

KAKO KREIRATI SADRŽAJ KOJI PRODAJE (sažetak)

- **Osnova svake prodajne objave:** jasna osoba → jasan problem/želja → jasno rešenje → jasan jedan poziv na akciju (CTA).
- **3 pitanja pre objave:** kome pričam? koji problem imaju/šta žele? koji je sledeći korak posle gledanja?
- **4A formula:**
Attention (zaustavi skrol) → Agitation (pojačaj bol/želju) → Alternative (prikaži rešenje) → Action (jedan CTA).
- **Primer (salon lepote):** „Gel lak puca” → „loša priprema” → „premium baza 3–4 nedelje” → „Pošalji ‘TERMIN’ u DM za popust od 20% ove nedelje”.

Tipovi objava koje prodaju:

Pre–Posle • Studija slučaja (problem→koraci→rezultat) • Razbijanje mitova • Prodajni Q&A/FAQ • Tutorijal sa blagim pitch-om • Testimonial (izjava + ime + detalj) • Poređenje DIY vs sa tobom • Scarcity/rok.

Mikro-CTAs (izaberi 1): „Pošalji ‘PONUDA’ u DM“ • „Klikni za besplatan mini-vodič“ • „Rezerviši termin online“ • „Pogledaj cene i raspored“ • „Zatraži audit besplatno“.

Greške: više CTA-ova • nejasno kome pričaš • bez dokaza/brojki • sve o tebi, ništa o kupcu • nema hitnosti.

Brzi zadatak (10 min): napiši jednovremeni opis (osoba/bol/rešenje/CTA) → isplaniraj 3 objave po 4A (Pre–Posle, studija slučaja, razbijanje mita) → u svaku ubaci 1 mikro-CTA + 1 brojku/dokaz.