

Spis treści:

Zamiast nudnego wstępu parę zdań od autorki

Rozdział 1. Twoja misja i cel

1.1. Po co chcesz być influencerką?

1.2. Jak określić swoją misję

1.3. Twój cel SMART

1.4. Inspiracje i przykłady

1.5. Ćwiczenie: Karta misji i celów

Rozdział 2. Wybór platformy i niszy

2.1. Gdzie chcesz działać? (Instagram, TikTok, YouTube)

2.2. Kim chcesz być online? – wybór niszy

2.3. Jak połączyć platformę i niszę

2.4. Inspiracje i przykłady

2.5. Ćwiczenie: Karta wyboru

Rozdział 3. Marka osobista

3.1. Co to jest marka osobista

3.2. Bio, nazwa i zdjęcie profilowe

3.3. Styl wizualny i spójność

3.4. Storytelling – jak opowiadać o sobie

3.5. Checklista marki osobistej

3.6. Ćwiczenie: Karta mojej marki

Rozdział 4. Twój pierwszy content

4.1. Co publikować na start

4.2. Jak wymyślać pomysły na treści

4.3. Jak tworzyć treści, które angażują

4.4. Plan pierwszych 5 treści

4.5. Sprzęt i narzędzia na start

4.6. Mój pierwszy content

4.7. Ćwiczenie: Lista moich treści

Rozdział 5. Plan publikacji na 30 dni

5.1. Ile i jak często publikować

5.2. Jak planować treści (batching, kalendarz)

5.3. Gotowy harmonogram na 30 dni

5.4. Jak utrzymać regularność

5.5. Checklista mój plan na 30 dni

5.6. Ćwiczenie: Mój osobisty plan

Rozdział 6. Pierwsi obserwatorzy

6.1. Dlaczego liczy się jakość nie ilość

6.2. Jak zdobyć pierwszych 100 followersów

6.3. Droga do 500–1000 followersów

6.4. Jak sprawić, żeby zostali

6.5. Czy robisz wszystko by zdobywać obserwatorów

6.6. Ćwiczenie: Plan na 1000 followersów

Rozdział 7. Jak działa algorytm

7.1. Algorytm w prostych słowach

7.2. Co lubią algorytmy

7.3. Błędy , które zabijają zasięg

7.4. Jak współpracować z algorytmem

7.5. Ćwiczenie: Analiza własnego posta

7.6. Checklista – Przyjazny algorytm

Rozdział 8. Interakcja i budowanie społeczności

- 8.1. Dlaczego interakcja jest kluczem
- 8.2. Jak odpowiadać na komentarze i wiadomości
- 8.3. Jak angażować w stories i postach
- 8.4. Jak budować poczucie wspólnoty
- 8.5. Case study – przykłady
- 8.6. Checklista społeczności
- 8.7. Ćwiczenie: Plan interakcji na tydzień

Rozdział 9. Pierwsze współprace i monetyzacja

- 9.1. Kiedy jesteś gotowa na współpracę
- 9.2. Formy współpracy z markami
- 9.3. Jak zdobyć pierwsze współprace
- 9.4. Jak wyceniać swoją pracę
- 9.5. Profesjonalizm – Twój mediakit
- 9.6. Checklista – Gotowa na współpracę
- 9.7. Ćwiczenie: Plan mojej pierwszej współpracy

Rozdział 10. Co dalej po 30 dniach?

- 10.1. Jak utrzymać regularność
- 10.2. Plan rozwoju na kolejne 60 dni
- 10.3. Jak radzić sobie ze spadkiem motywacji
- 10.4. Pierwsze oznaki sukcesu
- 10.5. Co robią influencerki, które wytrwały
- 10.6. Checklista – Moje kolejne 30 dni
- 10.7. Ćwiczenie: Moja mapa na 60 dni

Rozdział 11 Co dalej po 90 dniach?

11.1. Jak wyznaczać cele długoterminowe i myśleć o swoim profilu jak o marce.

11.2. Jak zwiększać współpracę i podnosić stawki?

11.3. Rozszerzanie obecności – nowe platformy i formaty.

11.4. Jak dbać o siebie, żeby się nie wypalić i czerpać radość z tego, co robisz.

Rozdział 12 AI w pracy influencerki

12.1. ChatGPT – Twój asystent kreatywny

12.2. Grafika z AI

12.3. Automatyzacja pracy

12.4. Granice korzystania z AI

12.5. Ćwiczenie praktyczne

Rozdział 13 Jak radzić sobie z hejtem i inne ciekawostki

13.1. Hejt vs. konstruktywna krytyka

13.2. Twoje granice online

13.3. Jak budować odporność psychiczną

13.4. Self-care dla influencerki

13.5. Ciekawostki z życia influencerów

13.6. Jak radzić sobie z presją porównań

Rozdział 14 Narzędzia dla influencerki w skrócie

14.1. Kreatywność i pomysły

14.2. Grafika i wizualizacje

14.3. Automatyzacja i planowanie

14.4. Analiza i optymalizacja

Rozdział 15 Podręczna ściągą narzędzi dla Influencerki

15.1. Kreatywność i pomysły

15.2. Grafika i wizualizacje

15.3. Automatyzacja i planowanie

15.4. Analiza i optymalizacja

Rozdział 16 40 gotowych promptów do ChatGPT

16.1. Pomysły na content

16.2. Opisy postów

16.3. Reels / TikTok

16.4. Stories

16.5. Hashtagi i trendy

16.6. Współprace i marka osobista

16.7. Analiza i rozwój

16.8. Motywacja i społeczność

17. Zakończenie

Gratulacje – Twoja droga dopiero się zaczyna

Zamiast nudnego wstępu parę zdań od autorki

Czy kiedykolwiek przeglądając Instagram, TikToka czy YouTube, pomyślałaś: „Ja też tak chcę. Też mogłabym inspirować, tworzyć i budować swoją markę”?

A zaraz potem pojawiło się zwątpienie: „Ale od czego zacząć? Co jeśli się nie uda? Może to nie dla mnie...”

Dobra wiadomość jest taka, że to zdecydowanie może być dla Ciebie. Influencerem nie zostaje się przez przypadek – to efekt świadomych działań, konsekwencji i znajomości kilku zasad, które poznasz w tej książce.

Ten ebook nie jest kolejną teorią oderwaną od rzeczywistości. Praktyczny plan na 30 dni, dzięki któremu krok po kroku zbudujesz fundamenty swojej obecności online:

- stworzysz profil, który przyciąga,
- nauczysz się publikować treści, które angażują,
- odkryjesz, jak działa algorytm i jak go wykorzystać,
- dowiesz się, jak wyróżnić się w gąszczu podobnych kont,
- a przede wszystkim — zbudujesz swoją markę osobistą.

Być może teraz masz wątpliwości: czy ktoś będzie chciał mnie obserwować? Czy mam coś do powiedzenia? Czy zdążę, skoro inni zaczęli wcześniej?

Odpowiedź brzmi: tak. W świecie social mediów wciąż jest miejsce dla nowych twórców – autentycznych, prawdziwych i konsekwentnych.

Za 30 dni możesz spojrzeć na swoje konto i pomyśleć:

„To naprawdę działa. Ja też mogę być influencerką”.

Ta książka ma być Twoim przewodnikiem i towarzyszem. Czytaj, działaj, wracaj do zadań. Każdy rozdział to kolejny krok do przodu.

A teraz — czas, żebyś zaczęła swoją przygodę.

Rozdział 1

Twoja misja i cel

Każda wielka podróż zaczyna się od pierwszego kroku. Ale zanim zrobisz ten krok, musisz wiedzieć, dokąd idziesz i dlaczego.

Bez tego łatwo się zgubić, zniechęcić i odpuścić po kilku dniach.

Dlatego Twoja droga do zostania influencerką zaczyna się od najważniejszego pytania:

Po co chcę to robić?

To pytanie brzmi banalnie, ale uwierz – ono potrafi uratować Cię w chwilach, gdy będziesz miała ochotę rzucić wszystko w ką. Bo będą takie momenty. Zobaczysz inne dziewczyny, które rosną szybciej niż Ty. Zdarzy się, że Twój post nie złapie żadnych lajków, choć poświęciłaś mu pół dnia. Albo ktoś z rodziny powie: „Po co Ci te głupoty?”. Właśnie wtedy odpowiedź na pytanie „po co to robię?” staje się Twoją siłą.

Pomyśl o tym jak o wewnętrznym GPS-ie. Jeśli nie wpiszesz celu podróży, możesz kręcić się w kółko, gubić czas i energię, a na końcu być wkurzona, że nigdzie nie dotarłaś. A jeśli masz jasno określony powód, to nawet jeśli droga będzie kręta, zawsze wrócisz na właściwe tory. I nie chodzi o to, żeby Twój powód był „wielki” czy „idealny”. Nikt nie wymaga, żebyś od razu ratowała świat albo zmieniała życie milionów ludzi. Wystarczy, że będzie prawdziwy i Twój. Jedna dziewczyna zaczęła wrzucać filmiki, bo po prostu kochała tańczyć – i jej energia zaraziła tysiące. Inna chciała pokazać, że mama też może mieć pasję i czas dla siebie – dziś inspirowała setki kobiet. Czasami odpowiedź jest naprawdę prosta: „Chcę się dobrze bawić” albo „Chcę poznać nowych ludzi”. I to też jest okej. Z tego mogą wyrosnąć rzeczy, o których nawet nie śniłaś.

Ćwiczenie dla Ciebie:

Usiądź z kubkiem kawy albo herbaty i zapisz jedno zdanie:

Chcę być influencerką, ponieważ...

Nie poprawiaj, nie analizuj – zapisz to, co pierwsze przychodzi Ci do głowy. To Twoja prawda na teraz.

1.1. Po co chcesz być influencerką?

Nie ma jednej dobrej odpowiedzi. Każda dziewczyna, która zaczyna, ma swój powód. Sprawdź, który z nich jest najbliższy Tobie.

Często dziewczyny wstydzą się przyznać do swojego prawdziwego powodu. Myślą: „to głupie, że chcę być popularna” albo „nie wypada mówić, że chcę na tym zarabiać”. A prawda jest taka, że każdy powód jest okej – o ile jest Twój. Nie ma lepszych czy gorszych motywacji. To trochę jak z wyborem butów: jedna dziewczyna bierze szpilki, bo chce błyszczeć, inna sneakersy, bo liczy się wygoda. Efekt? Obie wyglądają i czują się świetnie – ale każda na swój sposób.

Tutaj pasuje jedna historia. Znam dziewczynę, która zaczynała na Instagramie tylko po to, żeby mieć... więcej pewności siebie. Nie miała planu na karierę, nie myślała o markach czy kontraktach. Chciała po prostu sprawdzić, czy ktoś polubi jej zdjęcia i styl. Zaczęła od prostych selfie i krótkich opisów. Po roku miała już grupę dziewczyn, które pisały: „Dzięki Tobie wreszcie noszę to, co lubię”.

Jej powód na starcie był mały, ale przerodził się w coś większego.

Dlatego nie bój się swoich powodów. Nawet jeśli na początku chodzi Ci tylko o frajdę czy kilka lajków – to może być pierwszy krok do wielkiej przygody. A jeśli od razu marzysz o pracy na własnych zasadach i niezależności – też świetnie. Ważne, żebyś wiedziała, po co w to wchodzisz, bo wtedy łatwiej Ci będzie w tym wytrwać.

Ćwiczenie dla Ciebie:

Weź kartkę i napisz: Mój powód, dla którego chcę być influencerką, to...

Nie oceniaj, nie poprawiaj – niech to będzie najprostsza odpowiedź z serca.

Popularność i społeczność – chcesz mieć odbiorców, którzy Cię słuchają, lajkują i inspirują.

Popularność to nie tylko liczba serduszek pod zdjęciem. To poczucie, że ktoś naprawdę czeka na Twoje treści, że masz grono ludzi, którzy zaglądają do Ciebie tak, jakby odwiedzali ulubioną koleżankę. I wiesz co? To uczucie jest niesamowite. Nagle Twoje zdjęcie z kawą staje się pretekstem do dyskusji o życiu, a zwykły filmik z zakupów inspiruje kogoś do zmiany stylu. Popularność w social media to tak naprawdę społeczność, czyli ludzie, którzy czują z Tobą więź.

Pamiętam historię jednej dziewczyny, która zaczęła wrzucać filmiki ze swoją... świnką morską. Serio! Myślała, że lajka dostanie tylko od mamy i przyjaciółki. A tu nagle pod jej postami zaczęły pojawiać się komentarze typu: „O, moja też tak robi!” albo „Pokaż, jak ją karmisz!”. Z czasem zebrała społeczność miłośników zwierzaków, którzy dzielili się wskazówkami, memami i wsparciem. Popularność przyszła sama, bo ludzie po prostu lubili być w tym miejscu razem.

I tu jest sedno: jeśli chcesz popularności, to nie licz tylko na cyferki. Licz na relacje. Bo 1000 „pustych” obserwatorów nigdy nie da Ci tyle satysfakcji, co 100 osób, które naprawdę lubią to, co robisz.

Ćwiczenie dla Ciebie:

Wyobraź sobie, że masz swoją społeczność. Opisz w 3–4 zdaniach:

1. Kim są te osoby?
2. Co chcą od Ciebie oglądać/słuchać?
3. Jak chcesz, żeby się czuli po kontakcie z Twoimi treściami?

Pasja i dzielenie się wiedzą – kochasz jakiś temat (moda, fitness, książki) i chcesz nim zarażać innych.

Pasja to najpiękniejsze paliwo, jakie możesz mieć na swojej drodze influencerki. Kiedy coś naprawdę Cię kręci, nie musisz się zmuszać do tworzenia – sama ciągle wpadasz na nowe pomysły, chcesz gadać, pokazywać, dzielić się.

To energia, która wręcz wylewa się z Ciebie i naturalnie przyciąga ludzi. Bo prawdziwe emocje zawsze się przebijają – nawet przez ekran telefonu.

Mam znajomą, która od zawsze kochała książki. Wiesz, taka dziewczyna, która w plecaku zamiast kosmetyczki nosiła powieść, a wieczory spędzała z kubkiem herbaty i kolejnym rozdziałem. Pewnego dnia zaczęła nagrywać krótkie filmiki z recenzjami – bez scenariusza, bez profesjonalnego sprzętu, po prostu „z serca”. Mówiła tak entuzjastycznie, że ludzie pisali: „Nigdy nie czytałam kryminałów, ale po Twojej recenzji muszę spróbować!”. Pasja zrobiła swoje – przyciągnęła innych pasjonatów i zbudowała wokół niej małą, ale cudowną społeczność.

Widzisz, pasja zaraża. Ludzie nie zawsze muszą podzielać Twoje zainteresowania w 100%, ale jeśli widzą Twoje iskry w oczach, chcą być częścią tego ognia.

Ćwiczenie dla Ciebie:

Zrób szybką listę 3 rzeczy, o których mogłabyś mówić godzinami bez ziewania. Zastanów się, które z nich sprawiają, że inni już teraz pytają Cię o rady albo inspirują się Twoim stylem życia. To może być pierwsza wskazówka do Twojej przyszłej nisz.

Zarabianie i niezależność – marzysz, by social media stały się Twoją pracą i źródłem dochodu.

Nie ma co ukrywać – wizja zarabiania na Instagramie czy TikToku brzmi kusząco. Robisz to, co lubisz, a jeszcze dostajesz za to pieniądze. Brzmi jak marzenie, prawda? I faktycznie wiele influencerów tak żyje – współprace z markami, własne produkty, płatne kampanie. Ale pamiętaj: za każdą taką historię stoi czas, cierpliwość i konsekwencja.

Znam dziewczynę, która zaczynała totalnie na luzie. Kręciła filmiki kulinarne – proste przepisy dla studentów: makaron w 10 minut, kanapka na egzamin, szybka sałatka „z tego, co jest w lodówce”. Robiła to dla zabawy, bo sama miała mało kasy i chciała dzielić się trikami. Po pół roku zgłosiła się do niej lokalna marka przypraw z propozycją współpracy. Nie dlatego, że miała milion obserwatorów – miała ich zaledwie kilka tysięcy – tylko dlatego, że miała zaangażowaną społeczność. Dziś utrzymuje się z tworzenia treści, a jej kuchnia stała się „biurem marzeń”.