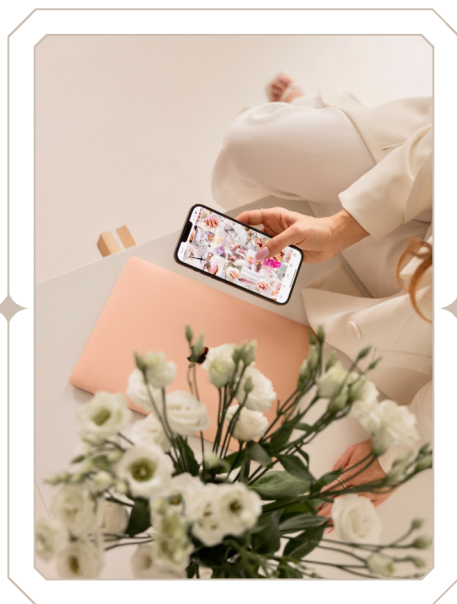


MINI E-BOOK

"Moje pierwsze współprace"

@klaudia_gozdek_amethyst



E-book dla osób, pragnących nawiązać swoje pierwsze
współprace w branży



E-BOOK

o mnie

Hej, jestem Klaudia.

Bazując na moim 8 letnim doświadczeniu w budowaniu marki osobistej, oraz zasięgowego profilu na instagramie, składam w Twoje ręce ten mini e-book, który będzie drogowskazem oraz kompendium wartościowej wiedzy, dzięki której zrozumiesz jak czytać i analizować statystyki, jak na ich podstawie wycenić swoje usługi, oraz jak przygotować się do swoich pierwszych współprac.

Od 11 lat mam możliwość współpracować z dużymi markami. Wspecjalizowałam się w testowaniu, oraz współtworzeniu dla marek produktów do stylizacji paznokci.

Z łatwością dostrzegam potencjał w produktach, dlatego kiedy polecam te wybrane na moim profilu, jestem przekonana o tym, że moi odbiorcy je kupią – ufają mi, ponieważ zawsze polecam wyłącznie sprawdzone i najlepsze produkty

Moje wysokie poczucie estetyki, oraz dbałość o najdrobniejsze szczegóły, ponadprzeciętne umiejętności i konkretne określenie swojej USP w dziedzinie stylizacji paznokci sprawiły, że moje profile osiągają niebotyczne zasięgi, które poparte są ogromym, REALNYM zaangażowaniem odbiorców.

Moi odbiorcy ufają mi i chętnie kupują polecane przeze mnie rzeczy.

AMETHYST ACADEMY

By Klaudia Jaselska



MOJE
Współpraca

elarto®

MAKEAR

EM Nail®
Professional

PB  NAILS

A FINIA



STALEKS
—— POLSKA ——


DIDIER
LAB

éclair

stalberry

“ODCZAROWANIE”

Klucz do sukcesu

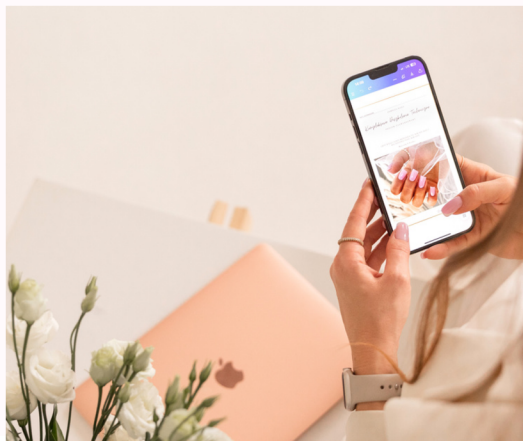
Od 9 lat prowadzę profil na instagramie ! Dokładnie od 2015r.

Do 2019 r. byłam pewna, że stylizacja paznokci będzie jedyną moją pasją. Dodawałam bezwiednie zdjęcia paznokci które wykonywałam na swoich klientkach, obsługiwałam kilka razy w miesiącu kursantki, **aż w końcu dostrzegłam pewną zależność !**

“Dlaczego ta sylistka ma więcej współprac ? Dlaczego ta instruktorka ma więcej kursantek ? Dlaczego marki nie odzywają się do mnie w sprawie współpracy - przecież mam takie wysokie zasięgi !?”

Musiałam osiąść wiedzę, tajemny klucz do algorytmu, zrozumieć dlaczego mimo zasięgów pod postami - nie zarabiam. **Dlaczego marki proponują współpracę w social mediach INNYM**

I tak przepadłam ! **NARODZIŁA** się moja ogromna pasja i chęć do zgłębiania wiedzy w dziedzinie Social Media, budowania marki osobistej i tworzenia kreatywnych treści



SPIS TREŚCI



01

WSPÓŁCZYNNIK ER

Analiza statystyk / Współczynnik ER / Wycena współpracy

02

JAK POZYSKAĆ WSPÓŁPRACĘ

Czy wysokie zasięgi na instagramie, są niezbędne w celu pozyskania swojej pierwszej współpracy ?

03

MEDIA KIT

Portfolio Twórcy / Content Creator

Współprace z markami. Barter, kod afiliacyjny, dochód

01



Analizuj statystyki

Regularnie sprawdzaj, czy Twoje treści przyciągają nowych użytkowników. Zadbaj o wysoki wskaźnik zaangażowania na profilu”



W pogoni ZA WYSOKIMI ZASIEGAMI

Bądźmy ze sobą szczerze :) !

Wysokie zasięgi nie stanowią gwarancji sukcesu na instagramie - przynajmniej nie w naszej branży !
Dlaczego ? Odpowiedź jest bardzo prosta. Viralowe treści generują ruch na profilu - owszem, ale czy
ruch ten, to Twój potencjalni klienci - czy może konta zagraniczne ?

Z fascynacją i dreszczem ekscytacji obserwujemy jak nasze konto wzrasta, a liczba polubień pod
zdjęciami szybuje do góry ! Teraz odpowiedz sobie na pytanie, czy przygotowałaś ciekawy opis do
zdjęcia ? Czy użyłaś produktu, który zaciekał Twojego odbiorcę ? Czy pozostawiłaś przestrzeń do
zainteresowania sobą na dłużej ? Czy zaciekałaś odbiorcę na tyle, aby chciał nawiązać z Tobą dialog
i wrócić do Ciebie po więcej ?

CZYM JEST WSPÓŁCZYNNIK ER I DLACZEGO JEST TAK ISTOTNY ?

@klaudia_gozdek_amethyst

biuro@amethystacademy.pl

▶
1159178

♥
23822

💬
109

📌
--

🔖
5465

WSPÓŁCZYNNIK ER

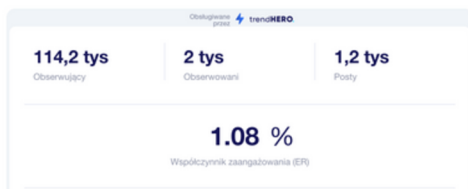
Czym jest współczynnik

zaangażowania ?



Klaudia Gozdek | Szkolenia | Wsparcie w rozwoju |
Inspiracja

@klaudia_gozdek_amethyst



Engagement Rate to wskaźnik poziomu zaangażowania Twoich odbiorców. Jest to jedna z podstawowych rzeczy, na jakie zwróci uwagę firma która będzie chciała podjąć z Tobą współpracę.

Współczynnik ten wskazuje (w odniesieniu do liczby obserwujących) jakie jest ich zaangażowanie na Twoim koncie.

JAK OBLICZYĆ WSPÓŁCZYNNIK ER ?



Klaudia Gozdek | Szkolenia | Wsparcie w rozwoju | Inspiracja



klaudia_gozdek_amethyst

114.3K

Followers

2K

Followings

1%

ER

1.2K

Posts

Im mniejsza ilość follow. **TYM WYŻSZY** *Powinien być współczynnik*

DLACZEGO TEN WSKAŹNIK JEST TAK BARDZO ISTOTNY

Jedynie osoby mieszczące się we współczynniku ER to Twoi realni odbiorcy, pozostali to jedynie liczby.

Marka nawiązująca z Tobą współpracę, najbardziej liczy na efekty sprzedażowe – nie dba o ilość polubień.

Częstym zjawiskiem są konta o dużych zasięgach, które nie sprzedawały produktów marek we współpracy.

CZEMU MUSISZ ROZUMIEĆ, JAK DZIAŁA WSKAŹNIK ER ?

- 01 Pokazuje on w ilu procentach Twoi odbiorcy są faktycznie zaangażowani. Ilość polubień, komentarzy i DM – w odniesieniu do liczby follow
- 02 Jest wyznacznikiem, czy prowadzone przez Ciebie działania przynoszą upragnione efekty
- 03 Współczynnik ten daje Ci obraz tego, czy trafiasz swoimi treściami do określonej przez siebie niszy

BAZA DO WYCENY

3000 FOLLOW	4– 5% ER – 120 –150 ZŁ / POST
30 000 FOLLOW	2,5–4% ER – 600–900 ZŁ / POST
100 000 FOLLOW	2–3% ER – 1000–2000 ZŁ / POST
300 000 FOLLOW	1–2% ER – 3000–6000 ZŁ / POST
500 000 FOLLOW	1–2% ER – 7000–12000 ZŁ / POST. (W tym przypadku, mediana jest bardzo niewymierna)

JAKIM TYPEM INFLUENCERA JESTEŚ

MIKRO	OKOŁO 1000–2000 TYS.
NANO	OKOŁO 100 000 TYS.
MID	OD 100 000 TYS.
MAKRO	OD 500 000 TYS.
MEGA	PONAD 1 MLN



Tutaj OKREŚLISZ

Swój współczynnik ER



MODASH

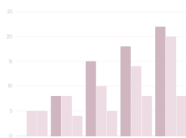
TERAZ JUŻ WIESZ, JAK WYCENIĆ SVOJE WSPÓŁPRACĘ.
POGADAJMY O TYM, CO ANGAŻUJE NAJBARDZIEJ?

- ☒ Codzienna aktywność na profilu – zdjęcia / karuzele / reels / stories
- ☒ Utrzymywanie kontaktu poprzez storytel – opowiadaj, chwal się osiągnięciami
- ☒ Buduj swój autorytet / bądź pewna swoich umiejętności oraz przekonań
- ☒ Odpisuj na komentarze, komentuj posty innych – niech stanie się to Twoim nawykiem
- ☒ Zadbaj o jakość i różnorodność treści
- ☒ Buduj swoją markę osobistą, jedynie na wartościowych fundamentach
- ☒ Zadbaj o ciekawe i angażujące opisy pod postami, które zachęcą do komentowania
- ☒ Nie podawaj wszystkiego “na tacy” pozostaw przestrzeń do zainteresowania

A CO NAJMNIEJ ...

- ☒ Nie krytykuj publicznie działań innych Twórców
- ☒ Nie kopiuj ! Marka zawsze będzie wolała nawiązać współpracę z oryginałem – niż kopią
- ☒ Unikaj złego wypowiadania się na temat marek z którymi planujesz współpracę
- ☒ Unikaj “dram” i sprzeczek w sieci
- ☒ Brak kontaktu z odbiorcami, nieodpisywanie na wiadomości
- ☒ Wulgarny i opryskliwy język podczas komunikacji z innymi użytkownikami
- ☒ Nieregularne publikowanie treści / cisza
- ☒ Nic nie wnoszące, suche treści, bez głębszego znaczenia

JAK ANALIZOWAĆ *Statystyki*



707 569
Konta w zasięgu

Odbiorcy, do których dotarło ⓘ

Konta w zasięgu

707 tys.
+46,2%

Zaangażowane konta

43,1 tys.
+30,7%

Łączna liczba obserwatorów

114 tys.
+0,9%



♥
9652

💬
86

➦
--

🔖
5467

Regularnie analizuj statystyki Twojego konta, oraz treści które dodajesz

Zwróć uwagę na to, aby wszystko było zawsze na zielono !

Szary okolor i ujemne statystyki, oznaczają brak zaangażowania

Co jest równe spadkowi współczynnika ER

Najistotniejsze jest, aby Twoje treści docierały do osób które Cię obserwują !

JAK ANALIZOWAĆ

Osoby obserwujące i nieobserwujące

W oparciu o zasięg



Wyświetlenia

1 855 964
+12%

Według typu zawartości



“Konta w zasięgu”

**Na bieżąco sprawdzaj, jakim powodzeniem cieszą się Twoje posty.
Jakie treści najmocniej przyciągają Twoich odbiorców.
Tych nowych, oraz tych stałych.**

**Pro Tip – zapisuj w notesie, po których treściach miałas największy
odbiór w DM i komentarzach.
Które stories było odtworzone ponadprzeciętnie dużo –
przeanalizuj, co mogło na to wpłynąć.**

CZY WYSOKIE zasięgi mają znaczenie

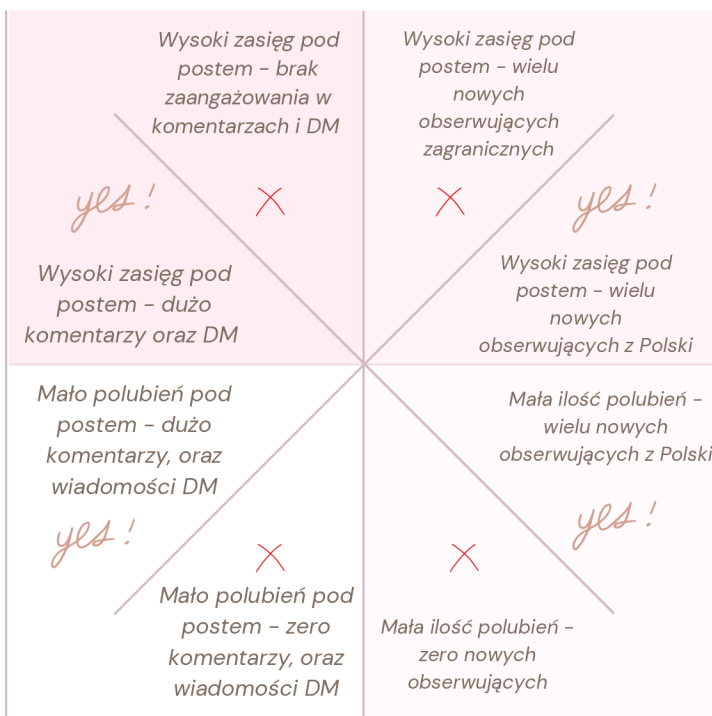
Wysokie zasięgi – lubimy je tylko wtedy, gdy wraz z nimi widzimy zaangażowanie lokalnej społeczności.

Jeśli wstawiasz post i wpada w tzw "Viral" – SUPER ! Pod warunkiem że Twoja skrzynka DM, oraz panel komentarzy pękają od wiadomości z zapytaniami o produkty których użyłaś, technikę wykonania, oraz polecajki !

W innym wypadku – Viral ten stanowi jedynie puste liczby. W większości viralowe treści wypływają "w świat", nam zależy najbardziej na potencjalnych klientach, osoba z Francji czy Argentyny, nie kupi Twoich usług.

High

High



Low

Low

SPRAWDZONE

Sposoby na działanie

Stwórz dobre podwaliny pod współpracę ! Wybierz kilka firm, z którymi chcesz nawiązać współpracę. Koniecznie zapisuj KAŻDĄ !!! Wiadomość od Twoich odbiorców, czy kursantów, w których są podziękowania za Twoją rekomendację !

Możesz spróbować podarować komuś takie produkty w zamian za rekomendację. Niech to będzie w przyszłości Twój as w rękawie. Niech marka widzi Twoje zaangażowanie. Kierując się tymi krokami, stwórz relację z marką i pamiętaj – szczęściu trzeba pomóc.

NAWIĄŻ RELACJE

- ☐ Sympatyzuj z marką
- ☐ Komentuj jej posty
- ☐ Udostępniaj Ją na stories
- ☐ Oznaczaj bezinteresownie

BUDUJ KONTAKTY

- ☐ Pisz do marki DM
- ☐ Chwal jej produkty
- ☐ Nawiąż relację z osobą od ich SoMe
- ☐ Daj się poznać jako fan marki

ANGAŻUJ SIE

- ☐ Kupuj nowości
- ☐ Odwiedzaj stoisko na targach
- ☐ Udostępniaj kampanię
- ☐ Wypowiedz się o marce i jej nowościach na stories

DAJ COŚ OD SIEBIE

- ☐ Stwórz rolki z użyciem produktów
- ☐ Pokaż produkty w użyciu
- ☐ Pokaż ich trwałość
- ☐ Zrób live i zaproponuj marce barter

CO MOŻESZ ZAPROPONOWAĆ

Firmie z którą chcesz nawiązać współpracę jako NailFluencer - Content Creator

Jakich praktyk w kontaktach unikaj

CHECK LIST	YES	NO
Live Stream (reklama pasywna lub aktywna)	yes!	☐
Reels - Techniczne (mówione oraz fast) / fast reelsy (zdobienia , stylizacja)	yes!	☐
Posty - zdjęcia stylizacji/ karuzele / opinia o produkcie / step by step	yes!	☐
Stories - Unboxing/ Storytel "o produkcie" / Prezentacja nowości	yes!	☐
Nie pisz do marki - "Hej, może coś dla Was nakręcę"	☐	☒
Nie wypowiadaj się negatywnie na temat produktów tej marki	☐	☒
Nie polecaj produktów, które w Twojej ocenie są złe	☐	☒
Nie bądź arogancka w srosunku do osób, które kontaktują się z Tobą	☐	☒
Nie rozmawiaj od razu o cenie	☐	☒
Nie zamykaj się na negocjacje	☐	☒

ANGAŻUJĄCE TREŚCI

STORYTEL

Opowiadaj

ROLKI Z DUBINGIEM

Nagrywaj

BACKSTAGE

Pokazuj

To ważne aby treści były różnorodne

Skup się na tym, aby treści które zamieszczasz były spójne kolorystycznie, spójne stylem - ale jednocześnie różnorodne.

Stawiaj na



REELSY Z DUBINGIEM



STORYTEL



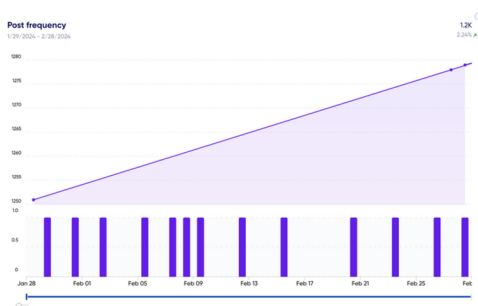
ŁADNE STYLIZACJE



LIVE'Y

The Result

WZROST ZAANGAŻOWANIA



CO ZROBIĆ

Aby zostać twórcą cyfrowym

Trzymaj się tych kilku zasad, a osiągniesz rezultat szybciej niż myślisz.

Zacznij Tworzyć treści edukacyjne

Oznaczaj marki w swoich postach, oraz na stories

Skoncentruj się na początek na 2-3 firmach z którymi chcesz zacząć współpracę

Rozwijaj swój profil i zadбай o zaangażowanie ! Bądź aktywna

Zadбай o spójny profil / estetyczne zdjęcia prac / jakościowe reelsy

Zacznij od współprac barterowych, oraz kodów afiliacyjnych

Zacznij od działań bezinteresownych " Pro bono "

Sympatyzuj z wybranymi markami !

Nie czekaj aż ktoś zwróci na Ciebie uwagę – konkurencja jest ogromna

Bądź serdeczna w kontaktach, buduj społeczność – INICJUU !

Zagaduj nowych użytkowników ! – zainicjuj rozmowy w DM jako pierwsza

Pisz miłe wiadomości oraz komentarze do dużych Twórców których podziwiasz

Organizuj na profilu rozdania i konkursy !

Pamiętaj ! "Nie od razu Rzym zbudowano" – bądź cierpliwa i konsekwentna

03



*Posiadając Media Kit -
podnosisz wartość
rynkową swojej marki
osobistej*

Nie ma wyższej wartości, niż postrzeganie nas przez innych w biznesie
jako profesjonalnych, poważnych, na wysokim poziomie.

To buduje Twoją markę osobistą, z którą podejmie poważną
współpracę - poważna firma

CZYM JEST MEDIA KIT ?



KLAUDIA GOZDEK

Specjalistka w dziedzinie stylizacji paznokci z 15 letnim stażem. Ekspert w tworzeniu zaskakujących treści w SoMe.

Od 8 lat współpracuję z markami jako instruktor oraz products & content creator

@mariola_klaudia_gozdek
klaudia@medialystartup.pl

Media Kit - to nic innego, jak portfolio Twórcy cyfrowego. Co powinien zawierać ?

Zdjęcie profilowe

Wstęp

Intro - kilka słów o mnie

Biografia

"Zaufali mi"

Case Study

Opinie od firm, podsumowanie działań

Statystyki konta

Dane kontaktowe

Oferta współpracy

Narazie bez cennika !

Kilka rad ode mnie

Kiedy skontaktuje się z Tobą marka (lub Ty podejmiesz kontakt), pamiętaj o zachowaniu formy grzecznościowej, oraz biznesowej. Nie pisz jak do koleżanki !
Zacznij rozmowę od kilku etapów:

"Witam, jestem fanką Państwa marki ..."

" Od dawna pracuję na Państwa produktach ..."

" Z ogromną radością podejmę się wspólnych działań, czy jest coś, w czym mogę Państwu pomóc ..."

"Byłabym ogromnie wdzięczna za możliwość zaprezentowania swojego Media Kit'u"

Zacznij od komplementu

Pokaż inicjatywę

Podkreśl swoje intencje

Wysłanie Portfolio to tzw
"pierwsza randka"

PAMIĘTAJ



*Negocjacje wymagają
czasem kompromisów.*

Nie upieraj się i nie trzymaj ściśle swoich określonych wycen. Niektóre marki nie są chętne do współpracy płatnych, z niektórymi warto pracować barterowo, czasem opłacalny będzie kod afiliacyjny.

Bądź elastyczna, ale dbaj o swoje interesy.

KREOWANIE

Pakietów usług

Proponując i wyceniając swoje usługi, nie zapomnij o pakietach! Ludzie uwielbiają pakiety,
zwłaszcza gdy idzie za nimi BONUS, lub rabat

PRZYKŁADOWY PAKIET NR. 1

1 X LIVE
2X REELS TECHNICZNY

BONUS - 3X STORIES
(UNBOXING, PREZENTACJA, STORYTEL)

PRZYKŁADOWY PAKIET NR. 2

1 X LIVE
IX REELS TECHNICZNY
IX POST (STYLIZACJA Z UŻYCIEM
PRODUKTÓW)

BONUS - 3X STORIES
(UNBOXING, PREZENTACJA, STORYTEL)

PRZYKŁADOWY PAKIET NR. 4

2 X LIVE
IX REELS TECHNICZNY

BONUS
IX STORIES
IX POST - KARUZELA STEP BY STEP

PRZYKŁADOWY PAKIET NR. 3

2X REELS TECHNICZNY
IX POST (STYLIZACJA Z UŻYCIEM PRODUKTÓW)

BONUS
2X STORIES

PRZYKŁADOWA

Oferta

Dowiedz się, w jaki sposób mogę wesprzeć Twoją markę

- 1 Stworzę rolkę z lokowaniem Twojego produktu, opisem, oznaczeniem.
- 2 Poprowadzę transmisję Live, podczas której w sposób aktywny, lub pasywny wypromuję Twój sklep lub produkt.
- 3 Będę polecała swoim odbiorcom moje ulubione produkty Twojej marki. Mogę promować je również z kodem afiliacyjnym.
- 4 Mogę stworzyć stylizację na mój profil, z oznaczeniem Twoich produktów, oraz wskazaniem ich w wiadomości prywatnej (średnio 150 zapytań na post).
- 5 Zaprezentuję Twoje produkty podczas unboxingu na relacji.
- 6 Przetestuję dla Ciebie produkty w fazie tworzenia, zrecenzuję je i wskażę najlepsze, oraz najgorsze cechy.

TESTYMONIALE

pamiętaj.

aby zbierać opinie od firm, z którymi nawiążesz współpracę.

Cześć Klaudia! ♥

Jako manager kreatywny marki, elarto mam przyjemność podziękować za tworzenie treści z wykorzystaniem naszych produktów. Ta współpraca jest dla nas niezwykle cenna, bardzo dziękuję że wykazujesz się nie tylko kreatywnością i profesjonalizmem w realizacji zleceń, ale także wyjątkowym zaangażowaniem, które przekłada się na wysokie zainteresowanie wśród Twoich odbiorców. Twoja umiejętność budowania zaangażowanej społeczności i skutecznego promowania naszych produktów jest imponująca. Dzięki tej współpracy, odnotowaliśmy zwiększony ruch na naszej stronie oraz wzrost sprzedaży produktów za pośrednictwem Twojego kodu.

Chciałam również podkreślić, że jestem zachwycona komunikacją, która przebiega płynnie i efektywnie, co sprawia, że cały proces współpracy jest nie tylko efektywny, ale także przyjemny.

Z przyjemnością będę Cię polecać jako wyjątkowo utalentowanego i zaangażowanego twórcę, który jest w stanie realnie przyczynić się do sukcesu każdej marki, która zdecyduje się na współpracę.

Wiktoria Ginał | elarto



Stylizacja paznokci, to coś więcej niż "robienie pazurków" !
To pasja, zaangażowanie, chęć rozwoju, branżowe wsparcie, inspiracje, kreatywność, kobiecość, siła !

Bądź dumna z tego kim jesteś.

Zapraszam Cię do skorzystania z mojej oferty szkoleń stacjonarnych, oraz produktów cyfrowych na mojej platformie.
Śledź mnie, aby nie przegapić nowości !

SZKOLENIA STYLIZACJA PAZNOKCI ŁÓDŹ SZKOLENIA ONLINE

E-BOOKI

WSPARCIE W ROZWOJU



https://www.instagram.com/klaudia_gozdek_amethyst/



<https://amethystacademy.pl/>



https://www.tiktok.com/klaudia_gozdek_amethyst/



https://www.facebook.com/klaudia_gozdek_amethyst/

 biuro@amethystacademy.pl

 664 211 721

 Al. Włókniarzy 234a Łódź

AMETHYST ACADEMY

By Klaudia Gozdek

