

VIRALEN.si



ZAKLADNICA

idej za objave





KAJ objavljati?

1. Kdo ste?



Kdo je glavna oseba, ki stoji za podjetjem.

Dodate lahko tudi:

- s kakšnimi motivi in izzivi ste se soočali na poslovni poti
- kaj so vaše najljubše stvari
- v čem ste najboljši?



1. Zaposleni



S predstavitvijo članov vaše ekipe lahko ustvarite bolj človeško povezavo s svojimi strankami.

2. Zakulisje



Pokažite, kako poteka delo za zaprtimi vrati. To lahko pomaga strankam razumeti postopek.



4.

Predstavite izdelek/storitev



Delite slike ali videe, ki prikazujejo, kaj ponujate. Razložite, kako lahko vaš izdelek ali storitev rešuje težave vaših strank.



5.

Ozadje podjetja



Predstavite svojo zgodbo. Zakaj ste se odločili za to poslovno pot? Kaj vas motivira?

6.

Seminarji in dogodki



Obvestite svoje sledilce o prihajajočih dogodkih, seminarjih ali delavnicah. Vzemite jih virtualno s seboj.

7.

Mnenja strank



Objavite ocene in pričevanja zadovoljnih strank. To bo gradilo zaupanje in verodostojnost.



8.

Povezava z vašim okoljem



Če sodelujete v lokalnih dobrodelnih akcijah ali izvajate okolju prijazne prakse, to delite s svojo skupnostjo.

9.

Koristni nasveti



Delite koristne nasvete in trike, ki so povezani z vašo dejavnostjo. Na primer, če prodajate obleke, lahko delite ideje za stajlinge.



10.

Prispevki iz drugih virov



Delite zanimive prispevke ali novice iz vaše industrije, ki bi lahko zanimale vaše sledilce.



11.

Nagradne igre



Organizirajte nagradne igre ali tekmovanja, da povečate angažiranost in širjenje vašega profila.

12.

Sezonske promocije:



Organizirajte nagradne igre ali tekmovanja, da povečate angažiranost in širjenje vašega profila.



13.

Ustvarjalni izzivi



Sprožite izzive ali natečaje, kjer lahko vaši sledilci sodelujejo.



14.

Študije primera in raziskave



Delite rezultate raziskav, ki so povezane z vašo dejavnostjo, ali pa primerjajte, kako so vaši izdelki ali storitve koristili strankam.

15.

Behind the scenes



Pokažite, kako poteka delo za zaprtimi vrati. To lahko pomaga strankam razumeti postopek. Na primer, kako ročno izdelujete vaše izdelke.

16.

Q&A



Odgovorite na najpogostejša vprašanja strank in jim pomagajte razumeti, kako deluje vaša dejavnost. Nasvet: lahko jih tudi spodbudite, da vas vprašajo karkoli.

17.

Prikaz uporabe



S pomočjo videoposnetkov ali slik razložite, kako vaši izdelki ali storitve delujejo.



18. Zahvala



Nikoli ne zapravite priložnosti, da se zahvalite svojim strankam za njihovo podporo.

19. Napovedi, novosti, teaserji



Z vašo skupnostjo delite novosti, ki prihajajo. Ustvarite objave, ki v ljudeh vzbudijo pričakovanje.

20. User-generated content - UGC



Sodeluje z UGC kreatorji, ki ustvarijo vsebine s tvojimi izdelki ali storitvami. UGC vsebine temeljijo na avtentičnosti, zato izgledajo kot dejanska uporabniška izkušnja.

21. Eksperimentirajte



Razmišljajte o svoji publiki in drznite si oblikovati nekaj čisto svojega.

**VRSTA OBJAVE****IZVEDBA OBJAVE****NAREJENO**

Kdo ste		
Zaposleni		
Zakulisje		
Predstavitev izdelka / storitve		
Ozadje podjetja		
Seminarji in dogodki		
Mnenja strank		
Povezava z vašim okoljem		
Koristni nasveti		
Prispevki iz drugih virov		
Nagradne igre		
Sezonske promocije		



VRSTA OBJAVE	IZVEDBA OBJAVE	NAREJENO
Ustvarjalni izzivi		
Študije primera in raziskave		
Behind the scenes		
Q&A (vprašanja in odgovori)		
Prikaz uporabe		
Zahvala		
Napovedi, novosti, teaserji		
UGC		
Eksperimentiranje		

Tabela prikazuje vseh 21 idej za objave.

Pri vsaki od idej zapišite vašo izvedbo objave na način, kot narekuje vsaka ideja posebej.

V 3. stolpcu - Narejeno, si po objavljeni objavi naredite križec.

POSPEŠI RAST INSTAGRAM PROFILA

Instagram v zadnjih letih ni več platforma vsečkov.

V 2026 šteje predvsem to, kako globoko tvoja vsebina vpliva na ljudi.



Danes pa ni bistveno ne eno ne drugo.

Za algoritem so najbolj pomembne te 3 stvari:

1. Shranitve – znak, da se želi uporabnik vrniti.
2. Delitve v DM (sporočilih) – najmočnejši socialni dokaz.
3. Ponovni ogledi / watch time – koliko časa si nekoga “zadržal”.

Všečki in komentarji so postali stranski produkt.

Rast dobiš takrat, ko tvojo objavo ljudje začutijo kot koristno, zabavno ali vredno deliti naprej.








KAKO DANES DELUJE RAST NA INSTAGRAMU?

Ko objaviš, Instagram ne testira več samo “koliko ljudi nekaj vidi”.

V 2026 preverja kako močno tvojo objavo uporabniki uporabijo. Prvo jo pokaže mini skupini tvojih sledilcev — majhnemu algoritmičnemu vzorcu. Če ta skupina sproži prave signale, objava dobi “zeleno luč” za širitev.



5 odzivov, ki odprejo vrata rasti:

-  uporabniki ne preskočijo objave, temveč jo dejansko gledajo
-  objavo shranijo
-  objavo ponovno odprejo (to je novi močan signal)
-  objavo komentirajo z vsebino (ne samo emoji)
-  objavo delijo v DM ali story



KAKO INSTAGRAM ODLOČI, KOMU ŠE POKAZATI OBJAVO?

V letu 2026 Instagram bolje razume namerna dejanja.

Upošteva spodnje:

NAMERO

Ali uporabniki z objavo nekaj naredijo?
(jo delijo, se vrnejo nanjo, nanjo reagirajo)

RELEVANTNOST

Ali je tvoja vsebina dejansko povezana s tem, kar tvoji sledilci običajno gledajo?

KONTINUITETO

Ali si aktiven ustvarjalec?
(algoritem daje prednost profilom, ki objavljajo redno)

Če se ti trije elementi ujemajo, tvoja objava samodejno “skoči” izven tvoje skupnosti in pojavila se bo ljudem, ki te sploh še ne spremljajo.

To je temelj organske rasti v 2026.



Ne gre več samo za lep vizual ali informacijo.

OBJAVE, KI SI JO LJUDJE MED SEBOJ POŠILJAJO

01 – To rabim shraniti!

Vsebina je praktična, konkretna, uporabna.
Checkliste, triki, mini tutoriali, koristne informacije.

02 – Glej, točno tebe opisuje!

Vsebina v kateri se ljudje prepoznajo:
mini karakterji, tipi ljudi, relatable situacije, aktualni scenariji.

03 – Tole moram pokazati naprej!

Nepričakovano, presenetljivo, wow-efekt.
Pred/po transformacije, hitri rezultati, zanimiva dejstva.

04 – To je top – zakaj tega še nisem videl?

Ekskluzivna perspektiva, behind-the-scenes ali strokovna razlaga nečesa iz tvoje niše.

05 – To mi bo prišlo prav!

Vsebina, ki rešuje težavo, prihrani čas ali denar.
Najbolj deljena vsebina leta 2026 je problem–rešitev format.

06 – To je noro!

Efekt presenečenja: vizual, zgodba ali ideja, ki izstopa.
Vsebina, ki jo ljudje ne vidijo vsak dan.

07 – Smešno za znoret!

Humor ostaja eden najmočnejših razlogov za deljenje.
Če spominja na nekoga, ga ljudje avtomatsko pošljejo v DM.

08 – To je tako lepo, da moram poslati prijatelju.

Estetika + barve + atmosfera – vizualno močne objave se še vedno delijo, ker vzbujajo občutek, ne samo informacijo.



ČE TVOJA OBJAVA NE RASTE, RAZLOG NI VEDNO VSEBINA.

Včasih to lahko pomeni kaj od spodaj naštetega.

- napačen čas objave
- napačna začetna skupina (algoritem testira druge tipe ljudi)
- prešibek prvi "hook"
- premalo namerne vrednosti
- preveč splošne tematike

ali pa se preprosto ne ujema z današnjim razpoloženjem občinstva.

Z VESELJEM TI POMAGAM OPTIMIZIRATI TVOJE OBJAVE.

Pošlji mi jih v DM na Instagram - @viralen.si in pregledam, kaj lahko izboljšaš, da bodo tvoje objave v 2026 delovale tako, kot si želiš.

