

VŠE PRO TVORBU REELS

Průvodce od A až po Z
pro tvé REEL



AHOJ, VÍTÁM TĚ!

Jmenuji se Zdenda a ze srdce ti děkuji za zakoupení tohoto ebooku.

Udělal jsi investici do svého rozvoje a já pevně věřím, že po uplatnění všech kroků v praxi ti tvé výsledky stvrdí, že to byla skvělá volba!

Být úspěšný na socialních sítích, a především Instagramu, znamená mít dokonalé zmáknuté reels jak vizuálně, tak technicky - to nelze nijak obejít.

Součástí tohoto produktu je navíc i PLR licence, kterou najdeš na poslední straně. Opravňuje tě, pokud tento ebook přeprodávat dál pod svým jménem a za plný zisk! Jedinou podmínkou je změna designu - tvé logo, barevné prvky a kontaktní údaje - zkrátka vše nutné, aby tvoji klienti věděli a viděli, že se jedná o tvůj produkt.

cestasezdenkem

Obsah

Kapitola 1

konzistentní vizuály - Ovládnutí vizuální jednotnosti pro výrazný a profesionální feed i samostatné příspěvky

Kapitola 2

Trendy melodie - nauč se JAK a KDE objevovat trendy zvuky + cenné tipy

Kapitola 3

Kompletní strategie pro tvorbu poutavých popisků na které bude tvé publikum chtít reagovat nákupem!

Kapitola 4

Z dobrého na virální - Techniky pro katapultaci tvého obsahu do popředí díky správnému druhu interakce

Kapitola 5

Budování důvěry - Důležité rady a techniky pro to, aby k tobě lidé získaly důvěru a blízkost i v digitálním světě

Kapitola 6

Extra SEO triky - seznam těch nejdůležitějších SEO triků pro to, aby tě algoritmus mohl lehce najít a poslat vpřed

Kapitola 7

Než to odklikneš - Finální resumé těch nejdůležitějších rad z tohoto ebooku na které můžeš rychle mrknout než odklikneš svůj příští reel

Konzistentní vizuál

Estetika tvého vizuálu je pro úspěch klíčová

Ne každý máme estetické cítění na stejné úrovni - na někoho působí vizualita a kombinace barevnosti, hudby a tvarů mnohem slaběji než na ostatní. S tím není nic v nepořádku.

Musíme si ale na začátek jednu věc říct na rovinu:

INSTAGRAM JE O ESTETICE. Je to tak.

Každá platforma se vyvíjí a může se to v budoucnu změnit, v současnosti je ale skvělá estetika vstupenkou zdarma do čekárny jak pro růst tvého účtu, tak i pro reel, který ti během pár dní může počet sledujících zněkolikanásobit.

Dobrou zprávou je, že i když není vizuální styling tvou silnou stránkou, díky tomuhle průvodci se to nejenom naučíš, ale ale budeš se moci sebevědomě pustit do tvorby reels na jakémkoliv téma a vědět, že tvůj vizuál je na jedničku!

Jsem si zároveň ale 100% jistý, že i pro ty z vás, které mají základy vizuálu zmáknuté, bude tenhle průvodce maximálně užitečný, protože za skvělými reels je toho mnohem víc než jen dobře nafilmovaná potěcha pro oko.

Je před nami první kapitola. Jsi připravený?

JDEME NA TO!

Konzistentní vizuál

Kvalitní video je základ. Tečka.

Představ si:

Scrolluješ různými reels a v tom se objeví video, kde osvětlení skáče jak na horské dráze vytvářejíc pocit, že každý snímek pochází z jiného vesmíru.

každý záběr má jinou intenzitu, tóny barev se bijí mezi sebou, příběh ve videu nenavazuje - vzniká vizuální chaos a ty nevíš, čeho si máš všímat dřív.

Do toho všeho je na obrazovce text, který ale splývá se světlým pozadím a špatně se ti čte. Navíc máš pocit, že je vlastně jak video, tak písmo ne úplně doostřené... Co uděláš?

Vsadím se, že šup - swipneš dolů na nový reel a tomu zmatku, který byl možná myšlen dobře, ale úplně jsi se v něm ztratil. Nedáš už ani myšlenku.

Upřímně ti povím, že pro ilustraci jsem byl ještě schovívavej. Lidem stačí rozmazané video nebo písmo, které napoví, jaká asi bude kvalita popisku pod ním - a ten už ani nerozkliknou. Včetně mě.

Na následující stránce si povíme, proč je volba videa tak stěžejní a co si na takovém videu nejvíce pohlídat, aby na něj byly lidské oči nalepené jako magnet a o nějakém swipování pryč nebyla řeč

Konzistentní vizuál

Jaká videa si zvolit

Pro své reels si samozřejmě můžeš vybrat, jestli použiješ **videa vlastní** nebo tzv. **stocková videa z videobank**, která jsou momentálně velice populární a tím pádem se zvětšuje i jejich výběr.

Má rada zní takto - pokud nejsi ve filmování reels zběhlí nebo tvůj aktuální prostor, kde bydlíš/pracuješ neodpovídá estetice, kterou chceš, aby tvoje značka na profilu nosila, jdi určitě do stockových videí.

Výběr je velký, a to jak zdarma (Pexels, Canva, Vecteezy...) tak za měsíc poplatek (Content Cove, Forefolk, Packsia...) Některé platformy, jako například **Social Stocks** mají dokonce omezená místa, aby byla jejich videa stále exkluzivní. Dnes už se taky u stockových videí dá sehnat různá témata, kterou můžeš pro svůj obor podnikání využít - např. mateřství, cestování, knihy a studium, vztahy, příroda, business... opravdu vše možné.

Jako zřejmě **nejdůležitější přednost** placených videí ale vidím **jednostnost** jejich stylu. Videá mají nejen podobné osvětlení, ale i svůj vlastní "podpis" díky způsobu natáčení, a tak nejenže vytváří plynulý vizuální tok, ale také zvyšuje celkovou estetickou přitažlivost tvého obsahu. Tvůj feed tak působí jako jednotný koncept s uceleným vzhledem. To dělá tvé reels vizuálně lákavější, ale hlavně profesionálnější.

Tím nechci říct, že videa dostupné zdarma jsou vždy špatné, rozhodně ne a já sám je často používám. Ale dávej si u nich na kvalitu pozor.

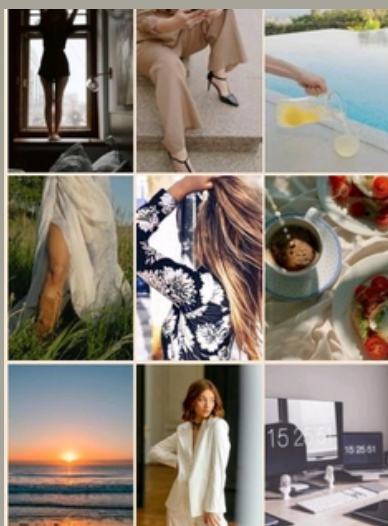
Konzistentní vizuál

Podívej na tyhle příklady:

Content Cove:



Canva/Pexels



Nalevo vidíš sounáležitost jak vizuální, tak tématickou. Ten feed jede **jednu jasnou estetiku a náladu**. Čisté linie, minimalismus, eleganci.

Feed **napravo** není žádná katastrofa, ale už tam **není jednotnost**. A to proto, že se jedná o videa od různých tvůrců. A to tam navíc není žádný text, který tam v reálu bude. Dbej tedy na to, ať si jsou i přes odlišné autory tvá videa svým laděním co nejvíce podobná.

Konzistentní vizuál

Text a fonty

Pojďme si něco říct o **překrývání textu** na tvých Reels. Je nutné, aby byl text na obrazovce, zatímco Reel běží, **dobře čitelný**.

Pokud reels teprve začínáš brát vážně, drž se jednoduchých typů písmen, bez různých čančuliček a ozdob. Má to dva důvody:

- 1) Takový text se vždy bude lépe číst
- 2) Vždy taky bude považován za serióznější a nadčasovější

Je to samozřejmě na tobě, ale ze zkušenosti vím, že i obsah pro děti, který je nesprávně vytvořen na první pohled zábavným a všemožně zatočeným písmem, je nakonec často k ničemu, protože není ve výsledku dobře čitelný - a nevěř tomu, že člověk bude zastavovat tvé video, aby něco rozluštil. Nebude:-).

To samé u **barvy fontů** - bílý text na příliš světlých plochách může ztratit a naopak, tmavý text na špatně osvětleném pozadí nemusí být tak výrazný, jak jsi zamýšlel. Vždycky se snaž o kontrast.

TIP: U videí, kde je jas příliš nebo jsou moc tmavá dělám to, že **video u sebe v telefonu nejdříve upravím - snížím/zvýším jeho jas**. Případně můžeš zachovat v editoru Reels stejné písmo, ale přidáš u něj **černé obrysy** - to také k lepší čitelnosti pomůže.

Ve své podstatě je tvorba Reels jako zacházení s pečlivě propracovaným vizuálním zážitkem, kde každý prvek zvláště **zajišťuje**, že tvůj obsah není jen esteticky přitažlivý, ale také efektivně komunikuje tvoji zprávu jako **CELEK**.

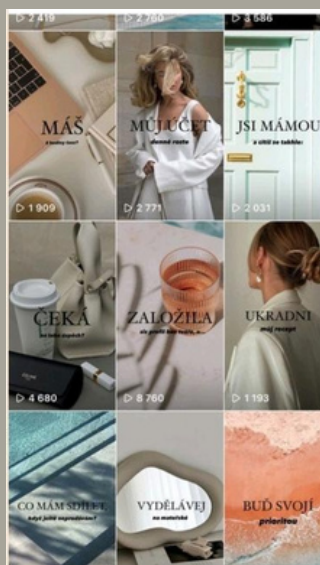
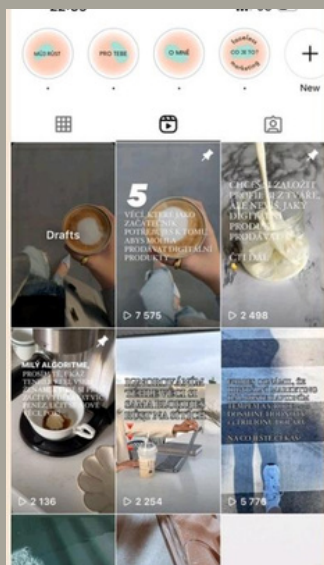
Konzistentní vizuál

Hlavní stránka/logo pro tvé reels

Tohle je vééélmi žhavá věc, pojďme na to. (Taky je to skvěle řešení, pokud používáš videa zdarma, která jsou svým stylem někdy odlišná a tvůj feed tak není úplně harmonický!)

Tzv. **REEL COVERS** se začaly objevovat už pár let zpátky, především u lidí nebo agentur zabývajících se vizuálem nebo managementem sociálních médií pro klienty. Posledních několik let, co ale Instagram oproti své konkurenci upevnil svou pozici coby výsostně vizuální médium, nastal v estetice feedu (= stránky s přehledy tvých příspěvků) velký obrat).

Níže se podívej na feed před a po přidání titulní stránky reels. Na další stránce si to rozebereme v detailu.



Konzistentní vizuál

Asi vidíš sám, že feed **napravo** je jasný vítěz. A to podotýkám, že videa vlevo jsou z jedné stejné placené videobanky - co to ovšem **kazí** je to, že jsem v různých reels musel kvůli čitelnosti zvolit obrysy u písmen a i fakt, že každý odstavec je jinak stavěný a dlouhý tady prostě nijak celkovému dojmu nepřidává.

Tím chci říct, že to na téhle estetické třešničce nestojí - **ALE** je rozhodně lepší přijít k tobě na profil k něčemu takovému než očima kmitat v řádcích a hledat, který reel se věnuje čemu. Je to víc **profesionální, příjemné na pohled a rozhodně to lidem ušetří čas a zlehčí orientaci...** no, a to je rovnou několik důvodů navíc, proč dát tvému profilu follow a zajímat se o něj víc:-).

Zde je postup, jak si takové covers vytvoříš i ty:

Ujasni si **3-4 základní barvy své značky**. U mě jsou to například dva odstíny černé, tyrkysová a používám někdy i modrou a bílou, hlavně tedy v rámci textu.

Otevři **Pinterest** a začni brouzdat fotkami ve svých barvách, které se ti líbí, rezonují s tvým cítěním a budou vhodně odrážet i to, o čem je tvůj profil. Tady se, a to zdůrazňuji, **neboj odlišit**. Originalita a zapamatovatelnost je v online prostředí, ať už s tváří či bez ní, vždycky plus.

Konzistentní vizuál

Ukládej si fotky, které tě zaujmou a zkus si z nich poskládat takovou vizuální mřížku, abys viděl, jak budou u tebe ve feedu vypadat. Taky si ji lehce můžeš vytvořit v Canvě a tam si s pozicemi jednotlivých fotek skvěle vyhrát, to je na tobě.

Nadpisy a fonty

Tvořit je můžeš buď přímo v Instagramu (dáš vytvořit stories - vybereš fotku a přidáš nadpis - uložíš - zrušíš - tím se ti fotka uloží do galerie a ty ji buď k reelu přidáš těsně předtím než ho zveřejníš z galerie - možnost v modrém rámečku - nebo později přes volbu editovat) nebo v Canvě či jakémkoli jiném grafickém editoru.

Vyber nadpis tak, aby byl stručný, ale naznačil správně o čem tvůj reel je.

Použij vhodný typ fontu, a tím myslím hlavně **ČITELNÝ**, tak jako ve svých videích. Raději to zdůrazním, protože denně vidím účty, které se nechají unést nějakým krásným písmem, které se v jejich cover fotce úplně ztratí.

NEZAPOMEŇ na to, že **TY** jsi s termíny svého niche obeznámen, denně o nich píšeš, čteš a máš je v hlavě. Jenomže pokud tenkým a špatně čitelným minipísmem napíšeš něco takového na logo reelu nebo do něj, člověk, který s těmito termíny nepřijde běžně do styku, bude mít takové luštění ještě mnohonásobně těžší.

Trendy audio

Jak mít pod palcem ty nejvíc trendy melodie?

Trendová hudba a její správné použití je dalším dílkem ze skládačky dokonalého reelu.

Možná si teď říkáš, že jsi zrovna včera viděl reel s tisíci lajky a stovkami sdílení, který trendovou hudbu vůbec neměl a ano, je to možné, děje se to denně. To proto, že etablované účty s 10 tisíci sledujícími a více, které přispívají pravidelně, mají určité momentum, které zajistí, že jejich obsah je často populární i když třeba není tak hodnotný nebo nemá audio, které je už za zenitem aktuálního trendu. Tyhle účty si to mohou dovolit, jednoduše řečeno:-).

Pokud teprve začínáš, je potřeba se soustředit na to, aby tvé reels měly co největší dosahy pro to, aby ti ty followers, kteří budou tvořit tvoji fanouškovskou základnu, nejdříve přinesly. A k tomu ti právě trendové reels pomohou!

Jak? Algoritmus číhá a videa s trendy hudbou, která zažívá vlnu zájmu sune na přední příčky!

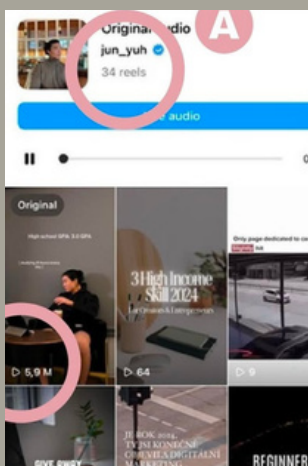
“Počkat ale jak je to s tou trending šipkou?” Povím ti, že zjevení šipky, která by měla značit trendovost u hudby, je asi tak vzácné jako Halleyova kometa, (obecný dojem je, že pro některé účty to hold **funguje**, pro jiné ne. Tedy, spíše pro většinu ne. Včetně mě.) proto pro tebe mám jiný postup, který konečně funguje a na trendy hudbu narazíš ještě za tohoto života:-) Pojdme na další stránku:

Trendy audio

1. Začni tím, že ťukneš na lupu, tím se dostaneš na hlavní stránku s top příspěvky ostatních uživatelů. A teď začne malá hra na kočku s myší. Otevři jeden z reelů, a tapni na tento obrázek v pravém dolním rohu:



- To tě hodí na stránku, kde uvidíš nahoře "Original audio" a počet reels, které toto audio použily - **A**
- Pod tím je první reel s nápisem "Original", u kterého uvidíš množství shlédnutí - **B**



Trendy audio

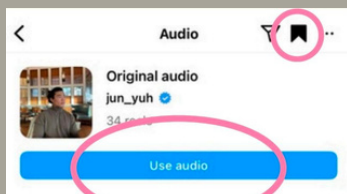
A) Ideálním číslem, které hledáš je **1-5000 reels**

B) Tady je potřeba, aby číslo bylo **VĚTŠÍ než 1 milion shlédnutí**

Je důležité, aby byly splněny obě tyto podmínky. Více než 1 milion shlédnutí je takovou nepsanou garancí, že to šlape a hudba se stane virální na nějakou dobu celoplošně.

Co dělat, když na takové audio narazíš? Hlavně ho neztratit:-) Doporučuju ti ho hned uložit nebo rovnou použít. Pokud ale nechceš hned reels sdílet, můžeš si ho uložit s jakýmkoliv svým videem v rozepsaných a vrátit se k němu později. Tak to dělám já.

Pokud ho budeš mít uložené, při výběru hudby dáš v editoru volbu "uložené", a tam ji najdeš.



V neposlední řadě ti dám tip, který se na první pohled nemusí zdát moc důležitý, ale hraje velkou roli. A to je **správná volba žánru a typu hudby**. Ne každé trending audio bude pro tvůj typ sdělení vhodné. Nebo i pro tvou značku jako celek.

PRO TIP: Teď ti sem hodím můj tajný tip, a to je účet téhle skvělé paní z Austrálie, která doslova vybuodovala svůj Instagram na Trending audio doporučeních a každých pár dní přidává tipy na nové! Je to **@evelongfield** (Ne náhodou má přímo ve svém profilu napsané 'trending audio queen')

Strategie vítězného popisku

A je to tu. Popisek.

Na základě ohlasů od mnoha mých sledujících jsem se rozhodl tomuhle tématu věnovat samostatnou kapitolu.

Velmi rozsáhlou kapitolu raději podotýkám, protože si ji zaslouží.

Popisek totiž není jen o slovech – je to hlas tvé značky.

To, jak se v popisku vyjadřuješ formuje vnímání tebe a celého tvého účtu ostatními. Je tudíž důležité na každém popisku pracovat nejen proto, aby mluvil k publiku tím správným jazykem, ale i tak, aby skrze něj mohla tvá značka zářit.

Kouzlo Instagramu spočívá v tom, že síla jedinečného hlasu každého z nás dostává neomezený prostor.

Já věřím v to, že pokud náš hlas využíváme správně a strategicky, dříve či později si najde své věrné posluchače a klienty. Neztrácej se v davu tím, že budeš napodobovat ostatní - nehleď na jejich úspěch a tisíce objednávek. Ty i tvá značka si zaslouží vyniknout jako hvězda, kterou je!

Tvůj autentický přístup, to, jaká slova volíš a jak se vyjadřuješ nejen vytváří unikátní spojení s ostatními, ale také klade základy pro silnou a svébytnou identitu celého tvého brandu

Strategie vítězného popisku

Koncept HÁČEK - PŘÍBĚH - NABÍDKA

Koncept HÁČEK-PŘÍBĚH-NABÍDKA bude odteď tvoji tajnou zbraní jak pro čtení tvých popisků s maximálním zaujetím, ale hlavně proměnu lidí, kteří právě našli tvůj profil, ve sledující a posléze nakupující!

Je to moje osvědčená strategie a jeden ze základních pilířů správné prodejní komunikace, která konzistentně funguje - pokud je správně aplikovaná.

HÁČKEM to začíná proto, že on sám je tu primárně od toho, aby upoutal pozornost člověka, který zrovna scrolluje obsahem. Takhle "chyceného" ho pak přitáhne přímo do nitra tvého **popisku**, kde člověk ideálně narazí na skvěle **strukturovaný příběh**, který je zakončený **řešením jeho problému** = takovou **nabídkou**, která ho nejenom přiměje ti automaticky dát follow, ale taky hned potom utíkat do tvého **bia**, kde klikne na link a ty budeš mít nového zákazníka nebo přinejmenším sledujícího, kterého tvůj obsah zajímá a zákazníkem se v budoucnu stane.

Tohle je v kostce ideální scénář, který aby se stal, tvůj háček musí být tip top, protože od něj se všechno odvíjí.

Z mých reels už o háčcích lecos víš, ale tady ho nepřeskočíme a na další straně se s tebou podělím o **top 15** háčků, které jsou pro mě samotnou sázka na jistotu.

Strategie vítězného popisku

- Tady je seznam **15 hooks/háčků**, které vaše diváky opravdu přimějí číst váš příspěvek!

Některé mohou být použity samostatně, další na konci tvého předešlého sdělení, například s emoji šipkou ukazující dolů směrem k popisku.

1. Tohle je tvoje znamení, abys _____
2. Ukradni moji (např. strategii, postup) _____
3. Buď první, kdo se to dozví
4. Pravda o _____, kterou si přeju, abych věděla dřív
5. Tohle jsi o _____ nevěděl. Tajemství odhaluji níž.
6. Jsem jediná, která _____?
7. Proč nikdo nemluví o tom, jak _____?
8. Promiň, ale (tvůj nepopulární názor) _____
9. Nedělej tohle, pokud nechceš _____
10. Chyby, které vidím lidi dělat, když se snaží _____
11. Kdybych měla dnes začít od začátku, neudělala/udělala bych toto
12. Tohle vědět mi přijde nelegální
13. Jestli chceš _____, tohle potřebuješ vědět
14. Tohle si nenechám pro sebe, tady to je
15. Trvalo mi _____ let si uvědomit, že _____

Strategie vítězného popisku

PŘÍBĚH je srdcem tvého popisku.

Tvá schopnost vyprávět a popisovat svou cestu pomůže lidem se s tebou ztotožnit a zprůhlední tuhle digitální bariéru, kterou mezi sebou máme.

Jak myslíš, že tvůrci s milionovými profity dokázali zaujmout tolik lidí? Bylo to **PŘEDEVŠÍM** jejich schopností mluvit a popisovat svůj příběh, své myšlenky, své názory tak, aby ve svých posluchačích a čtenářích vzbudili emoce a pocit, že mluví **PŘESNĚ O NICH**.

Na Instagramu i TikToku jsou účty, které se přímo tomuhle věnují - jedná se o tzv. **STORYTELLING**/umění vyprávět. A hádej co - je to extrémně profitabilní niche, protože všichni, kteří chtějí uspět vědí, že **schopnost sdělit svůj záměr publiku správně je klíč k vytvoření toho nejcennějšího, co mezi tebou a tvým sledujícím může být - DŮVĚRY**.

Aby jsi dokázal svůj vlastní storytelling vyšperkovat k dokonalosti, je důležité vědět, **KDO přesně je tvá cílová skupina**. Její určení bys ideálně měl mít zpracované ještě před tvým prvním příspěvkem, ale nechci tohle důležité téma tady přeskočit, a proto si níže o tvé cílovce ještě něco povíme.

Nezapomeň taky na to, že ačkoli na sítích vůči svému publiku vystupuješ **v pozici authority**, která prodává, učí, doporučuje, vysvětluje nebo mentoruje příběh je tu od toho, aby tě v jejich očích více **"zlidštil"**, odhalil tvou zranitelnost, chyby, které jsi udělal a co tě na tvé cestě tam, kde nyní jsi, naučily.

Strategie vítězného popisku

NABÍDKA uzavírá tenhle celý koncept a je vlastně vyústěním tvého příběhu.

Správně poskládaná nabídka nevytváří ve tvém klientovi dojem, že bys mu cokoli vnucoval, přemlouval ho nebo mu dokonce metaforicky vyhrožoval (ano, i takové už jsem viděl).

Nabídka je highlightem - vyzdvižením toho, co můžeš pro klienta udělat, aby pocity/problémy/nezdary, které tvůj příběh popisoval (a které sám klient zažívá) se mu nestaly a nebo se díky tvému produktu přeměnily v opak a on díky nim našel řešení a úlevu.

A jaký dojem by tedy správně položená nabídka měla vytvářet? Takový, při kterém si člověk řekne: **”JO! Tohle je přesně moje situace. Tenhle produkt/služba je jak na míru pro mě, to chci.”**

Proto je velice důležité ve tvých popiscích mluvit jazykem cílovky a právě o tom je následující tip.

PRO TIP: Vezmi si papír a detailně si vypiš vše o své cílové skupině, pro kterou jsou tvoje služby/produkty určeny. Začni o svém ideálním klientovi psát co jen lze, aby až dojdeš na maximum toho, co o něm víš, jsi cítil, že toho člověka znáš jako svého přítele - **a právě pro něj své příspěvky tvoř.**

Věk, pohlaví a práce rozhodně nestačí. Co takové lidi nejvíc trápí? Z čeho mají strach? Jaká je jejich finanční situace? Jak tráví svůj volný čas a ve společnosti jakých lidí se běžně pohybují?

Strategie vítězného popisku

Příklad konceptu, který jsem ti na předešlých stranách popsal:

HÁČEK:

"Chceš se vymanit z koloběhu života od výplaty k výplatě?"

PŘIBĚH:

"Jestli je tohle tvůj případ, naprosto ti rozumím. Přesně v tom samém jsem totiž byl zaseknutá taky – lítal jsem mezi brigádami a sotva jsem si vydělal na jídlo a nájem. Roky jsem si říkal, že je to takhle normální, ale něco ve mně se s tím odmítalo smířit. A pak jsem objevil kurz digitálního marketingu a automatizace podnikání, který pro mě změnil během pár týdnů úplně všechno. Teď mám poslání pomáhat ostatním dostat se z toho stejného utrápeného stylu života ven."

NABÍDKA:

"Přidej se k ostatním studentům mé Školy digitálního věku a vybuduj si pasivní příjmy od nuly, tak jako tehdy já sám. Nepotřebuješ žádnou prvotní finanční investici, jenom tužku, papír a svoje odhodlání začít žít jiný život."

Klikni na odkaz v mém biu a dozvíš se víc!

PRO TIP: Protože je potřeba sdílet rozmanitý obsah, není nutné zapojovat hluboký osobní příběh při každém jednom příspěvku. Dbej na to ať sdílíš i odlehčenější reels, kde stále můžeš storytelling využít, ale transformuj ho do jednodušší formy sdělení.

Strategie vítězného popisku

Uvedu ti pár příkladů (nahodilých), aby jsi viděl, jak lze využít osobních zkušeností ve tvém příběhu v jakémkoliv oboru:

Lidé, zabývající se na svém profilu **financemi** mohou sdílet třeba svůj příběh o finanční tísní někoho blízkého, která je samotné motivovala rozšířit si v dospělosti studiem obzory o finanční gramotnosti a investicích. (Říká se, že za každým druhým úspěšným bankéřem z Wall Street je dětství prožité v chudobě a strádání.)

Je tvůj obor **make-up/péče o pleť**? Třeba máš nějaký osobní příběh o tom, v čem tě síla make-upu nejvíce oslovila nebo jsi měla např. problematickou pleť a díky tipům a kosmetice, o kterých na svém profilu mluvíš jsi naprosto změnila svůj přístup k péči o svou pokožku, na základě čehož ses rozhodla sdílet svojí cestu s ostatními a pomoci tak těm, které trápí to samé.

Pokud se rozhodneš se na svém profilu věnovat **rodičovství**, možná máš několik vzpomínek z vlastního dětství a dospívání, které měli za následek to, že ses rozhodl neopakovat v nynější roli matky vzorce svých vlastních rodičů. Tenhle silný příběh bude s jistotou probouzet emoce sounáležitosti v mnoha ostatních, kteří chtějí jednat stejně a hledají vhodné rady.

Možná tě zajímá **zdravé stravování a lifestyle vedoucí k vnitřnímu štěstí a klidu**. V tom případě máš jistě několik příběhů, které vedly k tomu, že ty sám jsi se pro tuhle cestu rozhodl. Často si lidé např. díky určité nemoci nebo špatným životním návykům projdou obrovskou proměnou osobnosti, a to je pro ostatní úžasná inspirace a příběh, který stojí za to říct.

Strategie vítězného popisku

Výzva k akci/CTA (call to action)

Výzva k akci říká lidem, kteří vidí a čtou tvůj obsah, **kam mají poté, až skončí, upřít svou pozornost**. Je to vlastně taková směrovka, která jim velice detailně řekne, co přesně mají dělat.

Možná se ti to zdá příliš okaté, ale my všichni čteme v příspěvcích CTÁčka dnes a denně a kolikrát si ani nevšimneme, že jsme udělali přesně to, co po nás člověk chtěl. Ano, často proto, že chceme my sami - od toho je důležitý správně napsaný popisek. Výzva je ale finální ujištění, že od příspěvku tvůj čtenář neuteče a bude vědět, na co kliknout dál.

Možná se ti to zdá příliš okaté, ale my všichni čteme v příspěvcích CTÁčka dnes a denně a kolikrát si ani nevšimneme, že jsme udělali přesně to, co po nás člověk chtěl. Ano, často proto, že chceme my sami - od toho je důležitý správně napsaný popisek. Výzva je ale finální ujištění, že od příspěvku tvůj čtenář neuteče a bude vědět, na co kliknout dál.

Výzvu můžeme umístit na začátek, konec a nebo na začátek i konec našeho popisku.

Tady máš skvělé a osvědčené tipy na výzvy:

Potřebuješ pomoc? Běž do mého linku v biu, kde najdeš ...

Zažívala jsi někdy to samé? Poděl se o to v komentářích Pomohl ti moje tipy? Tak si je ulož na později! Nabídka platí jen do zítřka, tak utíkej do bia a bookuj, ať ušetříš! Jaké jsou vaše zkušenosti? Napište je do komentářů Připravena na další krok ke tvé vysněné kariéře? Klikni na link v biu...

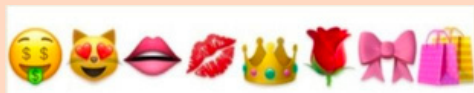
Strategie vítězného popisku

Emoji

Použití emoji v textu tvých Reels může být způsob, jak přitáhnout pozornost a zároveň doplnit styl své značky o trochu šťávy. Tohle jsou některé z mých oblíbených emoji, které používám.



Zároveň se straním od emoji, které neladí s tím, jak chci, aby byla moje značka vnímána, například tyto:



PRO TIP: Emoji jsou skvělé například pro uvozování odstavců. Pokud je budeš používat, rozhodně to s nimi nepřeháněj a drž se několika vybraných emoji pro svůj brand.

Já mám arzenál několika oblíbených, který vidíš výše, ale i tak bych je nikdy nepoužil najednou v jediném popisku. Osobně se snažím nikdy nepoužívat více než tři druhy emoji pospolu.

Strategie vítězného popisku

Hashtagy

Jak je to momentálně s hashtagy?

30 hashtagům už odzvonilo a je stvrzeno, že nejefektivnější strategií je používat **5-15 hashtagů**, které jsou co nejvíce konkrétní a zaměřené na tvůj niche. Za mě je ideální číslo kolem 10.

Už jsi zkoušel strategii hashtagů 3x3? Je to jedna z dalších možností, jak správné hashtagy vybírat.

O čem je tvé video?

Jakým se zabývá

problémem? Pro koho je

video určeno?

Ke každé otázce najdi 3 relevantní hashtagy, které už Instagram zná - nevymýšlej nové, to by se ti v tomhle případě nevyplatilo. Poznáš to tak, že při psaní je už uvidíš v návrzích. Pokud je návrhů pro daný hashtag méně než 500, je šance na objevení tvého příspěvku díky němu velmi malá. Zkus zvolit jiný hashtag, ideálně v rozmezí od 1000 použití výše.

PRO TIP: Najdi profily ze svého oboru s větším počtem sledujících a podívej se, jaké hashtagy používají. Třeba by ses některými mohl inspirovat nebo zjistíš, že používáte některé stejné - jediné dobře

Strategie vítězného popisku

Jak se vyhnout zakázaným hashtagům

Na tohle pozor, zjišť'uji, že o tom spousta lidí neví a asi tě tím překvapím, ale Instagram má takový "neřestný seznam" hashtagů a slov, které, pokud je použiješ, mohou dosahy tvých příspěvků negativně ovlivnit. Algoritmus by pak přestal proaktivně pracovat pro tvůj obsah a znemožnil by ho vidět širšímu okruhu uživatelů.

Aby ses tomuto problému vyhnul, použij zdarma možnost kontroly svých hashtagů na **www.metahashtags.com** k ověření, zda se mezi tvými nějaký nevhodný nevyskytuje.

Pozor, nejedná se pouze o slova s možným sexuálním podtextem. Jsou tam i taková, která bys rozhodně netipl, proto kontrolu nepodceň.

!

Z dobrého na virální

Zlepšení interakce: Z dobré na výbornou

Nyní se zaměříme na to, jak můžeš cíleně zvýšit interakce na tvém profilu. Často zapomínáme na to, že sociální média od nás, jak plyne z jejich názvu, opravdu očekávají velkou dávku socializace.

Publikování reels nebo stories k naplnění těchto očekávání ale nestačí. Je potřeba si udělat alespoň trochu času i na další formy interakce, které budou mít za následek nejen protlačování tvého videa algoritmem dál, ale taky šanci na zpětnou vazbu od ostatních, což Bohové Instagramu naprosto zbožňují:-).

Jak na to:

Pokládej lidem **otevřené otázky**, a to jak ve stories (kde každý den využij i nějaký z interaktivních prvků jako např. samolepky, hlasování či kvíz), tak občas i v popisku u reels, kde je požádej, aby ti v komentářích odpověděli. Motivuj je, aby sdíleli své myšlenky, zkušenosti nebo označili přítele, který by měl tvůj obsah taky vidět.

Chvilku předtím i poté, co zveřejníš svůj reel, **NEZAVÍREJ Instagram a socializuj se** - odpověz na komentáře nebo zprávy, kde jsi to ještě neudělal, olajkuj a okomentuj několik příspěvků profilů, které sleduješ nebo cizích, které tě zaujaly a reaguj na pár stories.

Ale nemyslí tím lajkovat jako blázen a nechávat v komentářích několik emoji. Myslím tím hodnotnou reakci, která má myšlenku.

Z dobrého na virální

Je načasování klíčové?

Algoritmus dává extra lásku novému obsahu, to je fakt. Snaž se tedy zveřejňovat příspěvky, když je tvé publikum nejaktivnější. To zjistíš tak, že se podíváš do svého Panelu pro profesionály na profilu pod tvým biem klikneš na 'Celkový počet sledujících' úplně dole najdeš koncentraci svých followers na Instagramu rozdělenou mezi jednotlivé dny v týdnu a hodiny!

Ideální je pro tebe snažit se zveřejnit svůj reel v nebo co nejbliž době, kdy je tvých sledujících v aplikaci nejvíce.

Upřímně, pokud se ti nezdaří sdílet příspěvek ve 2 hodiny odpoledne a dáš ho místo toho v 5 - nic se neděje a rozhodně to není důvod se znepokojoval. Rozhodně se ale vyvaruj sdílení příliš brzo ráno, kdy se potom tvůj reel ztratí v přílivu většiny příspěvků po 8. hodině, kdy je na Instagramu doslova zácpa, a také nesdílej po 9. večer, kdy postupně lidé usínají nebo nejsou u telefonu tak moc.

Algoritmus miluje konzistenci, to už teď určitě víš. Co se týče mého doporučení pro to jak často máš reels přidávat, povím ti tohle: Pokud máš nový účet a tvým cílem je především růst a budování komunity sledujících, doporučím ti přidávat reels určitě každý den, ideálně 2x za den.

Z dobrého na virální

Pokud to pro tebe **není udržitelné** a cítíš, že bys nezvládl tuhle kadenci dodržet alespoň měsíc v kuse, přidávej reels **obden** nebo klidně jen **3x týdně** - ale dodrž to. Konzistence je v tomhle ohledu opravdu klíčová!

Zkus to zvládnout minimálně měsíc, ideálně 3. Pak můžeš objektivně zhodnotit, jak ti tahle strategie pomohla, analyzovat kterým příspěvkům se nejméně/nejvíce dařilo a proč, udělat změny a pokud budeš s objemem svého followingu spokojenější, zaměříš se třeba i na jiné aspekty než jen prioritně růst.

PRO TIP: Vyčleň si den v týdnu, kdy se zaměříš především na **plánování svého obsahu**. Můžeš to udělat na týden i na měsíc dopředu. Uvidíš, že ti to neuvěřitelně ulehčí práci a nebudeš už v budoucnu dlouho tápat, o čem udělat reel nebo narychlo něco tvořit - to se nevyplácí, protože je to většinou na úkor kvality.

Jak to dělám já? Plánovacím dnem je pro mě většinou neděle. Na základě interakcí se svým publikem si zapíšu, co je nejvíce zajímavá a vytvořím z toho témata pro několik mých reels na další týden. Naplánuju si také několik témat pro motivační reels a stejné množství videí, které se zaměří na mou cestu, růst či reakce spokojených klientů. Z těch pak vytvořím rozmanitý mix.

To jsou tzv. obsahové pilíře, které se vzájemně protkávají. Každý z nich má svůj účel, o kterém si povíme více do hloubky v mém kurzu, který vyjde v červnu!

Budování důvěry

O důvěře a její cennosti jsem se tu už zmínil, protože je ale její důležitost významná způsobem, který těžko lze nahradit, chci ti v tomhle Taháku dát opravdu veškeré informace k tomu, aby jsi ji mohl se svými sledujícími bez problému prostřednictvím svých reels vybudovat.

Emocionální rezonance aneb je to o srdci, nejen o sympatiích Reels nejsou jen o zábavě, jde jim o vytvoření skutečného spojení. Využij emoce, se kterými se tvé ideální publikum může ztotožnit. Ať už jde o smích, empatii, nostalgii nebo inspiraci – emoce mluví hlasitěji než slova. Tvoř reels, které hluboce rezonují a zanechají ve tvých divácích pocit, že našli spřízněnou duši.

Vítězí čestnost a autentičnost

Jak asi sám občas vidíš u ostatních účtů, svět reels je plný lesklých fasád. TY v něm ale buď majákem autenticity. Sdílej svou cestu, své vzestupy a pády, své výhry a okamžiky učení. Padnou tím zbytečné bariéry mezi vámi, protože tví sledující uvidí, že jsi taky jen člověk, který začínal od nuly a že to samé se může podařit i jim.

Ohlasy - nech své fanoušky zazářit Máš sledující nebo rovnou už i klienty, kteří ti dali pozitivní feedback nebo recenzi? Je čas je nechat zazářit! Jejich skutečná slova mají větší váhu než jakákoli prodejní nabídka. Jsou živým důkazem toho, že tvé produkty nebo služby mají pozitivní dopad. Ohlasy budují důvěryhodnost a motivují potenciální zákazníky, aby do prodeje šli taky!

Budování důvěry

Síla transformace před a po

Ať už ukážeš osobní transformaci, vývoj svého podnikání nebo můžeš přímo úspěchy tvých klientů - tyto příběhy jsou zlaté a podporují budování důvěry všemi směry, protože jsou nejen inspirující, ale dokazují i tvoji odbornost.

Sdílení soukromí a jak na to

Tohle je velmi zajímavé téma a můj názor je jasný - jde o tvůj BUSINESS profil a ten není od toho, abys lidem ukazoval, co máš k snídani a nebo to, že jsi svému psovi koupil nové krásné vodítko. Na to je tvůj osobní profil, kde máš volnou ruku. Tady buď profesionální.

Jestli ale i přesto občas chceš do svých stories zakomponovat část svého osobního života, který vzbudí empatii nebo pocit sounáležitosti mezi tebou a tvými sledujícími - je to možné.

Udělej to ale bez toho, aniž by ses rozepsal o tom, že je období chřipek, tvůj syn má horečku a bohužel mu ten Paralen sirup nezabral a jaká je škoda, že v lékárně Nurofen nemají... rozmíme si.

Jdi na to takhle:

"Už i u nás se chřipka ukázala. Přeji vám, ať vydržíte co nejdéle fit a můžete využít toho krásně barevného podzimu."

Stručné, ale přátelské i profesionální zároveň!

EXTRA SEO triky

TAJEMSTVÍ SPRÁVNÝCH KLÍČOVÝCH SLOV

Klíčová slova jsou jako drobečky chleba, které vedou algoritmus k tvému obsahu. Když se tyto shodují s vyhledáváním uživatelů, tvůj reel má nejen šanci na vysoká shlédnutí, ale i zobrazení na hlavní stránce "Prozkoumat", a to je jako VIP vstupenka do světa slávy reelů, takže je v tvém zájmu na klíčová slova dbát.

TOP SEO TIPY, které ti radím dodržovat:

Optimalizuj své bio, aby obsahovalo alespoň 3 klíčová slova

Vždy zakomponuj klíčová slova svého oboru do svých popisků. V ideálním případě i do textu na videu

I přesto, že svá slova v popisku zmíniš, doporučuji ti seskupit je ještě jednou dohromady oddělené čárkami a umístit je pod popisek k hashtagům nebo do komentáře - volba je na tobě.

Nezapomínej na hashtagy z kapitoly 3 - jsou pevnou součástí SEO systému tady na sítích.

Vždy reaguj na lajky, komentáře a zprávy - v co nejkratším možném čase

Využij možnost hlasování ve svém popisku. Je to skvělá příležitost ke zvýšení interakce na tvém profilu a zároveň i opakování klíčových slov

EXTRA SEO triky

Sdílej svůj reel ve stories a připiš k němu něco málo o tom, co v něm tví sledující najdou - připoj třeba i nějaké klíčové slovo:-)

Své příspěvky si ukládej a pokud máš na Instagramu svůj další, třeba osobní, profil. Ulož si svá videa i z něj.

Než budeš svůj reel sdílet, v nastavení pod popiskem klikni na 'přidat tlačítko zprávy', aby ti lidé mohli jednoduše napsat hned při shlédnutí, a taky ťukni na 'přidej témata', kde vyber 1-3 oblasti, do kterých tvůj niche spadá. Lokace si zvol také, raději větší město než menší oblasti.

Možnost ke zvážení

V jednu chvíli se stalo trendem psát klíčová slova dohromady na obrazovku i mimo tvůj text, poté je prsty zmenšit co nejvíce to jde a posunout je až úplně k jednomu z okrajů obrazovky, dokud se neztratí.

Nepotvrzeně se říkalo, že je to extra SEO tip, který pomáhá s dosahy... jenže se spolu s tím objevily i opačné názory a dokonce prohlášení a varování ze spammingu, které někteří od Instagramu dostali.

Proto ti tuhle variantu ze sebe nedoporučím, ač jsem osobně s někým, kdo se dostal do problémů nemluvil. Je to proto, že nechci a nebudu doporučovat nic, o čem s jistotou nemohu prohlásit, že je to pro tvůj růst a působení na sítích bezpečné.

Než to odklikneš

Resumé nejdůležitějších bodů a tipů

Na které se vyplatí myslet ještě před tím, než budeš svůj reel sdílet se světem!

Ber to jako takový checklist, který stojí za to mít u sebe v začátcích, kdy se postupy na reels učíš, ale není škoda si ho tu a tam připomenout kdykoliv si budeš chtít být jistý, že to máš na jedničku:-).

Dbej na kvalitní video - především dobré rozlišení a návaznost

Vyber si 1 druh písma pro psaní textu do videa a 2 druhy písma pro své loga na reels - těch druhů se drž a dbej na dobrou čitelnost

Snaž se vždy o jednotný vizuál. První dojem, který tvůj feed na člověka udělá je vždy ten nejdůležitější

Udržuj své reels v délce 4 - 6 sekund, to je momentálně neoptimálnější délka pro nejvyšší dosahy. Mysli ale na to, že za rok tomu může být jinak. Já tě u mě na profilu budu vždy včas informovat

Nezapomínej na dobrý háček. Vždy se sám sebe zeptej, jestli by tě zrovna tenhle titulek zaujal natolik, abys přestala scollovat a příspěvek si otevřel

Podle svých klíčových slov si zvol cca 10 konkrétních hashtagů, které umístí pod svůj popisek nebo do komentáře.

Než to odklikneš

K hashtagům připoj také klíčová slova bez křížku, doporučuju opět cca 10, můžeš k nim připsat i slovo 'SEO' - podívej se pro inspiraci na mé popisky.

Ukládej si průběžně trendy hudbu, ať nemáš náhle při výběru nouzi

Strukturuj správně své popisky, nezapomeň na strategii, kterou jsem tě naučil a ujisti se, že i když se jedná o motivační nebo odlehčený typ příspěvku, člověk, který je bude číst se vždy srozumitelně dozví, co je tvůj obor a v čem mu můžeš pomoci

Pozor na vhodné emoji, najdi svoje favority a používej je s rozmyslem

CTÁčka by měla být součástí každého z tvých popisků u reels i statického příspěvku, ať už jedno nebo více. Ujisti se, že ti tam nechybí.

Pokud ve svém háčku u reels slíbíš, že lidem 'dáš návod', 'vyzradíš tajemství', 'svěříš něco důležitého' apod. vždy tomu dostůj a udělej to.

Odpovídej včas na komentáře a reakce od publika, zkus zapříst konverzaci na téma, které se tvého niche týká a ptej se zpátky i ty jich. Buď přátelský, ale profesionální.

Najdi svůj hlas, kterým budeš své nadšení pro obor, který sis zvolil tady na Instagramu upřímně komunikovat. Věř mi, že nadšení jednoho člověka pro to, co dělá, dokáže motivovat davy lidí bez toho, aniž by oni o tom tématu zprvu vůbec něco věděli.

Private label rights licence

Oficiální znění PLR licence pro Příručku “Vše pro tvorbu REELS”

1. Udělení práv k dalšímu prodeji:

Zakoupením a tím, že se stanete prodejcem tohoto pracovního sešitu vy, jsou vám udělena práva k dalšímu prodeji produktu pod vaší značkou. Tato práva zahrnují schopnost prodávat, propagovat a distribuovat produkt jako svůj vlastní.

2. Přizpůsobení a branding:

Máte povinnost přizpůsobit si ebook tak, aby odpovídal vaší značce. To může zahrnovat přidání vašeho loga, úpravu barev, barevných prvků a začlenění vašich kontaktních informací. I když je přizpůsobení podporováno, ujistěte se, že hlavní obsah zůstane zachován beze změny.

3. Cena a platba:

Jako prodejce máte právo nastavit si vlastní cenu. Za všechny platby přijaté za prodané ebooky nesete odpovědnost vy a vy jste výhradně zodpovědní za veškeré daně nebo poplatky spojené s prodejem.

4. Marketing a propagace:

Prodejcem se doporučuje, aby ebook prodávali a propagovali prostřednictvím svých kanálů na sociálních médiích a internetu. Marketingové úsilí však musí dodržovat etické standardy a nepravdivá tvrzení o obsahu jsou přísně zakázána.

5. Dodržování zákonů:

Prodejci musí dodržovat všechny příslušné zákony a předpisy marketingové a prodejní aktivity. Jakékoli porušení práv duševního vlastnictví nebo neetické praktiky budou mít za následek ukončení oprávnění k dalšímu prodeji.

Tím, že budete pokračovat v dalším prodeji, vy potvrzujete, že jste si přečetli tyto smluvní podmínky, porozuměli jim a souhlasíte s jejich dodržováním