

BEZPŁATNY PORADNIK DLA PROJEKTANTÓW WNĘTRZ

7 błędów, przez które Instagram projektanta wnętrz nie pozyskuje klientów

Profil mówi, czym się zajmujesz, ale nie komu pomagasz

Klient widzi ładne realizacje, ale nie rozpoznaje w profilu własnej sytuacji. Bio powinno jasno określać odbiorcę, efekt współpracy i kolejny krok.

Co poprawić:

- Nazwij konkretną grupę klientów.
- Pokaż rezultat, nie tylko zakres usług.
- Dodaj jedno czytelne CTA.

Portfolio pokazuje efekt, ale nie tłumaczy wartości projektu

Zdjęcia wnętrz budują estetykę, lecz często nie pokazują problemu klienta, decyzji projektowych ani korzyści, które powstały dzięki Twojej pracy.

Co poprawić:

- Dodawaj kontekst przed i po.
- Wyjaśniaj decyzje projektowe.
- Pokazuj, co klient zyskał.

Treści inspirują, ale nie pomagają podjąć decyzji

Inspiracje przyciągają uwagę, ale same rzadko prowadzą do zapytania. Klient potrzebuje także edukacji, diagnozy problemu i poczucia bezpieczeństwa.

Co poprawić:

- Odpowiadaj na realne obawy klientów.
- Pokazuj proces współpracy.
- Obalaj typowe wątpliwości.

Brakuje jasnego wezwania do działania

Odbiorca może przeczytać post, zapisać go i odejść. Bez konkretnego kolejnego kroku nawet dobra treść nie zamienia zainteresowania w kontakt.

Co poprawić:

- Jedna publikacja = jedno CTA.
- CTA powinno być proste i niskiego ryzyka.
- Prowadź do komentarza, wiadomości lub materiału.

Mówisz głównie o projektach, a za mało o kliencie

Klient nie kupuje samej estetyki. Kupuje spokój, kontrolę budżetu, oszczędność czasu i pewność, że ktoś przeprowadzi go przez trudne decyzje.

Co poprawić:

- Nazywaj emocje i obawy.
- Pokazuj bezpieczeństwo procesu.
- Łącz estetykę z efektem biznesowym i życiowym.

Profil nie ma prostej ścieżki do kontaktu

Jeżeli odbiorca musi sam szukać sposobu kontaktu, część zainteresowanych osób odpadnie. Profil, link i lead magnet powinny tworzyć jedną logiczną drogę.

Co poprawić:

- Bio kieruje do jednego działania.
- Link prowadzi do jednej strony.
- Strona zbiera kontakt i dostarcza materiał.

Publikujesz bez systemu i nie wiesz, co działa

Przypadkowe publikowanie utrudnia ocenę wyników. Potrzebujesz prostych filarów treści, stałych CTA i kilku wskaźników, które pokazują postęp.

Co poprawić:

- Ustal 3-4 filary treści.
- Mierz zapisy, odpowiedzi i zapytania.
- Raz w miesiącu poprawiaj najsłabszy element lejka.

Pięć kroków na najbliższe 7 dni

- 01** Przepisz bio tak, aby wskazywało odbiorcę, rezultat i jedno CTA.
- 02** Wybierz trzy filary treści: problemy klientów, proces współpracy i realizacje z kontekstem.
- 03** Przygotuj jeden lead magnet odpowiadający na konkretny problem.
- 04** Połącz profil z prostym landing page'em zbierającym imię i e-mail.
- 05** Mierz nie tylko zasięg, ale także zapisy, wiadomości i wartościowe zapytania.