

Efektowny *Instagram*

Jak prowadzić konto,
które przyciąga?

Przewodnik dla początkujących

ELA WOLIŃSKA
www.akademiazdalna.pl

SŁOWO WSTĘPU

DROGI CZYTELNIKU

Wirtualna Asystentko!

Instagram nie śpi – i Ty też nie powinnaś.

Trendy w social mediach zmieniają się błyskawicznie, dlatego warto trzymać rękę na pulsie.

Wideo dalej wygrywa – rolki i filmy to dziś najskuteczniejszy sposób, by przebić się przez algorytmy i dotrzeć do nowych osób. Ale jest coś jeszcze!

Grafiki w pionie (format 4:5) – to właśnie one teraz robią robotę! Zajmują więcej miejsca na ekranie, są bardziej widoczne i lepiej klikają się w feedzie. Kwadrat? Miło było, ale pora iść dalej.

Dlatego stworzyłam ten poradnik – po to, żebyś wiedziała:

- jakie formaty wrzucać,
- jakie zasady teraz rządzą Instagramem (i jak ich użyć na swoją korzyść!).

Nie zgaduj. Działaj skutecznie.

To Insta, ale w Twoich zasadach.

Do dzieła!

Ela Wolińska



PRAWA AUTORSKIE

COPYRIGHT ©ELA WOLIŃSKA - AKADEMIAZDALNA.PL, 2024
ALL RIGHTS RESERVED.

Wszystkie treści umieszczone w e-booku są ą chronione prawem autorskim, które przysługuje ELŻBIETA WOLIŃSKA - AKADEMIAZDALNA.PL

e-book stanowi własność ELA WOLIŃSKA - AKADEMIAZDALNA.PL i jest utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. Nr 90, poz. 631). Żadna jego część nie może być rozpowszechniana lub kopiowana w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny lub inny) bez pisemnej zgody.

e-book ma wyłącznie charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów prawa cywilnego.

Autor e-booka dokłada starań, aby zawarte w nim treści były rzetelne i pomocne, jednakże nie ponosi żadnej odpowiedzialności za skutki działań podejmowanych w oparciu o nie.

Kopiowanie zawartości e-booka bez pisemnej zgody właściciela jest zabronione. Materiały zawarte w niniejszej publikacji mogą być wykorzystywane lub rozpowszechniane jedynie w celach informacyjnych oraz wyłącznie z notą o prawach autorskich i ze wskazaniem źródła informacji.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

SPIS TEMATÓW

Zakładanie konta i kilka zasad	1
Twoje bio	7
Przycisk działania	15
Jak prowadzić konto	24
Narzędzia	27
Formaty	29
Post	32
Rolka	41
Współtwórca	57
Relacje	59
Relacje wyróżnione	66
Instagram Live	71
Wideo	78
Direct Messages	79
Hasztagi	84
Shadowban	88
Threads	90
Złote zasady prowadzenia konta	94
Bonus	99

ZAKŁADANIE KONTA I KILKA ZASAD

Zakładanie i konfiguracja konta na Instagramie jest dość prosta. Od czego zacząć?

Jak założyć konto na Instagramie?

1. Pobierz aplikację: Ściągnij aplikację Instagram z App Store (iOS) lub Google Play Store (Android).

2. Zarejestruj się:

- Otwórz aplikację i kliknij „Zarejestruj się”.
- Możesz zarejestrować się używając adresu e-mail, numeru telefonu lub konta na Facebooku.
- Postępuj zgodnie z instrukcjami, aby dokończyć rejestrację (wprowadzenie nazwy użytkownika, hasła, dodanie zdjęcia profilowego itd.).

Rodzaje kont na Instagramie:

1. Konto osobiste. Standardowe konto dla większości użytkowników, idealne do dzielenia się osobistymi zdjęciami oraz filmami.

2. Konto firmowe (biznesowe). Przeznaczone dla firm i marek. Oferuje dodatkowe funkcje, takie jak dostęp do statystyk (Instagram Insights), możliwość promowania postów oraz dodawanie danych kontaktowych (adres e-mail, numer telefonu, adres firmy).

ZAKŁADANIE KONTA I KILKA ZASAD

3. Konto twórcy (creator). Dla influencerów, artystów, publicznych osobistości itp. Oferuje zaawansowane narzędzia do zarządzania treścią i statystykami, podobne do konta firmowego, ale bardziej dopasowane do indywidualnych potrzeb twórców.



Mimo że Instagram umożliwia założenie konta z poziomu komputera - postaraj się to zrobić przez aplikację, w telefonie. System powiąże od razu Twój profil z aplikacją i nie będziesz musiała go za chwilę ponownie weryfikować.

Instagram ma ustawione standardowo podwójną weryfikację. Dla Twojego bezpieczeństwa będzie więc wysyłał kod e-mailem. Czasami dodatkowo również sms.



Wskazówka!

Dla Wirtualnej Asystentki, czy innego freelancera, najlepsze będzie konto firmowe.

Z poziomu dotarcia do nowych klientów lub budowania portfolio jest ono najskuteczniejsze w takiej formie biznesu.

ZAKŁADANIE KONTA I KILKA ZASAD

Jak zrobić konto firmowe:

1. Otwórz swój profil, klikając na ikonę profilu w prawym dolnym rogu.
2. Kliknij na trzy linie w prawym górnym rogu, a następnie wybierz „Ustawienia”.
3. Wybierz „Konto”.
4. Przewiń w dół i kliknij „Przełącz na konto profesjonalne”.
5. Wybierz, czy chcesz stworzyć konto twórcy czy firmowe. Następnie postępuj zgodnie z instrukcjami.
6. Uzupełnij wymagane informacje (kategoria działalności, dane kontaktowe itp.).

Jak przełączyć konto z firmowego na osobiste:

1. Otwórz swój profil, klikając na ikonę profilu w prawym dolnym rogu.
2. Kliknij na trzy linie w prawym górnym rogu, a następnie wybierz „Ustawienia”.
3. Wybierz „Konto”.
4. Przewiń w dół i kliknij „Przełącz na konto osobiste”.

Firma

Przełącz na konto twórcy



Przełącz na konto osobiste



ZAKŁADANIE KONTA I KILKA ZASAD

Twoje konto może być publiczne lub prywatne. Co to oznacza?

Konto Publiczne:

- **Widoczność:** Wszystkie Twoje posty, relacje, Reels i inne treści są widoczne dla każdego użytkownika Instagrama, niezależnie od tego, czy Cię obserwuje, czy nie.
- **Obserwacje:** Każdy może obserwować Twoje konto bez potrzeby uzyskania Twojej zgody.
- **Zasięg:** Konto publiczne może docierać do większej liczby osób, co jest korzystne, jeśli chcesz zwiększyć swoją widoczność lub budować markę.

Konto Prywatne:

- **Widoczność:** Tylko zaakceptowani przez Ciebie obserwatorzy mogą widzieć Twoje posty, relacje, Reels i inne treści.
- **Obserwacje:** Nowi obserwatorzy muszą uzyskać Twoją zgodę, zanim będą mogli zobaczyć Twoje treści.
- **Ochrona prywatności:** Konto prywatne zapewnia większą kontrolę nad tym, kto ma dostęp do Twoich treści, co jest korzystne, jeśli chcesz zachować większą prywatność.

Ustawienia prywatności konta

Konto prywatne



Kiedy Twoje konto jest publiczne, Twój profil i posty mogą być wyświetlane przez każdego użytkownika Instagramu, a także przez inne osoby – nawet jeśli nie mają konta na Instagramie.

Kiedy konto jest prywatne, tylko zatwierdzeni przez Ciebie obserwujący mogą zobaczyć materiały, które udostępniasz, w tym zdjęcia i filmy na stronach z hasztagami i stronach lokalizacji, a także listę obserwatorów i listę obserwowanych osób. [Dowiedz się więcej](#)

ZAKŁADANIE KONTA I KILKA ZASAD



Jak zrobić konto prywatne:

1. Otwórz swój profil, klikając na ikonę profilu w prawym dolnym rogu.
2. Kliknij na trzy linie w prawym górnym rogu, a następnie wybierz „Ustawienia”.
3. Przejdź do „Prywatność”.
4. W sekcji „Prywatność konta” włącz opcję „Konto prywatne”.

Przejęcie na konto prywatne spowoduje, że tylko zaakceptowani obserwujący będą mogli widzieć Twoje posty, relacje i listę obserwujących.



Wskazówka!

Konto firmowe lub twórcy daje Ci dostęp do narzędzi analitycznych oraz promocji, co może być przydatne, jeśli chcesz rozwijać swoją obecność na Instagramie jako wirtualna asystentka.

ZAKŁADANIE KONTA I KILKA ZASAD



Pamiętaj!

Czasami pytacie mnie, czy musicie jako WA prowadzić publiczne konto na Instagramie. Bardzo często prowadziłyście go wcześniej prywatnie, dodając nań osobiste treści, np. zdjęcia swoich dzieci, rodzinnych wakacji... Nie musicie publikować swojego konta. To nie jest przymus. Pamiętaj jednak, że najlepiej uczyć się w praktyce. Nie posiadając dostępu do narzędzi, jakie oferuje konto publiczne, jak chcesz to osiągnąć?

Poza tym musicie pamiętać, że jeśli chcesz być freelancerem, profesjonalną wirtualną asystentką - nie ma czegoś takiego jak prywatność w social media. Klient, prędzej czy później dotrze do Twojego konta. Lepiej więc, by było ono przygotowane ;)

TWOJE BIO

Jak uzupełnić bio na Instagramie:

1. Otwórz swój profil: Kliknij ikonę profilu w prawym dolnym rogu.
2. Edytuj profil: Kliknij „Edytuj profil”.
3. Bio: W polu „Bio” wpisz tekst, który ma się tam znaleźć.



Co wpisać w bio:

1. Krótki opis siebie lub firmy:

- **Dla osoby prywatnej:** opisz swoje zainteresowania, pasje lub czym się zajmujesz. Możesz użyć jednej lub dwóch linijek.
 - Przykład: „🎨 Artysta | 📷 Fotograf | ✈️ Podróżnik”
- Dla firmy: opisz, czym się zajmujesz, co oferujesz lub jakie są Twoje wartości.
 - Przykład: „🌿 Naturalne kosmetyki | 🛒 Sklep online | 🚚 Darmowa dostawa od 100 zł”

2. Kontakt:

- Możesz podać adres e-mail lub inny sposób kontaktu.
 - Przykład: „✉ kontakt@mojafirma.pl”

3. Linki:

- Instagram pozwala na umieszczenie linków w bio. Może to być link do Twojej strony internetowej, sklepu online, bloga, kanału YouTube itp.
 - Przykład: „🔗 www.mojafirma.pl”

TWOJE BIO

4. @wzmianki:

- Jeśli masz firmę lub markę, możesz wspomnieć inne konta, które są powiązane z Twoją działalnością.
 - Przykład: „@InnaMarka”

5. Call to Action (CTA):

- Dodaj wezwanie do działania, które zachęci odwiedzających do podjęcia konkretnego kroku, np. „Sprawdź, jak mogę Ci pomóc!”



Jak używać ikonek (emoji) w bio:

Ikonki mogą dodać Twojemu bio osobowości i ułatwić jego odczytanie. Jaki może być ich cel?

- **Podział informacji:**

- Używaj emoji do oddzielenia różnych sekcji w Twoim bio.
 - Przykład: „🎨 Artysta | 📷 Fotograf | ✈️ Podróżnik”

- **Podkreślenie kluczowych aspektów:**

- Wykorzystaj emoji, aby podkreślić ważne informacje.
 - Przykład: „🌿 Naturalne kosmetyki | 🛒 Sklep online”

- **Dodanie osobowości:**

- Dodaj emoji, które oddają Twoją osobowość lub charakter Twojej marki.
 - Przykład: „🐾 Kocham zwierzęta | ☕ Miłośnik kawy”

TWOJE BIO

O czym warto wiedzieć?

- Bio ma ograniczoną ilość znaków (150), więc staraj się być zwięzła.
- Jeśli coś się zmienia (np. nowy link, nowe wezwanie do działania), zaktualizuj swoje bio.
- Twoje bio powinno odzwierciedlać Twoją markę w autentyczny sposób.

Twoje bio na Instagramie to wizytówka, która w kilku zdaniach powinna opisywać, kim jesteś, co oferujesz i dlaczego warto Cię obserwować.



Wskazówka!

Pamiętaj, że bio to pierwsza rzecz, którą zobaczą nowi odwiedzający, więc warto poświęcić czas, aby było ono atrakcyjne i spójne z Twoją marką.



Jak skonstruować efektywne bio?

1. Kim jestem?

- Tutaj w kilku słowach opisz swoją rolę, zawód lub to, co jest Twoją pasją. Postaraj się być konkretna i zwięzła.
- Przykład: „Wirtualna Asystentka | Specjalistka od organizacji | Twórczyni treści”

2. Obietnica – Co oferuję?

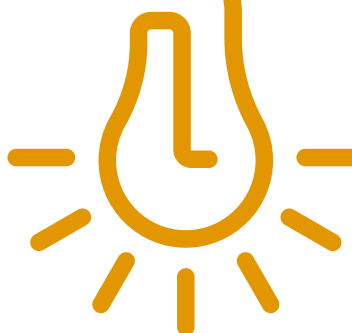
- Wskaż, jakie korzyści mogą otrzymać Twoi obserwatorzy, czyli co konkretnego im oferujesz. Możesz to zrobić, obiecując rozwiązanie problemu lub zapewniając o wartości, jaką wniesiesz.
- Przykład: „Pomagam przedsiębiorcom zorganizować czas oraz osiągnąć więcej”

3. Społeczna słuszność – Dlaczego warto?

- Na koniec warto dodać coś, co pokazuje Twoje zaangażowanie społeczne, wartości, lub coś, co Cię wyróżnia. Może to być Twoja misja, zasady, którymi się kierujesz, lub coś, co buduje więź z Twoją społecznością.
- Przykład: „Wierzę, że małe kroki prowadzą do wielkich zmian 🌍 | Wspieram lokalne biznesy”

4. Wezwanie do działania (CTA)

- Dodaj krótkie wezwanie do działania, które zachęci ludzi do wykonania konkretnej czynności – np. odwiedzenia strony, zapisania się na newsletter czy skontaktowania się z Tobą.
- Przykład: „Skontaktuj się ze mną, aby rozpocząć współpracę 📩”



Wskazówka!

Twoje bio na Instagramie powinno być zwięzłe i przekazujące najważniejsze informacje o Tobie i Twojej ofercie, zachęcające do dalszej interakcji oraz zawierające obietnicę i społeczną słuszność (potwierdzenie jakości).

TWOJE BIO

Przykłady haseł do Bio:

- „📁 WA | Pomagam ogarnąć chaos i osiągać więcej 📈👉”
- „☀️ WA | Organizacja + efektywność | Wspieram małe biznesy 📁👉”
- „💻 Wirtualna Asystentka | Twój czas, moja organizacja ⬇️”
- „🎯 Pomagam w organizacji pracy | Wierzę w moc małych kroków 🌍👉”
- „📅 17 WA | Ekspertka od organizacji | Zmieniam chaos w porządek 🚀👉”
- „👤 Ułatwiam zarządzanie czasem | 100% zadowolonych klientów 👉”
- „🌍 Pomagam firmom osiągać cele | Zaufanie setek przedsiębiorców 👉”
- „🚀 Zmieniam chaos w porządek | Sprawdzone przez dziesiątki firm 👉”
- „📈 Skup się na tym, co ważne | 5-star reviews od klientów 👉”
- „📅 Twoje cele, moja organizacja | Polecana przez 9/10 klientów 👉”
- „📁 Wsparcie dla Twojego biznesu | 100% satysfakcji gwarantowane 👉”

TWOJE BIO

Bio można wielokrotnie edytować i usprawniać. Podobnie jak linki. Od niedawna Instagram umożliwia umieszczenie kilku linków w bio. Domyślnie pokazuje jednak tylko pierwszy z nich.

Edytuj profil



elawolinska
Ela Wolińska | Mentorka, Integratorka Projektów

Zmień zdjęcie

Witryna internetowa

elawolinska.pl/free + 1

Edytowanie linków jest dostępne tylko na telefonie komórkowym. Przejdź do aplikacji Instagram i edytuj swój profil, aby zmienić witryny internetowe w biogramie.

Biogram

**#MatkaWirtualnejAsysty** 
Kursy i ebooki dla VA
Transformacja biznesu

149 / 150

Płeć

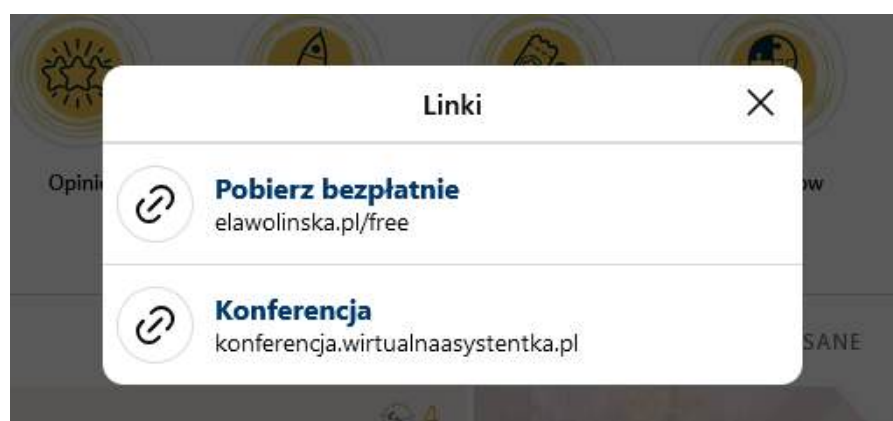
Kobieta

Nie będzie to częścią Twojego profilu publicznego.

Pokaż propozycje konta w profilach

Pokaż propozycje konta w profilach

Określ, czy inne osoby mogą widzieć propozycje podobnych kont w Twoim profilu oraz czy Twoje konto może być proponowane w innych profilach.



TWOJE BIO

Przykłady:

Ela Wolińska | Mentorka, Integratorka Projektów

Przedsiębiorca

👤 #MatkaWirtualnejAsysty 🇵🇱

📚 Kursy i ebooki dla VA

☀️ Transformuję kariery

📈 Dołącz do profesjonalistek! 100% poleca 🚀

👉 Zaczynij teraz! ⬇️

🔗 elawolinska.pl/free + 1

Caroline Flett | INSTAGRAM GROWTH

📸 misscarolineflett

👉 Grow & scale your business with Instagram

💰 \$100K/m, 900+ members, 40K 📧 list

🇬🇧 Student growth: 7M+ followers, 1B+ views

⬇️ \$100K Month Masterclass Open

🔗 beacons.ai/carolineflett

Maja Czerwińska

Naukowiec

🍏 Opowiem Ci o zdrowej diecie

📚 dr n.med.i zdr.występuję na konferencjach 🇵🇱 🌍

🎓 onkologia hormony jelita skóra

🏆 bad.naukowe

Autor składow @carein_pl

🔗 drmajaczerwinska.pl/kurs-probiotykoterapii

DIY Návody a Domácí Recepty | KreativniTechniky.cz

📸 diy_kreativni

Blogger

♥️ DIY inspirace a návody na jednoduché tvoření

📄 Blog Kreativnitechiky.cz

👥 Stream.cz → Tvořte s námi, Domácí recepty

📌 Tag #diykreativni @diy_kreativni

🔗 www.youtube.com/@diy_kreativni + 4

PRZYCISK DZIAŁANIA



Przycisk działania (Action Button) na Instagramie to interaktywna funkcja dostępna dla kont biznesowych, która umożliwia użytkownikom bezpośrednio podejmowanie określonych działań bez konieczności opuszczania aplikacji.

Przycisk działania jest zintegrowany z Twoim profilem i umożliwia obserwatorom wykonywanie takich czynności jak rezerwacja, zakupy, kontakt czy darowizna.

Funkcja "Przycisk działania" jest wciąż zmieniana przez Instagram. Może się więc zdarzyć, że nie będziesz widziała wszystkich propozycji lub ustawień.

Rodzaje przycisków działania na Instagramie:

1. Zarezerwuj (Book):

- Umożliwia użytkownikom rezerwację spotkania, wizyty lub innej usługi bezpośrednio z Twojego profilu. Przycisk ten integruje się z platformami do rezerwacji online, takimi jak Acuity Scheduling, Appointy, czy Booksy.

2. Kup bilet (Get Tickets):

- Pozwala na zakup biletów na wydarzenia, warsztaty, koncerty lub inne imprezy bezpośrednio z Twojego profilu. Integruje się z platformami sprzedaży biletów, jak Eventbrite.

PRZYCISK DZIAŁANIA

3. Złóż Zamówienie (Start Order):

- Przycisk ten pozwala użytkownikom zamawiać jedzenie na wynos lub z dostawą. Integruje się z platformami takimi jak Grubhub czy ChowNow.

4. Zarezerwuj Stolik (Reserve):

- Umożliwia rezerwację stolików w restauracjach. Działa przez integrację z platformami rezerwacyjnymi, takimi jak OpenTable czy Yelp.

5. Dowiedz się więcej (Learn More):

- Przycisk przekierowuje użytkowników na zewnętrzną stronę internetową, gdzie mogą dowiedzieć się więcej o Twojej ofercie lub firmie.

	Zamów jedzenie	>
	Zarezerwuj teraz	>
	Zarezerwuj	>
	Dowiedz się więcej Formularz standardowy	>

PRZYCISK DZIAŁANIA

Jak Dodać Przycisk Działania:

1. Przejdź do swojego profilu na Instagramie.
2. Kliknij „Edytuj profil” (Edit Profile).
3. Wybierz opcję „Dodaj przycisk działania” (Add Action Button).
4. Wybierz odpowiedni przycisk z listy dostępnych dla Ciebie.
5. Skonfiguruj przycisk, wpisując odpowiednie dane, takie jak URL strony lub konto na platformie zewnętrznej.

← Skonfiguruj przycisk dział... ✓



Dodaj przycisk działania

Przyciski działania pomagają pozyskać klientów bezpośrednio z profilu. Połącz przycisk z usługą online lub dodaj formularz kontaktowy, aby gromadzić informacje kontaktowe.

Bieżący przycisk

Dowiedz się więcej >



Zamów jedzenie >



Zarezerwuj teraz >



Zarezerwuj >



Dowiedz się więcej
Formularz standardowy >

PRZYCISK DZIAŁANIA



Przycisk możesz w dowolnej chwili zmodyfikować, zmienić na inny lub usunąć.



Edytuj przyciski działania



Wybierz przycisk działania do profilu

Zamów jedzenie

☐

Zarezerwuj teraz

☐

Zarezerwuj

☐

Dowiedz się więcej

☒

W dowolnym momencie możesz zmodyfikować lub usunąć przyciski działań.

Usuń przycisk działania

PRZYCISK DZIAŁANIA



Jako przycisk działania możesz ustawić również standardowy formularz kontaktowy z pytaniami.

Zarządzaj przyciskiem działania

Wybierz formularz do przycisku. Wybranie formularza tutaj spowoduje zaktualizowanie go we wszystkich miejscach, w których jest wyświetlany.

Formularze

Nie można edytować ani usunąć istniejących formularzy.

Formularz standardowy

Podgląd

☒

Zobacz wszystkich

▼

Utwórz nowy formularz

>

Wybierz przycisk do profilu

Możesz to zmienić w dowolnej chwili.

Zastosuj teraz

☐

Dowiedz się więcej

☒

Sprawdź cenę

☐

Zarejestruj się

☐

Gotowe

Tworząc formularz i przysyłając go, akceptujesz Regulamin Instagramu dotyczący pozyskiwania kontaktów i Regulamin Centrum kontaktów Instagramu.

PRZYCISK DZIAŁANIA



Formularzy już istniejących nie można edytować, ale możesz dodać własny, ze swoimi pytaniami, na które odpowiedzi od użytkowników (np. potencjalnych klientów) będziesz otrzymywała w wiadomościach prywatnych Instagrama.

← **Niestandardowy formul...** [Podgląd](#)

Utworz formularz

Skonfiguruj formularz, aby zachęcić ludzi do podawania swoich danych kontaktowych, odpowiadania na dostosowane pytania i wyrażania zainteresowania Twoją firmą.

Pytania niestandardowe

Dodaj maksymalnie 3 pytania niestandardowe do formularza.

[Dodaj pytanie](#)

Informacje o kliencie

Wybierz informacje, jakie chcesz uzyskać od osób wypełniających formularz.

Imię i nazwisko

Wymagane



Numer telefonu



Adres e-mail



Kod pocztowy



[Ustawienia zaawansowane >](#)

Zapisz

Tworząc formularz i przysyłając go, akceptujesz [Regulamin Instagramu](#) dotyczący pozyskiwania kontaktów i [Regulamin Centrum kontaktów](#) Instagramu.

PRZYCISK DZIAŁANIA

Możesz wybrać typ pytania - krótkie lub pole wyboru.

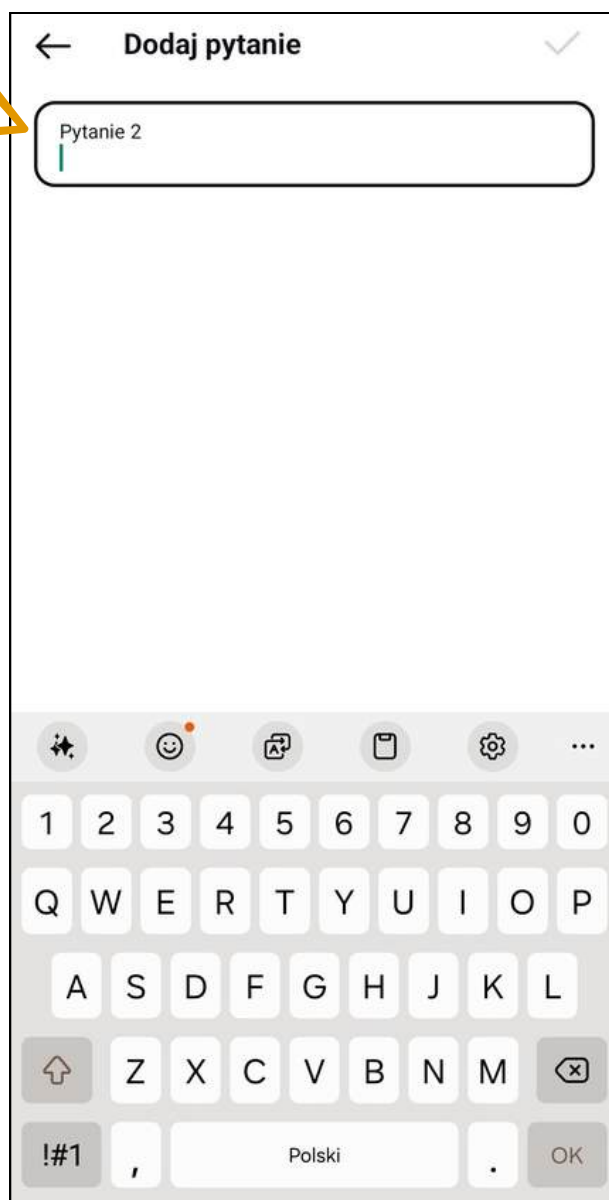


Wybierz typ pytania

Wybierz do swoich pytań opcję wielokrotnego wyboru lub krótkich odpowiedzi.

Wielokrotny wybór

Krótka odpowiedź

A screenshot of a mobile app dialog titled 'Dodaj pytanie'. The dialog has a back arrow on the left and a checkmark on the right. Below the title is a text input field containing 'Pytanie 2'. At the bottom of the dialog is a keyboard with a numeric keypad, a QWERTY keyboard, and a bottom row with symbols, a comma, the word 'Polski', a period, and an 'OK' button. An orange arrow points from the 'Krótka odpowiedź' text to the 'Pytanie 2' input field.

PRZYCISK DZIAŁANIA

Nadaj jeszcze nazwę swojemu formularzowi i zapisz ustawienia.

← Ustawienia zaawansowane

Edytuj nazwę formularza

Nazwa formularza

Pytanie >



PRZYCISK DZIAŁANIA

Tak wygląda Twój przycisk dla użytkownika:

To jest podgląd widoku, który zobaczą potencjalni klienci. W przypadku niektórych z nich formatowanie może wyglądać inaczej.



elawolinska

1 517 obserwujących

W czym mogę Ci pomóc?

Twoja odpowiedź

Informacje kontaktowe

Imię i nazwisko

Adres e-mail

Klikając przycisk Wyślij prośbę, wyrażasz zgodę na przesłanie Twoich danych do firmy Ela Wolińska - szkolenia i project management, która zgadza się wykorzystywać je zgodnie ze swoimi zasadami ochrony prywatności. Instagram będzie również je wykorzystywać zgodnie ze swoimi zasadami ochrony prywatności, w tym do automatycznego wypełniania formularzy do reklam. Twoje informacje mogą być

Wyślij prośbę

JAK PROWADZIĆ KONTO?



Prowadzenie konta na Instagramie wymaga strategii, konsekwencji oraz zaangażowania.

1. Określ cel i grupę docelową

- Zastanów się, co chcesz osiągnąć za pomocą konta, którym zarządzasz. Czy to budowanie marki, sprzedaż produktów, zwiększenie zaangażowania, czy może budowanie osobistego wizerunku?
- Zidentyfikuj, kto jest grupą docelową. Jakie mają zainteresowania, wiek, płeć, lokalizację?

2. Twórz treści

- Publikuj regularnie. Ustal harmonogram i trzymaj się go.
- Skup się na tworzeniu wysokiej jakości zdjęć i filmów. Dobrze oświetlone, wyraźne i estetyczne treści przyciągną więcej uwagi.
- Różnicuj rodzaje treści - posty, Stories, Reels. To uatrakcyjni profil i angażuje obserwujących na różne sposoby.

3. Planuj i zarządzaj treścią

- Ustal kalendarz, aby planować treści. Możesz używać narzędzi takich jak Later, Hootsuite, Buffer, lub Bussinesuite (z poziomu Facebooka).
- Ustal główne tematy, które będziesz poruszać. Trzymaj się kilku kluczowych tematów, które są związane z marką lub zainteresowaniami klienta.

JAK PROWADZIĆ KONTO?

4. Interakcja z obserwującymi

- Regularnie odpowiadaj na komentarze oraz wiadomości prywatne. To buduje zaangażowanie i lojalność.
- Używaj funkcji takich jak ankiety, pytania oraz quizy w Stories, aby angażować społeczność.

5. Używaj hashtagów

- Używaj hashtagów, które są odpowiednie dla treści i grupy docelowej. Mogą to być zarówno popularne, jak i niszowe hashtagi.
- Możesz użyć do 30 hashtagów w poście, ale najlepiej skup się na jakości, a nie ilości (zalecana liczba # to 3-5).

6. Analizuj i optymalizuj

- Regularnie analizuj statystyki konta, aby zobaczyć, które treści działają najlepiej. Zwracaj uwagę na zasięg, zaangażowanie oraz demografię obserwujących.
- Eksperymentuj z różnymi rodzajami treści, porami publikacji, czy hashtagami, aby zobaczyć, co działa najlepiej.

7. Współpracuj z innymi

- Taguj osoby i marki, które są związane z postami. To może zwiększyć widoczność treści.

JAK PROWADZIĆ KONTO?

8. Promuj posty

- W ostateczności rozważ inwestowanie w reklamy na Instagramie, aby dotrzeć do szerszej publiczności. Możesz targetować reklamy do określonej grupy docelowej na podstawie demografii, zainteresowań i zachowań.

9. Utrzymuj spójność wizualną

- Dbaj o spójność wizualną profilu. Używaj podobnych filtrów, kolorów oraz stylów, aby posty tworzyły harmonijną całość.



NARZĘDZIA

Przykłady narzędzi do zarządzania kontem:

1. Planowanie: Later, Buffer, Hootsuite, Meta Business Suite
2. Analiza i statystyki: Iconosquare, Socialbakers, Instagram Insights
3. Tworzenie grafik: Canva
4. Rolki: CapCut, AutoCap
5. Automatyzacja interakcji: ManyChat (do automatyzacji wiadomości).



Wskazówka!

Żeby prowadzić konto klienta musi on udostępnić Ci swój profil poprzez nadanie "rol", czyli uprawnień do obsługi konta. Może to zrobić również w którymś z programów. Najczęściej wybór pada na Meta Business.

Instagram Insights:

Instagram Insights to narzędzie analityczne dostępne dla kont firmowych i twórców na Instagramie. Dzięki niemu możesz monitorować oraz analizować wydajność swoich postów, Stories, Reels oraz ogólną aktywność konta.

Jak uzyskać dostęp do Instagram Insights:

1. Przełącz się na konto firmowe lub twórcy:

- Jeśli jeszcze tego nie zrobiłeś, przełącz swoje konto na firmowe lub twórcy, aby uzyskać dostęp do narzędzi analitycznych.
- Przejdź do swojego profilu, kliknij „Edytuj profil” i wybierz opcję „Przełącz na konto profesjonalne”.

2. Otwórz Instagram Insights:

- Na swoim profilu kliknij na trzy linie w prawym górnym rogu.
- Wybierz „Insights” (Statystyki).

Dla profesjonalistów



Statystyki



Zaplanowana zawartość



FORMATY



Prowadzenie konta na Instagramie wymaga tworzenia różnorodnych formatów postów, aby przyciągnąć uwagę oraz zaangażowanie obserwujących.

1. Posty w Feedzie:

- Dla zdjęć zalecany jest obecnie format pionowy (4:5)
- Karuzele: Posty z wieloma zdjęciami lub wideo (do 10 elementów).

2. Reels:

- Krótkie wideo: Do 180 sekund, format pionowy (9:16).
- Efekty, muzyka, teksty: Możliwość dodania efektów, muzyki oraz napisów bezpośrednio w aplikacji.

3. Relacje (Stories):

- Zdjęcia i wideo: Pionowe treści o proporcjach 9:16, dostępne przez 24 godziny.
- Interaktywne elementy: Naklejki, ankiety, quizy, pytania, muzyka, GIF-y.

4. Transmisje na żywo (Instagram Live):

- Na żywo: Transmisje w czasie rzeczywistym, z możliwością interakcji z widzami.

5. Wideo:

- Krótkie wideo: Do 60 sekund.
- Dłuższe wideo: Trwające do 15 minut (z telefonu) lub do 60 minut (z komputera). Wszystkie wideo są teraz publikowane w zakładce „Wideo”.

6. Wiadomości prywatne (Direct Messages):

- Czat: Wiadomości tekstowe, głosowe, wideo, zdjęcia.
- Grupy: Możliwość tworzenia rozmów grupowych.

FORMATY

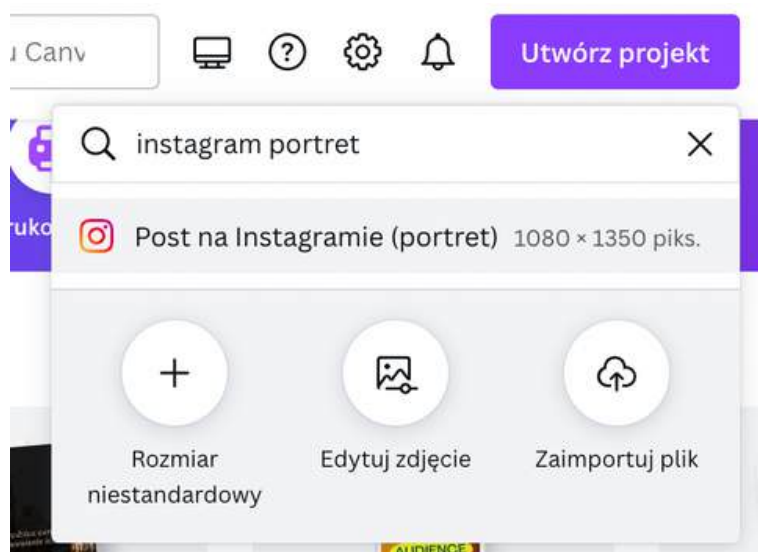


Wskazówka!

Do niedawna na Instagramie najlepiej sprawdzały się posty kwadratowe. Obecnie z uwagi na upodobnianie się platformy TikToka, IG najbardziej kocha rolki a same posty powinny mieć format 4x5.

Jeśli chodzi o grafiki, obecnie zalecany format to 4x5 (1080 na 1380 pikseli).

Canva jest już świetnie przygotowana na tę okoliczność :)



Krok 1: Przygotowanie Treści

1. Temat posta

- Zastanów się, co chcesz przekazać swoim obserwatorom. Czy będzie to inspiracja, informacja, promocja, czy może coś osobistego?

2. Format

- Post może być zdjęciem, grafiką, karuzelą (wieloma zdjęciami/ilustracjami) lub wideo. Wybierz format, który najlepiej odda Twój przekaz.

3. Obraz

- Jeśli tworzysz grafikę lub zdjęcie, zadbaj o dobrą jakość oraz spójność z estetyką Twojego profilu.



Wskazówka!

Warto przygotować kalendarz tematów na nieco dłużej, niż z dnia na dzień. Dzięki temu zadbasz o spójność swoich przekazów i łatwiej będzie Ci śledzić trendy itp.

Krok 2: Tworzenie Tekstu Postu

1. Przygotuj opis posta.

- Może to być krótki tekst, dłuższa historia, pytanie do obserwatorów lub coś motywacyjnego.
- Upewnij się, że tekst jest jasny i angażujący.

2. Dodaj CTA

- Zachęć do podjęcia akcji, np. „Zostaw komentarz”, „Podziel się swoją opinią”, „Odwiedź link w bio”.

3. Dodaj hashtagi

- Wybierz odpowiednie hashtagi, które pomogą dotrzeć do szerszej grupy odbiorców.

4. Oznacz lokalizację i inne osoby

- Jeśli post dotyczy konkretnego miejsca, dodaj lokalizację, co zwiększy jego widoczność.
- Oznacz osoby, których dotyczy post, np. twórcę kursu, którym się chwalisz, że ukończyłaś, markę, którą polecasz lub koleżankę, z którą jesteś na zdjęciu.



Wskazówka!

Wiele osób ma wątpliwości, czy oznaczać marki "większe" od siebie, szczególnie w ramach tej samej branży. Niepotrzebnie. Zasięg dużej marki pomoże Ci w budowaniu marki oraz rozpoznawalności.

Często podobne obawy wysnuwają wirtualne asystentki - czy polecać koleżanki z branży? Czy polecać kursy? Czy w ogóle chwalić się, że ukończyło się kurs WA? Albo czy polecać wpisy blogowe innych osób z branży.

Marka, która ma zbudowaną już rozpoznawalność na pewno na tym zyska. Będzie to dla niej jak marketing szeptany, rekomendacja czy dowód społecznej słuszności. Ty jednak zyskujesz więcej, bo informacja o Tobie trafia do odbiorców i sieci osoby, którą polecasz.

Nie miej więc wątpliwości - jeśli coś uważasz za wartościowe - dziel się tym szeroko! Obie strony na tym tylko zyskają!

Krok 3: Edycja i Planowanie

1. Edytuj zdjęcie lub wideo

- Użyj filtrów i narzędzi do edycji, aby poprawić jakość zdjęcia lub wideo.
- Zwróć uwagę na jasność, kontrast i nasycenie kolorów.
- Dodaj napisy, elementy graficzne, logo

2. Przeglądaj treść

- Sprawdź, czy tekst nie ma błędów i czy jest spójny z Twoją marką.
- Upewnij się, że treść jest czytelna i zrozumiała.

3. Zaplanuj publikację

- Jeśli nie chcesz publikować posta od razu, możesz użyć narzędzia do planowania postów, takiego jak Later, Buffer czy Creator Studio (z poziomu Meta).
- Ustal datę i godzinę publikacji, która najlepiej pasuje do Twojej grupy docelowej.

Krok 4: Publikacja Posta

1. Zaloguj się na swoje konto na Instagramie

- Przejdź do aplikacji Instagram i upewnij się, że jesteś zalogowana na właściwe konto.

2. Kliknij ikonę „+” na dole ekranu

- Wybierz „Opublikuj” z dostępnych opcji.



3. Wybierz zdjęcie, grafikę lub wideo ze swojej biblioteki mediów w telefonie.

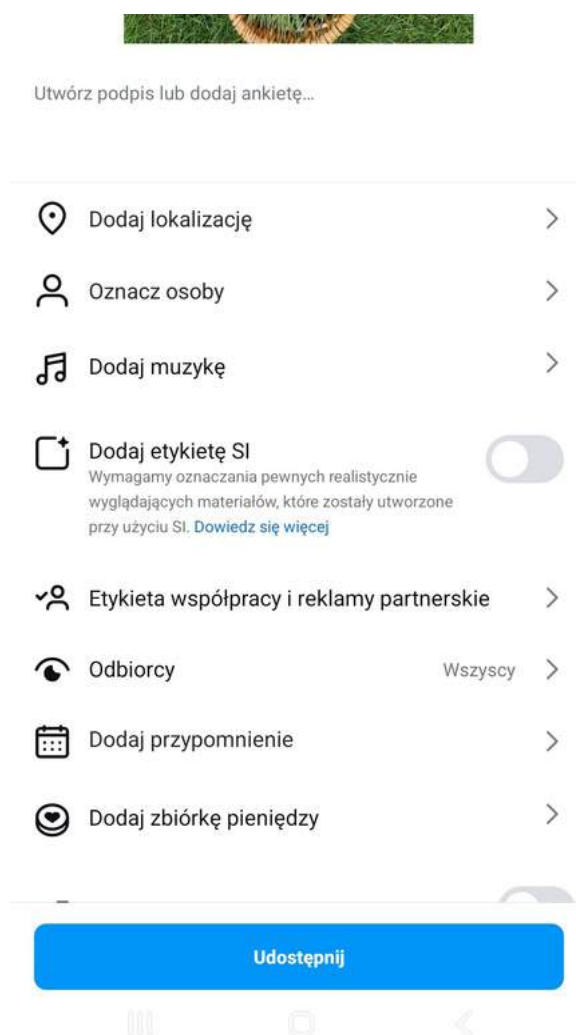
- Przeglądaj galerię swojego telefonu i wybierz plik, który chcesz opublikować.

4. Dodaj filtry lub edytuj obraz (opcjonalnie)

- Możesz dodać filtr lub edytować obraz, aby dopasować go do stylu swojego profilu lub dodać gotową grafikę, wcześniej przygotowaną np. w Canva.

5. Dodaj tekst, hashtagi oraz lokalizację:

- Wklej przygotowany tekst, dodaj odpowiednie hashtagi, oznacz lokalizację.



POST

6. Oznacz osoby (opcjonalnie):

- Jeśli na zdjęciu są inne osoby, lub chcesz oznaczyć współpracowników, dodaj ich profile.

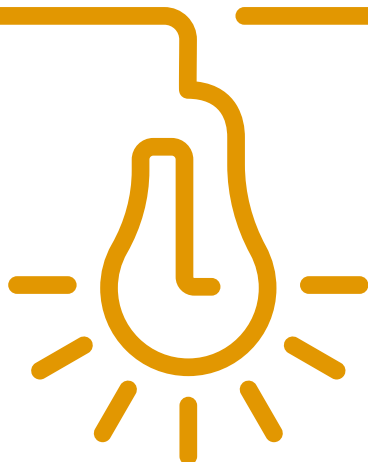
7. Dodaj muzykę:

- Możesz dodać muzykę w tle swojego posta spośród dostępnych plików w bibliotece Instagrama.

8. Opublikuj post:

- Kliknij „Udostępnij” i zaczekaj, aż post pojawi się na Twoim profilu.

POST



Wskazówka!

Post możesz opublikować jednocześnie na kilku profilach na Instagramie, na profilu, który jest powiązany z Twoim kontem na Facebooku oraz na Threads.

Opublikuj na innych kontach na Instagramie

konferencjawa



harmonia_villa_park



wokalistka_ela



elapopracy



Udostępniij



Ela Wolińska - szkolenia i project
management



elawolinska
Threads · Publiczne



Więcej opcji



Udostępniij



Krok 5: Po Publikacji

1. Monitoruj reakcje:

- Śledź, jak post radzi sobie pod względem zaangażowania – sprawdzaj komentarze, lajki i reakcje.

2. Reaguj na komentarze:

- Odpowiadaj na komentarze swoich obserwatorów, aby budować relacje i zwiększać zaangażowanie.

3. Analizuj wyniki:

- Po pewnym czasie sprawdź statystyki posta, aby dowiedzieć się, co działa najlepiej i co można poprawić w przyszłości.



ROLKA

Tworzenie Reels na Instagramie to świetny sposób na pokazanie swoich umiejętności, zaangażowanie społeczności i dotarcie na nowych klientów.

Rolki (Reels) to krótkie filmy, które możemy opublikować na Instagramie i Facebooku. Możemy nagrywać własne filmiki, korzystać z szablonów, lub tworzyć je ze zdjęć.

Rolka może zawierać muzykę, tekst, naklejki i wiele innych elementów.



Kilka najważniejszych zasad:

1. Pamiętaj, że masz tylko krótką **chwilę, by przykuć uwagę** odbiorcy.
2. W czasie nagrywania możesz po prostu używać smartfona. Ale warto przemyśleć zakup zewnętrznego **mikrofonu**. Jeśli oczywiście nagrywasz poza domem i mikrofonu nie masz przy sobie - załóż słuchawki. Mikrofon w słuchawkach nie wyłapie tak głosów otoczenia, jak mikrofon w smartfonie.
3. Zwróć uwagę na **dobre światło**. Nie stawaj plecami do okna. Lepiej nagrywać tylną kamerką. Filmiki są wtedy lepszej jakości.
4. Pamiętaj o **wytarciu kamerki** przed rozpoczęciem nagrywania.
5. Rolki koniecznie **nagrywaj w pionie**.
6. Dodawaj **napisy**. Coraz więcej osób ogląda rolki z wyciszonymi dźwiękami.

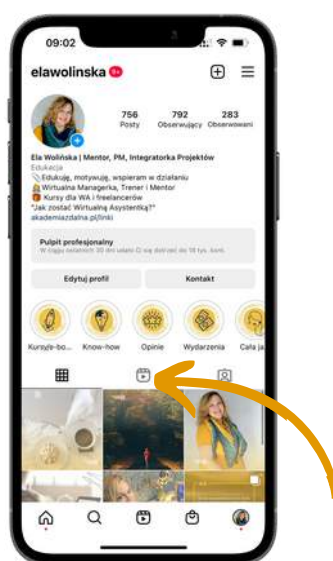
ROLKA



Gdzie wyświetlają się Insta Rolki?

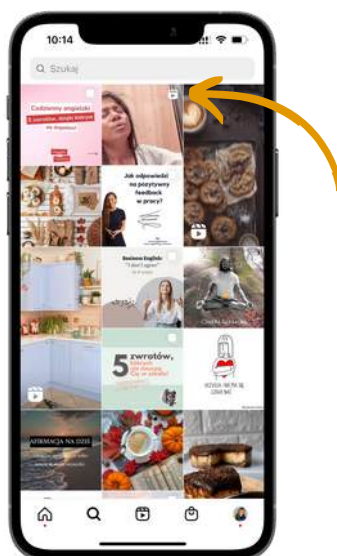
1. Profil użytkownika

Są widoczne m.in. w profilu użytkownika, jako oddzielna zakładka.



2. Karta „Eksploruj”

Rolki można także zobaczyć w karcie „Eksploruj”. w tym miejscu Rolki są oznaczone specjalną ikonką.



Jak dodać rolkę?

Krok 1: Przygotowanie Treści

1. Wybierz temat przewodni

- Zastanów się, jaki przekaz chcesz zawrzeć w swoim wideo. Może to być np. porada dla przedsiębiorców, organizacja pracy, planowanie dnia, czy pokazanie kulis Twojej pracy jako WA.

2. Zbierz materiały:

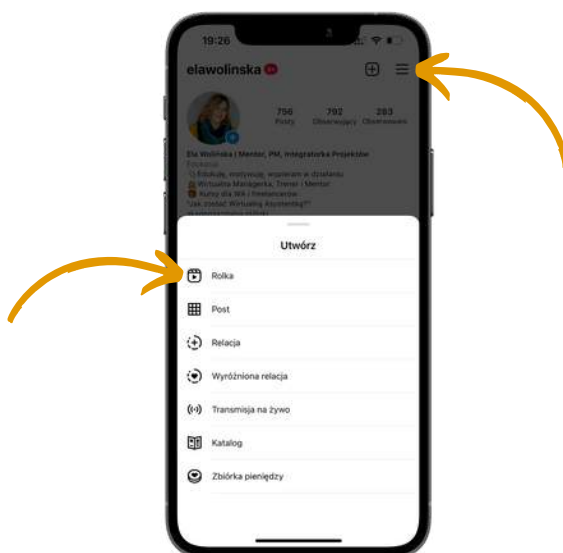
- Przygotuj zdjęcia, klipy wideo, grafiki lub teksty, które chcesz wykorzystać w Reels. Możesz również nagrać nowe klipy bezpośrednio w aplikacji.
- Pamiętaj, że Reels są w formacie pionowym (9:16), więc dopasuj do tego swoje materiały.

ROLKA

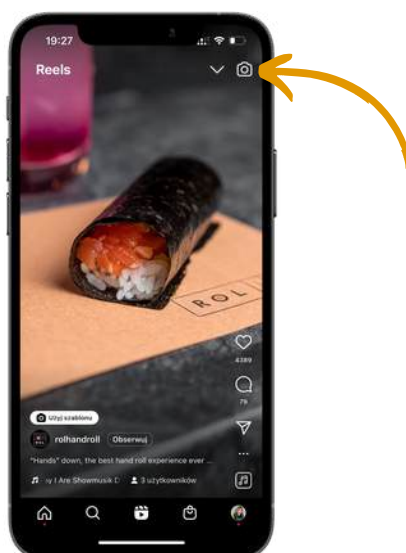
Krok 2: Tworzenie Reels w Aplikacji Instagram

1. Wejdź do sekcji Reels:

- Otwórz Instagram, przejdź do swojego profilu i kliknij ikonę „+” na górze lub na dole ekranu, a następnie wybierz „Reels / Rolka”.

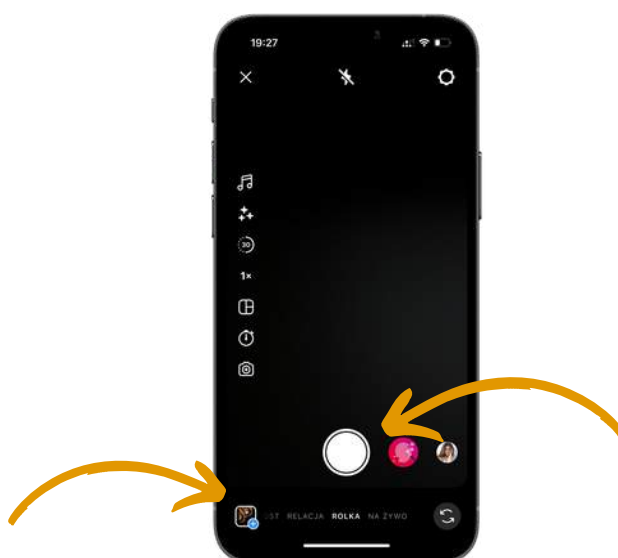


- Lub wybierz ikonę aparatu, podczas przeglądania Rolek.



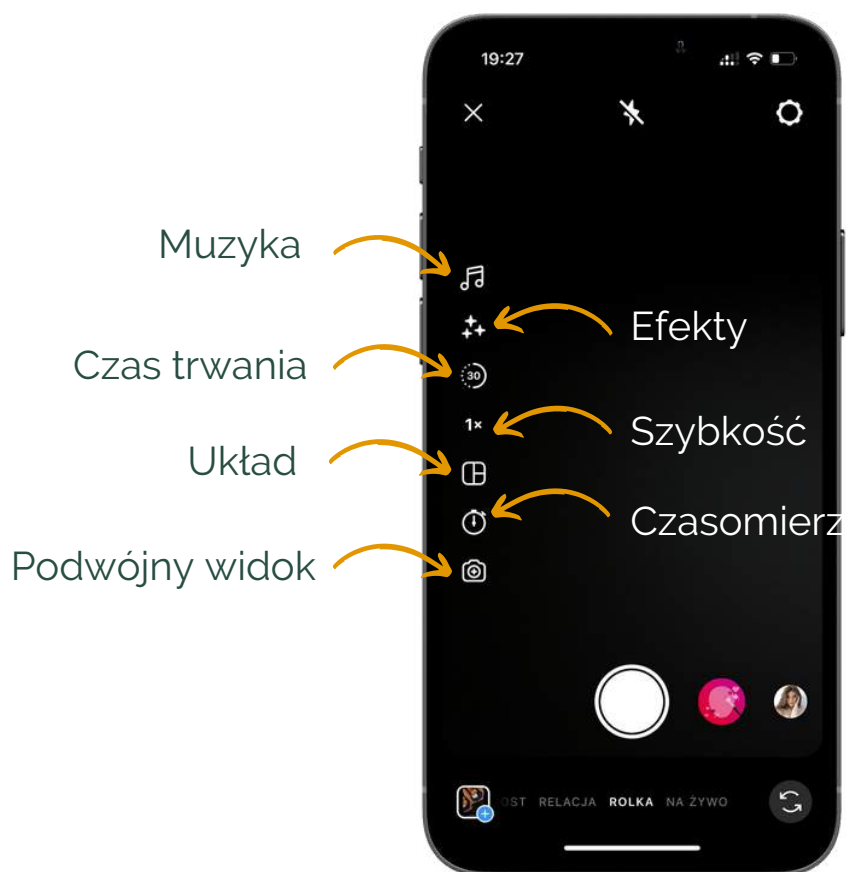
2. Nagrywanie lub dodawanie klipów:

- Nagrywanie: Przytrzymaj przycisk nagrywania, aby stworzyć nowe klipy. Możesz nagrywać w segmentach, które później połączysz.
- Dodawanie klipów: Jeśli masz już nagrane materiały, kliknij ikonę galerii, aby dodać wideo lub zdjęcia.



ROLKA

- Gdy już dodasz interesujące Cię multimedia, przejdź "Dalej". Będziesz mogła jeszcze edytować i dostosować swoją rolkę.



3. Edytuj klipy:

- Przycinanie: Przeciągaj i skracaj klipy, aby dopasować je do narracji Reels.
- Muzyka: Kliknij ikonę nutki, aby dodać muzykę. Wybierz utwór, który pasuje do klimatu wideo i ustal, który fragment chcesz użyć.

4. Dodaj efekty i filtry:

- Kliknij ikonę efektów (gwiazdkę), aby dodać filtry lub specjalne efekty, które podkreślą styl Twojego Reels. To moment, aby dodać odrobinę kreatywności!

5. Dodaj napisy:

- Kliknij ikonę „Aa”, aby dodać teksty, które pomogą w odbiorze treści, zwłaszcza gdy wideo jest oglądane bez dźwięku. Możesz dopasować czcionkę, kolor i miejsce wyświetlania tekstu.

Krok 3: Finalizacja i Ważne Ustawienia

1. Wybierz Tematy:

- Po zakończeniu edytowania wideo, kliknij „Dodaj Tematy” (lub „Wybierz Tematy”).
- Wybierz do 3 tematów, które najlepiej opisują Twój Reels. Na przykład, jeśli Twój Reels dotyczy organizacji pracy, możesz wybrać tematy takie jak „Biznes”, „Organizacja” oraz „Produktywność”.

2. Wybierz okładkę:

- Kliknij „Edytuj okładkę”, aby wybrać klatkę z wideo lub dodać niestandardowy obraz z galerii. Dobra okładka przyciągnie więcej widzów.

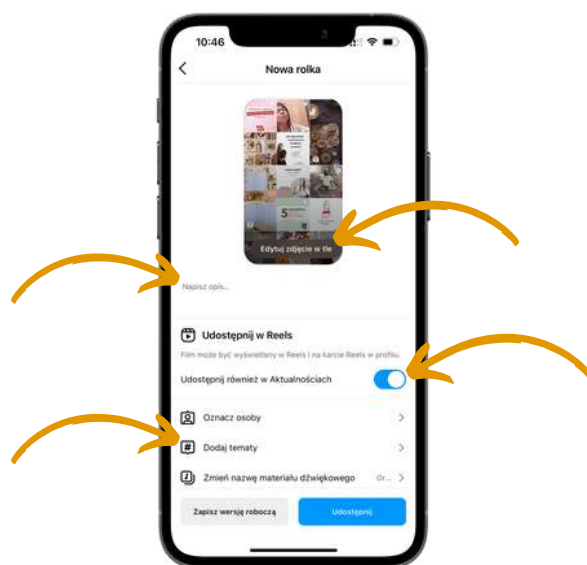
3. Dodaj opis i hashtagi:

- Opis: Stwórz krótki, ale angażujący opis, który podsumowuje Twoją rolkę i zawiera wezwanie do działania (CTA).
- Hashtagi: Dodaj od 5 do 10 dobrze dobranych hashtagów, które pomogą Twojej rolce dotrzeć do właściwej grupy odbiorców. Na przykład: #wirtualnaasystentka, #produktywność, #biznesonline.

ROLKA

4. Oznacz osoby lub firmy (opcjonalnie):

- Jeśli Reels dotyczy współpracy lub chcesz podziękować komuś za wkład, oznacz te osoby lub firmy w opisie lub bezpośrednio na wideo.

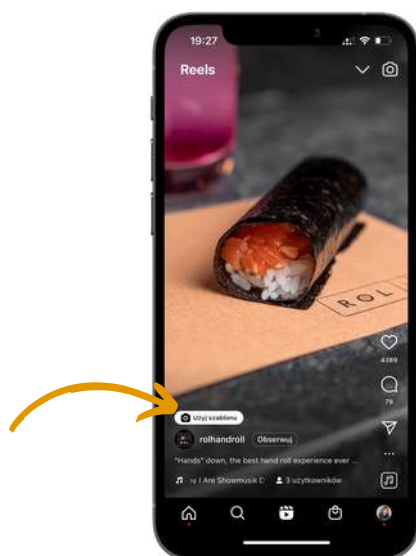


ROLKA



Możesz skorzystać z szablonów Rolek. Zrobisz to na dwa sposoby:

- Przeglądając rolki, kliknij opcję "Użyj szablonu", a następnie załadować swoje pliki. Aplikacja sama dostosuje je pod wybrany szablon.



- Drugi sposób dostępny znajdziesz, wchodząc w tworzenie Rolek z pozycji ich przeglądania, po kliknięciu ikony aparatu. Na dole wybierz "Szablony" i przeglądaj wszystkie dostępne opcje. Wybierz szablon i dodaj swoje pliki.



Krok 4: Publikacja Reels

1. Opublikuj Reels:

- Gdy jesteś gotowa, kliknij „Udostępnij”, aby opublikować Reels na swoim profilu.
- Udostępnianie: Możesz wybrać, czy Reels ma być widoczny tylko w zakładce Reels, czy również na Twoim głównym feedzie. Możesz także udostępnić Reels na swoich Stories, aby zwiększyć zasięg.

2. Dodaj Reels do Highlights (opcjonalnie):

- Jeśli Reels jest częścią serii lub pasuje do jednego z Twoich tematów, dodaj go do Highlights (opcja “przytnij w rolkach”) na swoim profilu, aby był dostępny na stałe.



Krok 5: Po Publikacji

1. Monitoruj wyniki:

- Obserwuj statystyki Reels, aby zobaczyć, jak radzi sobie pod względem wyświetleń, lajków i komentarzy. Analizuj, co działa najlepiej.

2. Reaguj na interakcje:

- Odpowiadaj na komentarze i wiadomości od widzów. To ważne dla budowania relacji i zwiększania zaangażowania.

3. Udostępnij Reels ponownie (opcjonalnie):

- Jeśli Reels cieszy się dużą popularnością, możesz go ponownie udostępnić na Stories lub przypomnieć o nim swoim obserwatorom.

ROLKA

Kiedy tworzysz lub zarządzasz Reels na Instagramie, masz do dyspozycji kilka opcji i ustawień, które wymieniałam wyżej, a które pozwalają dostosować wideo do Twoich potrzeb.

1. Tematy

- „Tematy” to kategorie, które pomagają Instagramowi zrozumieć, o czym jest Twój Reels i lepiej dopasować go do zainteresowań odbiorców.
- Możesz wybrać do trzech tematów, które najlepiej opisują Twój Reels, np. „Biznes”, „Moda”, „Zdrowie”. Wybierając odpowiednie tematy, zwiększasz szansę na dotarcie do osób, które interesują się tymi kategoriami.

2. Okładka (Cover)

- Okładka to obraz, który będzie wyświetlany jako miniatura Twojego Reels na profilu i w zakładce Reels. To pierwsza rzecz, którą zobaczą użytkownicy.
- Możesz wybrać dowolną klatkę z wideo lub dodać własny obraz jako okładkę. Wybór atrakcyjnej i przyciągającej uwagę okładki może zwiększyć liczbę wyświetleń Twojego Reels.

3. Opis (Caption)

- Opis to tekst, który dodajesz do swojego Reels. To miejsce, gdzie możesz krótko wyjaśnić, o czym jest wideo, dodać wezwanie do działania (CTA) lub zaprosić do interakcji.
- Opis może zawierać hashtagi, oznaczenia innych użytkowników, emotikony oraz linki (np. do bio). Dobrze napisany opis może zachęcić do oglądania i zwiększyć zaangażowanie.

4. Hashtagi

- Hashtagi to słowa lub frazy poprzedzone znakiem „#”, które kategoryzują treści i ułatwiają ich wyszukiwanie na Instagramie.
- Możesz dodać do 30 hashtagów, ale najlepiej używać od 5 do 10, które są odpowiednie do treści Twojego Reels. Używanie popularnych, ale też bardziej niszowych hashtagów pomoże zwiększyć zasięg.

5. Oznaczenia (Tagging People)

- Oznaczenie to funkcja, która pozwala wspomnieć lub oznaczyć inne osoby lub marki w Reels.
- Możesz oznaczyć użytkowników bezpośrednio w wideo lub opisie. To świetny sposób na promowanie współprac, podziękowanie za udział lub nawiązanie relacji z innymi twórcami.

6. Udostępnianie (Sharing Options)

- To opcje, które pozwalają zdecydować, gdzie i jak chcesz udostępnić swój Reels.
- Możesz wybrać, czy Reels będzie widoczny tylko w zakładce Reels, na głównym feedzie (Twoim profilu) lub na Stories. Udostępnienie Reels na różnych platformach zwiększa jego widoczność i zasięg.

7. Zapisz do wersji roboczych (Save as Draft)

- Opcja zapisu Reels do wersji roboczej pozwala na zachowanie niedokończonego wideo, aby móc wrócić do jego edycji oraz publikacji później.
- Po zapisaniu Reels w wersji roboczej, znajdziesz go w zakładce Reels na swoim profilu, gdzie możesz dokończyć edycję lub opublikować, gdy będziesz gotowa.

8. Wyłącz możliwość komentowania (Turn Off Comments)

- Opcja wyłączania komentarzy pozwala na zablokowanie możliwości dodawania komentarzy pod Twoim Reels.
- Możesz wyłączyć komentarze w ustawieniach zaawansowanych podczas publikacji Reels, jeśli chcesz ograniczyć interakcje lub uniknąć potencjalnych negatywnych komentarzy.

9. Udostępnij na Facebooku (Share to Facebook)

- Opcja ta pozwala na automatyczne udostępnienie Twojego Reels również na Facebooku, jeśli masz połączone konto.
- Po włączeniu tej opcji, Reels pojawi się na Twoim profilu na Facebooku, co może zwiększyć zasięg i dotarcie do szerszej publiczności.

10. Dodaj lokalizację (Add Location)

- Dodanie lokalizacji to opcja, która pozwala oznaczyć miejsce związane z tą rolką.
- Oznaczenie lokalizacji może pomóc w dotarciu do lokalnej społeczności lub osób zainteresowanych danym miejscem. Jest to szczególnie przydatne, jeśli działasz lokalnie lub chcesz podkreślić konkretne miejsce.

11. Zezwalaj na remixy (Allow Remixing)

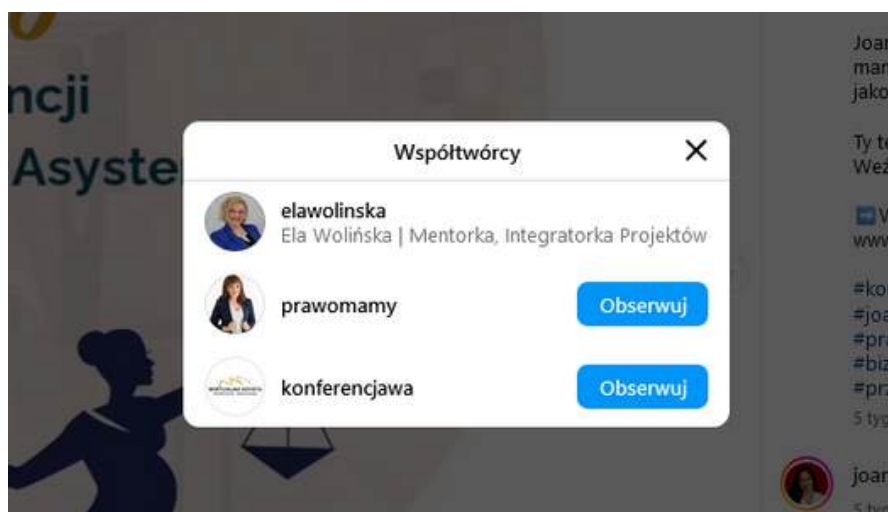
- Remixowanie to opcja, która pozwala innym użytkownikom na tworzenie własnych Reels na podstawie Twojego wideo, poprzez dodanie ich własnych treści obok Twojej.
- Włączenie tej opcji zwiększa interaktywność i może prowadzić do większego zaangażowania, gdy inni użytkownicy tworzą remixy z Twoim Reels.

WSPÓŁTWÓRCA

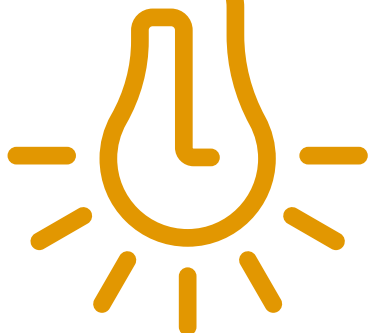


Funkcja „Współtwórca” na Instagramie, znana również jako „Collab” (od „collaboration”), pozwala na współdzielenie jednego posta lub Reels na dwóch profilach jednocześnie.

- Funkcja „Współtwórca” pozwala dwóm użytkownikom na **wspólne opublikowanie jednego posta na obu kontach** (np. zdjęcia, wideo, Reels). Post pojawi się zarówno na Twoim profilu, jak i na profilu współtwórcy.
- Gdy jeden z użytkowników zaprosi drugiego do współtworzenia posta, a zaproszenie zostanie zaakceptowane, ten sam post będzie widoczny na obu profilach, a liczba polubień, komentarzy oraz wyświetleń będzie wspólna.
- Tworząc nowy post lub Reels, możesz zaprosić inną osobę jako współtwórcę, wybierając opcję „Zaproś współtwórcę” (Invite Collaborator) podczas etapu oznaczania osób.



WSPÓŁTWÓRCA



Wskazówka!

Współtworzenie postów pozwala na dotarcie do szerszej publiczności, ponieważ post będzie widoczny zarówno dla Twoich obserwatorów, jak i dla obserwatorów współtwórcy.

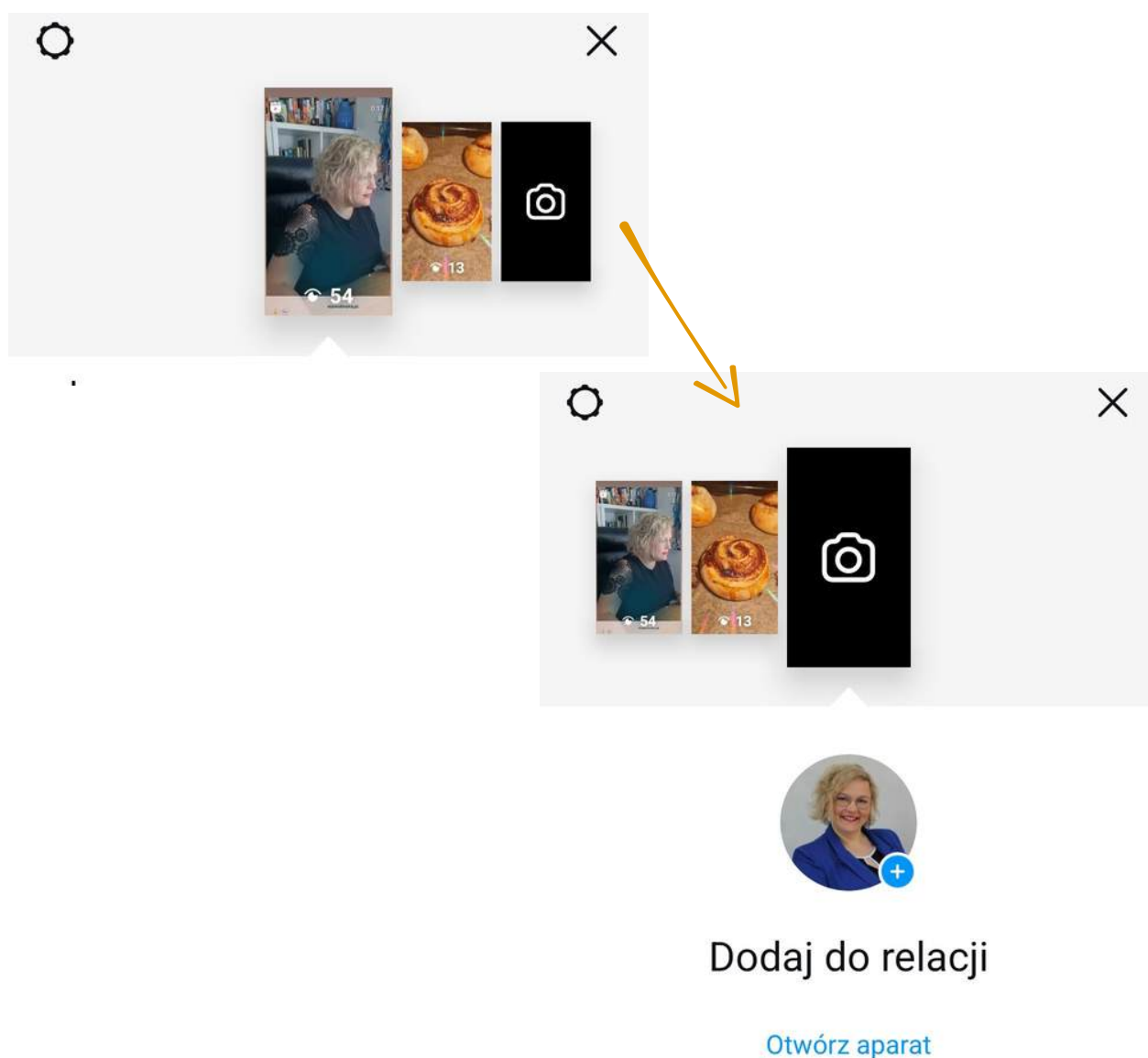


Funkcja “Współtwórca” dostępna jest tylko z poziomu telefonu. To oznacza, że nie możesz jej użyć planując posty na desktopie.

RELACJE

1. Tworzenie relacji (Stories)

- Dodaj do relacji (Add to Your Story): Po otwarciu aplikacji Instagram, przejdź do głównego ekranu lub swojego profilu i kliknij na ikonę „+” przy swoim zdjęciu profilowym lub na górze ekranu. Stąd możesz dodać zdjęcie, wideo, lub stworzyć nową relację.
- Możesz również kliknąć już w opublikowaną relację. Następnie w ikonę aparatu i dodać kolejną relację.



2. Tryby kamery

- Normalny (Normal): Umożliwia zrobienie zdjęcia lub nagranie wideo przy pomocy przycisku na ekranie.
- Boomerang. Tworzy zapętlone wideo, które odtwarza się do przodu i do tyłu.
- Układ (Layout). Pozwala na tworzenie kolaży z kilku zdjęć jako jednej relacji.
- Bez użycia rąk (Hands-Free). Umożliwia nagrywanie wideo bez potrzeby trzymania przycisku nagrywania – jedno kliknięcie zaczyna nagrywanie.
- Wielokrotne przechwytywanie (Multi-Capture): Pozwala na robienie serii zdjęć, które można później dodać do jednej lub kilku relacji.
- Poziom - narzędzie, które pomoże Ci wyrównać aparat, aby uzyskać prosty obraz lub nagranie.
- Tryb podwójny - pozwala na nagrywanie z obu kamer jednocześnie.

3. Efekty (Effects)

- Filtry AR: Dodają do relacji interaktywne efekty rzeczywistości rozszerzonej (AR). Przesuń w lewo lub w prawo, aby zmienić filtr.
- Maski: Dodają nakładki, które mogą zmieniać wygląd twarzy (np. makijaż, okulary, maski zabawne itp.).

4. Naklejki (Stickers)

- Lokalizacja (Location): Dodaje naklejkę z lokalizacją, gdzie znajduje się osoba tworząca relację.
- Wzmianka (Mention): Umożliwia oznaczenie innych użytkowników w relacji.
- Hashtag (Hashtag): Dodaje hashtag, dzięki czemu relacja może być łatwiej wyszukiwalna.
- Ankieta (Poll): Pozwala na stworzenie ankiety z dwoma opcjami odpowiedzi, co angażuje widzów.
- Pytania (Questions): Umożliwia zadanie pytania, na które widzowie mogą odpowiedzieć, a odpowiedzi można udostępnić w kolejnych relacjach.
- Quiz: Umożliwia stworzenie quizu z kilkoma opcjami odpowiedzi.
- Muzyka (Music): Dodaje muzykę do relacji. Można wybrać utwór, ustawić fragment i dodać tekst piosenki.
- GIF: Dodaje animowane naklejki GIF do relacji.
- Odliczanie (Countdown): Dodaje zegar odliczający do wybranego przez Ciebie wydarzenia.
- Emoji Slider: Pozwala na dodanie paska emoji, gdzie widzowie mogą przesunąć emoji, aby wyrazić swoje uczucia na temat treści.
- Link: Użytkownicy mogą kliknąć link, który przekieruje ich do określonej strony. Funkcja dostępna dla kont, które mają odpowiednią ilość obserwujących lub są zweryfikowane.

5. Rysowanie (Drawing)

- Opcja rysowania pozwala dodawać odręczne rysunki i notatki na zdjęciach i wideo.
- Kliknij ikonę „pędzla”, aby rysować na zdjęciu lub wideo. Możesz wybrać kolor, grubość linii i styl pędzla.

6. Dodawanie tekstu (Text)

- Pozwala na dodanie tekstu do relacji, co może być wykorzystane do przekazywania informacji lub podkreślania kluczowych elementów.
- Kliknij ikonę „Aa” po zrobieniu zdjęcia lub wideo, aby napisać tekst. Możesz zmieniać kolor, czcionkę, tło tekstu oraz jego pozycję na ekranie.

7. Muzyka (Music)

- Możliwość dodania muzyki do swojej relacji, aby podkreślić nastrój lub przekaz.
- Kliknij ikonę „muzyki”, aby wyszukać utwór, który chcesz dodać. Możesz wybrać konkretny fragment utworu i dostosować długość jego odtwarzania w relacji.

8. Opcje prywatności (Privacy)

- Umożliwia kontrolę nad tym, kto może zobaczyć Twoją relację:
 - Wszyscy obserwujący: Relacja jest widoczna dla wszystkich Twoich obserwatorów.
 - Bliscy znajomi (Close Friends): Udostępnianie relacji tylko wybranej grupie osób, które dodasz do swojej listy „Bliskich znajomych”.
 - Ukryj przed (Hide Story From): Umożliwia ukrycie relacji przed wybranymi użytkownikami.

9. Zapisz relację (Save Story)

- Pozwala zapisać relację na telefonie lub w archiwum Instagrama, aby była dostępna po 24 godzinach.
- Kliknij „Zapisz” po stworzeniu relacji, aby zachować ją w galerii swojego urządzenia lub w aplikacji.

10. Dodaj do wyróżnionych relacji (Add to Highlights)

- Wyróżnione relacje (Highlights) to relacje, które można zachować na stałe na profilu.
- Po opublikowaniu relacji, możesz kliknąć „Dodaj do wyróżnionych”, aby przypiąć ją na swoim profilu. Będą one widoczne na Twoim profilu w formie okrągłych ikon, pod Twoim bio.

RELACJE

11. Udostępnij na Facebooku (Share to Facebook)

- Pozwala na automatyczne udostępnienie relacji również na Twoim profilu na Facebooku.
- Włącz tę opcję podczas publikacji relacji, aby pojawiła się ona jednocześnie na Instagramie i Facebooku.

12. Zezwalaj na odpowiedzi (Allow Message Replies)

- Ustawienie, które kontroluje, kto może odpowiedzieć na Twoją relację przez wiadomość prywatną (DM).
- Możesz wybrać opcję:
 - Wszyscy: Wszyscy, którzy widzą Twoją relację, mogą odpowiedzieć.
 - Obserwowani: Tylko osoby, które obserwujesz, mogą odpowiedzieć.
 - Wyłączone: Nikt nie może odpowiadać na Twoje relacje.

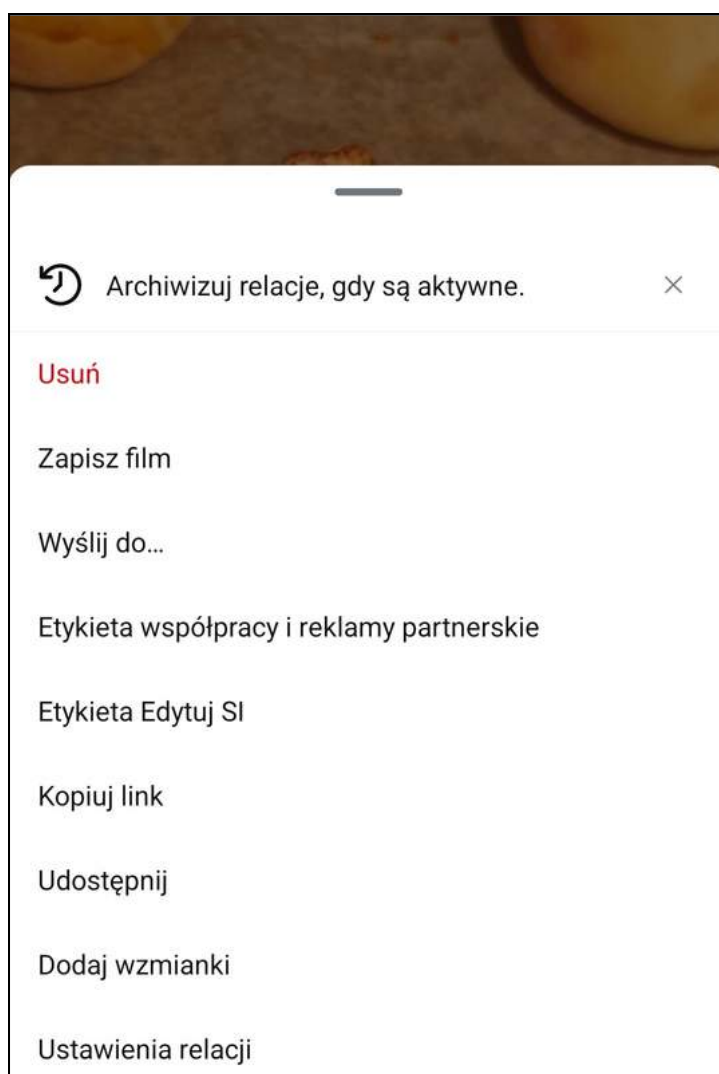
13. Analiza relacji (Story Insights)

- Instagram oferuje podstawowe statystyki dla relacji, takie jak liczba wyświetleń, interakcji, czy odpowiedzi.
- Przejdź do relacji, a następnie przesunij palcem w górę, aby zobaczyć szczegóły. Możesz sprawdzić, ile osób zobaczyło relację, kto to był, oraz jakie akcje zostały podjęte (np. kliknięcie w link, odpowiedzi).

RELACJE

Po publikacji

- Swojej relacji nie możesz edytować, ale możesz ją przestać lub udostępnić dalej.



RELACJE WYRÓŻNIONE



Relacje wyróżnione (Highlights) to relacje, które możesz przypiąć na stałe do swojego profilu, aby były widoczne po upływie 24 godzin. Instagram odchodzi powoli od tej funkcji, ale nadal część profili może z nich korzystać.

Dzięki nim możesz zachować ważne momenty, wydarzenia lub tematy, które chcesz, aby były zawsze dostępne dla odwiedzających Twój profil.



events



place



team



training

Krok 1: Tworzenie Relacji Wyróżnionych (Highlights)

1. Dodaj relację (Story):

- Najpierw utwórz i opublikuj relację. Możesz dodać zdjęcie, wideo, tekst, gif lub cokolwiek innego, co chcesz zachować na stałe.

2. Zapisz relację do wyróżnionych:

- Po opublikowaniu relacji, kliknij na swoją relację i w prawym dolnym rogu zobaczysz ikonę „Serce” z napisem „Wyróżnij” (Highlight).
- Kliknij „Wyróżnij” i wybierz istniejące wyróżnienie, do którego chcesz dodać relację, lub kliknij „Nowe”, aby utworzyć nowe wyróżnienie.

RELACJE WYRÓŻNIONE

3. Nazwij wyróżnienie:

- Jeśli tworzysz nowe wyróżnienie, Instagram poprosi Cię, by nadać mu nazwę. Wpisz krótki, zrozumiały tytuł, który najlepiej opisuje zawartość wyróżnienia (np. „Podróże”, „Opinie”, „Portfolio”).

4. Zapisz wyróżnienie:

- Po wybraniu lub nadaniu nazwy wyróżnieniu, kliknij „Dodaj”, aby przypiąć relację do swojego profilu. Wyróżnienie pojawi się jako okrągła ikona pod Twoim bio na profilu.



Dodaj do wyróżnionych relacji



Opinie



Kursy/e-booki

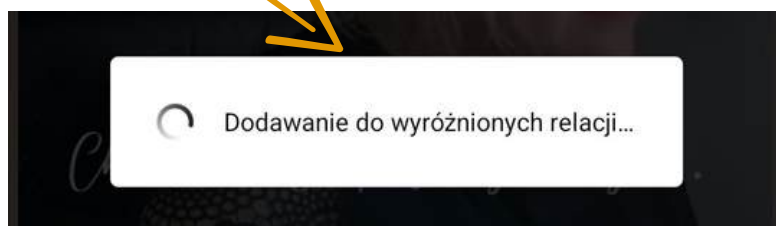


Wydarzenia



Know-how

Anuluj



Krok 2: Tworzenie Okładek do Relacji Wyróżnionych

1. Przygotowanie okładki:

- Okładki do wyróżnionych relacji to obrazy, które reprezentują treść danego wyróżnienia. Możesz stworzyć je w zewnętrznej aplikacji graficznej, takiej jak Canva, Photoshop, lub nawet w prostych narzędziach do edycji na telefonie.
- Wymiary: Zalecany rozmiar okładki to 1080x1920 pikseli (proporcje 9:16). Ważne, aby centralny element obrazu znajdował się w okręgu, ponieważ okładki są wyświetlane jako okrągłe ikony.

2. Dodanie okładki:

- Metoda 1: Dodaj okładkę jako osobną relację i zapisz ją do wyróżnienia, a następnie ustaw ją jako okładkę.
 - Opublikuj grafikę jako relację.
 - Dodaj ją do wyróżnienia, dla którego chcesz ustawić okładkę.
 - Przejdź do profilu, przytrzymaj wyróżnienie, wybierz „Edytuj wyróżnienie” (Edit Highlight), a następnie kliknij „Edytuj okładkę” (Edit Cover). Wybierz grafikę z relacji jako okładkę.

RELACJE WYRÓŻNIONE

- **Metoda 2:** Dodaj okładkę bez publikowania jej jako relację.
 - Przejdź do swojego profilu.
 - Przytrzymaj wyróżnienie, które chcesz edytować - wybierz „Edytuj wyróżnienie” (Edit Highlight).
 - Kliknij „Edytuj okładkę” (Edit Cover), a następnie ikonę galerii na dole ekranu.
 - Wybierz grafikę z galerii swojego telefonu, którą chcesz ustawić jako okładkę, i dopasuj jej pozycję.

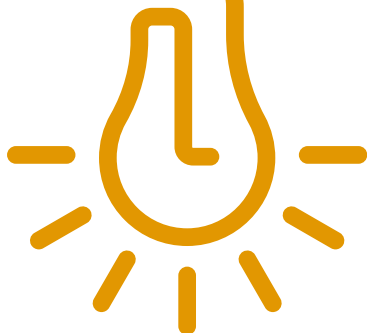
3. Dostosowanie okładki:

- Upewnij się, że wybrana okładka jest dobrze widoczna oraz pasuje do stylu Twojego profilu. Możesz przesuwać, lub powiększać grafikę, aby upewnić się, że najważniejszy element znajduje się w centrum okręgu.

4. Zapisz zmiany:

- Po ustawieniu okładki kliknij „Gotowe” (Done), aby zapisać zmiany. Twoje wyróżnienie teraz będzie miało nową, spersonalizowaną okładkę.

RELACJE WYRÓŻNIONE



Wskazówka!

Upewnij się, że nazwy wyróżnień są krótkie, jasne i od razu mówią, co znajduje się w danym wyróżnieniu.

Staraj się, aby okładki wyróżnionych relacji były spójne z estetyką Twojego profilu. Możesz używać podobnych kolorów, ikon lub stylów graficznych, aby stworzyć harmonijny wygląd.



Posty: 1043 1523 obserwujących Obserwowani: 91

Ela Wolińska | Mentorka, Integratorka Projektów

#MatkaWirtualnejAsysty

Kursy i ebooki dla VA

Transformuję kariery

Dołącz do profesjonalistek! 100% poleca... więcej

elawolinska.pl/free + 1

W ciągu ostatnich 30 dni udało Ci się dotrzeć do 1,1 tys. kont. Wyświetl statystyki



Opinie



Kursy/e-booki



Wydarzenia



Know-how



Cała ja...



Podcast

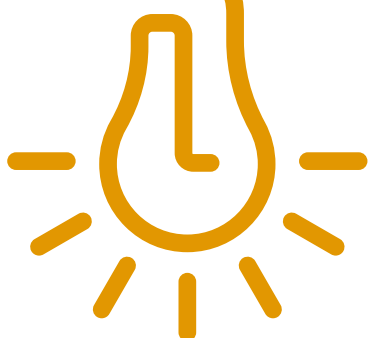


Realizacje

INSTAGRAM LIVE



Transmisje na żywo na Instagramie, znane jako Instagram Live, to funkcja, która pozwala na bezpośrednie transmitowanie wideo do Twoich obserwatorów w czasie rzeczywistym.



Wskazówka!

Wykorzystaj Live jako sposób na interakcję z publicznością, dzielenie się ważnymi momentami, prowadzenie Q&A, pokazanie kulis swojej pracy lub organizowanie wydarzeń online.

Jak rozpocząć transmisję na żywo na Instagramie?

1. Otwórz aplikację Instagram:

- Upewnij się, że jesteś zalogowana na swoje konto.

2. Przejdź do ekranu głównego kamery:

- Kliknij ikonę kamery w lewym górnym rogu ekranu lub przesunij palcem w prawo na ekranie głównym, aby otworzyć kamerę.

3. Wybierz opcję „Na żywo” (Live):

- Na dole ekranu zobaczysz różne opcje, takie jak „Normalny”, „Boomerang”, „Układ” itd. Przesuń palcem w lewo, aby wybrać „Na żywo” (Live).

4. Sprawdź ustawienia:

- Zanim rozpoczniesz transmisję, możesz sprawdzić ustawienia na żywo, takie jak możliwość wyłączenia komentarzy, filtrowania określonych słów w komentarzach, lub wybór publiczności.

5. Rozpocznij transmisję:

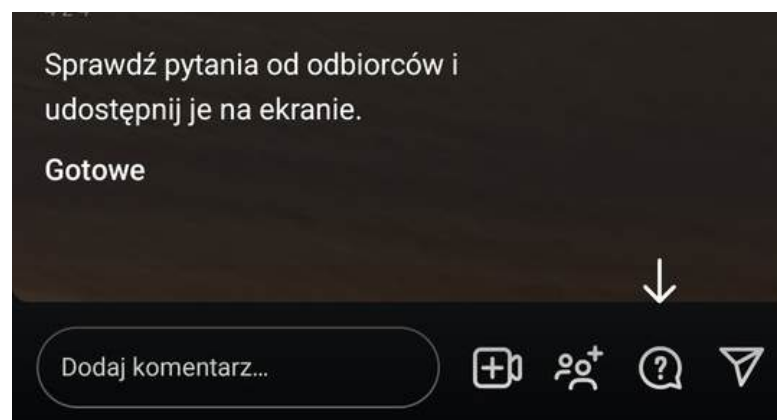
- Kliknij przycisk „Rozpocznij transmisję na żywo” (Go Live). Instagram odliczy 3 sekundy, a następnie rozpoczniesz nadawanie na żywo. Twoi obserwatorzy otrzymają powiadomienie, że właśnie zaczęłaś transmisję.

INSTAGRAM LIVE

Funkcje i możliwości podczas transmisji na żywo

1. Interakcja z widzami:

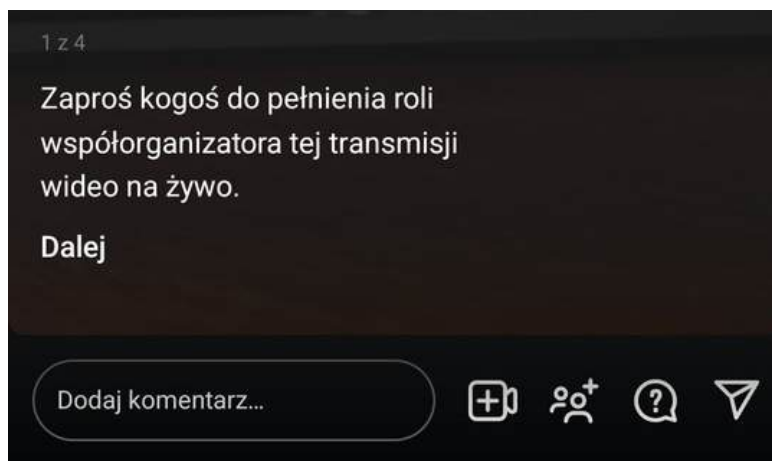
- Komentarze: Podczas transmisji widzowie mogą komentować w czasie rzeczywistym. Możesz na bieżąco odpowiadać na pytania, reagować na komentarze, a także przypinać wybrane komentarze, aby były bardziej widoczne.
- Serduszka: Obserwatorzy mogą wysyłać „serduszka”, klikając na ekran, co jest sposobem wyrażania, że podoba im się to, co robisz.



INSTAGRAM LIVE

2. Dodaj gościa (Go Live with):

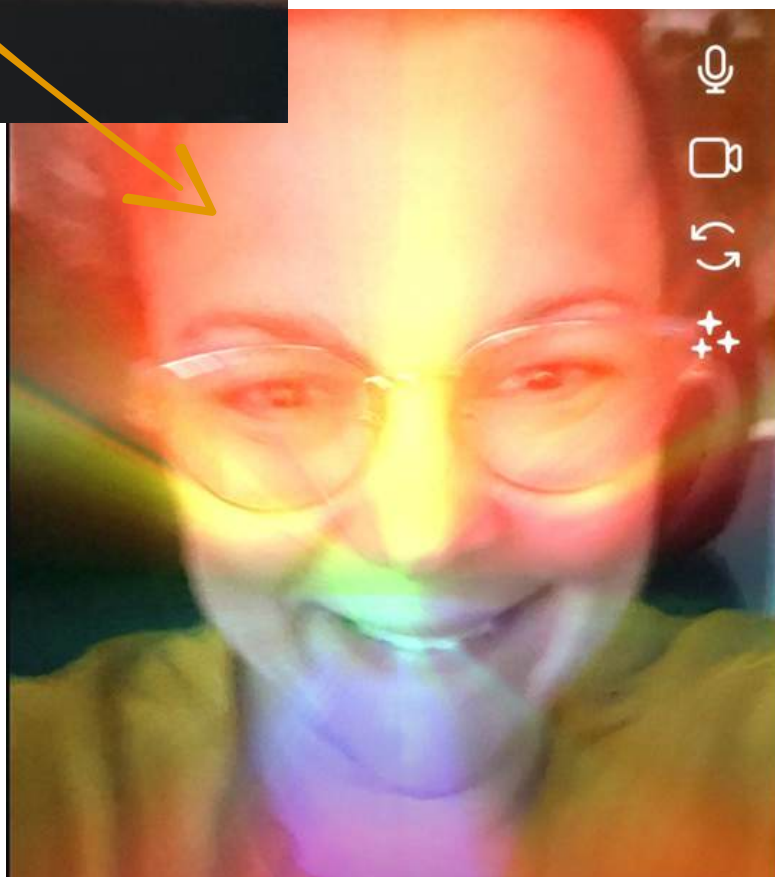
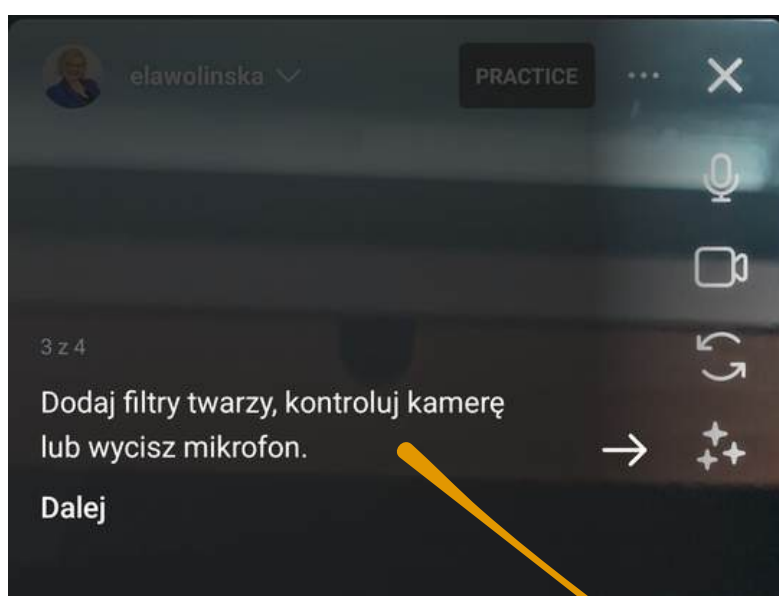
- Możesz zaprosić innego użytkownika Instagrama do wspólnej transmisji na żywo. Dzięki temu ekran podzieli się na dwie części i oboje będziecie mogli prowadzić rozmowę lub prezentację. Aby dodać gościa, kliknij ikonę dwóch uśmiechniętych twarzy i wybierz osobę, którą chcesz zaprosić.



INSTAGRAM LIVE

3. Filtry na żywo:

- Podczas transmisji możesz nałożyć filtry AR (rozszerzona rzeczywistość), które dodadzą różne efekty do Twojej transmisji na żywo. Kliknij ikonę twarzy z gwiazdkami, aby wybrać filtr.



4. Udostępnij zdjęcia i wideo:

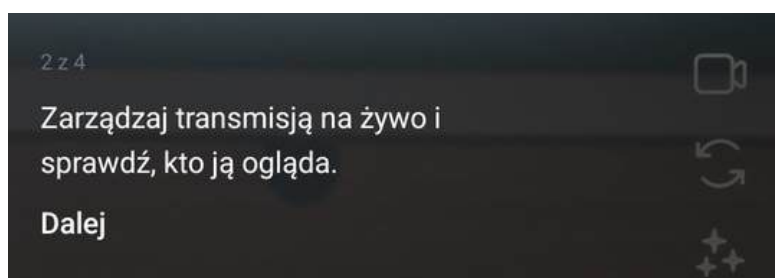
- Możesz udostępniać zdjęcia lub filmy z galerii podczas transmisji, aby urozmaicić przekaz lub pokazać coś konkretnego swoim widzom.

5. Wyłączenie komentarzy:

- Jeśli chcesz skupić się na transmisji i uniknąć niepożądanych komentarzy, możesz je wyłączyć, klikając trzy kropki w prawym dolnym rogu i wybierając „Wyłącz komentarze”.

6. Licznik widzów:

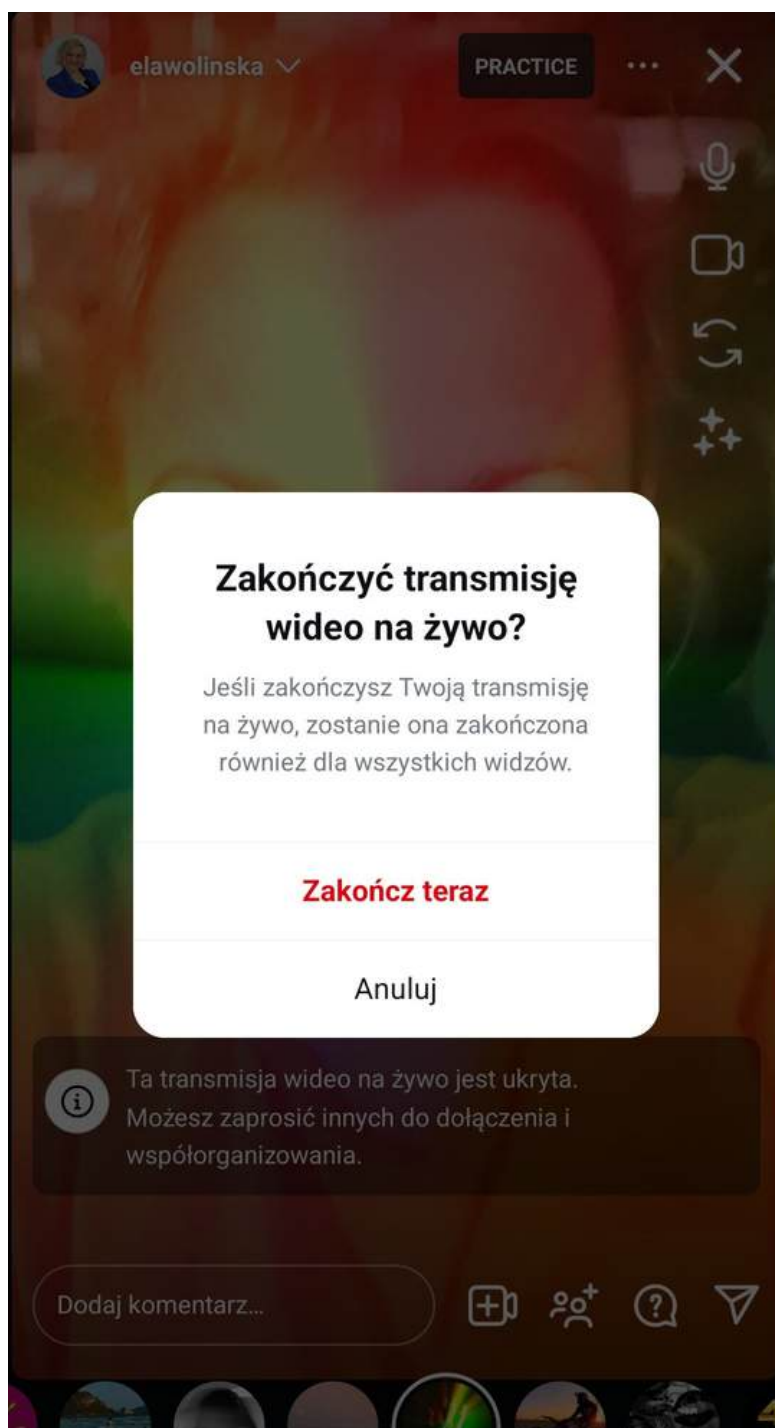
- Na górze ekranu zobaczysz liczbę osób, które aktualnie oglądają Twoją transmisję na żywo.



INSTAGRAM LIVE

Zakończenie transmisji na żywo

- Gdy chcesz zakończyć transmisję, kliknij przycisk „Zakończ” (End) w prawym górnym rogu, a następnie potwierdź wybór.



Opcje po zakończeniu:

Po zakończeniu transmisji na żywo możesz:

- **Udostępnić relację** - Zapisz transmisję w swoich relacjach, gdzie będzie widoczna przez kolejne 24 godziny. Dzięki temu osoby, które przegapiły transmisję na żywo, mogą ją obejrzeć później.
- **Zapisać na rolce z aparatu** - Możesz zapisać wideo na swoim urządzeniu, aby później wykorzystać je w innych miejscach, np. do edycji i ponownego udostępnienia.
- **Udostępnić w sekcji filmów na profilu.**

Transmisja wideo na żywo została
zakończona



Wyświetl w archiwum transmisji na żywo



Odrzuć multimedia



Prowadź transmisje na żywo z większym
gronem osób

WIDEO

Kiedy publikujesz wideo na Instagramie, możesz dodać film długości do 15 minut z telefonu i do 60 minut z komputera. Wideo to będzie automatycznie przypisane do zakładki „Wideo” na Twoim profilu.



Wideo trwające do 60 sekund może być udostępnione na głównym feedzie jako standardowy post wideo, natomiast dłuższe wideo trafia bezpośrednio do zakładki „Wideo”.

Gdzie znaleźć swoje wideo?

Wszystkie wideo, które wcześniej były umieszczane na IGTV, teraz znajdziesz w zakładce „Wideo” na Twoim profilu, która łączy w sobie zarówno krótsze, jak i dłuższe filmy.

Publikowanie wideo:

Aby opublikować dłuższe wideo, po prostu kliknij na ikonę „+” (utwórz post) na swoim profilu, wybierz „Wideo”, dodaj tytuł, opis, okładkę, a następnie opublikuj. Twoje wideo automatycznie pojawi się w zakładce „Wideo” oraz, jeśli to zaznaczysz, w głównym feedzie.

DIRECT MESSAGES (DM)



Direct Messages (DM) na Instagramie to funkcja, która umożliwia użytkownikom prowadzenie prywatnych rozmów w formie wiadomości tekstowych, głosowych, wideo, a także przesyłanie zdjęć, filmów i linków.

DM są jednym z głównych narzędzi komunikacji na Instagramie, pozwalającym na bezpośredni kontakt między użytkownikami.

Główne funkcje Direct Messages:

1. Wysyłanie wiadomości tekstowych:

- Możesz wysłać prywatne wiadomości tekstowe do innych użytkowników. Wiadomości te są widoczne tylko dla nadawcy i odbiorcy. Rozmowy są zachowane w wątku, który można przeglądać w dowolnym momencie.

2. Wysyłanie zdjęć i wideo:

- W DM możesz wysłać zdjęcia i wideo bezpośrednio ze swojego telefonu lub zrobić nowe zdjęcia/wideo za pomocą kamery Instagrama. Możesz wysłać zdjęcie, które zostanie automatycznie zapisane w czacie, lub znikające zdjęcie/wideo, które odbiorca może zobaczyć tylko raz lub przez określony czas.

DIRECT MESSAGES (DM)

3. Wiadomości głosowe:

- Możesz nagrać i wysłać wiadomość głosową, przytrzymując ikonę mikrofonu w oknie wiadomości. To przydatne, gdy chcesz szybko przekazać coś głosem, zamiast pisać.

4. Rozmowy wideo:

- Instagram pozwala na prowadzenie rozmów wideo bezpośrednio w DM. Możesz rozmawiać z jednym użytkownikiem lub prowadzić wideokonferencję z wieloma osobami. Aby rozpocząć rozmowę wideo, kliknij ikonę kamery w prawym górnym rogu czatu.

5. Rozmowy grupowe:

- Możesz tworzyć grupowe rozmowy, dodając wielu użytkowników do jednej konwersacji. W grupach można wymieniać wiadomości, zdjęcia, wideo, oraz prowadzić rozmowy głosowe i wideo. Grupy mogą być używane do komunikacji z zespołem, przyjaciółmi lub klientami.

6. Reakcje na wiadomości:

- Możesz reagować na wiadomości innych użytkowników, wybierając z dostępnych emotikonów. Wystarczy przytrzymać wiadomość, aby wyświetlić opcje reakcji. To sposób na szybkie i łatwe wyrażenie emocji bez konieczności pisania odpowiedzi.

DIRECT MESSAGES (DM)

7. Udostępnianie postów, profili i linków:

- W DM możesz udostępniać posty z Instagrama, profile użytkowników, Reels, IGTV, a także linki do zewnętrznych stron internetowych. Ułatwia to dzielenie się interesującymi treściami z innymi osobami.

8. Tryb znikania (Vanish Mode):

- Vanish Mode to tryb, który pozwala na wysyłanie wiadomości, które znikają po ich przeczytaniu lub po zamknięciu czatu. Aby włączyć Vanish Mode, przesunąć palcem w górę w otwartym czacie. Wszystkie wiadomości wysłane w tym trybie znikną automatycznie po opuszczeniu rozmowy.

9. Zarządzanie wiadomościami:

- Możesz zarządzać swoimi wiadomościami, na przykład usuwając je, archiwizując rozmowy, blokując użytkowników lub zgłaszając nadużycia. Dodatkowo, masz możliwość oznaczania wiadomości jako nieprzeczytane lub przypinania ważnych rozmów na górze listy.

10. Powiadomienia i zarządzanie dostępem:

- Możesz zarządzać powiadomieniami z DM, dostosowując, które wiadomości mają wywoływać powiadomienia i od których użytkowników chcesz je otrzymywać. Możesz również wyciszyć rozmowy lub całe grupy

DIRECT MESSAGES (DM)

Jak korzystać z Direct Messages?

1. Otwórz Instagram:

- Na ekranie głównym aplikacji, w prawym górnym rogu zobaczysz ikonę papierowego samolotu (czasami dymek ze znakiem plus). Kliknij ją, aby przejść do Direct Messages.

2. Rozpocznij nową rozmowę:

- Kliknij ikonę „+” w prawym górnym rogu ekranu DM, wybierz użytkownika (lub użytkowników), z którym chcesz rozpocząć rozmowę, a następnie wpisz wiadomość.

3. Wysyłaj wiadomości:

- Wpisz swoją wiadomość w polu na dole ekranu, a następnie kliknij ikonę strzałki, aby wysłać. Możesz również dodać zdjęcia, wideo, reakcje, lub nagrać wiadomość głosową.

DIRECT MESSAGES (DM)

Praktyczne zastosowania DM:

- **Obsługa klienta:** Firmy mogą korzystać z DM, aby odpowiadać na pytania klientów, rozwiązywać problemy oraz zapewniać wsparcie.
- **Nawiązywanie współpracy:** DM to popularne narzędzie do nawiązywania kontaktów biznesowych i współprac między influencerami, markami i twórcami.
- **Rozmowy prywatne:** DM umożliwia bezpośrednią i prywatną komunikację z innymi użytkownikami Instagrama.

HASZTAGI



Wskazówka!

Dobieranie odpowiednich hashtagów na Instagramie może znacząco zwiększyć zasięg Twoich postów oraz pomóc w dotarciu do większej liczby osób.

Jak efektywnie dobierać hashtagi?

- Zastanów się, jakie hashtagi mogą być popularne wśród Twojej grupy docelowej. Co interesuje Twoich obserwujących? Jakie hashtagi mogą ich przyciągnąć?
- Sprawdź, jakie hashtagi używa konkurencja lub inne popularne konta w Twojej branży. To może dać Ci wskazówki, jakie hashtagi są skuteczne.
- Używaj mieszanki popularnych i niszowych hashtagów. Popularne hashtagi mają dużą liczbę postów, ale konkurencja jest tam również wysoka. Niszowe hashtagi mogą przyciągnąć bardziej zaangażowanych użytkowników, którzy są zainteresowani Twoją konkretną tematyką.

HASZTAGI

- Sprawdzaj zasięg i popularność hashtagów. Możesz używać narzędzi do analizy hashtagów, takich jak Display Purposes, Hashtagify czy Instagram Insights, aby sprawdzić, jak popularne są dane hashtagi i jaki mają zasięg.
- Unikaj ogólnych hashtagów, które mogą być używane przez miliony innych użytkowników. Wybieraj hashtagi, które są bardziej specyficzne i odpowiednie dla Twojego posta.
- Twórz własne hashtagi. Jeśli prowadzisz kampanię marketingową lub chcesz zbudować społeczność wokół swojej marki, stwórz własne, unikalne hashtagi. Zachęć swoich obserwujących do ich używania.
- Ogranicz ilość hashtagów, bo choć Instagram pozwala na użycie do 30 hashtagów w jednym poście, zbyt duża ich liczba może wyglądać spamersko. Wybierz te najbardziej trafne i efektywne (3-5 w zupełności wystarczy).
- Monitoruj, które hashtagi przynoszą najlepsze rezultaty. Regularnie analizuj zasięgi i zaangażowanie, jakie generują poszczególne hashtagi.

HASZTAGI



Wskazówka!

Skuteczne używanie hashtagów wymaga testowania i optymalizacji. Eksperymentuj z różnymi kombinacjami hashtagów i analizuj wyniki, aby znaleźć te, które działają najlepiej dla Ciebie.

Dobór odpowiednich hashtagów:

- Popularne hashtagi: używaj popularnych hashtagów, które są szeroko stosowane, aby zwiększyć szanse na dotarcie do dużej liczby osób. Przykładami są #love, #instagood, #photooftheday. Jednak pamiętaj, że konkurencja przy takich hashtagach jest duża.
- Nisza: staraj się również stosować hashtagi specyficzne dla Twojej branży, hobby, czy tematyki posta. Pozwoli Ci to dotrzeć do bardziej sprecyzowanej grupy odbiorców, którzy mogą być zainteresowani Twoimi treściami.
- Lokalizacja: jeśli działasz na rynku lokalnym, lub akurat przebywasz w jakimś ciekawym miejscu, dodaj hashtagi związane z tym miejscem, np. #Warszawa, #Gdańsk.

HASHTAGI

Liczba hashtagów:

- Jak pisałam, możesz używać do 30 hashtagów na post.
- Optymalna liczba to zazwyczaj od 3 do 5 dobrze dobranych hashtagów.

Umieszczenie hashtagów:

- Możesz dodawać hashtagi bezpośrednio w opisie pod postem lub w pierwszym komentarzu.
- Obie opcje są popularne i mają swoje zalety. W komentarzu pozwalają utrzymać estetykę podpisu, a w opisie umożliwiają natychmiastowe skojarzenie z postem.



SHADOWBAN NA INSTAGRAMIE



Shadowban to blokada, która może nam zostać nałożona na konto na Instagramie za łamanie zasad aplikacji.

Dostają go osoby, które stosują zakazane praktyki, łamią zasady określone w regulaminie.

Na czym polega shadowban?

Jeśli masz shadowban na swoim koncie, Twoje posty nie będą widoczne pod żadnymi hashtagami dla osób, które nie obserwują Twojego konta. Skutecznie ogranicza to zasięgi, a tym samym spada zaangażowanie.

Tym sposobem Instagram czyści swoją platformę z kont fejkowych, pustych, czy istniejących tylko po to, żeby robić zasięgi innym użytkownikom.

Za co można go dostać?

- wpisywanie tych samych hashtagów przez długi czas
- podpinanie i używanie botów
- korzystanie z zewnętrznych aplikacji do zbierania obserwacji
- używanie aplikacji, które automatycznie sterują naszym kontem
- poprzez zgłoszenia innych użytkowników
- częste przekraczanie limitów
- kupowanie obserwacji oraz komentarzy
- stosowanie zakazanych hashtagów

SHADOWBAN NA INSTAGRAMIE



Limity obowiązujące na Instagramie:

- 600-1000 nowych zaobserwowanych kont/24h
- 50-60 odobserwowań/1h
- 60 komentarzy/1h
- do 350 polubień/1h
- 30 hashtagów na post

Jak sprawdzić, czy wybrane hashtagi nie są zbanowane?

Wpisz je w wyszukiwarkę Instagrama. Jeśli ### jest zbanowany, to nie będziesz mogła go zaobserwować, oraz na górze ekranu zobaczysz komunikat, że treści z nim związane zostały ukryte.

Status konta



elawolinska

Ela Wolińska | Mentorka, Integratorka Projektów

Sprawdź działania podjęte przez Instagram po naruszeniu zasad przez Twoje konto lub materiały. [Dowiedz się więcej o Statusie konta](#)



Usunięte materiały



Materiały wyświetlane niżej w Aktualnościach



Funkcje, z których nie korzystasz



THREADS



Threads to aplikacja stworzona przez Instagram, zaprojektowana z myślą o bardziej prywatnej i bliskiej komunikacji z „Bliskimi znajomymi” (Close Friends).

W praktyce jest to narzędzie przypominające nieco Twittera, czyli oferujące szybkie udostępnianie zdjęć, wideo, wiadomości tekstowych i statusów.

Główne funkcje Threads:

1. Bliscy znajomi (Close Friends):

- Threads jest bezpośrednio połączone z listą „Bliskich znajomych” na Instagramie. Użytkownicy mogą udostępniać treści wyłącznie tej wybranej grupie, co sprawia, że komunikacja jest bardziej osobista i prywatna.
- W praktyce możesz zaobserwować niemal każdego.

2. Automatyczne udostępnianie statusu:

- Aplikacja pozwala na automatyczne udostępnianie statusu, który informuje bliskich znajomych o tym, co aktualnie robisz (np. „W pracy”, „Na spotkaniu”).
- Można również ręcznie ustawiać statusy.

3. Szybkie udostępnianie multimediiów:

- Threads umożliwia szybkie robienie zdjęć i nagrywanie wideo bezpośrednio z aplikacji, a następnie natychmiastowe ich wysyłanie do bliskich znajomych. Interfejs aplikacji jest prosty i zorientowany na szybkie i intuicyjne udostępnianie.

4. Bezpieczeństwo i prywatność:

- Ponieważ Threads jest zaprojektowane z myślą o prywatnej komunikacji, oferuje wysoki poziom bezpieczeństwa oraz prywatności. Twoje treści są udostępniane tylko wybranej grupie osób.

Jak używać Threads?

1. Pobierz i zainstaluj aplikację Threads:

- Aplikację Threads można pobrać z App Store lub Google Play. Po instalacji zaloguj się na swoje konto na Instagramie.
- Instagram będzie Ci proponował dołączenie do Threads wyświetlając statusy Twoich znajomych

2. Skonfiguruj listę „Bliskich znajomych”:

- Podczas pierwszego uruchomienia aplikacji, zostaniesz poproszony o skonfigurowanie lub zaktualizowanie listy „Bliskich znajomych”.

3. Ustaw automatyczny status:

- Wybierz, czy chcesz używać automatycznego statusu, który na podstawie Twojej aktywności lub lokalizacji będzie informował znajomych, co robisz. Możesz także ręcznie ustawić status, np. „Pracuję nad projektem” lub „Na spotkaniu”.

THREADS

4. Udostępnianie treści:

- Skorzystaj z aparatu w aplikacji, aby szybko zrobić zdjęcie lub nagrać wideo. Możesz od razu wysłać je do wybranych osób lub grupy „Bliscy znajomi”.

5. Komunikacja:

- W Threads możesz prowadzić rozmowy tekstowe, wysłać zdjęcia, wideo, wiadomości głosowe, lub korzystać z emoji oraz GIF-ów.

BONUS!

Przykłady treści dla Wirtualnej Asystentki (WA) do udostępniania w Threads:

1. Codzienne statusy:

- „W trakcie planowania dzisiejszych zadań! 📝”
- „W trakcie rozmowy z klientem – pełne skupienie! 💻”
- „Przerwa na kawę ☕ – Czas na krótki reset!”

2. Szybkie aktualizacje:

- „Pracuję nad nowym projektem – efektywność na maxa! 🚀”
- „W drodze na spotkanie z klientem – trzymajcie kciuki! 🍀”
- „Kolejny zrealizowany cel – uwielbiam tę satysfakcję! 🎯”

THREADS

3. Udostępnianie kulis pracy:

- „Właśnie zorganizowałam kalendarz na następny tydzień – wszystko pod kontrolą! 📅 17”
- „Pracuję nad prezentacją – tworzę coś naprawdę inspirującego! ☀️”
- „Czas na kreatywną burzę mózgów – nowe pomysły nadchodzą! 💡”

4. Personalne notki:

- „Motywacja na dziś: „Małe kroki prowadzą do wielkich zmian” 🌱”
- „Dzięki za wsparcie – Wasze wiadomości dodają mi energii! 🙌”
- „Działam z pełną mocą, a jak u Was? 🚀”

5. Inspiracje:

- „Poranna inspiracja: „Sukces to suma małych wysiłków powtarzanych dzień po dniu.” – Robert Collier”
- „Cytat na dziś: „Twój czas jest ograniczony, więc nie marnuj go na życie cudzym życiem.” – Steve Jobs”
- „Ciekawostka: Dziś obchodzimy Światowy Dzień Produktywności – jakie macie plany? 💪”

ZŁOTE RADY PROWADZENIA KONTA WA

Prowadzenie Instagrama to super przygoda, ale wiem, że czasem może być wyzwaniem. Dlatego mam dla Ciebie kilka rad, które mogą Ci pomóc osiągnąć sukces i cieszyć się każdym krokiem w tej podróży.

1. Zdefiniuj swoją markę i cel:

- Zastanów się, jaką Wirtualną Asystentką chcesz być i co chcesz przekazać światu. Czy chcesz się wyróżniać profesjonalizmem, kreatywnością, czy może dostępnością?
- Twój profil powinien odzwierciedlać to, kim jesteś i jakie usługi oferujesz.
- Zapisz swoje główne wartości i cele, które będą stanowiły podstawę do tworzenia treści.

2. Zachowaj spójność wizualną:

- Ustal paletę kolorów, styl zdjęć i filtry, które będą charakterystyczne dla Twojego konta. Dzięki temu Twój profil będzie wyglądał profesjonalnie i przyciągał potencjalnych klientów.
- Stwórz szablony graficzne dla postów, które ułatwią Ci zachowanie spójności.

3. Publikuj regularnie:

- Regularność jest kluczowa, aby Twoi obserwatorzy wiedzieli, że mogą na Ciebie liczyć.
- Staraj się publikować przynajmniej kilka razy w tygodniu, dzieląc się swoimi doświadczeniami i wiedzą na temat pracy WA.

ZŁOTE RADY PROWADZENIA KONTA WA

- Stwórz harmonogram publikacji, który pomoże Ci utrzymać regularność i planować treści z wyprzedzeniem.

4. Angażuj swoją społeczność:

- Prowadź rozmowy z obserwatorami, odpowiadaj na komentarze oraz wiadomości, pytaj o ich opinie. Im bardziej angażujesz swoją społeczność, tym większe szanse na zdobycie lojalnych klientów.
- Ustal czas w ciągu dnia na interakcje z obserwatorami, aby budować silniejsze relacje.

5. Korzystaj z Stories i Reels:

- Używaj Stories, aby pokazać swoją codzienną pracę jako WA, i Reels, aby dzielić się poradami lub krótkimi tutorialami. To dynamiczne formaty, które pomagają przyciągnąć uwagę i pokazują Twoją wszechstronność.
- Planuj cotygodniowe serie Stories lub Reels, aby regularnie angażować swoich obserwatorów.

6. Współpracuj z innymi:

- Nawiązuj kontakty z innymi WA, influencerami czy markami, które mogą pomóc Ci w rozwoju. Współprace mogą przyciągnąć nowych obserwatorów i pokazać, że jesteś aktywna w swojej branży.
- Wyszukaj potencjalnych partnerów do współpracy oraz zaproponuj wspólne projekty lub wywiady.

7. Śledź swoje wyniki:

- Regularnie analizuj, które posty mają największe zaangażowanie oraz zasięg. To pomoże Ci lepiej dostosować swoje treści do potrzeb odbiorców i skuteczniej promować swoje usługi.
- Raz w tygodniu sprawdzaj statystyki i notuj wnioski, które pomogą Ci udoskonalać strategię treści.

8. Eksperymentuj z treściami:

- Nie bój się próbować nowych formatów, tematów czy stylów.
- Instagram to miejsce, gdzie możesz testować różne pomysły oraz sprawdzić, co najlepiej działa dla Twojej marki.
- Zaplanuj co miesiąc eksperymentalny post lub serię, aby zobaczyć, co przyciąga uwagę Twoich obserwatorów.

9. Dbaj o jakość:

- Każdy post powinien być dopracowany. Dobrze przemyślane zdjęcia, jasne komunikaty i staranna edycja sprawiają, że Twój profil wygląda profesjonalnie i przyciąga klientów.
- Stwórz checklistę jakości, którą będziesz stosować przed publikacją każdego posta.

10. Bądź sobą:

- Autentyczność to klucz do zbudowania zaufania. Pokaż, kim naprawdę jesteś, dziel się swoimi sukcesami, ale też wyzwaniem. Ludzie cenią szczerość i mogą się z Tobą utożsamić, co przyciągnie lojalnych klientów.
- Regularnie dziel się osobistymi refleksjami lub historiami ze swojego życia zawodowego, które pokazują Twoje wartości oraz podejście do pracy.

11. Używaj hashtagów i lokalizacji:

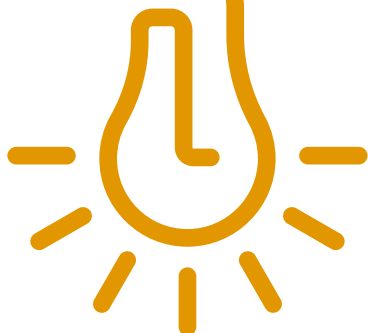
- Wybieraj hashtagi i geotagi, które są odpowiednie dla Twojej branży. To pomoże Ci dotrzeć do szerszej grupy odbiorców oraz znaleźć nowych klientów.
- Twórz listy skutecznych hashtagów i regularnie je aktualizuj, dostosowując do bieżących trendów.

12. Śledź trendy, ale pozostań sobą:

- Bądź na bieżąco z nowościami na Instagramie, ale zawsze dopasowuj je do swojego stylu i marki. To pomoże Ci wyróżnić się, jednocześnie pokazując, że jesteś na czasie.
- Codziennie poświęcaj kilka minut na przeglądanie najnowszych trendów i zastanów się, jak możesz je wykorzystać w swojej działalności.

Pamiętaj, że Instagram to nie tylko platforma do promocji – to miejsce, gdzie możesz zbudować silną, autentyczną markę osobistą jako Wirtualna Asystentka. Trzymam kciuki za Twoje sukcesy!

ZŁOTE RADY PROWADZENIA KONTA WA



Wskazówka!

Pamiętaj, że Instagram to nie tylko platforma do promocji – to miejsce, gdzie możesz zbudować silną, autentyczną markę osobistą jako Wirtualna Asystentka.

TRZYMAM KCIUKI ZA TWOJE SUKCESY!

Kilka pomysłów na posty na Instagram

1. Pomysł: Dlaczego warto korzystać z mentoringu w rozwoju kariery.

- Tekst: "Mentoring to klucz do sukcesu! Dzięki wskazówkom mojej mentorki [Imię], zrobiłem ogromny postęp w swojej karierze. Kogo Wy podziwiacie w swojej branży?"
- Hasztagi: #mentoring #rozwójosobisty #freelancerlife #inspiracja #kariera #biznesonline #nauka #mentor #sukces #networking

1.2. Pomysł: Najlepsze chwile z pracy zdalnej.

- Tekst: "Praca zdalna daje wiele wspaniałych chwil. Moja ulubiona to [opis sytuacji]. A jakie są Twoje najlepsze wspomnienia z pracy zdalnej?"
- Hasztagi: #pracaonline #biznesonline #freelancelife #zdalnapraca #wspomnienia #motywacja #produktywność #pracaoddому #inspiracja #workfromanywhere

3. Pomysł: Moje ulubione narzędzia pracy.

- Tekst: "Nie wyobrażam sobie pracy bez tych narzędzi: [lista narzędzi]. A jakie są Wasze must-have?"
- Hasztagi: #narzędziapracy #freelancelife #produktywność #biznesonline #technologia #musthave #organizacja #pracaonline #zdalnapraca #workflow

4. Pomysł: Jak radzić sobie z chwilami zwątpienia.

- Tekst: "Każdy z nas czasem wątpi w siebie. Kluczem jest pamiętać, że każda przeszkoda to szansa na naukę i rozwój. Jak radzisz sobie z chwilami zwątpienia?"
- Hasztagi: #motywacja #rozwójosobisty #zwątpienie #wytrwałość #freelancelife #pracaonline #biznesonline #samorozwój #sukces #mentalność

5. Pomysł: Jak zorganizować idealny dzień pracy.

- Tekst: "Dzień zaplanowany zgodnie z radami mojej mentorki [Imię] zawsze przynosi najlepsze efekty. A jak Wy organizujecie swój dzień pracy?"
- Hasztagi: #planowaniednia #produktywność #freelancelife #mentoring #zorganizowana #pracaonline #biznesonline #rutyna #planowanie #sukces

6. Pomysł: Inspirujący cytat o samodyscyplinie.

- Tekst: "Samodyscyplina to pomost między celami a osiągnięciami. – Jim Rohn. Jak dbasz o swoją samodyscyplinę każdego dnia?"
- Hasztagi: #cytatdnia #samodyscyplina #motywacja #inspiracja #freelancelife #pracaonline #biznesonline #rozwojosobisty #działanie #sukces

7. Pomysł: Moje cele na ten miesiąc.

- Tekst: "Nowy miesiąc to nowa szansa na rozwój i osiąganie celów. Moje cele na ten miesiąc to: [wypisz cele]. A jakie są Twoje?"
- Hasztagi: #cele #planowanie #freelancelife #produktywność #motywacja #pracaonline #biznesonline #samorozwój #rozwojosobisty #sukces

BONUS - DLA INSPIRACJI

8. Pomysł: Moje poranne rytuały inspirowane przez moją mentorkę.

- Tekst: "Každy dzień zaczynam od tych prostych rytuałów. A jakie są Wasze poranne nawyki?"
- Hasztagi: #porannerutuały #freelancelife #produktywność #pracaonline #biznesonline #motywacja #rozwojosobisty #dzieńdobry #rutyna

9. Pomysł: Największa lekcja, jakiej nauczyła mnie praca na własny rachunek.

- Tekst: "Praca na własny rachunek nauczyła mnie wielu rzeczy, ale najważniejsza lekcja to: [opis lekcji]. A czego Ty nauczyłaś się podczas swojej kariery?"
- Hasztagi: #nauka #lekcjazyyciowa #freelancelife #samorozwój #rozwojosobisty #motywacja #pracaonline #biznesonline #doświadczenie #kariera

10. Pomysł: Jak radzić sobie z presją terminów.

- Tekst: "Terminy mogą być stresujące, ale z pomocą rad mojej mentorki [Imię] nauczyłam się zarządzać nimi efektywnie. Jak Wy radzicie sobie z presją?"
- Hasztagi: #zarządzanieczasem #presja #freelancelife #mentoring #produktywność #pracaonline #biznesonline #stres #deadline #organizacja

11. Pomysł: Najważniejsze lekcje, które wyniosłam z kursu.

- Tekst: "Praca z mentorką [Imię] nauczyła mnie więcej, niż mogłam sobie wyobrazić. Czego się nauczyłam?"
- Hasztagi: #mentoring #freelancelife #rozwojosobisty #nauka #biznesonline #inspiracja #lekcjeżyciowe #mentor #sukces #wsparcie

BONUS - DLA INSPIRACJI

12. Pomysł: Co inspiruje mnie do działania każdego dnia.

- Tekst: "Inspiracje można czerpać z wielu źródeł, ale moje dzieci, to dla mnie prawdziwa motywacja do codziennej pracy."
- Hasztagi: #inspiracja #motywacja #freelancelife #mananafreelancie #biznesmama #pracaonline #biznesonline #produktywność #rozwojosobisty #cytatdnia

13. Pomysł: Jak budować relacje z klientami.

- Tekst: "Budowanie trwałych relacji z klientami to podstawa. W końcu i ja nauczyłam się, jak to robić skutecznie."
- Hasztagi: #klienci #relacje #freelancelife #biznesonline #networking #polecane #zaufanie #komunikacja #strategia

14. Pomysł: Jakie błędy popełniłam na początku swojej kariery oraz czego się nauczyłam.

- Tekst: "Popełnianie błędów to naturalna część rozwoju. Na początku swojej kariery popełniłam [opis błędu], ale dzięki temu nauczyłam się [lekcja]. A jakie były Twoje największe błędy i czego Cię nauczyły?"
- Hasztagi: #lekcje #błędy #nauka #freelancelife #rozwojosobisty #samorozwój #doświadczenie #pracaonline #biznesonline #motywacja

15. Pomysł: Jak efektywnie zarządzać czasem.

- Tekst: "Zarządzanie czasem to ważna umiejętność. Wdrożyłam więc kilka zasad i nauczyłam się planować dzień z zegarmistrzowską precyzją."
- Hasztagi: #zarządzanieczasem #produktywność #freelancelife #planowanie #ebook #nauka #rozwojosobisty #organizacja #biznesonline #mentoring

16. Pomysł: Dlaczego warto inwestować w siebie.

- Tekst: "Inwestowanie w rozwój to najlepsza decyzja, jaką możesz podjąć. Zainspirowana radami [Imię], postanowiłam iść naprzód!"
- Hasztagi: #inwestycjawsiebie #rozwojosobisty #freelancelife #mentoring #biznesonline #edukacja #nauka #motywacja #sukces #pracaonline

17. Pomysł: Pomysł: Jak radzę sobie z prokrastynacją.

- Tekst: "Prokrastynacja może być wyzwaniem, ale znalazłam na nią sposób! Oto kilka metod, które mi pomagają. A jakie są Twoje sposoby na zwalczanie prokrastynacji?"
- Hasztagi: #prokrastynacja #produktywność #freelancelife #pracaonline #biznesonline #samodyscyplina #motywacja #zarządzanieczasem #działanie #rozwojosobisty

18. Pomysł: Najlepsze narzędzie, które ułatwia mi pracę.

- Tekst: "Odkryłam narzędzie, które naprawdę zmienia sposób, w jaki pracuję: [nazwa narzędzia]. A jakie narzędzie ułatwia Ci życie?"
- Hasztagi: #narzędziapracy #freelancelife #produktywność #pracaonline #biznesonline #technologia #organizacja #pracaoddomu #zdalnapraca #workflow

19. Pomysł: Mój codzienny workflow.

- Tekst: "Efektywny workflow to klucz do sukcesu. Jak wygląda mój typowy dzień pracy? [...]. A jak Ty organizujesz swoją pracę?"
- Hasztagi: #workflow #produktywność #freelancelife #pracaonline #biznesonline #organizacja #pracaoddomu #zdalnapraca #działanie #planowanie



Akademia Zdalna

Ela Wolińska



www.akademiazdalna.pl
www.elawolinska.pl



info@akademiazdalna.pl
info@elawolinska.pl



akademiazdalna



ela-wolinska



elawolinska
