



**PRIČOM IZGRADI
SNAŽAN BREND**

Mini-priručnik - Storytelling: Vještina za
najbrži put do vidljivosti i povezanosti s
potencijalnim klijentima

By Dragan Grgić

**Zašto su priče najučinkovitiji način za izgradnju
osobnog brenda, privlačenje prave publike i
stvaranje zajednice, a ne samo broja pratitelja.**

Tvoja priča, tvoj uspjeh

Bok! Drago mi je što si ovdje.

Ovaj priručnik nije tu da ti da još jednu "tehniku za bolji *engagement*." Nastao je iz stvarne želje da ti pokažem nešto što sam i sam osjetio, a to je da priče nisu samo sadržaj.

One su tvoj glas. Tvoja autentičnost. Tvoje povjerenje s publikom.

Ako znaš da tvoje ideje vrijede, ali te koči misao: *Što će ljudi reći ako ih podijelim?*

ILI...

Ako već objavljuješ i želiš ostati autentičan i prisutan, bez gubljenja dragocjenog vremena.

Onda si na pravom mjestu.

Jer svaka dobra priča već postoji u tebi.

Pomoći ću ti ispričati je, a zatim ću je pretvoriti u redovit sadržaj koji gradi prepoznatljiv osobni brend na LinkedInu, bez gubitka autentičnosti.

Ovaj vodič je prvi korak prema tvojoj vidljivosti i prema klijentima koji će ti vjerovati.

Idemo pronaći priču koju publika neće samo pročitati, nego osjetiti.

Storytelling nije samo „soft skill“ – nego najmoćniji alat za izgradnju prepoznatljive autentičnosti

Pričanje priča ima neka svoja unutarnja pravila, jer određenu strukturu mora imati da bi bilo smisleno. Međutim, to ne znači da svaka tvoja objava mora biti savršena, jer takva ne postoji.

Postoje priče, a onda i objave s kojima se ljudi povežu i one koje samo pročitaju. Ako misliš da objava mora biti po nekim LinkedIn pravilima da bi bila uspješna, podsjetit ću te na jednu važnu stvar o kreativnosti...

Zaboravljamo da kreativnost nije u pravilima, nego u njihovom kršenju.

Da nas ne povezuje sadržaj koji je *po špranci*, nego sadržaj koji ima dušu. Povijest čovječanstva nam priča upravo tu priču...

Od otisaka dlanova po hladnim špiljama, do Michelangelovih stropova. Od urezanih riječi na nadgrobnim pločama, do Dostojevskog i Shakespearea.

Misliš da je itko od njih uspio jer je slijedio pravila?

Ne.

Uspjeli su zato što su **ispričali nešto što nitko drugi nije znao kako reći**. Zato što su usudili biti svoji i to ostaviti zapisano.

I to je storytelling.

Zašto baš priče i zašto ih tvoja publika treba?

Jer ljudi ne kupuju usluge. Kupuju osjećaj koji imaju dok te slušaju.

I nije to floskula. Prisjeti se samo kada je posljednji put nečija priča, odnosno objava probudila u tebi osjećaj povjerenja i u konačnici kulminirala kupnjom nečije usluge?

Nije to bilo zato što je osoba imala najbolji opis usluge.

Bilo je zato što je u njihovoj priči bilo nešto prepoznatljivo:

- sličan put
- isti strah
- poznat osjećaj

To su trenuci u kojima publika prestaje čitati kao promatrač i počne slušati kao sudionik.

Pogotovo kada su to tvoje priče, temeljene na iskustvu, stvarnim proživljenim emocijama, usponima i padovima.

Zajednički proživljeno iskustvo i emocija koja stoji iza svega, oni stvaraju priče koje povezuju ljude.

Ako ne vjeruješ meni, poslušaj riječi dobitnika Nobelove nagrade za književnost, kojima objašnjava nevjerojatnu moć pričanja priča.

Potencijal i snaga storytellinga

Slavni pisac i dobitnik Nobelove nagrade za književnost, Ivo Andrić, u jednom od rijetkih intervjuja govorio je o svome književnom putu.

Između ostalog, pitali su ga i o raznim utjecajima na njegovo stvaralaštvo, ovo je bio njegov odgovor:

„Kako iz svega toga, i iz još mnogo čega drugog norečenog, izvući nešto što bi trebalo nazvati – presudnim uticajem?

Ja to, jednostavno, ne znam, a nisam siguran ni da umem da kažem.

Razlog je vrlo običan: kad čitate dobre pisce, događaju vam se ponekad neverovatne stvari – odjednom osetite da taj koga čitate govori o nečemu što tinja zapretno negde u vama, i vi na začuđujući način saznate da niste sami, da je još nekog mučilo to što muči vas; da niste ostavljeni, i da je jednom još nekog bolelo to što vas sad boli i zbog čega se vi sada raspinjete.

To vam je u isto vreme i podrška, i nada, i melem...”

I zato priče djeluju.

5 razloga zašto storytelling gradi osobni brend jače od bilo koje formule

1. Stvara povjerenje kroz sličnost

Ljudi se povezuju s ljudima koji ih podsjećaju na njih same. Kad netko vidi tvoju priču, prepoznaje sebe u njoj. To ne stvara samo *engagement*, stvara povjerenje.

2. Ističe tvoje vrijednosti bez da ih moraš objašnjavati

Ne moraš reći “ja sam autentičan”, dovoljno je da ispričaš priču u kojoj si bio iskren. Ljudi osjećaju tvoje vrijednosti između redaka. To je razlika između priče i prodajnog govora.

3. Gradi vidljivost koja traje

Dobra priča ostaje u glavi. Možda neće imati najviše lajkova. Ali će netko o njoj razmišljati još danima. I kad mu zatreba usluga koju ti nudiš... sjetit će se tebe.

4. Pomaže da prodaješ, a da ne zvučiš kao reklama

Ljudi ne žele da im prodaješ. Ali žele znati zašto radiš to što radiš i kako im to može pomoći. Kroz priču o klijentu, o svojoj borbi, o nekom malom trenutku iz svakodnevice - ti pokazuješ tko si, bez da to moraš reći.

5. Daje tvom sadržaju dušu, a ne samo formu

Možeš imati dobru strukturu, jasan CTA i sve kako treba, ali ako sadržaj nema emociju - zaboravit će ga.

Primjer iz prakse – moja priča

Dugo sam pisao na engleskom. Mislio sam da je to profesionalnije, da će mi otvoriti veći doseg, da tako treba. I pisao sam jasno, strukturirano, pravilno. Ali nešto je nedostajalo.

Publika je čitala, ali rijetko reagirala. Sve dok nisam prebacio sadržaj na hrvatski. Rečenice su postale opuštenije, usporedbe prirodnije i ljudi su se mogli lakše povezati s takvim sadržajem jer sam to konačno bio JA!



U jednom trenu, doseg mi se utrostručio, a komentari su dolazili sasvim spontano.

Tada sam shvatio:

- ✓ Ljudi ne reagiraju na savršene objave, nego one u kojima se prepoznaju.
- ✓ Priča ne treba biti savršena, treba biti tvoja.
- ✓ Autentičnost nije *dodatna vrijednost* – ona jest vrijednost.
- ✓ Ne pamte post – pamte osjećaj koji je ostavio.
- ✓ Nitko ne želi još jedan savršen tekst. Žele nekoga iza njega.

Zato pričamo priče. I upravo to je moć priče koja dolazi iz tebe.

Nekoliko rečenica o meni

Bok! Ja sam Dragan Grgić - kreativni ekstrovert zaljubljen u knjige, pisanje i priče.

Diplomirao sam povijest, a ona me naučila da život nema garancije, ali ima priče. I one vrijede biti ispričane.

Pomažem poduzetnicima da svoju priču pretvore u alat za izgradnju snažnog osobnog brenda i privlačenje idealnih klijenata.

✂ Volim razgovore koji imaju dubinu jer iz njih nastaju moje najbolje priče.

✂ Najdraža knjiga mi je Derviš i smrt Meše Selimovića.

✂ Ljudi za moj stil kažu da „pišem kao da sjedimo na kavi“.

✂ Najdraži citat: **"It was a fool's hope...but a hope nonetheless."**

— J.R.R. Tolkien, *The Return of the King*

Dragan 🧐

Podijeli svoju priču. Izgradi prepoznatljiv brend.

Ne moraš imati „veliku priču.“

Tvoja svakodnevna iskustva, razgovori s klijentima, sitni porazi i tihi uspjesi – to su tvoji storytelling rudnici zlata.

Zajedno otkrivamo tvoju priču.

A onda je pričamo i objavljujemo, **jasno, dosljedno i u tvom autentičnom glasu.**

Još od prvih plemena, ljudi su se okupljali oko vatre. Da bi pričali priče i da bi se povezali. Još uvijek nosimo tu potrebu u sebi.

Ako ti se čini da tvoja priča zaslužuje biti ispričana, ali ne znaš kako, možda ti samo treba netko da upali vatru.

Počnimo već danas!

Tvoja priča je tvoj najbolji poslovni alat – nemoj je potratiti zbog straha ili nedostatka vremena.

Ako ti je ovaj priručnik pomogao shvatiti snagu storytellinga, onda će ti suradnja **Tvoja LinkedIn Priča** pomoći:

- Izgraditi autentičan osobni brend.
- Ostvariti redovitost bez stresa i gubitka vremena.
- Uspostaviti vidljivost koja gradi povjerenje i privlači klijente.

Pošalji mi [poruku na LinkedInu](#) ili se javi mailom (grgic.copy@gmail.com) s riječima “LINKEDIN PRIČA” i otkrij kako možemo ispričati tvoj novi uspjeh!

Pozdrav,

Dragan 🙋