

45 P-jeva jasnoće – vodič za proučavanje

Ako možeš da odgovoriš na svih 45 pitanja ispod, možeš praviti 10.000 dolara mesečno kao online coach ili pružalac usluga.

Dobrodošao!

Želiš li da zarađuješ punu platu online kroz sopstvenu uslugu, coaching program ili članstvo?

Ako je odgovor *da*, moraćeš da imaš izuzetno jasne odgovore na ovih **45 P-jeva**!

Šta su to 45 P-jeva?

To su 45 pitanja (sva počinju slovom P na engleskom jeziku) koja otkrivaju da li si zaista sposoban da zarađuješ **\$10.000 mesečno** putem svog online kursa, coaching biznisa ili servisa.

Na primer:

- Koja je tvoja cena?
- Koji problem rešavaš svojim klijentima?

- Kako se zove tvoj proizvod ?

Ako ne možeš da odgovoriš na ovako jednostavna pitanja – u problemu si.

Ovih **45 P-jeva** čini celu osnovu uspeha za bilo koji online biznis – bilo da nudiš uslugu, coaching, kurs ili članstvo.

To nisu pitanja tipa „da/ne“ ili „tačno/netačno“.

Svako pitanje zahteva ozbiljan nivo poslovne jasnoće – a ponekad čak i istraživanje tržišta da bi se dobro odgovorilo.

Ako uspeš da odgovoriš na svih 45 pitanja – dobijaš ključeve carstva bogatstva.

Ako ne možeš da odgovoriš – verovatno ćeš ostati zaglavljen u začaranom krugu frustracije i osrednje zarade.

Svi koje vidim da se muče sa svojim biznisom još uvek nisu načisto sa svojim 45 P-jeva.

S druge strane, svi koje vidim da uspevaju imaju kristalno jasne odgovore na svoje P-jeve.

Zaključak: Najveća razlika između onih koji zarađuju online od coachinga i onih koji ne zarađuju – jeste nivo jasnoće koji imaju oko svojih **P-jeva**.

Dobra vest?

Čak i ako **trenutno nemaš jasnoću**, možeš je steći za **par sati**.

I da – osećaj kad dobiješ jasnoću je fantastičan.

Kao da otključavaš novi deo mozga i odjednom postaješ bistriji.

Ali čekaj...

Pre nego što pokušaš da odgovoriš na svih 45 P-jeva, razmisli o ovome:

Glavni razlog zašto ljudi angažuju mene i moj tim?

Treba im veća jasnoća oko njihovih **P-jeva**.

Glavni razlog zašto neki ljudi uspevaju i zarađuju ozbiljan novac?

Imaju vrhunsku jasnoću oko svojih **P-jeva**.

Glavni razlog zašto imam privatne pozive s klijentima?

Zato što im treba **veća jasnoća** oko njihovih **P-jeva**.

Glavna razlika između siromašnih i bogatih?

Nivo jasnoće koji imaju oko svojih **P-jeva**.

A za potpune početnike...

Svesno ili nesvesno, glavni razlog zašto odustaju od preduzetništva i vraćaju se na posao od 9 do 5 jeste taj što nemaju jasnoću oko svojih P-jeva.

Koliko je to tužno?!

Odustaju – samo zato što nisu sigurni u odgovore na nekoliko ključnih pitanja.

Dakle...

Kako da stekneš jasnoću oko svojih P-jeva?

Korak 1: Postavi nameru da to uradiš. Napravi od toga svoju misiju broj 1.

Korak 2: Podesi tajmer na 2 sata i prođi kroz ovaj dokument, odgovarajući na jedan po jedan P.

Kad naiđeš na P koji te zakoči – **zaokruži ga i pređi na sledeći.**

Na kraju se vrati na one koji su ti bili teški i **razgovaraj s nekim – trenerom ili prijateljem – da ti pomogne da dođeš do jasnoće.**

Dakle...

Krenimo!

Zaključaj vrata, zatvori prozore, sipaj sebi šolju čaja, pusti malo *lofi* muzike, namesti tajmer na 2 sata – i počni da ispunjavaš svaki od ovih P-jeva što detaljnije možeš, odmah sada.

Ima puno delova koje treba spojiti – ali upravo to ćemo i uraditi.

Što pre stekneš jasnoću oko ovih P-jeva, to će tvoj coaching ili membership biznis **brže početi da funkcioniše lakše, efikasnije i profitabilnije** – uz manje napora, a više elegancije.

Što pre raščistiš svoje P-jeve, to ćeš pre krenuti "**putem bez napora**" ka bogatstvu.

Šta mislim pod "jasnoćom"?

Pod „jasnoćom“ mislim na to da doživljavaš **pravu jasnoću.**

Šta je istinska jasnoća?

Istinska jasnoća = snažan osećaj u srcu *šta* želiš da radiš i jasna slika u umu *kako* želiš to da uradiš.

Istinska jasnoća stvara uzbuđenje toliko jako da **poželiš odmah da prestaneš s razmišljanjem i kreneš u akciju.**

Kada te prvi put pogodi, **teško ti je da zaspiš od uzbuđenja**, a **ujutru ti je lako da ustaneš i baciš se na posao.**

Istinska jasnoća stvara kristalno jasnu sliku u tvom umu o tome šta želiš da postigneš...

Toliko jasnu da **možeš da je nacrtáš na papiru i objasniš drugima s entuzijazmom.**

Na kraju, pre nego što zaronimo u odgovaranje na ove P-jeve, dozvoli da ti kažem ovo:

Tvoji P-jevi će se vremenom menjati.

To je normalno, prirodno i neophodno.

Ja sam svoje P-jeve menjao 100 puta otkako sam ih prvi put zapisao i trudim se da ih revidiram barem jednom mesečno kako bi ostali aktuelni.

Ako ne menjaš svoje P-jeve s vremenom, tvoj program zastareva i vrlo lako možeš da izgubiš interesovanje za njega.

Zato, kad prvi put budeš odgovarao na ove P-jeve, **nemoj misliti da svoje odgovore uklesavaš u kamen...**

Umesto toga, zamisli da ih pišeš u pesku, tik uz talase okeana.

Sa tim razumevanjem, hajde da počnemo.

45 P-jeva jasnoće

1. Purpose (Svrha)

Zašto ovo radiš?

Ozbiljno.

Zašto uopšte želiš da vodiš sopstveni biznis ?

Zašto ne bi radio od 9 do 5?

Ako neko želi da radi sa mnom da bi zarađivao više, a ne može da mi da snažan i iskren odgovor na ovo pitanje – **ne radim s njim.**

Jer imati **jasnoću o svom ZAŠTO** – često je sve što ti treba da bi prevazišao bilo koji KAKO.

Zanimljiva činjenica:

Ljudi koji zapnu na pitanju *kako*, obično nisu načisto sa svojim *zašto*.

Da bi ti pomogao da stekneš jasnoću oko svog **zašto**, odgovori na ova 2 pitanja:

1. **Od čega bežiš?** Šta je tvoja najgora noćna mora, situacija koju nikada ne želiš da doživiš?

Na primer, kada sam ja započinjao svoj biznis, moja noćna mora je bila da završim kao beskućnik ili da zauvek živim s roditeljima dok ne umru.

2. **Ka čemu ideš?** Šta je najuzbudljivija moguća budućnost koju možeš da zamisliš? Šta se nalazi na potpuno suprotnoj strani spektra od te noćne more? Koji je tvoj krajnji san kada je u pitanju tvoj život i biznis?

2. Private Beta Client (**Privatni Beta Klijent**)

Obezbedi beta klijenta.

Čak i pre nego što izabereš nišu ili napraviš ponudu? **DA!**

Čak i pre nego što imaš pravi biznis? **DA!**

Zašto?

Zato što ti, dok si na početku, treba **iskustvo i praksa**, bez obzira na nišu ili ponudu.

A beta klijent je tvoj “probni klijent” , neko s kim radiš besplatno, u zamenu za iskustvo, praksu i ideje.

Ponekad beta klijent kasnije odluči da plati za rad s tobom, ali najčešće je to prijatelj ili član porodice s kojim **radiš zbog prakse i ne naplaćuješ ništa.**

Kako da dođeš do beta klijenta?

Jednostavno.

Pošalji sledeću poruku prijatelju ili članu porodice – **čak i ako još nemaš pojma šta želiš da nudiš...**

...čak i ako još uvek ne znaš tačno kome i kako želiš da pomažeš – sve ćemo to rešiti kasnije.

Hej [ime]!

Nadam se da si dobro :)

Trenutno pohađam kurs za coacha i tražim beta klijenta kako bih stekao malo prakse.

Da li bi želeo da radim s tobom besplatno preko Zoom-a u 3 ili 4 sesije – da ti pomognem da brže ostvariš neke od svojih najvećih životnih ciljeva?

Čim pošalješ tu poruku, momentum je na tvojoj strani.

Čim je pošalješ, **postaješ druga osoba.**

Slanje te jedne jedine poruke **menja te.**

Više nisi zarobljen u mislima, sada **izlaziš u svet** i počinješ da komuniciraš s ljudima.

Odjednom **postaješ neko ko radi ono što coach radi**, prilaziš ljudima koje možeš da podržiš.

Evo kako to često izgleda u praksi kad ljudi traže prve beta klijente:

Neko pita mamu da mu bude beta klijent – i ona pristane.

Onda pita sestru – i ona pristane.

Zatim pita prijatelja – i on pristane.

Sva trojica pristanu.

Onda mama kaže svojim prijateljima, sestra svojim, a prijatelj svojim.

Svi kažu „da“!

Vremenom, osoba počinje da radi i s ljudima koje ne poznaje.

I tada počinje da naplaćuje...

I tako sve počinje...

Kad pošalješ tu poruku, vreme je da stekneš jasnoću i oko svih ostalih P-jeva!

Ali nemoj ići dalje dok to ne uradiš.

Ne potcenjuj važnost te jedne poruke.

Kad jednom dobiješ beta klijenta, pogledaj ovaj video [Beta Client Masterclass](#).

3. Place (**Mesto**)

Nisam vidovit, ali mogu da procenim **za manje od jednog minuta** na Zoom pozivu da li će neko uspeti ili propasti kao preduzetnik **samo na osnovu njegovog okruženja**.

Buka, kaos, gomila distrakcija?

Okruženje za neuspeh.

Tišina, urednost, mir?

Okruženje za uspeh.

Zato je jedna od prvih stvari koju moj tim i ja radimo sa klijentima – **optimizacija radnog okruženja za uspeh**.

Tvoje okruženje **dramatično utiče** na to koliko ćeš zaista produktivnog rada obaviti.

Pokušao si nekad da radiš u sauni?

Ne ide baš najbolje, zar ne ?

I dok je lako idealizovati život na putovanjima, istina je da on **ozbiljno otežava obavljanje posla.**

Za mene, ono što se pokazalo kao najbolje jeste **dugoročan najam sa optimizovanim radnim prostorom u okviru kuće**, to mi omogućava da **mного lakše uđem u svoj „flow“ i aktiviram vrhunsku kreativnost.**

Dakle:

Kako možeš da optimizuješ mesto u kom živiš i radiš za maksimalan fokus, produktivnost i zadovoljstvo?

Kako da sebi maksimalno olakšaš da radiš maksimalno ozbiljno?

Da li želiš sto za stajanje?

Pokretnu traku za hodaње?

Uzemljujuću prostirku?

Zvučnike?

Sveće?

Tepih?

Slike na zidu?

Biljke?

Lepa pozadina za Zoom?

Bolji mikrofon?

Bolja kamera?

Udobna garderoba?

Nova stolica?

Čistiji radni sto?

Koja ti temperatura najviše prija?

Tamjan?

Prečistač vazduha?

Slušalice?

Motivacione poruke na zidu?

Izaberi mesto gde ćeš napraviti svoju kancelariju iz snova, pa napiši listu svega što treba da uradiš da bi to ostvario.

Profesionalni savet:

Napravi raspored koji **jasno definiše kada ulaziš i izlaziš iz svog radnog prostora.**

Podeli taj raspored sa svojim partnerom ili porodicom – i **pridrži ga se kao da tvoj poslovni uspeh zavisi od toga.**

Pojavljuj se i radi u svojoj kancelariji **kao da si zaposleni koji dolazi na svoju smenu svaki dan.**

4. Passions (**Strasti**)

Šta te istinski pokreće?

Što si jasniji po tom pitanju, to ti je lakše da izgradiš biznis koji ne samo da donosi novac, već te i **budi s uzbuđenjem svakog jutra.**

Verovatno si i dalje strastven oko istih stvari kao kad si bio mlađi...

Zato se vrati u detinjstvo i zapitaj se:

Šta si VOLEO da radiš kao klinac?

A sada:

O čemu danas VOLIŠ da učiš?

Nisi siguran? [Pogledaj ovaj video da naučiš kako da otkriješ svoje strasti.](#)

5. Perfection (**Savršenstvo**)

Sada razmisli o ovome: **Jedini razlog zašto uopšte želiš ovaj biznis je zato što želiš da ti život bude što bliže savršenstvu...**

A pošto je život samo niz dana, važno je da kreneš tako što ćeš **napisati kako izgleda tvoj Savršen Dan.**

Dakle: Kako izgleda savršen dan u tvom životu?

Počni tako što ćeš steći jasnoću o svom **idealnom dnevnom rasporedu** – i nasloni svoju „merdevinu“ upravo na to.

Šta bi idealno voleo da radiš svakog dana u 5 ujutru?

6?

7?

Raspodeli svoj idealan dan sat po sat.

Od vremena kada želiš da se probudiš, do trenutka kada želiš da ideš na spavanje.

Zamisli da moraš da živiš isti dan iznova, od ponedjeljka do petka.

Kako bi želeo da taj dan izgleda? Kako bi ga strukturisao?

Pomoć: Verovatno uključuje stvari koje te istinski inspirišu.

I verovatno uključuje mnogo igre i uživanja!

Moj omiljeni citat koji mi uvek odzvanja dok odgovaram na ovo pitanje glasi:

„Mnogi ljudi provedu ceo život penjući se uz merdevine uspeha, da bi na kraju shvatili da su bile naslonjene na pogrešan zid...”

Na koji zid želiš da nasloniš svoje merdevine?

Uveri se da je to zid zbog kojeg nikada nećeš zažaliti.

Evo još nekoliko dodatnih pitanja koja će ti pomoći da definišeš kako zaista izgleda savršenstvo za tebe:

Koliko novca želiš da zarađuješ mesečno?

Šta voliš da radiš? Odnosno, šta te istinski inspiriše?

Ako bi u svom biznisu smeo da radiš samo 3 stvari, a sve ostalo mora da se delegira ili automatizuje – koje bi to 3 stvari bile?

U koje doba dana želiš da radiš, da se igraš, da jedeš i da spavaš?

Gde bi živeo?

Na šta bi trošio taj novac – ili u šta bi ga ulagao?

Šta je prva stvar koju želiš da vidiš kad se probudiš?

Kako za tebe izgleda raj na Zemlji?

Treba ti još pomoći da stekneš jasnoću oko ovoga?

Pogledaj moju obuku za životni dizajn ovde: [Trening za dizajn idealnog života](#)

Kada stekneš jasnoću o svom **savršenom danu koji pali tvoju strast**, možeš da **reverzno izgradiš svoj biznis** koristeći ostatak P-jeva – tako da taj dan postane stvarnost.

Još jedno važno pitanje:

Kako možeš da učiniš svoj rad zabavnim?

Jer ako ti nije zabavno – **nećeš to raditi.**

A ako i budeš radio – **nećeš dugo izdržati.**

A ako i izdržiš – **verovatno nećeš raditi izvanredno.**

Zato: kako možeš da učiniš svoj rad zabavnim?

Na primer, ja volim da pravim pauze kad god mi dođe.

Retreatovi? [Evo vodiča za organizaciju okupljanja.](#)

Rad u intervalima?

Sa prijateljima?

Obrati pažnju na ono što ti deluje lako i prirodno.

Rad nikada ne izgleda kao rad kad deluje kao igra.

„Učini da bude zabavno – da bi bilo gotovo.“

6. Pricing (**Cena**)

Cena je moćan mehanizam za polugu , može ti pomoći da ostvariš svoj cilj u zaradi **brzo** ili **sporo**.

Što je viša cena tvojih programa, **manje jedinica** moraš da prodaš da bi dostigao cilj.

Primer: Ako ti je cilj da zarađuješ \$10.000 mesečno, i tvoj program košta \$1.000 – dovoljno je da prodaš **10 mesečno**.

Ali ako imaš program koji košta samo \$10 – moraš da prodaš **1.000 mesečno** da bi stigao do istog cilja.

Dakle... kako ćeš ti formirati cene za svoje proizvode i usluge?

Čak i pre nego što tačno znaš **ŠTA** želiš da prodaješ, važno je da stekneš jasnoću o svom **cenovnom modelu**.

Na početku, preporučujem da imaš **tri cenovna nivoa**.

- 1) Besplatno
- 2) Low Ticket - LT (Niska cena)
- 3) High ticket - HT (Visoka Cena)

Uvek preporučujem da **kreneš sa nižim cenama**, pa da ih **postepeno povećavaš** s vremenom.

Tako ulaziš na tržište sa **konkurentnom cenom**, i eliminišeš unutrašnje sumnje tipa:

„Ljudi ne mogu da priušte moje proizvode i usluge!“

Opšte preporuke:

- **Freebie:** \$0
- **Low ticket program:** \$20 mesečno
- **High ticket program:** \$997 mesečno

7. Promise (Obećanje)

Sada kada si stekao jasnoću oko cena, vreme je da postaneš jasan i oko jedne ključne stvari:

Kakav krajnji rezultat ili san klijenti zaista žele da plate?

Ovaj krajnji rezultat se naziva „**obećanje**“.

Jedan od najlakših načina da odrediš svoje obećanje je da **pogledaš šta drugi već prodaju.**

To ti pokazuje **šta ljudi već kupuju.**

Četiri glavna područja krajnjih rezultata na koja ljudi najviše troše novac su:

1. **Odnosi**
2. **Novac**
3. **Lepota**
4. **Uklanjanje bola**

Napomena: Ne moraš da budeš **ekspert** ni u jednoj od ovih oblasti **da bi počeo da pomažeš ljudima** – ali moraš barem da imaš **iskreno interesovanje** za to polje i **spremnost da ga učiš i istražuješ.**

Treba da ti se ta tema **dopada (a idealno da je obožavaš)** dovoljno da možeš **svakodnevno da pričaš o njoj** u svom sadržaju i u razgovorima.

.

Ja učim svest, psihologiju, manifestaciju, Univerzum i zakone 18 godina. Učenje o prodaji svoje strasti počeo sam 2024 godine i odmah sam se zaljubio u ideju jer je to bila poslednja karika koja je nedostajala na mom putu. (p.s. Da li ste znali da je Napoleon Hill - čuveni autor best-seller knjige Misli i Obogati se, čak 20 godina pre izdanja ove knjige, objavio knjige o Prodaji i Marketingu ?)

Iako učim toliko godina, nisam mogao ljudima da pomognem jer nisam znao kakav sadržaj da pravim da bi došli ljudi na profil kojima je potrebna moja pomoć. Nisam znao kako da dodjem do samih ljudi kojima je potrebna moja pomoć.

Za kakav krajnji rezultat bi neko rado platio barem \$1.000?

Za kakav krajnji rezultat bi TI lično bio spreman da platiš \$1.000?

Vrlo je verovatno da oba odgovora spadaju u jednu od 4 gore pomenute kategorije.

Bonus pitanje:

Ko već obećava takav rezultat i zarađuje ozbiljan novac prodajući ga?

Ako ne možeš da pronađeš barem 3 osobe koje već uspešno prodaju nešto slično, vrlo verovatno ćeš imati **velikih problema da to i sam prodaš**.

Zato **olakšaj sebi posao** i pronađi nešto što drugi već uspešno prodaju, pa napravi **svoju jedinstvenu verziju toga**.

Ovaj **P (obeznanje)** je najteži deo za većinu ljudi kad pokušavaju da steknu jasnoću.

Ako se zaglaviš ovde, **ne krivi sebe**.

Daj sebi vremena, uđi dublje u svoje motive i želje ili zakaži coaching poziv da ti neko pomogne da definišeš svoje **obeznanje**.

[Ovaj vodič](#) će ti takođe **verovatno pomoći ogromno!**

8. Prototype (**Prototip**)

Većina preduzetnika pokušava da “inovira”, ali pametni preduzetnici “iteriraju”, tako što počinju od **proverenog prototipa**.

Bez prototipa, rizikuješ da pokušavaš da prodaš nešto što **niko ne želi da kupi...**

To se **STALNO** dešava početnicima.

Zato sebi postavi pitanje:

„Ko već uspešno prodaje obećanje koje ja želim da dam, i kako mogu etički da ga modelujem?“

Ako ne možeš da pronađeš nijednu osobu, vreme je da **ažuriraš svoje obećanje.**

Počeo sam da zarađujem **pravi novac online tek kada sam prestao da pokušavam da izmislim nešto novo** i počeo da **pratim ljude koji su već pobeđivali.**

Imao sam nekoliko uzora koji su bili par koraka ispred mene i **učio sam šta rade...**

Gledao sam njihove ponude, cene, tokove prodaje (funnels), pa čak i ritam objavljivanja sadržaja.

Zatim sam napravio **svoju verziju**, s ciljem da bude **još bolja.**

Ako **ne možeš da pronađeš nijednu osobu** koja već zarađuje na obećanju koje želiš da ponudiš, to je **ozbiljno upozorenje.**

Lično ne radim sa klijentima koji ne mogu da mi pokažu **barem 1 proveren prototip.**

Ne preuzimam taj nivo rizika.

Moram da vidim barem još jednu osobu koja već prodaje ono što moj klijent želi da prodaje.

Ako ne možeš da pronađeš prototip, to verovatno znači da **tržište ne želi to što obećavaš**, ili da prvo moraš da **edukuješ ljude** (što je spora i skupa igra).

Kao početnik, **MORAŠ** da imaš prototip koji možeš da modeluješ.

Evo gde možeš da ga pronađeš:

Počni da pretražuješ Google, YouTube, Instagram i LinkedIn koristeći **ključne reči koje se odnose na tvoje obećanje**, i traži nekoga ko **očigledno zarađuje**.

Cilj je da pronađeš nekoga ko **već radi ono što ti želiš da radiš – i to profitabilno**.

Kada ga pronađeš, kreni da radiš **reverzni inženjering**:

- Koje obećanje daju?
- Koji problem rešavaju?
- Kako su upakovali svoju ponudu?
- Kako je prodaju?
- Kako isporučuju rezultate?

Zatim postavi pitanje:

„Kako mogu da ponudim nešto slično – ali bolje?“

Ne treba ti mnogo prototipova. **Dovoljan je JEDAN.**

Prototip = Dokaz.

Dokaz da tržište to želi.

Dokaz da možeš to da prodaš.

Dokaz da **nisi sam** u tome.

9. Pleasure (**Zadovoljstvo**)

Svako dobro obećanje dolazi sa **obiljem zadovoljstva**.

Zato se zapitaj:

Koja su zadovoljstva povezana sa postizanjem ovog krajnjeg rezultata, obećanja?

Poznavanje toga pomoći će ti da se **obратиš ljudskoj suštinskoj želji** – i da tvoj program učiniš **izuzetno privlačnim** potencijalnim klijentima.

Zadovoljstvo koje osoba dobija iz krajnjeg rezultata – **to je pravi razlog zašto ga uopšte želi.**

Ako nisi siguran **koje tačno zadovoljstvo** neko dobija iz rezultata koji obećavaš, pokušaj da odgovoriš na ova bonus pitanja:

Kakvo će zadovoljstvo ta osoba osetiti kada stigne na „ciljnu destinaciju“?

Šta će moći da uradi ili ima – što sada ne može?

Koje pozitivne emocije će doživeti?
Kako će joj se život konkretno poboljšati kao rezultat ostvarenja tog cilja?

Govoreći vrlo konkretno.

10. Problem

Sve što ljudi kupuju (uključujući tebe i mene) – kupuju zbog nekog problema koji žele da reše.

Razmisli...

Problem: Gladni smo. Rešenje: Kupujemo voće.

Problem: Umorni smo. Rešenje: Uzimamo hotelsku sobu.

Problem: Imamo višak kilograma. Rešenje: Angažujemo ličnog trenera.

Problem: Osećamo se usamljeno. Rešenje: Kupujemo Tinder Pro.

Problem: Mrzimo svoj posao. Rešenje: Kupujemo online obuku da naučimo kako da zaradimo sami.

Kao što vidiš – svaka kupovina proizilazi iz problema.

Zato se zapitaj:

Koji je JEDAN glavni problem koji ljudi trenutno imaju – a koji ih sprečava da uživaju u rezultatu i zadovoljstvu za koje znaš da možeš da im pomogneš da ostvare?

Podsetnik:

Ljudi najviše troše novac na 4 glavne oblasti:

1. Odnosi
2. Novac
3. Lepota
4. Oslobođanje od bola

Da li se osećaju usamljeno?

Da li su bez novca?

Da li imaju višak kilograma?

Da li ih muče hronični bolovi?

Pitanja za dodatnu jasnoću:

Koji je bio **veliki problem** koji si ti imao pre svoje transformacije?

Koji su bili **svi mali problemi** koje si tada imao?

Šta je to što ljudima **ne da da zaspe – od brige?**

Šta je tebi **budilo stres** noću pre tvoje promene?

Ko već sada **sjajno rešava taj problem** kroz svoj biznis?

“Legendarni preduzetnici ostavljaju trag tako što identifikuju i jasno artikulišu problem, dizajniraju rešenje i šire ga kao viziju.”

– Christopher Lochhead, autor knjige *Niche Down*

Pre nego što pređeš na sledeće pitanje, uveri se da možeš jasno da identifikuješ i izraziš stvaran problem koji ljudi žele da plate da reše.

Nema problema = nema uplate.

11. Pain (**Bol**)

Evo jedne fascinantne činjenice o ljudima:

Učinićemo mnogo više da pobegnemo od bola nego da se približimo zadovoljstvu.

Ako bih te probudio u 3 ujutru i rekao:

„Hej, hajde da jedemo tvoju omiljenu hranu i igramo omiljenu video igru!“ – rekao bi mi da odem.

Ali ako bih te probudio u 3 ujutru i rekao:

„Hej, kuća ti gori!“ – skočio bi iz kreveta i imao snage da preživiš ceo dan.

Svi ostali su isti.

Naši mozgovi su podešeni za **preživljavanje**.

A bol = blizina smrti.

Zato se zapitaj:

Koji su najveći bolovi koje ljudi doživljavaju zbog ovog problema?

Napiši listu od najmanje 10 bolnih tačaka za koje znaš da ih ljudi stvarno osećaju zbog ovog problema.

Pomoćna pitanja:

Kakav si bol ti lično osećao dok si imao taj problem?

Koje su **druga, treća i četvrta posledica** tog problema? *(Poput neželjenih efekata. Upravo one čine problem toliko ozbiljnim!)*

Primer

Problem: Višak kilograma

Bolne tačke:

1. Sramota da skinem majicu na plaži
2. Nijedna slika nije dovoljno dobra za objavu
3. Ne mogu da stanem u omiljenu garderobu
4. Prijatelji se šale na moj račun
5. Niko ne želi da izlazi sa mnom
6. Moram da plaćam terapiju za dijabetes
7. Neprijatno mi je da se pojavim među ljudima
8. Ne mogu da stanem u sedište u avionu
9. Osećam se tromo i umorno ceo dan

10. Krivim sebe svaki put kad pojedem nešto

Ako uspeš jasno da izraziš bol kroz koji neko trenutno prolazi automatski će pretpostaviti da imaš i rešenje koje mu treba.

12. Process (**Proces**)

Koji je tvoj proces za dobijanje klijenata?

To se zove tvoj **prodajni proces**.

Znati kako da pouzdano i dosledno vodiš ljude od „hladnog do kupca“ biće jedna od tvojih najvećih prednosti u biznisu.

Većina početnika **nema pojma** kako da dođe do klijenata.

Zapravo, ljudi su spremni da plate **10.000 EURA** samo da im pomognem oko **ovog jednog P-j**

Moja preporuka ?

Nacrtaj svoj [prodajni proces u Miro-u](#) kako bi mogao jasno da vidiš svoj put od “hladnog do kupca” na prvi pogled.

Videti tačno kroz šta prolazi tvoj budući klijent – od trenutka kada ne zna ni ko si, do trenutka kada ti plaća – neverovatno je korisno.

Jer kad jednom vidiš taj put, možeš ga ozbiljno optimizovati.

A kad neko jednom uspešno prođe kroz ceo proces – onda možeš **sve više ljudi provoditi tim putem, sve brže i sve lakše.**

Zato sada odvoji vreme i **jasno nacrtaj svaki korak svog prodajnog procesa.**

Napomena: Uveri se da je tvoj prodajni proces ispunjen stvarima koje **voliš da radiš** – ili barem **želiš da radiš.**

Treba da **uživaš u procesu.**

Treba da ti bude **ispunjavajuće.**

Na primer:

Moj stari prodajni proces:

Instagram Story → DM → 15 min Discovery Call → 60 min Sales Call → Klijent

Moj novi prodajni proces:

YouTube video/IG → Link u opisu → Optin funnel → Skool DM → 15 min Discovery Call → 60 min Sales Call → Klijent

Jedan od mojih (super jednostavnih) omiljenih prodajnih tokova je:

**Besplatna zajednička promocija (Joint Venture Promo) →
Zajednička radionica (JV Workshop) → 60-minutni prodajni
poziv.**

Na kraju, **svi sjajni prodajni procesi** imaju zajedničku osnovu: **3 C-a**

- 1. Content (sadržaj)**
- 2. Conversations (razgovori)**
- 3. Clients (klijenti)**

Ako ti je sadržaj odličan, on će voditi do **pravih razgovora sa stvarnim ljudima** – bilo da su to DM-ovi, komentari ili telefonski pozivi.

Ti razgovori – ako ih pravilno vodiš – vodiće do toga da ti ljudi postanu klijenti.

Kad radiš sa tim klijentima i **pomogneš im da ostvare rezultate**, rado će ti snimiti **video testimonial** koji onda možeš koristiti kao sadržaj...

I tako se **prodajni ciklus nastavlja**.

13. Performance (**Performanse**)

Koji su tvoji KPI-jevi (ključni pokazatelji performansi) koje treba da ispunjavaš kako bi znao da tvoj biznis funkcioniše kako treba?

Na primer:

Koliko videa treba da objavljuješ nedeljno?

Koliko DM-ova treba da šalješ dnevno?

Koliko zakazanih poziva treba da imaš dnevno?

Koliko zatvaranja iz tih poziva treba da praviš?

Preporučujem da pratiš svoje performanse u [KPI tracker-u](#) [poput ovog](#).

14. Practice (**Praksa**)

Sada kada znaš **kako tvoj prodajni proces funkcioniše u teoriji**, i znaš **kako izgleda dobra performansa u praksi**, vreme je da **zapravo vežbaš svoju izvedbu!**

To nazivamo **Role Play** (vežba kroz igranje uloga).

Kao i u svakom sportu – **ako želiš da pobeđuješ, moraš da vežbaš privatno pre nego što nastupaš javno.**

Isto važi i za tvoj biznis.

Ako **primeniš ovaj P**, odmah ćeš postati bolji i **drastično povećati šanse da ostvariš prodaju** kada naiđeš na pravog potencijalnog klijenta.

Ali ako **preskočiš ovaj P**, bićeš **katastrofalan u prodaji** kada dođe trenutak.

Dakle...

Pitanje ovog P-ja je:

Kada ćeš odvojiti vreme za vežbu?

- Kada ćeš uraditi probni DM razgovor sa prijateljem?
- Kada ćeš odigrati lažni discovery call?
- Kada ćeš odigrati lažni prodajni poziv?

Zakazuj to kao trening.

Pobednici ne improvizuju – oni treniraju.

15. Product Names (Imena tvojih proizvoda)

Kako ćeš nazvati svoje proizvode?

Predlažem da koristiš **ChatGPT** da ti pomogne da smišljaš ideje za ime.

Prompt koji možeš koristiti:

Zdravo! Trebaju mi sjajne ideje za ime mog novog online coaching programa.

Pomažem <niši> da postigne <željeni rezultat> i prevaziđe <problem>.

Molim te daj ime programa bude **kratko (2–3 reči)**.

Evo 5 primera naziva programa koji mi se dopadaju:

<ovde unesi primere>

Molim te da bude **sažeto, upečatljivo i u sličnom stilu** kao ovi iznad.

Daj mi listu **10 predloga** za ime.

Hvala!

Ako ti se rezultati ne dopadnu, samo reci:
„Daj još predloga, ali u stilu [opis stila]“ ili
„Ubaci reč [odabrana reč] u predloge“.

16. Pathway (Putanja)

Kako se zove metod koji želiš da koristiš da bi nekome pomogao da postigne željeni rezultat?

Primeri:

The 80/10/10 Diet, Keto dijeta, Automatizovani vebinari, Facebook oglasi, 5 jezika ljubavi, Meditacija, Disanje, Ples na šipci, Sirova ishrana, Low Fat Raw Vegan, Freebie Funnel metoda, 37 P-jeva itd.

Kao i kod svih ovih P-jeva – **ovaj odgovor može da se menja vremenom.**

Za početak **samo izaberi jedan naziv ili ga izmisli.**

Imati **ime za svoj metod (put)** je važno jer ljudima **daje okvir da razumeju kako im možeš pomoći.**

To je kao da knjizi daš naslov.

Ime metode daje **kontekst za putovanje** na koje klijenti kreću s tobom.

Lično sam promenio ime svog puta/metoda 100 puta, tako da – ne mora biti savršeno prvog dana.

Dovoljno je da bude **dovoljno dobro da kreneš da ga koristiš.**

Pro tip: Pronađi nazive metoda koje već koristiš ili ti se sviđaju od drugih coach-eva, pa zamoli **ChatGPT** da ti napravi sličan naziv.

Korišćenje ChatGPT-a za osmišljavanje **naziva metoda + proizvoda** za naše klijente – pokazalo se kao **najkorisnija primena ChatGPT-a u mom biznisu.**

17. Pillars (**Stubovi tvog programa**)

Na putu ka tvom obećanju, postoje **stepenici** koje klijent mora da pređe.

Te ključne tačke zovu se **stubovi (pillars).**

Oni **drže ceo tvoj program.**

Bez njih, tvoj coaching program **se raspada**, i klijent **ne može uspeti** u procesu.

Zato se sada zapitaj:

Koja su 3 do 5 fundamentalna, najvažnija područja koja neko mora da savlada ili razvije da bi bio uspešan na ovom putu?

Na primer, moj program ima 5 stubova:
(tvoj red da ih popuniš...)

1. PONUDA
2. RAST PUBLIKE
3. PRODAJNI PROCES
4. ISPORUKA PROGRAMA
5. TIM

Zašto su ovo moji stubovi?

Zato što ako klijent uspe da savlada:

- svoju **ponudu**,
- **rast publike**,
- **prodajni proces**,
- **način isporuke**,
- i **tim**

onda je **spreman i stabilan**.

Sve mu je postavljeno za uspeh.

Sa svim klijentima, fokusiramo se na ovih 5 stubova.

18. Plan

Sada kada imaš jasnoću oko svojih stubova, vreme je da se zapitaš:

Koji su svi mali koraci koje neko mora da preduzme unutar svakog stuba da bi napredovao?

Kako neko može da pređe iz stuba #1 u stub #2?

Šta mora da uradi da pređe iz stuba #2 u stub #3?

Ovo je tvoj Plan.

Ako bi neko u potpunosti pratio tvoj plan, šta mora da uradi da bi bio uspešan u ovome?

Pored dodavanja svih malih koraka koje neko mora da preduzme, obavezno uključi i sve dnevne obavezne radnje koje su neophodne za uspeh u plan.

Šta bi dodao u svoj plan da garantuješ da će neko uspeti sa njim?

Na primer, u kuglanju... ako želiš da pomogneš kuglašu da obori sve čunjeve i sprečiš kuglu da ode u kanal, šta bi uradio?

Dodao bi ogradu!

Na taj način, kugla ne može da ode u kanal i uspeh je što je moguće bliže garanciji.

A ako želiš da bude sigurno da će svaki put pogoditi strike? Dao bi mu robota, programiranog da svaki put baci savršenu ravnu kuglu umesto njega.

Napomena: Tvoj plan treba da se ažurira svakih nekoliko nedelja ili meseci, kako sve više ljudi bude prolazilo kroz njega.

[Ovaj video](#) će ti pomoći da stekneš jasnoću o tome kako bi savršen plan mogao da izgleda za tebe.

19. Plot (**Zaplet**)

Da li si se ikada osetio inspirisano da preduzmeš akciju nakon što si čuo inspirativnu priču?

Ja jesam.

Pa – koji je zaplet tvoje priče?

Kako si prešao put od želje da imaš ono što sada imaš – do toga da to zaista ostvariš?

„Činjenice informišu, ali priče prodaju.“

Priče su TOLIKO moćne.

Ljudi više veruju **pričama** nego **činjenicama**.

Primer:

Ako ti kažem da postoji 0.1% šanse da te napadne medved tokom planinarenja – verovatno te nije briga.

Ali ako ti kažem da je **mog prijatelja juče napao medved baš na ovoj stazi** kojom sada idemo – verovatno ćeš biti prestravljen.

Naš mozak je podešen za priče.

Evo sjajnog okvira koji možeš koristiti kada pišeš svoju priču, kako bi **iskoristio tu moć koju priče imaju nad ljudima:**

Oduvek sam želeo da [željeni rezultat], ali...

Brutalni početak:

(vрати se nekoliko godina unazad... Šta je bilo loše? Kako je izgledao tvoj život? Koje si frustracije i bolove imao?)

Božansko otkriće:

(Šta si otkrio – i **KAKO** si to otkrio?)

Sada-Vau:

(Koliko je tvoj život sada neverovatan?)

[\(Ovde se nalazi detaljna obuka za pisanje celovite priče.\)](#)

Kada tvoja priča postane priča tvoje publike – tvoje rešenje postaje njihovo jedino rešenje.

20. Photos (**Slike**)

„Slika vredi hiljadu reči.“

Da bi tvoja priča bila **još moćnija**, moraš da dodaš **fotografije sebe**.

Da bi tvoj **FB profil** bio privlačniji – dodaj fotografije sebe.

Da bi tvoja **IG stranica** bila atraktivnija – dodaj fotografije sebe.

Da bi tvoj **lični brend** bio kredibilniji – imaj fotografije sebe.

Zapitaj se: Gde mogu da pristupim organizovanom folderu sa svim svojim fotografijama?

Preporučujem da koristiš **Google Drive**, i da napraviš poseban folder sa svojim fotografijama.

Evo **6 foldera** koje bi trebalo da pokušaš da popuniš:

1. Ti kao dete
2. Ti kao tinejdžer
3. Ti sa prijateljima / partnerom
4. Ti dok radiš zabavne stvari
5. Ti na poslu / u radu

6. Fotografije tvoje transformacije

Nemaš nijednu skorošnju fotografiju sebe?

To je **problem**.

Rešenje?

Napraviti ih.

Kako?

Zamoli **prijatelja ili člana porodice** da te fotografiše.

Pokaži im **primere stilova** koji ti se sviđaju – pa pokušajte da ih replicirate.

Najlakši način da redovno praviš nove fotke jeste da:

kad god si **na kul lokaciji** – bilo da planinariš, stojiš ispred zanimljive zgrade, ili čak radiš u kafiću – samo kažeš partnerki ili nekome u blizini:

„Hej, bi li mogao da me uslikaš?“ – i pružiš telefon sa već otvorenom kamerom.

PRELAKO!

21. Presents (**Pokloni**)

Cilj skoro svake objave koju postaviš na društvenim mrežama treba da bude da ljude izvedeš sa mreže i prebaciš ih na svoju email listu ili u svoju zajednicu.

Kako to postižeš?

Tako što im ponudiš **poklon**, tj. **besplatan resurs**.

U zamenu za njihov email, ponudi im:

- Google dokument
- PDF
- eBook
- mini kurs
- mp3
- radionicu itd.

Čak i **plejlista tvojih omiljenih YouTube videa** se računa kao poklon!

Primer [1](#) - My free mini course

Primer [2](#) - My free book - ovde stavi Svemirsku Alhemiju

Nisi siguran šta da ponudiš ljudima kao poklon?

Uradi sledeće:

Korak 1: Napiši listu **10 najvećih problema** za koje znaš da ih ljudi imaju kada je u pitanju postizanje njihovog željenog rezultata.

Korak 2: Napiši listu **10 najvećih želja** koje ljudi imaju.

Korak 3: Zaokruži **3 najvažnija problema** i **3 najvažnije želje**, pa napravi **Google dokument** u kojem korak po korak objašnjavaš kako da reše te probleme ili postignu te želje – brže!

22. Person (**Osoba**)

Mogu da procenim za **manje od jednog minuta** razgovora na Zoom-u da li neko ima ono što je potrebno da uspe kao kreator online kurseva ili coach.

Kako?

Po njihovoj **pojavnosti** – njihovoj **personi**.

Ne laže.

Možeš li da promeniš svoju personu ako ova koju trenutno imaš – **nije dobra?**

DA! Apsolutno.

Ali da počnemo od ovog pitanja:

Koja je tvoja trenutna persona?

Kako bi opisao sebe?

Zatim:

Koja je tvoja idealna persona?

Tvoja **persona** je tvoj **karakter**.

Ako želiš da zarađuješ online kao coach, moraš imati **dopadljivu personu**.

Moraš da budeš **dobar pred kamerom**.

Moraš da imaš **dar govora**.

Nekima to dolazi prirodno – a drugi to moraju **uvežbavati i svesno ući u ulogu**.

To je **veština koja se može vežbati** – i brzo naučiti.

[Pogledaj ovo da saznaš zašto je „budi svoj“ zapravo laž.](#)

Tvoji omiljeni filmovi i serije su ti omiljeni – i lako ih gledaš – **zato što se poistovećuješ sa glavnim likom**.

Baš kao što je **Norma Jean** imala svoju **Marilyn Monroe personu** koju je svesno odabrala da utelovi, i ti možeš da **izabereš personu koju ćeš prikazivati online**.

Ko ćeš ti biti?

Jedan lak način da izgradiš svoju personu jeste da razmisliš o svim **jedinstvenim stvarima kod sebe** – i da ih onda **namerno kombinuješ**.

Na primer, ja sam spojio svoje online biznis treninge sa tim što sam **frutarijanac**, imam **six pack**, sav novac stavljam u **Bitcoin**, i koristim **zakon privlačenja** da brže dolazim do rezultata.

Šta tebe čini jedinstvenim?

Kad razmišljaš o svom omiljenom filmu – da li primećuješ da ti je baš zato omiljen **jer ti se sviđa glavni lik?**

Meni je, na primer, omiljeni film **Ferris Bueller's Day Off** – jer se većinu dana osećam kao Ferris!

23. Programming (Programiranje Paradigme)

Ovaj **P** je verovatno **najvažniji**, jer će **odrediti sve tvoje akcije i rezultate** koje manifestuješ.

Kada **promeniš svoj program**, menjaš i svoj pogled na život.

Baš kao što možeš da programiraš računar da se ponaša na određeni način, isto tako možeš da **programiraš svoj um** da se ponaša na način koji vodi ka uspehu...

A um možeš da programiraš pomoću sledeće 2 vežbe:

#1 Inkantacije (Izgovori s namerom):

Šta je to što bi govorio – a da implicira da **već jesi uspešan** u ovom biznisu?

Ponavljaj to **svakog dana, sa osećajem.**

Primer 1: Vau! To su sjajne vesti!

Primer 2: Da! (sa snagom, kao da si već pobedio)

Kada to izgovaraš sa istinskim osećajem, ulaziš u određenu **vibraciju** koja počinje da privlači još iskustava koja će **pojačavati taj osećaj.**

Važno je da, kada radiš inkantacije, **osećaš ono što bi osećao da si već uspešan** u ovom biznisu.

Da li ti prorade leptirići u stomaku? Da li ti srce ubrza?

Takođe, pobrini se da i **tvoje telo pokazuje to stanje.**

Da li se smeješ? Da li stisneš pesnicu od uzbuđenja?

#2 [Audio koji opisuje tvoj život:](#)

Slušaj ovaj audio svakog jutra kada se probudiš i svake večeri dok toneš u san.

Sve što treba da uradiš je da pritisneš **play...**

I dok ga slušaš, prirodno ćeš početi da **vizualizuješ**.

U mislima će ti se pojaviti scena koja **pretpostavlja da si već uspešan u svom biznisu**.

Na primer:

Zamišljaš da tvoja mama ulazi u novu kuću, toliko je ponosna da počinje da plače... a ti joj kažeš:

„Ne mama, ja sam je kupio za tebe. Tvoja je.“

i pružaš joj ključeve.

Dakle, pitanje je...

Kako ćeš svakog dana svesno programirati sebe za uspeh?

Hoćeš li primeniti **ove 2 metode programiranja** koje su gore opisane?

Pored tih metoda –

kojim učiteljima možeš napuniti glavu putem podcastova?

Koje YouTube video snimke ćeš pogledati ?

Koje knjige ćeš čitati ?

Koje kurseve ćeš pohađati ?

Koji intervju ćeš pogledati.

Čije misli ćeš dozvoliti da postanu tvoje misli.

Napiši listu svih ljudi čiji um zaista ceniš.

Koje stare misli i osećaje носиš u sebi, a koje treba da pustiš?

Koje osobine karaktera trenutno imaš, a kojih treba da se oslobodiš?

Koje osobine karaktera želiš da usvojiš i uteloviš?

24. Proof (**Dokaz**)

Gde je dokaz da to što radiš zaista funkcioniše?

Ljudima je teško da potroše novac ako ne vide neki dokaz da ono što kupuju stvarno daje rezultate...

Zato je od ogromne važnosti da imaš recenzije, iskustva klijenata, grafikone, fotografije transformacija, tabele – bilo šta što dokazuje da tvoj metod zaista funkcioniše.

Ako još nisi prikupio nijedan dokaz – vreme je da to uradiš sada.

Zamisli da se pripremaš za sudski slučaj kao advokat i moraš da pokažeš sudiji što je moguće više dokaza da ono što radiš daje rezultate.

Kako možeš da prikažeš svoje rezultate?

Ko još ima rezultate ili priču sličnu tvojoj?

Ko je još postigao uspeh koristeći sličan metod kao ti?

Imaš li neka svedočenja?

Prikupi priče drugih ljudi, podatke od naučnika i autora, napravi grafikone ili tabele koje prikazuju rezultate.

Sve to drži u posebnom Google Drive folderu.

Čak i ako TI lično još nikome nisi pomogao da dođe do rezultata – koristi svoju sopstvenu priču, ili priče drugih trenera koji su pomogli svojim klijentima da dođu do uspeha.

Najbolja mesta da postaviš svoja svedočenja su u emailovima, unutar zajednice i na prodajnim stranicama.

25. Praise (**Zahvalnost**)

Krajnji cilj tvog programa treba da bude dobijanje pohvala (u obliku svedočenja) od tvojih klijenata, kupaca i članova.

Kada si jasan u vezi s vrstom pohvale koju želiš da primiš, biće ti takođe jasno šta tvoj program treba da sadrži i koju vrstu energije treba da uneseš.

Koje male pobede želiš da ljudi dele u tvojoj zajednici?

Koje velike pobeđe želiš da ljudi dele u tvojoj zajednici?

Da bi znao kako bi izgledalo idealno video svedočenje koje bi neko dao nakon što prođe kroz tvoj program, uradi sledeće dve stvari:

Pogledaj kakva svedočenja drugi treneri u tvojoj niši dobijaju od svojih klijenata/članova.

Šta govore? Koje ključne reči koriste? Koje obrasce primećuješ?

Koristi ovaj šablon da napraviš zamišljeno svedočenje:

Pre nego što sam radio sa <tvoje ime>, bio sam <brutalno pre>.

Prijavio sam se kod <tvoje ime> umesto kod drugih zato što ____.

Neki od rezultata koje sam postigao su ____, i kao rezultat toga moj život je ____.

Da nisam ušao u program, verovatno bih i dalje bio ____.

Na čemu smo radili unutar programa da bismo postigli te rezultate bilo je ____.

Ako neko gleda ovo i razmišlja da li da se priključi, rekao bih ____.

(Napomena: Možeš dati ovaj šablon ChatGPT-u i tražiti da ti napiše probno svedočenje.)

26. Prospect (**Potencijalni Klijent**)

Pre nego što tvoj idealni klijent počne da ti plaća, on se zove **potencijalni klijent** (prospect).

Dakle... Kakvom bi osobi VOLEO da posvetiš svoje vreme i s kojom bi voleo da radiš svakog dana?

Opiši svog **idealnog klijenta**.

Kada postaneš jasan oko svog idealnog klijenta, postaćeš jasan i oko toga kojeg tipa potencijalnog klijenta treba da ciljaš.

Potencijalni klijenti su kao ljudi s kojima izlaziš. Klijenti su ljudi koje "oženiš".

Možda u početku i ne znaš kakvu osobu bi želeo da "oženiš", ali bi makar trebao da imaš grubu predstavu...

Barem izaberi **pol**.

Odabir pola odmah čini tvoj program privlačnijim polu kojem se obraćaš.

Na primer:

Zamisli da postoje 2 lična trenera u teretani.

Jedan od njih ne bira pol i kaže: „Pomažem ljudima da budu fit.“

Drugi kaže: „Pomažem ženama da izgrade ‘brazilski zadnjicu’ i dobiju ravan stomak.“

Koji će, po tvom mišljenju, imati više klijentkinja?

Kada izabereš pol, ljudi tog pola odmah osećaju da ih bolje razumeš jer im se lakše obraćaš njihovim jezikom.

Jer budimo realni: generalno gledano, muškarci brinu o različitim stvarima nego žene.

Naravno, postoje izuzeci, ali evo nekoliko brzih primera na šta se misli:

Univerzalno gledano, muževni muškarci obično brinu o: stvaranju, borbi, kolima, gedžetima, velikim mišićima, prelepoj ženi i zaradi velike količine novca kako bi izdržavali porodicu.

S druge strane, **ženstvene žene** obično brinu o stvarima kao što su: fizička privlačnost, moda i lepota, čista koža, fleksibilnost, planiranje porodice, kreativni tok i veza sa muškarcem koji im može pružiti finansijsku sigurnost.

Samo razumevanje razlike između muškaraca i žena daće ti uvid u to koliko je važno izabrati pol kojem se obraćaš u marketingu.

Kada se obraćaš ženama, možeš govoriti o njihovim specifičnim potrebama/željama/bolovima/frustracijama koje muškarci često ne razumeju.

Isto važi i kada ciljaš muškarce.

Evo još nekoliko pitanja koja ti mogu pomoći da razjasniš ko je tvoj **idealni potencijalni klijent**:

- Kako bi opisao sebe pre nego što si postao osoba kakva si danas? (npr. Ko si bio pre 10 godina?)
- Koje si etikete sebi tada davao? (npr. debeo, sam, žrtva, siromašan, umoran)
- Kako bi se sada opisao? (npr. vegan, bogat, muž, prosvetljen, energičan)
- Kakvim osobama možeš da rešiš problem – i želiš da im pomogneš?
- Kojim nišama trenutno pripadaš?
- Ko su ljudi koji te već prate?
- Ako već imaš klijente – ko ti je trenutno **najdraži klijent**?

- Kako izgleda „mini verzija savršenog dana“ savršenog klijenta?
- Od koga sada kupuje tvoj idealni klijent?

Ovo postaje tvoja niša – barem za sada!

Bonus pitanje: Ako već imaš klijente koji ti plaćaju, zapitaj se: Ako bi mogao da **umnožiš jednog klijenta**, kog bi izabrao i zašto?

27. Pitch (**Prezentacija**)

Zamisli da upravo sada stojiš na bini ispred 500 svojih idealnih potencijalnih klijenata.

Šta bi im rekao da ih nateráš da poželee da kupe tvoj program?

Napiši jasan, sažet i ubedljiv pitch (manje od 500 reči) koji natera ljude da poželee tvoju ponudu čim je čuju.

Primer:

Pažnja svi koji radite od 9 do 5.

Zarađujete li manje od 60.000 dolara godišnje?

Ako da, znate koliko je teško uopšte izdržavati sebe, a kamoli porodicu!

Verovatno sanjate o putovanjima, ali vam je teško da priuštite avione i hotele.

Možda želite da donirate u humanitarne svrhe, živite u prelepom domu, vozite dobar auto, podižete divnu decu – ali osećate da to sebi ne možete da priuštite.

Znam kako je to – i ja sam bio tamo.

Istina je da ako zarađujete manje od 60.000 dolara godišnje, verovatno živite od plate do plate, bez novca sa strane za penziju ili hitne situacije.

Ali šta ako postoji način da se izvučete iz te „zamke niskih prihoda“ i počnete da zarađujete duplo više – u roku od 90 dana?

I to bez potrebe da prolazite kroz online kurs?

Zapitajte se: Kako bi vam život izgledao kad biste zarađivali 120.000 dolara godišnje?

Ako biste mogli da putujete gde god želite, živite gde želite i obezbedite finansijsku sigurnost sebi i porodici – da li biste to želeli?

Ako tražite realističan, direktan metod da dođete do 120.000 godišnje – možda ste ga upravo pronašli.

Zove se **VIP 100 Academy**

I ne – ovo nije „brzo se obogati“ prevara koja obećava bogatstvo ni iz čega.

VIP 100 Academy je 1-na-1 program mentorstva za one koji žele da postanu traženi i dobro plaćeni online treneri.

U okviru **VIP 100 Academy**, povezuješ se sa stručnim biznis mentorom koji pažljivo analizira tvoju trenutnu situaciju, snage i slabosti – i zajedno s tobom gradi ceo tvoj brend i digitalni biznis tokom dva dana.

Nije ti potrebno nikakvo prethodno iskustvo – možeš početi od nule, čak i ako još ne znaš tačno u čemu želiš da pomažeš ljudima.

Dovoljno je da znaš osnove tehnologije – kao što su društvene mreže, Google dokumenti, Zoom i slično.

Na kraju ta dva dana, imaćeš svoj jedinstveni coaching paket spreman za prodaju, plan sadržaja za rast publike, prodajni proces za zatvaranje klijenata i sistem isporuke koji donosi rezultate i generiše preporuke.

Drugim rečima, imaćeš sve što ti je potrebno da kao nov online trener počneš da zarađuješ **10.000 dolara mesečno** pomažući drugima u oblasti koju voliš.

VIP 100 Academy ti omogućava da zarađuješ odakle god poželiš – uz samo telefon i internet – tako što te pozicionira kao autoritet u niši koju sam izabereš.

Da vidiš da li je zarađivanje pune plate online kao coach pravi put za tebe, pošalji mi poruku za kratku prijavu pre nego što razgovaraš sa nekim iz mog tima.

Ako su milioni drugih ljudi uspeali da se izvuku iz „zamke niskih prihoda“ – da li misliš da možeš i ti?

28. Platforms (**Plateforme**)

Koje platforme i software koristiš za tvoj biznis ?

Glavne koje koristim su :

[ChatGPT](#)

Google Drive (docs, sheets, slides)

Facebook

Instagram

[YouTube](#)

[Skool](#)

[Calendly](#)

[Active Campaign](#)

[Pandadoc](#)

[Genius CRM](#)

[Manychat](#)

[Miro](#)

[Canva](#)

[Upwork](#)

[Zoom](#)

Gmail

[Jotform](#)

[Zapier](#)

[Loom](#)

A na kojoj platformi ćeš hostovati svoju membership zajednicu?

[Skool](#), Mighty Networks, Kajabi, Podia, Thinkific, Teachable, Searchie, Circle ili Facebook grupe?

(Nakon isprobavanja svih drugih platformi za membership, toplo preporučujem [Skool](#). Najlakša je za korišćenje, nije komplikovana, ima sve što ti treba – i ništa što ti ne treba. Ako tek počinješ, koristi Facebook grupu.)

Koju društvenu mrežu želiš da dominiraš?

YouTube? Instagram? Facebook? TikTok? Izaberi JEDNU za početak, a onda nakon prvog meseca počni da distribuirati taj sadržaj na sve ostale platforme.

29. Positions (Pozicija)

„Ako ne zastupaš ništa, pašćeš na bilo šta.“

Jedan od najmoćnijih P-jeva je **P od Pozicije**.

Pozicije ti pomažu da se istakneš na društvenim mrežama i postaneš svetionik za svoje idealne klijente.

Kada je tvoj sadržaj bezličan i „vanila“, niko ne želi da te gleda – a kamoli da ti plati.

Ali kada je tvoj sadržaj „začinjen“ i kada sa ubeđenjem deliš **kontroverzna mišljenja**, ljudi se zainteresuju i približe.

Većinu je strah da javno iznosi svoja mišljenja, pa kada ti to zaista uradiš – automatski privlačiš svoje idealne klijente koji razmišljaju kao ti.

Da, neki će te mrzeti, blokirati ili obrisati jer si javno rekao ono u šta veruješ – ali tvoji **idealni klijenti će te obožavati**.

Shvati to kao prirodan način da „odsečeš“ ljude koji ionako nikada ne bi ništa kupili od tebe.

Zato sebi postavi pitanje:

„Koje kontroverzne pozicije imam u vezi tema iz svoje niše?“

Pokušaj da zapišeš makar **10 stavova koji idu protiv struje**, i onda napravi video za svaki.

Primer mog kontroverznog stava je:

„Treba sve informacije davati besplatno – a naplaćivati samo pomoć u implementaciji.“

Mnogi kreatori kurseva me ne podnose zbog ovoga, ali moji idealni klijenti me zbog toga vole.

Još jedan primer iz vremena kad sam bio u zdravlju/fitnes niši bio je:

„Kuvana hrana je najzavisnija droga na svetu.“

Ovo mi je donelo gomilu klijenata, jer niko na YouTube-u to nije javno govorio – a hiljade ljudi su se potajno slagale.

Kada javno kažeš ono što mnogi misle ali se niko ne usuđuje da izgovori – postaješ lider.

Najbolja mesta da izneseš svoje stavove su tvoji **mejlovi i postovi na društvenim mrežama**.

Tvoj pipeline je baza podataka svih tvojih potencijalnih klijenata i postojećih klijenata.

Najosnovniji oblik pipeline-a je tvoj DM inbox.

Što više svakodnevnih razgovora vodiš sa potencijalnim klijentima unutar svog pipeline-a, to ćeš više prodaja ostvariti.

Imati pipeline pun potencijalnih klijenata, tj. "lead-ova", je ključ za zdrav biznis.

Drugi naziv za pipeline je CRM ili "Customer Relationship Manager" (Menadžer za odnose s klijentima).

CRM koji preporučujem za izgradnju pipeline-a na Facebooku zove se **Genius CRM**.

Softver koji preporučujem za email CRM je **Active Campaign**.

Instagram sada ima ugrađen CRM koji se zove '**Filters**', tako da ti za njega ne treba dodatni softver.

Kada počneš da gradiš svoj pipeline, svaki lead u njemu bi vremenom trebalo da ti kaže jednu od dve stvari:

Prvo: "**Ostavi me na miru. Nije me interesuje.**"

Ako to kažu – ukloni ih iz pipeline-a.

Drugo: "**Zvuči dobro, kako mogu da platim?**"

Ako to kažu – čestitam, upravo si dobio klijenta.

Dok ne dobiješ jednu od te dve poruke – redovno prati i javljaj se svojim leadovima, **barem jednom nedeljno**.

Ne javljati se je znak **nepoštovanja i lenjosti**.

Kada se javiš – ljudi to znaju da cene.

31. Prominence (Istaknutost)

Hajde da budemo iskreni: što si istaknutiji na internetu, to ti je lakše da prodaješ.

Pomisli na Oprah.

Koliko bi joj bilo lako da zaradi 100.000 dolara samo pričajući o svojoj novoj knjizi u emisiji?

Tako lako.

Zašto?

Zato što je izuzetno istaknuta.

Zapitaj se: kako ćeš ti postati istaknut na ovim platformama?

Kakav sadržaj ćeš objavljivati?

Koliko sadržaja nedeljno ćeš kačiti?

Kako ćeš učiniti da kreiranje tog sadržaja bude što lakše?

Koji će biti tvoj sistem za kreiranje sadržaja?

Da bi ti bilo što lakše da pokreneš svoj sadržaj, **Ted Carr i njegov tim – koji su mi pomogli da postavim ceo biznis sistem – pripremili su dva konkretna video treninga.**

Preporučujem ti da pogledaš oba:

[Prvi video](#) ti pokazuje kako da snimiš 6 meseci sadržaja u jednom danu.

Vrlo praktično, brzo i bez komplikacije.

[Drugi video](#) ti pokazuje kako da postaviš tim i sistem za redovno objavljivanje, koristeći tzv. *content conveyor belt* – i kako da svoje coaching pozive i grupne sesije pretvoriš u kvalitetan sadržaj koji prodaje.

32. Promotions (**Promocije**)

Kad sam tek ulazio u ovaj online biznis svet, mislio sam da je dovoljno samo da napravim nešto – i da će se to samo prodavati.

Nisam shvatao da zapravo moram da **promovišem** ono što nudim.

Ali ispostavilo se...

Ako ne promovišeš to što radiš – **nećeš napraviti mnogo prodaja.**

Zato, evo liste najboljih promocija koje možeš da pokreneš kako bi podigao svest o svom programu – a da pritom ne zvučiš napadno ili previše prodajno.

Radionica od 97 dolara ILI besplatno ako si član u okviru 7-dnevnog besplatnog probnog perioda.
Novi kurs od 297 dolara u prodaji – ali je besplatan ako se priključiš kroz 7-dnevni probni period.
NOVO: Besplatan probni period!
Besplatan probni period uskoro nestaje...
Objave novih funkcionalnosti (feature-a).
Ekskluzivan uvid unutar članstva (Sneak Peek).
Tematski bonusi s opravdanjem: praznici, sezonski periodi, rođendani.
Giveaway i nagradne igre – Unesi ime/email da bi učestvovao i osvojio nagradu.
Opcija godišnjeg članstva.
Nova garancija vezana za vremenski period (Time-Based Guarantee).
Radi sa mnom besplatno u zamenu za iskren testimonial

[Video koji objašnjava u detalje](#)

Sada izaberi promotivnu kampanju koju želiš da pokreneš, upiši je u kalendar i kreni da pišeš tekstove i snimaš potrebne video-materijale.

Najbolja mesta za ove promocije su tvoji mejlovi i objave na društvenim mrežama.

Pitanje koje ovde treba da postaviš sebi glasi: **kog dana u mesecu ćeš promovisati svoje članstvo/program?**

Bonus savet:

Predlažem da napraviš **poster sa mapom radionica (workshop roadmap)** kao ovaj – da ljudima vizuelno pokažeš koje radionice držiš.

Ove radionice možeš koristiti da **promovišeš svoj program na zabavan i vredan način**, a kasnije ih možeš i **prodavati** ili deliti kao **odlične freebie-je**.

Treba ti pomoć da smisliš ideje za radionice?

Postavi tajmer na 20 minuta i napravi listu sledećeg:

- **Top 10 problema** koje ljudi imaju na putu do cilja do kog im ti pomažeš da stignu
- **Top 10 težnji / želja / aspiracija** koje ljudi imaju
- **Top 10 ograničavajućih uverenja** koja ih sputavaju
- **Top 10 saveta ili trikova** koje ti znaš da bi im ubrzali proces

- **Top 10 uverenja „protiv struje“** – stvari koje možda deluju kontroverzno, ali su za tebe istina
- **Top 10 osoba koje bi mogao da intervjuiš** o njihovom uspehu na ovom putu

Na osnovu tih "top 10" lista, možeš napraviti **radionicu za svaku od njih** i tako stvoriti ogroman sadržaj + alat za promociju.

[Ovde možeš videti primer od Ted Carr-a](#)

Kada imaš jasno iscrtanu **mapu radionica (workshop roadmap)**, više ne moraš stalno da se pitaš:

„Na koju temu da radim sledeću radionicu?“

Zato odluči sada:

Koje 8 radionica možeš da održiš u narednih 90 dana kako bi tvojoj zajednici pomogao da postigne brutalno dobre rezultate?

Koje radionice možeš da vodiš naredna 3 meseca kako bi ljudima pokazao da si **prva osoba na koju pomisle u tvojoj oblasti?**

Kada promovišeš ove radionice, imaš dva puta:

1. **Drži ih besplatno** za celu svoju publiku

2. Ili ih drži **privatno** samo za članove koji plaćaju

Ako ih držiš privatno, kasnije možeš da:

- **prodaš snimak** onima koji nisu bili prisutni
- ili ga daš kao **freebie** da bi privukao nove članove.

33. Powers (**Moći**)

Svi imamo supermoći.

Čak i ti.

I kada tvoj posao uključuje tvoje supermoći, **više neće ni delovati kao posao...**

Zapravo, uspeh često dolazi **toliko lako** kada radiš iz svojih supermoći, da ćeš se možda čak i žaliti kako te to i ne ispunjava toliko – jer **nema borbe!**

Zato, pitanje za tebe je:

Koje su tvoje supermoći?

Zapiši **bar 5 stvari** za koje osećaš da su tvoje supermoći – koje ti mogu **direktno pomoći u biznisu.**

Ovo može biti:

- Sposobnost da jasno komuniciraš ideje
- Harizma pred kamerom
- Sposobnost da razumeš šta ljudi zaista žele
- Brzina u donošenju odluka
- Dubina uvida i empatija
- Fokus, upornost, kreativnost...

Tvoje supermoći su ti **najveći leverage**.
Radi iz njih. Gradi iz njih. Prodaj iz njih.

Na primer, mojih 5 supermoći su :

1. Pisanje. Napisao sam preko 550 postova za 2. Godine na instagramu. Za one koji su pratili od početka znaju da je svaki post bio prožet dubinom i uvidima. Vremenski Prosek u pisanju jedne objave i pripreme ilustracija je 1h a često 2h. Ali znate šta ? Uživam u tome, i zato mi nije teško.
2. Brainstorming sa klijentima. Iako sam do sada radio uglavnom radionice na temu svesti i manifestacije (ključ u online prodaji, novi put kojim hodam je postavljanje drugim ljudima biznis i uživam u tome. Svaka sesija od 2h koju imam sa klijentima je izuzetno zabavna jer njihov posao doživljavam kao lični projekat.

3. Razumevanje psihologije ljudi i načina kako razmišljaju.
4. Vodjenje tima. Oduvek sam bio vodja grupe. To je moja prirodna uloga.
5. Vodjenje radionica. U početku je bilo mnogo loše. Sve dok nisam shvatio da je kamera prijatelj i da ljudi sa druge strane nisu došli da vide moju majicu ili frizuru već da čuju kako im mogu pomoći.

Bonus pitanje za tebe:

Ako bi smeo da radiš **samo 3 stvari dnevno** da bi zarađivao u svom biznisu – a sve ostalo bi bilo **delegirano ili automatizovano** – koje bi to 3 stvari bile?

Primeri:

Pisanje

Snimanje videa

Rad 1 na 1 sa klijentima

Kada postaneš **potpuno jasan** oko ta 3 ključna zadatka – sledeći korak je da **svesno odlučiš da sve ostalo delegiraš ili automatizuješ.**

Još jedno brutalno korisno bonus pitanje:

U čemu sam loš – i šta najviše mrzim da radim?

Zapiši listu **bar 3 stvari** koje ti idu slabo i koje ti crpe energiju.

Zatim – **delegiraj ih što pre.**

Kako?

Napravi oglas na sajtu [upwork.com](https://www.upwork.com) i kreni da radiš intervju.

Moj tim izgleda ovako:

- **VA (virtualni asistent)** – plaćen \$6 po satu
- **Appointment Setter** – 5% provizije
- **Closer (prodaja)** – 10% provizije
- **Coaches (dodatni treneri)** – 5% provizije
- **Content Editor** – \$50 po videu

Ako želiš da **potpuno oslobodiš svoje vreme**, topla preporuka: složi sebi **ovakav tim**.

34. Principles (Principi)

Ako nisi jasan oko svojih **principa**, lako je da skreneš s puta, narušiš etiku i upropastiš reputaciju.

Ako želiš da imaš **snažnu reputaciju u svojoj industriji**, ključno je da budeš **kristalno jasan oko principa na kojima stojiš**.

Tvoji principi su **temelj svega što odlučuješ da radiš**.

Evo nekoliko mojih principa na kojima pokušavam da gradim svoj biznis:

1. Proizvod na prvom mestu.

Napravi odličan proizvod – i ljudi će ga **preporučivati sami od sebe**.

Većina konkurenata ne pravi ništa kvalitetno – previše su zauzeti prodajom.

2. Učini sve da kupac bude zadovoljan.

Prati njihove bolne tačke i **ukloni ih što je brže moguće**.

3. Pali – pa nišani.

Sve može da se poboljša – ali prvo moraš da **pustiš u svet**.

Pokreni → pa iteriraj.

4. Pojednostavi.

Sve funkcioniše bolje kada je jednostavno.

Ali jednostavnost traži **vreme, fokus i trud** – jer stvari po prirodi postaju komplikovane.

5. **Tim je sve.**

Svako ima svoju poziciju.

Ne gledam ljude kao “zaposlene”, već kao **saigrače**. Svi igramo za isti cilj.

6. **Iskrenost.**

Ne izgovaraj velike tvrdnje koje ne možeš da dokažeš.

Jedna laž može ti uništiti ceo kredibilitet.

Budi transparentan i drži se obećanja.

35. **Partnerships (Partnerstva)**

Jedan od **najlakših načina da brzo postaneš istaknut** jeste da se **udružiš sa nekim većim od sebe**.

A kada si jasan po pitanju svojih principa, možeš da se **povežeš sa nekim ko deli iste vrednosti** – i ko može da te promoviše.

Od svih aktivnosti koje su napravile razliku u mom biznisu, **partnerstva su se pokazala kao najprofitabilnija**.

Zato se zapitaj:

S kim mogu da se udružim da bih promovisao svoju Skool zajednicu, freebie ili plaćeni program?

S kim bih mogao da uradim **joint venture** ili neku vrstu saradnje?

Koliko bih bio spreman da im platim?

Možeš ih platiti na nekoliko načina:

Fiksni iznos za promociju

Procenat od ostvarenih prodaja

Iznos po svakom dovedenom lead-u

Ili – kombinaciju svih troje:

fiksni fee + procenat prodaje + po lead-u.

Najbolji način da započneš sa ovladavanjem partnerskih saradnji jeste da naučiš Dream 100 metod.

Možete pogledati Tedov [Dream 100 Workshop](#) i poslušati ovaj [Dream 100 Podcast](#) za više detalja u masterisanju D100 metode.

Prvi konkretan korak koji možeš da preduzmeš je da napraviš listu od 100 ljudi sa kojima bi potencijalno mogao da sarađuješ.

Jedan od najboljih načina za korišćenje partnerstva je zajedničko održavanje uživo radionice.

Ovde je primer [zajedniček radionice](#) koja je bila profitabilna.

Evo je još jedna :

<https://youtu.be/GhIUcgB5q38?si=Y9mfIR9wzrQ2DqLF>

I još jedna: <https://youtu.be/w6lCa6p6loc>

36. Proximity (Okruženje/Fizička Blizina)

Fizička blizina uspešnim ljudima je najbrži mogući prečac do uspeha u bilo kojoj oblasti.

Ako si okružen sa 5 milionera, postaćeš šesti.

Zašto?

Zato što počinješ da RAZMIŠLJAŠ kao ljudi s kojima provodiš vreme – a postaješ ono o čemu najviše razmišljaš.

Moć blizine se retko pominje, ali ima trenutno i snažno dejstvo na nas.

Ako uzmeš siromašnog čoveka i staviš ga u sobu sa 5 bogatih ljudi – i dozvoliš mu da dovoljno dugo provodi vreme s njima – postaće bogat.

Nikada nisam upoznao osobu koja je bila okružena uspešnim ljudima, a da kao direktan rezultat toga nije postala uspešnija.

Istraživanja pokazuju da tvoje bogatstvo ne zavisi najviše od posla koji radiš, niti od veština koje imaš – već od tvoje POŠTANSKE ŠIFRE.

Poštanski broj u kom si odrastao najjači je pokazatelj tvoje buduće imovine, jer određuje kakvim si ljudima bio okružen.

Kada sam čuo prvi put za ove ideje pre 15. godina nisam imao sjajno okruženje ali sam odmah odlučio da ću da radim na tome.

Prvo sam jedne noći nakon grada odlučio da više nikada neću sa njima provesti večer. Bili su svi luzeri, odrasli u istom kraju kao i ja. Moji drugovi iz detinjstva, bez ambicija poput njihovih roditelja.

Zatim sam odlučio da ću zaraditi novac i promeniti svoj poštanski broj. Prvi novac koji sam sa drugom zaradio u to vreme, uložio sam u nov mercedes. Zatim sam kupio 3. Rolex časovnika a zatim smo otišli u London i rentirali stan u luksuznom delu Chelsija. Platili smo stan oko £40.000 za godinu dana. Tu smo upoznali Loic Remija, francuskog fudbalskog reprezentativca sa kojim smo družili. Nezvanično sam mu

pomogao da se adaptira u fudbalskom klubu QPR za koji je tek potpisao ugovor. Pomogao sam mu da putem vizuelizacije bude nekoliko utakmica najbolji na terenu.

Po povratku u Beograd, kasnije sam kupio stan u luskuznom delu gde su sve komšije bogati ljudi po standardima sa ovih prostora.

Znate li šta sam primetio ?

Oni idu na drugačije odmore i to po nekoliko puta godišnje. Voze skupe aute, nose skupu garderobu. Oni misle drugačije.

A vi ?

Ko su vaših 5 ljudi sa kojima provodite vreme dnevno ?

Koja je vaša broj 1 osoba koja vas vuče dole i voleli bi da prekinete druženje ?

37. Presentation (**Prezentacija**)

Možeš imati najbolji program na internetu, ali ako ne znaš da ga predstaviš na pravi način – ljudi ga neće kupiti.

Dakle...

Kako planiraš da predstaviš svoju ponudu?

Ovde je primer jedne takve ponude, [kliknite ovde](#).

Predlažem da koristite ovu [Prezentaciju](#) koja će vam pomoći da prodate vaš program.

Ova prezentacija radi svaki put !

Alternativno možete koristiti [Winning Story Framework](#) ili [5 minute webinar framework](#).

38. Perseverance (**Istrajnost**)

„Preduzetnički poduhvati često propadnu, ali dobri preduzetnici ne propadaju – jer ne odustaju.“

– Naval Ravikant

Zato je ključno da budeš potpuno jasan: **kako ćeš istrajati – bez obzira na sve.**

Kada je Mike Posner hodao preko cele Amerike, nije rekao samo:

„Hoću da prepešačim Ameriku.“

Rekao je:

„Prepešačiću Ameriku – **bez obzira na sve.**“

Zato, kada ga je usred puta ugrizla zmija i jedva preživeo – **nije odustao.**

Nastavio je da hoda.

U ovom poslu online koučinga, **zaista ne možeš da propadneš ako jednostavno ne odustaneš i stalno implementiraš ono što već funkcioniše kod drugih.**

Video sam toliko *prosečnih* ljudi kako na kraju razvaljuju i zarađuju ogroman novac – jer su samo **istrajali i gledali šta radi kod drugih**, pa to **primenili na svoj način.**

S druge strane, video sam mnogo *iznad prosečnih* ljudi, sa očiglednim potencijalom, kako ne zarade ništa – jer su **odustali prebrzo i odbili da modeluju ono što su drugi radili pre njih.**

T.E. Lorens, poznat kao Lorens od Arabije, bio je britanski arheolog i oficir koji je tokom Prvog svetskog rata predvodio arapski ustanak protiv Turaka, iako po svemu – nije bio ratnik. Bio je učenjak, stranac, bez formalne vojne obuke za uslove Bliskog Istoka.

Ali kada je planirao kako da oslobodi stratešku luku Akabu, uradio je ono što su svi smatrali nemogućim. Umesto da napadne sa mora – što su Turci očekivali – poveo je šaku ljudi (oko 50 Arapa, kojima se pridružio i beduinski vođa Auda Abu Tayi) kroz 800 km brutalne pustinje, po temperaturama preko 45°C, i iznenadio neprijatelja sa kopna, s leđa – tamo gde niko normalan ne bi ni pokušao da prođe.

Nije bio pripremljen za te uslove. Nije imao iskustvo.

Ali imao je **odluku** da ne odustane.

Zato je uspeo.

Zato je postao **vrhunski ratnik** – jer je nastavio tamo gde bi drugi stali.

Evo šest nezaboravnih knjiga koje će, kada ih jednom pročitaš, od tebe napraviti osobu koja nikada ne želi lako da odustane.

1) [The Compound Effect](#)

2) [Grit](#)

3) [Can't Hurt Me](#)

4) [Night](#)

5) [The Forgotten Highlander](#)

6) The Happiest Man Alive

„Život koji želiš, ljubav koju želiš, porodica koju želiš... sve to pokreće biznis koji izgradiš.“ – Garret J. White

39. **Priority** (**Prioriteti**)

Koja je trenutno **najveća prepreka** u tvom biznisu koju moraš da eliminišeš?

Teorija ograničenja kaže da biznis može da raste samo do nivoa svoje najveće prepreke.

Razbij tu prepreku – i preći ćeš na sledeći nivo.

Ali da bi je razbio, moraš prvo da je identifikuješ.

Dakle, gde si najviše zaglavljen?

Ako bi mogao da rešiš samo JEDAN problem – onaj koji bi ti doneo najveći pomak i imao najveću snagu uticaja – koji bi to bio?

Ako bi mogao da radiš samo JEDNU stvar u svom biznisu, a ništa drugo, koja bi to stvar bila?

To je tvoj prioritet.

Stavi to na vrh svoje liste obaveza svaki dan dok ne bude rešeno.

Čak i ako treba da platiš nekoga da ti pomogne – uradi to.

Završi to.

Što pre.

40. Policies (**Politika poslovanja**)

Bez jasnih pravila, ostavljaš prostor za zabunu i nesporazume.

Zato se zapitaj: koja su tvoja pravila kada je reč o refundacijama, otkazivanjima i garancijama?

Dodaj ih u **Pandadoc** ili **DocuSign**, tako da svaki novi klijent **potpisuje ugovor i prihvata tvoje uslove** prilikom ulaska u program.

Jasne i direktne politike štite i tebe i klijenta, i čine tvoj biznis profesionalnijim i pouzdanijim.

Počni tako što odgovoriš na sledeća pitanja:

-  **Koja je tvoja refund politika?**
Da li je povraćaj moguć u roku od 24h, 7 dana, 30 dana – ili uopšte nije moguć?
-  **Koji uslovi moraju biti ispunjeni da bi neko imao pravo na refundaciju?**
(Npr. moraju odraditi određene zadatke, prisustvovati pozivima, itd.)
-  **Da li nudiš “money-back” garanciju?**
Ako da – pod kojim tačno uslovima?
-  **Koja su tvoja pravila otkazivanja?**
Za coaching pozive, članstva ili događaje – koliko unapred mora da se otkaže?
-  **Kako postupaš u slučaju sporova ili “chargeback”-ova?**
Da li vodiš dokumentaciju, snimaš pozive, imaš e-mail potvrde?

Nek ti advokat pogleda pre nego što počneš sa ovim.

41. Paperwork (Papirologija)

Papiri su smor.

Zato hajde da ih učinimo manje napornim.

U Americi **Bookkeeper360** za vođenje poslovnih knjiga.

Takođe koriste **Numa CPA** za lične finansije.

Ako želiš da vodiš uspešan online biznis — bez neprijatnih iznenađenja od strane poreznika ili klijenata koji nestanu bez plaćanja — moraš da središ papirologiju.

Papirologija podrazumeva: čuvanje računa, evidentiranje troškova, uštedu na porezima, vođenje evidencije o klijentima, izdavanje faktura i obezbeđivanje da je sve praćeno i pod kontrolom.

Dobra vest?

Ne moraš sve to da radiš sam.

Imati osobu u timu koja efikasno vodi papirologiju je ključ.

Neko ko je posvećen toj ulozi može ti uštedeti sate i sate, smanjiti stres i omogućiti ti da se fokusiraš na stvari koje zaista pokreću tvoj biznis napred.

Istina je da uredna papirologija nije samo pitanje zakonske usklađenosti — to je moćan način da uštediš novac na porezima i donosiš bolje finansijske odluke.

Takođe ti omogućava da jasno vidiš odakle dolazi tvoj novac i gde odlazi.

Kada imaš dobar sistem za papirologiju, možeš maksimalno iskoristiti poreske olakšice, izbeći kazne i zadržati što veći deo profita.

Ali čekaj...

Pre nego što unajmiš knjigovođu ili virtualnog asistenta da se bavi papirologijom, razmisli o ovome:

neće rešiti problem.

Potrebne su ti precizne **SOPs** (Standardne Operativne Procedure) za upravljanje troškovima, fakturama, porezima i evidencijom klijenata.

Najčešći razlog zašto online preduzetnici gube novac ili se uguše u papirologiji?

Nemaju jasan sistem ni osobu zaduženu da time upravlja.

Dakle...

Kako možeš pojednostaviti papirologiju i efikasno je delegirati?

1. Počni tako što ćeš napraviti listu svih vrsta papirologije koje tvoj biznis mora da vodi.
2. Zatim za svaku od njih napravi jednostavan SOP – ili delegiraj zadatak nekome ko uživa u takvom radu.
3. Na kraju, svaka tri meseca proveri svoje sisteme da vidiš da li ti i dalje štede vreme i novac.

Kada ti je papirologija pod konac, možeš da se fokusiraš na ono što radiš najbolje: **rast svog biznisa.**

42. Procedures (Procedure)

Imati jasne SOP-ove (Standardne Operativne Procedure) **mного ti olakšava život** kada delegiraš zadatke i želiš da tvoji klijenti dobijaju rezultate.

SOP-ovi su kao **uputstva korak po korak** koja pomažu da tvoj biznis funkcioniše efikasno i da se važne stvari obavljaju dosledno, bez zastoja.

Napravi "SOP priručnik" koji tvoj tim može da prati.

Kreni sa kreiranjem SOP-ova za ove ključne oblasti:

- **Onboarding:** Koje korake prolaze novi klijenti ili članovi tima?

- **Zapošljavanje/Otkazi:** Kako izgleda proces intervjuisanja, zapošljavanja ili otpuštanja?
- **Kreiranje sadržaja:** Koji je tačan redosled za osmišljavanje, snimanje, montažu i objavu?
- **Prodajni pozivi:** Imaš li skriptu ili čeklistu za discovery i closing pozive?
- **Korisnička podrška:** Kako se rešavaju pritužbe, refundacije ili pitanja?
- **Porezi:** Ko, kad i kako vodi računa o poreskim obavezama?

Koristi jednostavan alat kao što je **Google Docs** da organizuješ sve SOP-ove i поделиš ih sa timom.

Redovno ih ažuriraj na osnovu povratnih informacija i rezultata.

Tvoji SOP-ovi treba da budu **toliko jasni** da svaki novi član tima može da razume kako se stvari rade — samo čitajući dokument u Google Docs-u.

Možeš i da snimiš **ekran dok radiš** (npr. preko Loom-a), pa ubaciš video u SOP dokument kao dodatno pojašnjenje.

Često dam VA-u ili članu tima da uradi neki zadatak, pa ih zamolim da dokumentuju kako su to tačno radili — tako stvaraš "živu dokumentaciju" koja ubrzava obuku novih ljudi.

Jedna ključna procedura je mesečni „polish“:

- Prođi kroz svoj prodajni proces i traži načine da ga unaprediš.
- Prođi kroz sve svoje „P“-ove jednom mesečno i optimizuj ih.

Najvažniji SOP-ovi koje treba da imaš:

- Zapošljavanje
- Otkazi
- Onboarding
- Papirologija
- Prikupljanje testimonijala
- Kreiranje sadržaja

Kad to posložiš, skaliranje tima i rezultata postaje neuporedivo lakše.

43. Payment Processors (Platforme za plaćanje)

Kako ćeš primati uplate?

Preporučujem da imaš **više od jednog načina za primanje uplata**, jer poslednje što želiš je da neko bude spreman da plati – a ti ne možeš da primiš novac.

U našem biznisu koristimo čak **7 različitih načina za naplatu**:

1. **PayPal**
2. **Stripe**
3. **Bankovni transfer**
4. **Bitcoin / Kripto**
5. **Whop**
6. **Skool**
7. **Klarna** (plaćanje na rate)

Što više opcija ponudiš, to su veće šanse da ćeš **brže dobiti uplatu** i da ćeš **smanjiti otpor pri kupovini**.

Nema ništa gore od izgubljene prodaje zato što klijent nije mogao da završi plaćanje.

44. Players (Igrači)

Tvoja firma treba da bude sastavljena kao **šampionski tim**.

Da bi pobeđivao, moraš imati **prave ljude na pravim mestima**, koji igraju na osnovu svojih snaga.

Što su tvoji "igrači" bolji — **pobeda dolazi lakše**.

Jedan od najčešćih razloga zašto preduzetnici ostanu zaglavljeni jeste to što pokušavaju da rade sve sami — kao solo igrači.

Ali čak ni najbolji sportisti **ne osvajaju titule sami** — oslanjaju se na vrhunske saigrače.

Dobra vest?

Ne treba ti ogroman tim da bi pobeđivao.

Potrebno ti je samo **nekoliko A-igrača** koji mogu da preuzmu ono što ti ne želiš (ili ne treba) da radiš.

Zamisli svoj tim kao **skup specijalista**, ne generalista.

Bolje je imati **par ljudi koji su vrhunski u jednoj stvari**, nego gomilu osrednjih „sveznalica“.

Evo nekoliko ključnih pozicija koje treba da popuniš što pre:

- **Virtualni asistent (VA)** – za administraciju, e-maileve, backend
- **Appointment setter (Setter)** – da ti puni kalendar sa kvalifikovanim razgovorima

- **High-ticket closer** – stručnjak za zatvaranje prodaja na telefonu
 - **Coach** – koji ti pomaže oko isporuke i rezultata klijenata
 - **COO (Chief Operating Officer)** – da vodi operacije i rastereti te.
- Poreski savetnik** – da optimizuješ poreze i izbegneš probleme.

45. Preservation (Održavanje)

Krvotok tvog biznisa je profit.

Bez profita – nema života.

Ako ne možeš da sačuvaš profit, on će nestati.

Zato, kad sam shvatio da mi **7% novca godišnje pojede nevidljivi porez zvan „inflacija“** ako samo stoji u banci, znao sam da **moram nešto da preduzmem**



European Commission

<https://ec.europa.eu> › web › products-euro-indicators



Annual inflation up to 7.0% in the euro area - Eurostat

17 May 2023 — The euro area annual **inflation** rate was **7.0%** in April 2023, up from 6.9% in March. A year earlier, the rate was 7.4%.

Ako ti ovaj „porez inflacije“ svake godine pojede 7% kupovne moći, **kako ćeš sačuvati svoje bogatstvo kad ga jednom stekneš?**

Tad me je prijatelj pitao:

„A što ne uložiš u deflatornu imovinu?“

Npr : Bitcoin.

Za mene je najpouzdaniji način čuvanja novca pored BTC i SPY S&P 500 (index akcija 500 najvrednijih Američkih kompanija)

Ali kad sam tek počinjao, **skoro sve sam ulagao nazad u sebe i svoj biznis** — da bih povećao profit.

Ako želiš da sačuvaš svoje bogatstvo, **retka imovina koja s vremenom raste na vrednosti ima smisla** — jer u suprotnom, inflacija ti svake godine izjede pare.

Na primer:

Ako držiš **\$100.000 u banci**, za godinu dana ta suma imaće kupovnu moć od **samo \$93.000**, jer cene rastu oko 7% godišnje.

Ako je držiš **10 godina**, vrednost tvoje štednje realno pada na oko **\$30.000** kupovne moći.

Gubiti 7% svake godine — stvarno boli.

Rešenje ?

[Investing into yourself](#) + scarce assets.

Predlažem da udjete u moju zajednicu u kojoj svakodnevno rastete

www.skool.com/manifestacija

Stigli ste do kraja, čestitamo.

Ako vam je potrebna pomoć oko P's, imate tri opcije :

- 1) [Traži pomoć unutar moje besplatne skool zajednice](#).
- 2) Pitajte unutar moje [premijum zajednice](#)
- 3) Dobij [1-1 pomoć](#) od mene lično.

I setite se...

Tvoji **P-ovi** će se s vremenom menjati.

To je **normalno, prirodno i neophodno**.

Ja sam svoje P-ove menjao preko 100 puta od kad sam ih prvi put zapisao, i trudim se da ih **revidiram makar jednom mesečno** da ostanu aktuelni.

Ako ih ne menjaš s vremenom, tvoj program zastareva — i lako je da ti **dosadi ono što si sam stvorio**.