



TIP 1

ZAŠTO?

Emotivac koji odlučuje srcem. Pre svega mora osetiti smisao i važnost. Ako ne dobije odgovor na "zašto" — gubi interesovanje odmah na početku. Traži priču, vrednosti i autentičnost.

EMOCIJA

SMISAO

VREDNOSTI

PRIČA

AUTENTIČNOST

POVERENJE

PRIMERI IZ ŽIVOTA KROZ FAZE LEVKA PRODAJE



1 Cilj

PRIMER IZ ŽIVOTA

Otvarate školu kuvanja. ZAŠTO tip neće reagovati na "naučite 50 recepata." Ali hoće na "naučite da hranom izrazite ljubav prema porodici." Isti kurs — potpuno drugačija poruka. Ovaj tip kupuje smisao, ne sadržaj.

ŠTA GA PRIVLAČI

"Da li ovo ima smisla za moj život? Zašto je ovo važno?"

KO JE VAŠA CILJNA GRUPA



2 Svest

PRIMER IZ ŽIVOTA

Nova komšinica se uselila. Svaki dan je vidite — nasmejanu, ljubaznu, uvek sa lepom rečju. Posle mesec dana već znate ko je. **Niste još razgovarale, ali znate da postoji.** ZAŠTO tip primećuje vašu energiju i vrednosti — mnogo pre nego što vam pride.

ŠTA KAŽE U SEBI

"Ova osoba ima dušu. Volela bih da je bolje upoznam."

KAKO VAS PRONALAZI



3 Poverenje

PRIMER IZ ŽIVOTA

Prijateljica vam kaže: "Zovi Marku — ne samo što radi sjajan posao, nego je i čovek od reči, uvek tu kada treba." Vi odmah zavete. Ne zato što ste videli portfolio — nego zato što vam je neko kome verujete dao preporuku srcem. ZAŠTO tip **kupuje preporuke, ne reklame.**

NJEGOVA PITANJA

"Da li su drugi imali dobro iskustvo? Kakva je ona kao osoba?"

KLJUČNA FAZA ZA OVAJ TIP



4 Razmatranje

PRIMER IZ ŽIVOTA

Gledate dva restorana. Jedan ima priče zaposlenih, deli vrednosti, pokazuje trenutke sa gostima. **ZAŠTO tip bira taj restoran** jer se emocionalno identifikuje. Dajte mu testimonijal koji ga ubedi srcem: "I ja sam bila na tvom mestu. Evo šta se promenilo u mom životu."

ŠTA MU POMAŽE DA ODLUČI

"Da li ću se ovde osećati dobro? Da li veruju u isto što i ja?"

ŠTA MU POMAŽE DA ODLUČI



5 Prodaja

PRIMER IZ ŽIVOTA

Bi ste kod iste kozmetičarke tri puta. Uvek vas pita kako ste, seta se vašeg imena, primeti novu frizuru. Kada predloži novi tretman — **odmah kažete da.** Ne zato što je najjeftinija. Nego zato što je poverenje već izgrađeno. **ZAŠTO tip kupuje vašu strast i energiju — ne vašu cenu.**

ŠTA GA UBEDI

"Osećam da joj je zaista stalo. Ona veruje u to što radi."

ŠTA GA UBEDI DA KUPI



6 Zagovornik

PRIMER IZ ŽIVOTA

Bili ste na seminaru koji vam je promenio pogled na život. Sutradan pričate o tome svima — drugaricama, porodici, na mrežama. **Ne prodajete kurs. Delite iskustvo.** ZAŠTO tip postaje vaš zagovornik jer deli vašu **priču i vrednosti** — ne samo uslugu. Njegova reč zvuči kao ljubav, ne reklama.

ŠTA GOVORI DRUGIMA

"Ona je jednostavno posebna. Morate je upoznati — promenila mi je perspektivu."

KAKO VAS PROMIŠE



ŠTA SNIMITI ZA DRUŠTVENE MREŽE ZA ZAŠTO TIP

Lične priče — vaš put, vaše greške, vaša transformacija · **Vaše vrednosti** — u šta verujete, šta vam je važno · **Iskustva klijenata** — emocionalni testimonijali · **Autentični trenuci** — iza scene, svakodnevnica, nesavršeni momenti