

ARTUR JANAS

# 33 TECHNIKI NA SZYBKIE TWORZENIE POSTÓW!!!

**iBMF**  
Internet Biznes  
Marketing & Flow

Jak tworzyć skuteczne  
posty w 2 minuty?

## Jak szybko generować setki pomysłów na posty?

Dlaczego jest to tak ważne?

Prowadząc wiele profili równocześnie nie mamy czasu na kreatywność. Jeżeli chcemy pracować po kilka godzin dziennie a przecież po to zwalniamy się z pracy na etacie, to musimy to robić szybko i sprawnie. Kreatywność jest fajna, i z pewnością pomaga w działaniach w Mediach Społecznościowych, lecz problem w tym, że w pewnym momencie się skończy.

Odczuwamy wtedy coś co można określić wypaleniem zawodowym a sama praca zaczyna zajmować nam znacznie więcej czasu. Jednak nie to jest najgorsze...

Praca w takim stanie przestaje nam po prostu sprawiać przyjemność.

A można przecież inaczej...

Co by było gdyby, istniała możliwość tworzenia skutecznych i angażujących postów niemalże niczym maszyna?

Jak bardzo wpłynęło by to Twoje życie codzienne oraz na obowiązki, które zadeklarowaliśmy się wypełniać pod postacią prowadzenia profili w Mediach Społecznościowych?

Co by było gdyby, każdego dnia, każdy z nas miałby do dyspozycji setki pomysłów na posty na wyciągnięcie ręki a czas potrzebny do ich wygenerowania zamykał się w 5 minutach na post?

Poniżej prezentuję techniki, z których osobiście korzystam od wielu lat. Opracowałem je metodą prób i błędów po to aby spędzać możliwie mało czasu w pozycji siedzącej przed komputerem. Staralem się od wielu lat znaleźć sposób aby prowadzenie wielu profili równocześnie stało się pracą lekką i przyjemną. Po siedmiu latach mogę z dumą stwierdzić, że mi się to udało.

Zacznij je stosować na co dzień a praca znów stanie się lekka i przyjemna – w końcu o to chodziło od samego początku.

## **Sposób 1**

### **Prowadź profil w formie bloga**

Jest to najważniejsza porada!

Większość profili firmowych jest po prostu nudna. Zazwyczaj wstawiane są tam tylko treści sprzedażowe a należy pamiętać, że logując się na Facebooku ostatnią rzeczą na jaką mamy ochotę jest kupowanie czegokolwiek. My tam wchodzimy dla rozrywki! Dlatego też, większość profili musi posiłkować się manipulacją w postaci płatnej reklamy. Mówi się, że Facebook umiera co jest oczywiście totalną bzdurą. Jeżeli nie damy wartościowych treści to po prostu nikt tego nie będzie oglądał – tutaj nie ma wymówek! Jak zatem robić to prawidłowo a równocześnie szybko i skutecznie? Odpowiedź jest banalnie prosta – regularnie dodawaj ciekawostki związane z branżą aby klient nabierał z czasem zaufania. Pamiętaj, że klienci postępują tak samo jak TY! Widzisz coś ciekawego, więc naturalnie wchodzisz na dany profil a tam jeżeli nie ma absolutnie żadnych wartości to szybko wychodzisz.

Większość profili skupia się na reklamie i promocji zamiast budować społeczność wokół siebie. Nie rozumieją, że społeczność to nie ilość obserwowanych a bardziej grupa osób, które regularnie wchodzi na profil w celu poszukiwania rozrywki lub pozyskania konkretnych informacji.

Dla przykładu:

Jeżeli sprzedajesz meble kuchenne to pokazuj różne aranżacje z wykorzystaniem produktów, które masz akurat w ofercie. Nawet jeżeli jeszcze ktoś nie jest gotowy do zakupu to zacznij obserwować dla inspiracji.

Jeżeli prowadzisz restaurację to zamiast wstawiać danie dnia, pokaż dlaczego warto jeść składniki, z których akurat to danie zostało zrobione. Ludzie uwielbiają informację o zdrowym odżywianiu.

Jeżeli prowadzisz salon kosmetyczny to pokazuj proste sposoby na domowe SPA, lub metody na przedłużenie efektów Twojej pracy w salonie – na przykład jak samodzielnie zadbać o paznokcie.

Jeżeli prowadzisz sklep z bielizną to pokaż się jako brafterka czyli naucz kobiety jak dobrać odpowiednio rozmiar stanika samodzielnie. W ten sposób, kobiety nabiorą zaufania i „zaryzykują” zamawiając przez Internet bieliznę. Zgadnij, który sklep będzie ich pierwszym wyborem?

Dodawaj wszelkie ciekawostki związane z branżą – ludzi to interesuje i chętniej będą odwiedzać Twój profil a to przekłada się na liczbę klientów – w końcu po to działamy w Mediach Społecznościowych.

Nawet ciekawostki związane tylko pozornie mają tutaj znaczenie.

Taka treść w salonie Opla dla przykładu.

Dzisiaj jest ważna data. X lat temu powstała firma Opel, która na początku zajmowała się produkcją...

Niby informacja nie ma nic wspólnego ze sprzedażą samochodów ale ludzie Cię za nią pokochają bo dzięki Tobie właśnie się czegoś nauczyli.

Zastanów się przez chwilę jakie profile obserwujesz sam z siebie i dlaczego?

Wyciągnij teraz właściwe wnioski.

W przeciwnym wypadku uzależniasz się od płatnej reklamy.

Wszystko będzie działać do czasu jak dopóki, dopóty zasilamy konto reklamami.

W momencie ich zaprzestania, ruch na profilu zamiera i aby go ponownie aktywować musimy tworzyć kolejne reklamy.

Tymczasem prowadzenie profilu w formie bloga zapewnia stały ruch organiczny, ponieważ ludzie będą go obserwować ze względu na treści a z czasem przerodzą się w przyszłych klientów.

To jest właśnie kwintesencja prawidłowego działania w Mediach Społecznościowych – serwowanie obserwującym czegoś z ich punktu widzenia pożytecznego a wiedza podana w formie ciekawostki jest właśnie tym czego pożądamy odbiorcy – pora im to dostarczyć.

Pamiętaj, że osoba, która zaczęła obserwować Twój profil firmowy to nie jest jeszcze klient. To, że zaczął Ciebie obserwować, wcale nie oznacza, że jest gotowy do natychmiastowego zakupu.

Potrzebuje czasu aby podjąć tego typu decyzję oraz musi nabrać do Ciebie zaufania a to wymaga bliżej nie określonej porcji czasu.

Działa tutaj reguła „PPZZ” czyli:

- poznaj mnie
- polub mnie
- zaufaj mi
- zapłać mi

W praktyce wygląda to następująco:

Klient widzi reklamę lub przypadkowo trafia na Twój post. Następnie wchodzi na profil i widzi, że treści tam publikowane zawierają mnóstwo pożytecznej z jego punktu widzenia wiedzy. Zaczyna profil obserwować i regularnie otrzymuje wartościowe treści.

Z czasem zaczyna nabierać do Ciebie zaufania oraz zaczyna powoli myśleć o dokonaniu zakupu. Ta myśl, z biegiem czasu staje się coraz silniejsza aż do momentu podjęcia finalnej decyzji zakupowej. Wtedy też, nie będzie szukał innych ofert – w końcu już ma do CIEBIE zaufanie oraz do oferty jaka znajduje się na Twoim profilu firmowym. Cena też przestaje odgrywać rolę – w końcu kupujemy produkty i usługi od marek, które znamy lub które po prostu lubimy. Jest gotowy do kontaktu aby zadać kilka finalnych pytań a Media Społecznościowe to idealne miejsce do ich zadawania. Można tutaj liczyć na szybką odpowiedź w przeciwieństwie do tradycyjnego formularza, który znajduje się na stronach www lub za pomocą tradycyjnego maila.

W ten oto sposób rusza sprzedaż na Twoim koncie a najpiękniejsze w tej technice jest to, że nie potrzeba do tego celu wydawać większych kwot na reklamy.

Budując społeczność oraz tworząc ruch organiczny stworzymy regularne źródło przychodów, które dopiero w tym miejscu można zacząć skalować za pomocą płatnej promocji lub po prostu zwykłej reklamy.

## **Sposób 2**

### **Traktuj swoją pracę jak serial**

Wszyscy kochamy mniej lub bardziej seriale!

Jaka jest tego przyczyna?

Odpowiedź jest prosta – w grę wchodzi emocje czyli w tym przypadku ciekawość!

Dlaczego nie wykorzystać tego faktu przy prowadzeniu profilu w Mediach Społecznościowych?

Trend ten jest wykorzystywany powszechnie w Mediach Społecznościowych – ostatnio bardzo popularny również na Tik Toku. Nagrywana jest część 1 aby obserwujący musiał wejść na profil w celu odszukania kolejnych. Ciekawość zawsze zwycięży!

Jak to robić w praktyce?

Po prostu wstawiaj pewne tematy, na które odpowiedź udzielisz później, lecz warto to czasami wyraźnie zasignalizować.

W ten sposób niejako zmuszasz obserwującego daną treść aby wszedł na Twój profil, a wtedy szansa, że zostanie z Tobą na dłużej ulega zwielokrotnieniu.

Zupełnie za darmo tworzysz w ten sposób społeczność zgromadzoną wokół Ciebie, Twojej marki lub wokół jakiegoś problemu. Osoby pozyskane w ten sposób zazwyczaj są znacznie bardziej zaangażowane niż te pozyskane z reklamy.

Przykład:

Prowadzisz profil restauracji i dajesz zdjęcie pysznego dania z krótkim opisem typu: „Pyszne, pożywne i każdy je może wykonać w 5 minut – w następnym poście dodam pełny przepis”

Oczywiście w kolejnym poście wstawiasz przepis na wykonanie danego dania. To sprawi, że ludzie zaczną obserwować profil regularnie.

Prowadzisz sklep z meblami i wstawiasz treść dotyczącą nowego towaru na sklepie z dopiskiem „W kolejnych postach przedstawię aranżację przygotowaną przez naszych dekoratorów wnętrz”.






## Sposób 3

### Sprawdzaj regularnie statystyki

Warto wiedzieć, czego oczekują obserwujący od Twojego profilu. Na szczęście można to w łatwy sposób sprawdzić. Wystarczy wejść w statystyki swojego profilu i sprawdzić, jakie posty cieszyły się największym zainteresowaniem – mowa tutaj oczywiście tylko o ruchu darmowym (organicznym).

- Strona główna
- Narzędzia profesjonalne ^
- Pulpit profesjonalny
- Statystyki ←
- Centrum reklam
- Utwórz reklamy
- Utwórz zautomatyzowane reklamy
- Promuj post
- Promuj post na Instagramie
- Meta Business Suite ↗

Gdy już tam się znajdziesz otrzymasz garść pożytecznych informacji odnośnie przekroju demograficznego, jakości zaangażowania i wiele innych, które można przeanalizować i wykorzystać do dalszej promocji.

Posty	Ostatnie 90 dni ▾	Data ▾
 Wielecie, że dzień Światowej Sieci Internetowej? Obecnie nikt nie wyobraża sobie funkcjonowania bez sieci. Najpierw sam internet... <small>pon., 1 sie</small>	Zasieg posta 48	Aktywność 1
 Uważajcie na nową formę wyłudzeń danych do logowania do serwisu Facebook oraz Instagram. Na WhatsApp przychodzi powiadomienie jak na... <small>pon., 29 lip</small>	Zasieg posta 98	Aktywność 1
 Pracuj mądrzej a nie ciężiej! <small>nedz., 24 lip</small>	Zasieg posta 125	Aktywność 3
 Media Społecznościowe stały się już częścią naszego życia. Innymi słowy, firmy zrozumiały, że tam są ich potencjalni klienci i próbują ich... <small>czw., 21 lip</small>	Zasieg posta 149	Aktywność 1
 Zapraszamy na darmowy webinar: "Jak zdobyć prace za 12 000 na miesiąc" Wtorek, godzina 19:00 Link do rejestracji... <small>wt., 10 lip</small>	Zasieg posta 196	Aktywność 6

## Grupa odbiorców

### Wiek i płeć

Mężczyźni 12.50%  
Kobiety 87.50%



Rozwiązanie pomimo swoich wielu zalet ma jednak jedną ukrytą wadę, na którą należy ZAWSZE zwracać uwagę.

Treści o charakterze humorystycznym lub prześmiewczym najczęściej generują najwięcej zaangażowania obserwujących i tutaj może pojawić się problem.

Jeżeli statystyki wyraźnie pokazują, że memy generują największe zaangażowanie to mamy do czynienia z jednym z trzech możliwych scenariuszy.

Scenariusz 1 – nasze treści są po prostu nudne lub napisane zbyt skomplikowanym językiem, który rozumie tylko garstka odbiorców. W takim przypadku należy zdecydowanie zmienić podejście do tematu, czyli albo zmieniamy styl, lub po prostu szukamy innych tematów, które zaczną wzbudzać większe zaangażowanie.

Scenariusz 2 – nasze treści budzą nieco mniejsze zaangażowanie ponieważ zbudowana społeczność to nie są osoby zainteresowane ofertą. Dzieje się tak zazwyczaj, gdy zapraszamy sporą grupę znajomych lub źle opracujemy grupę docelową na etapie promocji naszego profilu.

Scenariusz 3 – nasze treści mają tylko nieznacznie mniejsze zaangażowanie. W takim przypadku wiesz, że jesteś na dobrej drodze do sukcesu i tematyka obranych treści idealnie wpasowuje się w założenia profilu oraz została zbudowana odpowiednia społeczność.

W każdym z powyżej opisanych przypadków otrzymujesz konkretne informacje, dzięki którym masz szansę na polepszenie treści oraz zdobycie kolejnych obserwujących za pomocą ruchu organicznego.



## **Sposób 4**

### **Pokochaj swoją konkurencję**

Nikt nie da Tobie tak wielu cennych informacji jak właśnie konkurencja. Obserwując ich profile wiesz na dzień dobry co działa a co nie.

Jeżeli wiesz jakie błędy popełnili to możesz z wyprzedzeniem się ich ustrzec co zaoszczędzi Tobie sporo czasu a nierzadko pieniędzy. Wystarczy, że polubisz z poziomu swojego profilu na Facebooku wszystkie profile konkurencji i każdego dnia będziesz otrzymywać wszystkie posty jakie ostatnio dodali. To istna kopalnia pomysłów a przede wszystkim skuteczny pomysł na strategię.

Poza tym, nie zawsze musisz się znać na branży, której profil akurat prowadzisz. Szukanie informacji z pewnością może być czasochłonne a przecież zależy nam na szybkim a co ważniejsze, skutecznym wykonaniu swojej pracy. Jest to kolejna zaleta tej techniki. Nie sądzisz chyba, że przeciętny pracownik agencji reklamowej jest ekspertem z branży, którą akurat prowadzi – to się raczej nie wydarzy, a przecież muszą jakoś działać, zgodnie z zasadami sztuki. W przeciwnym wypadku klient szybko zakończy z nimi współpracę.

Dodając profile konkurencji do obserwowanych, każdego dnia otrzymujesz niemalże na srebrnej tacy świeże pomysły na posty. Co więcej, konkurencja nie jest świadoma faktu, że są obserwowani. Sam Facebook zaleca aby obserwować jakieś inne profile z poziomu swojego Facebook Fanpage. Dodatkowy plus tej techniki jest taki, że spełniasz wszelkie wymogi prawidłowej konfiguracji swojej strony firmowej na Facebooku.

Przykład:

Załóżmy, że trafił się Tobie profil Banku Spółdzielczego, choć nigdy w życiu nie miałeś styczności z bankowością (może poza wykonywaniem przelewów i korzystaniem z karty).

Dodając pozostałe kilkadziesiąt profili banków spółdzielczych, wiesz dokładnie co się dzieje na rynku i możesz z powodzeniem prowadzić skuteczne działania.

## **Sposób 5**

### **Czytaj komentarze pod postami konkurencji**

Mówi się, że najlepszym sprzedawcą w każdej firmie jest klient. To on wyznacza standardy jakie tam panują i to właśnie on może pomóc firmie rozkwitnąć lub upaść i zbankrutować.

Mając to na uwadze, warto czytać komentarze pod postami konkurencji. Tego typu działanie niesie ze sobą 3 główne korzyści.

Korzyść 1 – widzisz co nie działa u konkurencji. Być może mają słabą obsługę – na przykład zwroty w sklepie internetowym. Być może mają słabą organizację w firmie co drażni klientów i chętnie wyrażają swoje niezadowolenie. Łatwo wyciągnąć wnioski z tego typu informacji i starać się unikać błędów popełnionych przez innych – to może oszczędzić nam sporo niepotrzebnych kosztów.

Korzyść 2 – kopalnia pomysłów na posty. Jeżeli wiesz czego potencjalni klienci oczekują od konkurencji to możesz im to łatwo i tanio dostarczyć. Jeżeli potrzebują więcej informacji – zrób serię postów na ten temat. Jeżeli potrzebują fachowej wiedzy z danego zakresu – dostarcz im ją w postaci serii postów skierowanych do zainteresowanych osób.

Korzyść 3 – gotowa strategia marketingowa. TAK – dobrze czytasz – komentarze klientów to gotowy sposób na opracowanie strategii marketingowej dla Ciebie lub dla klienta. Skoro wiesz czego ludzie oczekują i co ich drażni u konkurencji to teraz wystarczy połączyć kropki. Mowa tutaj nie tylko o działaniach online w Mediach Społecznościowych ale o całości działań marketingowych. Wiesz czego ludzie oczekują to weź megafon i zacznij do nich krzyżeć za pomocą różnych narzędzi – w ten sposób Twoje szanse na przebicie się ze swoimi treściami właśnie wzrosły wielokrotnie.

Zadanie jest bardzo proste i wymaga jedynie stałej obserwacji działań na profilu firmowym konkurencji. Jeżeli nie ma tam komentarzy to znaczy, że albo wydają ogromne kwoty na reklamę do niewłaściwych osób lub po prostu nikogo nie interesuje to co mają do powiedzenia.

## **Sposób 6**

### **Skorzystaj z Instagrama**

Wiele firm skupia się tylko na jednym z mediów Społecznościowych. Jest to spowodowane wieloma czynnikami zewnętrznymi takimi jak moda, zakres umiejętności lub po prostu faktem, że dana branża ma więcej potencjalnych klientów właśnie na tym medium. Wiele osób uważa, że Facebook się skończył, nie jest już modny, więc w związku z tym faktem zaprzestali lub nigdy wręcz nie prowadzili żadnych działań na tej konkretnej platformie. Tylko nieliczne z firm prowadzą równocześnie działania na wielu platformach. Dzieje się to z bardzo prostego powodu – tego typu działania są czasochłonne a nierzadko drogie.

Instagram ma jedną funkcję, którą warto wykorzystać do własnych celów – jest to możliwość obserwowania samych hashtagów. Wystarczy sprawdzić, które z nich konkurencja wykorzystuje najczęściej i zacząć je obserwować aby każdego dnia mieć garść świeżych pomysłów do natychmiastowego zastosowania na przykład na Facebooku. Otrzymujemy gotowe pomysły na kreacje graficzne oraz dostajemy zupełnie za darmo inspiracje na konkretny tekst.

Oczywiście wybieramy tylko te treści, które cieszą się większym zaangażowaniem – oprócz samych serduszek, pod postem pojawiają się komentarze.

Dobłą praktyką w przypadku tego typu sposobów jest obserwacja profili z innych krajów. Dzięki czemu może nam się poszczęścić i zaobserwować trend, który ze sporym prawdopodobieństwem wkrótce ma szansę stać się popularny również w naszym rodzimym kraju lub w tym, w którym akurat prowadzisz swoje działania. Wprowadzając go jako jeden z pierwszych lub wręcz pierwszy masz spore szanse na większy rozgłos i oszczędności na płatnych promocjach.

## **Sposób 7**

### **Kalendarz Świąt Nietypowych**

Media Społecznościowe to najgorsza platforma sprzedażowa na świecie – większość osób tego po prostu nie rozumie. W tym momencie wydawać by się mogło, że piszę jakieś bzdury ale już śpieszę wyjaśnić dlaczego tak uważam.

Logujemy się do swoich ulubionych aplikacji dla rozrywki a nie w celu dokonania zakupów – od tego jast na przykład Allegro lub sklepy internetowe.

Skoro ludzie wchodzą tam dla rozrywki oraz w poszukiwaniu informacji połączmy kropki i podajmy im wartościową informację w postaci ciekawostki.

Kalendarz Świąt Nietypowych idealnie wpasowuje się w tą technikę. Wystarczy wejść na stronę [www.kalbi.pl](http://www.kalbi.pl), a następnie wybrać zakładkę „Kalendarz Świąt Nietypowych”. Znajdziesz tam różnego rodzaju święta – zarówno poważne jak i te nie do końca. Raz może to być „Dzień Pamięci Warszawy” a innym razem Dzień Łapania za Pupę lub Dzień bez Majtek. Co nie zmienia faktu, że każde z tych świąt może znaleźć zastosowanie w twojej branży.

Jeżeli mamy Dzień Bezpiecznego Kierowcy to informację o tym możemy zamieścić na profilach związanych z motoryzacją, ubezpieczeniem, pracą lub dowolnym innym, jeżeli znajdziemy dla tej treści zastosowanie.

Ludzie kochają tego typu treści ponieważ są one łatwo przyswajalne, łatwo je zapamiętać – zajmie to około 20 sekund i można błysnąć w towarzystwie znajomych, którzy raczej o tego typu święcie nie wiedzieli.

Posty tego typu należą do najczęściej udostępnianych przez inne osoby, a to znacznie wpływa na zasięg organiczny oraz rozpoznawalność Twojego profilu.

Kalendarz Świąt Nietypowych powinien być od teraz jedną z ulubionych stron, którą odwiedzasz w poszukiwaniu pomysłów na ciekawe treści.

## **Sposób 8**

### **Strona “Answerthepublic”**

Fajnie było by wiedzieć co ludzie wpisują do wyszukiwarki Google. Dzięki temu można dopasować swoje treści do tego, czego akurat potrzebują potencjalnie zainteresowani. W takim przypadku, nasze treści były by dosłownie szyte na miarę i wystarczy drobna promocja za dosłownie kilka złotych aby zainteresowanie naszym profilem firmowym wystrzeliło w kosmos.

Pewnie myślisz teraz: ok – łatwiej powiedzieć ale trudniej zrobić.

Otóż nie!

Jest na to bardzo prosty sposób!

Strona nazywa się [www.answerthepublic.com](http://www.answerthepublic.com) lecz niestety ma pewną wadę – jest to strona częściowo płatna. Można z niej zupełnie za darmo skorzystać tylko 2 razy na dobę ale to w zupełności wystarczy aby mieć tematy postów na pół roku do przodu.

Po wejściu na stronę wybieramy u dołu kraj oraz język a następnie wpisujemy interesującą nas frazę.

Czekamy około 30 sekund i zaczynamy powoli przewijać w dół.

Naszemu oczom ukaże się wiele różnych zapytań w formie diagramu ale najpiękniejsze w tym wszystkim jest to, że w każde z tych zapytań możemy śmiało klikać i przekieruje nas do odpowiedniej podstrony lub bezpośrednio do wyszukiwarki Google, gdzie u góry będzie rozwinięcie myśli – czyli innymi słowy gotowa treść na posta.

Teraz wystarczy wybrać najbardziej interesujące nagłówki i zapisać je sobie aby móc do nich wracać w przyszłości lub po prostu stworzyć i zaplanować sekwencje postów.

Pamiętaj aby nie przesadzić z poziomem wiedzy – co za dużo to nie zdrowo – jak wykorzystasz wszystkie pomysły w przeciągu tygodnia poprzez tworzenie długich postów, zawierających w sobie odpowiedzi na kilka pytań równocześnie to co będziesz wstawiać w przyszłości?

Jednak decyzja należy do Ciebie.

## **Sposób 9**

### **Strona "AnswerSocrates"**

W dużym skrócie jest to młodszy brat strony opisywanej techniki w Sposobie nr 9, z tą jedną różnicą, że ta konkretna strona, którą znajdziesz pod adresem [www.answersocrates.com](http://www.answersocrates.com) jest stroną zupełnie darmową.

Fakt ten powoduje, że jest po prostu mniej wydajna, nie generuje diagramów tylko podaje wyniki w formie tabeli. Niemniej jednak warto z niej skorzystać w momencie, gdy wyczerpiemy darmowy limit dzienny na stronie opisywanej wcześniej.

Kolejny minus tej strony to znacznie mniej wyników wyszukiwania – można by powiedzieć, że daj około 70% wartości wersji płatnej ale na szczęście jest stale rozwijana i za jakiś czas jej wydajność ma szansę stać się konkurencyjna.

Jednak znalazła się w tym zestawieniu, ponieważ można z niej korzystać bez większego problemu praktycznie non stop i nawet pomimo faktu, że daje nieco gorsze wyniki to nadal potrafi wskazać od kilkunastu do nawet kilkudziesięciu pomysłów na posty dziennie.

Dlatego też warto uwzględnić wyżej wymienioną stronę w trakcie codziennych starań o stworzenie naprawdę angażujących postów. W tej pracy liczy się czas i szkoda go marnować na poszukiwanie pomysłów, skoro gotowe rozwiązania są wręcz na wyciągnięcie ręki.

## **Sposób 10**

### **Skorzystaj z Twittera**

Twitter to mało popularny serwis w Polsce ze względu na jego inność w stosunku do tych najbardziej popularnych. Ma z pewnością najmniejszą liczbę użytkowników, co wcale nie oznacza, że jest całkowicie bezwartościowy. Tak naprawdę jest wręcz odwrotnie! Zawiera on sporo użytecznych informacji, które znajdują zastosowanie dla praktycznie większości branż.

Zasada jego użytkowania jest nieco inna niż w przypadku najbardziej popularnych Mediów Społecznościowych. Tutaj liczą się zarówno posty jak i komentarze, które dają sporą dawkę pomysłów. Natomiast nie znajdziecie tam zbyt wielu pomysłów na grafikę, choć świetnie się sprawdza na przykład w branży motoryzacyjnej, gdzie można liczyć na świeżą dawkę pomysłów z całego świata.

Niewątpliwie dodatkową zaletą (choć większość osób, które próbowały bezskutecznie swych sił w tym medium, uznaje to za wadę) jest ograniczona ilość znaków. Tweet czyli inaczej post nie może być dłuższy niż 270 znaków, licząc ze spacjami. Podobnie jest w komentarzach – trzeba się czasami wysilić aby napisać coś krótkiego a równocześnie bardzo treściwego.

To prowadzi nas do gotowych, wręcz przeładowanych treścią pomysłów na posty.

Krótko, zwięźle i na temat – czegoż chcieć więcej?

Tutaj też można obserwować wcześniej wybrane hasztagi, choć te mogą być nieco inne w stosunku do znanych nam choćby z Instagrama. Warto jednak to robić.

Kolejna zaleta to podpowiedzi najbardziej popularnych tematów – warto z nich od czasu do czasu skorzystać aby być na bieżąco.

Ponadto, znajdziecie tam całą masę odnośników do artykułów związanych z obserwowanym tematem. Wystarczy tylko od czasu do czasu wejść na tę platformę aby po kilku minutach mieć głowę pełną zupełnie nowych pomysłów.

## **Sposób 11**

### **Skorzystaj z Pinterest**

Pinterest jest to przede wszystkim wyszukiwarka, dzięki której masz gotowe pomysły graficzne na posty oraz samą treść artykułów. Mówi się, że jest to miejsce dla estetów, ponieważ prezentowane tam pomysły graficzne są naprawdę wysokiej jakości.

Co więcej możesz założyć sobie darmowe konto oraz dodać do swojej przeglądarki darmowe rozszerzenie, dzięki czemu w momencie gdy zobaczysz coś wartościowego, możesz to szybko zapisać na swojej tablicy.

Wyszukiwarka działa tematycznie, to znaczy jeżeli zadamy jakieś pytanie to poniżej ukaże na się setki albo nawet tysiące grafik związanych z wynikami wyszukiwania.

Co więcej, klikając na dowolny z nich otwiera nam się grafika oraz mamy do dyspozycji link, do którego prowadzi.

Poniżej zaś, znajdziemy wiele podobnych tematycznie grafik, co pozwala na generowanie setek pomysłów na posty w czasie krótszym niż 5 minut.

Należy jednak pamiętać, że grafiki, które tam występują są objęte prawami autorskimi, więc korzystamy z wyszukiwarki w ramach inspiracji – możemy samodzielnie zrobić coś bardzo podobnego, ale nie powinniśmy kopiować gotowych grafik i wstawiać je jako własne. Można mieć przez tego typu praktyki kłopoty.

Z całą pewnością również nie możemy wykorzystać tych grafik do celów płatnej promocji.

Jednak sama grafika oraz treści, do których prowadzi to gotowa kopalnia pomysłów, które powinniśmy wykorzystać przy prowadzeniu swoich Mediów Społecznościowych.



## **Sposób 12**

### **Skorzystaj z YouTube**

Serwis YouTube jest to druga co do wielkości wyszukiwarka na świecie. Każdej minuty pojawia się tam ponad 1000 godzin nagrań wideo i można je wykorzystać do prowadzenia działań w Mediach Społecznościowych na kilka sposobów.

Sposób 1 – najprostszy i najmniej opłacalny z punktu widzenia ruchu na stronie to po prostu wstawienia linka do filmu jako post. System sam pobierze okładkę do wideo i na tym kończy się nasza praca. Można oczywiście dodać jeszcze opis ale to już tylko drobny szczegół. Niemniej jednak nie zalecam z korzystania z takiego rozwiązania z powodu bardzo słabych zasięgów na ruchu organicznym.

Jest to spowodowane faktem, że wstawiając link prowadzący poza platformę, ktoś kto na niego kliknie wychodzi na zewnątrz i platforma nie może zarabiać. Facebook, Instagram i inne media zarabiają na tym, że spędzasz tam czas i mogą Tobie wyświetlać reklamy. Przechodząc do serwisu Youtube – czyli do konkurencji opuszczasz platformę i nie podoba się to jej twórcom. Niemalże każą Ciebie za ten czyn w postaci bardzo słabych zasięgów a nawet jak zechcesz promować post to reklama będzie delikatnie mówiąc nieskuteczna. Jeżeli masz inne alternatywy to staraj się unikać tego sposobu choć nie zawsze jest to możliwe.

Zdarza się czasami, że film ma w serwisie YouTube napisy a oryginalny dźwięk jest w innym języku i wtedy nie mamy zbyt dużego wyboru. Na szczęście zdarza się to niezwykle rzadko.

Sposób 2 – pobierz film na dysk a następnie dodaj post zawierający wideo. Aby pobrać film z serwisu YouTube, wystarczy wpisać w wyszukiwarkę Google „youtube video downloader” i kliknąć w dowolny z linków.

Następnie klikamy na plik wideo w serwisie YouTube prawym przyciskiem myszy i kopiujemy adres url filmu. Wklejamy go do strony, która otworzyliśmy z wyników wyszukiwania i wybieramy inny format niż mp3 – nie chodzi nam w końcu o sam dźwięk.

Teraz wystarczy już tylko dodać film do posta i opisać skąd go wzięliśmy, a jeżeli nie jesteśmy pewni czy możemy to zrobić to warto napisać do właściciela kanału prośbę o wyrażenie zgody na publikację

na swoim profilu firmowym. Pamiętaj, że profil prywatny rządzi się zupełnie innymi prawami od profilu firmowego i tutaj nie możemy beztrudno wrzucać wszystkiego na co tylko mamy ochotę. Ważne jest aby zabezpieczyć się przed ewentualnymi kłopotami w przyszłości i starać się ich unikać.

W przeciwieństwie do sposobu opisanego wcześniej, ta technika daje większe możliwości uzyskania zasięgów jednak pamiętaj, że w momencie, w którym film na serwisie YouTube jest z napisami, to po jego ściągnięciu istnieje spora szansa na to, że ich już nie będzie. Warto sprawdzić przed wstawieniem filmu ten mały drobiazg.

Sposób 3 – szukaj inspiracji w serwisie YouTube.

Obecnie marketing to bardziej statystyki niż kreatywność.

Skoro każdego dnia pojawiają się tam miliony godzina nagrań wideo to z dużym prawdopodobieństwem możemy znaleźć coś, co znajdzie zastosowanie na naszym profilu. Dzięki zastosowaniu konkretnych wtyczek (na przykład TubeBuddy – nawet w darmowej wersji) masz szansę zobaczyć, które z filmów mają największe zaangażowanie czyli innymi słowami stanowią wartość dla odbiorców.

Wystarczy wpisać jakąś frazę związaną z tematyką profilu i wtyczka pokaże statystyki dla filmów oraz wskaże ten najbardziej popularny. Teraz wystarczy obejrzeć daną treść a następnie podzielić ją na mniejsze kawałki. Chodzi o to aby użytkownik Twojego profilu dostawał wartościowo treści w małych porcjach aby wywołać u niego apetyt na więcej i więcej.

Z jednego filmu stwórz serię kilku wartościowych postów, zaplanuj je z wyprzedzeniem i ciesz się chwilą wolnego czasu dla siebie

Każdy z opisywanych powyżej sposobów ma swoje wady i zalety.

Jeden może dawać słabsze zasięgi ale zajmuje mało czasu jego wstawienie a inne mogą być bardziej czasochłonne – każdy z nich jest na swój sposób wartościowy a o wyborze tego właściwego musisz zdecydować samodzielnie.

## **Sposób 13**

### **Obserwuj reklamy konkurencji**

Każdy profil firmowy na Facebooku ma pewną zakładkę o nazwie „Transparentność strony”. W tym miejscu możesz sprawdzić czy jaka jest historia danego profilu, jak długo jest prowadzony oraz (co chyba jest najważniejsze), czy Twoją konkurencja zamieszcza jakiegokolwiek reklamy. Jeżeli tak to sprawdź od kiedy te reklamy działają i jeżeli są już aktywne przez dłuższy czas (co najmniej miesiąc lub dłużej) to oznacza, że są one dla danej firmy wartościowe i przynoszą oczekiwane rezultaty.

Jeżeli dana firma nie zamieszcza w danej chwili żadnych reklam to oznacza, że się w ogóle nie promują. To jest akurat dobra wiadomość dla Ciebie – skoro oni tego nie robią to Ty powinieneś zacząć i być pierwszym w danej niszy rynkowej – reklam w takim przypadku będzie znacznie tańsza.

W takim przypadku warto wejść do biblioteki reklam Facebooka wpisując poniższy link:

[www.facebook.com/ads/library](http://www.facebook.com/ads/library)

W tym miejscu uzyskujesz dostęp do wszystkich reklam na Facebooku – jest to pewnego rodzaju wyszukiwarka.

Teraz wystarczy poszukać reklamy tworzone przez największych w Twojej branży i wykorzystać ich treść do tworzenia własnych postów lub do własnej kampanii reklamowej – w końcu skoro coś zadziałało u nich to można założyć ze sporym prawdopodobieństwem, że zadziała również u Ciebie.

Innymi słowy najlepiej działające reklamy to prosty przepis na skuteczny post, który zwróci uwagę potencjalnych odbiorców, dzięki czemu Twój profil będzie się stale rozwijać.

## **Sposób 14**

### **Artykuły**

Technika podobna do tej opisywanej przy okazji serwisu YouTube. Jest jednak mała różnica!

To by miało miejsce dopiero gdybyśmy ingerowali w samą treść przepisując go i podpisując jako własny ale w tym przypadku wystarczy wkleić do posta link do artykułu.

System po wklejeniu linku, sam pobierze sobie zdjęcie na okładkę oraz opis, więc nie musimy się nawet troszczyć o jakikolwiek opis, co nie oznacza, że nie powinniśmy tego zrobić.

Podobnie jak przy serwisie YouTube, niestety musimy liczyć się ze znacznie mniejszymi zasięgami niż w przypadku tradycyjnego posta, więc stosujemy tę technikę najrzadziej jak tylko można. Wstawiając link do artykułu, niejako go promujemy więc nie musimy się zamartwiać o prawa autorskie – możesz spokojnie zamieszczać raz na jakiś czas artykuły napisane przez kogoś innego na swoim profilu – wystarczy wkleić link a system sam pobierze artykuł wraz ze zdjęciem ale nie rób tego za często.

Są jednak profile, gdzie ta technika jest wręcz obowiązkowa. Na przykład profile firmowe polityków, gdzie wręcz warto dodawać pewne odnośniki do artykułów. Kolejny przykład to profile firmowe lekarzy specjalistów – dodając konkretne artykuły niejako potwierdzamy w ten sposób ich markę osobistą. W oczach potencjalnego odbiorcy wygląda to tak, że dany lekarz przeczytał dany artykuł, pogłębił swoją wiedzę w pewnym zakresie i uznał to za wartościową treść więc chętnie dzieli się nią z pozostałymi użytkownikami. W taki oto sposób możemy skutecznie budować markę osobistą poszczególnych osób.

## **Sposób 15**

### **Materiały od firmy**

Najczęstszym błędem jaki popełniają osoby prowadzące profile jest brak oszczędności. Dostają garść materiałów od firmy i od razu wszystkie na raz są przez nich zamieszczane a jest to bardzo duży błąd.

Naprawdę niewiele firm regularnie dostarcza materiały do osób pracujących zewnątrz i w momencie kiedy je wszystkie wykorzystamy niemalże natychmiast to za parę dni wracamy do punktu wyjścia i znów musimy szukać pomysłów na posty.

Dawkuj rozsądnie otrzymane materiały – zamiast wstawiać całą galerię zdjęć, stwórz serię postów, które będą promować dane wydarzenia przez dłuższy czas. Ta technika ma również inną – dodatkową korzyść. Dzięki temu, zasięgi będą znacznie większe ponieważ jeden post nie da tyle samo odsłon co cała seria.

Wbrew pozorom, nie zawsze musisz dodawać inną grafikę do posta – jedno zdjęcie można wykorzystać kilkakrotnie, zmieniając jedynie nagłówek oraz oczywiście samą treść posta. Wystarczy, że w nagłówku zamieścisz informację – na przykład „3 sposoby na... Dzisiaj pokażę sposób 1 z 3 a w kolejnych postach pojawią się pozostałe 2”

To samo zdjęcie wykorzystane 2 lub więcej razy z rzędu przyciąga uwagę obserwującego. Jego pierwsza myśl zapewne dotyczyć będzie błędu popełnionego przez administratora strony i zacznie porównywać treści, co sprawi, że spędzi więcej czasu na Twojej stronie a wtedy algorytmy odczytają to jako formę zaangażowania i z większą częstotliwością zaczną mu podsyłać Twoje treści.

Jeżeli materiały jakie otrzymałeś od firmy dotyczą treści typowo sprzedażowych (a tak się najczęściej dzieje) to tym bardziej powinno się je zacząć dawkować. Kilka postów pod rząd dotyczących typowej oferty będzie po prostu nudne więc warto przerwać tę monotonię, wstawiając pomiędzy jakąś ciekawostkę.

## **Sposób 16**

### **Pokaż firmę od kuchni**

Wszyscy jesteśmy w pewnym sensie ekshibicjonistami... Nie dosłownie oczywiście. Co nie zmienia faktu, że lubimy obnażać swoją prywatność w Mediach Społecznościowych i nie tylko. Wstawiamy zdjęcia z wakacji, zdjęcia posiłków, które jemy i tak dalej...

Lubimy się obnażać ale wręcz kochamy podglądać innych. Gdyby tak nie było to programy typu Big Brother, Hotel Paradise czy Warsaw Shore już dawno zniknęły by z anteny i nie cieszyłyby się tak znaczną oglądalnością.

Wykorzystaj ten fakt do promocji Twojego profilu w Mediach Społecznościowych. Pokaż swoją firmę od kuchni. Jak wygląda w niej życie codzienne? Jacy ludzie w niej pracują? Jaka panuje tam atmosfera?

Ludzi w Mediach Społecznościowych częściej interesuje bardziej to co się dzieje wewnątrz firmy niż produkt lub usługa, którą oferuje. Wykorzystaj to i promuj swoją firmę, przemycając od czasu do czasu ofertę sprzedażową.

Pokazanie firmy od środka ma również pozytywny wpływ w momencie rekrutacji, ponieważ wiele osób od tego zacznie sprawdzanie danej firmy zanim zdecydują się wysłać tam swoje CV.

Każdy z nas ma ciekawe życie oraz żyje w ciekawej okolicy, której mogą zazdrościć inni. Jeżeli mieszkasz nad morzem to jestem pewien, że osoby które na co dzień mieszkają w centralnej części Polski zazdroszczą Tobie bliskości plaży, choć na Tobie nie robi ona żadnego wrażenia.

Podobnie jest z firmami – w każdej dzieje się coś ekscytującego choć osoby w niej zatrudnione tego po prostu nie zauważają bo jest to dla nich codzienność. Jeżeli w firmie nie działa by się absolutnie nic to po prostu szybko by zbankrutowała i nie było by co prowadzić w Mediach Społecznościowych.

## **Sposób 17**

### **Dziel artykuły na sekwencje postów**

O ile samo wstawianie artykułów jest jednym ze sposobów na działanie w Mediach Społecznościowych, to podział jakiegoś artykułu związanego z tematyką profilu firmowego na nieco mniejsze części stanowi kolejny sposób na szybkie generowanie pomysłów na posty.

Media Społecznościowe rządzą się swoimi prawami – tutaj ważne jest aby treści były proste w konsumpcji dla użytkownika przeglądającego profil.

Idealna zasada, której trzymam się od wielu lat brzmi: „Spraw aby w 20 sekund czyjś dzień stał się lepszy”  
Hołdując tej zasadzie, każdy artykuł podziel na kilka mniejszych treści, które będą łatwiejsze do przyswojenia przez Twoich odbiorców. Jest to tylko jeden z powodów, dla którego warto stosować tę technikę. Tworząc treść łatwą do przyswojenia, sprawiasz, że osoba, która je przeczyta zacznie wyrażać zainteresowanie treściami, które oferujesz. W końcu nauczyć się czegoś w 20 sekund lub przyswoić jakąś ciekawostkę każdy z nas lubi.

Powód nr 2 jest jeszcze ważniejszy.

Dzieląc dowolny artykuł na mniejsze części, w sposób zupełnie naturalny pozyskujesz pomysły na kilka postów do przodu. Teraz pozostaje je tylko stworzyć i dodać do planowanych.

Każdy artykuł to minimum 3 potencjalne pomysły na posty. Biorąc pod uwagę, że zalecana minimalna ilość niezbędna do prowadzenia profilu na Facebooku również wynosi 3 posty tygodniowo to w ciągu kilkunastu minut jesteś w stanie wykonać i zaplanować pracę na cały tydzień do przodu a tak naprawdę jeszcze kawa na biurku nie zdążyła całkowicie ostygnąć.

Stosuj tę technikę możliwie często a szybko docenisz efekty, które zostaną w ten sposób wygenerowane.

## Sposób 18

### Cytaty

Ludzie kochają cytaty!

Są proste do nauczenia się i można zabłysnąć wśród znajomych cytując kogoś ważnego. W 20 sekund można nauczyć się jednego zdania na pamięć i już dzień staje się lepszy.

Dlaczego zatem nie wykorzystać tego w Mediach Społecznościowych?

Wiele osób tak postępuje, jednak nie wykorzystują pełnego potencjału tego sposobu. Jedyne co robią to dodają cytat na jakąś grafikę i wrzucają to jako post. Oczywiście jest to sposób ale nie daje on spektakularnych rezultatów. Można postępować w taki sposób jeżeli nam się śpieszy lub po prostu nie mamy już absolutnie żadnego pomysłu na kolejny post. Należy jednak pamiętać, że tego typu treści nie będą generować większego ruchu na przeciętnym profilu.

Oczywiście są od tej reguły wyjątki jak na przykład profil o charakterze motywacyjnym – wtedy jak najbardziej uzyskamy oczekiwane rezultaty. Jednak w większości przypadków się to po prostu nie sprawdza.

Aby to robić skuteczniej, wybierz jeden ze sposobów opisanych poniżej:

#### Technika 1

Wstawiaj w cudzysłów swoje własne przemyślenia!

Pozornie jest to pozbawione sensu, lecz jeżeli wykonasz to poprawnie to z pewnością osiągniesz w ten sposób sporo korzyści. O co tutaj chodzi?

Już śpieszę z przykładem.

Jeżeli wstawię zwykły post z następującą treścią „Ala ma kota”, to prawdopodobnie nikogo to nie zainteresuje.

Jeżeli wstawię post „Ala ma kota” i podpiszę Artur Janas, to również nie osiągnę spektakularnych rezultatów.

Jeżeli jednak napiszę „Ala ma kota” i podpiszę się inicjałami A.J., to zmienię całkowicie treść przekazu. Inicjały mogą świadczyć o kimś ważnym. Nie wiemy kto to jest ale mamy możliwość i ochotę się tego dowiedzieć.



W ten sposób możesz „przemycić” dowolne treści, których celem jest przekonanie klienta do oferty profilu, który jest przez Ciebie prowadzony.

## Technika 2

Zamiast wstawiać sam cytat, w opisie posta dokonaj jego własnej interpretacji. Innymi słowy napisz jak Ty to rozumiesz.

Idea tej techniki jest prosta – chodzi o wzbudzenie kontrowersji. Jeżeli jakiś bardzo popularny cytat, który zna większość osób, a którego interpretacja została na nas narzucona jeszcze w szkole opiszesz po swojemu i niekoniecznie zgodnie z panującym trendem to wywołasz w ten sposób ożywioną dyskusję poniżej.

Facebook lubi posty, gdzie pod spodem jest wiele różnorodnych komentarzy i nagradza je poprzez zwiększenie zasięgów organicznych. Docierasz do zupełnie nowych osób i część poprze Twoją teorię a część się nie zgodzi – ci pierwsi to mogą być potencjalni przyszli klienci a drudzy tłum zwiększający promocje Twojego profilu.

Największą sztuką jest tutaj umiar w tym co robimy. Łatwo przesadzić i wywołać zbyt dużą kontrowersję. Mówi się, że nie należy dyskutować o polityce i o piłce nożnej bo to tematy wywołujące skrajne emocje. Tutaj może być podobnie. W momencie gdy dyskusja stanie się zbyt ożywiona, stracisz nad całością kontrolę a gdy post zaczyna żyć własnym życiem to możesz osiągnąć efekt odwrotny do zamierzonego.

Jeżeli jednak odrobiłeś prace domową i wszystko masz pod kontrolą to usiądź wygodnie i obserwuj jak rośnie zainteresowanie Twoim profilem a następnie zacznij wypatrywać potencjalnych klientów.

## **Sposób 19**

### **Wykorzystuj reklamy jako posty**

Każdy post może stać się reklamą a każda reklama postem.

Nie masz pomysłu na treść w danej chwili to po prostu wykorzystaj aktywną reklamę i wstaw ją lub zaplanuj. Dodatkową korzyścią wynikającą z tej techniki jest przekazanie całej mocy reklamy na profil.

Jest to tak zwany „Dark Post” czyli innymi słowy wszystkie wyświetlenie, kliknięcia czy polubienia będą widoczne od teraz z poziomu profilu firmowego na Facebooku.

Samo wykonanie jest banalnie proste – wystarczy wejść do Menadżera Reklam i kliknąć w trzy paski (zwane również hamburgerem) aby rozwinąć menu.

Następnie zjeżdżamy na sam dół rozwiniętej listy i staramy się odnaleźć „Posty na stronie”.

Jeżeli prowadzisz więcej niż jeden profil firmowy to u góry po prawej rozwiń menu i odszukaj jego nazwę.

Teraz wybierz „Posty reklamowe” – wyświetli się lista wszystkich reklam jakie zostały utworzone na potrzeby danego profilu.

Odszukaj reklamę, którą chcesz zamieścić jako post. Nie musi być to aktywna reklama, co więcej, nie musi być to nawet aktualna treść reklamowa.

Nawet jeżeli coś było promowane wiele miesięcy lub nawet lat temu a nadal treść wydaje się być sensowna, to z powodzeniem możemy ją wykorzystać.

Wybieramy odpowiednią treść a następnie po prawej stronie rozwijamy listę „Działania”. Do wyboru mamy opublikuj lub zaplanuj ale to już decyzja, która będzie należeć do Ciebie.

## Sposób 20

### Wykorzystuj sytuację chwili

Technika ta jest niezwykle trudna w przypadku marketingu tradycyjnego jednak jej skuteczność sprawia, że zasługuje na umieszczenie jej w zestawieniu.

RTM – Real Time Marketing, czyli marketing w czasie rzeczywistym to doskonały sposób na wykorzystanie sytuacji do promocji swojej marki.

Zbliżający się weekend, fala upałów, głupkowata wypowiedź polityka lub cokolwiek o czym ludzie mówią i nie koniecznie związane jest z branżą można wykorzystać do promocji.

Osoby na co dzień obsługujące profile firmowe dużych firm, wręcz pokochali ten sposób.

Sekretem jest humorystyczne podejście do tematu jak pokazują przykłady poniżej marek Durex oraz Ikea.



Wystarczy luźno powiązać temat i znaleźć jakiegokolwiek zastosowanie u siebie danego tematu oraz dodać hashtag w przypadku Twittera lub Instagrama a nasze zasięgi posyżują do góry.

Problem w tym, że małe firmy podchodzą do biznesu śmiertelnie poważnie i być może dlatego nadal takimi pozostają,

## **Sposób 21**

### **Faktopedia**

Jeżeli nie masz nawet cienia pomysłu na post a poprzednie techniki już wyeksploatowane zostały do granic możliwości, to zawsze możesz liczyć na faktopedie.

Strona [www.faktopedia.pl](http://www.faktopedia.pl), to zbiór ciekawostek, faktów, wiedzy historycznej oraz statystyk, podana w przystępnej i bardzo luźnej formie, pod postacią grafik i zdjęć.

Jednak najważniejsze jest to, wchodząc na tę stronę i wyszukując treść, mamy na wyciągnięcie ręki gotowe rozwiązanie Twojego problemu dotyczącego braku pomysłu na post.

Wystarczy wejść na stronę, wpisać hasło z zagadnieniem i to wszystko.

Mamy gotowe grafiki z naniesionym tekstem, które wystarczy tylko wstawić na naszą stronę bez obaw o prawa autorskie – te pochodzą z Wikipedii i można je kopiować bez zezwolenia.

Jeżeli jednak wykonamy minimum pracy i wykorzystamy tekst jako opis do posta a grafikę przygotujemy sami to nasze wyniki mogą się okazać jeszcze bardziej zadowalające.

Niestety, strona nadal się rozwija i mocno jej tego życzę, niemniej jednak nie każdy znajdzie tam dla siebie rozwiązanie.

Czasem fakty pochodzą sprzed kilku lat i trudno w jakikolwiek sposób to wykorzystać a czasami po prostu jest ich bardzo mało.

Wszystko zależy od branży, w której działamy ale nawet jeżeli dziś nic nie udało się znaleźć to śmiało spróbuj jutro po raz drugi. Kto wie, może przez noc dodano kolejną porcję ciekawostek?

## **Sposób 22**

### **Wstawiaj od czasu do czasu oferty sprzedażowe**

Czasami odnoszę wrażenie, że niektórzy właściciele firm mają swoich klientów za idiotów, którzy niczym barany idące na rzeź, ślepo podążają za swoim liderem. To się czasami może sprawdzać w polityce ale nie w biznesie.

No bo jak inaczej nazwać sytuację, w której firma karmi swoich fanów jedynie treściami dotyczącymi nowych ofert i kolekcji a od czasu do czasu dorzuci na nikim nie robiąca wrażenie promocje rzędu 10% lub coś w tym stylu.

Wiem, zakładamy profil firmowy po to aby na nim zarabiać i tutaj popełniamy największy z możliwych błędów w Mediach Społecznościowych. Profil nie ma za zadanie generować sprzedaży tylko potencjalnych klientów a to zasadnicza różnica.

Nie traktuje swojego profilu jak darmowy słup ogłoszeniowy.

Owszem, przekazywanie treści sprzedażowych jest ważne ale z pewnością nie najważniejsze.

Dodawaj w pierwszej kolejności wartość a raz na jakiś czas, przemycaj pomiędzy ofertę sprzedażową. Nie powinna być na nachalna, tak jak do tego przywykliśmy na przykład w galeriach handlowych ponieważ Media Społecznościowe to nie miejsce na tego typu treści o czym większość prowadzących zdaje się nie wiedzieć lub po prostu o tym zapomina.

Sama sprzedaż powinna być zamieszczana średnio raz na 3 do 4-ech postów – nie częściej ale jak nie masz pomysłu a dawno nie wstawiałeś oferty to warto teraz to zrobić.

## **Sposób 23**

### **Szablony z Canva**

Jeżeli jeszcze nie korzystałeś z serwisu canva.com to nie wiesz co tracisz. Stworzenie grafiki na potrzeby Mediów Społecznościowych zajmuje tam dosłownie kilka chwil a program występuje w darmowej wersji i nie ma potrzeby aby go instalować, choć istnieje aplikacja na smartfon.

Serwis jest niezwykle intuicyjny a korzystanie jest uproszczone do granic możliwości, a co ważniejsze jest stale udoskonalany i doposażany w kolejne wartościowe funkcje.

Oczywiście ma również i wady ale nie o tym jest ten sposób. Wystarczy wejść na stronę, założyć konto a następnie kliknąć w niebieski pasek i wybrać media. Teraz pozostaje nam wybrać wpis na Facebook lub Instagram i otworzy na się nowy projekt.

Po lewej stronie znajdziesz ciemny wąski i pionowy pasek z funkcjami. Wybierz pierwszy od góry czyli szablony. Można to zrobić inaczej, wpisując u góry strony głównej „Wpis na Facebooku” i wtedy wyświetli nam się tysiące gotowych szablonów graficznych.

Teraz pozostaje nam wybrać coś, co może znaleźć zastosowanie w przypadku naszego profilu firmowego i to wszystko. Oczywiście każdy z szablonów jest w pełni modyfikowalny, co oznacza, że można zmienić większość elementów w nim występujących ale w przypadku tego konkretnego sposobu nie ma takiej potrzeby a wręcz nie powinno się tego robić.

## **Sposób 24**

### **Załącz katalog z pomysłami**

Dobłą praktyką, którą stosuję z powodzeniem od lat jest katalog na pomysły. Innymi słowy, jeżeli widzę coś naprawdę oryginalnego a w danej chwili nie mam dla tego czegoś zastosowania to po prostu zapisuję na później.

Z biegiem lat katalog się rozrasta i raz na jakiś czas należy zrobić w nim porządek, ponieważ część z pomysłów ulega po jakimś czasie przedawnieniu i nie będzie można z nich korzystać to jaki sens jest w tym aby trzymać je nadal?

Jednak ta technika jest nie tyle o samych pomysłach a bardziej o momentach ich wykorzystania.

To jest sposób, który należy wykorzystywać w sytuacjach o charakterze nadzwyczajnym. Nie mamy czasu na poszukiwania, bo akurat jesteśmy na wakacjach. Szkoda nam siedzieć przy komputerze, bo za oknem piękna, letnia pogoda i lepiej spędzić czas aktywnie na świeżym powietrzu.

Problem w tym, że praca musi zostać wykonana bo tego się od nas oczekuje.

W takich przypadkach ten sposób sprawdzi się znakomicie.

Wystarczy wejść w nasz słynny katalog a następnie skorzystać z gotowego pomysłu.

Jeżeli prowadzisz więcej niż jeden profil, to te kilka minut oszczędzony przy każdym z nich daje na koniec dnia sporą ilość wolnego czasu.

Jednak aby tak się stało, to staraj się wykorzystywać ten sposób niezwykle rzadko i na bieżąco uzupełniać katalog. Kto wie, być może kiedyś ta technika uratuje Twój wieczór?

## **Sposób 25**

### **Zadawaj pytanie swoim odbiorcą**

W każdej firmie najlepszym sprzedawcą jest klient!

W każdej firmie najlepszy marketing tworzą zadowoleni klienci!

Większość o tym wie, ale tylko nieliczni wykorzystują te fakty do swoich celów i dlatego nieliczni osiągają sukces.

Nie wiedząc czemu, panicznie boimy się zadawać pytania skierowane do naszych odbiorców. Widocznie taka już nasza natura.

Ty jednak jesteś inny i chętnie wykorzystasz tę technikę do osiągnięcia swoich celów.

Jeżeli posiadasz sporą grupę odbiorców na profilu i wykazują się oni sporym zaangażowaniem to wręcz grzechem by było z tego nie skorzystać. Nie masz pomysłu na post to po prostu zadaj pytanie skierowane do swoich odbiorców. To może być cokolwiek – prośba o opinie na temat produktu, zapytanie o jakość naszych działań lub po prostu spytaj się czy treści, które oferujesz swoim odbiorcom są dla nich wartościowe.

Dzięki temu wiesz czy podążasz w dobrą stronę a jeżeli tak co masz sporo wskazówek jak powinno się postępować dalej w najbliższej przyszłości.

Gdy już nabierzesz doświadczenia to możesz w ten sposób przemycić ofertę sprzedażową. Innymi słowy, zamiast wstawiać post dotyczący bezpośrednio produktu, warto napisać coś w stylu:

„Dajcie znać co sprawiło, że zdecydowaliście się kupić produkt”.

Odpowiedzi możesz wykorzystać do ulepszenia produktu lub usługi lub do samej promocji firmy.



## **Sposób 26**

### **Wykorzystuj stare posty**

Nie wiadomo dlaczego, wśród administratorów stron firmowych czyli inaczej Fanpagów, panuje przekonanie, że każdy post powinien być nowy i wartościowy.

To nie jest do końca prawda!

Tutaj należy przyjrzeć się osobom, które po raz pierwszy wchodzi na nasz profil. O ile postów wstecz są w stanie się cofnąć? 10, 20, 30 a może 100?

Nie ma jednoznacznej odpowiedzi ale jedno jest pewne – każdy cofa się wstecz od kilku do maksimum kilkunastu postów. Wyjątek stanowi wąska grupa, która cofnie się trochę bardziej wstecz.

Jednak jeżeli prowadzisz profil już od kilku lat

to prawdopodobieństwo, że ktoś zechce sprawdzić co wstawiałeś 4 lata temu jest bliskie 0.

A mniej więcej, 4,5 roku wcześniej wstawiłeś post, który cieszył się sporym zainteresowaniem. Skopiuj go i wstaw ponownie, szansa, że ktoś zauważy jest wręcz znikoma.

W niektórych projektach jest to po prostu norma. Masz mało materiałów i musisz z nich wycisnąć ostatecznie przysłowiowe soki. Dlatego też powielanie zdjęć lub treści jest po prostu norma i nikt z tego powodu nie zwraca na to uwagi.

Posłużę się tutaj przykładem. Wyobraź sobie, że prowadzisz stronę dewelopera, który chce wypromować swój nowy projekt. Masz do dyspozycji kilka grafik z wizualizacją i kilka zdjęć z budowy – to wszystko!

Musisz co jakiś czas wtórnie wykorzystywać te same materiały. Możesz co prawda kadrować fragmenty zdjęć ale nie ma szans aby tworzyć wartościowe treści dotyczące budowy w nieskończoność! Nie bój się co jakiś czas kopiować i wstawiać ponownie tych mych treści – odbiorcą z pewnością to nie będzie przeszkadzać.

## **Sposób 27**

### **Sprawdzaj informacje na stronie firmowej**

W dzisiejszych czasach większość firm posiada stronę www. Większość stron jest byle jaka ale mimo wszystko są na niej jakieś wartościowe treści, które możemy wykorzystać do prowadzenia działań w Mediach Społecznościowych.

Dlaczego większość stron jest byle jaka?

Odpowiedź jest prosta – zamawiamy stronę www i nic dalej z tym faktem nie robimy. Nie jest ona aktualizowana a jeżeli już to rzadziej niż raz na kwartał i nie jest to miejsce wartościowe z punktu widzenia potencjalnego klienta.

Jednak nadal znajdują się tam informacje, które wymagają podkreślenia. Obecnie większe szanse mamy na to, że ktoś trafi do firmy poprzez Media Społecznościowe niż poprzez stronę www. Jest to bardziej dowód społeczny – cyfrowy dowód potwierdzający istnienie danej firmy i to wszystko.

Oczywiście mowa tutaj o tradycyjnych firmach a nie o tych działających głównie online.

Pokazujemy firmę od kuchni, ludzi ale od czasu do czasu przemycamy treści, które mogą być odczytane pozytywnie w oczach klienta. Informacje mówiące klientom, że to firma rodzinna, firma ekologiczna, działa aktywnie w sferze odpowiedzialnego biznesu lub inne, które budują pozytywny wizerunek w oczach klienta, coraz bardziej zbliżają go do podjęcia decyzji zakupowej a tego od niego na samym końcu oczekujemy.

Informację dzielimy na nieco mniejsze i wstawiamy, karmiąc potencjalnych klientów ukrytą reklamą dotyczącą firmy, którą prowadzimy.

## **Sposób 28**

### **Pokazuj swoją twarz**

Ludzie często mają problem z wystąpieniami publicznymi. Fakt, że musimy zacząć przemawiać przed większą grupą osób paraliżuje nas i zaczyna zjadać stres.

Jednak badania pokazały, że w dzisiejszych czasach, do granic możliwości wypełnionych reklamą na każdym możliwym kroku stajemy się coraz bardziej rozkojarzeni. Sam fakt, że wartościowe treści musimy dzielić na mniejsze wydaje się być tylko potwierdzeniem tego stanu rzeczy.

Jeszcze w roku 2018, przeciętny odbiorca musiał zobaczyć znak towarowy danej firmy około 18 razy aby go zapamiętać. Mamy rok 2022 i ilość wyświetleń niezbędnych do zapamiętania marki wzrosła średnio do 42 razy.

Jednak aby przyspieszyć nieco ten proces, można przypisać do marki cechy osobowe, czyli innymi słowy pokazywać logo firmy w zestawieniu z twarzą danej osoby.

W ten właśnie sposób możemy trzy krotnie przyspieszyć proces.

Jeżeli promujesz własną markę to obawiam się, że nie ma innej możliwości. Twoja marka to właśnie TY!

Jeżeli to możliwe to pokazuj swoją twarz lub dowolnej innej osoby. W tej technice chodzi o to aby powtarzać czyjąś twarz. Jeżeli prowadzisz swój profil, to ludzie łatwiej Ciebie zapamiętają a jeżeli dla kogoś to warto stworzyć ambasadora marki. Osoba na reklamie wzmacnia siłę jej przekazu.

Pokazuj swoje codzienne życie zgodnie z technikami opisywanymi wcześniej. Świadomość odbiorców z każdym postem będzie coraz większa a to wkrótce przełoży się na pierwszych klientów. Wybór czy to zrobisz czy też nie pozostawiam jednak już Tobie.

## Sposób 28

### Live

Ta technika jest zarezerwowana dla osób, które promują własny biznes. Niestety bardzo mocno wykorzystywana w niewłaściwy sposób. Przyczyną tego stanu rzeczy jest wybuch pandemii covid i zamknięcie ludzi w domach.

W tym czasie mocno wzrosła popularność live, trwających po kilka godzin i nie wnoszących zasadniczo nic do życia odbiorców.

Tutaj popełniano kilka błędów.

Błąd 1- czekano aż zbierze się spora liczba osób, czyli mija godzina i nic tak naprawdę się jeszcze nie wydarzyło

Błąd 2- przechodzono od razu do prezentacji produktów i do samej sprzedaży, czyli kolejna bluzka ale tym razem zielona a wcześniej była czerwona.

Błąd 3- wszystko trwało zbyt długo. 4, 5 godzin a czasami nawet dłużej – coś co można było zrobić w czasie krótszym niż 30 minut zostało rozciągnięte do granic absurdu.

O ile na samym początku to była nowość tak teraz mocno to spowszedniało i nie ma już takiej siły przebicia jak kiedyś. Ludziom po prostu znudziła się taka forma sprzedażowa i obecnie są na etapie poszukiwań innej formy rozrywki.

Efektom tego jest 4 godziny pracy na żywo i 0 zł ze sprzedaży a to potrafi zniechęcić nawet najbardziej zmotywowane osoby do zaniechania jakichkolwiek dalszych działań w Mediach Społecznościowych.

Zastanówmy się jak zachowuje się przeciętny odbiorca tego typu treści. Statystycznie, najczęściej jest to kobieta w wieku od 21 do 48 lat, która odbiera treści tego typu na telefonie komórkowym.

W tym czasie nie skupia się na samych treściach a wręcz zajmuje się innymi rzeczami, raz na jakiś czas spoglądając w ekran smartfona. Skoro nie jest skupiona to nie mam motywacji aby dokonać zakupu.

Jeżeli w tym czasie gotuje obiad, wykonuje swoją pracę zawodową lub inne codzienne obowiązki to jej uwaga jest mocno rozproszona i na samym początku już jesteśmy skazani na porażkę.

Aby tego uniknąć, należy przed rozpoczęciem jakichkolwiek działań przygotować sobie scenariusz do wystąpienia na żywo oraz dać znać o tym fakcie potencjalnym odbiorcom.

Można w tym celu ustawić wydarzenie (niestety bardzo mało angażujący sposób) lub wykorzystać płatną promocję ale należy podkreślić, że będzie krótko, treściwie i z korzyścią dla odbiorców.

Następnie zaczynamy live według scenariusza:

- witamy zgromadzonych nie dłużej niż 30 sekund.
- mówimy dlaczego warto zostać do końca (na przykład przez najbliższe 15 minut mówić zostać do końca a...)
- mówimy ile produktów zaprezentujemy i dlaczego akurat te spośród innych w naszej ofercie – max 60 sekund
- skupiamy się tylko na korzyściach płynących z produktu, pokazując produkt nr 1 czyli innymi słowy ta czerwona bluzka będzie pasować zarówno do spodni jak i do spódnicy a jej krój sprawi, że będziesz optycznie odchudzona...
- teraz właściwa część sprzedażowa. Pokazujemy tablicę z kodem rabatowym na maksimum 15 sekund i powtarzamy, że pokażemy ją łącznie 3 razy podczas pokazu.
- pokazujemy produkt nr 2
- pokazujemy tablicę z kodem rabatowym i witamy tych co dopiero dołączyli
- pokazujemy produkt nr 3
- pokazujemy po raz ostatni tablicę z kodem rabatowym i informujemy że jest on ważny tylko do dnia jutrzejszego.

Następnie zapisujemy live jako video i wstawiamy jako post, który następnie promujemy za pomocą Menadżera Reklam przez 1 dzień aby zwiększyć jego zasięg.

Technika jest bardziej pracochłonna ale z pewnością przyniesie konkretne wyniki finansowe.

## Sposób 29

### Wikipedia

Wydawać by się mogło, że strona Wikipedii nie ma się w żaden sposób do Mediów Społecznościowych ale na szczęście to tylko pozory.

Jest tam zawarta wiedza ludzkości, fakty historyczne oraz daty. Można tę wiedzę śmiało wykorzystać do promocji profilu firmowego. Historia branży, w której Fanpage działa, ważne wydarzenia, fakty historyczne to dosłownie dziesiątki pomysłów na ciekawe wpisy.

Jednym z ciekawszych sposobów, który dosyć rzadko jest wykorzystywany w Mediach Społecznościowych są daty. Każdy dzień to jakaś historyczna data pewnego wydarzenia. Bitwa, która wpłynęła w sposób pośredni na rozwój branży lub urodziny osoby, która miała na nią znaczny wpływ.

Dla przykładu:

Jeżeli prowadzisz profil firmowy salonu samochodowego lub nawet komisju z używanymi samochodami to możesz wiedzę z Wikipedii wykorzystać do celów sprzedażowych.

Data 30 lipca 1863 to dzień urodzin Henrego Forda. Jeżeli masz w komisji jakiś używany samochód tej marki to wykorzystaj to w celach sprzedażowych pisząc następującą treść ogłoszenia.

„Dzisiaj obchodzimy rocznicę urodzin Henrego Forda – człowieka, który zrewolucjonizował przemysł motoryzacyjny.

Chcąc uczcić jego pamięć proponujemy (tutaj model samochodu) tylko dzisiaj zakup tego samochodu w wyjątkowej cenie, niższej o x% od ceny normalnej. Zapraszam do naszego komisju”

Oczywiście poniżej mini galeria zdjęć proponowanego samochodu – maksimum 4 zdjęcia w takim samym rozmiarze aby obserwujący mógł łatwo wybrać zdjęcie, które go akurat interesuje.

To wszystko sprawi, że nawet jak nie uda się sprzedać samochodu to oglądalność profilu firmowego znacząco wzrośnie co w przyszłości przełoży się na wzrost sprzedaży.

## Sposób 30

### Google trends

Trendy Google'a można wykorzystać na kilka sposobów. Chodzi tutaj o zwrócenie na siebie uwagi, za pomocą tego co akurat w danej chwili interesuje internautów.

Już śpieszę z przykładem aby wytłumaczyć o co chodzi w tej technice.

Załóżmy, że prowadzisz sklep internetowy, w którym sprzedajesz stroje kąpielowe. Jest lato i pasuje jakoś zachęcić kobiety do odwiedzin profilu.

W pierwszej kolejności należy dowiedzieć się co kobiety wpisują do wyszukiwarki Google.

Zatem wchodzisz na stronę [trends.google.pl](https://trends.google.pl) a następnie porównujesz frazy: strój kąpielowy, kostium kąpielowy oraz bikini. Dzięki temu zabiegowi wiesz w jakich miesiącach używanie danego sformułowania ma sens.

W kwietniu 2021 najbardziej popularna fraza to było bikini zatem w okolicach kwietnia staraj się pisać możliwie dużo na ten temat

Ale w lipcu 2022 zdecydowanie najczęściej w wynikach wyszukiwania pojawiał się strój kąpielowy i takie wyrażenia powinno obowiązkowo pojawiać się w treściach serwowanych obserwowującym profil.

Skoro wiesz czego ludzie chcą po prostu im to daj!

Ponieważ interesują się strojami kąpielowymi to ta fraza powinna znajdować się w nagłówku wpisu aby bardziej zwracać uwagę na treść jaką planujesz przekazać do osób, które polubiły Twój profil firmowy.

U dołu strony znajdziesz frazy powiązane z tematem i tym sposobem nadal będziesz podążać za potrzebami potencjalnych klientów, aby zdobyć ich zaufanie a na samym końcu zamienić ich na wiernych Twojej marce klientów.

## **Sposób 31**

### **Wyszukuj treści w google**

O co chodzi w tej technice?

Sposób jest bardzo prosty o ile znasz język angielski. Jeżeli nie, to można wykorzystać do tego celu Google Translator.

W wyszukiwarce należy wpisać branżę jaka nas interesuje, oczywiście w języku angielskim oraz dodać słówko „ads”.

Następnie przechodzimy do wyszukiwania grafik i w ten sposób uzyskujemy dostęp do wszystkich form reklamy graficznej z danej branży, niemalże z całego świata.

To istna kopalnia pomysłów na ciekawe posty o charakterze sprzedażowym i do tego głównie ta technika powinna być wykorzystywana.

Oczywiście grafika, która przyciągnie naszą uwagę powinna być dla nas tylko inspiracją. Nie wolno dowolnie kopiować grafik z naruszeniem praw autorskich innych firm, ponieważ możemy narazić się na spore kłopoty oraz kary finansowe a lepiej tego unikać.

Jeżeli będziemy wykorzystywać ten sposób w formie inspiracji to pomysłów na angażujące treści powinno wystarczyć na co najmniej rok a po tym czasie wpłyną kolejne co oznacza prawdziwą kopalnię, z której grzechem było by nie skorzystać.

Ważne jednak aby robić to rozważnie!



## Sposób 32

### Wykorzystuj emocje

Nic tak nie napędza sprzedaży jak emocje!

Podawanie suchych faktów nie przyniesie absolutnie żadnych korzyści.

Zamiast pisać „Nowa kolekcja butów”

Napisz: „Naszą pasją są buty i poświęciliśmy się jej bez reszty. Każda nowa kolekcja musi zostać najpierw zatwierdzona przez naszych współpracowników, sprawdzona w życiu codziennym aby zapewnić możliwie najlepsze doznania dla naszych klientów”

Który z tekstów bardziej skłoni Cię do odwiedzenia strony lub sklepu?

Kolejny przykład:

Zamiast pisać: Nowy model telefonu X już w sprzedaży”

Napisz: Wszystko co robimy, robimy z myślą o naszych klientach.

To oni wyznaczają kierunek rozwoju firmy. Każda ich sugestia jest odnotowywana i brana pod uwagę na etapie projektowania.

Dlatego z dumą prezentujemy nowy model telefonu zbudowany przez klientów dla klientów. To zupełnie nowy standard, który zmienia postrzeganie telefonu jak urządzenia”

Znów zadaj sobie pytanie – który z tekstów sprawi, że zainteresujesz się ofertą?

Emocje napędzają sprzedaż a wielu marketerów często o tym zapomina.

Tworzą nudne treści nastawione bezpośrednio na sprzedaż, które jak łatwo przewidzieć nie przynoszą oczekiwanych rezultatów.

A wystarczy 60 sekund aby dodać emocje do przekazu, który od tego momentu zacznie przyciągać klientów niczym magnes.

Wiedzą o tym najlepsi i dlatego regularnie wyprzedzają swoją konkurencję a ci nawet nie potrafią skopiować ich najbardziej skutecznych rozwiązań.

## Sposób 33

### Posty krótkie czy długie?

To chyba najczęściej zadawane pytanie w trakcie jakichkolwiek szkoleń lecz niestety nie ma na nie jednoznacznej odpowiedzi.

Wszystko zależy od sytuacji oraz od grupy odbiorców. Jeżeli naszymi odbiorcami są osoby charakteryzujące się niskim stopniem zaangażowania w profil to zdecydowanie posty krótkie choć raz na jakiś czas powinno być coś dłuższego.

Przykład to moda, produkty dla młodych osób, motoryzacja – tam dajemy głównie treści krótkie a raz na 15-20 postów możemy dać coś dłuższego – na przykład konkretny opis.

Jeżeli prowadzimy profil o charakterze szkoleniowym, lub kosmetycznym albo taki, gdzie większość odbiorców stanowią kobiety, to w takim przypadku proporcje powinny być zrównoważone. Krótkie opisy produktu, dłuższe jego zastosowania i długie case study lub opowiadanie jak nasz produkt lub szkolenie zmieniło czyjeś życie.

W przypadku profili o charakterze kulinarnym lub takich o wysokiej specjalizacji, dominujące powinny być treści długie, zawierające staranne wytłumaczenie danego problemu lub po prostu przepis krok po kroku jak coś samemu ugotować.

Tutaj możemy liczyć na duże zaangażowanie odbiorców, co nie znaczy, że powinniśmy pisać dużo lecz bez sensu – skupiamy się na konkretach aby użytkownik wyciągnął maksimum korzyści.

Jak sprawdzić jak to wygląda na Twoim profilu?

Odpowiedź jest prosta czyli statystyki. Zrób kilka różnych postów dotyczących podobnego problemu i sprawdź który cieszył się największym zaangażowaniem obserwujących. Treść krótka, średnia czy długa?

W ten prosty sposób uzyskasz odpowiedź.

## **BONUS**

### **Przydatne sposoby na zwiększenia atrakcyjności postów**

Oprócz samej treści warto zastosować pewne techniki, które z dużym prawdopodobieństwem zwiększą samo zainteresowanie treścią dlatego, że po prostu wyglądają inaczej i zwracają uwagę odbiorców.

Pierwszy sposób to pogrubienie czcionki (na przykład w nagłówku).

Służy do tego celu strona [lingoiam.com](http://lingoiam.com).

Wystarczy w oknie po lewej stronie wpisać tekst aby po prawej pojawił się w różnych wariantach. Teraz skopiuj treść i wklej zawartość do posta.

**UWAGA:** strona nie obsługuje polskich znaków więc rób to rozważnie.

Nie ma nic bardziej irytującego niż szukanie emotek a te powinny regularnie pojawiać się we wpisach. Oczywiście z umiarem i w ilości nie większej niż 3 emotki na długi wpis a zazwyczaj wystarczy jedna w nagłówku.

Emotki w Mediach Społecznościowych pełnią rolę kapitalików w tekście – innymi słowy pozwalają oczom szybciej odnaleźć początek

Jednak wyszukiwanie odpowiednich emotek w trakcie tworzenia treści jest dosyć irytujące. Na pomoc przychodzi strona [www.piliapp.com](http://www.piliapp.com), można korzystać z wyszukiwarki oraz uzyskujemy dostęp do wszystkich emotek dostępnych w Mediach Społecznościowych. Wystarczy kliknąć w wybraną i ona sama automatycznie jest kopiowana do schowka. Wklejasz do tekstu i gotowe.