktywne sesje i wylogowując się z podejrzanych urządzeń, możesz zwiększyć bezpieczeństwo swojego konta na Instagramie.



GDZIE SIĘ SZKOLIĆ Z ZAKRESU SOCIAL MEDIA?

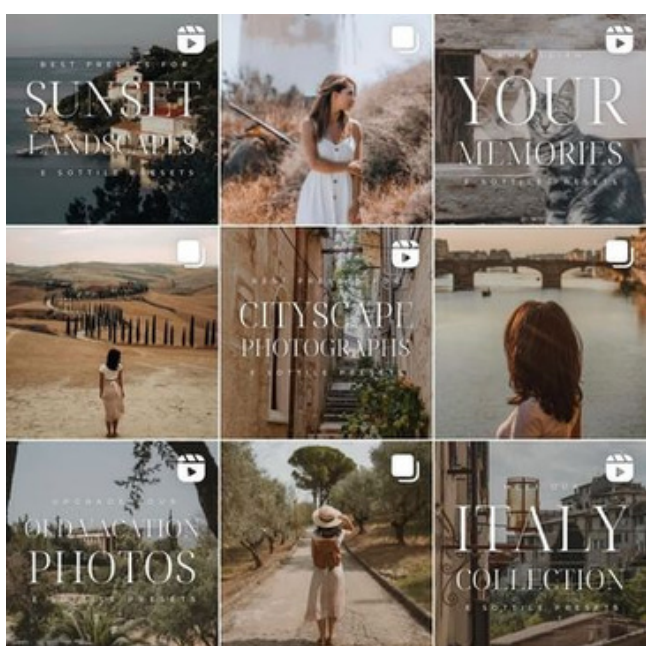
Szczerze mówiąc, trudno o konkretne miejsce, w którym można się szkolić w tym zakresie. Najlepszym sposobem nauki jest zdobywanie doświadczenia poprzez własne działania i eksperymentowanie. W świecie mediów społecznościowych i algorytmów niewielu ludzi ma taką wiedzę, aby uczyć innych. Większość to oszuści, którzy z Google pozbierają różne informacje, a potem sprzedają jako drogie szkolenia, jednakże na nic się to nie przełoży. Ja póki co nie prowadzę dodatkowych szkoleń, ani nie mam źródeł, z których możesz się uczyć, jednak zawsze możesz do mnie napisać i chętnie coś w wolnej chwili Ci doradzę. Uważaj na oszustów i szkolenia, które nic Tobie nie pomogą, a zabiorą tylko ciężko zarobione pieniądze.



JAK POPRAWIĆ JAKOŚĆ ZDJĘĆ?

Super, gdy zdecydujesz się na zakup presetów, czyli filtrów na zdjęcia, które dodaje się w aplikacji Lightroom. Presety umożliwiają zmianę kolorystyki zdjęć, nadając im profesjonalny wygląd Twojej siatki na Instagramie. Dzięki temu profil będzie o wiele lepiej wyglądał i zatrzymywał wzrok nowych odbiorców, robiąc na nich duże wrażenie. Ja osobiście polecam wypróbować różne białe presety lub eksperymentować z różnymi wersjami, aby znaleźć ten, który najlepiej odpowiada twojemu stylowi. Gdy już wybierzesz ulubiony preset, możesz zastosować go do wszystkich zdjęć, które zamieszczasz na swoim profilu, nadając im spójną i interesującą kolorystykę.

PRZYKŁAD UŻYCIA PRESETÓW

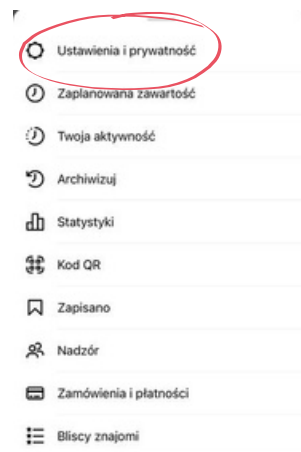
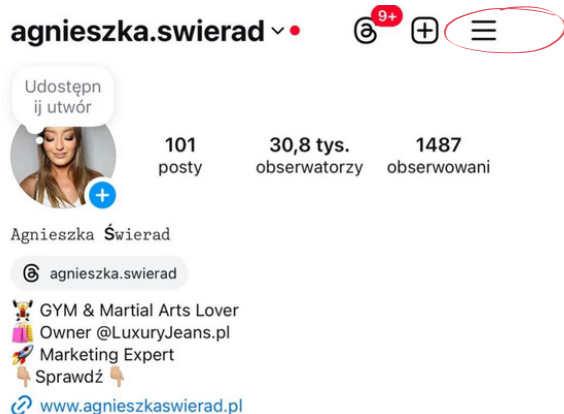


Koszt takiego presetu wynosi około 20 złotych. Ja nie sprzedaję presetów, ale w internecie istnieje wiele stron oferujących różnego rodzaju filtry i presetów do kupienia. Wyszukaj je w Google, aby znaleźć opcje, które Cię interesują i które pasują do twojego stylu wizualnego na Instagramie.



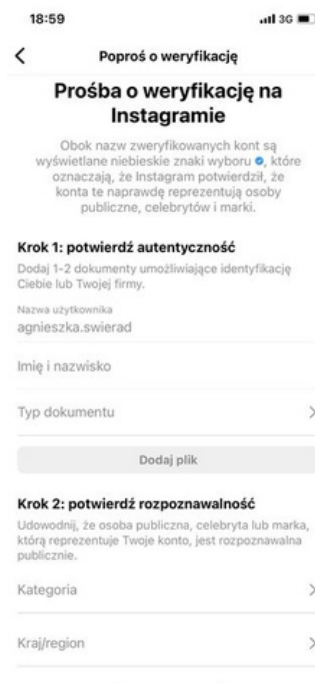
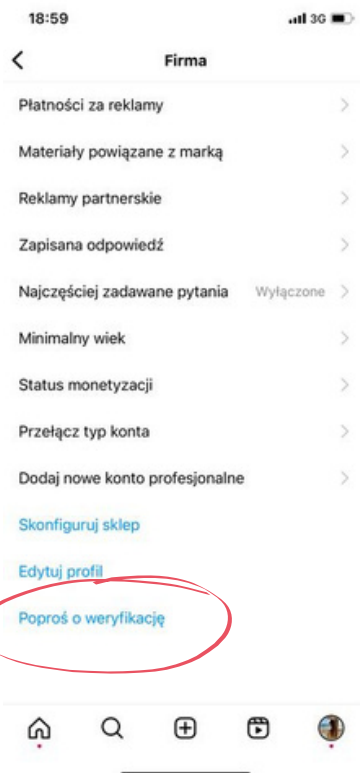
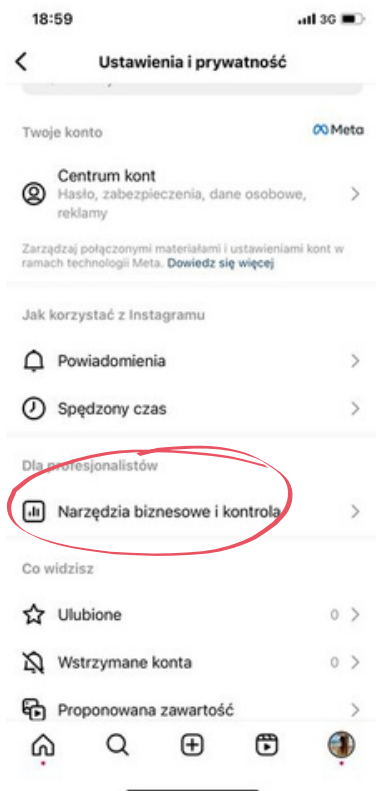
JAK UZYSKAĆ WERYFIKACJĘ NA INSTAGRAMIE?

1. Wejdź w aplikację Instagram na swoim telefonie.
2. Na pasku nawigacyjnym znajdź ikonę profilu (zazwyczaj w prawym dolnym rogu) i wejdź w nią.



3. Następnie, w prawym górnym rogu ekranu, dotknij trzech poziomych kresek, aby otworzyć menu opcji.

4. Znajdź i wejdź w "Ustawienia i prywatność"



5. Wejdź w "Narzędzia biznesowe i kontrola"

6. Wejdź w "Narzędzia biznesowe i kontrola"

7. Wypełnij formularz i wyślij prośbę.

KIEDY MOŻEMY LICZYĆ NA WERYFIKACJĘ?



Instagram wymaga, abyśmy podali linki do artykułów lub miejsc, w których jesteśmy wspomniani lub popularni. To jest sposób, w jaki Instagram weryfikuje, czy jesteśmy osobami, którymi media się interesują i czy jesteśmy rozpoznawalni na tyle, aby otrzymać weryfikację w postaci odznaki. Im więcej wartościowych artykułów na nasz temat w Google lub źródeł, w których się pojawiliśmy, tym większe są nasze szanse na uzyskanie weryfikacji.

Ważne jest jednak, aby te artykuły i wzmianki były autentyczne i prawdziwe. Zdarzają się przypadki, w których osoby próbują wykupić artykuły o sobie na różnych stronach, jednak taka praktyka nie jest zalecana. Instagram jest w stanie rozpoznać takie działania i uznać, że nie są one autentyczne. Dlatego nie polecam kupowania artykułów o sobie w celu uzyskania weryfikacji na Instagramie.

Najważniejsze jest to, abyśmy budowali wartościowy i autentyczny wizerunek poprzez aktywność, zaangażowanie i udział w rzeczywistych wydarzeniach. To właśnie takie działania i częste pojawienie się w mediach na podstawie własnych osiągnięć i zasług przyczynią się do zwiększenia szans na uzyskanie weryfikacji na Instagramie. Niedługo też ma być możliwość kupienia za 100 zł / miesięcznie...

PLANUJESZ COŚ KUPIĆ I ZASTANAWIASZ SIĘ CZY FIRMA MA JAKIŚ KOD RABATOWY, BO SZUKASZ I NIE MOŻESZ GO ZNALEŹĆ?

Ten sposób z pewnością Ci pomoże!

Wystarczy wejść na bibliotekę reklam pod tym linkiem:

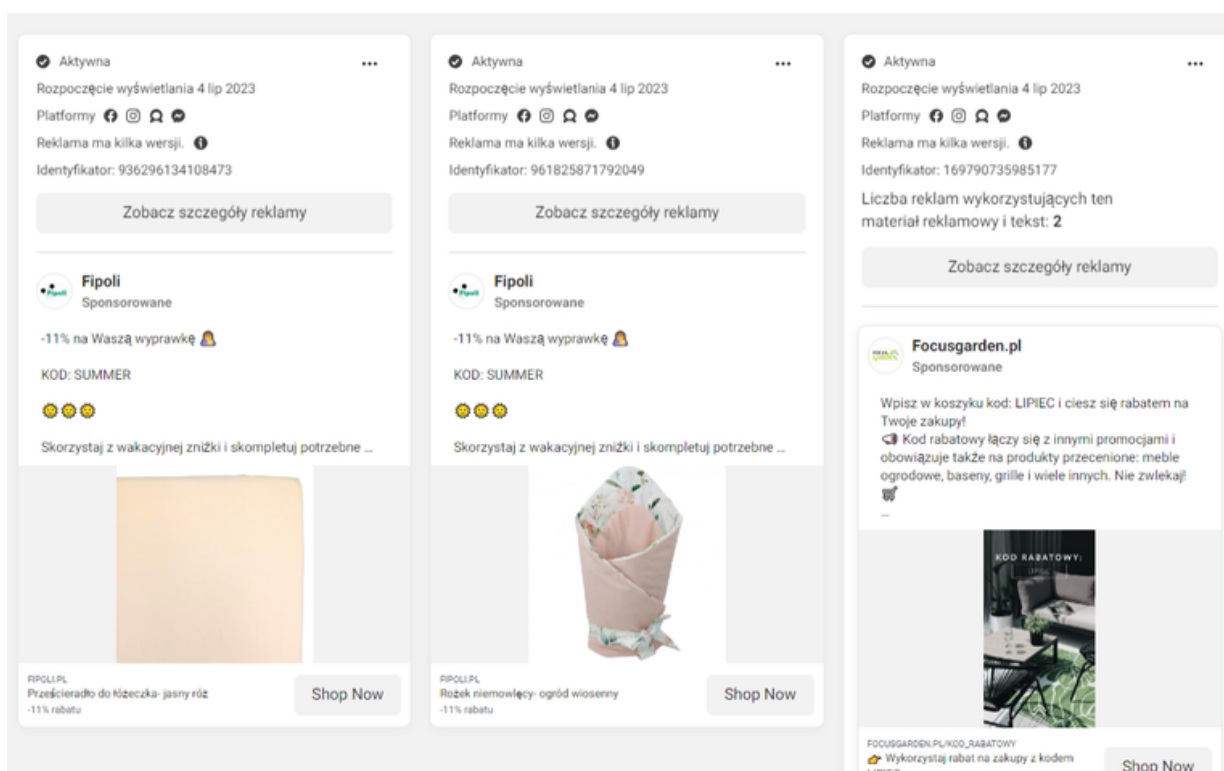
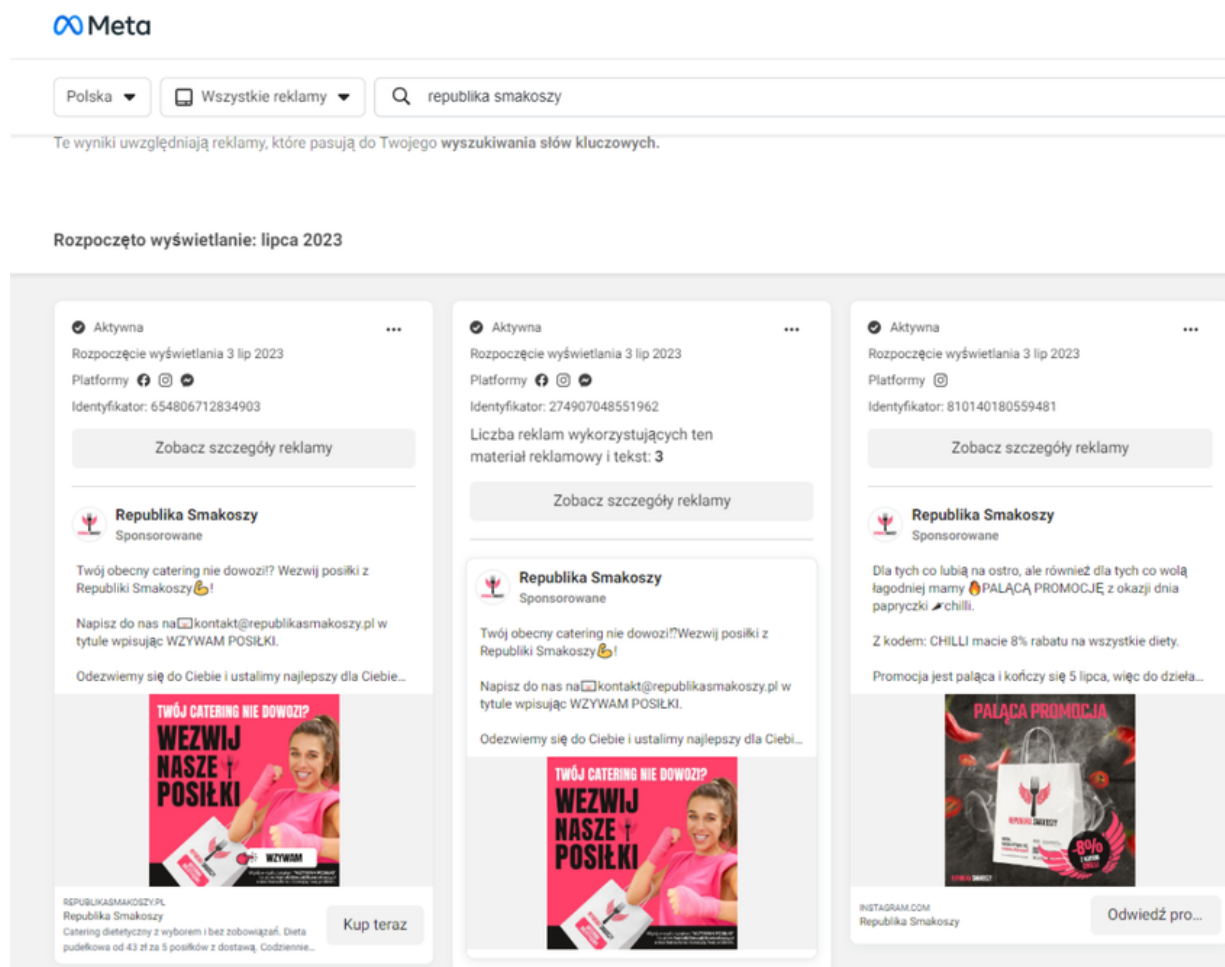
https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=PL&media_type=all

A następnie wpisać w wyszukiwarkę nazwy firmy, u której planujesz zakup. Wyświetlą się jej wszystkie reklamy! Nawet te, które trafiać mają tylko do osób, które np. dodały coś do koszyka, ale nie sfinalizowały zakupu.

Często wtedy takie reklamy mają kod rabatowy, aby jednak skutecznie zachęcić osobę do zakupu tego, co planowała. W opisach lub w grafice reklamy widoczny jest kod rabatowy.



PRZYKŁAD WYSZUKANIA KODÓW RABATOWYCH



ZAKOŃCZENIE



Dziękuję za pobranie i przeczytanie e-booka. Mam nadzieję, że wykorzystasz dobrze tę wiedzę do rozwoju swojej marki osobistej lub swojej firmy. Uwielbiam dzielić się wiedzą i przekazywać ją dalej, także jeśli masz jeszcze jakieś pytania lub chcesz, abym po wprowadzeniu przez Ciebie zmian zerknął na Twój profil i doradził Ci czy jest okej czy jednak można coś jeszcze zmienić to chętnie bezpłatnie Ci w tym pomogę. Będzie mi również bardzo miło jak podzielisz się ze mną swoją opinią w prywatnej konwersacji, abym w przyszłości mógł tworzyć jeszcze lepsze materiały.

Udanej podróży po Instagramie!