



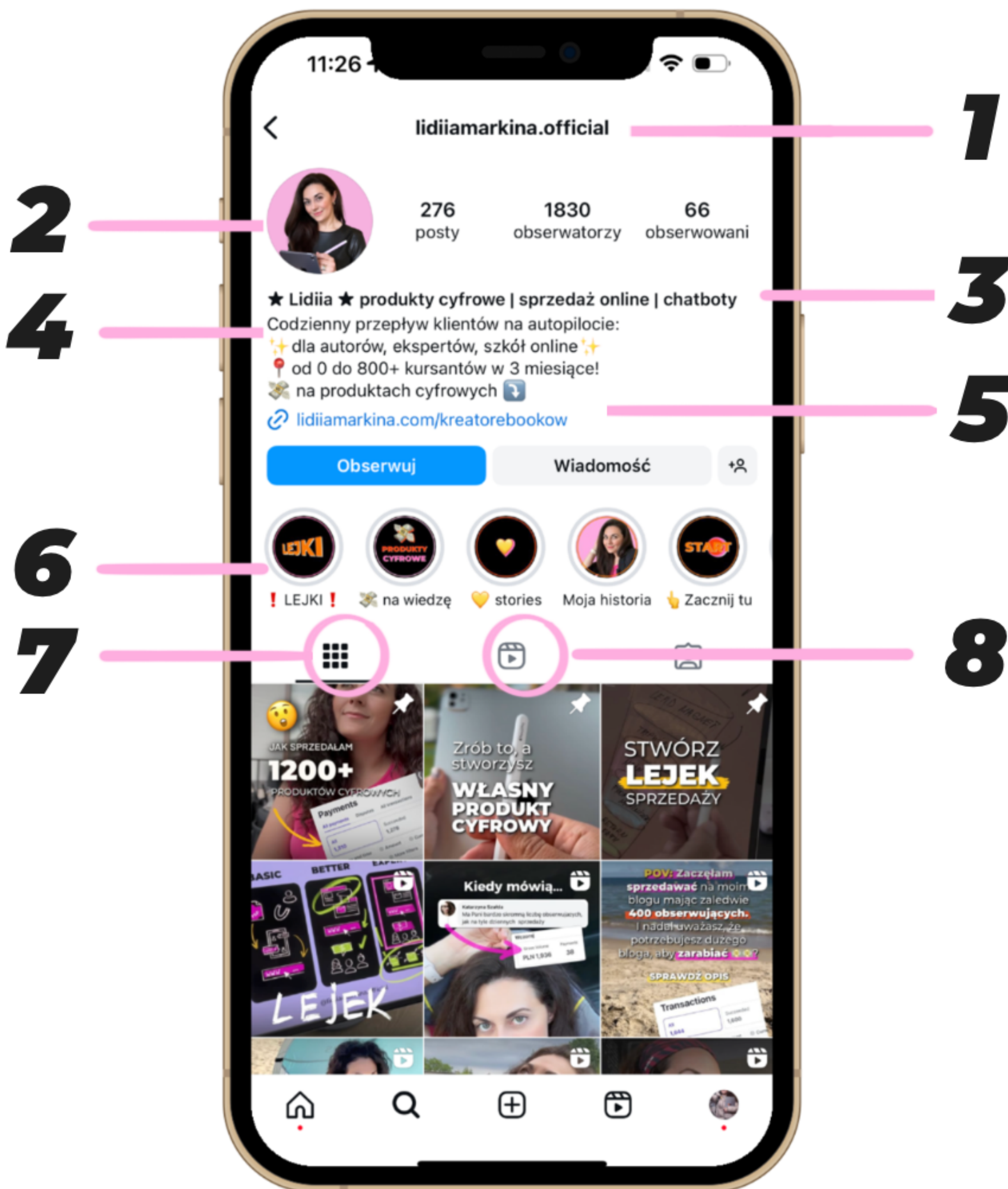
@LIDIAMARKINA.OFFICIAL

ROZWÓJ INSTAGRAMA

**KOMPLETNA LISTA KONTROLNA
DO AUDYTU INSTAGRAMA**

SPRAWDŹ, CZY WSZYSTKIE ELEMENTY TWOJEGO BIO ZOSTAŁY WYKORZYSTANE

@LIDIAMARKINA.OFFICIAL



CHECK-LISTA

2

AUDYT PROFILU
NA INSTAGRAM

1. NAZWA PROFILU

✗ Nieczytelna, dużo cyfr, liter!

✓ Lekka, zapadająca w pamięć; jasne, czym się zajmujesz, imię i/lub nazwisko

👉 Poproś kilka osób, aby przeczytały Twój nick na głos i zapytaj, jakie wrażenie robi ta nazwa. Szybkość czytania i skojarzenia, jakie mają ludzie, powiedzą Ci, czy Twoja nazwa jest dobra, czy nie

2. AWATAR (ZDJĘCIE PROFILOWE)

✗ Rozmazane zdjęcie, kilka osób na zdjęciu, przycięte logo, niepotrzebne elementy

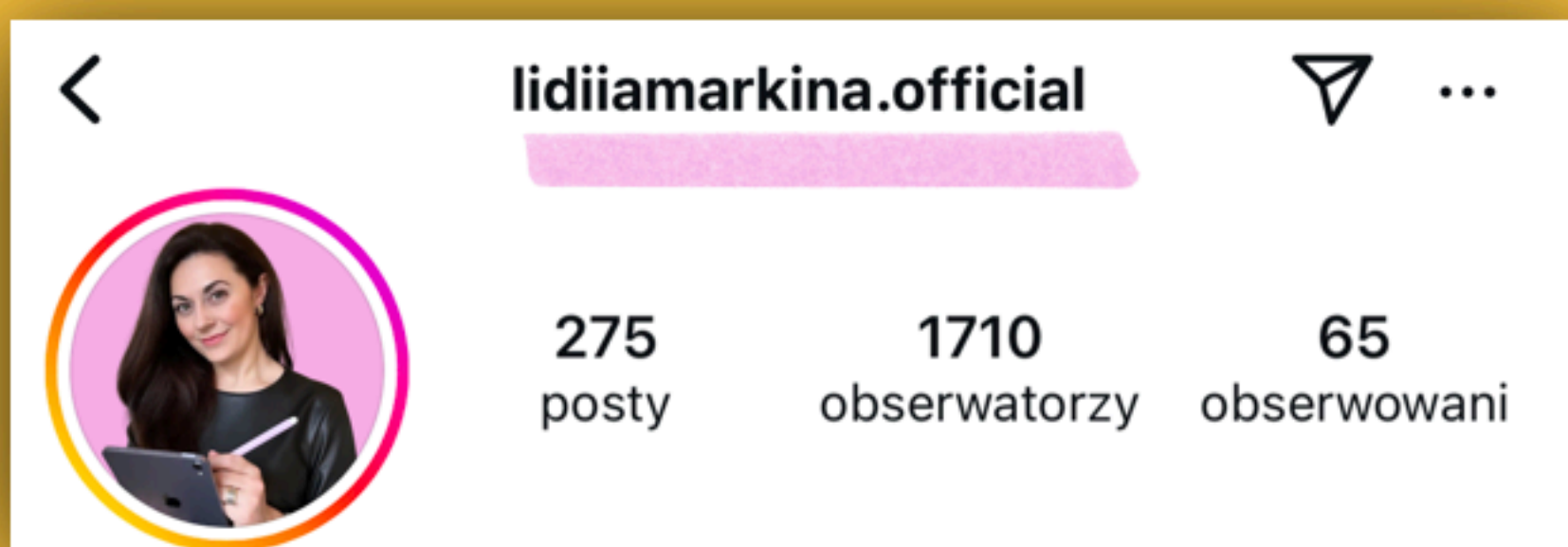
✓ Zdjęcie portretowe wysokiej jakości, logo marki (aby zmieściło się w kole lub zdjęcie tematyczne; zdjęcie z bliska, jasny akcent)

👉 Staraj się nie zmieniać zbyt często swojego awatar'a i nick'u. To twój charakterystyczny styl, dzięki temu zostaniesz zapamiętany

SPRAWDŹ SWOJE: PROFIL I NAZWA

NAZWA


- ☐ Czy nazwa użytkownika jest łatwa do zapamiętania i odpowiednia dla marki?
- ☐ Czy unikałeś podkreśleń, jeśli to możliwe?
(niestety nie zawsze jest to możliwe, więc staraj się je ograniczać)



AWATAR (ZDJĘCIE PROFILOWE)

- ☐ Czy zdjęcie profilowe jest wysokiej jakości zdjęciem logo marki lub profesjonalnym zdjęciem głowy?
- ☐ Czy zawiera kolory twojej marki?

3. NAZWA W BIO (POGRUBIONA LINIA)


 Nie umieszczaj tam swojego nazwiska, dopóki marka lub nazwa nie będzie znana szerszej publiczności

 Nazwa powinna odpowiadać na pytanie handlowe, np:

- kosmetyki do makijażu
- dodatkowy dochód
- animacja i edycja na telefonie
- reklama fb ads
- prawnik dla małych firm
- psycholog | pomagam parom w relacjach
- lekarz gwiazd i celebrytów
- piękne ciało bez diety

Może zawierać słowa kluczowe związane z tematyką bloga, np:

Makijaż, Warszawa, Dochód

 Po nazwę w bio potencjalni klienci mogą Cię znaleźć w wyszukiwaniu na Instagramie

Możesz ją zmieniać co 2 tygodnie

4. OPIS W BIO

❌ Szablony i klisze, tekst w języku angielskim, jeśli grupa docelowa jest polskojęzyczna, numer telefonu, adres e-mail

✅ Odpowiedz na pytania:

👉 Kim jesteś i jaki masz projekt? / Komu pomagasz i w jaki sposób?

👉 Co jest interesującego w twoim blogu?

👉 Jaka jest korzyść z obserwowania?

+ Podaj fakty i liczby

+ Dodaj wezwanie do działania

! Masz 150 znaków, aby przekonać widza do pozostania na blogu

Codzienny przepływ klientów na autopilocie:

✨ dla szkół online, firm, ekspertów ✨

😎 Automatyzuj Insta DM 👉 napisz SUPER w DM

Kursy online 📄

🔗 lidiemarkina.com/igdm99 i jeszcze 1

5. LINK

❌ Link do stron, które nie działają

✅ Najlepiej opublikować tylko jeden link, jeśli to w ogóle możliwe

👉 Wybierz link do strony lub multilink

SPRAWDŹ SWOJE: OPIS W BIO I KONTAKTY

OPIS W BIO

- ☐ Czy twoja biografia jasno przedstawia propozycję wartości twojej marki i to, co oferujesz?
- ☐ Czy pogrubiona część zawiera odpowiednie branżowe słowa kluczowe?
- ☐ Czy istnieje wyraźne CTA (wezwanie do działania) dla odwiedzających twoją witrynę/newsletter?
- ☐ Czy dodano link do strony internetowej lub strony docelowej? Czy jest on aktualny?
- ☐ Czy unikałeś używania hashtagów?

INFORMACJE KONTAKTOWE

- ☐ Czy dane kontaktowe są aktualne, w tym adres e-mail, telefon lub dane adresowe?
- ☐ Czy używasz profilu biznesowego/twórcy, aby włączyć przyciski kontaktowe, takie jak "e-mail" lub "zadzwoń"?

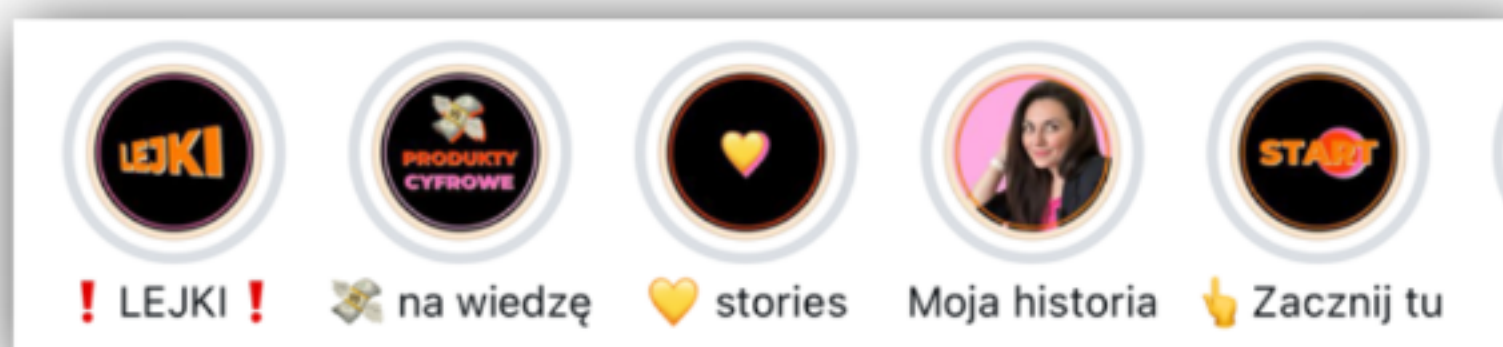
6. WYRÓŻNIONE RELACJE (HIGHLIGHTS)

❌ Różne okładki, tytuł "Nowe", puste wnętrze

✅ Stwórz piękne okładki, podziel na kategorie, na przykład:

- o mnie
- produkty
- oferty specjalne
- recenzje klientów
- przykłady użycia produktów

👉 Twoje zakładki powinny sprzedawać Twój temat, Ciebie jako eksperta w tej dziedzinie i Twoje produkty



Więcej o 5 najważniejszych highlights w tym wideo
[@lidiiamarkina.official](https://www.instagram.com/lidiiamarkina.official)



SPRAWDŹ SWOJE: WYRÓŻNIONE RELACJE

- ☐ Czy masz od 3 do 7 highlights?
- ☐ Czy wyróżnione relacje są oznaczone marką / mają kolory marki?
- ☐ Czy wyróżnione relacje obejmują powitanie/ rozpoczęcie tutaj, szczegóły dotyczące produktów/ usług/ recenzje, kulisy i pytania?
- ☐ Czy regularnie je aktualizujesz i usuwasz stare nieistotne wyróżnione relacje?

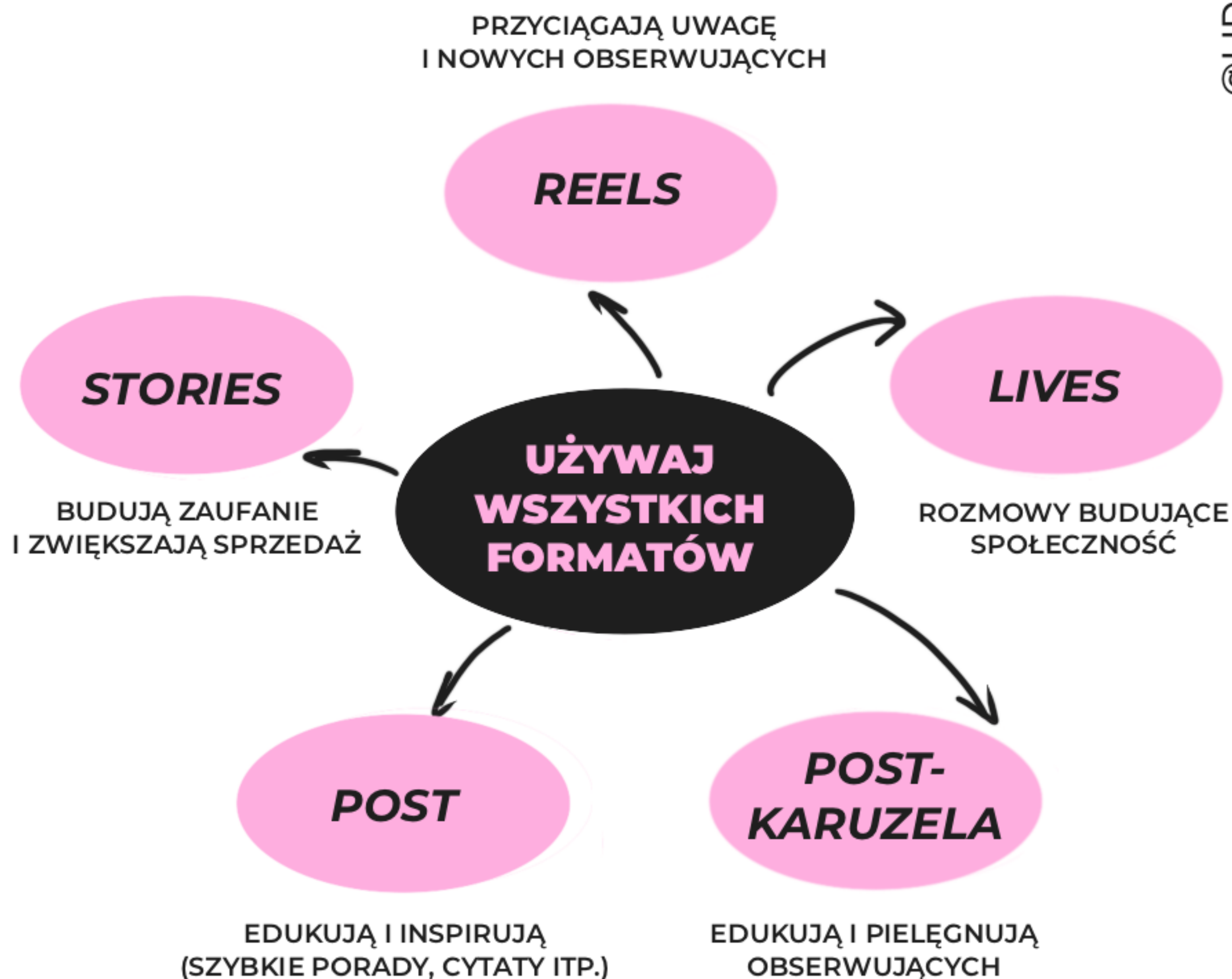
NAPISZ NAZWY SWOICH 3-5 HIGHLIGHTS:



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

CZY NA SWOIM PROFILU ZAMIESZCZASZ TYLKO JEDEN RODZAJ TREŚCI?

Zobacz, co tracisz, nie publikując innych formatów treści!



7. POSTY. CO WARTO OPUBLIKOWAC?

Czy korzystasz ze wszystkich tych rodzajów treści?

EDUKACJA 1

- filmy instruktażowe
- porady branżowe
- infografiki
- rozpocznij wyzwanie
- najnowsze wiadomości branżowe

ROZRYWKA 2

- memy
- trendy
- instagram vs rzeczywistość
- powrót do przeszłości (nostalgia)
- za kulisami
- współpraca z kims

INSPIRACJA 3

- opowiedz swoją historię
- wyniki klientów
- zmagania, które przezwyciężyć
- wyznaczanie celów i planowanie

KONWERSJA 4

- udostępnianie przed i po
- złóż zamówienie
- udostępnianie recenzji
- demo produktu
- 24-godzinny kod rabatowy

10 ZASAD JAK ZAPROJEKTOWAĆ POST

ABY CZYTELNICY GO POKOCHALI 💛

Ponad **60% użytkowników** przyznaje, że jakość treści wpływa na ich decyzję o **OBSERWOWANIU** konta, co podkreśla znaczenie pisania angażujących postów

@LIDIAMARKINA.OFFICIAL

1 Pisząc post, wizualizuj swojego idealnego czytelnika

2 Wymyśl dobry "mówiący" nagłówek

Więcej w tym e-booku



3 Stwórz interesujące wprowadzenie, które wywoła emocje

4 Wybierz słowa kluczowe, użyj ich w tytule i wstępie

5 Ułatw czytanie tekstu, stosując akapity, podtytuły, listy itp.

10 ZASAD JAK ZAPROJEKTOWAĆ POST

ABY CZYTELNICY GO POKOCHALI 💛

- 6 Zoptimalizuj zdjęcie posta pod kątem wyszukiwarek
- 7 Podpisz post swoim imieniem i wskaż swoją specjalizację
- 8 Użyj postscriptum dla ważnych informacji
- 9 Napisz wezwanie do działania: co czytelnik powinien zrobić DALEJ?
- 10 Dodaj hashtagi, które odnoszą się do Twojej niszy

Chcesz się nauczyć pisać posty sprzedażowe?

Sprawdź ten e-book!



ZRÓB AUDYT:

POSTY

- ☐ Czy grafika zawiera kolory i czcionki marki?
- ☐ Czy twój post jest interesujący, informacyjny, rozrywkowy, lub inspirujący?
- ☐ Czy używasz rozmiaru 1080 x 1350 px zamiast 1080 x 1080 px?
- ☐ Czy dodałeś tag lokalizacji do swojego postu?
- ☐ Czy dodałeś wezwanie do działania? - polub, skomentuj, udostępnij, zapisz lub kliknij link w bio

Dodatkowe materiały:



ZRÓB AUDYT:

ROLKI (REELS)

- ☐ Czy twoje rolki mają krótki haczyk przez pierwsze 3 sekundy?
- ☐ Czy dodałeś podpisy do swojej rolki? pamiętaj, że większość ludzi ma wyciszone telefony
- ☐ Czy edytowałeś pauzy i dodałeś przejścia lub nakręciłeś swoją rolkę pod różnymi kątami?
- ☐ Czy nagranie jest krótkie i słodkie z długim napisem, czy dłuższe z krótkim napisem?
- ☐ Czy używasz popularnych dźwięków (jeśli pasują do twojej firmy)?
- ☐ Czy dodałeś tematy do swojej rolki?
- ☐ Czy dodałeś wezwanie do działania? - polub, skomentuj, udostępnij, zapisz lub kliknij link w bio

⚡ 7 SEKRETÓW SZYBKICH ROLEK

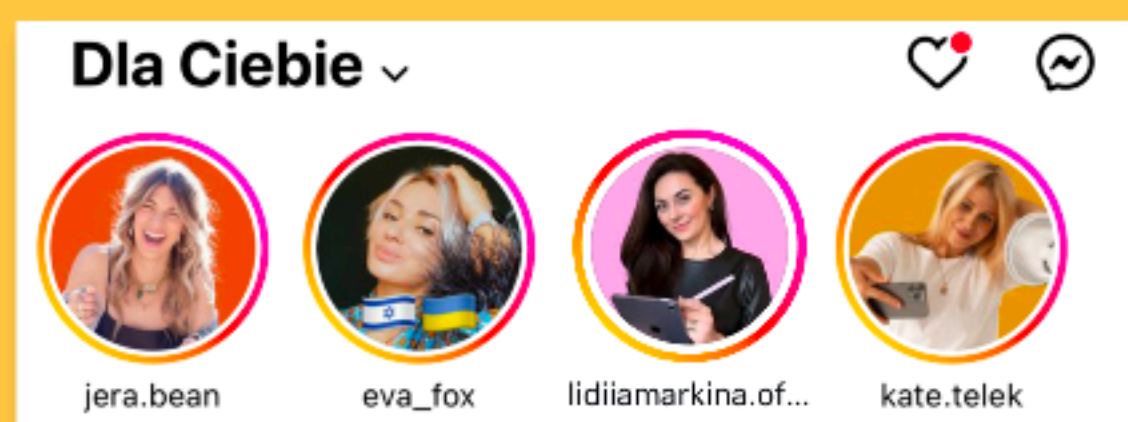


PRZESUŃ PO WIĘCEJ →
@INSTA.LIDIJA



STORIES

- ☐ Czy twoje stories mają haczyk? Dodaj linijkę tekstu o tym, o czym będziesz mówić
- ☐ Czy publikowałeś co najmniej 3 stories dziennie (z wyjątkiem zasłużonego dnia lub 2 dni przerwy)?
- ☐ Czy do swoich stories dodałeś podpisy związane z marką?
- ☐ Czy twoje stories zawierają 20% / 80% mieszanki treści osobistych / biznesowych?
- ☐ Czy dodałeś przycisk zaangażowania do co najmniej jednej story? (ankieta/przycisk emoji/slider itp.)
- ☐ Jeśli dodajesz link do swojej witryny, czy dostosowałeś tekst linku?



AUDYT INSTAGRAMA

A RESZTA...

- ☐ Czy udostępniłeś swoją rolkę/post do stories po opublikowaniu? Zapewni to większy zasięg
- ☐ Czy skonfigurowałeś zapisane odpowiedzi z informacjami / linkami o swoich najpopularniejszych produktach / usługach?
- ☐ Czy utworzyłeś listę bliskich znajomych, aby nawiązać kontakt z najwierniejszymi obserwatorami?
- ☐ Czy skonfigurowałeś darmową ofertę, aby zachęcić do zapisania się do newslettera?
- ☐ Czy regularnie sprawdzasz swoje spostrzeżenia i odpowiednio dostosowujesz swoje treści?
- ☐ Czy skonfigurowałeś uwierzytelnianie dwuskładnikowe, aby zapewnić bezpieczeństwo swojego konta?
- ☐ Czy twój facebook i instagram są połączone w celu wzajemnej promocji?

Jest jeszcze jedna ważna rzecz, której potrzebujesz, jeśli prowadzisz lub chcesz prowadzić biznes na Instagramie ... ▶▶▶

INSTAGRAMUJESZ, A NOWI OBSERWATORZY NIE NAPŁYWAJĄ? TO CI POMOŻE:




Oto krótki plan tego, jak zdobyć obserwatorów na Instagramie:

- 1** Odpowiednio zaprojektuj swój profil na Instagramie. Niech to będzie sprzedażowe
- 2** Podaj powód, dla którego ludzie powinni Cię obserwować
- 3** Zautomatyzuj proces za pomocą prostego chatbota
- 4** Rozpocznij proces automatycznego uzyskania obserwatorów za pomocą prostego chatbota

Przestań codziennie tworzyć posty, rolki i stories i mieć nadzieję, że ktoś Cię zaobserwuje!

Wszystko jest o wiele łatwiejsze! AUTOMATYZUJ proces i zdobywaj obserwatorów codziennie i w pełni automatycznie!

Jak zacząć zdobywać obserwatorów na autopilocie?

Oglądaj moje 6 lekcji wideo, które pomogą Ci stworzyć stały napływ obserwatorów na Instagram **(KLIKNIJ)**   

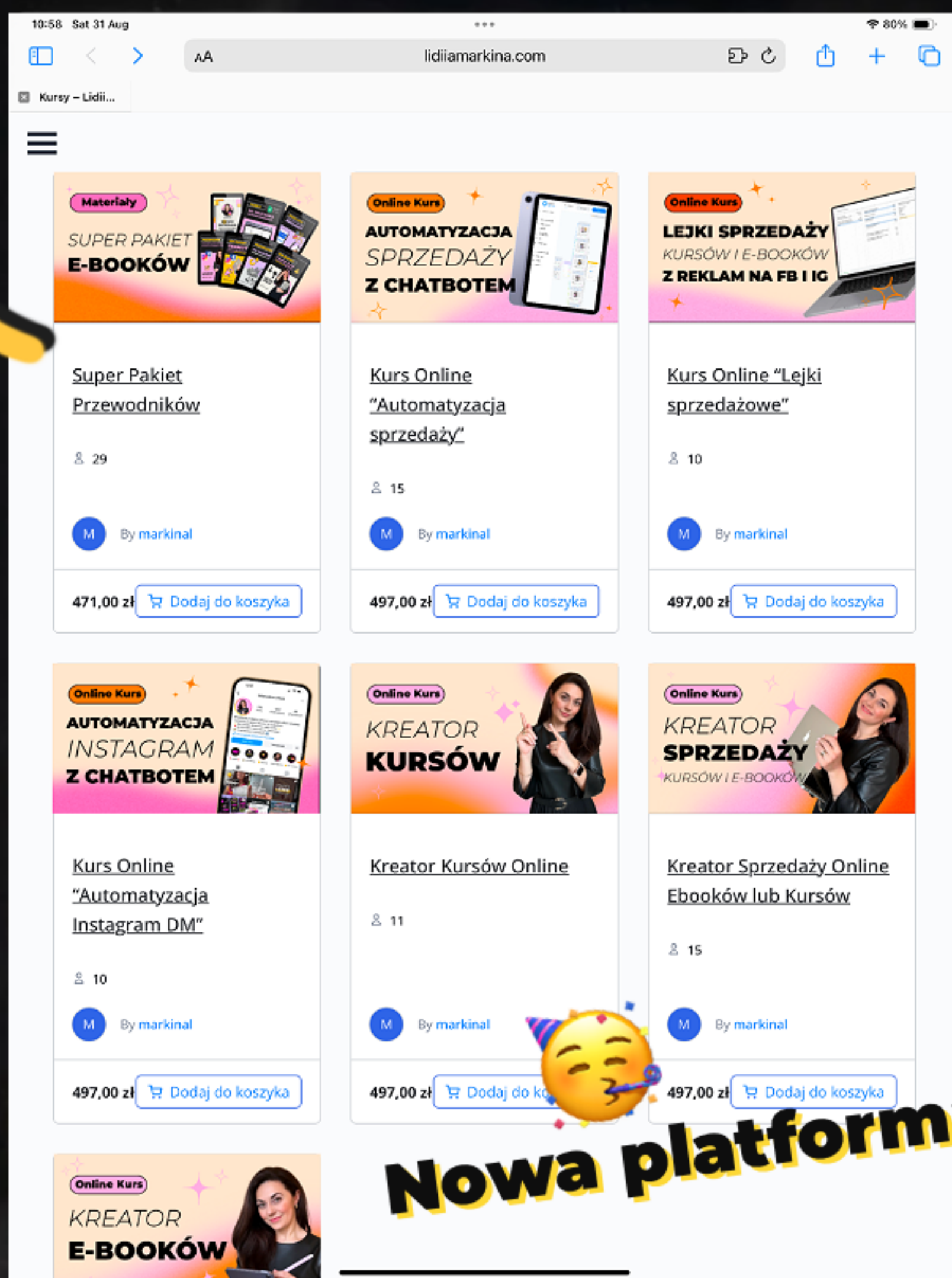


Chcesz zwiększyć swoje dochody z social mediów x3-5?

ZAPRASZAM DO MOJEJ AKADEMII!

<https://lidiiamarkina.com/courses/>

ZAOBSERWUJ



Nowa platforma!

@LIDIAMARKINA.OFFICIAL