

BEZPLATNÝ SPRIEVODCA • 2026

Ako budovať biznis cez Instagram

Od pozornosti k dôvere. Od dôvery k zmysluplným rozhovorom.

Praktický systém pre tvorcov, podnikateľov a ľudí, ktorí chcú budovať publikum poctivo a dlhodobo.

Autorova skúsenosť: miliónové mesačné zhliadnutia. Tvoj výsledok závisí od publika, obsahu a konzistentnej práce.

Instagram nie je biznisový model

Veľa pozretí môže otvoriť dvere. Samo osebe však neznamena dôveru, zákazníkov ani príjem. Cieľom nie je naháňať virálne číslo; cieľom je pravidelne pomáhať správnym ľuďom a uľahčiť im ďalší krok.

Použi tento jednoduchý reťazec:

Pozornosť → užitočnosť → dôvera → rozhovor → ponuka → následná starostlivosť

Pred zverejnením príspevku si odpovedz na tri otázky:

- Komu presne tento obsah pomáha?
- Aký jeden problém alebo otázku rieši?
- Čo má človek urobiť ďalej: uložiť, odpovedať, pozrieť si ďalší obsah alebo napísať správu?

Začni jedným publikom

Nesnaž sa byť zaujímavý pre každého. Vyber si skupinu, ktorej rozumieš, napríklad začínajúcich podnikateľov, ľudí so záujmom o osobný rast alebo tvorcov, ktorí chcú zlepšiť komunikáciu na sociálnych sieťach. Hovor o ich otázkach ich slovami.

Profil, ktorý vysvetlí hodnotu

Meno: tvoje meno + jasné kľúčové slovo. Bio: komu pomáhaš, s čím a aký je ďalší krok. Odkaz: jedna prehľadná stránka s najdôležitejším obsahom, podcastom a bezplatným materiálom. Prípruté príspevky: tvoj príbeh, užitočný návod a dôkaz práce alebo skúseností.

Obsahové piliere, ktoré budujú dôveru

Vyber si tri až štyri opakujúce sa témy. Vďaka nim budeš vedieť, čo tvoriť, a publikum pochopí, prečo ťa sledovať.

PILIER	ČO ZDIELAŤ	PRÍKLAD
Užitočnosť	Jednoduché návody a odpovede na časté otázky.	„3 veci, ktoré skontrolujem pred zverejnením Reels“
Osobný príbeh	Skúsenosti, zlyhania a rozhodnutia s ponaučením.	„Čo by som spravil inak, keby som začínal dnes“
Dôkaz a proces	Ukážky práce, zákulisie, spätná väzba so súhlasom.	„Ako vyzerá môj pracovný týždeň“
Pozvanie	Vysvetli, komu vieš pomôcť a ako sa ozvať.	„Napíš mi SYSTÉM a pošlem ti otázky na plánovanie“

Reels: prvé sekundy rozhodujú

Začni konkrétnou myšlienkou, nie dlhým úvodom. Jedno video = jeden sľub = jedna hlavná myšlienka.

Jednoduchá kostra: háčik → užitočné vysvetlenie alebo príbeh → jeden ďalší krok.
Príklady háčikov: „Ak začínaš s Instagramom, vyhni sa tejto chybe.“ / „Toto by som chcel vedieť pred prvým videom.“ / „Veľa pozretí ešte neznamená...“

Stories: každodenný kontext

Použi ich na krátke vysvetlenia, zákulisie, ankety a odpovede na otázky. Predajný obsah striedaj s hodnotou a bežným ľudským kontextom. Nezdieľaj súkromné správy ani výsledky druhých ľudí bez ich súhlasu.

Od pozretia k rozhovoru

Výzva na akciu má byť prirodzená, konkrétna a ľahko splniteľná. Nedávaj tri výzvy naraz. Jedna publikácia, jeden ďalší krok.

Príklady výziev

- „Ulož si tento postup na plánovanie obsahu.“
- „Ktorá z týchto chýb sa ti stáva najčastejšie? Napíš mi.“
- „Ak chceš pracovný list, pošli mi správu s heslom PLÁN.“

Správy bez nátlaku

Keď sa niekto ozve, začni počúvaním. Najprv porozumej situácii a tomu, čo človek hľadá. Až potom zisti, či tvoja služba, produkt alebo obchodná príležitosť dáva zmysel. Ak nie, povedz to otvorene.

Príklad: „Vďaka, že si napísal/a. Čo chceš cez Instagram dosiahnuť v najbližších mesiacoch? Čo si už skúsil/a?“ Potom: „Môžem ti položiť pár otázok a zistiť, či ti viem pomôcť?“

Ponuka musí byť zrozumiteľná

Pomenuj, čo ponúkaš, komu to pomáha, čo je súčasťou a aké sú podmienky. Ak ide o sieťový marketing, jasne označ obchodný vzťah, vysvetli reálne náklady a riziká a nesľubuj garantovaný príjem. Pri produktoch ani podnikaní netvrd' zdravotné alebo finančné výsledky, ktoré nevieš doložiť a ktoré nie sú povolené.

Meraj cestu, nielen dosah

SIGNÁL	ČO TI POMÔŽE ZISTIŤ
Uloženia a zdieľania	Či bol obsah natoľko užitočný, že si ho ľudia chcú ponechať alebo poslať ďalej.
Kvalitné odpovede	Či sa obsah dotkol otázky alebo problému publika.
Kliknutia a správy	Či ľudia urobili ďalší krok, ktorý si im navrhol.
Dohodnuté rozhovory / objednávky	Či komunikácia vedie k relevantným obchodným výsledkom.

04 | AKCIA

Tvoj 30-dňový štartovací plán

Vyhrad' si 30 až 45 minút denne na tvorbu alebo rozhovory. Zvoľ tempo, ktoré dokážeš dodržať aj popri ostatných povinnostiach.

1. týždeň	Uprav profil. Spíš 20 otázok publika. Zverejní 2 Reels, 1 príspevok s príbehom a Stories aspoň 3 dni.
2. týždeň	Vyskúšaj tri rôzne začiatky videa na rovnakú tému. Odpovedz na komentáre a správy. Zaznamenaj, čo vyvolalo kvalitné otázky.
3. týždeň	Zverejní návod, zákulisie a odpoveď na častú námietku. V Stories použi anketu a spracuj výsledok do príspevku.
4. týždeň	Pozri si štatistiky. Zopakuj témy, ktoré priniesli uloženia, odpovede alebo relevantné rozhovory. Naplánuj ďalší mesiac.

Týždenný rytmus (príklad)

DEŇ	FORMÁT	ÚČEL
Po	Reel: tip alebo odpoveď	Dosah a objavenie profilu
Ut	Stories: anketa + krátky komentár	Zistiť otázky publika
St	Príspevok: príbeh s ponaučením	Dôvera a osobnosť
Pi	Reel: ukážka procesu / návod	Užitočnosť a dôkaz práce
Ne	Stories: týždenné zhrnutie + pozvanie	Prirodzený ďalší krok

05 | VYPLŇ SI

Pracovný list: naplánuj si týždeň

Moje publikum: Koho chcem oslovovať a čo je preňho teraz dôležité?

Tri otázky, na ktoré odpoviem:

1.

2.

3.

Moja jedna výzva na akciu tento týždeň:

Čo budem sledovať okrem počtu zhliadnutí?

Čo zopakujem alebo upravím budúci týždeň?

Tvorba obsahu je dlhodobá práca. Zostaň pravdivý, rešpektuj súkromie ľudí a používaj iba tvrdenia, ktoré vieš podložiť. Výsledky sa líšia a žiadny počet zhliadnutí nezaručuje obchodný výsledok.

Ďalší krok

Vyber si jednu otázku z pracovného listu, natoč k nej krátke video a pozvi ľudí na jednoduchú, nenútenú reakciu. Potom si zapisuj, čo si sa z odpovedí naučil.

Ivan Martinec • ivanmartinec.com