

BONUS 4

PORADNIK SZYBKIEJ MONETYZACJI

5 praktycznych sposobów
zarabiania na Twoim
influencerze AI

Od pierwszej oferty do
skalowalnego systemu
przychodów



PRAWA AUTORSKIE I WAŻNE INFORMACJE



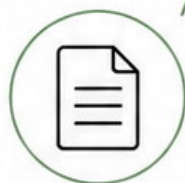
© 2026 BONUS 4:
PORADNIK SZYBKIEJ MONETYZACJI.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Żadna część tego opracowania nie może być kopiowana, odsprzedawana, publikowana ani rozpowszechniana bez zgody właściciela praw autorskich, z wyjątkiem użytku dozwolonego przez obowiązujące przepisy.



Przykłady nie są
gwarancją wyniku



Materiał ma charakter edukacyjny i informacyjny. Przedstawione przykłady, kalkulacje i scenariusze nie stanowią gwarancji uzyskania dochodu. Wyniki zależą między innymi od jakości treści, wybranej niszy, regularności publikacji, oferty, umiejętności sprzedażowych, regulaminów platform oraz sytuacji rynkowej.



Przed rozpoczęciem działalności należy samodzielnie sprawdzić aktualne regulaminy platform, zasady oznaczania treści generowanych przez AI, prawa do wykorzystania wizerunku, obowiązki podatkowe i przepisy obowiązujące w kraju prowadzenia działalności.

SPIS TREŚCI



0

Wprowadzenie

strona 03



1

MODUŁ 01 — Fundamenty szybkiej monetyzacji

strony 04–07

- Mapa pięciu modeli
- Wybór właściwego modelu
- Kalkulator celu przychodowego

05

06

07



2

MODUŁ 02 — Platformy subskrypcyjne akceptujące AI

strony 08–12

- Kryteria wyboru platformy
- Konstrukcja płatnej oferty
- Lejek subskrypcyjny
- Plan treści premium

09

10

11

12



3

MODUŁ 03 — Płatne treści UGC dla marek

strony 13–17

- Model UGC
- Portfolio startowe
- Pozyskiwanie marek
- Pakiety i wycena

14

15

16

17



4

MODUŁ 04 — Ruch organiczny i wiadomości prywatne

strony 18–23

- System treści
- Threads
- Instagram i TikTok
- Monetyzacja wiadomości
- Skrypty konwersacji

19

20

21

22

23



5

MODUŁ 05 — Odsprzedaż innym twórcom

strony 24–27

- Produkty do sprzedaży
- Licencje i przekazanie
- Oferta i klienci

25

26

27



6

MODUŁ 06 — Plan wdrożenia

strony 28–29

- 30-dniowy plan działania

29

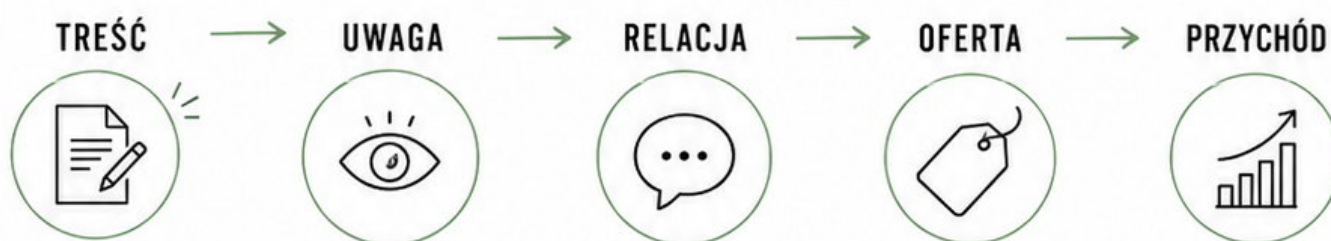
TWÓJ INFLUENCER AI MOŻE STAĆ SIĘ BIZNESEM – ALE POTRZEBUJE SYSTEMU

System
zamyka drogę
między treścią
a przychodem.

- Stworzenie realistycznej postaci AI to dopiero początek. Kolejnym krokiem jest zbudowanie wokół niej systemu, który zamienia treści w uwagę, uwagę w rozmowy, a rozmowy w sprzedaż.
- W tym przewodniku poznasz pięć modeli monetyzacji. Nie musisz wdrażać wszystkich jednocześnie. Najlepszym rozwiązaniem jest wybranie jednego modelu głównego i jednego dodatkowego, a następnie konsekwentne testowanie ich przez co najmniej 30 dni.
- Na kolejnych stronach nie znajdziesz pustych obietnic. Otrzymasz kryteria wyboru, modele ofert, kalkulacje, przykładowe komunikaty i zadania do wykonania. Twoim celem nie jest perfekcja. Twoim celem jest uruchomienie pierwszej działającej wersji oferty.



Zasada przewodnika: jedna postać, jedna grupa odbiorców, jedna główna oferta i jeden jasny następny krok.



- | | | |
|---|--|---|
| 1 | Przejrzyj wszystkie modele. | ✓ |
| 2 | Wybierz model główny. | ✓ |
| 3 | Ustal cel przychodowy. | ✓ |
| 4 | Przygotuj ofertę. | ✓ |
| 5 | Realizuj plan przez 30 dni. | ✓ |
| 6 | Mierz wyniki i poprawiaj najgorszy etap. | ✓ |

MODUŁ 01

FUNDAMENTY SZYBKIEJ MONETYZACJI

Zanim zaczniesz sprzedawać,
wybierz właściwy model, odbiorcę i cel

Nie potrzebujesz
największego profilu.
Potrzebujesz jasnej
oferty dla właściwej
osoby.



SUBSKRYPCJE



RUCH
ORGANICZNY



UGC
TWORZENIE
TREŚCI



RESELL
I LICENCJE



WIADOMOŚCI
PRYWATNE

5 sposobów zarabiania na influencerze AI



WYBIERZ MODEL DOPASOWANY DO TWOJEJ SYTUACJI

Wybierz jeden
model główny



Szybki wybór

- ✓ Brak obserwujących + umiejętność tworzenia treści = **UGC**.
- ✓ Zaangażowana społeczność = **subskrypcja**.
- ✓ Dużo wyświetleń, mało sprzedaży = lepsze **CTA i wiadomości**.
- ✓ Umiejętność budowania postaci = **odsprzedaż i licencje**.
- ✓ Dużo pomysłów na krótkie treści = **Threads, Instagram i TikTok**.



CTA — wezwanie do działania, czyli jasna instrukcja mówiąca odbiorcy, co powinien zrobić dalej, na przykład "napisz START", "sprawdź link" albo "zamów pakiet".

ZAMIEŃ CEL PRZYCHODOWY NA KONKRETNE LICZBY

Miesięczny cel
przychodowy



Średnia wartość
sprzedaży



liczba potrzebnych
sprzedaży



Scenariusz A – Subskrypcja

- Cel: **10 000 zł** miesięcznie
- Cena subskrypcji: **100 zł**
- Potrzebna liczba aktywnych subskrybentów: **100**

Uwaga: kalkulacja nie uwzględnia prowizji platformy, podatków ani rezygnacji klientów.



Scenariusz B – Pakiety UGC

- Cel: **10 000 zł** miesięcznie
- Cena pakietu: **2 500 zł**
- Potrzebna liczba klientów: **4**



Scenariusz C – Sprzedaż przez wiadomości

- Cel: **10 000 zł** miesięcznie
- Średnia wartość transakcji: **250 zł**
- Potrzebna liczba transakcji: **40**



Scenariusz D – Licencjonowane pakiety treści

- Cel: **10 000 zł** miesięcznie
- Cena pakietu: **1 000 zł**
- Potrzebna liczba klientów: **10**



Scenariusz E – Model mieszany

- 40 subskrybentów × 100 zł = **4 000 zł**
- 2 pakiety UGC × 2 000 zł = **4 000 zł**
- 4 licencje × 500 zł = **2 000 zł**

Łącznie = **10 000 zł**



Ćwiczenie: policz swój model

Mój miesięczny cel: _____ zł

Mój główny produkt: _____

Średnia cena: _____ zł

Liczba potrzebnych sprzedaży: _____

Liczba rozmów lub wejść potrzebna
do jednej sprzedaży: _____



Konwersja to
procent osób, które
wykonują pożądaną akcję.

Jeżeli ofertę zobaczy
100 osób, a kupią 2,
konwersja wynosi **2%**.



Jeżeli w produkcie mają pojawić się przykłady kont osiągających ponad 40 000 zł miesięcznie, każdy przypadek musi zawierać możliwe do zweryfikowania źródło, okres uzyskania wyniku, model przychodu i informację, czy podana kwota oznacza przychód czy zysk. Bez tych danych należy użyć podpisu: **"przykładowa symulacja modelu przychodowego"**.

PLATFORMY SUBSKRYPCYJNE AKCEPTUJĄCE AI



Jak zamienić regularne treści
w powtarzalny miesięczny przychód

“

Subskrybent nie płaci
za pojedynczy obraz.
Płaci za ciągłą wartość,
dostęp i doświadczenie.

”



Nie pytaj tylko 'ile można zarobić?' — sprawdź te 8 kryteriów

→ Regulaminy platform, zasady dotyczące treści AI, prowizje i dostępne funkcje mogą się zmieniać. Przed publikacją trzeba sprawdzić aktualne dokumenty bezpośrednio na stronie wybranej platformy.

- 1 ☐ Czy platforma jawnie dopuszcza treści generowane przez AI? *Sprawdź regulamin, centrum pomocy i zasady weryfikacji twórców. Nie opieraj decyzji wyłącznie na komentarzach innych użytkowników.*
- 2 ☐ Czy treści AI muszą być oznaczane? *Zapisz dokładny sposób wymaganego oznaczenia w profilu, publikacji lub opisie materiału.*
- 3 ☐ Jak wygląda weryfikacja właściciela konta? *Nawet gdy postać jest wirtualna, właściciel konta może być zobowiązany do potwierdzenia swojej tożsamości.*
- 4 ☐ Jakie treści są zabronione? *Sprawdź ograniczenia dotyczące nagości, imitowania prawdziwych osób, deepfake'ów, praw autorskich, treści wprowadzających w błąd i materiałów dla dorosłych.*
- 5 ☐ Jakie prowizje pobiera platforma? *Policz opłatę platformy, koszty wypłaty, przewalutowanie, podatki i ewentualne zwroty.*
- 6 ☐ Jakie funkcje sprzedażowe są dostępne? *miesięczne subskrypcje, płatne wiadomości, napiwki, płatne posty, pakiety, transmisje, kody promocyjne.*
- 7 ☐ Czy platforma pasuje do Twojej grupy odbiorców? *Platforma może akceptować AI, ale nie mieć odbiorców zainteresowanych Twoją niszą.*
- 8 ☐ Czy możesz eksportować dane i utrzymać kontakt z odbiorcami? *Nie buduj całego biznesu wyłącznie na jednej platformie. Rozwijaj także własną listę mailingową lub społeczność, o ile regulamin na to pozwala.*

Kryterium	Platforma A	Platforma B	Platforma C
Dopuszcza AI	☐	☐	☐
Wymaga oznaczenia	☐	☐	☐
Prowizja	__ %	__ %	__ %
Subskrypcje	☐	☐	☐
Płatne wiadomości	☐	☐	☐
Wypłaty w moim kraju	☐	☐	☐
Odpowiada mojej niszy	☐	☐	☐
Ocena końcowa	__/10	__/10	__/10



Zasady platform mogą się zmienić. Sprawdź je ponownie przed założeniem konta i przed każdą większą kampanią.



NOTATKA PROJEKTANTA

Nie wpisywać na stałe stwierdzenia, że konkretna platforma 'na pewno akceptuje AI'. Zamiast tego dodać miejsce na aktualizowaną listę lub kod QR prowadzący do oficjalnego zestawienia przygotowanego przez właściciela produktu.

Oferta, za którą odbiorca chce płacić co miesiąc

Płatny dostęp powinien obiecywać jasną, regularnie dostarczaną wartość — nie pojedynczy obraz.

1 DLA KOGO Jedna konkretna grupa odbiorców i jej potrzeba.	2 REZULTAT Co odbiorca zyska dzięki regularnemu dostępowi.	3 ZAWARTOŚĆ Formaty, liczba materiałów i częstotliwość.	4 DOŚWIADCZENIE Dostęp, społeczność, kontakt i poczucie ciągłości.
--	--	---	--

TRZY POZIOMY OFERTY

START	STANDARD	PREMIUM
● Niski próg wejścia ● 4–8 materiałów / miesiąc ● Dostęp podstawowy ● Cena testowa	● Regularna wartość ● 8–16 materiałów / miesiąc ● Dodatkowe wersje i Q&A ● Najczęściej wybierany	● Najszersze doświadczenie ● Treści + kontakt + bonusy ● Priorytet i personalizacja ● Wyższa cena

CHECKLISTA DOBREJ OFERTY

- | | |
|---|---|
| ☐ jasna grupa odbiorców | ☐ konkretna wartość |
| ☐ częstotliwość publikacji | ☐ przejrzysta cena |
| ☐ zasady anulowania | ☐ jedno czytelne CTA |

Zasada: subskrypcja sprzedaje ciągłość, dostęp i doświadczenie.

Od obserwacji do płatnej subskrypcji

Lejek to prosta droga, która prowadzi właściwe osoby od pierwszego kontaktu do decyzji o zakupie.



TREŚĆ → PROFIL → ZAINTERESOWANIE → OFERTA → SUBSKRYPCJA → ODNOWIENIE

30 dni treści, które utrzymują zainteresowanie

Plan ma ułatwiać regularność, a nie zamieniać publikowanie w sztywny obowiązek.

TYDZIEŃ 1 WARTOŚĆ	TYDZIEŃ 2 RELACJA	TYDZIEŃ 3 ZAANGAŻOWANIE	TYDZIEŃ 4 EKSKLUZYWNOŚĆ
1 seria zdjęć 2 materiał edukacyjny 3 kulisy tworzenia 4 checklista	1 historia postaci 2 poznaj mnie 3 Q&A 4 wybór stylizacji	1 głosowanie 2 pytanie dnia 3 ankieta 4 odpowiedzi	1 pakiet do pobrania 2 wersja premium 3 bonus 4 zapowiedź miesiąca
Cel tygodnia: 	Cel tygodnia: 	Cel tygodnia: 	Cel tygodnia:

RYTM TYGODNIOWY

PN

materiał główny

WT

krótka historia

ŚR

wartość edukacyjna

CZW

zaangażowanie

PT

treść premium

SB

społeczność

ND

podsumowanie

CHECKLISTA

☐

 różne formaty

☐

 jedno CTA

☐

 czas na odpowiedzi

☐

 treść premium

☐

 zapowiedź kolejnego tygodnia

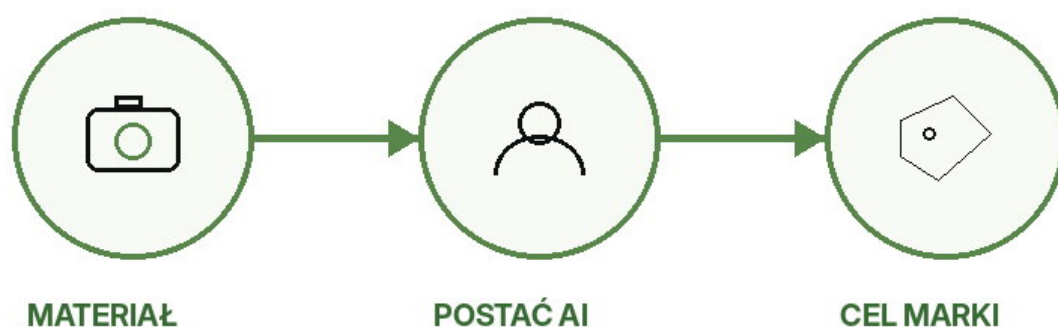
☐

 analiza reakcji

Zaplanuj 7–10 treści z wyprzedzeniem, ale zostaw miejsce na reakcje odbiorców.

PŁATNE TREŚCI UGC DLA MAREK

Jak tworzyć naturalne materiały reklamowe z wykorzystaniem influencera AI



" Marka kupuje użyteczny materiał, nie liczbę obserwujących.

UGC AI: materiał, który wygląda naturalnie i realizuje cel marki

UGC to treści przypominające materiały tworzone przez użytkowników — proste, wiarygodne i skupione na produkcie.



ZDJĘCIE PRODUKTOWE

produkt w codziennym kontekście

Cel: naturalnie pokazać wartość produktu.



KRÓTKI FILM

szybka demonstracja lub historia

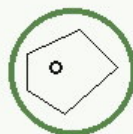
Cel: naturalnie pokazać wartość produktu.



DEMONSTRACJA

pokazanie użycia i korzyści

Cel: naturalnie pokazać wartość produktu.



PROBLEM → ROZWIĄZANIE

krótka narracja sprzedażowa

Cel: naturalnie pokazać wartość produktu.

MARKA OTRZYMUJE

- spójność komunikacji
- szybkie warianty
- formaty do social mediów
- materiały do testów A/B
- możliwość dopasowania

ZASADY ODPOWIEDZIALNEGO UŻYCIA

- jasno oznaczaj użycie AI
- nie imituj prawdziwych osób
- sprawdź prawa do produktu i materiałów
- nie wprowadzaj odbiorców w błąd
- przestrzegaj regulaminów platform

Portfolio możesz zbudować, zanim zdobędziesz pierwszego klienta

Portfolio startowe pokazuje umiejętność rozwiązywania problemów marki — nawet gdy projekty są demonstracyjne.

1 Wybierz 3 branże
np. beauty, moda, lifestyle

2 Stwórz fikcyjne briefy
jasny cel, produkt i odbiorca

3 Przygotuj materiały
2–3 realizacje na każdą branżę

4 Pokaż proces
pomysł → realizacja → warianty

5 Opisz cel
format, zastosowanie i efekt komunikacyjny

6 Dodaj kontakt
jasny CTA i sposób współpracy

MAKIETA PORTFOLIO



CO POWINNO ZNALEŻĆ SIĘ W PORTFOLIO?

- | | |
|---|--|
| ☐ krótki opis problemu | ☐ cel materiału |
| ☐ format i platforma | ☐ 2–3 warianty |
| ☐ informacja: projekt demonstracyjny | ☐ CTA do współpracy |

Nie wysyłaj masowych wiadomości — pokaż konkretny pomysł

Najlepszy kontakt z marką jest krótki, spersonalizowany i oparty na realnej obserwacji.



PRZYKŁADOWA WIADOMOŚĆ

Dzień dobry, zauważyłem, że marka rozwija komunikację wokół [produkt / temat]. Mam pomysł na krótką serię UGC AI pokazującą produkt w sytuacji [konkretny kontekst]. Mogę przygotować 3 pionowe materiały oraz warianty do testów A/B. Czy mogę przesłać krótki podgląd koncepcji?

Tematy wiadomości:

- Pomysł na 3 materiały dla [marka]
- Koncepcja UGC AI dla [produkt]
- Krótki podgląd kampanii [temat]

ŚLEDŹ KONTAKT

MARKA	DATA	STATUS	FOLLOW-UP

ZASADA

Personalizuj wiadomość, przedstaw jeden konkretny pomysł i poproś o zgodę na przesłanie portfolio. Nie wysyłaj spamu i nie obiecuj wyników, których nie możesz zagwarantować.

Cena zależy od zakresu, liczby materiałów i praw do użycia

Produkcja treści i licencja to dwa osobne elementy wartości oferty.

PAKIET	MATERIAŁY	FORMATY	POPRAWKI	TERMIN	PRAWA	CENA*
START	3 zdjęcia	1 format	1	5–7 dni	organiczne	600–900 zł
STANDARD	6 treści	2 formaty	2	7–10 dni	organiczne + 3 mies.	1 500–2 200 zł
PRO	10 treści	3 formaty	2	10–14 dni	organiczne + reklamy	2 900–4 500 zł
PREMIUM	seria miesięczna	wiele	3	ustalany	szerszy zakres	5 000+ zł

PRODUKCJA OBEJMUJE

- koncepcję i brief
- tworzenie materiałów
- formatowanie
- ustalone poprawki
- termin dostawy

LICENCJA OBEJMUJE

- kanały publikacji
- czas użycia
- reklamy płatne lub ich brak
- liczbę profili
- wyłączność lub jej brak

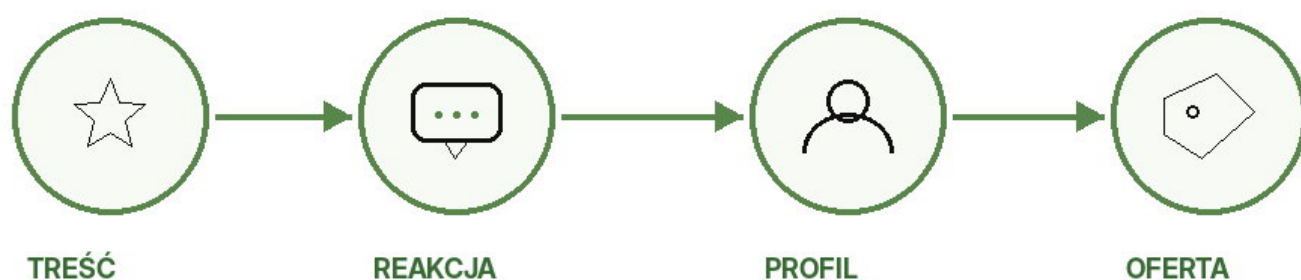
JAK PODNOSI SIĘ CENA?

- więcej materiałów
- więcej formatów
- krótszy termin
- dodatkowe poprawki
- dłuższe prawa
- reklamy płatne
- wyłączność

* Kwoty są przykładowymi widełkami, a nie gwarancją wyniku. Im szersze prawa, tym wyższa cena.

RUCH ORGANICZNY I MONETYZACJA WIADOMOŚCI

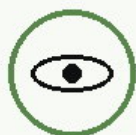
Jak przyciągać właściwych odbiorców i prowadzić rozmowy do oferty



" Treść ma przyciągać właściwe osoby, a rozmowa ma pomagać im podjąć decyzję.

Treść ma przyciągać, budować relację i prowadzić do działania

Skuteczny system treści łączy uwagę odbiorcy z konkretnym kolejnym krokiem.



HAK

Zatrzymaj uwagę



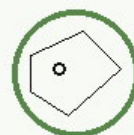
WARTOŚĆ

Daj pomysł, wiedzę lub inspirację



RELACJA

Pokaż osobowość i rozpocznij rozmowę



CTA

Wskaż jasny następny krok

PIĘĆ FORMATÓW, KTÓRE MOŻESZ POWTARZAĆ

1

OPINIA

pokaż punkt widzenia

2

PYTANIE

zbierz odpowiedzi

3

HISTORIA

buduj charakter postaci

4

EDUKACJA

rozwiąż mały problem

5

OFERTA

zaproponuj następny krok

ZŁOTE ZASADY

- jedna myśl
- jeden odbiorca
- jeden cel
- jedno CTA

19 • BONUS 4: PORADNIK SZYBKIEJ MONETYZACJI

ŚCIEŻKA ODBIORCY





Threads: buduj zasięg przez rozmowę, opinię i regularność



Na Threads nie publikujesz wyłącznie obrazów.
Publikujesz myśli, pytania i historie, na które odbiorcy chcą odpowiedzieć.

1



TYP 1 — KRÓTKA OPINIA

...

Cel: Pokazać charakter postaci i wywołać reakcję.

- Najlepsze zdjęcie nie zawsze jest najbardziej realistyczne. Najlepsze jest to, które wywołuje emocję.
- Spójność postaci jest ważniejsza niż codzienne zmienianie stylu.
- Nie każda treść musi sprzedawać. Każda powinna jednak prowadzić odbiorcę krok dalej.

2



TYP 2 — PYTANIE DO ODBIORCÓW

...

Cel: Rozpocząć rozmowę i zebrać informacje o zainteresowaniach społeczności.

- Który styl wybierasz: elegancki czy codzienny?
- Co sprawia, że obserwujesz wirtualną postać?
- Jaką sesję chciałbyś zobaczyć w przyszłym tygodniu?

3



TYP 3 — MINI HISTORIA

...

Cel: Budować osobowość influencera AI.

Krótką sytuacją. Emocją lub problemem. Reakcją postaci. Pytaniem do odbiorcy.

Lena miała dziś opublikować nową sesję, ale odrzuciła pierwszych pięć wersji. Wybrała dopiero tę, która wyglądała najmniej perfekcyjnie, a najbardziej naturalnie. Ty wybierasz perfekcję czy autentyczność?

4



TYP 4 — SERIA TEMATYCZNA

...

Cel: Sprawić, aby odbiorcy wracali.

- „Jedna myśl Leny na dziś”
- „AI czy fotografia?”
- „Wybierz kolejną stylizację”
- „Kulisy tworzenia postaci”
- „Pomysł na sesję w 30 sekund”

5



TYP 5 — PUBLIKACJA PROWADZĄCA DO OFERTY

...

Cel: Kierować zainteresowane osoby do następnego kroku.

- Przygotowałam dziś pełną wersję tej sesji. Napisz KLUB, aby zobaczyć szczegóły.
- Szukam dwóch marek do testowej realizacji UGC AI. Szczegóły wysyłam w wiadomości.
- Nowy pakiet materiałów jest gotowy. Link znajduje się w profilu.



Prosty rytm publikacji

- ✓ 1 krótka opinia lub historia
- ✓ 1 pytanie
- ✓ 3–5 wartościowych odpowiedzi pod publikacjami innych osób
- ✓ 1 delikatne CTA co drugi lub trzeci dzień



Zasada odpowiedzi

Nie odpowiadać jednym słowem.
Rozwijać rozmowę przez: dodatkowe pytanie, krótką opinię, osobisty komentarz postaci, zaproszenie do dalszej rozmowy.

ZAMIAST: Dziękuję!



LEPIEJ: Dziękuję! Też uważam, że druga wersja wygląda bardziej naturalnie. Co najbardziej zwróciło Twoją uwagę?



Co tydzień zapisać

- liczbę publikacji
- liczbę odpowiedzi
- wejścia na profil
- nowe obserwacje
- rozpoczęte rozmowy
- kliknięcia w ofertę
- sprzedaże



post



odpowiedź



profil



wiadomość



oferta



Najlepszy post na Threads to nie zawsze ten z największym zasięgiem.
Najlepszy to ten, który rozpoczyna właściwe rozmowy.



Instagram i TikTok: zatrzymaj uwagę, opowiedz historię, wskaż następny krok

HAK → ROZWINIĘCIE → EMOCJA LUB KORZYŚĆ → CTA

Hak to pierwszy obraz, zdanie lub moment filmu, który zatrzymuje uwagę odbiorcy.

Przykładowe haki:

- Ta postać nie istnieje, ale jej marka może być bardzo realna.
- Jedna zmiana sprawiła, że ta sesja wygląda znacznie bardziej naturalnie.
- Która wersja wygląda jak prawdziwe zdjęcie?
- Tak może wyglądać reklama bez klasycznej sesji zdjęciowej.
- Trzy błędy, przez które influencer AI wygląda niespójnie.



FORMAT 1 – PORÓWNANIE A/B

Struktura: Pokazanie dwóch wersji. Krótkie pytanie. Wyjaśnienie różnicy. CTA do komentarza lub wiadomości.

Przykład: Wersja A czy B? Jedna ma lepsze światło, druga bardziej naturalną mimikę. Napisz, którą wybierasz.



FORMAT 2 – KRÓTKA HISTORIA POSTACI

Struktura: Sytuacja. Problem. Decyzja. Rezultat. Pytanie.

Przykład: Lena miała dziś nagrać elegancką kampanię. Ostatecznie wybrała zwykłą kawiarnię, bo marka chciała wyglądać bardziej naturalnie. Która sceneria bardziej do Ciebie przemawia?



FORMAT 3 – MATERIAŁ EDUKACYJNY

Przykłady tematów:

- trzy elementy spójnej postaci
- jak planować serię treści
- jak przygotować portfolio UGC
- jak pisać CTA
- jak policzyć liczbę potrzebnych sprzedaży



FORMAT 4 – TREŚĆ OFERTOWA

Struktura: Problem odbiorcy. Pokazanie rozwiązania. Zawartość oferty. Jasne CTA.

Przykład: Potrzebujesz materiałów produktowych bez organizowania klasycznej sesji? Tworzę pakiety UGC z wirtualną ambasadorką. Napisz UGC, aby otrzymać portfolio.



Plan tygodniowy

- Pn** Poniedziałek: Materiał porównawczy A/B.
- Wt** Wtorek: Historia postaci.
- Śr** Środa: Krótka treść edukacyjna.
- Czw** Czwartek: Trend dopasowany do charakteru postaci.
- Pt** Piątek: Publikacja ofertowa.
- Sb** Sobota: Treść społecznościowa lub pytanie.
- Nd** Niedziela: Najlepszy materiał tygodnia w nowej wersji.



Jedna treść, wiele formatów



krótki film



karuzelę



relację



pojedyncze zdjęcie



wpis tekstowy



wiadomość do zainteresowanych osób

Scenariusz krótkiego filmu



hak

Pierwszy obraz lub zdanie, które przyciąga uwagę.



rozwińcie

Wyjaśnienie kontekstu, pokazanie sytuacji.



korzyść

Pokazanie efektu lub korzyści dla odbiorcy.



CTA

Wskazanie następnego kroku.

Profil, który pomaga sprzedawać



kim jest postać



dla kogo tworzy



czego można się spodziewać



jaki jest następny krok

Przykład bio:

Wirtualna twórczyni lifestyle.
Nowe sesje i historie co tydzień.
Współprace UGC AI dla marek.
Napisz UGC lub sprawdź ofertę poniżej.



**Nie kopiuj trendu bezmyślnie.
Dopasuj go do osobowości postaci i celu biznesowego.**



Wiadomość prywatna ma prowadzić do decyzji, nie wywierać presję



Rozmowa sprzedażowa nie zaczyna się od ceny. Zaczyna się od zrozumienia, czego szuka odbiorca.

1



ETAP 1 – OTWARCIE

Cel: Naturalnie rozpocząć rozmowę.

- Dziękuję za wiadomość. Co najbardziej zainteresowało Cię w tej sesji?
- Widzę, że wybrałeś wersję B. Wolisz bardziej elegancki czy naturalny styl?
- Dziękuję za reakcję. Szukasz pojedynczego materiału czy regularnego dostępu?

2



ETAP 2 – ROZPOZNANIE POTRZEBY

Zadać jedno lub dwa krótkie pytania:

- Jakiego rodzaju treści najbardziej Cię interesują?
- Wolisz gotowy pakiet czy coś bardziej dopasowanego?
- Potrzebujesz materiału dla siebie, profilu czy marki?
- Jaki format byłby dla Ciebie najbardziej przydatny?

3



ETAP 3 – DOPASOWANIE OFERTY

Na podstawie tego, co piszesz, najlepiej pasuje pakiet tematyczny. Zawiera dziesięć materiałów w jednym stylu oraz dwie wersje dodatkowe.

4



ETAP 4 – PRZEDSTAWIENIE CENY I ZAKRESU

Cena zawsze powinna być potączona z zawartością.

Zamiast: Kosztuje 300 zł.

Napisać: Pakiet kosztuje 300 zł i zawiera dziesięć gotowych materiałów, dwie wersje dodatkowe oraz dostawę w ciągu trzech dni.

5



ETAP 5 – JASNY NASTĘPNY KROK

- Mam wysłać szczegóły zamówienia?
- Czy przygotować dla Ciebie link do płatności?
- Który wariant wybierasz: podstawowy czy rozszerzony?
- Czy chcesz rozpocząć od jednego pakietu testowego?



Czego nie robić?

- nie wysyłać nieproszonych ofert masowo
- nie naciskać po odmowie
- nie ukrywać ceny
- nie obiecywać efektów, których nie można zagwarantować
- nie udawać prawdziwej relacji osobistej
- nie wprowadzać w błąd co do natury postaci AI
- nie naruszać regulaminu platformy



Sygnaly zainteresowania

- pyta o dodatkowe treści
- komentuje kilka publikacji
- odpowiada na ankietę
- prosi o link
- pyta o cenę
- pyta o personalizację
- wraca do rozmowy



Prosty wskaźnik skuteczności

Monitoruj co tydzień:

- liczba przedstawionych ofert
- liczba sprzedaży
- procent konwersji rozmów

$$\text{Liczba sprzedaży} \div \text{liczba przedstawionych ofert} \times 100 = \text{konwersja rozmów}$$



Najlepsza sprzedaż w wiadomości wygląda jak pomoc w wyborze, a nie jak presja.

Skrypty, które można dopasować do własnej oferty

Gotowy skrypt pomaga prowadzić rozmowę spokojnie i konsekwentnie. Nie powinien być wysyłany mechanicznie. Każda wiadomość musi uwzględniać kontekst i odpowiedź odbiorcy.



SKRYPT 1 — ODPOWIEDŹ NA KOMENTARZ „CHCĘ WIĘCEJ”

Dziękuję! Mam rozszerzoną wersję tej serii. Wolisz zobaczyć pakiet tematyczny czy regularny dostęp do nowych materiałów?

10:32 ✓



SKRYPT 2 — ODPOWIEDŹ NA PYTANIE O CENĘ

Pakiet kosztuje [kwota] zł. Zawiera [liczba i typ materiałów], [liczba] wersji dodatkowych oraz [termin realizacji lub dostęp]. Czy przestać pełny zakres?

10:33 ✓



SKRYPT 3 — OFERTA SUBSKRYPCJI

Jeżeli podobają Ci się te materiały, możesz dołączyć do [nazwa klubu]. Każdego tygodnia publikuję [częstotliwość i zawartość]. Dostęp kosztuje [kwota] zł miesięcznie. Mam wystać szczegóły?

10:34 ✓



SKRYPT 4 — OFERTA PERSONALIZOWANA

Mogę przygotować materiał w wybranym przez Ciebie stylu. Potrzebuję informacji o motywie, kolorystyce i formacie. Pakiety zaczynają się od [kwota] zł. Czy chcesz zobaczyć dostępne warianty?

10:35 ✓



SKRYPT 5 — WIADOMOŚĆ DLA MARKI

Dzień dobry, tworzę materiały UGC z wykorzystaniem spójnej postaci AI. Mam pomysł na serię treści pokazujących [produkt] w kontekście [konkretna sytuacja]. Mogę przygotować [liczba] materiałów w formacie [format]. Czy mogę przestać krótkie portfolio?

10:36 ✓



SKRYPT 6 — DELIKATNY FOLLOW-UP

Dzień dobry, wracam do naszej rozmowy dotyczącej [oferta lub projekt]. Zarezerwowałam jeszcze jedno miejsce realizacyjne w tym tygodniu. Czy temat jest nadal aktualny?

10:37 ✓



Nie stosować sztucznej presji. Informacja o ograniczonej dostępności może pojawić się tylko wtedy, gdy rzeczywiście jest prawdziwa.



Typowe obiekcje

„To za drogo.”



Rozumiem. Mogę zaproponować mniejszy pakiet startowy zawierający [zakres] za [kwota] zł. Dzięki temu możesz najpierw sprawdzić, czy ten format Ci odpowiada.

„Muszę się zastanowić.”



Oczywiście. Czy jest jedna konkretna kwestia, którą warto wyjaśnić przed podjęciem decyzji?

„Nie wiem, który pakiet wybrać.”



Napisz, do czego chcesz wykorzystać materiał i ile wersji potrzebujesz. Na tej podstawie wskażę najprostszą opcję.

„Nie jestem pewien, czy treści AI pasują do mojej marki.”



Mogę przygotować jedną koncepcję pokazującą styl i sposób oznaczenia materiału. Dzięki temu ocenisz kierunek przed większym zamówieniem.

„Nie mam teraz budżetu.”



Rozumiem. Mogę przestać tańszy wariant startowy albo wrócić do tematu w późniejszym terminie.



Dziękuję za szczerą odpowiedź. Gdyby temat wrócił, możesz napisać w dowolnym momencie.



Skrypt jest punktem wyjścia. Najważniejsze jest uważne czytanie odpowiedzi drugiej osoby.

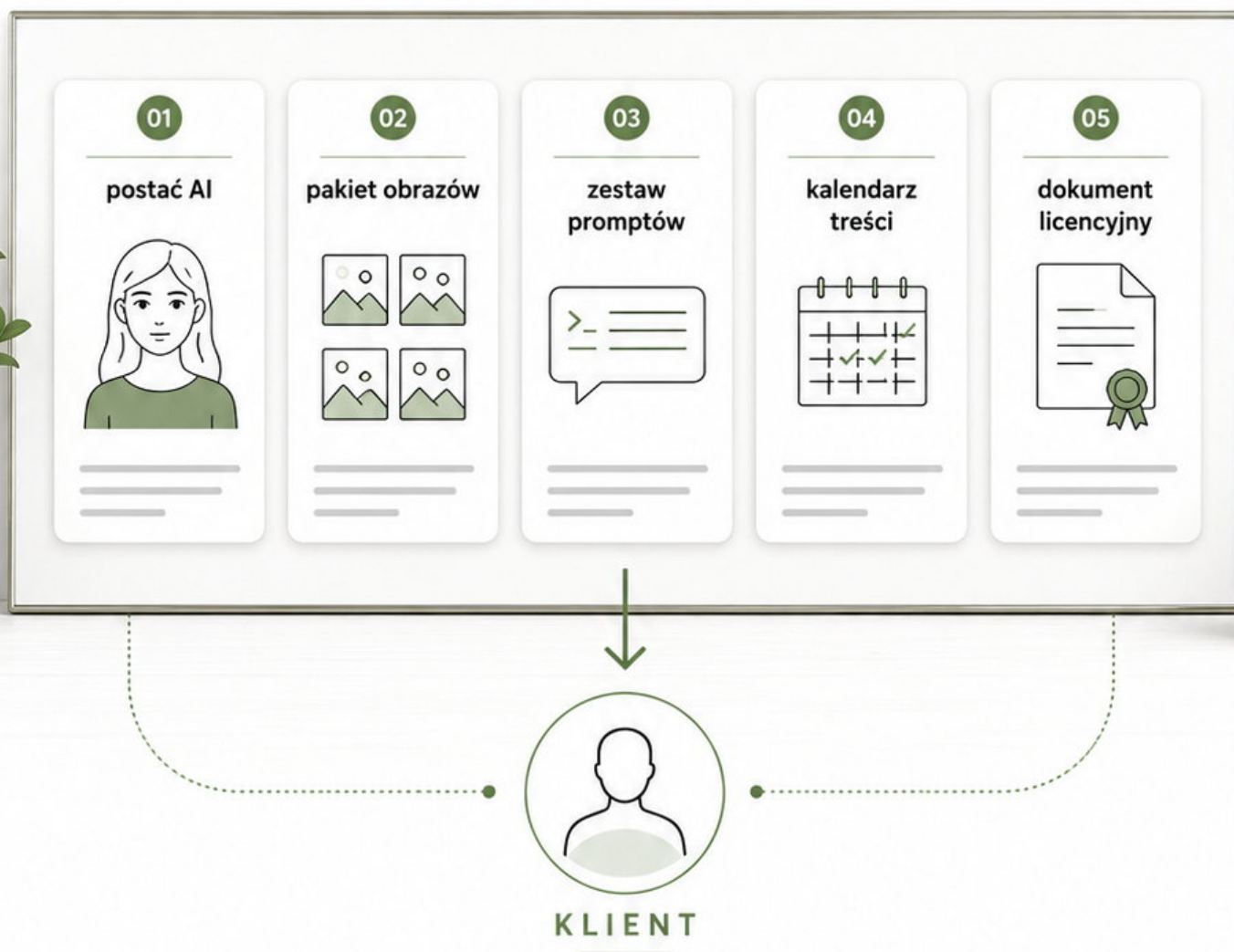
ODSPRZEDAŻ INNYM TWÓRCOM

Jak zamienić proces tworzenia influencera AI
w gotowy produkt lub usługę

“

Nie każdy klient chce budować postać od zera.
Część osób woli kupić gotowy, uporządkowany system.

”





Od pojedynczego pakietu do kompletnej marki AI

Produkt dla innego twórcy powinien oszczędzać czas, upraszczać proces lub dostarczać gotowy zasób, którego klient nie potrafi albo nie chce przygotować samodzielnie.



MODEL 1 — GOTOWA POSTAĆ AI



ZAKRES:

wygląd postaci, opis osobowości, styl komunikacji, paleta kolorów, przykładowe stylizacje, zestaw bazowych obrazów



DLA KOGO:

Dla twórcy, który chce szybko rozpocząć publikację.



GŁÓWNA KORZYŚĆ:

Szybki start bez konieczności tworzenia od podstaw.



MODEL 2 — PAKIET SPÓJNYCH OBRAZÓW



ZAKRES:

30 obrazów, kilka scenerii, kilka stylizacji, format pionowy i kwadratowy, miniatury do publikacji



DLA KOGO:

Dla osoby, która ma już postać, ale potrzebuje materiałów.



GŁÓWNA KORZYŚĆ:

Gotowe materiały oszczędzające czas i zapewniające spójność.



MODEL 3 — ZESTAW PROMPTÓW



ZAKRES:

prompty bazowe, warianty stylizacji, prompty scenerii, prompty pozy i kadru, instrukcję utrzymania spójności



DLA KOGO:

Dla twórcy, który chce samodzielnie generować treści.



GŁÓWNA KORZYŚĆ:

Pełna kreatywna kontrola i elastyczność generowania treści.



MODEL 4 — KALENDARZ I SYSTEM TREŚCI



ZAKRES:

30 tematów, haki, CTA, formaty publikacji, harmonogram, pomysły na serie



DLA KOGO:

Dla osób, które nie wiedzą, co regularnie publikować.



GŁÓWNA KORZYŚĆ:

Stały plan publikacji i więcej czasu na realizację.



MODEL 5 — PAKIET STARTOWY MARKI



ZAKRES:

postać, nazwę, opis profilu, kierunek wizualny, 30 materiałów, plan publikacji, podstawową ofertę monetyzacyjną



DLA KOGO:

Dla klienta, który chce otrzymać prawie gotowy projekt.

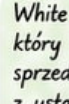


GŁÓWNA KORZYŚĆ:

Prawie gotowa marka do uruchomienia i monetyzacji.



MODEL 6 — USŁUGA WHITE LABEL



White label oznacza przygotowanie produktu, który klient może następnie publikować lub sprzedawać pod własną marką, zgodnie z ustalonym zakresem praw.



ZAKRES:

tworzenie treści, pakiety miesięczne, przygotowanie materiałów dla agencji, obsługę kilku postaci, produkcję według wytycznych klienta



Co zwiększa wartość produktu?

- spójność postaci
- uporządkowane pliki
- jasna instrukcja
- możliwość edycji
- kilka formatów
- dokument licencyjny
- ograniczona dostępność
- wsparcie wdrożeniowe
- przykładowy plan użycia



Czego nie sprzedawać?

- treści zawierających cudzy wizerunek bez zgody
- kopii znanej osoby
- materiałów wykorzystujących cudze znaki towarowe bez uprawnienia
- plików bez jasnego pochodzenia
- praw, których samemu się nie posiada
- obietnicy pełnej wyjątkowości, jeżeli podobny produkt jest sprzedawany wielu klientom

Klient musi wiedzieć, co dokładnie może zrobić z zakupionym produktem



Licencja określa zakres korzystania z materiału. Im większy zakres praw otrzymuje klient, tym wyższa powinna być wartość transakcji.



Licencja to zgoda na korzystanie z produktu na określonych warunkach. Nie zawsze oznacza przeniesienie pełnych praw autorskich.

1



LICENCJA OSOBISTA

✓ Klient może:

- używać materiałów na własnym profilu,
- publikować je w swoich kanałach,
- dostosować opis lub format w uzgodnionym zakresie.

✗ Klient nie może:

- odsprzedawać pakietu,
- przekazywać go innym osobom,
- udzielać dalszej licencji.

2



LICENCJA KOMERCYJNA

✓ Klient może:

- używać materiałów do promocji własnej działalności,
- publikować je w kanałach marki,
- wykorzystywać w ustalonych działaniach sprzedażowych.

i Zakres powinien określać:

czas, terytorium, kanały, reklamy płatne, liczbę profili lub marek.

3



LICENCJA WHITE LABEL

✓ Klient może:

- publikować produkt pod własną marką,
- używać go jako elementu własnej oferty,
- modyfikować w ustalonym zakresie.

i Należy jasno określić, czy może:

- odsprzedawać,
- przekazywać klientom końcowym,
- zmieniać nazwę,
- dzielić produkt na części.

4



PRZENIESIENIE PRAW

To najszerszy wariant.

- jakie prawa są przenoszone,
- na jakich polach wykorzystania,
- od kiedy,
- za jaką cenę,
- czy twórca zachowuje prawo do portfolio,
- czy projekt jest wyłączny.



Minimalna checklista licencji

- ☒ strony transakcji
- ☒ dokładny opis produktu
- ☒ zakres dozwolonego użycia
- ☒ okres
- ☒ terytorium
- ☒ możliwość modyfikacji
- ☒ możliwość odsprzedaży
- ☒ wyłączność lub jej brak
- ☒ sposób oznaczenia AI
- ☒ odpowiedzialność za publikację
- ☒ cenę
- ☒ termin płatności
- ☒ sposób przekazania plików



Bezpieczne przekazanie

- 01 – Pliki główne
- 02 – Wersje do social mediów
- 03 – Prompty lub instrukcje
- 04 – Dokument licencyjny
- 05 – Miniatury i podglądy
- 06 – Instrukcja wdrożenia

Zasada nazewnictwa plików:

nazwa-projektu_format_wersja_numer

Przykład:

lena-ai_pionowy_v1_01



Nie używaj określenia „pełne prawa”, jeżeli nie potrafisz dokładnie wyjaśnić, co ono obejmuje.



Przy większych transakcjach lub przeniesieniu praw warto skonsultować dokument z prawnikiem działającym w odpowiedniej jurysdykcji.

Sprzedawaj rezultat i oszczędność czasu, nie tylko liczbę plików



Dla kogo + jaki problem + jaki rezultat + co zawiera + warunki użycia



PRZYKŁAD: ↪ Pakiet dla twórców, którzy chcą uruchomić spójny profil AI bez budowania postaci od zera. Otrzymujesz gotową bohaterkę, 30 materiałów, plan publikacji i licencję komercyjną na jeden profil.

 SEKCJA 1 — DLA KOGO JEST PRODUKT Dla twórców, agencji i właścicieli marek, którzy chcą szybko uruchomić wirtualną postać do regularnej komunikacji.	 SEKCJA 2 — JAKI PROBLEM ROZWIĄZUJE • brak spójności • brak czasu • brak pomysłów • trudność w tworzeniu postaci • nieregularne publikacje • brak gotowego systemu	 SEKCJA 3 — CO KLIENT OTRZYMUJE • 1 kompletna postać • 30 gotowych obrazów • 10 promptów • opis osobowości • kalendarz publikacji • licencja • instrukcja wdrożenia
 SEKCJA 4 — JAK SZYBKO MOŻNA ZACZĄĆ Po otrzymaniu plików możesz przygotować profil i pierwsze publikacje w ciągu jednego dnia roboczego. ↪ Nie obiecuj gwarantowanego rezultatu biznesowego.	 SEKCJA 5 — PRAWA I OGRANICZENIA • liczbę profili • możliwość modyfikacji • możliwość reklamy • odsprzedaż lub jej brak • wyłączność lub jej brak	 SEKCJA 6 — CENA I NASTĘPNY KROK Cena pakietu: [kwota] zł. Napisz START, aby otrzymać podgląd, zakres licencji i termin dostawy.



Gdzie szukać klientów?

- ① własne profile społecznościowe
- ② grupy twórców i marketerów
- ③ społeczności dotyczące AI
- ④ platformy freelancerskie
- ⑤ agencje social media
- ⑥ małe marki internetowe
- ⑦ osoby sprzedające produkty cyfrowe
- ⑧ twórcy prowadzący kilka profili
- ⑨ firmy potrzebujące regularnych kreacji



Wiadomość do potencjalnego klienta

Dzień dobry, przygotowuję gotowe pakiety wirtualnych postaci dla twórców i marek. Pakiet obejmuje spójną postać, materiały startowe, plan publikacji oraz jasną licencję. Zauważyłem, że rozwijają Państwo komunikację w obszarze [branża]. Czy mogę przesłać krótki podgląd przykładowego pakietu?



Trzy poziomy oferty



Produkt gotowy —

Najniższa personalizacja, szybsza dostawa, niższa cena.



Produkt dopasowany —

Zmiana stylu, kolorów, formatów i części treści.



Projekt indywidualny —

Nowa postać, pełny kierunek wizualny, dedykowane materiały i szersza licencja.



Im więcej personalizacji, praw i wyłączności, tym wyższa powinna być cena.

30-DNIOWY PLAN WDROŻENIA

Wybierz jeden model, uruchom ofertę i mierz wyniki



Nie potrzebujesz idealnego systemu.
Potrzebujesz pierwszej działającej wersji,
którą można poprawiać.

Dzień 1

Dzień 30



wybór modelu

Zdecyduj, który model najlepiej pasuje do Ciebie i Twojej grupy docelowej.



przygotowanie oferty

Stwórz prostą ofertę: rezultat, forma, cena i sposób dostawy. Bez komplikacji.



pierwsza publikacja lub kontakt

Pokaż swoją ofertę światu – opublikuj treść lub odezwij się do pierwszych osób.



analiza wyników

Sprawdź, co działa: odpowiedzi, zapytania, sprzedaż. Wyciągnij wnioski i ulepsz ofertę.



Twój pierwszy miesiąc monetyzacji krok po kroku



Celem pierwszych 30 dni nie jest zbudowanie idealnego biznesu.

Celem jest uruchomienie jednego modelu, zebranie danych i znalezienie najłatwszego etapu procesu.



TYDZIEŃ 1 – WYBÓR I PRZYGOTOWANIE

- 1 Wybierz jeden główny model monetyzacji.
- 2 Określ grupę odbiorców.
- 3 Zdefiniuj główny problem klienta.
- 4 Ustal konkretną ofertę.
- 5 Policz cenę i cel przychodowy.
- 6 Przygotuj opis oferty.
- 7 Sprawdź regulaminy, licencje i sposób oznaczenia AI.

WYNIK: Jedna jasna oferta gotowa do pokazania odbiorcom.



TYDZIEŃ 2 – MATERIAŁY I PROFIL

- 8 Określ pozycjonowanie i przekaz profilu.
- 9 Uzupełnij bio i linki.
- 10 Stwórz trzy filary treści.
- 11 Przygotuj 10 pomysłów na treści.
- 12 Przygotuj lead magnet lub materiał wartościowy.
- 13 Ustaw proces rozmów i odpowiedzi.
- 14 Przygotuj skrypty rozmów.

WYNIK: Profil, materiały i proces sprzedażowy są gotowe.



TYDZIEŃ 3 – PUBLIKACJA I POZYSKIWANIE KLIENTÓW

- 15 Opublikuj treść przyciągającą uwagę.
- 16 Opublikuj historię postaci.
- 17 Wyślij pięć dopasowanych wiadomości do potencjalnych klientów.
- 18 Opublikuj materiał edukacyjny lub zza kulis.
- 19 Opublikuj ofertę z jasnym CTA.
- 20 Odpowiedz na komentarze i rozpocznij rozmowy.
- 21 Wyślij follow-up do zainteresowanych osób.

WYNIK: Pierwsze realne reakcje, rozmowy i dane.



TYDZIEŃ 4 – OPTIMALIZACJA I SPRZEDAŻ

- 22 Sprawdź, które treści miały najlepsze wyniki.
- 23 Popraw hak lub pierwszy obraz.
- 24 Popraw CTA.
- 25 Popraw opis oferty.
- 26 Wyślij kolejne pięć dopasowanych wiadomości.
- 27 Zaproponuj pakiet startowy lub wersję testową.
- 28 Zbierz pytania i obiekcje klientów.
- 29 Podsumuj liczby.
- 30 Wybierz jeden element do poprawy w kolejnym miesiącu.

WYNIK: Ulepszona oferta i decyzja oparta na danych.



TABLICA WYNIKÓW

- Liczba opublikowanych treści _____
- Łączna liczba wyświetleń _____
- Wejścia na profil _____
- Kliknięcia w ofertę _____
- Rozpoczęte rozmowy _____
- Przedstawione oferty _____
- Liczba sprzedaży _____
- Łączny przychód _____
- Średnia wartość sprzedaży _____
- Liczba klientów powracających _____

Znajdź najłatwszy etap



- Mało wyświetleń: popraw temat, hak i format.
- Dużo wyświetleń, mało wejść: popraw profil i komunikat.
- Dużo wejść, mało wiadomości: popraw CTA.
- Dużo wiadomości, mało ofert: lepiej rozpoznawaj potrzebę.
- Dużo ofert, mało sprzedaży: popraw zakres, cenę lub zaufanie.
- Sprzedaż jest, ale klienci nie wracają: popraw jakość, obsługę i ciągłość.



CHECKLISTA KOŃCOWA

- ☐ Wybrałem jeden główny model.
- ☐ Znam swoją grupę odbiorców.
- ☐ Mam jasną ofertę.
- ☐ Cena jest powiązana z zakresem.
- ☐ Przygotowałem materiały pokazujące jakość.
- ☐ Profil zawiera jasne CTA.
- ☐ Mam gotowe skrypty rozmów.
- ☐ Sprawdziłem regulaminy i sposób oznaczenia AI.
- ☐ Wiem, jakie prawa otrzymuje klient.
- ☐ Mierzę cały proces, nie tylko zasięg.
- ☐ Nie przedstawiam symulacji jako gwarantowanych wyników.
- ☐ Mam plan na kolejne 30 dni.



Najważniejsza decyzja po przeczytaniu przewodnika

Przez kolejne 30 dni koncentruję się na modelu: _____

Moja główna oferta to: _____

Mój pierwszy mierzalny cel to: _____



Pamiętaj, że pierwszy działający system nie musi być idealny. Ma działać wystarczająco dobrze, aby zebrać dane. Poprawiaj go krok po kroku. Monetyzacja przychodzi z konsekwentnej postaci, regularnej treści, jasnej oferty i konsekwentnego działania. Liczy się system, a nie szczęście.

Wybierz jeden model i testuj go przez 30 dni.