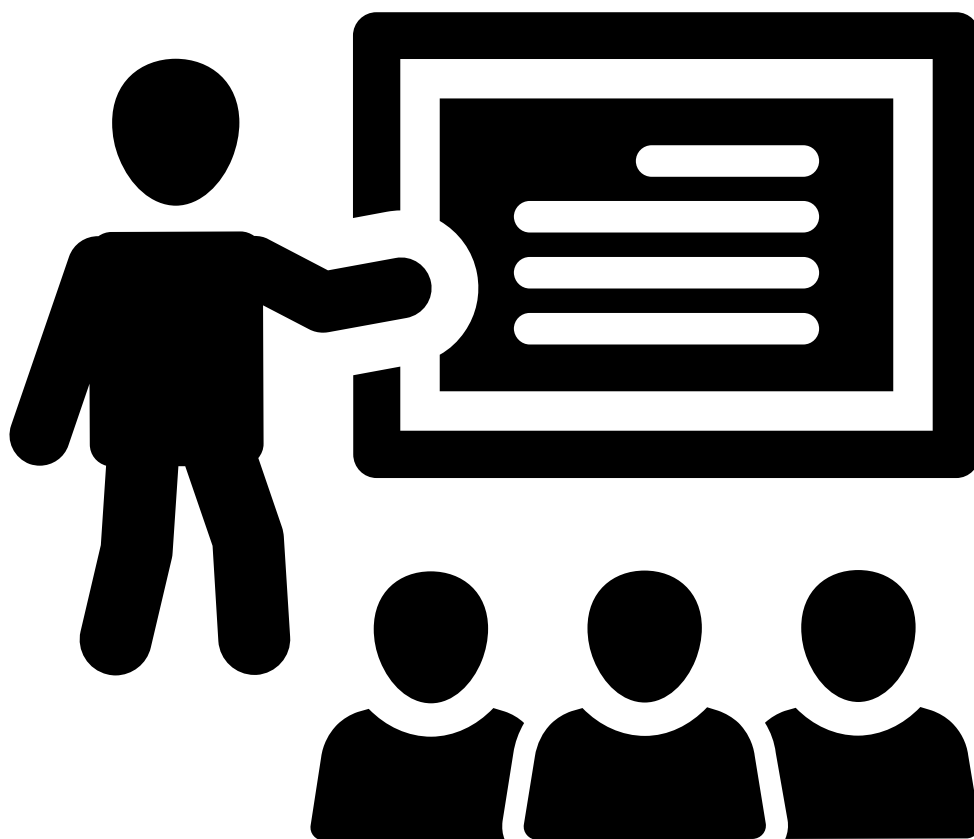


DRUŠTVENE MREŽE GRAĐEVINA

➤ **KAKO DO UPITA** ◀



PERSONALIZIRANI VODIČ OD



01.

ZAŠTO JE OVO VAŽNO?

STRANICA 1



02.

KOJI SI TIP USLUGE?

STRANICA 3

1. 2. 3.

KATEGORIJA?

03.

KATEGORIJA 1

STRANICA 8



04.

KATEGORIJA 2

STRANICA 16



05.

KATEGORIJA 3

STRANICA 27



5

GDJE I KAKO OBJAVITI?

STRANICA 26



6

SLJEDEĆI KORAK?

STRANICA 41



7

ZAKLJUČAK!

STRANICA 42



8

KAKO TI MOŽEMO POMOĆI?

STRANICA 43



ZAŠTO JE OVO VAŽNO?

Objavljivanje na društvenim mrežama je najbolji **besplatni** način da ljudi steknu **povjerenje** u tebe i da te lakše odaberu kad trebaju majstora.

To preporučujemo svima, bez obzira radiš li sami ili imaš tim.

Danas su ljudi **stalno** na društvenim mrežama. Ako tamo pokažeš svoje radove, može te vidjeti puno više ljudi nego samo oni koji te već poznaju.



NEMAŠ VREMENA ZA OVO?

ŠTO AKO NEMAŠ VREMENA ZA SVE OVO?

Znamo da vjerojatno nemaš vremena i da ti to nije prirodno raditi. Zato je cilj ovog vodiča da ti pokaže način objavljivanja koji donosi rezultat, a zahtjeva najmanje posla.

Ne trebaš znati montirati videoe, ne trebaš posebnu opremu i ne trebaš “biti kreativan”. **Dovoljan ti je mobitel i jednostavna pravila koja slijediš svaki put.**



ODABERI TIP USLUGE!

ŠTO RADIŠ PRVO?

Najprije moraš odrediti kakav je tvoj tip usluge, odnosno **po čemu te ljudi biraju**.

Mi smo to podijelili u **3 skupine**. Kad odabereš skupinu, znat ćeš **kakve objave trebaš raditi** da dobiješ najbolji rezultat.

Kasnije će biti dodatno pojašnjeno što i kako objavljivati za svaku od vrsta usluge.



KATEGORIJA 1 - VIZUALNA PROMJENA

USLUGE GDJE SE PROMJENA VIDI NA PRVI POGLED (VIZUALNA PROMJENA)

Kod ovih usluga slike prodaju.

Ako radiš renovaciju kupaonice, ljudi te često odaberu zato što im se vizualno sviđa tvoj rad. Tek kasnije gledaju recenzije i ostale detalje.

KATEGORIJA 1

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Adaptacije stanova i kuća• Renovacija kupaonica• Keramičarski radovi (pločice)• Knauf / spuštteni stropovi / pregradni zidovi• Soboslikarski radovi / gletanje• Podovi (parket, laminat, vinil, epoksi podovi)• Fasade (izgled fasade, završna obrada)• Sanacije i uređenja interijera (kad ima "wow" efekt) | <ul style="list-style-type: none">• Krovovi (zamjena crijepa, novi krov – kad se vidi razlika)• Stolarija (prozori/vrata)• Ograde i kapije• Bazeni• Uređenje dvorišta i okućnice (kamen, opločnici, travnjak, terase)• Popločavanje (betonski opločnici, staze, prilazi)• Suha gradnja i završni radovi• Mikro cement i dekorativne tehnike |
|---|--|

KATEGORIJA 2 - TEHNIČKE USLUGE

USLUGE GDJE SE REZULTAT NE VIDI, ALI JE VAŽNO DA LJUDI RAZUMIJU ŠTO RADITE (TEHNIČKE USLUGE)

Kod ovih usluga vizual nije glavni. **Najvažnija je kvaliteta izvedbe.** Zato kroz objave trebaš pokazati da si stručan i da znaš što radiš.

KATEGORIJA 2

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Vodoinstalacije (cijevi, odvodi, dovod vode)• Elektroinstalacije (struja, razvod, utičnice, ormari)• Podno grijanje (instalacija sustava)• Centralno grijanje (razvod, radijatori)• Klimatizacija (instalacije i servis)• Servis i montaža bojlera• Plinske instalacije (gdje je primjenjivo) | <ul style="list-style-type: none">• Injektiranje vlage / sanacije vlage• Dimnjaci (sanacija, ugradnja, opšavi)• Ventilacija (instalacije)• Instalacije u novogradnji (sve “u zidu”)• Gromobrani• Ugradnja i zamjena brtvi / brtvljenje spojeva (npr. na objektima ili brodovima)• Hidroizolacije (kad se ne vidi odmah, ali je ključno) |
|---|---|

KATEGORIJA 3 - REZULTATSKE USLUGE

USLUGE GDJE JE NAJVAŽNIJI REZULTAT KOJI KLIJENT DOBIJE (REZULTATSKE USLUGE)

Ovdje nije presudno kako nešto izgleda. **Bitno je što klijent dobije:** uštedu, mir, manji račun, sigurnost, udobnost, bolju funkcionalnost.

KATEGORIJA 3

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Solarna elektrana / solarni paneli• Toplinske pumpe• Sustavi grijanja i hlađenja (kad je fokus na uštedi i komforu)• Energetska obnova / mjere uštede energije• Izolacije (kad se priča o uštedi i toplini, ne o izgledu)• Pametna kuća (smart home) | <ul style="list-style-type: none">• Sustavi za uštedu i kontrolu potrošnje (termostati, regulacije)• Sustavi za filtraciju i omekšavanje vode• Sustavi sigurnosti (kamera, alarm, videoportafon)• Automatizacija dvorišnih vrata i roleta• Sustavi navodnjavanja (manje brige, bolji rezultat) |
|---|--|

ZAŠTO ODABRATI KATEGORIJU?

Odaberi jednu od ove 3 kategorije jer ćeš tako najlakše znati što objavljivati i dobit ćeš najbolji rezultat.

ŠTO AKO RADIM VIŠE USLUGA?

Ako radiš više vrsta usluga:

- **Ako su povezane (npr. adaptacije + elektro), možeš objavljivati posebno:**
 - jednu objavu za adaptaciju (vizualno)
 - drugu objavu za elektro (tehnički)
- **Ako nisu povezane ili nemaš vremena, objavljujte ono što želiš više raditi.**
 - Primjer: radiš elektroinstalacije, ali želiš više podnog grijanja → objavljuj podno grijanje.

Ljudi te najčešće unajme za ono što najviše vide u tvojim objavama.

1. 2. 3.

KATEGORIJA?

KATEGORIJA 1 - VIZUALNA PROMJENA

USLUGE GDJE SE PROMJENA VIDI NA PRVI POGLED (VIZUALNA PROMJENA)

Kod ovih usluga slike prodaju.

Ako radiš renovaciju kupaoonice, ljudi te često odaberu zato što im se **vizualno sviđa tvoj rad**. Tek kasnije gledaju recenzije i ostale detalje.

Fokus objava: slike radova, najbolje prije/poslije.



KATEGORIJA 1 - VIZUALNA PROMJENA

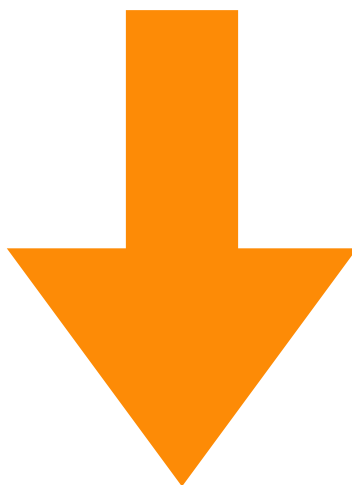
DOBRO VIŠE, ŠTO DA OBJAVLJUJEM?

Kod ovih usluga ljudi procjenjuju kvalitetu po izgledu. Zato je najbolji sadržaj ono što je najlakše: **slike tvojih radova**. Što više slika, to bolje. Tu teško možeš pogriješiti.

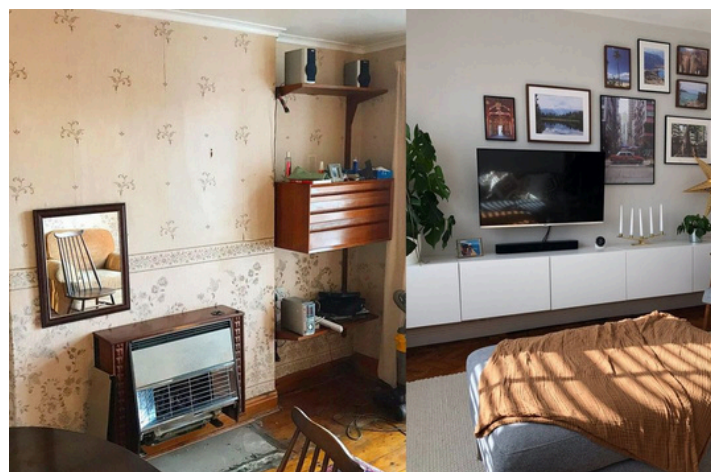
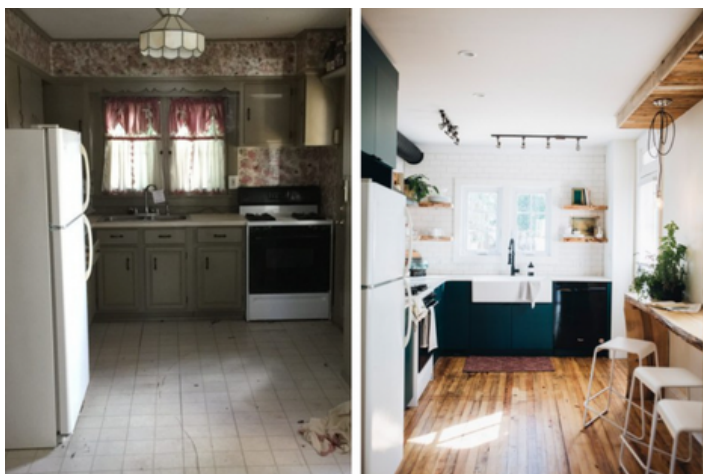
Što objavljivati:

- **Prije / poslije**
- **Slike detalja (izbliza)**
- **Slike cijelog prostora / kuće**
- **Par slika tijekom radova (da se vidi proces)**

Glavno pravilo: slike su dokaz kvalitete. Zato neka slike budu glavni fokus.



KATEGORIJA 1 - PRIJE/POSLIJE - PRIMJERI



KATEGORIJA 1 - SLIKE DETALJA - PRIMJERI



KATEGORIJA 1 - SLIKE CIJELOG PROSTORA



KATEGORIJA 1 - SLIKE PROCESA - PRIMJERI



KATEGORIJA 1 - KAKO TO NAPRAVITI?

KAKO NAPRAVITI OBJAVU “PRIJE/POSLIJE”?

Jako je **jednostavno**, samo prati ova 4 koraka!

1.

Prije radova slikaj **okomito**, iz jedne pozicije.
(Slike navedene u prijašnjim primjerima su vodoravne jer ih tako lakše prikazati u ovom dokumentu, **no za društvene mreže slikaj okomito.**)

2.

Na kraju slikaj **opet okomito**, iz **iste pozicije**.

3.

Na Instagramu/Facebooku stavi te dvije slike u objavu i dodaj kratak tekst:

- **na prvoj: “Prije”**
 - **na drugoj: “Poslije”**
-

4.

Nakon toga dodaj još slika:

- **2-3 slike “prije”**
 - **više slika “poslije” (detalji + cijeli prostor)**
-

KATEGORIJA 1 - KAKO TO IZGLEDA U PRAKSI?

GORE IMAŠ UPUTE, A OVAKO TO IZGLEDA U PRAKSI.

Jednostavno je zar ne?

1.



2.



3.



PRIJE



POSLIJE

KATEGORIJA 2 - TEHNIČKE USLUGE

TEHNIČKE USLUGE (FOKUS NA STRUČNOSTI)

Kod ovih usluga rezultat se često ne vidi odmah. Ljudi te biraju jer žele nekoga tko zna što radi. **Zato objave trebaju pokazati tvoje znanje, ali na jednostavan način.**

Bitno: ako nemaš vremena, slobodno objavljuj slike s terena. Tu nikada ne možeš pogriješiti.



KATEGORIJA 2 - TEHNIČKE USLUGE

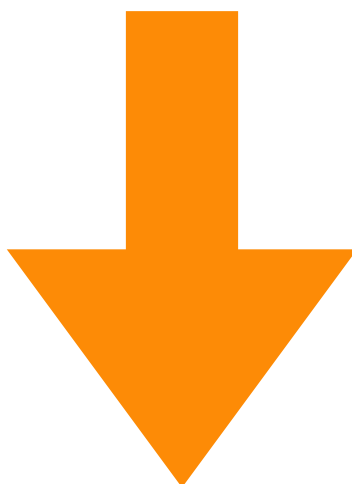
DOBRO VIŠE, ŠTO DA OBJAVLJUJEM?

Kod ovih usluga vizual nije glavni. **Najvažnija je kvaliteta izvedbe. Zato kroz objave trebaš pokazati da si stručan i da znaš što radiš.**

Fokus objava: objašnjenja, najčešći problemi, što se smije/ne smije, kako izgleda ispravno.

Što objavljivati:

- **Najčešći problem i kako ga prepoznati**
- **Što napraviti odmah (2-3 koraka)**
- **Kako spriječiti kvar**
- **Što je “ispravno”, a što je greška**
- **Kratki primjeri s terena (što je bilo i kako ste riješili)**



KATEGORIJA 2 - NAJČEŠĆI PROBLEM I KAKO GA PREPOZNATI

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Miris paljevine, skokovi osigurača, slab tlak/čudni zvukovi u cijevima ili vlaga oko spojeva. Ovo su rani signali koji se ne smiju ignorirati.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Najčešće nije "slučajno" — curenje, loš spoj, neispravan uređaj ili krivo dimenzioniranje. Evo kako prepoznati uzrok prije nego dođe do kvara.

KATEGORIJA 2 - ŠTO NAPRAVITI ODMAH

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

1) Isključi izvor (voda/struja). 2) Ne improviziraj krpanjem. 3) Slikaj + zapiši što se dogodilo (kad, gdje, koliko). Tako se kvar rješava brže i jeftinije.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

1) Provjeri gdje je glavni ventil/osigurači. 2) Osiguraj pristup (makni ormariće, stvari). 3) Pripremi info: starost instalacije, što je mijenjano. Štedi vrijeme na terenu.

KATEGORIJA 2 - KAKO SPRIJEČITI KVAR?

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Redovna kontrola spojeva i “kritičnih točaka” + ne odgađanje sitnih simptoma (kaplje, šuška, grije se). Sitnica danas, havarija sutra.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Jednom godišnje pregled: tlakovi, spojevi, zaštite, filtri. Kod grijanja/klime/solara: čišćenje i provjera parametara. To su stvari koje korisnik ne vidi, ali osjeti kad zakaže.

KATEGORIJA 2 - ŠTO JE ISPRAVNO, A ŠTO GREŠKA!

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Ispravno: nađe se pravi uzrok i popravi spoj/komad.

Greška: silikon/traka "preko".
Kratko drži i napravi štetu iza zida ili ormarića.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Ispravno: majstor prvo pita par ključnih stvari pa predloži rješenje. Greška: ponuda bez pitanja. Rezultat: veći računi ili sustav ne radi kako treba.

KATEGORIJA 2 - KRATKI PRIMJERI S TERENA

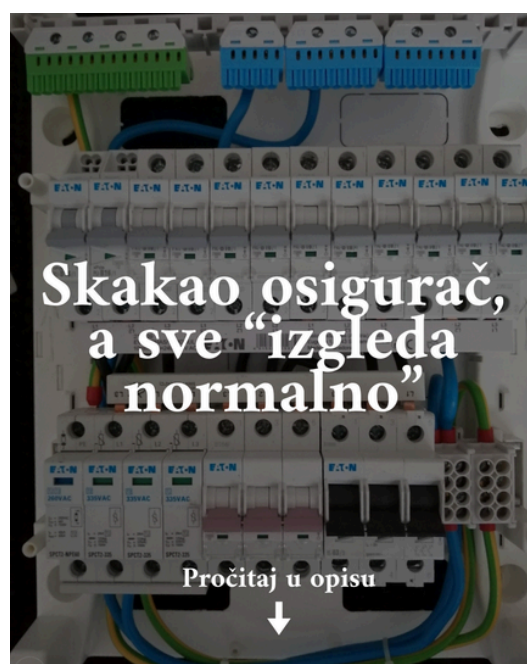
PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Našli smo curenje na spoju koji je bio krivo zategnut/loše brtvljen. Rješenje: rastavljanje, pravilno brtvljenje, test tlaka. Ključ je bio u detalju koji se ne vidi na prvu.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Problem je bio u lošem kontaktu/prehladenom spoju. Riješili smo: dijagnostika, zamjena problematičnog dijela, provjera zaštita. Ovo je tip kvara gdje vizual ništa ne znači – mjeri se i testira.

KATEGORIJA 2 - KAKO TO NAPRAVITI?

KAKO TO NAPRAVITI?

Jako je **jednostavno**, samo prati ova 4 koraka!

1.

Stavi jednu sliku koja ima veze s temom (npr. instalacija, alat, dio s terena). Ako uspiješ naći malo tamniju sliku, super (tekst koji ide preko će se bolje vidjeti).

2.

Na sliku dodaj kratku rečenicu koja privuče pažnju, primjerice:

- **“3 znaka da nešto curi”**
- **“Ovo nemojte raditi”**
- **“Kako spriječiti kvar”**

KATEGORIJA 2 - KAKO TO NAPRAVITI?

3.

Na sliku dodaj i mali tekst: “Pročitaj opis”.

4.

U opisu napišii objašnjenje u par kratkih točaka:

- **što je problem**
- **zašto je opasno/skuplje ako se ignorira**
- **što ljudi mogu napraviti odmah**
- **kada je vrijeme da se zove majstor**

KATEGORIJA 2 - PRIMJER

GORE IMAŠ UPUTE, A OVAKO TO IZGLEDA U PRAKSI.

Jako je **jednostavno**, samo prati ova 4 koraka!

1.



2.



3.



4.

OPIS OBJAVE:

1) Provjeri gdje je glavni ventil/osigurači. 2) Osiguraj pristup (makni ormariće, stvari). 3) Pripremi info: starost instalacije, što je mijenjano. Štedi vrijeme na terenu.

KATEGORIJA 2 - AKO IMATE VREMENA

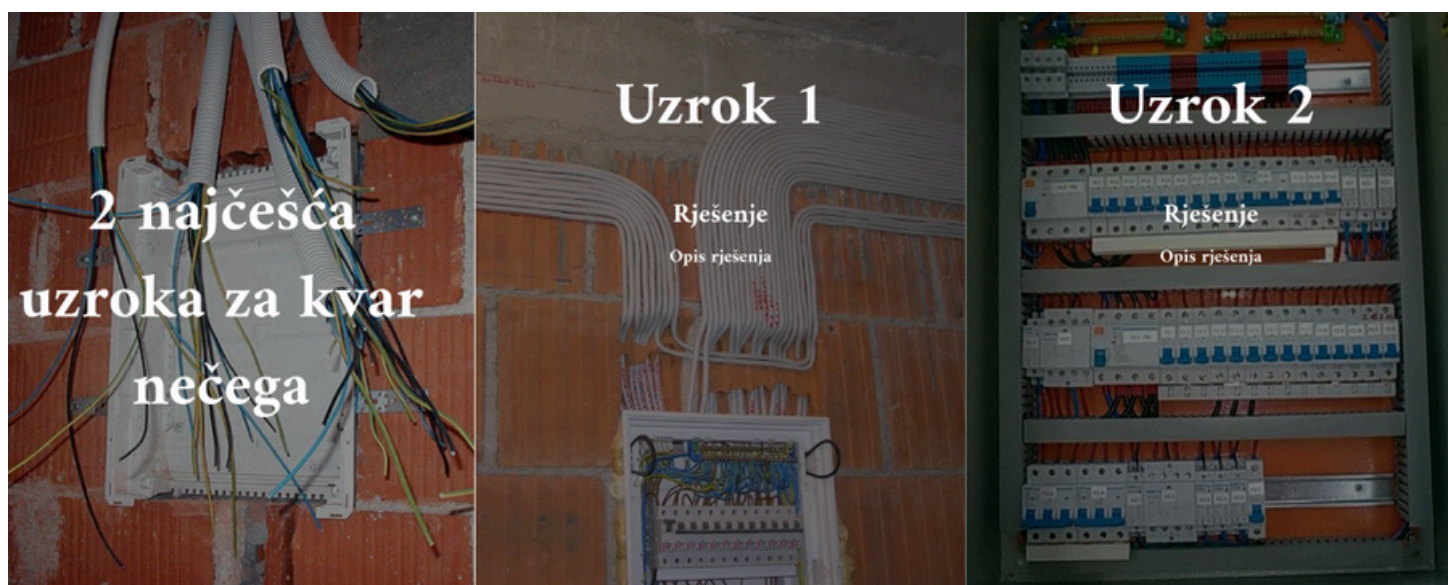
AKO IMAŠ MALO VIŠE VREMENA OVA VERZIJA JE BOLJA

Umjesto svega u opisu, možeš dio staviti i u sljedeće slike:

- Slika 1: naslov
- Slika 2: Objašnjenje 1
- Slika 3: Objašnjenje 2
- ...

Razlika u verzijama je što u ovoj tekst ne ide u opis već na nove slike, samim time je i preglednije.

Napomena: Ova verzija nije nužna, ali ako imaš vremena, napravi nju.

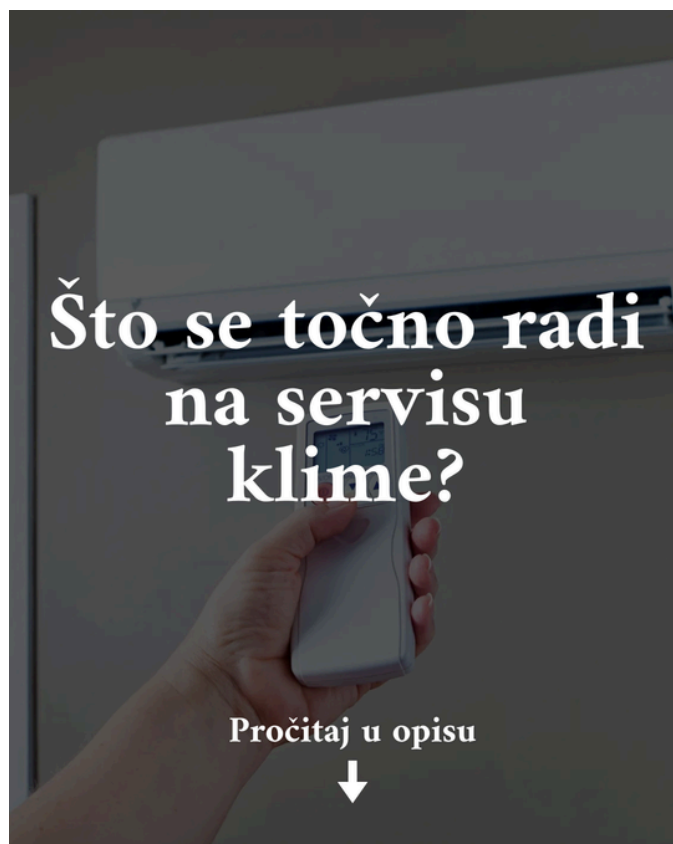


KATEGORIJA 3 - REZULTATSKE USLUGE

REZULTATSKE USLUGE (FOKUS NA PREDNOSTI KOJE KLIJENT DOBIJE TVOJOM USLUGOM)

Ovdje nije presudno **kako nešto izgleda**. Bitno je što klijent dobije: uštedu, mir, manji račun, sigurnost, udobnost, bolju funkcionalnost.

Fokus objava: koristi i rezultati (što to rješava i zašto se isplati).



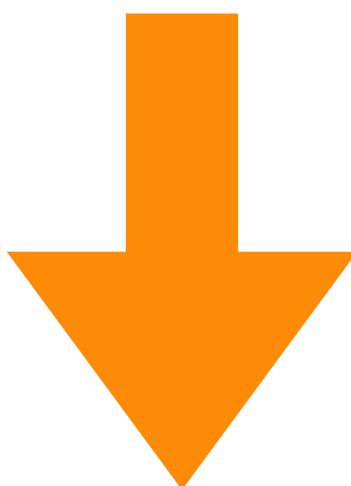
KATEGORIJA 3 - TEHNIČKE USLUGE

DOBRO VIŠE, ŠTO DA OBJAVLJUJEM?

Kod ovih usluga ljude **najviše zanima što dobiju**: uštedu, manji račun, više mira, bolji komfor. **Slika je korisna, ali glavna prodaja je u poruci.**

Što objavljivati

- **Koju korist klijent dobije (1-3 prednosti)**
- **Primjer “prije / poslije” u smislu rezultata (npr. manji račun, bolji osjećaj u prostoru)**
- **Za koga je to dobro rješenje**
- **Jednostavno objašnjenje “kako radi” (bez tehničkih detalja)**



KATEGORIJA 3 - KOJU KORIST KLIJENT DOBIJE - PRIMJERI

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Servis klime najčešće znači: bolje hladi/grije, manje mirisa i manja potrošnja jer klima ne “muči” bez veze.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Solar paneli donose: manji račun, veću kontrolu troškova i osjećaj da dio struje proizvodiš sam – pogotovo ljeti.

KATEGORIJA 3 - PREDNOSTI “PRIJE/POSLIJE”

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Prije: grijanje skupo i neujednačeno. Poslije: stabilnija toplina i manji trošak jer sustav radi pametnije, ne “na šok”.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Prije: mrlje na stropu ispod terase i stalna briga kad padne kiša. Poslije: suho, bez curenja i bez ponavljanja istog problema.

KATEGORIJA 3 - ZA KOGA JE TO DOBRO RJEŠENJE-PRIMJERI

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Ako te živciraju hladne pločice i radijatori, podno grijanje daje ravnomjernu toplinu i bolji osjećaj u prostoru.

PRIMJER 2

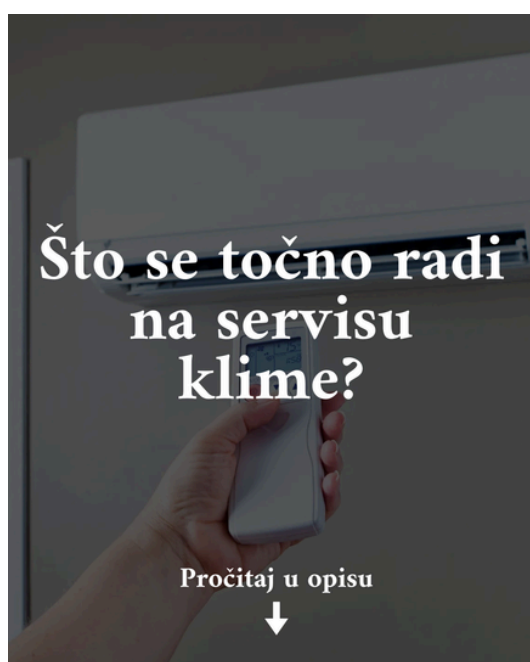


OPIS OBJAVE:

Ako imaš veći račun za struju i krov koji dobiva sunce – solar se najčešće isplati. Još bolje ako trošiš struju preko dana.

KATEGORIJA 3 - OBJAŠNJENJE “KAKO RADI”

PRIMJER 1



OPIS OBJAVE:

Klima se očisti i provjeri da radi kako treba. Kad je čista i ispravna, jače puše, manje smrdi i troši manje struje.

PRIMJER 2



OPIS OBJAVE:

Danju paneli proizvode struju. Prvo trošiš tu struju u kući, pa zato najviše štediš kad dio potrošnje prebaciš na dan.

KATEGORIJA 3 - KAKO TO NAPRAVITI?

KAKO NAPRAVITI OVE OBJAVE?

Jako je **jednostavno**, samo prati ova 3 koraka!

1.

Stavi **relevantnu sliku** (s terena, oprema, instalacija, gotov sustav).

2.

Na sliku napiši 1 glavnu korist, primjerice:

- “**Manji računi**”
- “**Više mira**”
- “**Toplije zimi, hladnije ljeti**”

3.

U opisu kratko objasni:

- **zašto je to bitno**
- **kome najviše pomaže**
- **što je sljedeći korak** (npr. “pošaljite nam lokaciju i par informacija”)

KATEGORIJA 3 - PRIMJER

GORE IMAŠ UPUTE, A OVAKO TO IZGLEDA U PRAKSI.

Jako je **jednostavno**, samo prati ova 3 koraka!

1.



2.



3.



4.

OPIS OBJAVE:

Danju paneli proizvode struju. Prvo trošiš tu struju u kući, pa zato najviše štediš kad dio potrošnje prebaciš na dan.

VAŽNA NAPOMENA ZA SVE KATEGORIJE!

PONAVLJATI SE JE NORMALNO, NEKADA ČAK I POŽELJNO!

Normalno je da ćeš pričati o **istim** prednostima **više puta**.

Normalno je da će neke objave **biti slične**.

Normalno je da kada nemaš nove ideje, **ponoviš staru objavu**.

Ljudi ne pamte sve objave. Samo s vremenom malo promijeni rečenice.

I ovdje vrijedi isto: slike s terena su uvijek dobra objava.



A GDJE OBJAVLJUJEŠ?

A GDJE DA OBJAVLJUJEŠ?

Preporučujemo da se fokusiraš na **Instagram** i **Facebook**.

To su platforme koje većina ljudi već koristi. Tamo su i ljudi koji traže tvoje usluge.

Za početak ti ne trebaju druge platforme. One mogu doći kasnije, kad ti ovo postane rutina.



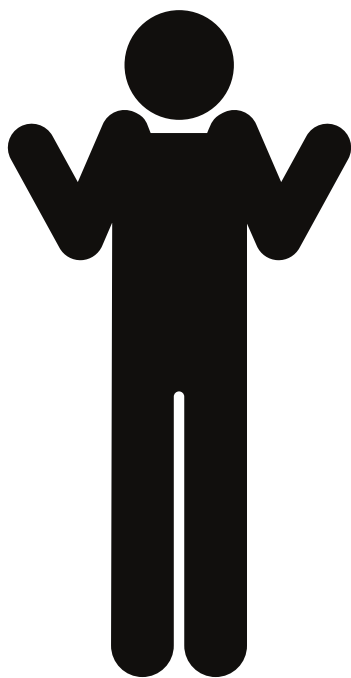
KOJE PROGRAME TREBAŠ?

NE TREBAŠ NIŠTA! OSIM AKO BAŠ ŽELIŠ.

Želimo ti objavlivanje učiniti što lakšim. Zato sve što preporučujemo možeš napraviti bez ikakvih dodatnih alata, direktno u Instagramu i Facebooku.

Ako želiš da objave izgledaju malo urednije i “profesionalnije”, možeš koristiti **Canvu**.

To nije obavezno, ali može pomoći.



ZAPAMTI BAREM OVO!

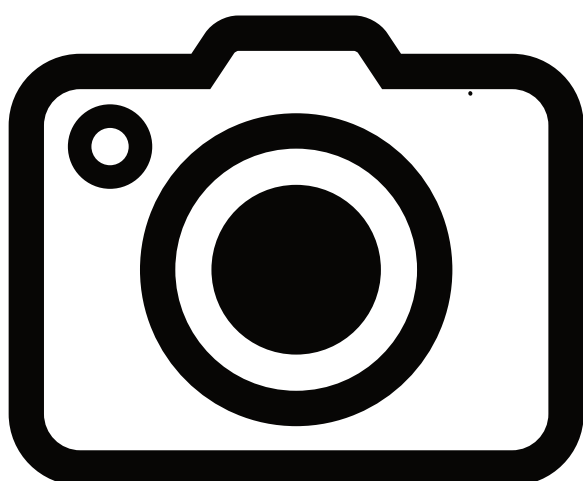
OPĆE PRAVILO (AKO ZAPAMTIŠ JEDNU STVAR).

Ako iz ovog izvučeš **samo jednu pouku**. neka to bude ova: Ako nemaš vremena za ništa drugo, objavljuj:

- slike radova
- slike tima na terenu

Svaki put kada si na terenu slikaj kako radite, slikaj što radite, slikaj gotove radove, samo slikaj. Ne moraš ništa dodavati, samo objavljuj.

To je dovoljno kao minimum.



SAMO NEMOJ KOMPLICIRATI!

JEDNOSTAVNO JE, SAMO NEMOJ NEPOTREBNO ZAKOMPLICIRATI.

Ljudi znaju da ste građevinari. Ne očekuju “savršene” objave.
Bitno je:

- da objavljujete redovno
- da se vidi da radite
- da budete strpljivi

Društvene mreže su “duga igra”. Redovno objavljivanje donosi rezultate s vremenom.



DODATAN SAVJET ZA SVE

OVAJ SAVJET VRIJEDI ZA SVE SKUPINE!

Kad je klijent zadovoljan, zamoli ga:

- da se snimi 10–15 sekundi pored gotovog rada
- kao da slika običan selfie
- i neka kaže 1–2 rečenice (što ste radili i da je zadovoljan)

To objavite. Dobra recenzija vrijedi jako puno.



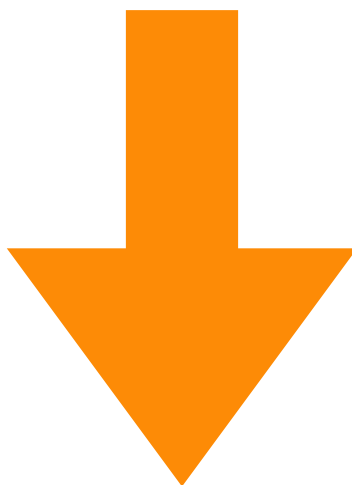
SLJEDEĆI KORAK ZA TEBE

ŠTO NAKON OVOG?

Ovaj vodič je zamišljen kao praktičan pregled, ali moguće je da ti je neki dio ostao nejasan ili da te zanima kako to primijeniti baš na tvoju uslugu, lokaciju i tip klijenata. U praksi detalji često odlučuju – što staviti u objavu, kako složiti poruku, koje primjere pokazati i kako usmjeriti ljude da se jave.

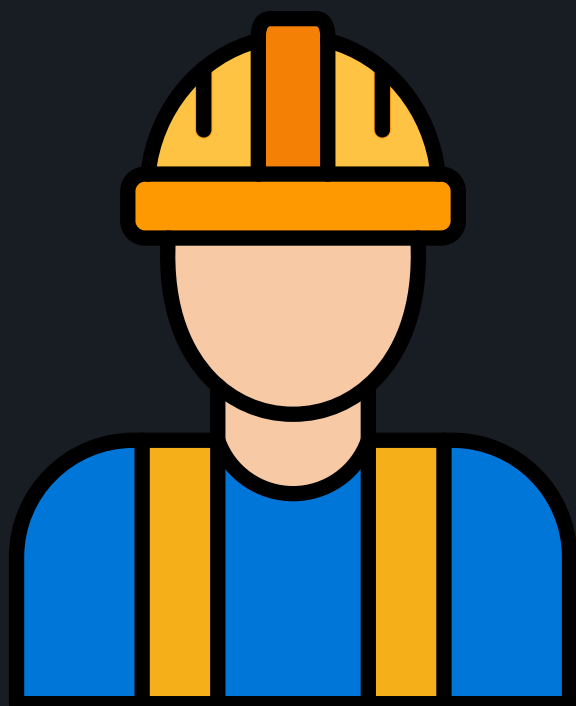
Ako želiš, slobodno nam se javi pa možemo kratko proći kroz tvoj slučaj i reći što bi imalo najviše smisla prvo napraviti (i što trenutno preskočiti).

A ako želiš nastaviti samostalno, na Mrkva.hr možeš pronaći i druge vodiče i materijale, a na našim društvenim mrežama objave u kojima iste stvari objašnjavamo detaljnije, uz konkretne primjere i ideje za objave.



ZAKLJUČAK

Objavlivanje na društvenim mrežama danas je obaveza i dobar temelj za bilo kakvo digitalno prisutstvo. Shvaćamo da ti možda to nije prirodno, ali nemoj da te to obeshrabri. Objavljuj slike, budi redovan i upiti će stizati. Ukoliko želiš profesionalni pristup društvenim mrežama - planiranje, analiza, profesionalni vizuali - slobodno nam se javi, na način koji ti najviše odgovara, i naći ćemo najbolje rješenje za tvoje poslovanje.



ZANIMA TE VIŠE?

➤ **RADIMO OVO** ◀



**BESPLATNI MARKETING VODIČI
ZA GRAĐEVINSKE FIRME**



**IZRADA WEB STRANICA ZA
GRAĐEVINSKE FIRME**



**OGLAŠAVANJE ZA
GRAĐEVINSKE FIRME**

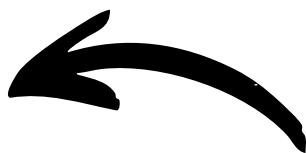
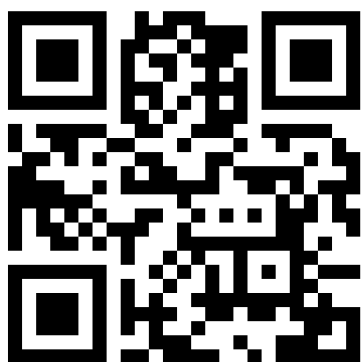
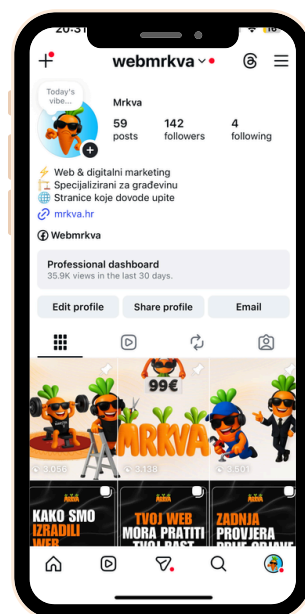


**VOĐENJE DRUŠTVENIH MREŽA
ZA GRAĐEVINSKE FIRME**



A AKO ŽELIŠ VIŠE?

➔ **JAVI NAM SE** ➔



**SKENIRAJ OVAJ KOD I JAVI
NAM SE ILI JEDNOSTAVNO
POGLEDAJ ŠTO SVE NUDIMO!**

Mail: info@mrkva.hr

