

VIRALNI REELOVI VODIČ

Sve što vam je potrebno za ciljanje vaše publike. Za vlasnike tvrtki i kreatore sadržaja. Naučite kako skalirati svoje postovanje uz pomoć videoreelova. Pokrivamo sve od A do Z.

DOBRODOŠLI

Dobrodošao u vodič za viralne videe.
Pred tobom je praktično i konkretno iskustvo učenja, bez
filozofiranja.

Ovaj vodič će te korak po korak provesti kroz to kako
razumjeti svoju publiku, kako stvarati sadržaj i kako točno
ciljati ljude kojima se želiš obratiti pomoću videa.

U ovoj e-knjizi ništa ne skrivamo. Sve je otvoreno i jasno
objašnjeno.

Ako želiš podići svoj posao na višu razinu i stvarno shvatiti
kako funkcioniraju društvene mreže danas, na pravom si
mjestu.

Krećemo odmah.

POGLAVLJE 1

OPREMA ZA VIDEE



U ovom poglavlju prolazimo kroz alate i resurse koji su ti potrebni za izradu reelova na profesionalnoj razini. Idemo krenuti od osnova, koja ti je oprema stvarno potrebna da počneš stvarati sadržaj kao profesionalac.

OSNOVNE STVARI:

1. TRONOŽAC

Ovo je jako važno ako sam stvaraš sadržaj ili ako je tvoj sadržaj vezan uz proizvod. Ako želiš da tvoj sadržaj izgleda kvalitetno i profesionalno, ovo je nešto što jednostavno ne možeš preskočiti.

2. TELEFON

Ne treba ti profesionalni fotoaparatus da bi snimao odličan sadržaj. Dovoljan ti je mobitel s dobrom kamerom i pravim postavkama. Sve to prolazimo u ovom vodiču.

3. PRSTENASTO SVJETLO

Prirodno svjetlo je uvijek najbolja opcija, ali imati ring light pri ruci je stvarno super, pogotovo kad snimaš proizvode. Ja osobno volim ring light sa stativom, ali još su mi draža mala prijenosna svjetla koja se pričvrste direktno na mobitel. Laka su za korištenje i savršena za putovanja.

POGLAVLJE 2

UOBIČAJENE
POGREŠKE

UOBIČAJENE POGREŠKE

EVO NEKOLIKO NAJČEŠĆIH POGREŠAKA KOJE MOGU SPRIJEČITI TVOJE VIDEJE DA DOBIJU PREGLEDE ILI DONESU PRODAJU.

- Tvoj video ne govori direktno tvom kupcu ili publici. Ako se osoba ne prepozna u prve 2-3 sekunde, ide dalje.
- Fokusiraš se više na preglede i lajkove nego na prodaju. Pregledi su super, ali cilj je rezultat.
- Video ti je duži od 7 sekundi. Kraći videi se u pravilu bolje guraju i lakše dolaze do šire publike.
- Koristiš filtere. Algoritam puno više voli "čist" sadržaj bez filtera. Dobra rasvjeta + prirodan izgled = veća šansa za Explore.
- Kvaliteta je loša. Ako snimaš mobitelom, obavezno snimaj u 4K / 60fps. To odmah podiže razinu videa.
- Tekst se ne može pročitati. Font se stapa s pozadinom ili je premalen. Ako ljudi ne mogu pročitati tekst u sekundi, scrollaju dalje.
- Koristi jednostavne, čiste fontove.
- Piši tekst direktno u Instagramu jer je tada pretraživ i IG lakše povezuje tvoj video s pravom publikom.
- Previše teksta u videu. Nemoj zatrpavati ekran. Drži se 2-3 kratke rečenice. Za detalje koristi titlove.
- Koristiš audio koji je već "mrtav". Traži trendove s 1.000 korištenja ili manje — ili još bolje, koristi vlastiti audio (pokazat ću ti kako).
- Nisi dosljedan. Nedosljedni postovi = nedosljedan rast i prodaja. Algoritam voli ritam.
- Objavljuješ u krivo vrijeme. Pogledaj kad ti je publika najaktivnija i objavljuj tada.
- Malo zdravog razuma pomaže:
 - ujutro
 - za vrijeme pauze
 - nakon 18h
- To su trenuci kad su ljudi najčešće na mobitelu, isto kao i ti. Ako ovo ispraviš, već si ispred 90% ljudi koji objavljuju naslijepo.

POGLAVLJE 3

PRONALAZENJE SVOJE PUBLIKE

U ovom poglavlju ćemo se zajedno pozabaviti time kako pronaći svoju ciljnu publiku i kako prepoznati probleme ili teme s kojima se ona trenutno suočava. Cilj je da točno znaš kome se obraćaš i što toj osobi zapravo treba, kako bi tvoj sadržaj imao smisla i donosio rezultate.

EVO GDJE MOŽEŠ PRONAĆI POTREBE SVOJE PUBLIKE:

1. INSTAGRAM

Otidi na Explore (Istraži) stranicu i u istaknutim temama ispod trake za pretraživanje pronađi temu koja odgovara tvojoj niši. Zatim pogledaj objave koje imaju najviše angažmana i reakcija.

2. TIKTOK

Otidi u tražilicu i upiši svoju nišu pa pogledaj što je trenutno popularno. Super stvar kod TikToka je što možeš filtrirati pretragu, zato obavezno postavi filter na zadnjih 30 dana. Također ćeš vidjeti i što su drugi ljudi u tvojoj niši najčešće pretraživali.

3. QUORA

Quora je super alat za dobivanje ideja, pogotovo ako radiš sadržaj u formatu pitanja i odgovora. Ona ti automatski predlaže pitanja na temelju onoga što si tražio i odmah nudi odgovore, što je odlično za inspiraciju i razumijevanje što ljude stvarno zanima.

POGLAVLJE 4

4 STUPA

U ovom poglavlju pričamo o 4 stupa. Proći ćemo svaki od njih detaljno i dat ću ti praktične savjete i strategije kako da se poboljšaš u svakom od tih područja.

4 STUPA

Koncept „stupova“ odnosi se na četiri različita načina kako se povezati s publikom i potaknuti angažman. Ti stupovi su: edukacija, priča o tvom poslovanju, pokazivanje ranjivosti i zabava.

Bez obzira na nišu u kojoj si, dat ću ti konkretne ideje za videoe koje možeš koristiti za svaki od tih stupova, tako da uvijek znaš što objaviti i kako se povezati s ljudima koji te prate.

1. INSTAGRAM

- Kako
- Rješavanje problema
- Podučavanje nove vještine ili zanata
- Recenzije i preporuke proizvoda
- Odgovori na pitanja svoje publike
- Podijeli brze savjete i trikove

2. POSLOVANJE

- Što točno tvoj biznis nudi i kako pomaže ljudima
- Zašto bi se netko trebao priključiti tvom poslu ili kupiti baš od tebe
- Po čemu si drugačiji od svih ostalih koji rade “isto”
- Predstavi svoj proizvod ili uslugu na jednostavan, razumljiv način
- Dijeli svjedočanstva i priče o uspjehu stvarnih ljudi
- Pokaži “prije i poslije” rezultate

Ovo je tvoj prostor da ljudima jasno pokažeš vrijednost i da se povežu s tobom, a ne samo s proizvodom.

4 STUPA

3. RANJIVOST

- Zašto sam uopće krenuo u ovo
- Kratki updatei iz mog života i svakodnevice
- Gdje sam bio na početku i gdje sam danas
- Podijelim citat, misao ili nešto što mene osobno motivira i gura dalje

Ovo je dio gdje ljudi upoznaju tebe kao osobu, ne samo ono što radiš. Tu se gradi prava povezanost.

4. ZABAVA

- Vlogovi s putovanja i raznih avantura
- Kupovina na veliko / behind the scenes
- „Dan u mom životu“ u vlog stilu
- Trening, kretanje i briga o kondiciji
- Podijeli nešto smiješno i relatable što će publika odmah skužiti
- Uskoci na neki trendi reel i prilagodi ga sebi

Ovo je savršeno za opušten, zabavan sadržaj koji gradi povezanost i pokazuje tvoju osobnost.

POGLAVLJE 5

UDICE

U ovom poglavlju ulazimo u jednu od najvažnijih stvari, kako koristiti udice (hooks) u svojim reelovima. Pokazat ću ti konkretne savjete i strategije kako ih pravilno koristiti da odmah privučeš pažnju prave publike.

Kad savladaš ovu tehniku, tvoji videi će imati puno veće šanse da se gledaju do kraja, da potaknu komentare i dijeljenja - i da te pronađu ljudi kojima je tvoj sadržaj stvarno namijenjen.

IDEJE ZA KUKE

1. POPIS IDEJA

- 3 PROVJERENE METODE ZA ___ KOJE STVARNO DJELUJU
- 3 LEKCIJE KOJE SAM NAUČIO/LA KADA SAM ___
- 3 TRIKA ZA ___ ZA KOJE OBEĆAVAM DA NIKAD NISI ČUO/ČULA
- 3 KORAKA DO ___ KOJI JEDNOSTAVNO IMAJU SMISLA
- 3 POZNATA NAČINA DA ___ KOJI ĆE ___
- 3 NAČINA ZA ___ (#3 MI JE NAJDRAŽI)
- 3 STVARI KOJE VJEROJATNO NISTE ZNALI O ___
- OVE 3 STVARI ĆE PROMIJENITI NAČIN NA KOJI ___
- 3 NAČINA KAKO MOŽETE DOBITI ___ BEZ POTREBE ZA ___

2. DETALJNE IDEJE ZA OPIS

- NAJLAKŠI NAČIN ZA ___
- VODIČ ZA ___ IZ 2023.
- DEŠIFRIRAO SAM KOD ZA ___
- SPREMAM SE RAZOTKRITI ___
- UČINITE OVE STVARI KAKO BISTE UŠTEDJELI VRIJEME I NOVAC NA ___
- PODIGNITE RUKU AKO ___
- PRESTANITE SKROLATI AKO ___
- ISTINITO ILI LAŽNO
- DOPUSTI MI DA PODIJELIM S TOBOM JEDNU TAJNU

IDEJE ZA KUKE

3. IDEJE ZA TRANSFORMACIJU

- POGLEDAJTE AKO ŽELITE VIDJETI ULTIMATIVNU TRANSFORMACIJU
- ODUŠEVIT ĆU TE

4. IDEJE ZA JEDNU TEMU

- POZIVAM SVE ___TREBA VAM OVAJ SAVJET!
- STVAR BROJ 1 KOJA TI TREBA KADA ___
- PITANJE BROJ 1 KOJE DOBIVAM O___
- KLADIM SE DA RADIŠ ___ KRIVO
- OVA ČINJENICA ĆE VAM PROMIJENITI ŽIVOT
- HEJ (TVOJA PUBLIKA), VIDIM TE (KAKO RADIŠ/MUČIŠ SE/ITD.) S___
- MOJ OMILJENI TRIK ZA ___
- NAJLAKŠI NAČIN ZA ___

5. KONTROVERZNE IDEJE

- STVARNO TI SE NEĆE SVIDJETI OVO ŠTO ĆU TI REĆI
- NEPOPULARNO MIŠLJENJE...RUŽNA ISTINA O ___
- SPREMAN SAM SE KLADITI U MILIJUN DOLARA DA ___
- AKO SE LAKO UVRIJEDITE, HTJET ĆETE NASTAVITI SKROLATI
- OVO TE SPRJEČAVA DA OSTVARIŠ (POSTIGNUĆE/CILJ)
- SVE ŠTO SAM VOLIO/VOLJELA ZNATI PRIJE NEGO ŠTO SAM POČEO/POČELA ___
- NITKO NE PRIČA O OVOME ___

POGLAVLJE 6

POZIV NA AKCIJU

Glavni fokus ovog poglavlja je pokazati ti kako pravilno ubaciti poziv na akciju (CTA) u svoje Instagram video objave. CTA je ono što ljudima jasno govori što da naprave nakon što pogledaju tvoj video.

To može biti jednostavno poput:

- da posjete tvoju web stranicu
- da zaprate tvoj profil
- ili da se prijave na tvoj newsletter

Bez jasnog CTA-a ljudi će samo pogledati video i nastaviti skrolati, a cilj je da ih vodiš na sljedeći korak.

POZIV NA AKCIJU

Jako je važno da u svojim videima imaš jasan i učinkovit poziv na akciju (CTA), jer on ljudima govori što točno trebaju napraviti dalje i kako da te kontaktiraju. Dobar CTA može stvoriti i osjećaj hitnosti, što često dovodi do većeg angažmana, više klikova na web stranicu i, na kraju, do rasta publike i poslovanja.

Super savjet je da koristiš različite CTA-ove u različitim videima. Tako možeš lakše vidjeti koji video i koji CTA najbolje “sjedaju” tvojoj publici. I da, potpuno je u redu ponovno snimiti ili prilagoditi videe koji su već dobro radili – to je zapravo pametan način za održavanje rasta i rezultata.

Na kraju, biraj CTA prema svojim ciljevima i potrebama – nema jednog “ispravnog” rješenja za sve.

- KORISTI POZIV NA AKCIJU "DIJELJENJE" ZA STVARANJE SLJEDBENIKA
- KORISTI POZIV NA AKCIJU "SPREMI" ZA STVARANJE ANGAŽMANA
- KORISTI POZIV NA AKCIJU "KOMENTAR" AKO ŽELIŠ USMJERITI SVOJU PUBLIKU DA TE KONTAKTIRA

EVO TI NEKOLIKO ODLIČNIH POZIVA NA AKCIJU ZA SVAKU NIŠU

- Naruči svoj odmah! (klikni na link u biografiji)
- Ne želiš propustiti? Pridruži se listi čekanja (link u biografiji)
- Pošalji mi poruku s “kodnom riječi” za više informacija
- Želiš pristup ekskluzivnim popustima? Komentiraj “JA” ili mi pošalji poruku “JA”
- Ostavi (ubaci emoji)
- Klikni na link u biografiji za ___
- Pronađi poseban popust putem linka u mom opisu
- Pridruži se newsletteru preko linka u mom opisu
- Je li ti ovo bilo korisno? Ne zaboravi podijeliti
- Označi prijatelja kojem bi ovo moglo pomoći

POGLAVLJE 7

TITLOVI

Titlovi su, baš kao udice i pozivi na akciju (CTA), jako bitni – pogotovo prva rečenica. To je prva stvar koju tvoja publika vidi i pročita. Ako imaš dobru, zanimljivu početnu rečenicu, puno je veća šansa da će stati, obratiti pažnju i pročitati sve što želiš reći.

POČETNI ELEMENTI ZA TITLOVE

EVO MOJIH 10 OMILJENIH POČETAKA TITLOVA

- Najnovije vijesti!
- Poziv svim ___
- Kako sam prešao iz ___ u ___
- Npopularno mišljenje: ___
- Nisam ovo planirao podijeliti, ali...
- Imam jedno priznanje...
- Ovo moraš čuti
- Ljudi me stalno pitaju ovo ___
- X koraka do ___
- Dobro, ajmo se pozabaviti slonom u sobi.

Strukturiranje opisa je isto kao i tekst u videu. Trebaš dobru udicu na početku (da privuče pažnju), zatim tijelo opisa gdje daješ vrijednost i na kraju jasan poziv na akciju.

POGLAVLJE 8

TRENDOVSKI AUDIO + DOBRA SINKRONIZACIJA

Audio, slično kao udice i pozivi na akciju (CTA), imaju ogroman značaj, posebno prvih 3 sekunde jer je to ono što tvoja publika prvo može čuti.

270 - 266

TRENDOVI U AUDIO FORMATU

- Trendovski audio je jedan od najbitnijih dijelova svakog reela. Iskreno, to bi trebala biti prva stvar na koju gledaš kad radiš reel. Kad se video stvarno “poklopi” sa zvukom, odmah je puno zanimljiviji i privlačniji ljudima koji ga gledaju.
- Zvuk u trendu ti dodatno pomaže s pregledima, pogotovo ako ima manje od 1000 korištenja – tada algoritam još jače gura sadržaj.
- Ako imaš više ključnih stvari koje želiš reći, biraj popularan zvuk koji ima više beatova ili ritmova – tako možeš lijepo tempirati tekst i prijelaze.
- Ako želiš naglasiti jednu glavnu poruku, onda je bolji kontinuiran, mirniji zvuk koji teče bez puno promjena.
- Super mjesto za pronalazak trendovskih zvukova je TikTok. TikTok gotovo uvijek prvi postavlja trendove, a Instagram ih kasnije preuzima, tako da će većina tih zvukova raditi odlično na obje platforme.
- Znat ćeš da je zvuk u trendu kad vidiš strelicu koja pokazuje prema gore desno.
- I zapamti – uvijek traži trendovske audio zapise s manje od 1000 korištenja. Tu se najčešće kriju najbolji rezultati.

AKO ŽELIŠ STVORITI VLASTITI AUDIO:

Snimi zaslom dok se zvuk reproducira, a zatim idi na Instagram dok uređuješ video. Klikni na zvuk, zatim na prenesi i učitaj taj video sa snimkom zaslona. Instagram će automatski izdvojiti zvuk iz snimke i pretvoriti ga u originalni audio koji možeš koristiti za svoj reel.

GLASOVNA SINKRONIZACIJA

Glasovna sinkronizacija je super način da personaliziraš video i da se direktno obratiš publici. Ako koristiš voiceover, samo pazi da glazba ne bude glasnija od tvog glasa – ljudi te moraju jasno čuti.

AKO ŽELIŠ STVORITI VLASTITI AUDIO:

1. Otvori Instagram i idi na svoj profil
2. Klikni na ikonu kamere za izradu novog Reela
3. Kad si na zaslonu kamere, povuci prstom udesno dok ne pronađeš izbornik za zvuk
4. Pronađi i odaberi opciju “glasovni prijenos”
5. Namjesti se na mjesto gdje želiš započeti snimanje voiceovera
6. Ako želiš, uključi odbrojavanje da se stigneš pripremiti
7. Klikni “snimi” i počni govoriti svoj tekst
8. Kad završiš, klikni “zaustavi”
9. Na kraju možeš urediti glasnoću i dodati glazbu ili druge zvukove u svoj Reel

Ništa komplicirano - par klikova i gotovo

POGLAVLJE 9

STRUKTURIRANJE TVOJIH REELOVA

U ovom poglavlju pokazat ću ti kako pravilno strukturirati svoje Instagram videe da imaju smisla i da zadrže pažnju gledatelja. Podijelit ću konkretne savjete i jednostavne tehnike koje će ti pomoći organizirati sadržaj tako da ljudi ostanu gledati do kraja - i požele napraviti sljedeći korak.

STRUKTURIRANJE KOLUTA

ZA STRUKTURIRANJE REELOVA SLIJEDI OVE KORAKE:

1. Prvo jasno odredi svoju nišu i kome se točno obraćaš
2. Odaberi jednu temu ili problem za taj reel
3. Pronađi audio koji je trenutno u trendu
4. Snimi video (obavezno ga spremi prije nego kreneš dodavati tekst, možda će ti trebati opet)
5. Pro savjet: snimaj u 60 fps - kasnije ga možeš usporiti na 0.7-0.8 i video će izgledati puno glađe
6. Kreni s jakim uvodnim tekstom koji odmah hvata pažnju
7. Tekst neka bude kratak - max 1 do 2 rečenice. Previše teksta = ljudi skrolaju dalje
8. Koristi prijelaze da sve izgleda povezano i prati ritam zvuka
9. Drži video kratkim i jasnim, idealno ispod 10 sekundi
10. Na kraju uvijek dodaj poziv na akciju (što da osoba napravi dalje)
11. Dodaj naslovnicu (cover) koja je u skladu s tvojim brendom
12. Napiši opis ispod videa - tu možeš malo detaljnije objasniti poantu
13. Dodaj relevantne hashtagove
14. Budi aktivan 10 minuta prije objave i 10 minuta nakon (lajkaj, komentiraj, odgovaraj)
15. Podijeli reel u story
16. Odgovaraj na komentare i komuniciraj s ljudima - tu se gradi povjerenje

KADA OBJAVITI SVOJE VIDEO ZAPISE:

**PRAVO VRIJEME JE STVARNO SVE. AKO
OBJAVIŠ VIDEO U PRAVO VRIJEME,
MOŽEŠ NAPRAVITI OGROMNU RAZLIKU U
ANGAŽMANU I VIDLJIVOSTI. ISTI VIDEO,
OBJAVLJEN U KRIVO VRIJEME, ČESTO
PROĐE NEZAPAŽENO - ZATO OVO NIKAKO
NEMOJ IGNORIRATI.**

Idi na svoju stranicu.

Klikni na profesionalnu nadzornu ploču (ako ti profil nije postavljen kao poslovni ili kreatorski, ovu opciju nećeš vidjeti).

Zatim klikni na "Prikaži sve" pored uvida u račun.
Nakon toga klikni na ukupan broj pratitelja.

Tamo ćeš moći vidjeti:

- svoje pratitelje
- dosegnute pratitelje
- najpopularnije lokacije tvoje publike
- dobne skupine
- spol

Pod dijelom vrijeme najveće aktivnosti vidjet ćeš točne sate i dane kada su tvoji pratitelji najaktivniji. Upravo tada trebaš objavljivati.

Moj savjet: provjeravaj ove statistike svaka dva tjedna, jer se mijenjaju kako ti raste broj pratitelja.

POGLAVLJE 10

HASHTAGOVI

Svrha ovog poglavlja je pokazati ti kako pravilno i učinkovito koristiti hashtagove na Instagram reelovima. Ako pratiš ove smjernice, naučit ćeš kako pametno odabrati i koristiti hashtagove kako bi tvoji videi imali veću vidljivost, doseg i bolji angažman.

HASHTAGOVI

- Hashtagovi su poznati po tome da povećavaju vidljivost i olakšavaju da ljudi uopće pronađu tvoje objave. Kad koristiš relevantne hashtagove, tvoj sadržaj može doći do šire publike i privući nove pratitelje. Oni pomažu ljudima da pronađu točno onu vrstu sadržaja koja ih zanima i povezuju te s osobama koje imaju slične interese ili vrijednosti. Ukratko – hashtagovi su moćan alat za veći doseg i izgradnju brenda na Instagramu.
- Pitanje koje svi uvijek postavljaju je: koliko hashtagova uopće koristiti?
- Idealno je 5 do 6 hashtagova koji su direktno vezani uz tvoju objavu. Ne više od toga.
- Super alat za generiranje hashtagova je [copy.ai](#) – ta stranica ti pomaže pronaći hashtagove s manjom konkurencijom, što ti daje veću šansu da se istakneš.
- Kad koristiš hashtagove koji su točno povezani s tvojom nišom, lakše dolaziš do publike kojoj tvoj proizvod ili usluga stvarno trebaju.
- Hashtagovi bi trebali imati smisla i odražavati:
 - tvoju lokaciju
 - tvoj proizvod ili industriju
 - temu videa
 - i publiku kojoj se obraćaš
- Manje je više – bitno je da su hashtagovi pametno odabrani, a ne da ih je puno.

#