

E-BOOK DLA ARTYSTÓW



**Praktyczne porady i wskazówki,
jak sprzedawać sztukę online**

Kinga Maziuk

COPYRIGHT© KINGA MAZIUK 2020

Autor: Kinga Maziuk

Redakcja i korekta: Kinga Maziuk

Tytuł: E-book dla artystów. Praktyczne porady i wskazówki, jak sprzedawać sztukę online.

HEJ! POZNAJMY SIĘ!



@art_kingamaziuk

Cieszę się, że właśnie mój e-book trafił do Ciebie! Mam nadzieję, że rady, które dla Ciebie przygotowałam staną się małą inspiracją, jak sprzedawać własne prace online.

Jestem Kinga, a malarstwo towarzyszy mi "etatowo" od kilku lat. Żeby Cię nie zmylić - nie ukończyłam studiów artystycznych, wręcz przeciwnie! Ukończyłam studia z fizjoterapii. Z perspektywy czasu uważam, że nie ma to żadnego znaczenia. Każde nowe doświadczenie traktuję jak lekcję na przyszłość. Jestem malarką - samoukiem. Wybrałam drogę samorozwoju i cały czas się kształcę. Interesuję się również "sztuką" w biznesie - dosłownie! Pomagam innym artystom odnaleźć się na rynku sztuki online.

Maluję egzotyczne obrazy inspirowane podróżami i naturą, prowadzę e-sklep: www.kingamaziuk.com, m.in. z reprodukcjami moich oryginalnych obrazów.

Czerpię radość z podróżowania, próbowania nowych rzeczy. Nudzę się, gdy stoję w miejscu, dlatego na bieżąco wyznaczam sobie nowe cele, by stać się możliwie najlepszą wersją samej siebie.

To co? Przechodzimy do rzeczy? :)

O CZYM DOWIESZ SIĘ W E-BOOKU

SPIS TREŚCI

1. BUDOWANIE WŁASNEJ MARKI ONLINE
2. JAK ODNALEŹĆ SWÓJ STYL
3. PASJA A ZAWÓD - CZY DA SIĘ TO POŁĄCZYĆ
4. JAK ZNALEŹĆ POTENCJALNYCH KLIENTÓW ONLINE
5. JAK BYĆ AKTYWNYM ARTYSTĄ NA INSTAGRAMIE
6. SOCIAL MEDIA - DROGA ROZWOJU ARTYSTY
7. PRZYDATNE APLIKACJE NA SOCIAL MEDIA
8. EKSPERCI SOCIAL MEDIA
9. PLATFORMY SPRZEDAŻOWE
10. JAK STWORZYĆ WYDRUKI ARTYSTYCZNE
11. JAK PAKOWAĆ OBRAZY DO WYSYŁKI
12. WSPÓŁPRACE

1. BUDOWANIE WŁASNEJ MARKI ONLINE

Drogi Artysto!

Jak już wiesz, marka osobista to Ty! Dzięki temu, że żyjemy w świecie internetów, mamy mnóstwo możliwości rozwoju i sprzedaży online. Coraz więcej artystów decyduje się sprzedawać sztukę na własną rękę. I ja się wcale nie dziwię! Widzę w tym rozwiązaniu ogromny potencjał, tylko i aż trzeba się nauczyć, jak działać online. Moim celem jest uświadomienie Ci, że sztuka to biznes oraz biznes to sztuka. Zwróć uwagę, że w dzisiejszych czasach jest takie przesycenie produktami na rynku, że firmy walczą o swoich klientów. Klient nie musi nawet wychodzić z domu, a jest bombardowany reklamami - gdzie? Oczywiście w internecie. Sztuka jest często wykorzystywana w biznesach jako źródło inspiracji, nieszablonowego działania, innego spojrzenia na świat.

Dziś już nie zawsze wystarczy dobra cena i funkcjonalność danego produktu! W dzisiejszych czasach klienci są bardziej wymagający! To, co teraz się sprzedaje dobrze to emocje, energia, historia, kreatywne rozwiązania, które stoją za danym produktem.



To właśnie dlatego okres Bożego Narodzenia ze św. Mikołajem, który prowadzi rozświeconego tira, może kojarzyć Ci się z Coca-Colą, a dezodoranty AXE sprzedają się nie tylko przez zapach, ale także pożądaną wizerunek, który został wykreowany wśród odbiorców. I to właśnie wrażliwi emocjonalnie ARTYŚCI stoją za takimi kreatywnymi rozwiązaniami! Przyjęło się, że efektem pobocznym sztuki jest zysk (jeśli w ogóle jest), z kolei odwrotnie jest w biznesie- wszystko opiera się na zysku, a efektami pobocznymi są idee, wartości, jakie wyznaje firma. Czy da się więc połączyć biznes i sztukę w jedną całość? Uważam, że się da - tylko tak jak w każdym biznesie - trzeba przyjąć strategię działania. Pierwszym kluczowym aspektem, na który Ty - ARTYSTA musisz sobie odpowiedzieć to:

- **KIM JEST TWÓJ ODBIORCA?**
- **DO KOGO TWOJE PRACE MOGĄ PRZEMAWIAĆ?**
- **GDZIE JEST TWÓJ ODBIORCA?**



I tu nie chodzi o to, żeby wymienić teraz podstawowe informacje o Twoich odbiorcach: typu - mężczyźni i kobiety w wieku od 20 do 70 lat z Polski, którzy mają "kasę" i są wrażliwi na sztukę. **Zbyt ogólnie!** Najlepiej podam Ci na swoim przykładzie. Jeśli maluję obrazy z motywem morskim - moim potencjalnym klientem może być osoba, która:

- lubi morze/podróże za granicę/nad polskie morze
- lubi lazurkowe/morskie kolory
- posiada dodatki w domu, które pasują do stylu na obrazie, np. morskie akcenty. Z perspektywy czasu zauważyłam, że coraz więcej osób decyduje się na obraz, który będzie pasował do ich wnętrza w domu. Może Ci się wydawać to dziwne, ale w swojej "karierze" artysty malowałam już obraz pod kolor złotej konewki pływaczki, a inspiracją dla obrazu #Shadow był szmaragdowy fotel właścicielki obrazu.
- mieszka nad morzem
- uprawia sporty wodne
- lubi pływać
- lubi tropiki, plaże, ciepłe miejsca
- ma drona i robi zdjęcia wybrzeżom z lotu ptaka
- wiąże emocje z danym obrazem (Najwięcej namalowałam obrazów, które kojarzyły się z historiami podróżników, miejscami wspomnień i marzeń. Np. Obraz #MexicoCenotes namalowałam nurkom, którzy pływali w meksykańskich cenotach i chcieli mieć pamiątkę z podróży.)
- remontuje/kupuje dom/mieszkanie/ma miejsce na ścianie
- posiada lokal/hotel/apartamentowiec/restaurację/biura
- jest klientem architektów wnętrz szukający obrazów do domu , np. w stylu miami beach, boho, scandi, hampton

- jest przypadkową osobą, która na mnie trafiła i po prostu spodobał jej się obraz
- jest kolekcjonerem sztuki
- lubi moją osobę i co robię - wcale nie musi lubić morskich klimatów



WNIOSKI: Twoje grono odbiorców może być ogromne, tylko musisz je określić! **TO PODSTAWA!** Jak określisz kim są, co lubią, jakie wartości wyznają, gdzie przebywają, to już jest sukces, bo przynajmniej wiesz, kogo będziesz "szukać". A jak "szukać" odbiorców odpowiem Ci w kolejnych rozdziałach.

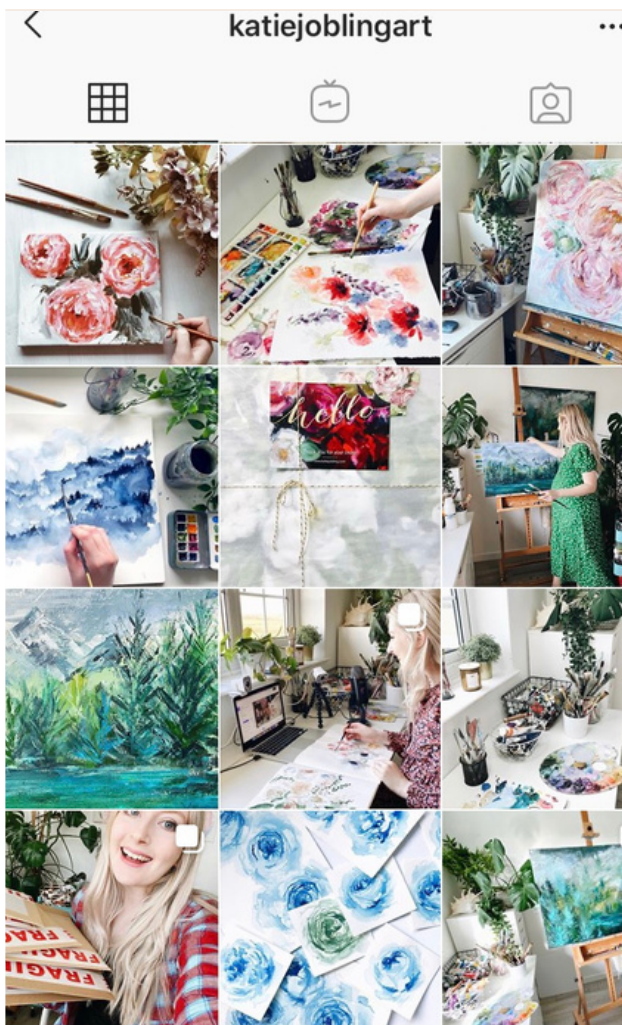
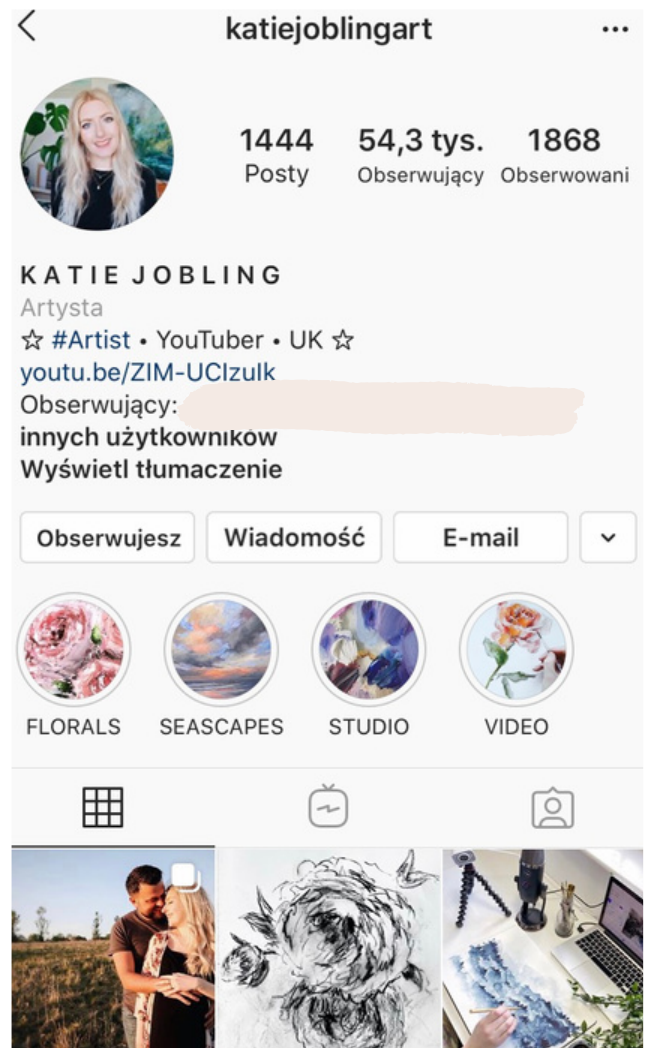
Jeśli Twój odbiorca utożsamia się z Tobą i Twoją sztuką, jest większe prawdopodobieństwo, że kupi obraz u Ciebie.

Kolekcjonerzy sztuki oraz przypadkowe osoby są na samym końcu listy osób zainteresowanych! Głównie odbiorcy, których łączy coś wspólnego z Twoimi obrazami- decydują się na zakup prac.

Podam Ci również przykład grupy odbiorców artystki - Katie Jobling **@katiejoblingart**, którą obserwowałam przez dłuższy czas. Katie to artystka z UK. Jej prace są zróżnicowane. Głównie maluje motywy kwiatów, lecz czasem można u niej zobaczyć obrazy ze zwierzętami i pejzaże morskie. Prowadzi kanał na YT o tematyce artystycznej. Sprzedaje swoje prace na różnych platformach, m.in na Etsy, Society 6. Zauważyłam, że maluje "pocztówkowe" mini obrazy na papierze. Takie mniejsze obrazy Katie cieszą się popularnością w sieci, a artystka systematycznie wysyła je do swoich odbiorców. Katie akurat celuje w sztukę dostępną, tj. o niższych cenach. Przykładem jej pocztówkowych oryginalnych obrazów są charakterystyczne mini różyczki na papierze.

POTENCJALNA GRUPA ODBIORCÓW KATIE:

- osoby, które lubią kwiaty/mają ogrody/kolekcje kwiatów
- floryści/właściciele/pracownicy kwiaciarni/studii florystycznych/firm florystycznych/firm zajmujących się wystrojem uroczystych wydarzeń np. ślubów, imprez
- osoby wrażliwe na piękno, a kwiaty są symbolem m.in. piękna, kobiecości, delikatności



- **odbiorcy tacy sami, co moi**, do których Katie kieruje swoje morskie pejzaże
- miłośnicy zwierząt, przyrody, lasów, krajobrazów, natury
- właściciele zwierząt, leśnicy
- osoby szukające prezentu dla swoich bliskich np. kobiet, które kochają kwiaty
- osoby, które szukają sztuki dostępnej

Z moich obserwacji stwierdzam, że **Katie** to inspiracja dla osób, które kierują swoją sztukę do grupy odbiorców o potencjalnie niższym budżecie. Większość jej obrazów jest małych rozmiarów. Katie dzięki temu ma niższe koszty produkcji. Różyczki (niebieskie), które możecie zauważyć, są bardzo podobne do siebie. Katie nie kombinuje. Wypracowała swoją technikę i robi stosunkowo podobne do siebie prace w ilościach hurtowych. A fakt, że sprzedaje na Etsy nie jest działaniem przypadkowym! Sklep Etsy słynie z tego, że produkty są tam wyceniane stosunkowo tanio przez artystów! Katie dobrze wiedziała, gdzie znajdzie swoją grupę odbiorców. Wcale nie szukała swoich odbiorców w ekskluzywnych galeriach sztuki, czy na renomowanych stronach internetowych, gdzie eksperci oceniają, czy jej praca się pojawi na aukcji, czy nie! Określiła swoją grupę odbiorców i ich znalazła!

[LINK DO SKLEPU KATIE](#)



Przy określeniu grupy odbiorców Twojej twórczości wspomniałam również, żeby określić **GDZIE JEST TWÓJ ODBIORCA**. Dlaczego to takie ważne?

Jeśli piszesz na social media w języku polskim, a chcesz mieć również grupę odbiorców za granicą to będzie Ci o wiele ciężiej! I na odwrót! Jako przykład podam polską artystkę Luizę **@luizacreates**, która kieruje swoją sztukę głównie do odbiorców zagranicznych na social media. Pisze po angielsku w mediach społecznościowych oraz swój własny sklep również posiada w wersji angielskiej.

Dzięki temu, że Luiza skupia się na komunikacji online w języku angielskim- jej odbiorcy chętniej czytają jej posty i komunikują się z nią w tym języku. Zniesienie bariery językowej ułatwia Luizie zdobycie klientów z różnych krajów.



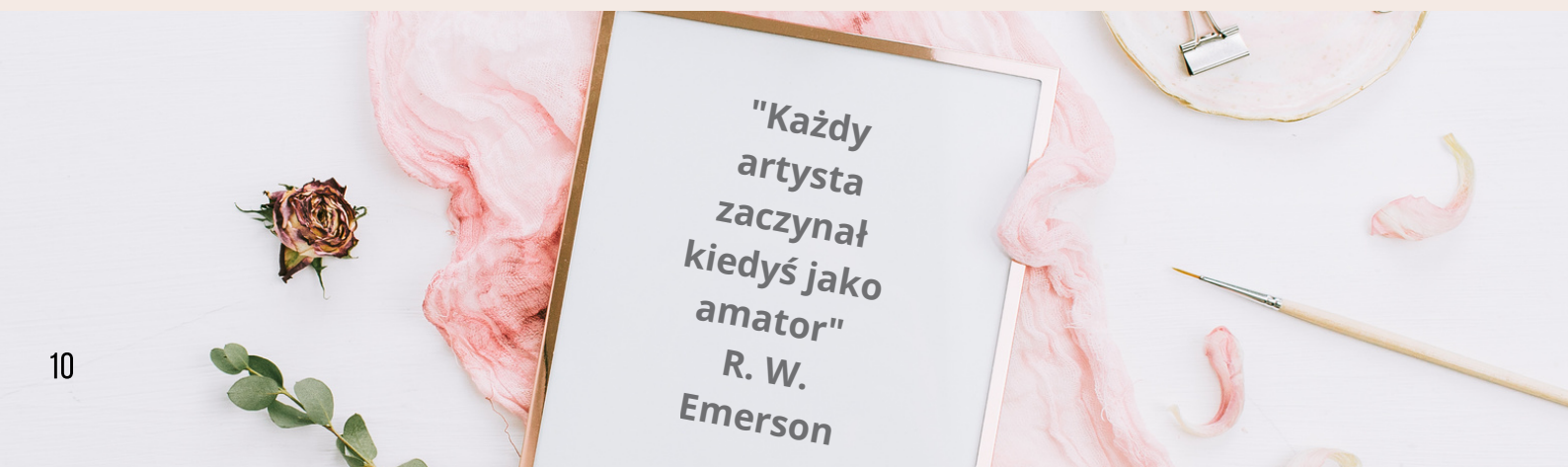
"Tylko ok. 8% klientów stanowi moja grupa odbiorców z Polski, reszta klientów jest z zagranicy. Swoje prace głównie kieruję do odbiorców z USA."



Pisanie treści chaotycznie - raz po polsku, a raz po angielsku może Ci zaszkodzić zamiast pomóc. Jeśli czujesz się komfortowo w pisaniu w dwóch językach, dodawaj treści po polsku oraz pod spodem dorzuć tłumaczenie w języku angielskim. Sugerujesz innym, że komunikacja w innym języku nie jest dla Ciebie przeszkodą.

**Jeśli więc czujesz, że to najlepszy moment,
by w końcu przełamać się i zacząć promować swoje
prace efektywniej, a serce podpowiada Ci: "biorę
sprawy w swoje ręce" to zachęcam Cię do
przeczytania całego e-booka. To w nim odnajdziesz
ogrom wartości i inspirujących przykładów, jak się
spełniać jako artysta w świecie online.**

KUPUJĘ E-BOOKA

A flat-lay photograph of artistic supplies. In the center is a book with a white cover and gold border, featuring a quote by R.W. Emerson. To the left is a small dried rose and a green leafy branch. To the right is a paint palette with a brush, and several pink flower petals are scattered around.

**"Każdy
artysta
zaczynał
kiedyś jako
amator"
R. W.
Emerson**