

PRIRUČNIK

Sadržaj koji
mijenja
perspektivu

Teorija, primjeri i vježbe

Nevena Vretenar

N

SADRŽAJ

01

O meni

02

Uvod: Što je sadržaj koji mijenja perspektivu?

03

Zašto je perspektiva ključna u online biznisu?

04

Kako vježbati kreiranje sadržaj iz SVOJE perspektive i onaj koji MIJENJA perspektivu?

05

Primjeri za uslužne branše

06

Tvoj sljedeći korak: Od inspiracije do AKCIJE

07

Zaključak

Sva prava pridržana. Nijedan dio ovog digitalnog priručnika ne smije se reproducirati, pohraniti ili prenositi u cijelosti ni djelomično, ni u kojem elektroničkom obliku, mehaničkim fotokopiranjem, snimanjem ili drugačije bez dopuštenja autora.

01

0 meni

O meni

01



Hej, prije nego zaroniš u ovaj priručnik, dopusti mi da ti se ukratko predstavim.

Hej, prije nego zaroniš u ovaj priručnik, dopusti mi da ti se ukratko predstavim. Ja sam Nevena Vretenar, **mentorica za biznis, brend i sadržaj** za uslužne biznise. Moja strast je naučiti te kako da svoju ekspertizu, vrijednosti, talente i iskustva ukomponiraš u sadržaj koji jača tvoj brend, privlači idealne klijente i donosi ti adekvatnu kompenzaciju za tvoj rad.

Ne pijem kavu, znam pričati unatrag (prva pjesma koju sam recitala unatraske bila je od Vesne Pisarović 🤗) i volim ljude koji na bilo koji način ovaj svijet čine boljim mjestom.

Volim boraviti u prostorijama koje me pozivaju na idući nivo, a još više uživam kad netko uspije promijeniti tijek mojih misli i proširiti moj pogled na stvari.

Isto tako, obožavam pomagati drugima da promijene svoju perspektivu i vide stvari iz sasvim novog kuta i gle čuda, upravo čitaš moj novi priručnik naziva **“Sadržaj koji mijenja perspektivu”**. :)

Dugo mi je bio na umu i osjećam da je ugledao svjetlo dana u pravom trenutku.

Jedva čekam da zaroniš u njega! 🚀

@biznissnevenom

N

02

UVOD: Što je sadržaj
koji *mijenja perspektivu?*

UVOD: Što je sadržaj koji mijenja perspektivu?

Zamisli ovo: Skrolaš Instagramom, objava za objavom. Sve izgleda isto – citati, savjeti, “5 razloga za nešto.” Prst ide dalje, ali onda... staneš. **Jedna rečenica, jedno pitanje, jedna misao** zaustavi te u trenu.

Ne zato što je glasna ili šarena, već zato što ti govori nešto što još nikad nisi čula. Pomisliš: **“Wow, nisam o tome razmišljala na taj način.”**

To je moć sadržaja koji mijenja perspektivu. To nije još jedan savjet koji nestane u masi, već iskra koja pali znatiželju, preispituje uvjerenja i poziva na akciju.

Ako te brine da li i ti možeš naučiti kreirati takav sadržaj za tvoje idealne klijentice reći ću ti ovo: Pisanje sadržaja koji mijenja perspektivu nije rezervirano samo za genijalce, pisce ili copywritere.

To je vještina koju možeš razviti – ako shvatiš da tvoja stručnost nije samo u tome da daješ odgovore, već da postavljaš prava pitanja.

Jer ljudi danas ne trebaju još jedan popis “kako nešto napraviti.” **Ono što zaista žele jest drugačiji pogled na svoj problem. Žele vodstvo koje im pomaže da vide širu sliku.**

Kad im to daš, prestaješ biti samo još jedan mentor ili edukator. Postaješ netko koga prate jer vjeruju da im možeš otvoriti nove horizonte i pružiti rješenje za njihov izazov ili brzi boarding pass za željenu destinaciju.

“Sadržaj koji mijenja perspektivu” zamislila sam ne samo kao još jedan priručnik o kreiranju sadržaja, već kao **poziv** na mijenjanje ustaljenih obrazaca i razmišljanja tvojih klijenata.

U ovom priručniku pokazat ću ti:

- **Zašto je ovakav sadržaj ključan za izgradnju autoriteta i povjerenja.**
- **Kako razviti vlastitu sposobnost mijenjanja perspektive.**
- **Konkretne primjere iz različitih branši koje možeš odmah primijeniti.**

Nije cilj biti najglasniji u moru glasova. Cilj je biti onaj glas koji ih zaustavlja, tjera da razmisle i zaključe: **“Ona stvarno razumije što mi treba.”**

Spremna? I znaj da tvoje riječi imaju moć promijeniti ne samo tuđe mišljenje, već i tuđe živote.

03

Zašto je perspektiva
KLJUČNA u online
biznisu?

Zašto je perspektiva *ključna* u online biznisu?

U online svijetu, gdje se sadržaj proizvodi u milijunima komadića svakodnevno, da bi se istaknula, moraš učiniti nešto više od običnog dijeljenja savjeta i informacija. **Moraš pomoći svojoj publici da vidi nešto što prije nisu vidjeli.** I to je onaj dio gdje **perspektiva** postaje ključna.

Zamisli da pokušavaš napraviti savršen kolač, ali nešto nije u redu – ili je previše suh ili previše gust. I onda ti netko, tko već ima iskustva, kaže: “Probaj prvo prosijati brašno i dodati malo više tekućine.” Možda to zvuči jednostavno, ali kada to napraviš, **cijeli kolač se mijenja.** Isti sastojci, ali s potpuno drugačijim rezultatom.

To je prava moć perspektive. **Ponekad je samo jedna mala promjena u načinu na koji razmišljaš ili pristupaš nečemu dovoljna da cijela slika postane jasnija.**

Slično tome, u online biznisu, tvoja sposobnost da vidiš stvari iz drugačijeg kuta može napraviti razliku između običnog sadržaja koji se brzo zaboravlja i sadržaja koji pokreće tvoje klijente na akciju.

Perspektiva nije samo “pogled na stvar.” To je način na koji interpretiraš informacije, kako ih prikazuješ i kako ih tvoja publika doživljava.

Ona ima moć da promijeni mišljenja, otvori nove mogućnosti i ponudi odgovore na pitanja koja klijenti još nisu postavili. **Kad imaš sposobnost promijeniti nečiju perspektivu, možeš promijeniti i način na koji oni doživljavaju svoj problem, svoju budućnost, a samim time i način na koji će reagirati na tvoju ponudu.**

Sadržaj koji mijenja perspektivu pomaže tvojoj publici da prepozna nešto što nisu znali, da se zapitaju o nečemu na način koji do tada nije bio moguć. **Ne radi se samo o informiranju. Radi se o transformaciji.**

Pitaš se zašto je to ključno u tvom online biznisu?

Zašto je perspektiva *ključna* u online biznisu?

1. Postavljaš se kao stručnjak. Kroz sadržaj koji potiče na promišljanje, klijenti te vide kao nekoga tko ima dublje razumijevanje problema – a to znači da im možeš ponuditi vrijedna rješenja.

2. Razvijaš emocionalnu povezanost. Kroz novu perspektivu, tvoji klijenti osjećaju da ih razumiješ na dubljoj razini i time povezivanje s tvojim brendom postaje puno snažnije.

3. Stvaraš veću angažiranost. Kad izazoveš promjenu u načinu razmišljanja, tvoji klijenti neće samo pasivno konzumirati sadržaj. Počet će razmišljati, dijeliti mišljenja i angažirati se u razgovoru.

4. Daješ razlog za povratak. Sadržaj koji mijenja perspektivu ne zadovoljava samo trenutne potrebe tvoje publike – on im otvara nove mogućnosti. Zbog toga će tvoji klijenti željeti još, tražit će tvoje savjete jer znaju da ćeš im pomoći da rastu.

5. Potičeš na akciju. Kada ponudiš novi pogled na stvar, klijenti se osjećaju pozvani da poduzmu nešto – da investiraju u sebe, u tvoje usluge, u tvoju ponudu. Perspektiva koja potiče na akciju rezultira konkretnim, mjerljivim rezultatima.

Perspektiva je ključna jer tvoje misli i riječi oblikuju živote drugih. A u online biznisu, gdje se konzumira ogroman volumen sadržaja, važno je pronaći način da tvoja poruka pronade svoj put, da potakne razmišljanje i pokrene na akciju.

U konačnici, ako možeš promijeniti način na koji netko vidi svijet, možeš promijeniti i njegovu stvarnost. A to je prava moć koju donosi sadržaj koji mijenja perspektivu.

04

Kako vježbati kreirati
sadržaj iz SVOJE
perspektive i onaj koji
MIJENJA perspektivu?

Kako vježbati kreirati sadržaj iz SVOJE perspektive i onaj koji MIJENJA perspektivu?

Neću te lagati, razvijanje sadržaja koji mijenja perspektivu nije nešto što se može naučiti "preko noći". To je proces koji zahtijeva praksu, kao bilo koja vještina. Ali ja sam tu da ti uz prava pitanja, savjete i primjere olakšam taj put.

Želim da znaš da možeš razvijati sadržaj iz **SVOJE** perspektive i onaj koji **MIJENJA** perspektivu. Na prvi pogled zvuči slično, ali zapravo je različito.

Razvijati svoju perspektivu znači kritički uposliti svoj mozak, uzeti vremena za promišljanje i razvijanje vlastitih stavova. To je proces introspekcije, gdje se učiš prepoznavati vlastita uvjerenja i pogled na svijet koji je oblikovan tvojim iskustvima.

Sadržaj kojeg kreiraš iz **SVOJE perspektive** podrazumijeva duboko razumijevanje same sebe, tvojih stavova i promišljanja. Ovdje dijeliš svoja razmišljanja, zaključke, svoju priču.

Ako misliš da možda nemaš neku posebnu perspektivu i mišljenje o temi koje bi bilo različito od drugih, znaj da

svatko ima jedinstven pogled na svijet temeljen na vlastitim iskustvima, uvjerenjima i spoznajama - samo si možda nisi dala dovoljno prilika i zapitala se: "Koje je stvarno moje mišljenje o ovoj temi".

A možda još nemaš dovoljno hrabrosti podijeliti svoju perspektivu sa svijetom - ali nadam se da će te ovaj priručnik na to potaknuti! ;)

S druge strane, sadržaj koji **MIJENJA** perspektivu ide dublje.

To je sadržaj koji ne samo da pokazuje tvoje stavove, već zahtijeva dublje razumijevanje tvojih klijenata, njihovih izazova, prepreka, najdubljih želja i podsvjesnih obrazaca koji ih drže na mjestu.

To je proces u kojem prepoznaješ i razmišljaš o tome kako tvoj sadržaj može pomoći tvojoj publici da vidi stvari iz potpuno novog kuta, izaziva njihovo razmišljanje i pomaže im da dođu do novih uvjerenja.

1) Kako vježbati pisati sadržaj iz **svoje** perspektive

Evo nekoliko savjeta za razvijanje svoje perspektive i mijenjanje perspektive tvojih klijenata.

Postavljaj si provokativna pitanja

Kada naiđeš na inspirativnu izjavu ili ideju, pitaj se: *"Kako ovo izgleda iz mog kuta? Gdje ja to primjenjujem u svom životu?"* Ili *"Zašto ovaj savjet za mene ne funkcionira"* Uklopi to u vlastitu priču, brend i razmišljanje o temi.

Primjer: Ako si coach za produktivnost: *"Zašto savjet: "Počni prvo od najtežeg zadatka" za mene ne funkcionira?"*

Kako možeš komplicirane stvari iz tvoje branše učiniti jednostavnijima?

Razmisli postoji li nešto u tvojoj branši što tvojim klijentima zadaje glavobolje jer im djeluje previše komplicirano, ali ti imaš rješenja koja zapravo pojednostavljuju stvari?

Razmišljaj o svojim iskustvima

Svako tvoje iskustvo nosi pouku koju možeš podijeliti kroz sadržaj. Razmisli o trenucima kad si nešto naučila ili promijenila svoje mišljenje. Poveži to s tvojom temom i koristi kao osnovu za kreiranje autentičnih objava ili videa.

Primjer: *"Što se dogodilo kad sam ulaganje u 66 edukacija zamijenila odabirom onog jednog pravog mentora?"*

1) Kako vježbati pisati sadržaj iz **svoje** perspektive

Koji su stavovi tvojih kolega iz branše s kojima se baš ne slažeš

Kada vidiš objavu od svoje kolegice iz branše, zapitaj se: *“Slažem li se s njom? Ako da, što bih mogla dodati, a što nije spomenuto? Ako se ne slažem, što bih ja rekla da smo na debati?”*

Na primjer, recimo da kolegica piše: *“Najvažnije je da budeš konzistentna u vježbanju.”* Ako se ne slažeš s tim, možeš napisati nešto poput: *“Evo zašto konzistentnost u treninzima nije dovoljna da postigneš rezultate koje želiš.”* Možeš razmisliti o tome kako je važno imati prilagodljiv pristup treningu, kako je važno slušati svoje tijelo i promjene u životnim okolnostima, a ne slijepo se držati iste rutine. Time pokazuješ svoju jedinstvenu perspektivu i stav koji se razlikuje od onoga što drugi ističu kao logično rješenje.

Kako možeš već 100 puta prožvakani savjet iz tvoje branše prenijeti na svjež način uz dozu tvoje perspektive?

Već viđen savjet: Vizualiziraj svoj uspjeh i on će se ostvariti

Tvoja svježa perspektiva: Manifestiranje ne znači samo razmišljati o onome što želiš, već POSTATI osoba koja to isto može primiti.

Vodi dnevnik ili bilješke

Redovito bilježi svoja razmišljanja. To može biti početak za razvoj tvojih stavova i stavljanja tvoje perspektive u širi kontekst. Kad se osvrneš na bilješke, često ćeš primijetiti promjene u tvojim pogledima koje ti mogu pomoći u oblikovanju sadržaja koji rezonira s tobom i tvojim brendom.

1) Kako vježbati pisati sadržaj iz **svoje** perspektive

Razmišljaj o temama izvan tvoje branše

Osim samo promišljanja o svojoj branši, počni primjećivati i tvoja razmišljanja o temama koje te okružuju. Npr koje je tvoje razmišljanje o ekologiji, kupovanju u Zari - i nemoj se zadržati na površini - zaroni dublje i tako jačaj mišić razvijanja svoje perspektive.

Cilj je da iz pasivnog konzumiranja sadržaja koji te okružuje, postaneš **AKTIVNI promatrač**.

2) Kako vježbati pisati sadržaj koji mijenja perspektivu

Razumijevanje njezinih izazova - zapitaj se koji izazovi/želje tvoje klijentice

Što radi trenutno, **a ne donosi joj rezultate** i zbog čega?

Što **ona** misli da će joj donijeti rezultate, a zapravo neće (ili barem ne tako brzo)

Koji su njezini **podsvjesni** obrasci koji je sabotiraju da postigne to što želi?

Što je sprječava da napravi korak naprijed?

Koji konkretni alate ili resurse misliš da joj najviše nedostaju, a da toga nije ni svjesna?

Kako se osjeća u vezi sa svojim postignućima?

- Osjeća li ponos prema onome što je postigla?
- Vjeruje li da su njezina postignuća dovoljna, ili uvijek osjeća da mora više?

Koje su njezine najveće želje i ambicije?

- Što najviše želi ostvariti u svom životu?
- Koji su njezini najveći snovi i ciljevi?

Koji su najveći strahovi tvoje klijentice?

- Čega se najviše boji u životu?
- Što joj najviše stvara anksioznost ili nelagodu?

Koje su njezine najveće brige?

Što je sprječava da naprave korak naprijed?

Razvijanje sadržaja koji mijenja njihovu perspektivu počinje **s empatijom**.

Postavljanjem pitanja poput: *"Koji su njihovi najveći strahovi i koje su prepreke na putu?"* možeš oblikovati sadržaj koji rezonira s njihovim potrebama.

Koristi kontraste i suprotnosti

Jedan od najsnažnijih načina da mijenjaš perspektivu je kroz **kontraste**. Pokaži kako stvari mogu izgledati iz potpuno različitog kuta. Na primjer, ako tvoji klijenti misle da moraju raditi *više* da bi postigli uspjeh, možeš podijeliti pogled u kojem *"manje je više"*. Time ćeš izazvati njihovu percepciju i pomoći im da vide stvari iz novog kuta.

2) Kako vježbati pisati sadržaj koji mijenja perspektivu

Pitaj i izazivaj

Pokušaj postavljati pitanja koja izazivaju njihovu svakodnevnu percepciju. Pitaj ih: **“Što bi se dogodilo da prestaneš slijediti ovaj obrazac?”** ili **“Znaš li što bi ti pomoglo da ovo promijeniš?”** Takva pitanja ne samo da izazivaju razmišljanje, već pokreću i dublje osobne spoznaje koje mogu biti ključne za promjenu perspektive.

Priče koje donose “aha” trenutke

Dijeljenje konkretnih priča tvojih klijenata koji su prošli kroz transformaciju uz tvoju pomoć može imati snažan učinak za promjenu perspektive.

Primjer: *“Klijentica je došla s uvjerenjem da nikada neće moći podići cijene svojih usluga jer “nema dovoljno iskustva” i bojala se da će izgubiti klijente. Kroz naš rad shvatila je da problem nije u cijenama, već u njenom strahu da jasno komunicira vrijednost svog rada. Zajedno smo razvile način kako će postavljati granice, govoriti o rezultatima koje nudi i fokusirati se na njezine idealne klijente.*

Rezultat? Podigla je cijene za 30%, prepolovila broj klijenata, ali udvostručila prihode – i što je najvažnije, napokon radila s ljudima koji cijene njezin trud i znanje.

“Aha” trenutak za publiku: Shvatili su da često nisu njihovi proizvodi ili usluge “preskupi”, već način na koji sami sebe vide i predstavljaju svijetu.

05

Primjeri za *uslužne* branše

Primjeri za *uslužne* branše

05

U nastavku ti donosim nekoliko primjera sadržaja pisanog iz tvoje perspektive i onog koji mijenja perspektivu na primjeru nekoliko branši. Čak i ako ovdje ne pronađeš svoju branšu, cijeli ovaj priručnik zamišljen je tako da ti pruži LOGIKU iza kreiranja ovakvog sadržaja kako bi to isto mogla primijeniti na svom primjeru.

Obje vrste sadržaja, pisane iz tvoje perspektive i onaj koji mijenjaju perspektivu tvoje klijentice, mogu biti moćni alati za stvaranje povezanosti i utjecaja. Međutim, temeljna razlika leži u pristupu.

PRIMJER SADRŽAJA IZ TVOJE PERSPEKTIVE:

Sadržaj iz tvoje perspektive fokusira se na tvoje osobno iskustvo, uvjerenja i specifičnu perspektivu. Njime dijeliš svoj način razmišljanja i pokazuješ svoju jedinstvenost i "glas". Ovaj sadržaj gradi povjerenje i povezanost jer klijentica kroz njega upoznaje tebe i tvoju stručnost i sve jasnija joj postaje razlika između tebe i drugih.



BIZNIS MENTOR:

- ☛ Kad sam pokretala svoj biznis nikad se nisam bavila pitanjima "ZAŠTO", već "KAKO" i zato sam danas ovdje.
- ☛ Jedan shift koji sam napravila i kompletno promijenila moj odnos s novcem.
- ☛ Ja nisam čekala da budem uspješna da bi ulagala u X mentorstva. Ja sam ulagala u X mentorstva i zato sam postala uspješna.
- ☛ Žene koje ulaze u moj svijet i ostvaruju nevjerojatne rezultate nisu one koje postavljaju najviše pitanja, već one koje postavljaju PRAVA pitanja.

Primjeri za *uslužne* branše

05



EDUKATOR ZA DJECU:

- ☛ Iako sam stručnjak za rad s djecom i moje dijete ima TANTRUME. Razlika je KAKO se ponašam kad do njih dođe.
- ☛ Koja je moja najveća slabost kad su u pitanju granice koje postavljam mojem djetetu.
- ☛ Misliš da je moje dijete savršeno jer sam edukator za djecu. Istina je malo drugačija, ali evo što ja radim kad moj 'stručni' glas ne upali.
- ☛ Priznajem - i ja sam vikala na svoje dijete. Ali ono što je uslijedilo bilo je ključno: Kako sam je naučila da i mama ima emocije - i kako se zajedno učimo nositi s njima.

- ☛ Svi pričaju o tome kako djecu treba motivirati da uče, ali znaš što je mene šokiralo? Nije uvijek dijete problem, ponekad je to način na koji postavljamo očekivanja.
- ☛ Moje dijete je jednom reklo: 'Mama, stalno si na mobitelu.' Evo što sam napravila nakon tog trenutka - i kako je to promijenilo dinamiku u našoj obitelji.
- ☛ Znaš onaj trenutak kad ti dijete postavi 20 pitanja u 5 minuta? Evo što radim kad se osjećam kao da ne mogu više, a ne želim vikati.

PRIMJER SADRŽAJA KOJI MIJENJA PERSPEKTIVU:

Sadržaj koji mijenja perspektivu preusmjerava fokus s tebe na tvoju klijenticu. Njime izazivaš njezine postojeće uvide, razbijaš zablude ili nudiš svježi kut gledanja na problem. Ovaj sadržaj potiče na akciju jer joj pomaže da vidi stvari iz nove dimenzije.

Primjeri za *uslužne* branše

05

Kako bi i ti sama jednostavnije došla do ideja za sadržaj koji mijenjaju perspektivu, primjere sam strukturirala ne sljedeći način.

- 1 **Problem/izazov/želja klijentice**
- 2 **Sadržaj koji mijenja perspektivu** (pokazuje drugačiji način razmišljanja ili rješavanja problema).

PRIMJERI	Problem/izazov/želja klijentice	Sadržaj koji mijenja perspektivu
COACH ZA PRODUKTIVNOST	(Što ona sada radi, a ne funkcionira) - klijentica često bira najlakše zadatke i time stvara privid da nešto radi, a na kraju dana se i dalje osjeća nezadovoljno jer zapravo nije napravila krucijalne stvari i ne ostvaruje rezultate koje želi.	Nije važno KOLIKO zadataka odradiš u danu već KOJI su to zadaci. Pod time mislim na ovo...
FITNESS TRENER	(Što je drži na mjestu) - klijentica nema vremena za napraviti pojedini trening u vremenskom okviru koji je zamislila i onda radije bira "ne pojaviti se" i time ulazi u začarani krug koji dovodi do toga da odustaje.	"Moram odraditi trening <i>jako ili nikako</i> " je misao koja te drži u začaranom krugu odustajanja. Evo jedan mindset shift koji će ti promijeniti sve.
MINDSET BIZNIS MENTOR	Što ona misli da će joj donijeti rezultate, a zapravo neće (ili barem ne tako brzo) - Ona misli da joj treba savršena strategija i da mora znati svaki korak prije nego se upusti u neku novu poslovnu avanturu, a zapravo treba prvo poraditi na mindsetu.	Možeš izgraditi uspješan biznis iz svojih najluđih snova, ali trčanje za savršenom strategijom nije put koji će te tamo odvesti. Ali ovo hoće.

Primjeri za *uslužne* branše

05

PRIMJERI	Problem/izazov/želja klijentice	Sadržaj koji mijenja perspektivu
COACH ZA CILJEVE	(Što želi, u odnosu na ono što radi trenutno, a ne donosi joj rezultate i zbog čega?) Želi izgraditi vrlo profitabilan biznis, kreirala je vision board, vizualizira, afirmira, napravila je web, logo, ali i dalje nema prevelikih pomaka. - <i>U tvom programu imaš razvijenu posebnu metodologiju poduzimanja akcija za ostvarivanje velikih ciljeva.</i>	Imaš "million dollar" ciljeve, ali poduzimaš "one dollar" akcije i zato se ne krećeš brzinom kojom bi htjela. Saznaj koje su to akcije koje će te u kraćem periodu približiti onome gdje želiš biti.
NUTRICIONIST	(Klijentica želi smršaviti i opsesivno broji kalorije - <i>a tvoja nit vodilja je da klijentice kroz tvoj program mogu jesti sve, samo u balansu - fokusirajući se npr na bogatiji obrok ujutro, a onda zdrave snackove kroz dan...</i>).	Što ako nije stvar u tome KOLIKO jedeš nego ŠTO jedeš. Evo kako moje klijentice gube kilograme, osjećaju se nikad bolje, a jedu SVE.
TERAPEUT	Osjeća se preopterećeno i ne zna reći "ne" drugima. Kad i pokuša postaviti granicu, osjeća nakon toga krivnju i vrlo brzo se vraća ustaljenim obrascima ponašanja.	Prava moć granica nije samo u riječi 'NE' – već u miru koji osjećaš kada znaš da si postupila u skladu sa sobom. Zvuči nemoguće? U ovoj objavi otkrij koji su tvoji prvi koraci prema granicama bez grižnje savjesti.
VLASNICA FRIZERSKOG SALONA	Klijentica dolazi na frizuru samo kada je nešto hitno (vjenčanje, važan događaj) i smatra da je dovoljno prati kosu kod kuće. Misli da redoviti tretmani kod frizera nisu potrebni jer "ionako samo šišaju vrhove.	Tvoja kosa može izgledati savršeno samo na jedan dan – ili uz dubinske tretmane vrhunskim proizvodima u našem salonu može biti zdrava i sjajna svaki dan. Što biraš?

Primjeri za *uslužne* branše

05

Evo još nekoliko primjera naslova koji mijenjaju perspektivu:

- Ako si se pomirila s tim da imaš rijetku kosu jer “takvi su ti geni”, znaj da to ne mora biti tako. Ovo je glavni način kako i ti možeš potaknuti svoje uspavane folikule na rast koji prkose genetici.
- Nisi preosjetljiva, samo živiš u svijetu koji je naučio skrivati svoje emocije.
- Zašto je tvoja preosjetljivost zapravo tvoja snaga?
- Što ako nisi lijena, već su tvoji kapaciteti prepunjeni?
- Tvoja klijentica ne treba još VRIJEDNOSTI u tvom sadržaju da bi kupila od tebe.
- Želiš više slobodnog vremena? Zapiši koliko puta si danas rekla “DA” stvarima kojima si trebala reći “NE”.
- Ne moraš kopirati druge da bi uspjela. Radije kopiraj buduću verziju sebe koja živi život s tvojeg vision boarda.
- Postat ćeš uspješnija onda kad počneš raditi stvari koje_____
- Ako se pojavljuješ za svoje ljude samo onda kad nešto prodaješ, nije ni čudo što imaš pratitelje, a ne zajednicu koja jedva čeka kupiti od tebe.
- Prestani čekati da te netko motivira, počni postavljati toliko moćne ciljeve zbog kojih ti motivacija neće biti potrebna.
- Treba ti 100 godina da realiziraš jedan cilj jer pričaš si: “Ali ja sam perfekcionista”. Evo što se zapravo skriva iza toga.
- Tvoj uspjeh najviše ovisi o pričama koje si pričaš prije spavanja. Što pod time mislim, saznaj u objavi.

06

Tvoj sljedeći korak:

Od inspiracije do AKCIJE

Tvoj sljedeći korak: *Od inspiracije do AKCIJE*

Pitaš se što dalje? Sad kad imaš sve ove informacije, primjere i smjernice, vrijeme je da ih primijeniš. Razumjeti kako sadržaj može mijenjati perspektivu je samo početak – pravo majstorstvo dolazi kad to naučiš dosljedno i autentično prenijeti kroz svoje objave - ali prvi korak je da: kreneš. :)

Pripremila sam za tebe nekoliko praktičnih vježbi koje će ti omogućiti da napišeš svojih **idućih nekoliko objava** koje mijenjaju perspektivu tvoje publike.

Vježba 1: Identificiraj izazov svoje klijentice

1. **Postavi se u njene cipele:** Koji je najveći izazov ili prepreka s kojom se suočava?
2. **Zapiši barem tri specifična primjera problema:** Nemoj stati na površinskim izazovima. Duboko zaroni – što osjeća, što misli, što radi (ili ne radi) zbog tog problema?
3. **Formuliraj to kao pitanje ili uvod u objavu:**
 - "Osjećaš li se ponekad kao da ___?"
 - "Muka ti je od toga da stalno ___?"

Vježba 2: "Razbudi" standardni način razmišljanja

1. **Izdvoji jedan tipičan savjet ili uvjerenje u tvojoj industriji koje tvoja klijentica trenutno slijedi:** Na primjer: "Da bi smršavila, moraš brojati kalorije."
2. **Objasni zašto to ne funkcionira:** Iskoristi svoj stručni autoritet da objasniš zbog čega joj taj savjet ne pomaže.
3. **Formuliraj svoju perspektivu:** Na primjer:
 - "Što ako ti kažem da problem nije u kalorijama, nego u ___?"
 - "Najveća laž koju ti pričaju o ___ je ova: ___."
 - Možda si često čula da ____, ali što kad bih ti rekla da _____

Tvoj sljedeći korak: *Od inspiracije do AKCIJE*

Vježba 3: Tvoj osobni primjer

- 1. Prisjeti se trenutka iz svog iskustva kad si mijenjala vlastitu perspektivu:**
Koja uvjerenja si ti morala odbaciti da bi postigla ono što imaš danas?
- 2. Pretvori to u priču:** Poveži svoje iskustvo s izazovima svoje klijentice i pokaži joj da razumiješ kroz što prolazi.
- 3. Formuliraj svoju perspektivu:**
 - Mislila sam da će me ovo dovesti do ____, a zapravo sam trebala ____
 - "Sada znam da pravi pomak dolazi iz ____, a ne iz ____."

Vježba 4: Napiši objavu za promjenu perspektive

- 1. Odaberi jedan od problema iz Vježbe 1.**
 - 2. Razradi ga kroz tri koraka:**
 - **Izazov:** Što tvoja klijentica sada radi ili misli (i zašto to ne funkcionira)?
 - **Novi pogled:** Koja je tvoja perspektiva i zašto će joj više služiti?
 - **Rezultat:** Što će se promijeniti za tvoju klijenticu ako usvoji tvoj pristup?
- **Započni objavu:**
 - "Vjerojatno misliš da ____."
 - "Ali stvarnost je da ____."
 - "Ako počneš gledati na ovo iz druge perspektive, shvatit ćeš da ____."

Vježba 5: Brainstorming 10 tema za svoje objave

Izdvoji 10 minuta i odgovori na ova pitanja:

- Koja uvjerenja moje klijentice je vrijeme da promijenim jer joj ne služe?
- Koje jednostavne promjene bi joj olakšale život ili donijele rezultate?
- Što bih voljela da ona zna o mom pristupu?

Svaka od ovih vježbi je tvoj alat za stvaranje sadržaja koji ne samo da inspirira, već i *transformira*. Kreni redom i gledaj kako tvoj sadržaj počinje privlačiti prave ljude – one koji slušaju ali i djeluju.

07

Zaključak



Zaključak

Perspektiva je poput svjetla u mračnoj sobi – čim je promijeniš, odjednom vidiš stvari koje prije nisi mogla ni zamisliti. Kada nekome pomogneš da proširi svoj pogled, ne mijenjaš samo njihove misli, već otvaraš vrata novim mogućnostima, drugačijim odlukama i potpuno novim rezultatima.

Sadržaj koji mijenja perspektivu nije samo “komad sadržaja” i neka usputna informacija – to je **TRANSFORMACIJA.**

To je trenutak kad osoba shvati da problem koji je godinama sputava zapravo ima rješenje, i to unutar nje same. To je moć tvojih riječi, tvoje autentičnosti i tvoje sposobnosti da vidiš dalje od onog što većina vidi.

Kad tvoj sadržaj izazove “aha” trenutak, ti ne prenosiš samo poruku. Ti pokrećeš promjenu. I to je najveći dar koji možeš dati – jer svaki “aha” trenutak je mali kamenčić koji pokreće lavinu pozitivnih promjena.

Tko zna? Možda je baš tvoja iduća objava ona koji će nekome promijeniti život.

@biznissnevenom

N



07

Hvala na čitanju i ako
poželiš dalje učiti od mene,
istraži dostupne mogućnosti
tako što ćeš mi se javiti
u DM na Instagramu:
@biznissnevenom.

Svakako javi kako ide primjena! :) Sretno!

Nevena
VRETENAR