KOLEDAR VSEBIN (CONTENT CALENDAR)

30-dnevni gerilski sistem z idejami za objave, ki ne stanejo nič

Živimo v času, ko podjetja v Google in Meta oglase vlagajo na tisoče evrov, da bi sploh prišla do svojih prvih strank. Toda v gerilskem marketingu velja zlato pravilo: **pomanjkanje proračuna nadomestimo s časom, kreativnostjo, agilnostjo in strateškim razmišljanjem**.

Ta 30-dnevni vodnik je vaš praktični načrt. Vsaka objava je zasnovana tako, da izkorišča psihološko profilacijo strank, moč umetne inteligence, stealth (prikriti) marketing, PR hacking ali pa gradi vaše trajno digitalno premoženje (e-poštni seznam in SEO).

1. TEDEN: Razumevanje problematike in grajenje zaupanja (Dnevi 1–7)

Cilj tega tedna je pokazati vaši ciljni skupini, da jo razumete bolje kot kdor koli drug na trgu. Pozabite na splošne objave; ciljali bomo direktno v boleče točke (pain points).

Dan 1: Razkritje največje skrite težave na trgu

- **Koncept:** Izpostavite specifično težavo svoje idealne stranke, ki jo večina konkurentov ignorira ali pa o njej ne govori na glas.
- **Kako izvesti:** Začnite z udarnim stavkom (kavljem), ki bo ustavil drsenje po časovnici.
- **Primer:** *"Skrita resnica: Večina kozmetičnih salonov izgubi stranko že po prvem obisku. Zakaj? Ker se osredotočajo na storitev, ne pa na občutek, ko stranka odide skozi vrata."*
- **Gerilski AI Prompt (kopirajte in vnesite v ChatGPT/Claude/Gemini):**

  "Deluj kot moja idealna stranka – 35-letna lastnica kozmetičnega salona, ki nima časa za marketing. Katere so tvoje 3 največje skrite frustracije, o katerih ne govoriš na glas, ko razmišljaš o najemu zunanjega svetovalca? Izpiši jih v prvi osebi."

Dan 2: Zgodba o neuspehu in poučna lekcija

- **Koncept:** Ljudje se lažje povežemo z nepopolnostjo kot s popolnimi prodajnimi sporočili. Delite svojo preteklo napako ali napako stranke (brez imen) in rešitev.
- **Kako izvesti:** Opišite začetni kaos, trenutek spoznanja ("Aha!" moment) in spremembo, ki je sledila.
- **Primer:** *"Ko sem začenjal, sem mislil, da moram imeti popolno spletno stran, preden sploh dobim prvo stranko. Zapravil sem 3 mesece in 0 evrov zaslužka. Potem sem vse obrnil na glavo..."*

Dan 3: Hitra rešitev (Quick Win) – Brezplačen preizkušen trik

- **Koncept:** Ponudite nekaj, kar lahko vaša stranka naredi takoj in opazi rezultat v roku 5 minut, povsem brezplačno.
- **Kako izvesti:** Zapišite korak-za-korakom navodilo, ki je izjemno preprosto za branje.
- **Primer:** *"Kako zmanjšati stres pred javnim nastopanjem v 2 minutah? Uporabite tehniko 4-7-8 dihanja. Tukaj je natančen postopek..."*

Dan 4: Mit nasproti realnosti

- **Koncept:** Razbijte splošno prepričanje v vaši panogi, ki ljudem dejansko škodi ali jim jemlje denar.
- **Kako izvesti:** Uporabite kontrastno obliko zapisa (Mit vs. Realnost).
- **Primer:**
    - *Mit: Za uspešen marketing potrebuješ tisoče evrov proračuna.*
    - *Realnost: Potrebuješ le dobro strategijo, poznavanje svoje persone in brezplačna AI orodja.*

Dan 5: Predstavitev vašega "Zakaj"

- **Koncept:** Ljudje kupujemo od ljudi, ki jim zaupamo. Predstavite svoje osebne vrednote in strast do dela.
- **Kako izvesti:** Objavite svojo fotografijo (brez filtrov, pri delu) in napišite, zakaj zjutraj z veseljem vstanete in opravljate to delo.

Dan 6: Interaktivno vprašanje za skupnost

- **Koncept:** Spodbudite interakcijo (engagement hacking), kar bo algoritmu dalo signal, da so vaše vsebine zanimive.
- **Kako izvesti:** Zastavite preprosto, a provokativno vprašanje z več možnostmi ali odprtim koncem.
- **Primer:** *"Če bi imeli jutri v svojem podjetju 5 ur več časa – za kaj bi jih porabili? a) Za počitek, b) Za delo s strankami, c) Za strategijo in marketing."*

Dan 7: Tedenski povzetek ali mini infografika

- **Koncept:** Zberite ključna spoznanja preteklega tedna v eno pregledno objavo.
- **Kako izvesti:** Uporabite brezplačno orodje Canva in ustvarite preprosto grafiko s 3 ključnimi točkami, ki ste jih obravnavali ta teden.

2. TEDEN: Pametno recikliranje in AI optimizacija (Dnevi 8–14)

V tem tednu boste spoznali največjega zaveznika nizkoproračunskega marketinga – recikliranje vsebin (Content Repurposing). Namesto da vsak dan pišete nekaj novega, bomo eno dobro idejo z AI pretopili v različne formate.

Dan 8: Poglobljen "Kako-narediti" (How-to) vodnik

- **Koncept:** Napišite daljši, strokovni zapis o reševanju specifičnega problema. To bo vaša "sidrna" vsebina za ta teden.
- **Kako izvesti:** Strukturirajte objavo z jasnimi podnaslovi in alinejami.
- **Gerilski AI Prompt za viralni uvod (Hook):**

  "Vzemi spodnje besedilo [prilepite vaš osnutek objave] in mi napiši 10 provokativnih in izjemno privlačnih uvodnih stavkov (kavljev) za ciljno skupino malih podjetnikov, ki bodo preprečili, da bi bralec podrsal naprej."

Dan 9: Scenarij za kratek video (TikTok / Reels / LinkedIn video)

- **Koncept:** Ljudje raje gledajo video kot berejo dolge tekste. Reciklirajte vsebino iz 8. dne.
- **Kako izvesti:** Pretvorite včerajšnji članek v kratek, dinamičen govorni nastop. Posnemite se s telefonom ob oknu (naravna svetloba) – strošek je natanko 0 €.
- **Gerilski AI Prompt za video scenarij:**

  "Vzemi včerajšnji vodnik [prilepite vsebino 8. dne] in iz njega ustvari dinamičen, 30-sekundni video scenarij za TikTok. Scenarij naj vsebuje močan uvodni kavelj, tri hitre točke in jasen poziv k dejanju (Call to Action) na koncu."

Dan 10: Seznam brezplačnih orodij

- **Koncept:** Delite orodja, ki jih sami vsakodnevno uporabljate in olajšajo delo vašim strankam.
- **Kako izvesti:** Navedite 3 brezplačna orodja (npr. MailerLite za e-pošto, Canva za dizajn, ChatGPT za besedila) in zapišite, zakaj so nepogrešljiva.

Dan 11: Študija primera (Case Study) z analizo

- **Koncept:** Pokažite rezultate v praksi. Nič ne prepriča stranke bolj kot realna preobrazba drugega človeka.
- **Kako izvesti:** Uporabite preprosto formulo: *Stanje PREJ → Kaj smo naredili → Rezultat POTEM*.
- **Primer:** *"Kako je lokalni vulkanizer brez 1 € proračuna za oglase pridobil 45 novih strank v enem mesecu s pomočjo Google profila podjetja."*

Dan 12: Citiranje priznane avtoritete in vaša interpretacija

- **Koncept:** Izposodite si avtoriteto nekoga, ki ga vaša ciljna skupina že ceni, in zraven dodajte svoje strokovno mnenje.
- **Kako izvesti:** Delite citat svetovno znanega strokovnjaka (npr. Seth Godin v marketingu) in pojasnite, kako to pravilo prenesti v slovensko poslovno okolje.

Dan 13: Odgovor na vprašanje iz spleta (Stealth pristop)

- **Koncept:** Najdite vprašanje na lokalnem forumu, Facebook skupini ali Reddit-u, ki se nanaša na vašo panogo.
- **Kako izvesti:** Napišite izčrpen in strukturiran odgovor na to vprašanje ter ga objavite kot samostojno objavo na svojem profilu. Na koncu zapišite: *"To vprašanje sem zasledil v eni izmed skupin in ker se pogosto ponavlja, sem pripravil rešitev..."*

Dan 14: Zakulisje vašega dela (Behind the scenes)

- **Koncept:** Ljudje radi vidijo, kako stvari nastajajo pod pokrovom. To gradi zaupanje.
- **Kako izvesti:** Fotografirajte svojo mizo, pakiranje paketa ali pripravo na sestanek s stranko. Napišite kratek, sproščen komentar o svoji rutini.

3. TEDEN: Stealth marketing in PR Hacking (Dnevi 15–21)

V tem tednu bomo stopili iz svojega "mehurčka" družbenih omrežij. Začeli bomo aktivno izvajati stealth (prikriti) marketing in pripravili teren, da brezplačno pridemo v večje lokalne ali nacionalne medije.

Dan 15: Izvedba lastne mini ankete (Priprava na PR Hacking)

- **Koncept:** Mediji obožujejo podatke in statistiko, vendar nimajo časa za lastne raziskave. Vi boste to naredili namesto njih.
- **Kako izvesti:** Ustvarite preprosto anketo s pomočjo Google Forms (brezplačno) ali direktno na družbenih omrežjih.
- **Primer vprašanja:** *"Koliko ur na teden slovenski podjetniki porabijo za administracijo namesto za prodajo?"*

Dan 16: Stealth komentar na profilu vplivneža ali v skupini

- **Koncept:** Namesto pisanja lastne objave boste danes izvajali stealth marketing.
- **Kako izvesti:** Poiščite objavo znanega podjetnika ali vprašanje v Facebook skupini, kjer se nahajajo vaše stranke. Pod njo napišite izjemno strokovno utemeljen, strukturiran in koristen odgovor (brez prodajnih povezav!). Vaš komentar mora biti tako dober, da bo prejel največ všečkov in privabil ljudi na vaš profil.

Dan 17: Objava rezultatov mini raziskave

- **Koncept:** Predstavite rezultate ankete iz 15. dne.
- **Kako izvesti:** Zapišite rezultate v obliki šokantnega ali zanimivega zaključka.
- **Primer:** *"Raziskava: Kar 72 % slovenskih mikropodjetnikov porabi več kot 10 ur tedensko za ročno usklajevanje računov."*
- **PR Hacking korak:** Te rezultate zapakirajte v kratek dokument (sporočilo za javnost) in ga pošljite novinarjem lokalnih ali poslovnih portalov. Ponudite jim brezplačno, ekskluzivno zgodbo. Če vas objavijo, boste dobili brezplačen doseg in izjemno pomembno povratno povezavo (backlink) za vaš SEO.

Dan 18: Lokalna SEO objava (Google profil podjetja)

- **Koncept:** Če ponujate lokalne storitve (salon, servis, svetovanje, odvetnik), je vaš profil na Google My Business zlata jama za brezplačne stranke.
- **Kako izvesti:** Napišite objavo, ki vsebuje dolgorepo ključno besedo (long-tail keyword).
- **Primer:** *"Kozmetični salon za nego problematične kože v Ljubljani – kako izbrati pravi tretma?"* (Objavite na Google profilu s sliko vašega salona).

Dan 19: Nekonvencionalno mnenje (Hot Take)

- **Koncept:** Če se vsi strinjajo z nečim, to postane dolgčas. Izrazite spoštljivo, a unikatno mnenje, ki izstopa iz povprečja.
- **Kako izvesti:** *"Zakaj menim, da je nenehno mreženje (networking) na dogodkih izguba časa za mlade podjetnike in kaj bi morali početi namesto tega..."*

Dan 20: Priporočilo brezplačnega vira ali knjige

- **Koncept:** Pokažite, da se nenehno izobražujete in da vam ni težko deliti znanja z drugimi.
- **Kako izvesti:** Priporočite knjigo ali spletno stran, ki je spremenila vaš pogled na posel. Pozovite sledilce, naj v komentarjih zapišejo svoje predloge.

Dan 21: Čiščenje preteklih zablod vaših strank

- **Koncept:** Pojasnite strankam, zakaj rešitve, ki so jih poskusile pred vami (npr. nakup poceni generičnih predlog ali brezglavo oglaševanje), niso prinesle rezultatov. S tem potrdite njihovo frustracijo in se pozicionirate kot strokovnjak, ki pozna pravo pot.

4. TEDEN: Aktivacija e-poštnega seznama in konverzija (Dnevi 22–30)

Družbena omrežja so izposojeno ozemlje – če algoritem spremeni pravila, lahko čez noč izgubite doseg. E-poštni seznam pa je v vaši trajni lasti. Ta teden bomo sledilce spremenili v naročnike in stranke.

Dan 22: Predstavitev brezplačnega Lead Magneta (Magnet za stranke)

- **Koncept:** Ljudje vam ne bodo dali svojega e-naslova brez razloga. Ponuditi jim morate takojšnjo, izjemno visoko vrednost.
- **Kako izvesti:** Ustvarite preprost PDF dokument (npr. checklisto, kratek priročnik ali predlogo). Ponudite ga brezplačno v zameno za njihov e-poštni naslov.
- **Brezplačna orodja:** Uporabite MailerLite ali Mailchimp (brezplačna paketa omogočata upravljanje do 1.000 naročnikov).

Dan 23: Socialni dokaz in opomnik za prenos

- **Koncept:** Ljudje se lažje odločijo za prenos, če vidijo, da so to storili že drugi.
- **Kako izvesti:** Naredite screenshot (posnetek zaslona) pozitivnega sporočila ali e-pošte, ki jo je poslala stranka, ko je prebrala vaš Lead Magnet. Objavite ga z besedilom: *"Zelo sem vesel takšnih odzivov! Če še niste prenesli svojega brezplačnega vodnika, je povezava spodaj..."*

Dan 24: Avtomatska e-poštna serija (Nurture Sequence)

- **Koncept:** Ko se nekdo prijavi na vaš seznam, mu ne smete takoj prodajati. Najprej zgradite zaupanje.
- **Kako izvesti:** Danes v svojem orodju za e-pošto nastavite avtomatsko sporočilo, ki se pošlje 2 dni po prenosu Lead Magneta. V njem delite še en ekskluziven nasvet in jih vprašajte: *"Kaj je vaš največji izziv na tem področju?"*

Dan 25: Pogosta vprašanja in odgovori (FAQ)

- **Koncept:** Stranke imajo pred nakupom vedno ugovore (npr. "Je to primerno zame?", "Koliko časa mi bo to vzelo?").
- **Kako izvesti:** Zberite 5 najpogostejših vprašanj/ugovorov in nanje javno odgovorite v objavi na družbenih omrežjih. S tem boste odstranili mentalne ovire za nakup.

Dan 26: Povezovanje skozi skupne vrednote

- **Koncept:** Stranke ne kupujejo le vaših storitev, temveč vaš odnos do dela in standarde, ki jih zagovarjate.
- **Kako izvesti:** Napišite objavo o tem, česa v svojem podjetju *nikoli* ne bi naredili (npr. *"Nikoli ne bomo svetovali stranki storitve, ki je dejansko ne potrebuje, samo zato, da bi zaslužili"*).

Dan 27: Nežna gerilska ponudba

- **Koncept:** Čas je za neposredno, a nevsiljivo ponudbo.
- **Kako izvesti:** Namesto klasičnega "Kupite zdaj", ponudite brezplačno vrednost z omejenim številom mest.
- **Primer:** *"Ta teden imam čas za natanko 3 brezplačne 15-minute diagnostične klicu, kjer bomo skupaj analizirali vaš profil in poiskali 2 ključni izboljšavi. Če vas zanima, mi napišite besedo 'KLIC' v zasebno sporočilo."*

Dan 28: Uporabniški nasvet tedna

- **Koncept:** Ponovno dvignite raven izključno uporabnih vsebin po prodajni objavi, da ohranite visoko zaupanje občinstva.
- **Kako izvesti:** Delite hiter, vizualen tehnični trik (npr. *"Kako z enim klikom odstraniti ozadje na sliki v Canvi brez plačljivega paketa"*).

Dan 29: Zahvala skupnosti in presek rezultatov

- **Koncept:** Pokažite hvaležnost in hkrati opozorite na to, kako aktivna in uspešna je vaša skupnost.
- **Kako izvesti:** *"Hvala vsem, ki ste v tem mesecu sodelovali v naših debatah! Skupaj nas je že več kot [številka] podjetnikov, ki verjamemo, da se da uspeti tudi brez velikih oglaševalskih proračunov."*

Dan 30: Ponovitev cikla in dolgoročni SEO načrt

- **Koncept:** Najbolj priljubljene objave iz tega meseca ne smejo utoniti v pozabo na družbenih omrežjih.
- **Kako izvesti:** Vzemite 3 objave, ki so imele največ interakcije, in jih združite v en poglobljen članek za svoj blog. Članek optimizirajte za dolgorepe ključne besede (SEO), da vam bo prinašal brezplačen organski promet iz Googla še mesece ali celo leta po objavi.

💡 ZLATO GERILSKO PRAVILO ZA USPEH

Konsistentnost premaga proračun. Največja napaka, ki jo delajo mala podjetja, je, da odnehajo po prvem tednu, ko ne opazijo takojšnjih prodajnih rezultatov.

Organski marketing, SEO optimizacija in e-poštni marketing delujejo po načelu **obrestnega računa**. Vsaka objava, vsak kakovosten komentar in vsak nov naročnik na e-poštnem seznamu gradijo nevidno mrežo, ki bo čez nekaj mesecev začela samodejno in brezplačno prinašati visoko kvalificirane stranke, ki vam že vnaprej zaupajo.