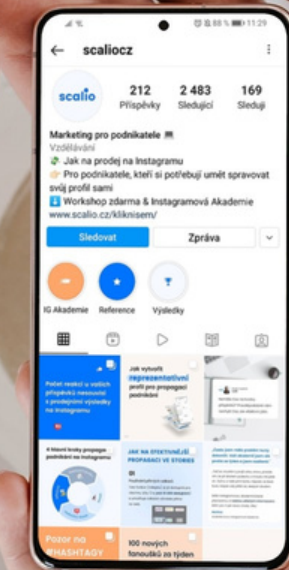


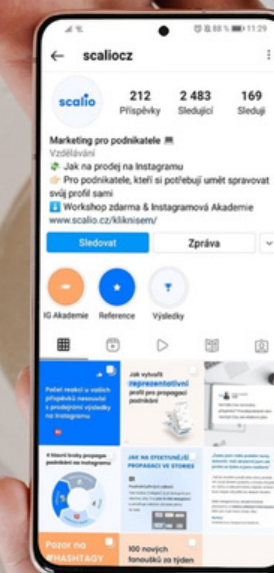
Jak úspěšně prodávat na Instagramu



3denní online workshop

Jak úspěšně prodávat na Instagramu

Začínáme v úterý 8. února 2022 v 19:00



Na co se dnes můžete těšit?

- 3 chyby, které brání vašim prodejům na Instagramu
- Řešení těchto chyb
- A prodejní proces, který můžete ihned aplikovat na svůj profil

3denní workshop

DEN 1 ☒

DEN 2

dosah

návštěva profilu

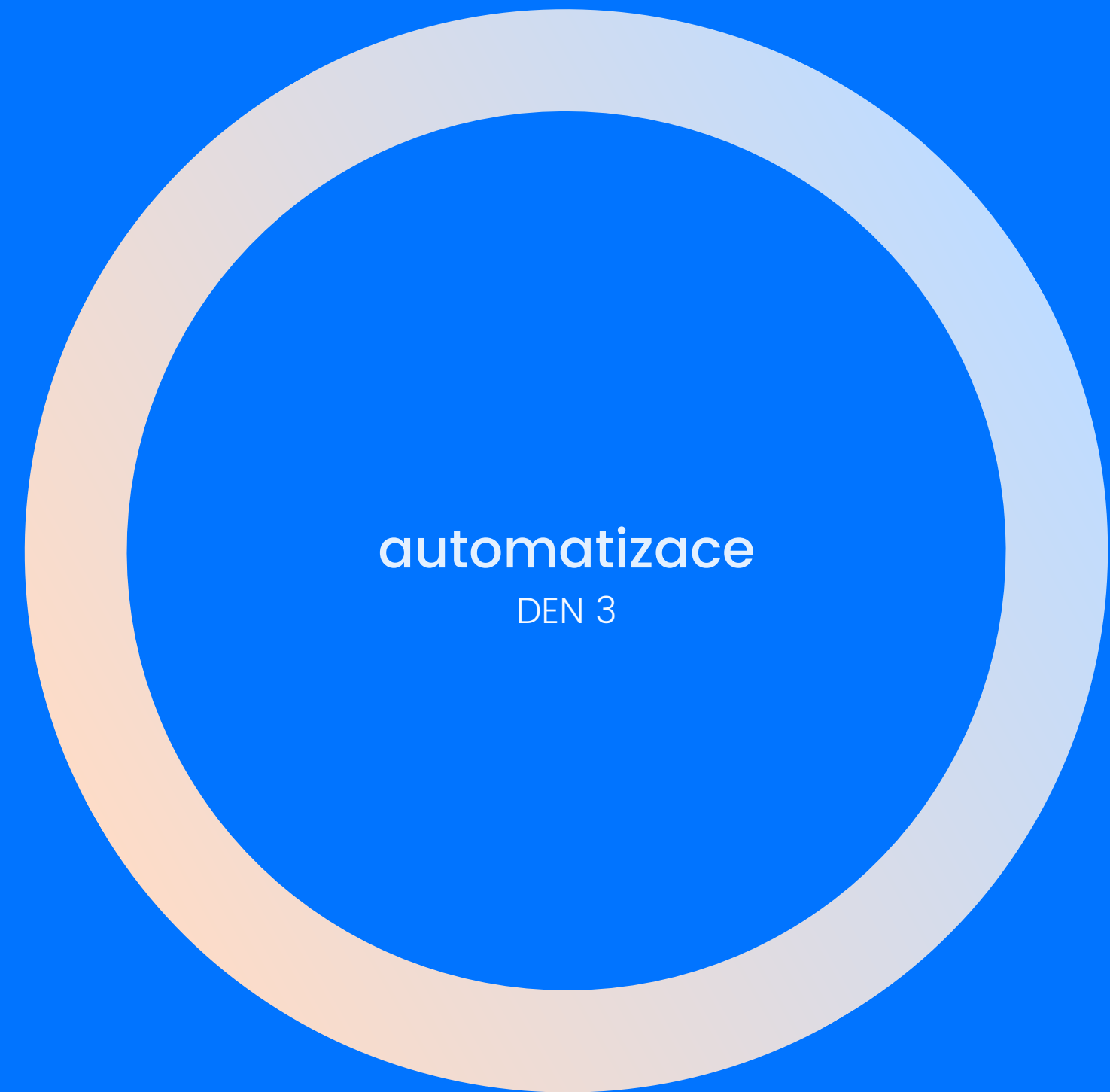
sledování

transformační obsah

plán

prodej

3denní workshop



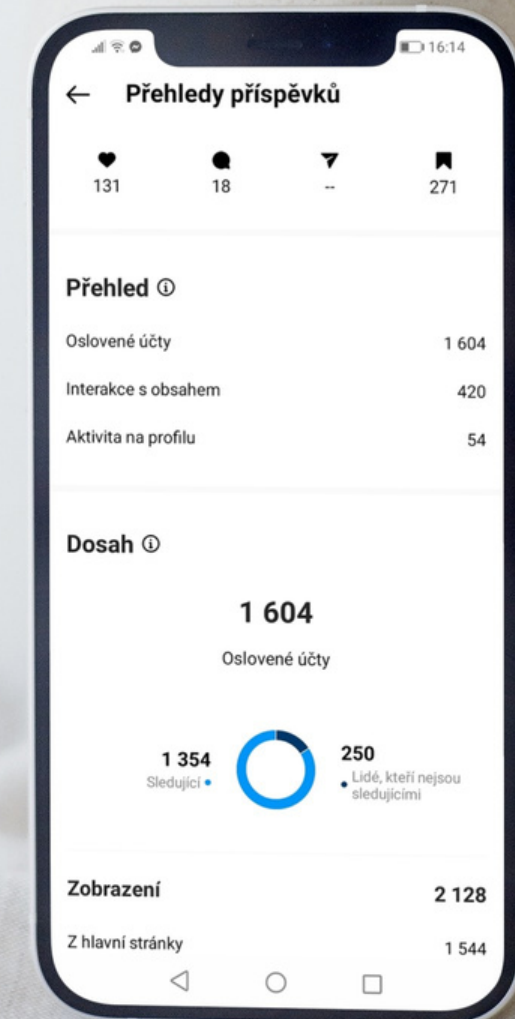
Než začneme...



Máte nějaké otázky?



3 chyby, které brání vašim prodejům na Instagramu (a jejich řešení)



CHYBA #1

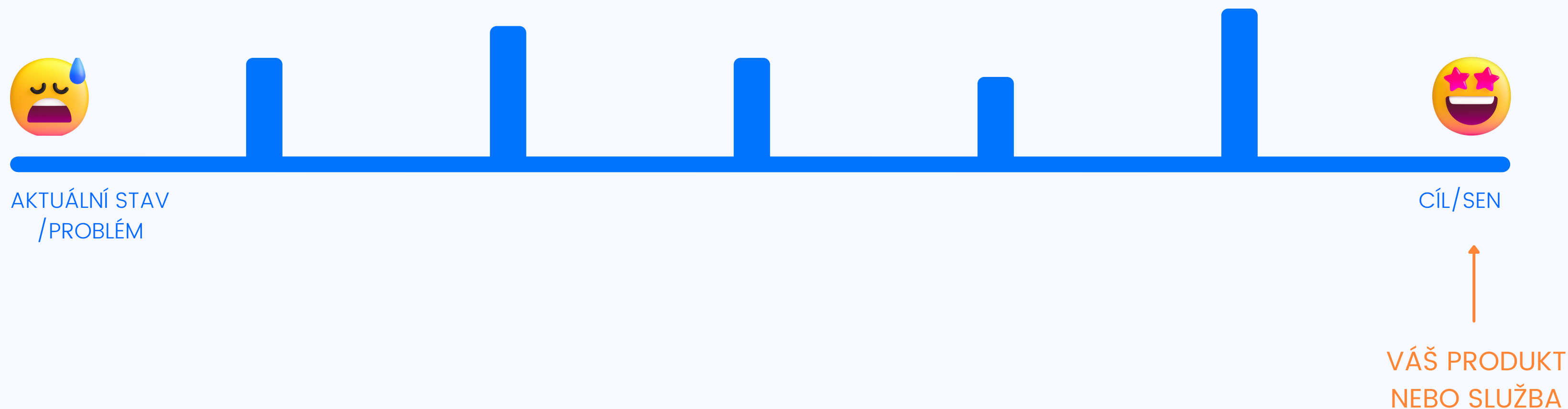
Obsah nepracuje potenciálními
zákazníky

Co to znamená?

- Příspěvky nejsou vytvářeny tak, aby posouvaly potenciálního zákazníka blíže k nákupnímu rozhodnutí

Co to znamená?

- Příspěvky nejsou vytvářeny tak, aby posouvaly potenciálního zákazníka blíže k nákupnímu rozhodnutí (= neproměňují fanoušky na nové zákazníky)



Transformační obsah

- ☑ Pomáhá potenciálním zákazníkům k nákupnímu rozhodnutí

Transformační obsah

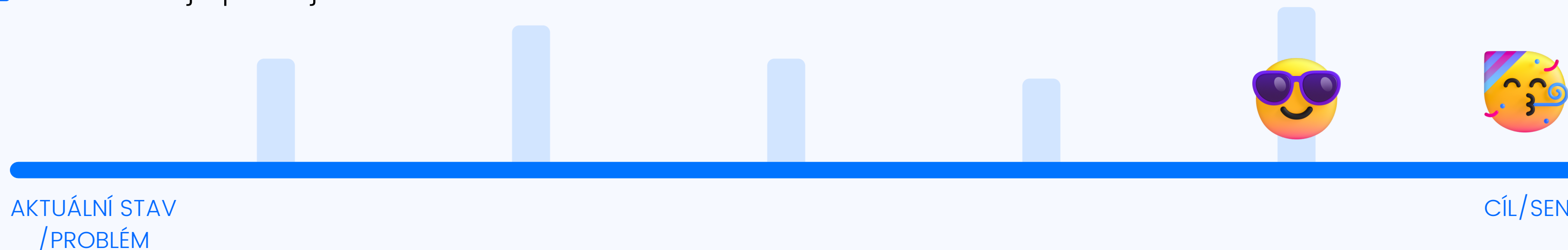
- ✓ Pomáhá potenciálním zákazníkům k nákupnímu rozhodnutí
- ✓ Buduje důvěryhodný vztah mezi značkou (vámi) a potenciálním zákazníkem

Transformační obsah

- ✓ Pomáhá potenciálním zákazníkům k nákupnímu rozhodnutí
- ✓ Buduje důvěryhodný vztah mezi značkou (vámi) a potenciálním zákazníkem
- ✓ Usnadňuje prodej

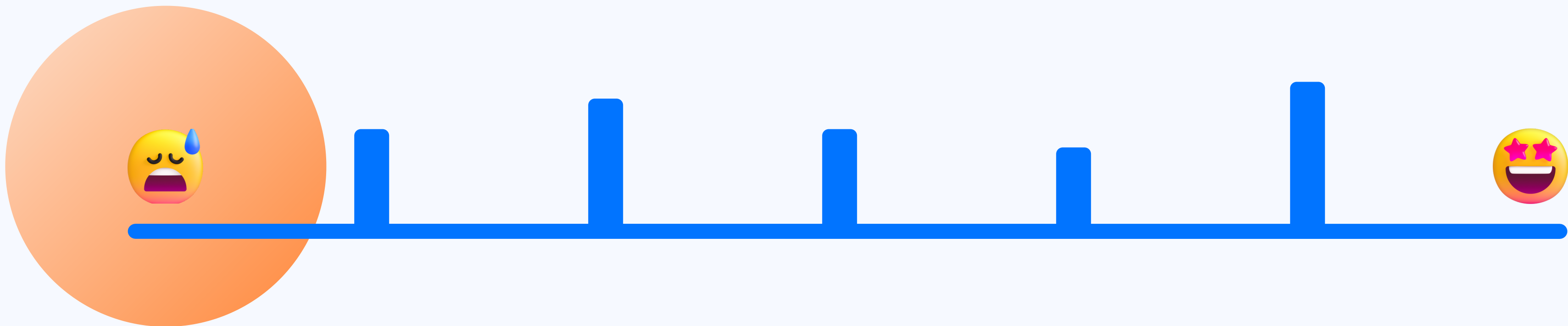
Transformační obsah

- ✓ Pomáhá potenciálním zákazníkům k nákupnímu rozhodnutí
- ✓ Buduje důvěryhodný vztah mezi značkou (vámi) a potenciálním zákazníkem
- ✓ Usnadňuje prodej



Co je klíčové pro tvorbu transformačního obsahu?

Seznamte se...



Pokud **neznáte** své potenciální zákazníky

- ✘ Netvoříte obsah, který je posune k nákupu (a který prodává)

Pokud **neznáte** své potenciální zákazníky

- ✘ Netvoříte obsah, který je posune k nákupu (a který prodává)
- ✘ Obsah, který tvoříte nekomunikuje s potenciálními zákazníky (= nereagují = nízký dosah)

Pokud **neznáte** své potenciální zákazníky

- ✘ Netvoříte obsah, který je posune k nákupu (a který prodává)
- ✘ Obsah, který tvoříte nekomunikuje s potenciálními zákazníky (= nereagují = nízký dosah)
- ✘ Tvorba příspěvků je pro vás zbytečně dlouhá a zbytečně náročná

Pokud **znáte** své potenciální zákazníky

- ✓ Tvoříte obsah, který prodává
- ✓ Tvorba je snazší a rychlejší
- ✓ Víte přesně co máte sdílet, jak s uživateli komunikovat a co říkat

Kdo jsou potenciální zákazníci?

- Muži? Ženy? Věk?

- ✘ Demografické údaje nepomohou s tvorbou transformačního obsahu

Kdo jsou potenciální zákazníci?

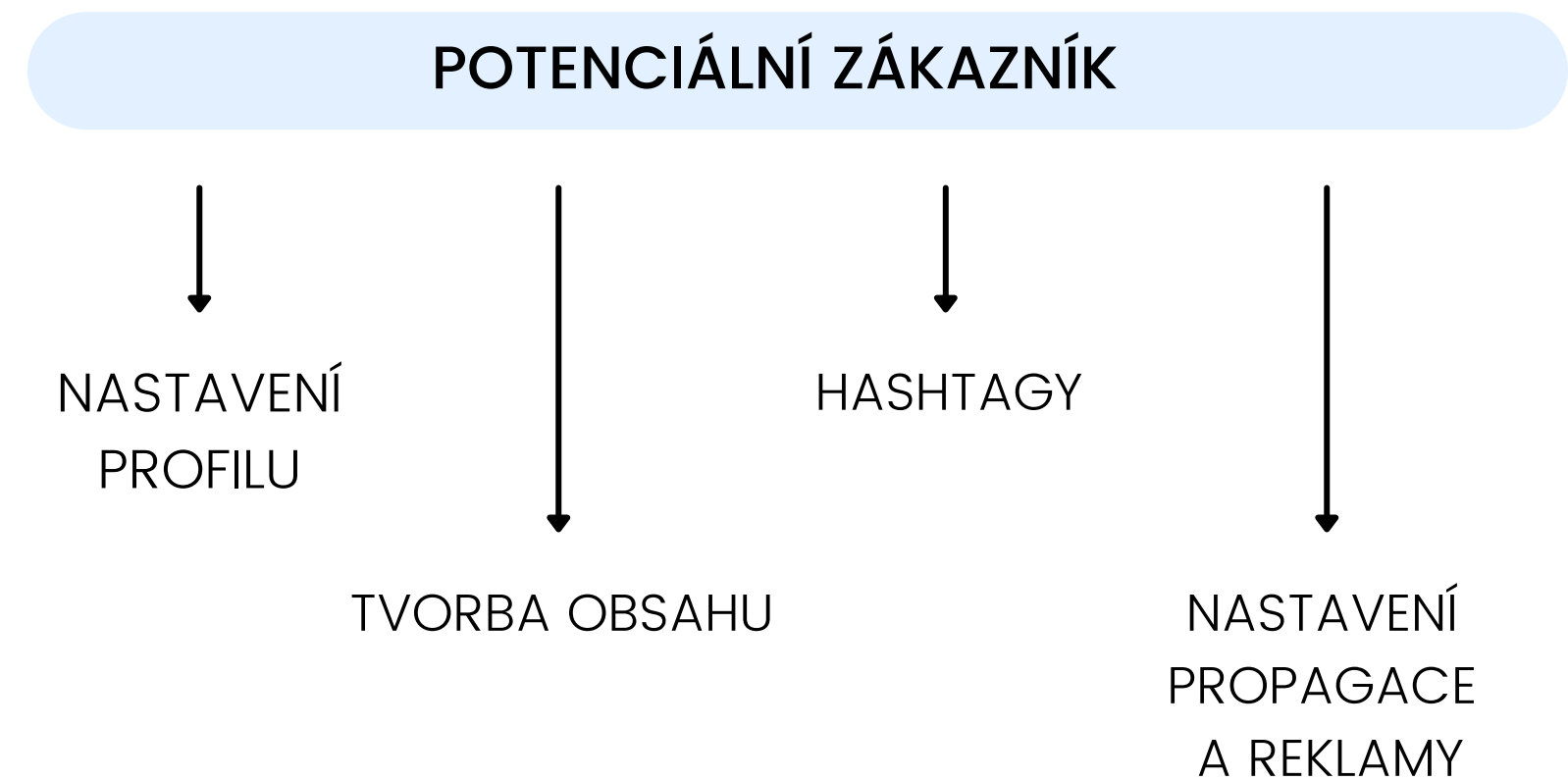
- Muži? Ženy? Věk?
- Co znát?

Co musíte vědět?

- Čeho chtějí dosáhnout?
- Jaký mají cíl?
- Proč toho chtějí dosáhnout?
- Co se jim nedaří?
- Jaká mají negativní limitující přesvědčení?
- Čemu věří?
- Jaké mají námitky?

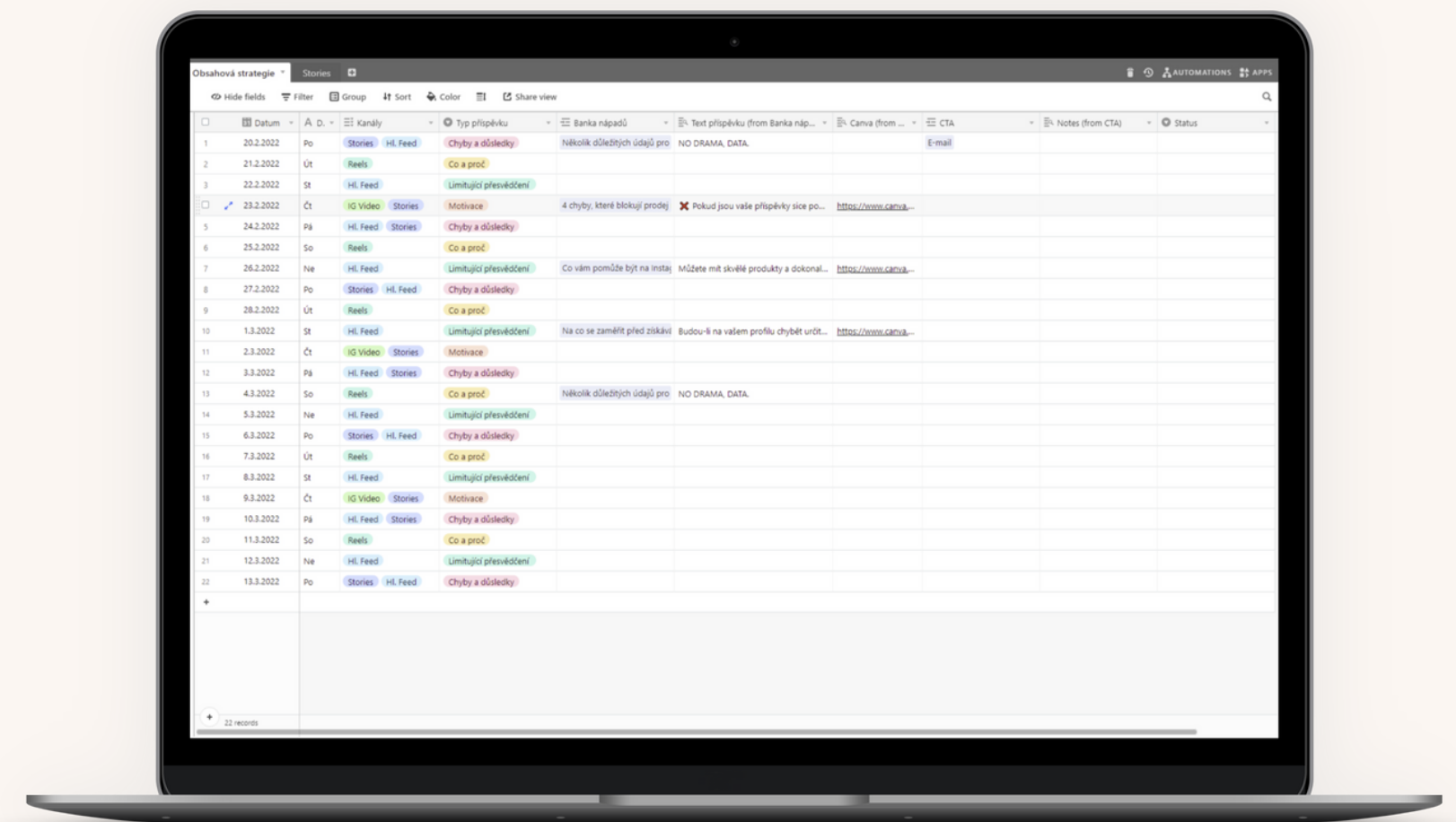
Kdo jsou potenciální zákazníci?

- Muži? Ženy? Věk?
- Co znát?



CHYBA #2

Nemáte strategii na míru vaší značce



Co to znamená?

- ✘ Čekáte, že "zveřejníte" nějaký příspěvek a zákazníci se pohnou

Co to znamená?

- ✘ Čekáte, že "zveřejníte" nějaký příspěvek a zákazníci se pohnou
- ✘ Chytáte trendy, ale chybí vám stabilní (dlouhodobě udržitelný) plán

Co to znamená?

- ✘ Čekáte, že "zveřejníte" nějaký příspěvek a zákazníci se pohnou
- ✘ Chytáte trendy, ale chybí vám stabilní (dlouhodobě udržitelný) plán
- ✘ Pouštíte se do akcí, které "by měly fungovat", ale pro vás nejsou udržitelné

Co je strategie na míru vaší značce?

Strategie vám na míru

- IG kanály

Výběr IG kanálů

V SOUVISLOSTECH

DOSAŽ

Reels

Hl. feed

Reklama

TRANSFORMACE

Stories

IG videa

Hl. feed

PRODEJ

Stories

IG videa

Hl. feed

Strategie vám na míru

- IG kanály

Výběr IG kanálů

V SOUVISLOSTECH

DOSAŽ

Reels

Hl. feed

Reklama

TRANSFORMACE

Stories

IG videa

Hl. feed

PRODEJ

Stories

IG videa

Hl. feed

Strategie vám na míru

- IG kanály

Výběr IG kanálů

V SOUVISLOSTECH

DOSAŽ

Reels

Hl. feed

Reklama

TRANSFORMACE

Stories

IG videa

Hl. feed

PRODEJ

Stories

IG videa

Hl. feed

Strategie vám na míru

- IG kanály
- Počet příspěvků

Počet příspěvků

Příklad měsíčního objemu příspěvků:

- Profil (feed): 16 (4/týden)
- Stories (příběhy): 30 (každý den)
- Reels: 12 (3/týden)
- IGTV: 2

Kvantita sdíleného obsahu by nikdy
neměla jít na úkor kvality.

Strategie vám na míru

- IG kanály
- Počet příspěvků
- Kdy prodávám?

Výběr prodejních dnů

PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

CHYBA #3

Zaměřujete se na lajky



Kde je problém?

- Počet reakcí u příspěvků nijak nesouvisí s prodejními výsledky (souvisí s dosahy příspěvků)

Kde je problém?

- Počet reakcí u příspěvků nijak nesouvisí s prodejními výsledky (souvisí s dosahy příspěvků)
- tzn. obsah, který získává spoustu reakcí nemusí být vůbec prodejně úspěšný

Tvoříte pro lajky získáte lajky.
Tvoříte pro prodej prodáte.

Kde je problém?

- Počet reakcí u příspěvků nijak nesouvisí s prodejními výsledky (souvisí s dosahy příspěvků)
- tzn. obsah, který získává spoustu reakcí nemusí být vůbec prodejně úspěšný
- **Nesledujete komplexní údaje**

Na co se zaměřit?

- Kliknutí na web

Z příspěvku:

Aktivita na profilu ⓘ		23
Klepnutí na web		13
Návštěvy profilu		10

Z profilu:

Aktivita na profilu ⓘ	
Návštěvy profilu	1 711 +192%
Klepnutí na web	278 +159%

Na co se zaměřit?

- Kliknutí na web
- Komplexní přehled

OSLOVENÍ NOVÝCH UŽIVATELŮ

= dosah příspěvků, zisk fanoušků

TRANSFORMACE

= proměna fanoušků na klienty

PRODEJ

Na co se zaměřit?

- Kliknutí na web
- Komplexní přehled

OSLOVENÍ NOVÝCH UŽIVATELŮ

= dosah příspěvků, zisk fanoušků

TRANSFORMACE

= proměna fanoušků na klienty

PRODEJ

Sledující a nesledující
Na základě dosahu

2 381
Sledující



25 tis.
Nesledující

Na co se zaměřit?

- Kliknutí na web
- Komplexní přehled

Sledující a nesledující
Na základě dosahu



OSLOVENÍ NOVÝCH UŽIVATELŮ

= dosah příspěvků, zisk fanoušků

TRANSFORMACE

= proměna fanoušků na klienty

PRODEJ

Engagement (v hlavním feedu)		
Počet sdílených příspěvků	Interakce s příspěvky	Engagement rate (opt. 4-8 %)
Přehledy > Vámi sdílený obsah	Přehledy > Účty, které projevily zájem > Interakce s příspěvky	
5	250	2,00%
6	480	3,20%
8	900	4,50%
8	1100	5,50%
27	2730	4,04%

Na co se zaměřit?

- Kliknutí na web
- Komplexní přehled

Sledující a nesledující

Na základě dosahu

2 381
Sledující



25 tis.
Nesledující

OSLOVENÍ NOVÝCH UŽIVATELŮ

= dosah příspěvků, zisk fanoušků

TRANSFORMACE

= proměna fanoušků na klienty

PRODEJ

Engagement (v hlavním feedu)		
Počet sdílených příspěvků	Interakce s příspěvky	Engagement rate (opt. 4-8 %)
Přehledy > Vámi sdílený obsah	Přehledy > Účty, které projevily zájem > Interakce s příspěvky	
5	250	2,00%
6	480	3,20%
8	900	4,50%
8	1100	5,50%
27	2730	4,04%



Konverze Elektronický obchod	
Konverzní poměr elektronického obchodu	Transakce
6,00 % Prům. pro výběr dat: 4,20 % (43,02 %)	133 Podíl z celku v %: 16,90 % (787)
1,98 %	6 (4,51 %)
14,16 %	48 (36,09 %)
0,00 %	0 (0,00 %)
7,07 %	13 (9,77 %)

Transformační obsah

- detailně poznejte svého potenciálního zákazníka

Transformační obsah

- detailně poznejte svého potenciálního zákazníka



Strategie vám na míru

- aby vše fungovalo, ale aby vás to bavilo

Transformační obsah

- detailně poznejte svého potenciálního zákazníka



Strategie vám na míru

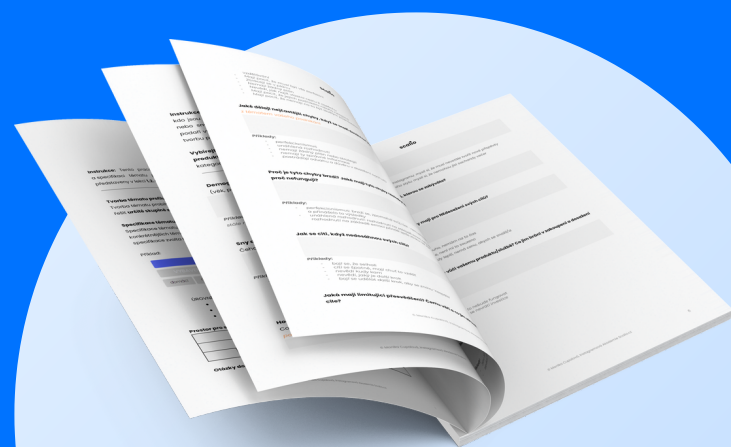
- aby vše fungovalo, ale aby vás to bavilo



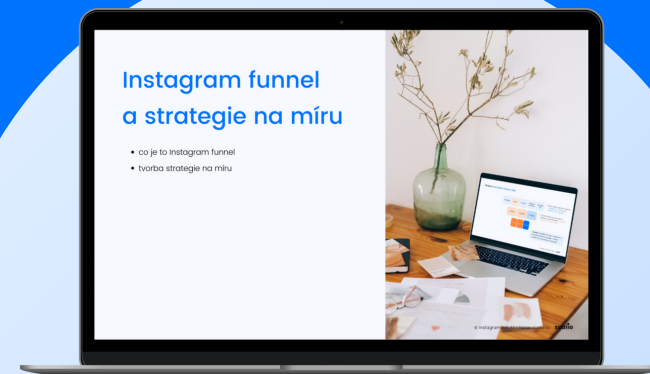
Komplexní přehledy

- funguje vše tak, jak má?

Jak na to?



Obsah, který
prodává a obsahová
strategie



Informace pro
sestavení strategie
na míru

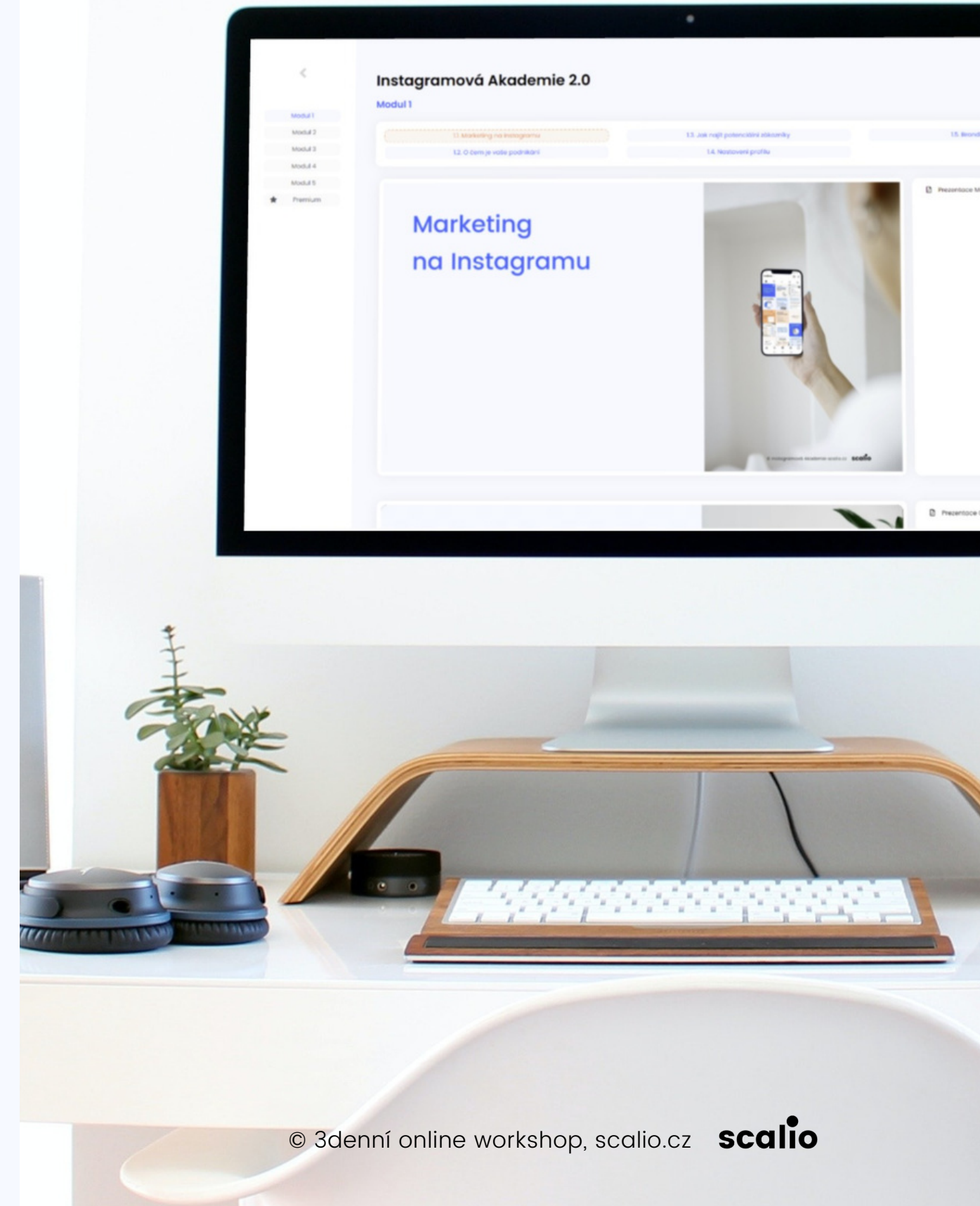


Jak se vyznat
v přehledech a měřit
zisk z IG?

Instagramová Akademie 2.0

Nyní za zvýhodněnou cenu – ČASOVĚ OMEZENO

- ✓ Pokud již nechcete na Instagramu ztrácet čas
- ✓ Pokud si chcete vytvořit strategii na míru
- ✓ Pokud hledáte ucelené informace a návody krok po kroku



Co se naučíte

- Detailně poznat svého potenciálního zákazníka a na základě těchto informací vytvořit atraktivní profil i transformační obsah



MODUL 1 + 2

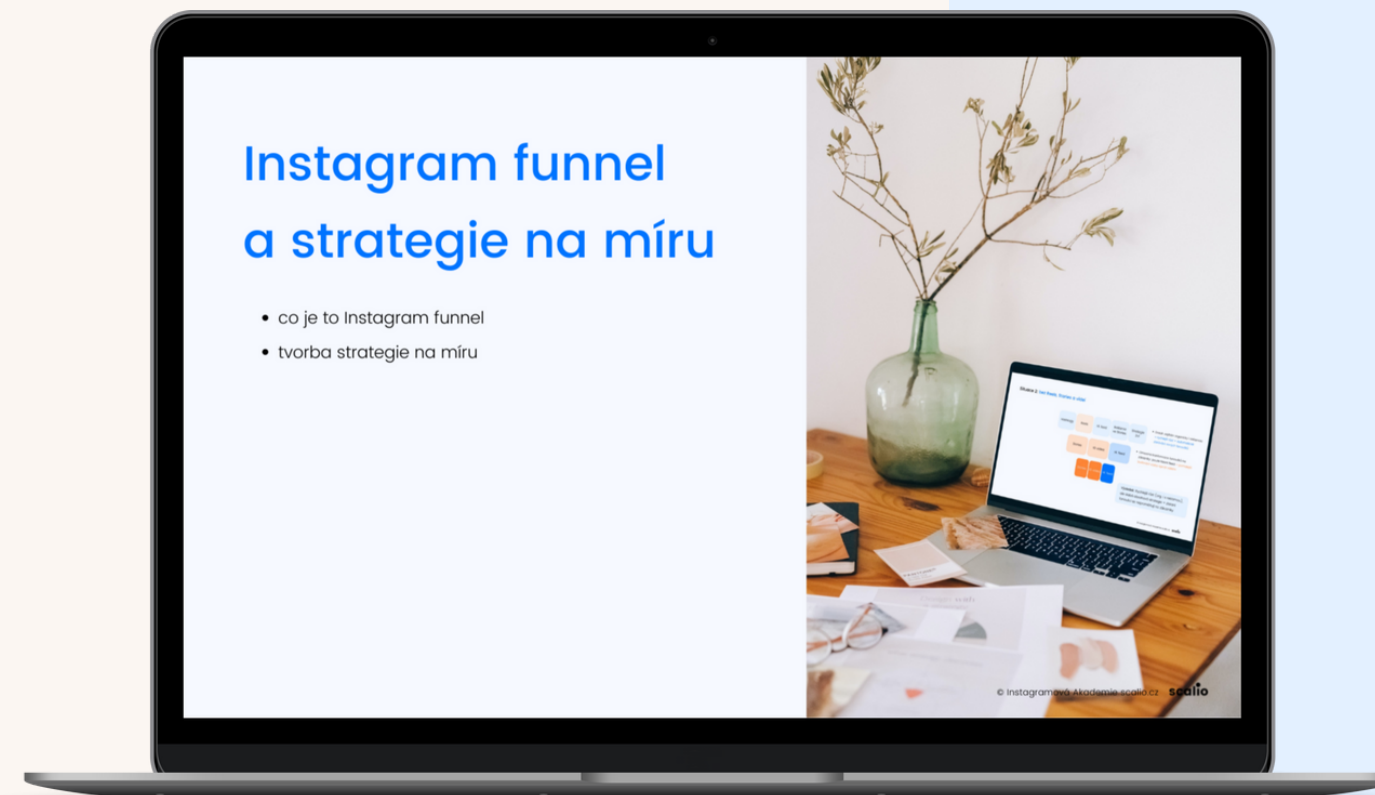
- 1.1. Marketing na Instagramu
- 1.2. O čem je vaše podnikání?
- 1.3. Jak najít potenciálního zákazníka
- 1.4. Nastavení profilu
- 1.5. Branding profilu
- 2.1. Obsah, který prodává
- 2.2. Typy příspěvků
- 2.3. Obsahové pilíře
- 2.4. Banka nápadů
- 2.5. Aby příspěvky sloužily vám

Co se naučíte

- Sestavit si strategii na míru vaší značce

MODUL 3 + 4 + 5 (část)

- ✓ Seznámení s jednotlivými IG kanály
- ✓ Pochopení fungování algoritmu
- ✓ Využití organického dosahu
- ✓ Sestavení klíčových prvků do strategie, která bude vyhovovat VÁM

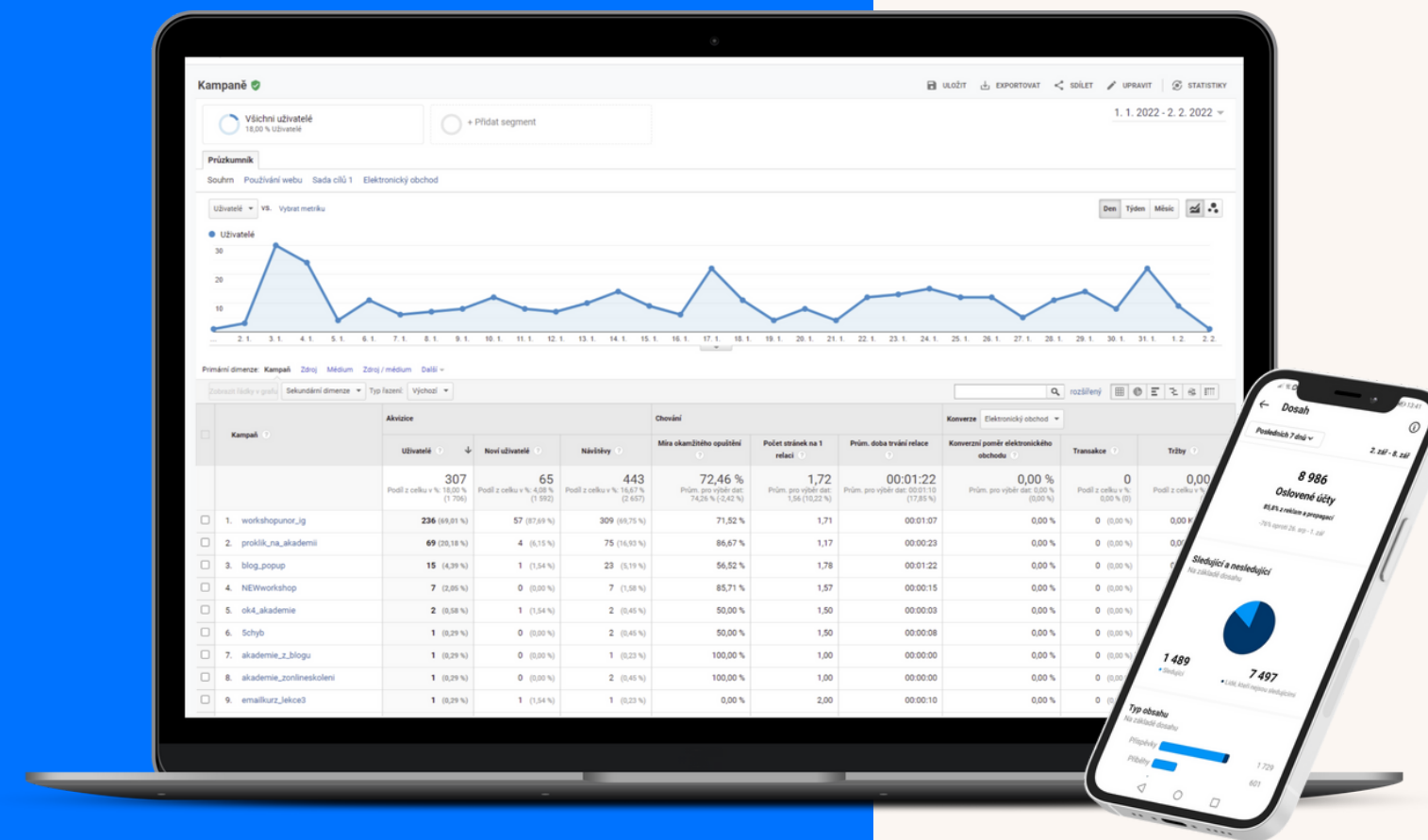


Co se naučíte

- Porozumět klíčovým statistikám a přehledům
- Měřit zisk z Instagramu

MODUL 5

- 5.3. Jak se vyznat ve statistikách
- 5.4. Jak měřit zisk z Instagramu
- 5.5. Vyhodnocení výsledků vaší strategie
- 5.6. Interpretace výsledků a práce s daty



Instagramová Akademie 2.0

Nyní za zvýhodněnou cenu – ČASOVĚ OMEZENO

