



3 KORAKA do
LinkedIn
sadržaja koji
**privlači idealne
klijente.**

Tvoja formula za **sadržaj**
koji **te pozicionira kao**
go-to stručnjaka.

Kako pisati LinkedIn sadržaj koji se jasno obraća tvojoj ciljanoj publici i donosi nove upite?

by

Dragan Grgić

LinkedIn ghostwriter & storytelling coach

*Pomažem founderima i B2B solo poduzetnicima da uz jasnu strategiju i storytelling sadržaj
izgrade osobni LinkedIn brend koji privlači klijente.*

Vodič za B2B LinkedIn sadržaj koji ima jasnoću te pozicionira i
donosi upite.

Jesi li se ikada našao u ovoj situaciji nakon što objaviš post na LinkedInu?

Dobiješ par lajkova, možda i nekoliko komentara, ali ništa se konkretno ne dogodi. Nema poruka, nema upita, nema stvarne povezanosti s publikom.

Iako znaš da tvoj rad donosi stvarne rezultate, tvoj sadržaj ih ne prenosi.

Ne zato što ne znaš pisati, nego zato što ljudi ne razumiju kako im točno pomažeš.

To je trenutak u kojem mnogi B2B poduzetnici i brendovi pogriješe.

Ne zato što im nedostaje znanja ili ideja, nego zato što:

- **Pišu iz svoje perspektive, a ne iz perspektive klijenta**
- **Pokušavaju zvučati stručno pa izgube ljudskost i povezanost**
- **Ne povezuju objave s konkretnim poslovnim ciljevima: pozicioniranjem, povjerenjem ili leadovima**

Zato sam sastavio ovaj mini vodič.

Na sljedećim stranicama pokazat ću ti:

- **Gdje sadržaj gubi jasnoću i kako to popraviti bez da zvučiš generički**
- **Kako pretvoriti svoje ideje u poruke koje klijenti razumiju i na koje reagiraju**
- **Formulu koju možeš primijeniti već danas — da tvoj sadržaj konačno počne raditi ono što želiš: gradi povjerenje, prepoznatljivost i rezultate.**

2. Evo kako to izgleda u praksi.

Većina stručnjaka i poduzetnika radi istu grešku:

Govore o onome što rade, umjesto o onome što njihovi klijenti dobiju time što to rade.

Primjer:

✗ “Pomažem ljudima da pronađu autentičnost i izgrade osobni brend.”

✓ “Pomažem konzultantima da kroz autentičan LinkedIn sadržaj privuku klijente bez prodajnih fraza.”

Razlika?

Prvi govori o tebi.

Drugi o onima kojima pomažeš.

A evo kako nastaje jasnoća koja privlači tvoje idealne klijente:

Kad tvoja poruka zvuči kao da je napisana njihovim riječima, oni odmah znaju da si ti rješenje.

3. Formula koju možeš primijeniti već danas.

Nema magije, ali ima strukture.

Kad pišeš objavu, koristi ova 3 jednostavna koraka:

- 1 Problem — što tvoja publika trenutno osjeća, vidi ili doživljava?
- 2 Pomak — koju novu perspektivu im nudiš kroz svoj uvid?
- 3 Rješenje / CTA — što im možeš pokazati, ponuditi ili ih pozvati da učine sljedeće?

Primjer:

Ako tvoj sadržaj ne donosi rezultate, koristi ovaj mini-upitnik:

“Većina mojih klijenata [opis problema tvoje publike].

Kad smo [opis promjene/perspektive koja je donijela rezultat], sve se promijenilo.

Danas [opis rezultata koji sada postižu / CTA za čitatelja da napravi sljedeći korak].”

4. Ključna lekcija

Jasnoća nije stvar stila.

To je strategija komunikacije koja privlači nove upite, suradnje i klijente.

✗ Bez nje i najbolji sadržaj zvuči prosječno.

✓ S njom i obična rečenica može postati magnet za klijente.

Ako ti je ovaj vodič pomogao da bolje razumiješ što ne funkcionira u tvom sadržaju, sljedeći korak je naučiti **kako postaviti strategiju koja donosi željene rezultate.**

Zato sam pripremio 4 – tjednu coaching suradnju dizajniranu upravo za ostvarivanje takvih ciljeva:

📌 **LinkedIn Brand Foundations** — postavimo tvoj ton, profil i strategiju sadržaja tako da napokon znaš što objavljivati, kako pisati jezikom svoje ciljane publike i kako privući idealne klijente.

Želiš da tvoj **LinkedIn profil i sadržaj konačno pričaju istu priču koja jasno govori tvojoj publici kako im možeš pomoći?**

Pošalji mi poruku s riječju "JASNOĆA" i šaljem ti detalje o suradnji.