

Jak zostać influencerem?

0. **Determinacja.** To nie jest praca na jeden dzień, ani nawet jeden miesiąc. Często więcej niż rok. Jesteś na to gotowy?
1. **Motywacje.** Zastanów się, jakie są Twoje motywacje i pobudki do zostania influencerem. Dlaczego chcesz tworzyć? Jeśli ze względu na popularność – dla niej samej lub aby szybko i łatwo zarabiać na współpracach – możesz się rozczarować.
2. **Wartość.** Określ, jakie są mocne strony tego, co oferujesz. Dlaczego ludzie będą chcieli Cię słuchać? Co znajdą u Ciebie, czego nie znajdą u nikogo innego? Znajdź swoje mocne strony, wyróżniki, ale też wartości dla odbiorców.
3. **Forma.** W czym czujesz się najlepiej? Jeśli w pisaniu, blog jest dla Ciebie. Jeśli lubisz mówić, pomyśl o podcastzie. A może wolisz wideo? Rozważ to również pod kątem tego, w którym kanale Twoje treści będą najłatwiej przyswajalne dla odbiorców.
4. **Miejsce.** Kiedy już wiesz, w jakiej formie chcesz przekazywać treści, wybierz konkretny kanał. Filmy możesz publikować na YouTube, ale też na Facebooku i InstaStories. Blog możesz prowadzić na swojej własnej domenie, ale także w notatkach na Facebooku. Tam też możesz wrzucać atrakcyjne zdjęcia i grafiki, podobnie jak na Instagramie.
5. **Strategia.** Duże słowo – szczególnie, gdy zaczynasz – ale to właśnie jej będziesz potrzebować. Budujesz przecież markę. Zbuduj zatem również plan, jak będziesz docierać do odbiorców, przekonywać ich do siebie. Co będziesz publikować w pierwszym, trzecim tygodniu, a co po dwóch miesiącach? Jak chcesz prowadzić komunikację, w jakim tonie ją utrzymasz? Strategia pomoże zachować spójność i tempo działań.
6. **Konsekwencja.** I spójność. Twoja marka będzie rozpoznawana po konkretnych cechach. Twoją rolą jest sprawić, aby w każdym miejscu komunikowane były te same lub podobne cechy. To wzmocni i uporządkuje przekaz.
7. **Współprace.** Zwracaj się o nie do innych influencerów w branży. Oferuj cross-promo innym twórcom, zawsze najpierw wychodząc z propozycją korzyści dla nich.
8. **Spójność.** To odbiorcy decydują czy jesteś influencerem, prawda? Umiesz budować wokół siebie społeczność? W całym procesie na pewno bardzo Ci się to przyda. Tu wracamy do punktu o motywacjach. Jeśli chcesz zostać „wpływcem” dla samego wpływu, Twoje potencjalna społeczność może to szybko zidentyfikować. Wtedy ciężiej będzie ją do siebie przekonać.

9. **Autopromocja.** Bez tego elementu ciężko będzie się przebić. Nie chodzi o chwalenie się dookoła, ale świadomość swojej wartości i umiejętność wyraźnego komunikowania jej.
10. **Praca.** Przyciągaj ludzi do tego, co już zrobiłeś, do efektów. Twoja osobowość i charyzma to absolutnie niezbędny element całości, ale bez konkretnej pracy, wartości dla odbiorców, ciężko będzie ich przyciągnąć. Pamiętaj, każdy chce czegoś dla siebie.

Bycie influencerem oznacza rozpoznanie tych potrzeb i zgrabne dostosowanie się do nich, a jednocześnie pozostanie sobą.

Powodzenia!

Magdalena Urbaniak

me@magdaurbaniak.com

magdaurbaniak.com

maxtractor.agency

Przydatne linki:

- **Influencer Marketing Hub** – świetne źródło wiedzy o influencer marketingu: <https://influencermarketinghub.com/>
- **Klear** – blog i narzędzie do wyszukiwania influencerów: <https://blog.klear.com/>
- Jeden z webinarów **SEMrush** nt. influencer marketingu (w archiwum jest więcej, zawsze świetni eksperci): <https://www.semrush.com/webinars/influencer-marketing-roi-are-you-set-up-for-success/>
- **The Influencer Podcast**: <https://www.juliesolomon.net/podcast/>
- **Businessese Influencer Marketing Podcast**: <https://www.businessese.com/listen/>
- Blog **Shane'a Barkera** – dużo treści o influencer marketingu: <https://shanebarker.com/blog/rise-of-influencer-marketing/>

Ten dokument jest dodatkiem do wywiadu z Magdaleną Urbaniak: MałaWielkaFirma.pl/269