

STRATEGICKÝ KOMPAS KOUČE



Mgr. Andrea Šatopletová

TEST

Strategický kompas kouče

Jaká online cesta je pro vás ta pravá?

Odpovězte na následující otázky a na konci sečtěte, která odpověď (A, B, C, D, E) se objevuje nejčastěji. Výsledek vám ukáže nejlepší strategii pro vaši online prezentaci.

💡 V průběhu 2. dne KURZU, který probíhá [zde ve skupině>>](#), probereme výsledky do detailu.

1. Jak se cítíte při představě, že byste měli natáčet video nebo sdílet svůj příběh na sociálních sítích?

- **A)** Mám pocit nervozity, ale představa, že by můj příběh mohl ostatní inspirovat, mě motivuje.
- **B)** Cítím obavy, ale už jsem si vyzkoušel/a nějaké příspěvky a rád/a bych rozvíjel/a vztahy s publikem.
- **C)** Raději bych se zaměřil/a na sdílení stručných a praktických rad než na osobní příběhy.
- **D)** Natáčení by mi nevadilo, pokud bych měl/a jasnou strukturu a plán, jak obsah vytvořit.
- **E)** Jsem připraven/a zkusit cokoliv kreativního, ale hledám inspiraci, jak začít a zaujmout publikum.

2. Co vás na online prezentaci nejvíce láká?

- **A)** Možnost sdílet svůj příběh a ukázat lidem, jak jsem překonal/a překážky.
- **B)** Rád/a bych vybudoval/a komunitu a dlouhodobé vztahy s lidmi, kteří mě sledují.
- **C)** Možnost předat efektivní rady, které klientům okamžitě pomohou.
- **D)** Chci učit a vzdělávat. Rád/a bych sdílel/a detailní znalosti, které lidem opravdu pomáhají růst.
- **E)** Rád/a experimentuji s novými vizuálními formáty a zkouším zajímavé způsoby, jak přitáhnout pozornost.

3. Jaký je váš největší důvod pro odklad tvorby online obsahu?

- **A)** Mám obavy, že můj příběh nebude dost zajímavý nebo že nebudu vědět, co říct.
- **B)** Nejsm si jistý/á, jak začít budovat vztah s publikem a udržet jeho pozornost.
- **C)** Případá mi, že by tvorba obsahu byla časově náročná, a preferuji stručné rady.
- **D)** Nevím moc jak na to, nechci působit neprofesionálně – potřebuji více jistoty, jak správně prezentovat odborné znalosti.
- **E)** Obávám se, že můj kreativní obsah nebude dostatečně poutavý nebo srozumitelný.

4. Jaký formát obsahu by vám nejvíce vyhovoval?

- **A)** Osobní příběhy o tom, co mě vedlo k mé práci, a jak jsem překonal/a překážky.
- **B)** Obsah, který podporuje růst a interakci v rámci komunity nebo skupiny.

- **C)** Rychlé a stručné rady či návody, které klienti mohou ihned aplikovat.
- **D)** Hlubkové vzdělávací materiály nebo návody, které pomohou lidem dlouhodobě.
- **E)** Kreativní a vizuálně zajímavý obsah, jako jsou infografiky nebo krátká videa.

5. Kdybyste měli sdílet obsah každý týden, jak byste se cítili?

- **A)** Obával/a bych se, že nebudu mít dost osobních příběhů nebo zajímavých témat.
- **B)** Budování vztahu s publikem mě láká, ale nejsem si jistý/á, jak často sdílet, zda je to dost.
- **C)** Rád/a bych publikoval/a stručný obsah, který nezabere moc času, takže v pohodě.
- **D)** Potřebuji jasný plán a strukturu, abych se cítil/a jistější a věděl/a, co přesně sdílet. Pak věřím, že to zvládnu.
- **E)** Jsem připraven/a tvořit, ale hledám způsoby, jak zůstat kreativní a zajímavý/á.

6. Co by vám nejvíce pomohlo s tvorbou online obsahu?

- **A)** Rady, jak sdílet svůj příběh bez obav a inspirovat ostatní.
- **B)** Průvodce, jak efektivně budovat komunitu a dlouhodobé vztahy s klienty.
- **C)** Tipy, jak tvořit hodnotný obsah rychle a efektivně.
- **D)** Profesionální přístup jak efektivně prezentovat odborné znalosti.
- **E)** Inspiraci a tipy, jak tvořit vizuálně poutavý obsah, který osloví publikum.

7. Jaký typ reakce nebo zapojení byste si přáli od svého publika?

- **A)** Chci, aby lidé reagovali na můj příběh a cítili se inspirováni.
- **B)** Toužím vytvořit komunitu, kde se lidé cítí podporovaní, a kde je mohu vést k rozvoji.
- **C)** Chci, aby klienti okamžitě viděli přínos mých rad a aplikovali je do praxe.
- **D)** Mým cílem je, aby moje publikum plně pochopilo téma a mohlo na sobě dlouhodobě pracovat.
- **E)** Rád/a bych, aby byl můj obsah vizuálně přitažlivý a zaujal lidi svou originalitou.

8. Jak byste nejraději získávali nové klienty online?

- **A)** Sdílením svých zkušeností a osobních příběhů, které inspirují ostatní k akci.
- **B)** Vybudováním komunity, kde lidé cítí podporu a zůstávají dlouhodobě aktivní.
- **C)** Předáváním stručných a efektivních tipů, které klienti snadno využijí.
- **D)** Vytvářením kvalitního vzdělávacího obsahu, který klientům dlouhodobě pomáhá růst.
- **E)** Kreativními a vizuálně zajímavými formáty, které přitahují pozornost.

9. Jak byste chtěli, aby si vás klienti pamatovali po zhlédnutí vašeho obsahu?

- **A)** Jako někoho, kdo otevřeně sdílí osobní zkušenosti a inspiruje je ke změně.
- **B)** Jako podporujícího průvodce, který pomáhá růst a vytváří pocit sounáležitosti.
- **C)** Jako experta, který nabízí praktická řešení a konkrétní kroky k dosažení cílů.
- **D)** Jako důvěryhodného odborníka, který jde do hloubky a vzdělává s respektem a profesionalitou.
- **E)** Jako kreativního inovátora, jehož obsah je vizuálně působivý a jedinečný.

10. Jaká je vaše hlavní motivace pro rozvoj online prezentace?

- **A)** Chci inspirovat ostatní tým, co jsem v životě dokázal/a překonat, a předat jim odvalu.
- **B)** Chci vybudovat silnou a aktivní komunitu, která mi věří a sleduje mé vedení.
- **C)** Chci oslovit co nejvíce lidí praktickými tipy a rychlými radami, které jim pomohou.
- **D)** Chci sdílet odborné znalosti, které lidem přinesou dlouhodobý růst a změnu.
- **E)** Chci tvořit originální obsah, který přitáhne nové klienty svou vizuální kvalitou a kreativitou.

Vyhodnocení

Na závěr testu si projděte své odpovědi a sečtěte nejčastější písmeno. Tento výsledek vám odhalí váš jedinečný styl online prezentace.

Na základě svého stylu obdržíte doporučenou strategii spolu s přehledem výhod a možných výzev, které vám pomohou úspěšně a autenticky rozvíjet vaši online přítomnost.

Každý styl je doplněn “případovou studií” s mým klientem, která vám poskytne **konkrétní inspiraci a návod, jak efektivně zapojit své silné stránky, a jak postupovat**. Pro zajištění naprosté anonymity byla ve všech “případech” změněna jména klientů.



Nejvíce A:

Autentický Vypravěč

Chcete inspirovat ostatní skrze své osobní příběhy, ale možná cítíte obavy, že nebudou pro publikum dostatečně zajímavé. Jste na správné cestě – **autenticita je silná stránka**, kterou lidé v online prostředí velmi rádi oceňují.

- **Doporučená strategie**

Zaměřte se na platformy jako Instagram a Facebook, kde příběhy rezonují a autenticita je žádaná. Začněte s psanými příspěvky a fotkami, postupně přidejte video nebo stories, abyste překonali počáteční obavy a naučili se komunikovat přímo se svými sledujícími.

- **Výhody**

Vaše autentičnost přitahuje dlouhodobé, loajální klienty, kteří hledají opravdovost. Bude se vám s nimi skvěle pracovat, protože mají podobné hodnoty.

- **Nevýhody**

Může vám déle trvat, než se zcela otevřete online, a možná budete potřebovat více praxe pro pohodlné natáčení videí.

- **Případová studie**

Eva je koučka osobního rozvoje, která dlouho bojovala s obavami ze sdílení svého příběhu. V konzultacích jsme se zaměřily na její zdravé sebe-vědomí a projevení se takové, jaká skutečně je. Eva si ujasnila, co v životě chce, kdo je, jaké má hodnoty, co publikovat bude, a co už ne. Nastavily jsme spolu pevné hranice, za které se rozhodla nejít. A to je úplně v pořádku. Střežit si své soukromí.

Eva se rozhodla inspirovat své publikum v jednom konkrétním tématu, díky čemuž postupně “dokazovala”, že je “skutečná expertka”, věnuje se mu dlouhodobě a lidé si jí s tématem začaly přirozeně spojovat.

Začaly jsme postupně textovými příspěvky na Facebooku, pak i na Instagramu, kde sdílela klíčové momenty své cesty a výzvy, které překonala. Když získala pozitivní odezvu, rozhodla se natočit první krátké video a brzy následovaly další. Eva si uvědomila, že ve videu našla překvapivou lehkost a jednoduchost (*pozn. toto je často velmi překvapivá pravda většiny.*)

- **Výhody:** Eva přitáhla loajální publikum, které se ztotožňuje s jejím příběhem a hledá inspiraci. Její příspěvky postupně začaly získávat vyšší a vyšší dosahy organicky, protože rezonují s lidmi, kteří potřebují v daném tématu povzbuzení.
- **Výzvy:** Eva potřebovala čas na překonání počátečních obav, vybudování si komfortu při natáčení videí a pro rozhodnutí říct si o pomoc mně jako mentorce.



Nejvíce B:

Vizionářský Průvodce

Jste připraveni budovat komunitu a vést lidi krok za krokem, ale možná hledáte jistotu, jak s tím začít. Vaší výhodou je schopnost skupinově podporovat lidi dlouhodobě a vést je k postupnému rozvoji.

- **Doporučená strategie**

Vytvořte Facebook skupinu a následně začněte s e-mail marketingem. Můžete zde nabízet pravidelné příspěvky, rady a udržovat dlouhodobý kontakt s publikem. Tento přístup vám umožní navazovat důvěrné vztahy s klienty.

- **Výhody**

Umožňuje vybudovat si silnou základnu klientů, kteří jsou motivováni k dlouhodobé spolupráci.

- **Nevýhody**

Budování komunity je časově náročnější, což vyžaduje trpělivost a konzistenci v komunikaci.

- **Případová studie**

Martin, kouč zaměřený na podporu malých podnikatelů, měl velký zájem o dlouhodobé budování komunity, ale nevěděl, jak začít. Navrhla jsem

mu strategii s uzavřenou Facebookovou skupinou. Byl nadšený, protože tam konečně naplno mohl sdílet své tipy a rady, naučil se pravidelná „živá vysílání“ a zodpovídal dotazy členů. Jeho cílem bylo vytvořit bezpečné místo, kde členové mohou růst a cítit podporu. Lidé v něm vnímají silného lídra, a proto od něj také víc a víc nakupují jeho programy.

- **Výhody:** Martin brzy vytvořil aktivní komunitu, kde lidé zůstávají dlouhodobě a považují jeho rady za cenné. Díky tomu si vybudoval důvěryhodnost a stabilní základnu klientů. I s celkem malou komunitou se vyšvihl na příjmy, na které v dřívějším zaměstnání pracoval roky.
- **Výzvy:** Vedení profesionální skupiny je celkem časově náročné, vyžaduje pravidelnost a silnou orientaci na podporu jejich členů.



Nejvíce C:

Praktický Mentor

Vaší prioritou je předávání hodnoty efektivně a stručně. Máte dar poskytovat užitečné rady, ale můžete se obávat, že online prezentace zabere příliš času.

- **Doporučená strategie**

Soustředte se na LinkedIn, Instagram nebo Twitter, kde můžete publikovat krátké, praktické tipy nebo inspirující věty či příspěvky. Uveďte konkrétní návody nebo "jak na to" formáty, které mohou klienti rychle aplikovat.

- **Výhody**

Efektivní formát, který nezabere mnoho času a přitahuje klienty zaměřené na akční kroky.

- **Nevýhody**

Stručný obsah může být náročný na přípravu, pokud jde o předávání komplexních informací v krátkém formátu.

- **Případová studie**

Petr je výživový poradce, který klade důraz na efektivitu. Chtěl oslovit klienty praktickými radami, ale neměl moc času na tvorbu obsahu. Doporučila jsem mu zaměřit se na Reels, tedy krátká efektivní videa, ve kterých sdílel stručné tipy. Jeho obsah byl zaměřený na konkrétní

radly a triky, které mohli lidé snadno aplikovat do svého života. Organicky se vyšvihl do tisíců sledujících.

- **Výhody:** Petr přitáhl klienty, kteří ocenili jeho přímočarý přístup a rychlé řešení. Reels jsou velmi rychlá, můžete si je nachystat dopředu a pak jen sdílet. Reels točil především na Instagram, ale předsílel je také na Facebook a také na TikTok.
- **Výzvy:** Stručný obsah může být náročný na zpracování složitějších témat, což ho občas limitovalo v prostoru pro hlubší vzdělávání. To však později poskytoval v kurzech a mentorinkových programech.



Nejvíce D:

Inspirující Lektor

Máte touhu předávat hluboké znalosti a vzdělávat ostatní, ale možná vás brzdí obavy z profesionální prezentace. Vaše síla tkví ve schopnosti jít do hloubky a zaměřit se na učení.

- **Doporučená strategie**

Využijte YouTube, webináře nebo psané články na blogu, kde můžete do detailu rozebírat různá témata a poskytovat hodnotné informace. Tento přístup vám umožní prezentovat svou odbornost.

- **Výhody**

Váš detailní přístup přitahuje klienty, kteří hledají hlubokou a promyšlenou pomoc.

- **Nevýhody**

Vyžaduje časově náročnou přípravu obsahu, což může být náročné na pravidelnost.

- **Případová studie**

Katka je koučka kariérního rozvoje, která se chtěla zaměřit na vzdělávací obsah, ale měla obavy, že by její prezentace mohla působit neprofesionálně. Doporučila jsem jí vytvořit YouTube kanál, kde sdílela

hlubší témata a návody. Své ostatní sociální sítě pak pravidelně využívala pro propagaci jejích videí na YT v kratších formátech.

Díky tomu získávala nové klienty do svých konzultací a ze zpětných vazeb sledujících poté postavila seminář a kurz, který jsme automatizovali.

- **Výhody:** Katka přitáhla publikum, které hledalo podrobné rady a odborné informace. YouTube jí poskytlo prostor pro rozvoj jejího vzdělávacího přístupu a zároveň budování profesionality.
- **Výzvy:** Vytváření obsahu pro YouTube a příprava webinářů jsou časově náročné, vyžadují důkladnou přípravu a trpělivost při získávání diváků.



Nejvíce E:

Inovativní Kreativec

Rádi tvoříte kreativní obsah a nebojíte se experimentovat, ale máte obavy, že váš obsah nebude pochopen nebo dostatečně rezonovat. Vaše silná stránka je v originalitě a vizuálním stylu.

- **Doporučená strategie**

Zaměřte se na platformy jako Instagram (*příp. TikTok*), které podporují vizuálně zajímavý obsah. Vytvářejte reels, infografiky nebo krátká videa, která zaujmou svou kreativní formou.

- **Výhody**

Vizuálně poutavý obsah přitahuje široké publikum a má potenciál se šířit virálně.

- **Nevýhody**

Kreativní tvorba může být časově náročná a někdy obtížná na přizpůsobení konkrétnímu publiku.

- **Případová studie**

Lenka je mentorka pro kreativní profese a její silnou stránkou je vizuální prezentace. Ráda tvoří kreativní obsah, ale obávala se, že nebude pochopen jako dostatečně profesionální. Doporučila jsem jí zaměřit se na Instagram, kde mohla sdílet krátká inspirativní videa a reels, plná

zajímavé grafiky a vizuálních efektů. Lenka je skutečně nadaná, a tak se její příspěvky dostaly celkem rychle mezi davy a ona se dále učila tyto příspěvky zpeněžit.

- **Výhody:** Lenčin obsah zaujal díky vizuální atraktivitě a originalitě. Brzy si vybudovala širokou základnu sledujících, kteří oceňovali její inovativní přístup a styl. Lenka vybudovala důvěru, protože když pak nabídla možnost konzultací zdarma, měla spousty možností trénovat své prodejní schopnosti offline.
- **Výzvy:** Tvorba kreativního obsahu může být časově náročná a někdy obtížná na přizpůsobení konkrétnímu cílovému publiku.

Shrnutí

Na závěr si připomeňme, že váš ideální klient je pravděpodobně na každé sociální síti – důležité je ale porozumět svému stylu a začít tam, kde se cítíte nejpřirozeněji.

Nesnažte se hned od začátku být všude nebo naplnit každé očekávání. Spíše si dovoďte růst **svým vlastním tempem**. Vaše autenticita je tou největší devizou.

A na rozloučenou: „**Oslovíte ty správné lidi nejvíce tehdy, když budete sami sebou.**“ Vydejte se na cestu budování online přítomnosti s důvěrou ve své jedinečné silné stránky.

Těším se na vás v kurzu!

Pojďte za mnou [tudy>>](#)

Never give up!

Nikdy se nevzdávej!



Andrea Šatopletová