

TOP 80
CHWYTLIWYCH
NAGŁÓWKÓW

TOP 30
POMYSŁÓW NA
STORYTELLING

NA
INSTAGRAM



WIĘKSZA
KLIKALNOŚĆ



WZROST LICZBY
OBSERWUJĄCYCH

CHWYTLIWE NAGŁÓWKI - PO CO?

Chwytniwe nagłówki, to nieodłączny element skutecznych postów na Instagramie. Dzięki nim możesz zwiększyć zasięg, zaangażowanie i świadomość swojej marki.

Jak napisać **chwytniwy nagłówek** na Instagramie?

- **Użyj pytań.** Angażują użytkowników i sprawiają, że chcą dowiedzieć się więcej.
- **Używaj emotikon.** To świetny sposób na to, aby nadać Twojemu nagłówni bardziej osobisty charakter.
- **Bądź konkretna.** Unikaj ogólników i mów wprost o tym, co oferujesz w swoim poście.
- **Użyj liczb.** Liczby są łatwe do zapamiętania i sprawiają, że Twój nagłówek jest bardziej konkretny.
- **Zwracaj uwagę na długość nagłówna.** Powinien on być krótki i treściwy, aby użytkownik mógł go przeczytać i zrozumieć w mgnieniu oka.
- **Testuj różne nagłówni.** Najlepszym sposobem na to, aby dowiedzieć się, który nagłówek jest najbardziej skuteczny, jest przetestowanie kilku różnych opcji.

Dlaczego **warto używać** chwytniwych nagłównów na Instagramie?

- **Zwiększają zasięg postów.** Chwytniwe nagłówni przyciągają uwagę użytkowników i skłaniają ich do kliknięcia w post. Dzięki temu Twoje posty będą wyświetlane szerszemu gronu odbiorców.
- **Poprawiają zaangażowanie.** Zachęcają one użytkowników do interakcji z postem, np. zostawiania komentarzy lub polubień. Dzięki temu zwiększysz zaangażowanie swoich odbiorców.
- **Budują świadomość marki.** Jest to doskonały sposób na to, aby użytkownicy zapamiętali Twoją markę!



WEZWANIE DO DZIAŁANIA (CTA)

Wezwanie do działania (CTA), to tekst lub grafika, która jasno i konkretnie wskazuje, jakiego działania oczekuje się od odbiorcy.

WEZWANIE DO DZIAŁANIA (CTA) NA INSTAGRAMIE MOŻE BYĆ UŻYWANE DO ZACHĘCENIA UŻYTKOWNIKÓW DO:

- 👉 Przeczytania posta
- 👉 Reakcji na post
- 👉 Zakupu produktów lub usług
- 👉 Subskrypcji profilu
- 👉 Odwiedzenia strony internetowej
- 👉 Zapisania się na newsletter

SKUTECZNE CTA POWINNO BYĆ:

1. Konkretnie i łatwe do zrozumienia: Odbiorca powinien wiedzieć, co ma zrobić, aby spełnić Twoje oczekiwania
2. Krótkie i zwięzłe: Ludzie mają krótką uwagę, więc ważne jest, aby CTA było chwytliwe i łatwe do zapamiętania
3. Wzywające do działania: CTA powinno być napisane w taki sposób, aby zachęcało do podjęcia działania na Twoim profilu



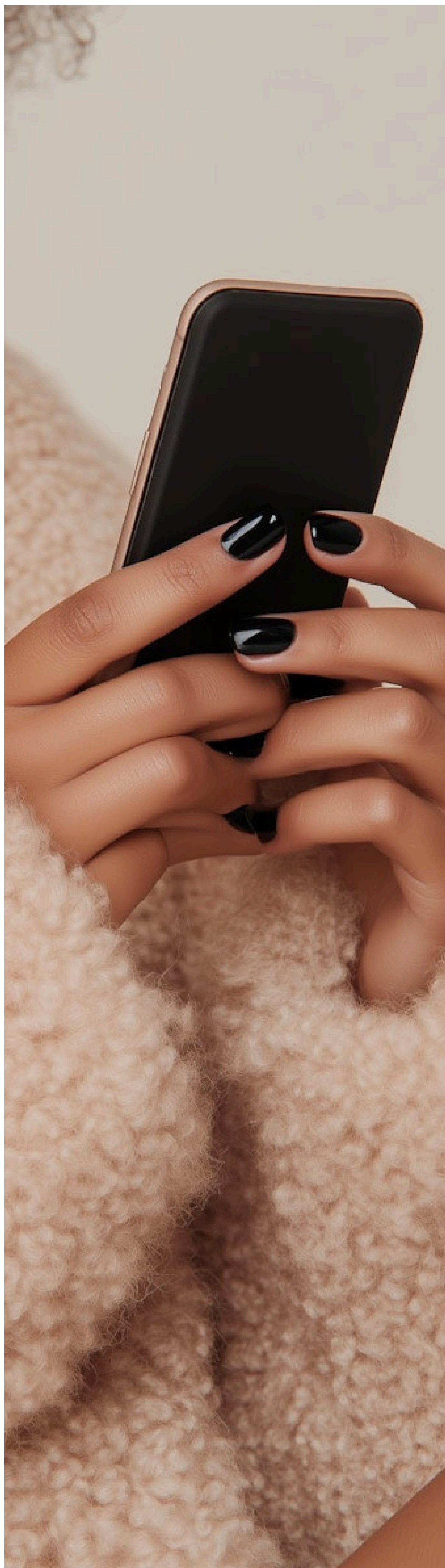
Dobrym pomysłem, jest stosowanie różnych CTA w zależności od celu posta. Na przykład, jeśli chcesz **zwiększyć zaangażowanie**, możesz zachęcić użytkowników do pozostawienia komentarza, lub udostępnienia posta. Jeśli chcesz **zwiększyć sprzedaż**, możesz zachęcić użytkowników do zakupu produktu lub usługi.

PRZYKŁADY WEZWANIA DO DZIAŁANIA (CTA):

- 👉 Kup teraz
- 👉 Dowiedz się więcej
- 👉 Subskrybuj
- 👉 Śledź
- 👉 Udostępnij
- 👉 Komentuj
- 👉 Odpowiedz na ankietę
- 👉 Weź udział w wydarzeniu
- 👉 Ściągnij aplikację
- 👉 Zapisz się na newsletter
- 👉 Skontaktuj się z nami
- 👉 Poznaj naszą historię
- 👉 Zobacz nasze produkty
- 👉 Odwiedź naszą stronę internetową

PRAKTYCZNE POMYSŁY NA CTA, KTÓRE MOŻESZ WYKORZYSTAĆ NA INSTAGRAMIE:

- Przeczytaj nasz post, aby dowiedzieć się więcej!
- Dawaj lajka, jeśli podoba Ci się to, co widzisz!
- Wypróbuj nasz produkt i podziel się opinią!
- Zrób zdjęcie z naszym produktem i oznacz nas!
- Weź udział w naszym konkursie i wygraj nagrodę!
- Odwiedź naszą stronę internetową, aby uzyskać rabat!
- Zapisz się na nasz newsletter, aby otrzymać prezent!
- Śledź nas na bieżąco, aby zobaczyć więcej zabawnych treści!
- Podziel się tym postem z przyjacielem!
- Napisz komentarz, aby wygrać nagrodę!
- Daj nam znać, co myślisz o tym poście!
- Kup teraz i zdobądź darmowy prezent!
- Obserwuj nas, aby być na bieżąco z najnowszymi trendami!
- Zapisz się na newsletter, aby otrzymywać ekskluzywne oferty!



POSTAW NA GRAFIKĘ!

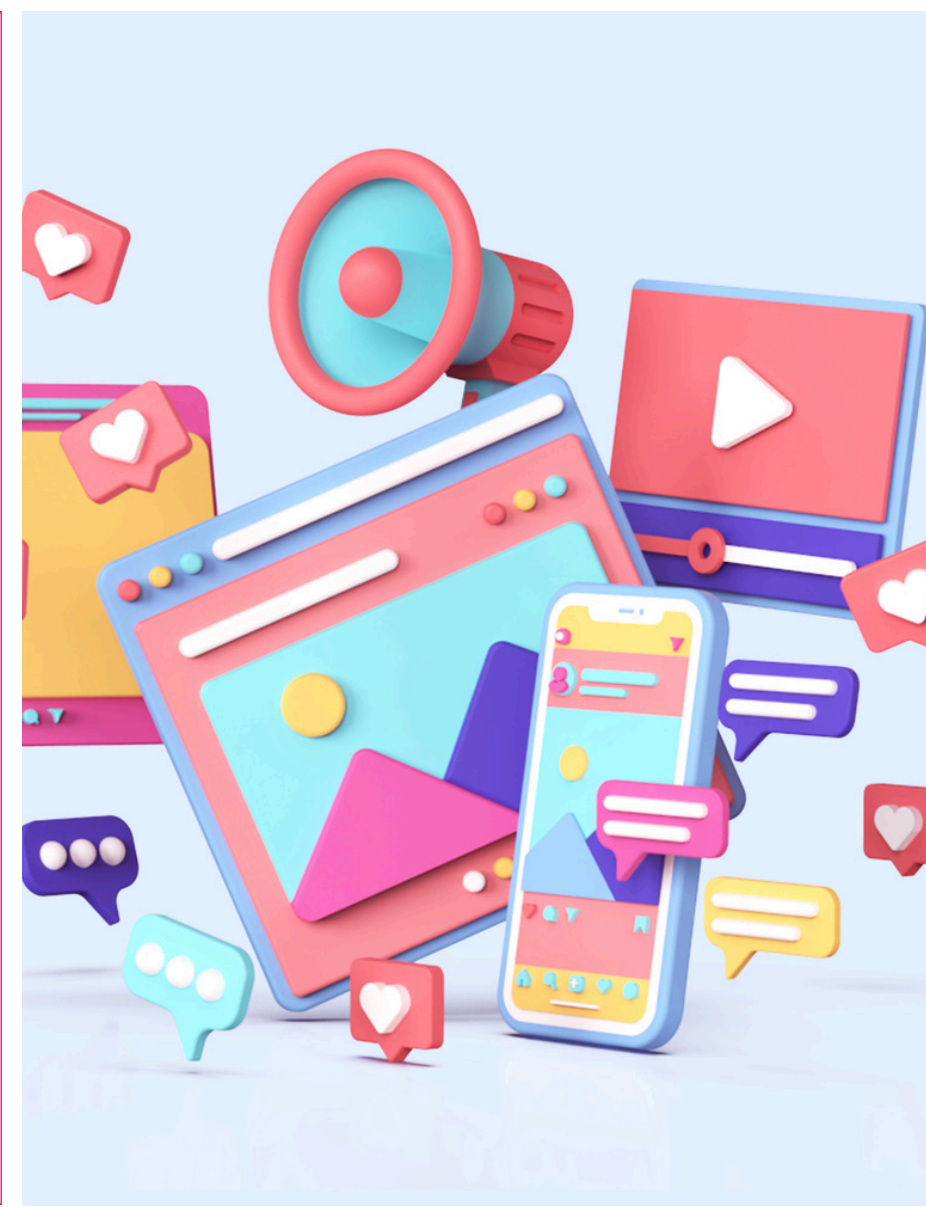
Grafika powinna być dostosowana do Twojej grupy docelowej i przedstawiać to, co oferujesz w sposób jasny i atrakcyjny.

JAK STWORZYĆ SKUTECZNĄ GRAFIKĘ ABY PRZYCIĄGNĄĆ UWAGĘ KLIENTA?

- Użyj jasnych i żywych kolorów. Takie kolory mogą być bardzo skutecznym sposobem na przyciągnięcie uwagi.
- Użyj wysokiej jakości zdjęć lub grafik. Odpowiednie zdjęcia lub grafiki mogą pomóc Ci przedstawić swój produkt lub usługę w atrakcyjny sposób.
- Użyj jasnego i czytelnego tekstu. Powinien być on napisany przystępnym językiem, łatwym do odczytania i zrozumienia.
- Użyj CTA - to kluczowy element każdej grafiki zachęcającej do zainteresowania klienta.

GRAFIKA PRZYCIĄGAJĄCA WZROK KLIENTA POWINNA BYĆ TAKŻE:

- Estetyczna i atrakcyjna. Musi budzić zainteresowanie i wywołać pozytywne emocje.
- Odpowiednia do grupy docelowej - dostosowana do zainteresowań i potrzeb Twoich odbiorców.
- Konkretna i informacyjna. Musi jasno przedstawiać, co oferujesz i dlaczego warto się tym zainteresować.
- Wzywająca do działania. Powinna zawierać CTA, które zachęca do podjęcia działania.



OTO KILKA PRZYKŁADÓW GRAFIK NA SOCIAL MEDIA

- Grafika z atrakcyjnym zdjęciem Twojego produktu lub usługi. Takie grafiki są bardzo skuteczne w przyciąganiu uwagi i kojarzeniu z Twoją marką.
- Grafika z inspirującą grafiką lub ilustracją. Mogą być one skuteczne w wywołaniu pozytywnych emocji i zapamiętaniu Cię na dłużej.
- Grafika z jasnym/kolorowym i czytelnym tekstem. Takie grafiki mogą być skuteczne w przekazywaniu informacji o produkcie lub usłudze i błyskawicznie przyciągają wzrok.
- Grafika z CTA - są bardzo skuteczne w zachęcaniu do podjęcia działania (obserwacja, kliknięcia, komentarze)



SPÓJNOŚĆ WIZUALNA DLACZEGO JEST TAK WAŻNA?

Spójność graficzna na Instagramie to doskonały sposób na to, aby Twoje konto było bardziej rozpoznawalne i angażujące

SPÓJNOŚĆ WIZUALNA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH:

- **Buduje świadomość marki.** Gdy użytkownicy widzą, że Twoje posty mają wspólny styl i ton, zaczynają kojarzyć Cię z daną marką.
- **Ułatwia odnalezienie Twoich postów.** Gdy użytkownicy widzą, że Twoje posty są spójne, łatwiej im je znaleźć, nawet jeśli nie pamiętają, na jakie konto kliknęli.
- **Zwiększa zaangażowanie.** Użytkownicy są bardziej skłonni do interakcji z Twoimi postami, jeśli są one spójne i estetyczne.

MOODBOARD - CO TO TAKIEGO?

Moodboard to cenne narzędzie, które może pomóc Ci w stworzeniu spójnej i atrakcyjnej marki. Inaczej, jest to wizualne przedstawienie tożsamości marki. Służy do uporządkowania pomysłów i inspiracji, które są istotne dla marki. Moodboard w zależności od typu działalności klienta może zawierać:

- zdjęcia,
- kolory,
- typy czcionek,
- motywy, symbole
- ton i styl marki
- wartości marki



CHCESZ OSIĄGNAĆ SPÓJNOŚĆ GRAFICZNĄ NA INSTAGRAMIE?

- Stwórz indywidualną paletę kolorów dla swojej marki
- Wybierz spójny styl zdjęć i filmów
- Stosuj zgrane filtry i efekty.
- W postach i relacjach używaj tych samych typów czcionek i fontów.
- Używaj jednolitych formatów postów – stwórz własne szablony



STORYTELLING JAK OPOWIADAĆ HISTORIE, KTÓRE PRZYCIĄGAJĄ?

Storytelling to nie tylko modne słowo – to najpotężniejsze narzędzie komunikacji, jakie masz jako marka, twórca, ekspert.

Dobre historie **angażują emocjonalnie**, sprawiają, że odbiorca widzi w Tobie człowieka, a nie tylko kolejny profil w feedzie. To one zostają w pamięci na dłużej niż nawet najlepsze tipy czy hasła.

Dlaczego storytelling działa?

- ✓ Bo ludzie zapamiętują emocje, nie informacje
- ✓ Bo zaufanie buduje się przez autentyczność
- ✓ Bo decyzje zakupowe podejmujemy sercem, a potem uzasadniamy rozumem

STRUKTURA DOBREJ HISTORII – PROSTY SCHEMAT, KTÓRY DZIAŁA

1. HAK / ZACZEPKA

Krótki wstęp, który przyciąga uwagę – może to być pytanie, mocne zdanie, intrygująca sytuacja. „Byłam pewna, że to się nie uda. Ale zrobiłam to mimo wszystko.”

2. TŁO / KONTEKST

Wyjaśnij, co się działo, z czym się mierzyłaś – stwórz tło emocjonalne. Nie bój się szczerości. "Byłam wypalona, nie wiedziałam, w którą stronę iść. Instagram przestał mnie cieszyć."

3. PUNKT ZWROTNY / KONFLIKT

Opowiedz o wydarzeniu, decyzji lub momencie przełomowym. Czasem to będzie błąd, czasem olśnienie. „Wtedy usłyszałam jedno zdanie, które zmieniło moje podejście...”

4. LEKCJA / TRANSFORMACJA

Pokaż, co z tej sytuacji wynika. Co zrozumiałaś? Jak się zmieniłaś? To najważniejszy moment historii. „Zrozumiałam, że nie muszę być idealna, by być pomocna. To od tamtej pory mój klucz do autentyczności.”

5. CTA (WEZWANIE DO REAKCJI)

Zachęć odbiorcę do interakcji lub refleksji – może to być pytanie, prośba o komentarz lub udostępnienie. np. „Masz podobnie? Daj znać w komentarzu. Chętnie przeczytam Twoją historię.”



JAK UŻYWAĆ STORYTELLING W PRAKTYCE?

- 📌 1 post = 1 historia – nie próbuj upychać wszystkiego naraz.
- 📌 Nie bój się osobistych emocji – ludzie czują, gdy jesteś prawdziwa.
- 📌 Zmieniaj format: karuzele, relacje, video, Reels, live – storytelling nie zna granic.
- 📌 Opowiadaj też o klientach – "Twoja marka to nie Ty, to relacje, które tworzysz."
- 📌 Jeśli coś Cię poruszyło – to idealny materiał na historię!

PRZYKŁADOWY SZKIELET POSTA STORYTELLINGOWEGO

Hak/zaczepka

„Płakałam nad tym, co miało być sukcesem.”

Tło

Kilka tygodni wcześniej odpaliłam mój pierwszy kurs online. Byłam podekscytowana i... przerażona.

Punkt zwrotny

Sprzedaż była... praktycznie zerowa. Przez chwilę chciałam się poddać.

Lekcja/transformacja

Ale zrozumiałam, że nie chodzi o jeden produkt. Chodzi o budowanie społeczności, krok po kroku. Dziś mam ponad 300 kursantek.

CTA

Masz za sobą podobną historię? Daj znać. Pogadamy o tym.



STORYTELLING
is the best marketing

80 CHWYTLIWYCH NAGŁÓWKÓW





	POMYSŁY NA NAGŁÓWEK	
1.	Oto niesamowity sposób na (problem klienta)	
2.	Oto moja sprawdzona metoda na (problem klienta)	
3.	Oto mój przepis na (problem klienta)	
4.	Oto moje tajne triki, jak (problem klienta)	
5.	Oto moja sztuczka, jak (problem klienta)	
6.	Moje sprawdzone rozwiązania na (problem klienta)	
7.	Moja recepta na(problem klienta)	
8.	Moje tajne wskazówki, jak (problem klienta)	
9.	Moja metoda, jak (problem klienta)	
10.	Oto 3 proste kroki do(rozwiązanie problemu klienta)	
11.	Oto 3 skuteczne sposoby na(rozwiązanie problemu klienta)	
12.	Oto 3 sprawdzone metody na (rozwiązanie problemu klienta)	
13.	Oto 3 sztuczki, które pomogą Ci (rozwiązanie problemu klienta)	
14.	Oto 3 wskazówki, jak(rozwiązanie problemu klienta)	
15.	Oto 5 najlepszych koncepcji na (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
16.	Oto 5 kreatywnych pomysłów na(zagadnienie związane z Twoją niszą))	
17.	Oto 5 skutecznych pomysłów na(zagadnienie związane z Twoją niszą)	
18.	Oto 5 sprawdzonych patentów na(zagadnienie związane z Twoją niszą)	
19.	Oto 5 inspirujących pomysłów na (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
20.	Oto najczęstszy błąd, który popełniają(Twoja grupa docelowa)	

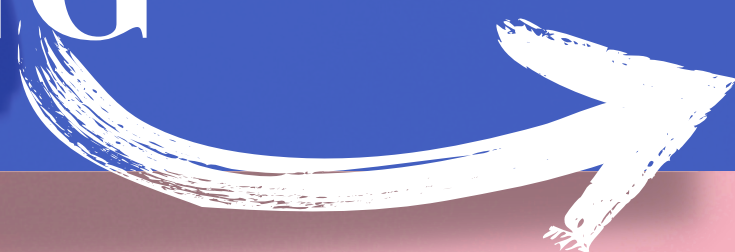
	POMYSŁY NA NAGŁÓWEK	
21	Oto największy problem, z którym borykają się (Twoja grupa docelowa)	
22	Oto największa przeszkoda, która stoi na drodze (Twoja grupa docelowa)	
23	Oto największy sekret, który ukrywają (Twoja grupa docelowa)	
24	Oto największy mit, w który wierzą(Twoja grupa docelowa)	
25	3 kluczowe rzeczy, które musisz wiedzieć, aby(rozwiązanie problemu klienta)	
26	3 najważniejsze rzeczy, które musisz zrobić, aby (rozwiązanie problemu klienta)	
27	3 rzeczy, które musisz zrozumieć, aby (rozwiązanie problemu klienta)	
28	3 rzeczy, które musisz pamiętać, aby (rozwiązanie problemu klienta)	
29	3 rzeczy, które musisz zrobić, aby uniknąć (problem klienta)	
30	Łatwy sposób na (problem klienta)	
31	Szybki sposób na (problem klienta)	
32	Skuteczny sposób na(problem klienta)	
33	Sprawdzony sposób na (problem klienta)	
34	Prosty przepis na(problem klienta)	
35	Najgorszy błąd, który możesz popełnić w (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
36	Najgorsza rzecz, którą możesz zrobić w (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
37	Najgorszy nawyk, który możesz wyrobić sobie w (zagadnienie związ. z Twoją niszą)	
38	Najgorsza pułapka, w którą możesz wpaść w (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
39	Najgorszy mit, w który możesz uwierzyć w (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
40	Moja historia o tym, jak w	

	POMYSŁY NA NAGŁÓWEK	
41	Oto niesamowity sposób na (problem klienta)	
42	Oto moja sprawdzona metoda na (problem klienta)	
43	Oto mój przepis na (problem klienta)	
44	Oto moje tajne triki, jak (problem klienta)	
45	Oto moja sztuczka, jak (problem klienta)	
46	Moje sprawdzone rozwiązania na (problem klienta)	
47	Moja recepta na(problem klienta)	
48	Moje tajne wskazówki, jak (problem klienta)	
49	Moja metoda, jak (problem klienta)	
50	Oto 3 proste kroki do(rozwiązanie problemu klienta)	
51	Oto 3 skuteczne sposoby na(rozwiązanie problemu klienta)	
52	Oto 3 sprawdzone metody na (rozwiązanie problemu klienta)	
53	Oto 3 sztuczki, które pomogą Ci (rozwiązanie problemu klienta)	
54	Oto 3 wskazówki, jak(rozwiązanie problemu klienta)	
55	Oto 5 najlepszych koncepcji na (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
56	Oto 5 kreatywnych pomysłów na(zagadnienie związane z Twoją niszą))	
57	Oto 5 skutecznych pomysłów na(zagadnienie związane z Twoją niszą)	
58	Oto 5 sprawdzonych patentów na(zagadnienie związane z Twoją niszą)	
59	Oto 5 inspirujących pomysłów na (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
60	Oto najczęstszy błąd, który popełniają(Twoja grupa docelowa)	

	POMYSŁY NA NAGŁÓWEK	
61	Oto niesamowity sposób na (problem klienta)	
62	Oto moja sprawdzona metoda na (problem klienta)	
63	Oto mój przepis na (problem klienta)	
64	Oto moje tajne triki, jak (problem klienta)	
65	Oto moja sztuczka, jak (problem klienta)	
66	Moje sprawdzone rozwiązania na (problem klienta)	
67	Moja recepta na(problem klienta)	
68	Moje tajne wskazówki, jak (problem klienta)	
69	Moja metoda, jak (problem klienta)	
70	Oto 3 proste kroki do(rozwiązanie problemu klienta)	
71	Oto 3 skuteczne sposoby na(rozwiązanie problemu klienta)	
72	Oto 3 sprawdzone metody na (rozwiązanie problemu klienta)	
73	Oto 3 sztuczki, które pomogą Ci (rozwiązanie problemu klienta)	
74	Oto 3 wskazówki, jak(rozwiązanie problemu klienta)	
75	Oto 5 najlepszych koncepcji na (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
76	Oto 5 kreatywnych pomysłów na(zagadnienie związane z Twoją niszą))	
77	Oto 5 skutecznych pomysłów na(zagadnienie związane z Twoją niszą)	
78	Oto 5 sprawdzonych patentów na(zagadnienie związane z Twoją niszą)	
79	Oto 5 inspirujących pomysłów na (zagadnienie związane z Twoją niszą)	
80	Oto najczęstszy błąd, który popełniają(Twoja grupa docelowa)	



30 POMYSŁÓW NA STORYTELLING



	POMYSŁY NA STORYTELLING	☒
1	"Kiedyś myślałam, że się nie nadaję, ale..."	
2	"Największa porażka, która okazała się błogosławieństwem"	
3	"Jak jedno zdanie zmieniło moje życie/myślenie/biznes"	
4	"Byłam w miejscu, w którym Ty jesteś teraz..."	
5	"Moja pierwsza sprzedaż – i co wtedy czułam"	
6	"Popeliłam ten błąd i zapłaciłam za to..."	
7	"Co zrobiłam nie tak na początku?"	
8	"Opowiem Ci o sytuacji, która mnie zawstydziła, ale..."	
9	"Mój największy fuckup w pracy"	
10	"Rzeczy, których teraz NIGDY bym nie zrobiła..."	
11	Dzień z mojego życia – prawdziwa wersja"	
12	"Jak wyglądało tworzenie tego produktu/usługi"	
13	"Co się dzieje, zanim wrzucę post na Instagram"	
14	"5 rzeczy, których nie widać na zdjęciach"	
15	"Prawda o prowadzeniu [biznesu/insta/bloga]"	
16	Co usłyszałam od klientki, co mnie rozczyliło"	
17	"Historia jednej wiadomości DM, która została ze mną na długo"	
18	"Feedback, który zmienił moje podejście"	
19	"Najbardziej wzruszająca współpraca ever"	
20	"To, co klienci widzą, a czego nie widzą (i powinni)"	
21	Czego nauczył mnie ostatni rok/miesiąc/tydzień?"	
22	"Co zrobiłabym inaczej, gdybym zaczynała od nowa?"	
23	"3 rzeczy, które dały mi największy rozwój"	
24	"Gdybym mogła cofnąć czas..."	
25	"Dlaczego przestałam [robić coś] i co się zmieniło?"	
26	Co tak naprawdę mnie motywuje?"	
27	"Ten jeden cytat wraca do mnie jak bumerang"	
28	"Nie mówię o tym często, ale..."	
29	"To nie było łatwe, ale potrzebne"	
30	"Za co dziś jestem wdzięczna (i jak to wpływa na mój biznes)"	



Stwórzmy razem
markę, która przyciąga
i zostaje w pamięci.



Napisz do mnie
i zaczniemy tworzyć
markę Twoich marzeń.



kontakt@lovely-media.com



tel. 782-174-952