

Pracovní list pre Instabrand

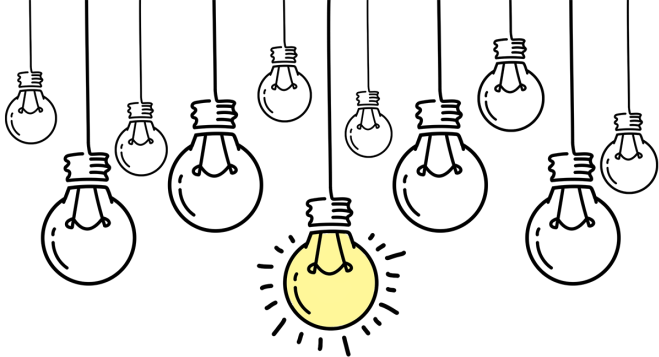
Propagácia osobnej značky na Instagrame

Budujte si jadro sledovateľskej základne cez organické spôsoby (bez zaplatenia) prilákania toku ľudí a networkingu (na offline podujatí povieť, že v linku v profile (bio), kde máte web, si môžu stiahnuť darček výmenou za email). Viete využívať príbuzné témy a hosťovať v blogoch usadlejších profesionálov na Instagrame.

1. Píšte kľúčové slová pre vyhľadávanie v časti profilu „menonaming“, napr. Klinický logopéd Bratislava. Vaše užívateľské meno môže byť v tvare meno a priezvisko napr. jana_huttova.
2. Pútavá profilová fotka s úsmevom a očným kontaktom do kamery.
3. Komentovanie pod postami na Instagrame v blogoch s väčším publikom, ako je Vaše.
4. Interakcie v spoločenstve osobných značiek- interview a hosťovanie.
5. Spoločné aktivity-LIVE vysielania, nahrávka v podcaste, rozdelenie sa informáciami cez články či súťaže.
6. SFS-shout out for shout out- barterové odpromovanie profesionála u Vás na Instagrame (stories/feed) a očakávanie odpromovania recipročne.
7. Organizácia výziev-štafetové challenge s inými odborníkmi. Urobte výzvu s unikátnym hashtagom s kolegami z brandže a pársekundové zábery zostrihajte s hudbou cez appku inshot do štafetovej výzvy. Prelievate si tak vzájomné publikum a označujte sa navzájom.
8. Platená reklama a propagácia od influencera.
9. Darovačky/súťaže
10. Odporúčanie odborného portálu.

Kto je osobná značka





Bonus pre osobnú značku

Osobná značka v sebe integruje marketing, PR, elementy predaja, networking, psychológiu, štýl, výzor atď.

Osobná značka je marketingový nástroj, ktorý integrujete vedome do svojej marketingovej stratégie. Vďaka tomuto nástroju si rezervujete osobité miesto na trhu a odstrojíte sa od konkurencie.

Predstavujte si, ako navliekate perly na šnúрку pri tvorbe perlového náhrdelníku. Perly navliekate po jednej a kotvíte uzlíkom, aby sa nehýbali. Ich kvalita odráža kvalitu zvládnutia jednotlivých nástrojov. Samotné perly sú metaforou nástrojov marketingu, ako napr. webka, cielená reklama, konferencie, odborné výstupy, katalógy, sociálne siete, atď.
Niž s uzlíkmi je stratégia, ktorú si vybudujete aj vďaka tomuto online sprievodcovi.

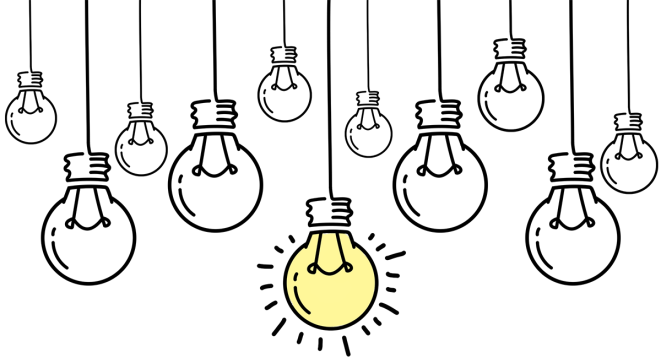
Jednotlivé usporiadanie perál nie je náhodné, je to vysoko individualizovaná taktika. Vznik náhrdelníku má svoju postupnosť, nie je to chaotický proces upchávania dier.

Hodnota náhrdelníku je tým vyššia, čím je kvalitnejší materiál, precíznejšie prevedenie a trefnejší marketing.

Hodnota náhrdelníku je vždy vyššia, ako je cena jednotlivých perál/komponentov.

Náhrdelník je osobná značka.

Osobná značka je starostlivo vytvorený avatar (mediálna prezentácia), ktorá sa využíva ako nástroj pre vyššie zárobky, záruku kvality či erudície alebo spoločenskej akceptácie. Budovanie osobnej značky výrazne prevyšuje možnosti komunikačného kanálu Instagram, avšak práve Instagram poslúži ako skvelá trampolína pri odraze osobnosti stojacej za kvalitou, odbornosťou a hodnotami do online sveta.



Babka Blážková

Tržnica je miestom koncentrácie a pôvodnej prezentácie marketingu (market-trh). Pri vstupe na tržnicu má svoj stolík **babka Blažková** a predáva bryndzu. Rovnakú bryndzu- kvalitou, procesom výroby, vôňou, konzistenciou, farebnosťou, sviežosťou predáva aj teta Feríčková.

Pozor, otázka: **u koho nakúpite bryndzu?**

Odpovedí je viac, ale zoberme si, že nakúpite tam, kde je zástup ľudí a kde ste mali minule dobrú skúsenosť. Väčší zástup je u babky Blažkovej a pri obsluhovaní máte čas a priestor ju pozorovať- vôňu, ruky, starostlivé ukladanie bryndze do sklenených fľaštičiek. Teta Feríčková nemá pri stole nikoho a preto kričí „ochutnajte, dnes je zľava XYZ a mám všetko nabalené“.

Všimnete si ju, ale ostanete v rade, lebo babka Blažková na Vás pozrie a prehodí „ako sa ti minule podarili bryndzáky, dcérenka?“. Plná prekvapenia, že si ma všimla a ešte si aj pamätá spomedzi stovák ľudí, ostávam v rade a ignorujem ziapajúcu tetu (reklama je od lat. slova clamare kričať). Pri nákupe mi babka Blažková pribalí pagáčik s receptom na jeho prípravu a navradí, že nabudúce bude mať aj mliečko-ovčie aj so syrom, že ovce jej deda teraz majú „sezónu“ a pre moje deti to budú najlepšie raňajky.

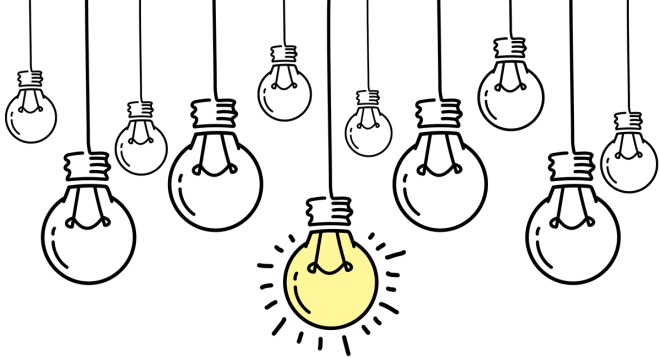
Máme to tu- babka Blažková sa stala mojím **love personal brand**. Ak sa na túto nespochybniteľnú konkurenčnú výhodu pozriete z marketingového hľadiska, chcem, aby ste **sa stali babkou Blažkovou vo svojom obore**.

Komunikujte, personalizujte, všetko si pamätajte, kvalita je viac a viac, oveľa viac ako kvantita.

Babka a teta pracujú obe na rovnako frekventovanom mieste- traffic (tok ľudí, z ktorých je určité percento potenciálnych zákazníkov). Napriek tomu, že babkin produkt nie je unikátny, babka vyniká schopnosťou udržať a navrátiť klienta, ktorý jej

prináša peniaze a ďalších klientov. Jej servis-služba je unikátna. Jej reklamou je zástup ľudí a odporúčenie, nepotrebuje oslovovať studený tok hlasným vykrikovaním ani zľavou. Jej osoba vyvoláva dôveru a z očí vyžaruje dobro a prajnosť.

Alchýmia nákupu, upsellu (zvýšenia tržby doplnkovým tovarom) a návratu, spočíva v tom, že si primárne nekupujem bryndzu. **Kupujem si emóciu od babky cez dôveru a jej energiu**. Chcem podporiť jej prácu a nájsť ju tu aj o týždeň!



Babka
Blážková

Zhrnutie:

Babka- to ste Vy, osobná značka

Tržnica- trh s marketingom

Bryndza- produkt

Teta- konkurencia

Stôl pri vstupe do tržnice - umiestnenie/placement

Personalizácia- positioning

Pagáčik- upsell

Ovčie mlieko- trigger a offer pre návrat klienta

Predaj, referencia a opätovný návrat kupujúceho nabudúce.

V jedinej osobe babky sa zlieva produkcia, distribúcia, logistika, marketing, riadenie, predaj, komunikácia, naskladnenie atď.

Ona - ste Vy.

Brand- ste Vy, emócia z Vás.

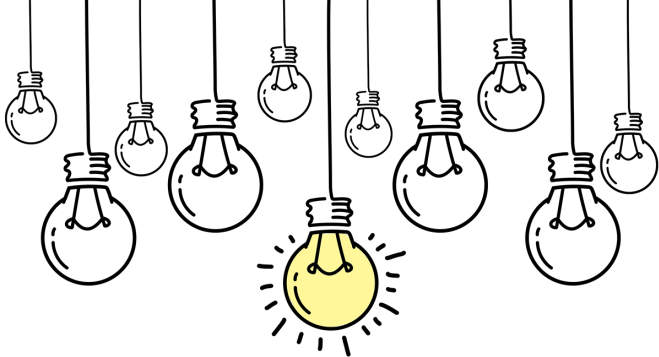
Brand je pridaná hodnota/marža, ktorú zákazník platí vedome a ochotne za poskytovanú emóciu.

Všetko, čo sa deje medzi Vami a zákazníkom, je výmena emócie za peniaze/transakciu.

Ak sa ozval Váš skepticizmus a hovorí „to sú americké praktiky, to sa tu na Slovensku nedá...ja predsa nie som Gucci ani Nike, resp. som stomatológ...resp. dodávame klímy, to je iný vesmír, tu osobná značka nezaváži“, mám pre Vás zlú správu: **ak robíte biznis v dnešnej neistej dobe, musíte sa stať osobnou značkou a budete na nej musieť pracovať rovnako intenzívne ako na vlastnom promo (selfpromo)**. Majiteľ biznisu sa musí stať nositeľom značky a komunikácie, túto funkciu neviete delegovať.

Stačí Vám zdravý sedliacky rozum vynásobený drivom (energiou), pripravenosťou hýbať sa vpred plus odvahou a implementáciou tipov a úloh v tomto kurze.

Stanete sa sám sebe marketológom a koučom, ktorý vykresle osobnú značku priamo teraz. Berte svoju osobnú značku ako manžela/manželku v láskyplnom zväzku, intímne vzťahy predsa nebudete delegovať, ale upratovanie domácnosti áno.



Úloha od Babky

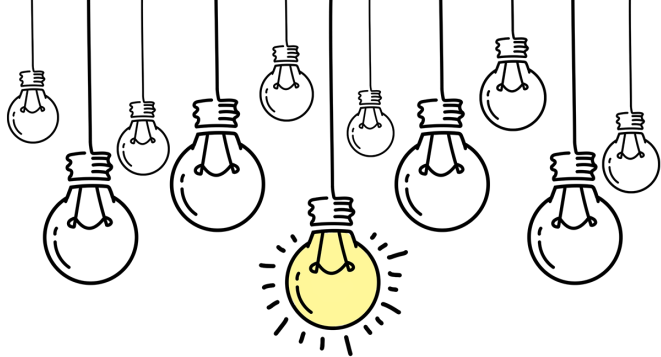
Positioning-Audit aktuálnych zdrojov (písanie 20 min.)

Odpovedajte pravdivo na tieto otázky, ktoré pomôžu vyčleniť Vaše špecifické miesto na trhu (positioning).

1. O čom píšete, hovoríte, prednášate? Napíšte jednou vetou:
2. Aké 3-5 údajov z Vášho životopisu by mali ľudia o Vás vedieť? Na čo ste hrdí?
3. Čo najdôležitejšie v živote ste dosiahli?
4. Aké sú Vaše životné hodnoty?
5. Aký dojem vyvolávate u ľudí, s ktorými komunikujete?
6. Páči sa Vám znenie Vášho mena a priezviska ako osobnej značky?
7. Kto z verejných osobností vyvoláva vo Vás nadšenie? Prečo?
8. S akými followermi/ľuďmi by ste chceli komunikovať?
9. Pre koho ste zaujímavý?
10. Aké je Vaše krédo alebo životné poslanie?
11. Kto sú Vaši hlavní konkurenti?
12. O čom by ste nikdy nechceli verejne hovoriť?
13. Aké zdroje na propagáciu máte- peniaze, čas, kontakty, iné...
14. Kto je vo Vašej oblasti „lídrom“ či mienkotvorcom? Plánujete spoluprácu?
15. Ako hodnotíte prezentačné zručnosti a schopnosť súvisle hovoriť v LIVE na sociálnej sieti?
16. Ako hodnotíte zmysel pre humor?
17. Dokážete sa vyjadrovať jednoducho a dôstojne?
18. Viete odprezentovať sám seba do 30 sekúnd?
19. O čom viete písať na pravidelnej báze s nadšením?
20. S akými expertmi z iných oblastí viete spolupracovať?
21. Máte oficiálne regálie, diplomy, ocenenia, certifikáty a dôkazy odbornosti?
22. Máte alebo plánujete publikáciu knihy?
23. Máte produkt, ktorý vďaka osobnej značke budete predávať?
24. Máte spracované produkty podľa ceny, dopytu, miesta predaja?
25. Aké činnosti vzbierali najlepší feedback za posledný polrok?
26. Máte k dispozícii predmety (oblečenie, doplnky, techniku), ktoré zodpovedajú positioningu a mediálnemu avatarovi?
27. Čím ste zapamätateľní?

Tami čaká na zaslání vypracovanéj úlohy od babky na whatsapppe





Zaobal'te sa predajne

Odporúčam profesionálne fotky, krátky popis (BIO) vložiť do mediálnych platforiem ako LinkedIn, Facebook, Pinterest, TikTok a ak máte videoobsah, aj na YouTube. Výhodou je, že vo vyhľadávaní na Google sa práve vaše meno v spojitosti s oblasťou prezentácie objaví na popredných miestach vďaka profilom na sociálnych sieťach.

Je to bod kontaktu v online, ktorý by ste mali využiť, aj keby ste aktívne nepridávali obsah na každú sociálnu sieť.

Držte sa tohto vzorca popisu, ktorý si dáte do profilu na sociálnej sieti:

J– jednoducho

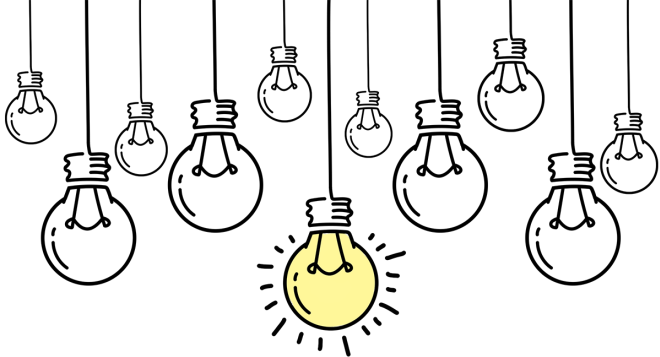
P– prekvapivo

U– užitočne

Potrebuje si pripraviť:

- Profi fotky (kontaktujte fotografa)
- Založiť si profily na sociálnych sieťach (samostatne)
- Aktualizovať kontaktné údaje (Tel. číslo, WhatsApp, Email)
- Dohodnúť si stretnutie s webdizajnérom pre tvorbu webu (čo nie je podmienkou, len zaužívanou prístávacou platformou, ktorú potrebujete na zbieranie databázy kontaktov na potenciálnych klientov)
- Brandbook so zadefinovaním parametrov prvkov, loga a detailov príznačných pre Vašu osobnú značku (dizajnére)





Pracovní list

Plánovanie obsahu cez FB creator studio

Obsah si pre Instagram a Facebook môžete zadarmo plánovať dopredu (okrem stories) a napláňovať na publikovanie v budúcnosti cez Creator studio

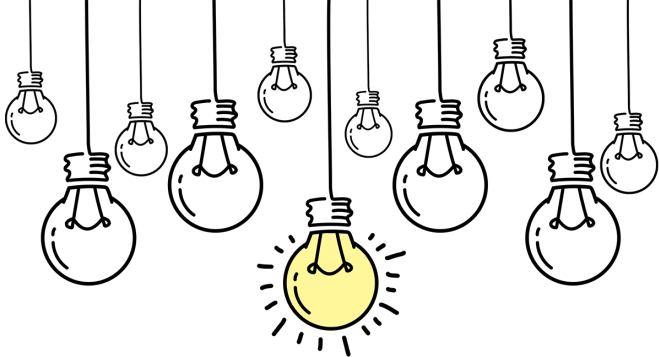
<https://business.facebook.com/creatorstudio>

Pozrite si tutoriál



TOP APPKY PRE INSTAGRAM CHECKLIST



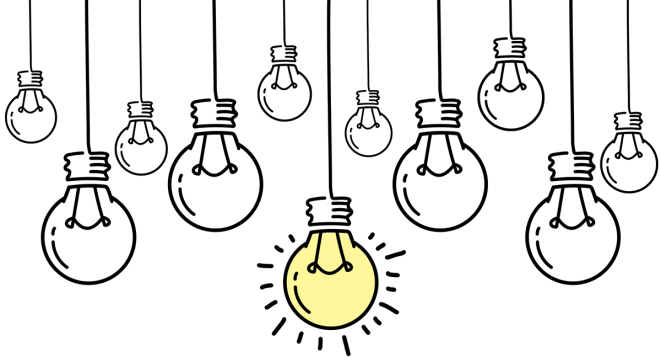


3D kreatíva s www.breakoutclips.com

Ako si pripraviť oko pútajúci 3D vizuál pre post/reklamu cez platenú službu Breakoutclips.com

Pozor! Pri tvorbe videa pre reklamný účel je potrebné posunúť slider do strany Ads (reklama), ktorá má týmpádom aj hudbu aj grafiku bez autorských práv.





Rýchle nastavenie reklamy cez Facebook biznis stránku AUTOMATIZOVANÉ REKLAMY

Ako si nastaviť automatickú reklamu do 2 min.- videonávod



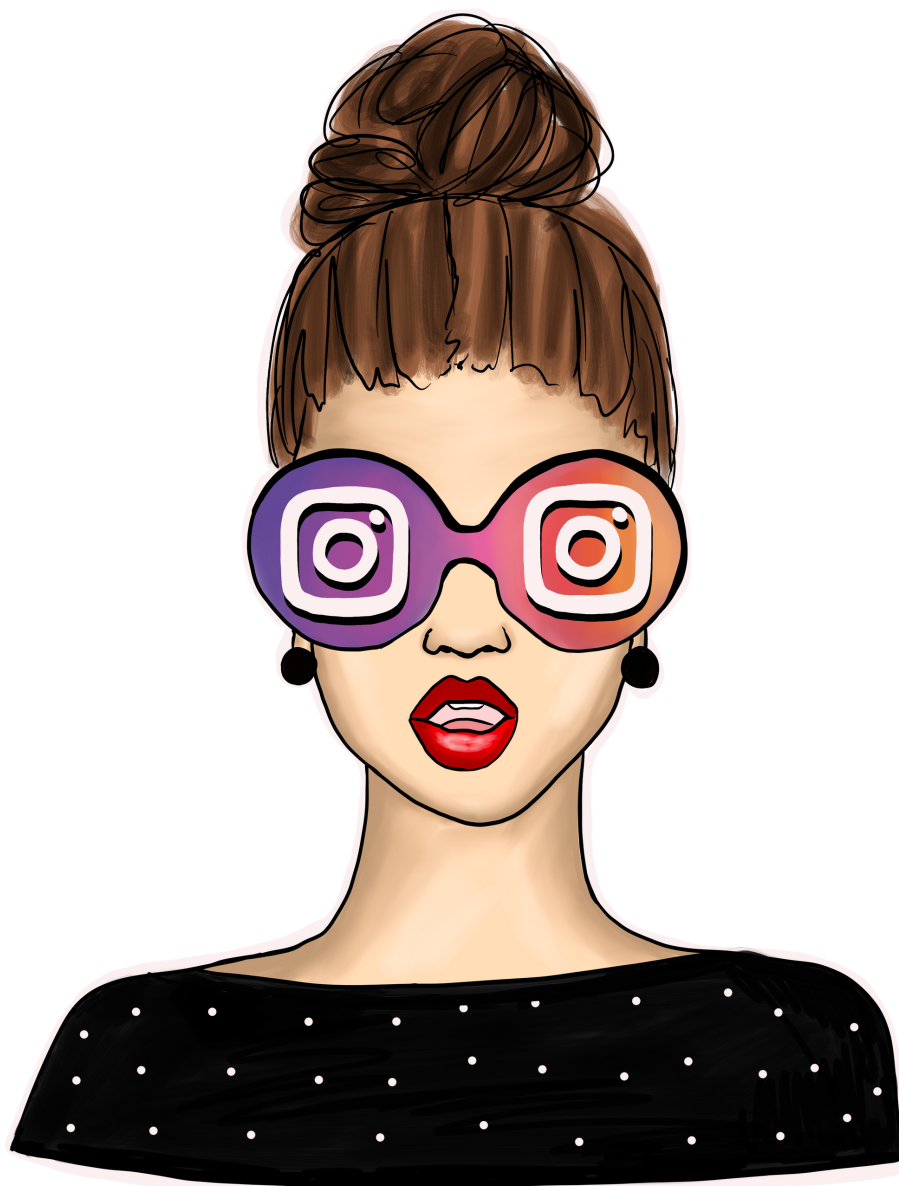
Rýchla propagácia úspešného postu cez Facebook



**Mám vás rada a ďakujem za dôveru a
spoluprácu**



**Majte aj vy radi vašich klientov a starajte sa
o nich vďaka know-how od
@instaranajky**



TAMI www.tamaragoncarova.sk