

7 načina online zarade

Što svaki model
zapravo traži —
i kako odabrati onaj
koji vam ima smisla



Filip Dorić

digitalnafransiza.com

Ne postoji samo jedan način online zarade

Kada netko prvi put počne istraživati online poslovanje, vrlo brzo može dobiti osjećaj da svi nude isto rješenje.

Netko govori o freelancingu.

Netko o affiliate marketingu.

Netko o webshopovima.

Netko prodaje edukacije.

Netko gradi zajednicu ili poslovnu mrežu.

A netko pokušava spojiti nekoliko modela odjednom.

Problem je što se često govori samo o potencijalnoj zaradi.

Puno manje o tome što određeni model stvarno traži od osobe koja ga želi graditi.

Prije nego što odaberete model, vrijedi se zapitati:

Koliko samostalnosti želite?

Želite li raditi s klijentima?

Imate li svoj proizvod?

Želite li graditi publiku?

Odgovara li vam prodaja?

Želite li raditi sami ili vam više odgovara zajednica?

Zato ovaj vodič nije napravljen da vam kaže:

„Ovo je najbolji način online zarade.”

Takav odgovor ne postoji.

Cilj je puno jednostavniji:

upoznati nekoliko različitih modela i razumjeti njihove prednosti, izazove i logiku.

Jer prije nego što tražite zaradu, dobro je razumjeti **kakav posao zapravo želite graditi.**

Važno: nijedan od ovih modela sam po sebi ne jamči prihod. Rezultati ovise o znanju, izvedbi, ponudi, tržištu, vremenu i brojnim drugim faktorima.

Freelancing i online usluge



Freelancing je jedan od najjednostavnijih načina za razumjeti logiku online poslovanja.

Imate neku vještinu.

Netko drugi treba tu vještinu.

Vi mu je ponudite kao uslugu.

To može biti:

- grafički dizajn
- pisanje
- prijevod
- uređivanje videa
- programiranje
- virtualna asistencija
- vođenje društvenih mreža
- izrada web stranica

- administrativni poslovi
- fotografija
- marketing

Za početak vam čak nije nužno potreban vlastiti proizvod.

Vaša vještina je proizvod.

Glavna prednost

Možete relativno brzo testirati postoji li interes za ono što znate raditi.

Ne trebate graditi veliku kompaniju prije nego što pronađete prvog klijenta.

Glavni izazov

Vaš prihod često je izravno povezan s vašim vremenom.

Ako prestanete raditi, obično prestaje i veliki dio prihoda.

Zato mnogi freelanceri s vremenom prelaze prema paketima usluga, agencijskom modelu, digitalnim proizvodima ili drugim skalabilnijim rješenjima.

Kome može odgovarati?

Osobi koja već ima korisnu vještinu i želi je ponuditi tržištu bez potrebe za stvaranjem potpuno novog proizvoda.

Jednostavna logika:

**vještina → klijent → obavljen posao →
plaćanje**

2. Coaching, mentorstvo i savjetovanje

Ovdje ne prodajete samo izvršenje nekog zadatka.

Prodajete **znanje, iskustvo, proces ili vođenje.**

Primjerice, netko može nuditi:

- poslovno savjetovanje
- marketing konzultacije
- fitness coaching
- karijerno mentorstvo
- edukaciju
- individualne konzultacije
- specijalizirano stručno savjetovanje

Razlika u odnosu na klasični freelancing često je jednostavna.

Freelancer će nešto napraviti **za vas.**

Savjetnik ili mentor češće vam pomaže razumjeti **kako nešto napraviti ili kako donijeti bolju odluku.**

Glavna prednost

Znanje i iskustvo mogu imati visoku vrijednost ako rješavaju konkretan problem.

Glavni izazov

Povjerenje.

Ljudi neće platiti samo zato što netko sebe naziva coachom ili mentorom.

Morate pokazati da razumijete problem kojim se bavite i jasno komunicirati gdje možete pomoći — a gdje ne možete.

Kome može odgovarati?

Ljudima koji iza sebe već imaju iskustvo, specijalizirano znanje ili proces koji mogu prenijeti drugima.

Jednostavna logika:

**znanje → problem → vođenje → rezultat koji
klijent pokušava postići**

3. Digitalni proizvodi



Digitalni proizvod kreirate jednom, a zatim ga možete ponuditi većem broju ljudi bez potrebe da svaki primjerak ponovno fizički izrađujete.

To može biti:

- e-knjiga
- vodič
- predložak
- planner
- online edukacija
- grafički resurs
- software
- fotografije
- glazba
- membership sadržaj

To ne znači automatski “pasivan prihod”.

Proizvod i dalje treba napraviti.

Treba pronaći publiku.

Treba ga predstaviti.

Treba graditi distribuciju i povjerenje.

Ali postoji velika razlika u odnosu na prodaju vlastitog vremena:

jedan proizvod može koristiti više kupaca.

Glavna prednost

Veća mogućnost skaliranja nego kod usluge koja zahtijeva vaš osobni rad za svakog pojedinog kupca.

Glavni izazov

Kreirati nešto što ljudi stvarno žele kupiti.

Dobar dizajn nije dovoljan.

Dobra ideja nije dovoljna.

Proizvod mora rješavati problem, pružati vrijednost ili zadovoljiti konkretnu potrebu.

Kome može odgovarati?

Kreatorima, edukatorima, stručnjacima i svima koji nešto što znaju ili stvaraju mogu pretvoriti u digitalni format.

Jednostavna logika:

**znanje ili kreativnost → proizvod → publika →
prodaja**

4. Affiliate marketing



Affiliate marketing mi je godinama bio posebno zanimljiv zbog jedne jednostavne karakteristike:

ne morate imati vlastiti proizvod.

Pronađete proizvod ili uslugu koju želite preporučiti.

Dobijete svoju affiliate poveznicu.

Ako netko preko vaše preporuke izvrši kvalificiranu kupnju, prema pravilima programa možete ostvariti proviziju.

To mogu biti:

- hosting usluge
- software
- online alati
- fizički proizvodi
- knjige
- edukacije

- marketplace proizvodi
- različite digitalne usluge

Ono što mi je kod affiliate marketinga posebno važno

Kupac ne mora postati novi affiliate marketer.

Može jednostavno biti kupac.

Preporučili ste mu alat.

Trebao mu je.

Kupio ga je.

Tu odnos može završiti.

Ne morate graditi tim ljudi ispod sebe da bi osnovni model imao smisla.

Glavna prednost

Sloboda izbora.

Možete birati koje proizvode i kompanije želite preporučivati i povezati više različitih ponuda s vlastitim sadržajem.

Glavni izazov

Promet i povjerenje.

Affiliate poveznica sama po sebi nema veliku vrijednost.

Potrebni su ljudi koji vam vjeruju, sadržaj koji rješava probleme ili neki drugi kvalitetan način dolaska do potencijalnih kupaca.

I upravo tu nastaje druga strana affiliate marketinga:

vrlo često sve gradite sami.

Publiku.

Web.

Sadržaj.

Email listu.

Promet.

Sustav.

O tome ćemo se još vratiti.

Jednostavna logika:

**proizvod druge kompanije → preporuka →
kupac → provizija**

5. E-commerce i prodaja proizvoda



Internet je potpuno promijenio način na koji proizvod dolazi od proizvođača do kupca.

Danas možete prodavati kroz:

- vlastiti webshop
- marketplace platforme
- društvene mreže
- specijalizirane trgovine
- različite distribucijske modele

Proizvod može biti vaš.

Možete biti distributer.

Možete prodavati proizvode drugih proizvođača.

Postoji i niz modela poput dropshippinga, print-on-demanda i drugih oblika online trgovine.

Glavna prednost

Iza transakcije postoji konkretna tržišna potreba:

netko želi proizvod i spreman ga je kupiti.

Glavni izazov

E-commerce je puno više od postavljanja proizvoda na web.

Tu su:

- nabava
- cijene
- plaćanja
- dostava
- korisnička podrška
- povrati
- marketing
- logistika
- pravna i porezna pitanja

Zato webshop sam po sebi nije poslovni model.

On je samo jedan dio šireg sustava.

Kome može odgovarati?

Proizvođačima, trgovcima, brandovima i ljudima koji žele povezati fizičke ili digitalne proizvode s online tržištem.

Jednostavna logika:

proizvod → trgovina → kupac → transakcija

6. Kreiranje sadržaja i monetizacija publike

YouTube.

Blog.

Newsletter.

Facebook.

Instagram.

TikTok.

Podcast.

LinkedIn.

Publika sama po sebi nije poslovni model.

Ali pažnja i povjerenje publike mogu postati temelj nekoliko različitih poslovnih modela.

Kreator sadržaja može monetizirati svoj rad kroz:

- oglašavanje
- sponzorstva
- affiliate marketing
- vlastite proizvode
- usluge
- članstva

- pretplate
- donacije
- poslovna partnerstva

Zbog toga je content creation zanimljiv.

Ne zaključava vas nužno u jedan izvor prihoda.

Glavna prednost

Gradite nešto što može pomoći gotovo svakom drugom online modelu:

publiku i povjerenje.

Glavni izazov

Vrijeme.

Publika se uglavnom ne gradi preko noći.

Potrebni su kontinuitet, jasna tema i dovoljno dobar razlog da vam se ljudi vraćaju.

I postoji još jedan problem.

Možete izgraditi veliku publiku na platformi koju ne kontrolirate.

Algoritam se promijeni.

Doseg padne.

Račun nestane.

Zato ozbiljniji kreatori s vremenom pokušavaju povezivati sadržaj s web stranicom, newsletterom, proizvodima i drugim kanalima.

Jednostavna logika:

**sadržaj → pažnja → povjerenje → različiti
oblici monetizacije**

7. Network marketing i modeli temeljeni na mreži



Network marketing ima jednu karakteristiku koju ne treba podcjenjivati:

snagu zajednice.

Ljudi nisu nužno sami.

Postoji tim.

Postoji podrška.

Često postoje edukacije, mentorstvo i već postavljena struktura.

Za neke ljude upravo je to velika prednost.

Kod mnogih klasičnih network marketing modela kompanija također ima svoj katalog proizvoda koje partneri predstavljaju tržištu.

A izgradnja mreže partnera često predstavlja važan dio poslovnog modela.

Glavna prednost

Zajednica i mrežni efekt.

Aktivnost većeg broja ljudi može povećavati vidljivost proizvoda, kompanije i cijelog sustava.

Glavni izazov

Važno je razumjeti:

odakle zapravo dolazi vrijednost modela?

Dolazi li prvenstveno od stvarne prodaje proizvoda i usluga krajnjim kupcima?

Koliku ulogu ima izgradnja tima?

Što se događa kada rast mreže uspori?

Je li proizvod dovoljno vrijedan i kada iz jednadžbe maknemo samu poslovnu priliku?

To nisu pitanja kojima želim napadati network marketing.

To su pitanja koja bih postavio za **svaki poslovni model prije nego što u njega uložim vrijeme ili novac.**

I nešto oko čega sam promijenio mišljenje

Sedam modela. Sedam različitih logika.

Godinama mi network marketing nije bio posebno privlačan.

Ali s vremenom sam sve više počeo razumijevati vrijednost jedne njegove komponente:

zajednice.

Ne regrutiranja radi regrutiranja.

Nego velikog broja ljudi koji mogu zajedno stvarati vidljivost, razmjenjivati iskustva i sudjelovati u razvoju većeg sustava.

I upravo tu za mene počinje jedno puno zanimljivije pitanje.

Model	Što uglavnom nudite	Samostalno st	Važnost publike	Zajednica/ti m
Freelancing	vlastitu vještinu	visoka	srednja	nije nužan
Coaching	znanje i vođenje	visoka	važna	nije nužan
Digitalni proizvodi	vlastiti proizvod	visoka	vrlo važna	nije nužan
Affiliate marketing	tuđe proizvode	visoka	vrlo važna	nije nužan
E-commerce	proizvode	srednja/visok a	važna	ovisi o modelu
Content creation	sadržaj i pažnju	visoka	ključna	nije nužan
Network marketing	proizvode + mrežni model	ovisi o sustavu	važna	često vrlo važan

I sada dolazi važna stvar.

Ne morate nužno izabrati samo jedan model.

Freelancer može prodavati digitalni proizvod.

Kreator sadržaja može koristiti affiliate marketing.

Webshop može imati affiliate program.

Coach može imati newsletter i edukaciju.

Proizvođač može koristiti kreatore sadržaja za distribuciju.

Online poslovanje sve manje izgleda kao sedam potpuno odvojenih kutija.

Modeli se počinju povezivati.

Što ako ne morate birati?

Ovo je dio koji je meni posljednjih godina postao posebno zanimljiv.

Affiliate marketing ima nešto što mi se sviđa:
slobodu.

Mogu sam birati što želim preporučivati.

Ne moram graditi tim.

Kupac može jednostavno ostati kupac.

Network marketing s druge strane ima nešto što individualnom affiliate marketeru često nedostaje:

zajednicu i mrežni efekt.

Ali zašto bismo nužno morali birati između ta dva svijeta?

Što ako postoji sustav u kojem:

- možete birati među većim brojem proizvoda i usluga
- možete nešto nuditi tržištu
- možete sudjelovati u zajednici
- možete graditi tim ako to želite

- ali sustav nije zamišljen samo oko jednog proizvoda i neprekidnog dovođenja novih partnera
- trgovina, komunikacija, poslovanje i zajednica mogu biti dijelovi iste infrastrukture

To više nije samo pitanje affiliate marketinga.

Nije ni samo pitanje network marketinga.

To postaje pitanje **digitalnog ekosustava**.

I upravo je zbog toga meni zanimljiv razvoj modela digitalne franšize i **SFT21 Business Concepta**.

Projekt je još u razvoju.

Zato ne želim unaprijed proglašavati kako će sve funkcionirati kada cijeli sustav bude na tržištu.

Ali ono što je do sada predstavljeno pokušava povezati nekoliko područja koja smo u ovom vodiču promatrali odvojeno:

trgovinu, zajednicu, digitalnu infrastrukturu i online poslovanje.

I to je priča koju ću nastaviti pratiti.

Internet nije samo za skrolanje.



Možete ga koristiti za zabavu.

Možete ga koristiti za informacije.

Možete kupovati.

Možete stvarati.

Možete prodavati.

Možete graditi publiku.

Možete ponuditi svoje znanje.

Možete povezivati ljude.

Možete graditi vlastiti sustav.

A možete i sudjelovati unutar sustava koji već postoji ili se upravo razvija.

Zato možda najvažnije pitanje nije:

“Koji način online zarade donosi najviše novca?”

Bolje pitanje je:

Na koji način želite sudjelovati u digitalnoj ekonomiji?

Prvo razmotrite mogućnosti.

Zatim odaberite smjer koji odgovara vašim znanjima, interesima, resursima i načinu razmišljanja.

Informacija prvo.

Razumijevanje nakon toga.

Odluka ostaje vaša.

Filip Dorić

digitalnafransiza.com | Internet nije samo za skrolanje

Digitalni ekosustavi • online poslovanje • digitalna franšiza