

Tomáš Vachuda

Tvorba obsahu

Jak začít a kde
sbírat témata

E-booková verze článku:
[Logotvurce.cz/obsah](https://logotvurce.cz/obsah)

Váháte, jestli tvořit obsah? Říkáte si, **k čemu je to vlastně dobré?**

Nebo už máte **chut' tvořit obsah, ale bojíte se začít?**

Nebo jste odhodlaní, ale **nevíte, o čem konkrétně psát či mluvit?**

Anebo už obsah pár let tvoříte, ale **docházejí vám nápady** a hledáte inspiraci?

Pokud jste na něco z toho odpověděli *ano*, tak se vám pokusím pomoci.

Co je to obsah?

Asi to není potřeba, ale aby byl článek úplný, tak definuji, co myslím tím *obsahem*.

Pro mě je **obsah něco, co vytvoříte a pak to někomu zlepší život.**

Jsou to informace v jakékoli podobě, které něco **ujasňují** (hluboké vysvětlení), **usnadňují** (tipy a triky), **pomáhají začít** (návody), nebo **pomáhají nasměrovat** (rozcestníky a odkazy na zdroje).

Třeba:

- **Článek**, který pomůže změnit přístup k nějakému problému.
- **Newsletter** sloužící jako rozcestník na zajímavé věci, co se udály.
- **E-book**, který hluboce vysvětlí nějaké téma.
- **Video**, které ukáže postup nějakého procesu.
- **Podcastový rozhovor**, který inspiruje anebo pobaví.
- **Příspěvek** na sociální síť, který poskytne drobný ale užitečný figl.
- **Infografika**, která srozumitelně ilustruje nějaký složitý problém.

A tak dále.

Obsah nemusí vyloženě změnit život. Ale je fajn, když život někomu aspoň trochu zpříjemníte.

Tady rovnou ujasním, že mé zkušenosti, které rozvedu v tomto článku, vycházejí hlavně z psaného obsahu a přednášek. Ale věřím, že většina mých tipů půjde aplikovat na cokoli jiného.

A teď už pojďme k ujasnění, proč je skvělé tvořit obsah.

Proč tvořit obsah?

Tvorba obsahu mi změnila život i podnikání. Shrnu přínosy, které jsem vysledoval u sebe, ale vídám je i u ostatních. Rozdělím to na osobní a pracovní benefity.

Osobní benefity

- **Naplnění** – Sdílení hodnotných informací mi dává silný smysl. Vnitřně mě to naplňuje a nabíjí. A ještě více mě nabíjí, když mi chodí zpětná vazba od mých čtenářů, kteří říkají, jak moc jim můj obsah pomáhá.
- **Pomáhám tím sám sobě** – K mému obsahu se vracím i po X letech, abych se sám od sebe učil. Připomínám si, co jsem zapomněl. A často zažívám momenty: *ty jo, to je chytrý, díky!*
- **Dělám si pořádek v myšlenkách** – Díky psaní se dokážu zorientovat v chaosu náhodných myšlenek. Nacházím nové struktury, hierarchie, souvislosti a skryté principy.
- **Zlepšuju vyjadřování** – Psaní mě nutí co nejlépe vyjadřovat mé abstraktní myšlenky. Myslím na čtenáře a snažím se psát tak, aby se to dobře četlo. Hledám mezery v argumentech a snažím se je

zaplňovat, aby vše bylo srozumitelné. Zvažuji cizí pohledy a odhaduji, co může přijít za námitky. A pak na to rovnou zareaguji, ať je to už od začátku neprůstřelné.

- **Zajišťuju si nekončící sebevzdělávání** – Tvorba obsahu mě nutí se stále rozvíjet. I když mám pocit, že vím *dost*, tak potřebuji vědět *ještě více*, aby byl obsah hlubší i širší. Pak pomohu více lidem. Navíc, abych mohl něco jednoduše vysvětlit, musím to fakt dobře chápat.
- **Rozepsal jsem se** – Psaní zlepší psaní. Ačkoli jsem vždy rád psal *slohovky* na sítích a diskusních fórech, stejně jsem si jistý, že nebýt [prvního blogu](#), tak se neodhodlám k napsání e-booku. A nebýt e-booku, neměl bych odvalu na [psaní knihy](#). A nebýt knihy, tak nenajdu svůj [smysl](#). Tvorba obsahu vás tedy může dovést tam, kam to ani nečekáte.

Pracovní benefity

- **Lidé mě poznají** – V mém obsahu jsou vidět mé myšlenkové pochody, přístup, hodnoty, sem tam něco osobního a trocha humoru. Kdo čte mé články, tak mě prostě trochu *zná*. Buduji si tím osobní značku. Což mě vede k dalšímu bodu.
- **Snazší prolamování ledů** – Navazování kontaktů je pro mě duševně náročné. Takže to moc nedělám. Ale díky blogu za mnou lidé často chodí sami. Na prvním Think Tanku [Na volné noze](#) za mnou přišlo 5 lidí, kteří mi chválili články anebo přístup k tvorbě. A pak jsme pokecali. Přeskočili jsme seznamování, protože oni znali mě a já, díky jejich obsahu či aktivitě na sítích, obvykle znal i je. Tuna ušetřené energie. Takový pasivní networking.
- **Magnet na klienty** – Mnoho klientů mě našlo díky článkům. Ačkoli se třeba netýkaly log, tak jim pomohly. A když pak potřebovali logo, tak si na mě vzpomněli a ozvali se. Někteří se ozvou po pár

měsících, jiní po pár letech. Nebo mě po letech doporučí někomu jinému. Tak jako tak, díky obsahu mám mnohem více poptávek.

- **Sebepropagace** – V rámci článků občas zmíním, že tvořím loga, nebo přímo ukážu mou tvorbu. Já totiž často čtu náhodné články, ale z hlavičky, patičky, ani z menu blogu nepoznám, co ten člověk dělá. Pokud mě článek zaujme, tak si to zjistím. Ale pokud to je jednohubka, tak po dočtení odejdu. Přitom, kdyby autor zmínil, co dělá, tak si ho/ji bezmyšlenkovitě uložím třeba s poznámkou *copywriter* či *fotografka*. A třeba se jim někdy ozvu. Tomu se chci tedy vyhnout, takže v článcích připomínám, že tvořím loga.
- **Mám platformu** – Blog mi poskytl místo, kde můžu sdílet nejen články, ale i jiný obsah, který vám ukážu později.
- **Mám rozcestník** – Na pravé straně můžete vidět bannery a ikony, které vás nasměrují na můj web, sociální sítě, druhý blog a na další místa.
- **Buduji fanouškovskou základnu** – Díky obsahu si buduji publikum lidí, kteří mě sledují a rádi konzumují rozmanité typy mého obsahu. Z mnoha fanoušků už se stali mí klienti, nebo kamarádi, se kterými si navzájem dohazujeme poptávky.
- **Posiluji pozici odborníka** – Nejsem zdaleka tak dobrý logotvůrce, ale protože o logách, kreativitě a dalších tématech píšu a mluvím, tak to budí dojem, že tomu rozumím. O to spíše se mi klienti ozvou. Necucám si to z prstu. Tvrdí mi to sami. Jakákoli *viditelnost* je pro ně známka serióznosti a důvěryhodnosti. Mnozí klienti ani nečtou mé články. Ta samotná *existence* článků je pro ně plusový bod a automaticky mi věří více než kolegům.
- **Otevírání dveří příležitostem** – Kdybych neblogoval, nikdy by mě Na volné noze neoslovili ohledě psaní [článku o kreativním procesu](#). Jednoduše proto, že by nevěděli, že k tomu mám co říct a že o tom zvládnou smysluplně psát. No a nebýt tohoto článku, tak mi nebyla nabídnuta [navazující přednáška](#) na sraze volné nohy. To byly jen 2 příklady, ale menších či větších příležitostí se díky mému obsahu naskytl více.

Nemohu zaručit, že načerpáte stejné benefity. Ale věřím, že většina z nich přijde. A čím dříve začnete, tím dříve ty benefity načerpáte.

Budu tedy doufat, že už máte chuť tvořit obsah. Ted' odbouráme obavy.

Co vám brání začít?

Nejtěžší je začít. Často totiž lidem stojí v cestě různé obavy a nejistoty, které je děsí a paralyzují.

Jakákoli obava je **bariéra, která stojí mezi vámi a prvním krokem.** Čím více obav máte, tím je bariéra silnější a o to spíše se k akci nerozhoupete, protože váš strach je silnější než chuť začít.

Obavy bývají různé. Zmíním 7 nejčastějších, které jsem cítil já sám, nebo je vídám u ostatních.

Nebudu řešit technické bariéry. Pokud třeba nevíte, kde a jak založit blog anebo jak natáčet podcast, tak to si prosím vygooglete. To už jsou velmi specifické záležitosti. Já se zaměřím jenom na univerzální obavy.

1) Neumím mluvit ani psát

Neumíte mluvit? Tak pište. **Neumíte psát? Nevadí. Naučíte se to.**

Psaní není o talentu. Je to **systematický proces.** Přemýšlíte nad tématem a sbíráte podklady. Pak se v tom zorientujete a napíšete první draft, který bude špatný. Pak si ho přečtete, najdete nedostatky a opravíte je. Přečtete si opravený text a najdete další chyby. Přes spoustu revizí vyladíte obsah (co tam má být) a potom uhladíte formu (jak to bude napsané). A pak vznikne něco, co připomíná článek.

Profík od amatéra se liší v tom, že tím procesem umí chodit rychleji a intuitivněji. A že vidí více krůčků toho procesu. Každopádně i ti **nejlepší spisovatelé** mají klidně **celý tým redaktorů a editorů**, kteří jejich texty upravují. Takže buďte v klidu. Dá se říct, že *neumějí psát* ani autoři bestsellerů. Tak nevyžadujte dokonalost ani od sebe.

Když koukám na mé nejstarší články, je to bída. Ani můj e-book nebyl žádná sláva. Nejradši bych to vše přepsal, ale nechám to být. Nehlásím se do literární soutěže. Chci předat hodnotu.

Z mého pohledu **obsah vede nad formou**. Stačí, aby to, co vytvoříte, bylo **užitečné a srozumitelné pro cílovou skupinu**. Pak vám tu nedokonalost odpustí, nebo ji ani neuvidí.

Kdybyste opravdu *potřebovali* zlepšit svou schopnost psát, mrkněte do [mého playlistu pro psavce](#) (v angličtině), který je plný videí o psaní knih (což jde přenést i na články).

A také doporučuji **hodně číst**. Čím více čtete, tím spíše selepší i vaše psaní, protože toho spoustu odkoukáte.

2) Nebude to dost dobré

Přechozí obava se týkala hlavně formy. Tato se týká obsahu. Je to podobné, ale jiné. Nebojíte se, že byste se nedokázali vyjádřit. Bojíte se, že ty myšlenky nebudou kvalitní. Že nebudou *dost dobré*.

Předně se smířte s tím, že **kvalitu obsahu zhodnotí až čtenáři**. Můžete nadšeně sdílet článek, z něhož máte skvělý pocit a přijde vám skvělý, načež nad ním nikdo ani neštkne. Naopak zdráhavě nasdílníte článek, u kterého pochybujete, že bude někoho zajímat, načež se z něj stane hit.

Dopředu nevíme, co uspěje. Ale na mé cestě jsem odhalil, že pomáhá zaměřit se na tu hodnotu. **Čím přínosnější článek, tím lepší ohlasy**.

Co myslím tím **přínosem**? Představte si, že byste na ten svůj článek, video anebo podcast narazili před pár lety. Pomohlo by vám to? Ujasnilo by vám to nejasnosti? Ušetřilo by vám to čas? Usnadnilo by vám to práci? Zkvalitnilo by vám to život?

Pokud *ano*, tak je ten obsah přínosný a můžete si být jisti, že pomůže i ostatním. A **přínosný obsah je automaticky kvalitní**. Lidé ho sdílejí, mluví o něm a děkují vám za něj.

Jistě, nedocení to všichni. Spousta lidí řeší úplně jiné problémy. Spoustu lidí vaše téma vůbec nezajímá. Ale u každého tématu se **vždy najde dost lidí, pro které je to dost dobré**.

Takže **každý obsah má své konzumenty**, ale žádný obsah nezaujme všechny. A to je v pořádku. Zaměřte se na ten výsek lidí, kteří vás docení. Postupně jim více porozumíte a naučíte se chápat, co je zajímavá, po čem touží a co potřebují.

A dokud svou cílovou skupinu neznáte, tak **pište pro sebe**. Pište o tom, co pomohlo vám a v takové podobě, v jaké myslíte, že by se vám to četlo nejlépe.

Pokud vás to uklidní, vězte, že většinu obsahu (u článků je to nejsnazší) můžete dodatečně upravovat klidně 10 let. Nebo to můžete další den smazat. Není to vytesané do kamene.

3) Nejsem expert

Na kvalitu navazuje obava z jakési *nekvalifikace*. Často spojená se **strachem, že vás lidé odhalí a zkritizují** za to, že jste břídilové a že do toho nemáte co kecat.

A tak raději nic nesdílíte. Což je obrovská škoda. Svět přijde o vás jedinečný pohled na věc.

Zkuste to neřešit.

Předně si uvědomte, že **ani experti nevědí všechno**. I kdybyste měli 5 titulů a 30 let zkušeností v oboru, stejně vás dříve či později někdo nachytá na nesrovnalostech. Tituly ani zkušenosti nejsou záruka vševědoucnosti.

A hlavně, vy ani nepotřebujete být experti. **Nemusíte být na vrcholu. Stačí být jen pár kroků před těmi, kterým chcete pomoci.**

Podělte se o to, co vám na té cestě pomohlo. Tím pomůžete ostatním dostat se tam, kde jste teď vy. V očích těch, kterým pomůžete, experti *budete*, protože by to bez vás nedokázali.

V klidu tedy pište o tématech, o kterých máte pocit, že moc nevíte, ale zároveň cítíte, že **víte dost na to, aby to někoho obohatilo**.

Naopak je dobře, že nejste experti. Nebudete se tak ohánět odbornými výrazy a budete se vyjadřovat lidsky. Tudíž to bude srozumitelnější a stravitelnější. Tudíž pomůžete více lidem.

4) Nemám co říct

Možná si říkáte, že jste plní zkušeností, dojmů a rad, ale že už nemáte čím přispět, protože na internetu už **všechno bylo řečeno**.

Nebylo.

Každý máme jedinečný pohled na věc. V něčem se protínáme, ale v mnohém se lišíme. A právě **to něco, čím se odlišujete, může lidem pomoci**.

Někdy stačí drobná myšlenka, nebo jiné *vyjádření* myšlenky, co už všichni znají. A rázem v lidech něco zacvakne a uvidí tu věc v novém světle, což jim umožní vyřešit nějaký problém.

Možná, že to má i další rozměr. Že vás napadá spousta věcí, o které se chcete podělit, ale **říkáte si, že byste ke všemu zvládli říct maximálně pár vět**, takže nevytvoříte nic hlubšího.

Máte nejméně 2 možnosti. Buď to můžete **tvořit jednohubkový obsah**. Třeba krátké příspěvky na síti, obrázkové či textové, pomocí kterých lidem předáte jen tu stručnou myšlenku či radu.

Nebo, chcete-li tvořit hlubší obsah, tak vám **pomůže řešerše a dumání**. Pokud k něčemu nemáte co říct, tak o tom moc nevíte, nebo jste o tom tolik nepřemýšleli. Kdyby ano, najdete další pod-témata a pod-pod-témata, která půjde rozvést.

Věřte, že i zdánlivě prťavá myšlenka jde rozepsat na 10 papírů A4. Nebo na celou knihu. Což moc dobře vědí čtenáři seberozejové literatury.

5) Bojím se hejtů

Na kritiku navazují hejty. Emoční výblitky lidí, kteří s vámi nesouhlasí anebo vás nemají rádi.

Pokud nepůjde o věcnou a konstruktivní kritiku, ale skutečně jen o prázdné osobní hejty, tak se to **snažte ignorovat**.

Rozhodně hejtrům **nepodřizujte svůj obsah**. Kdo vás jednou zhejtí, tak si o vás udělá jasný názor, který se obvykle nezmění, i kdybyste jim vyšli vstříc. Temto lidem tedy nejspíš nikdy nepomůžete, takže nemá smysl se jim podřizovat.

Navíc, hejtování bývá problém na straně hejtujícího. S vámi to obvykle nemá moc společného.

Tedy pokud skutečně nešíříte nesmyslné či nebezpečné informace. To i mě zvedá ze židle. Ale pokud jde o legitimní informace a vaše osobní

radu a zkušenosti, tak na ty víceméně nikdo zaútočit nemůže, protože vám evidentně zafungovaly.

Nenechte se tedy odradit. A když už vás bude někdo shazovat, **nečit'te se sklesle**. Když už, měli byste se cítit lépe. Vy se snažíte pomoci, zatímco oni vás za to hejtí. **Jste tedy lepší než oni**. Když se na to budete dívat takhle, tak vám hejtři budou sebevědomí paradoxně zvyšovat.

A zároveň vězte, že **dokud vás nikdo nenávidí, tak vás nejspíš ani nikdo nemiluje**. Pokud váš obsah vyvolává tak silné negativní emoce, tak je statisticky nevyhnutelné, že v jiných lidech spouští silné pozitivní emoce. A tito lidé vám pak poděkují. Uvidíte.

6) Bojím se, že přijdu o klienty

Zejména pokud plánujete odborný obsah, kde se budete **dělit o své know-how**, tak vám možná **vnitřní hlas říká, ať to neděláte**. Ať se nedělíte o nic přínosného. Ať veřejně nesdílíte zkušenosti ani vědomosti.

Ten vnitřní hlas se často bojí toho, že už vás **klienti nebudou potřebovat**, protože je naučíte své řemeslo a pak si to udělají sami.

Nebojte. **Klienti vás budou potřebovat i nadále**. I kdybyste sdíleli vše, co víte, tak pro stávající i nové klienty bude stále pohodlnější a levnější si vás najmout, než aby studovali váš obsah.

Naopak **přitáhnete ještě více klientů**. Čím více know how ukážete, tím více ohromíte všechny kolemjdoucí. Uvidí, že tomu rozumíte – jinak byste o tom přece nepsali. A tak se vám ozvou.

Mimo jiné je to dané tím, že v některých oborech se moc nebloguje. Takže můžete být **jediný tvůrce obsahu v tom daném oboru**, tudíž

automaticky vyniknete. Lidé si vás všimnou jednoduše proto, že nikoho jiného nevidí.

Vybavte si vaše oblíbené tvůrce obsahu. Jistě platí, že čím více jsou otevření a sdílní, tím jsou známější a úspěšnější. **Možná nejsou nejlepší, ale jsou nejviditelnější.** To k úspěchu často stačí.

7) Bojím se, že budu vychovávat konkurenci

Další častá obava při sdílení know-how je, že **pomůžete kolegům**, kteří vám pak vyfouknou zakázky.

Ani toho se nebojte. Ano, mnoha kolegům pomůžete. Ale to je *dobře*. **Čím více pomáháte ostatním, tím spíše oni pomohou vám.**

Ve výsledku vám **zakázky nevyfouknou. Naopak vám je dohodí.** Nápomocnost je sympatická a vrátí se vám i s úroky. Když vaše zkušenosti kolegům pomohou, tak to docení, budou vám vděční a budou se těšit, až vám to oplatí.

Mně už hodně grafiků děkovalo, že jim nějaký můj obsah pomohl. Mnozí mi nabídli i nějakou pomoc, dohodili klienta, nebo mi předběžně řekli, že až mi vyjde [kniha](#), tak si ji koupí, aby mě podpořili. To je **recipocita. Dávejte a bude vám dáváno.**

I já sám **doporučuji kolegy, které třeba neznám osobně, ale kteří jsou aktivní online**, ukazují svou práci a dělí se o zkušenosti. To je mi sympatické a pokud je sleduji dlouho, tak věřím, že jsou dobří a že na ně mohu poslat nějakou poptávku, na kterou třeba nemám zkušenosti anebo čas.

Sdílení zkušeností zkrátka nesníží vaši hodnotu na trhu práce. Zvýší ji. Působíte sebevědomě a profesionálně. Budíte dojem, že máte

znalostí a zkušeností tolik, že si můžete dovolit je bez obav sdílet. Naopak ti, kteří své zkušenosti úzkostlivě tají, působí nedůvěryhodně a budí dojem, že toho moc neumí, když se bojí cokoli prozradit.

Každopádně tu obavu chápu. Když jsem začínal blogovat na [Grafických Típech](#), tak kdykoli došlo na opravdu kvalitní radu, tak jsem při jejím sdílení cítil **strach, že jsem odkryl něco, co mi dávalo konkurenční výhodu a najednou tu výhodu využijí i ostatní**. I když bylo mým cílem pomoci, tak mi trvalo pár let, než jsem se toho pocitu zbavil.

Postupně jsem pochopil 2 věci:

1. **Nikdy nikoho nenaučím vše, co umím**. I kdybych sepsal úplně všechno, co znám a co umím, tak než si to někdo přečte, já už budu o X kroků dál.
2. **To, co sdílím, jsou jen fragmenty toho, co klientům poskytuji**. Nejsme jen konečná množina know-how. Jsme nekonečný soubor hodnot, emocí, zkušeností, charakteru a tak dále. Každý nabízíme *něco*, co nikdo jiný nemá. Všichni jsme tedy jedineční, a tudíž nás nikdo *nepředežene*. Nebo ne tím, že si přečte náš článek.

Už dlouho se tedy nebojím sdílet něco kvalitního. **Naopak vyloženě hledám co nejvíc informací**, o které se podělím. Nejlepší pocity mám, když sdílím něco, co jsem zjišťoval fakt dlouho a za co bych byl vděčný, kdybych to věděl dříve. Dnes už **mám spíše obavu z toho, že sdílím něco, co tak hodnotné není** a co lidem nepomůže.

Jak a kde hledat náměty na obsah?

Ted' už snad máte chuť i odvahu tvořit obsah. Možná ale **zatím nevíte, jakým tématům se věnovat.**

Pokud jde o **obecnou oblast témat**, tak tu už jste si možná vybrali. Nebo aspoň intuitivně cítíte, zda vás to táhne spíše k tématům, co se týkají práce, produktivity, zdraví, technologií, cestování, zvířat, nebo třeba výchovy dětí.

Pokud stále hledáte i tu oblast, tak si poslechněte třeba [rady od Martina Kavky v Tvůrcastu](#). Nebo omrkněte můj [článek o Sebepoznání](#). Třeba vás nasměruje.

V tomto článku už se zaměřím jen na **sbírání podkladů pro konkrétní témata**. Pokud je vaší oblastí byznys, tak téma může být třeba naceňování zakázek, vyjednávání, nebo prezentování klientům.

A abyste k těm tématům měli co říct, tak potřebujete nasbírat informace, argumenty a jiné podklady. Zkrátka potřebujete nasbírat *obsah pro svůj obsah*.

Jak ten **obsah nasbírat**? Sběr by měl **probíhat neustále**. Jakmile uvidíte něco, co vzdáleně připomíná dobrou myšlenku, tak si ji uložte. Zapište, vyfoťte, nakreslete, nebo nahrajte na diktafon.

Co nejdříve si ty **nápady třídíte do témat a podtémat**. Věřte mi. Čím později s tím začnete, tím více vlasů si vytrháte. Není nic horšího, než když musíte roztrždit třeba 100 stran textů.

Chcete-li ale začít co nejdříve, tak vám ukážu, jak můžete **vydolovat nějaký obsah už teď**.

Nevědomý obsah

Přemýšlejte, jestli **už nějaký obsah neskladujete**. Nemáte něco, co by se dalo využít? Neseepisujete si, sami pro sebe, nějaký dokument o něčem, co vás zajímá? Netvoříte si playlisty užitečných videí? Neskladujete si odkazy na zajímavé zdroje? To všechno můžete proměnit v obsah.

Já nejméně 5 let sbíral obsah pro [Grafické Tipy](#), aniž bych to vnímal jako obsah. Prostě jsem si do Moleskinu sepisoval zkratky, postupy a další tipy k Photoshopu a Illustratoru, abych je měl vždy po ruce. Až později, když za mnou grafici začali chodit pro rady, jsem si uvědomil, že mám **tipy minimálně na rok blogování**, pokud budu vydávat článek týdně a v článku bude 7 tipů.

Dále je možné, že už jste **nějaký obsah vyprodukovali, akorát v jiné formě**. Třeba jste kdysi dávno měli přednášku, rozhovor či školení o nějakém tématu. Tak to můžete **zrecyklovat** do jiné formy. Nebo omrkněte svou tehdejší přípravu, vydolujte z ní zajímavé informace a aktualizujte je.

Vraťte se klidně až do **studentských let**. Možná jste psali zajímavou seminárku, o níž se teď můžete opřít. Nebo se vraťte ke své bakalářce či diplomce. Já svou [bakalářku o Matte paintingu](#) mírně upravil a sdílel jako e-book.

Pokud si vedete **čtenářský deník**, můžete z něj něco vytáhnout a sdílet veřejnou recenzi.

Obsah ukrytý v minulosti

Projděte historii veškeré komunikace. E-maily, příspěvky na diskusních fórech, aktivity na sociálních sítích, hlasové zprávy atd. A vytáhněte vše, co je aspoň trochu zajímavé či užitečné.

I když plánujete točit video či audio obsah, tak všechno stejně **začíná u nějaké myšlenky, která je vyjádřena písemně**. Většina videí a podcastů začíná psaným scénářem, nebo aspoň stručnou osnovou, aby člověk věděl, o čem má mluvit. A tento scénář či osnovu můžete nalézt ve své historii.

Pokud jste ukecaní podobně, jako já, tak nasbíráte spoustu materiálu. Já **prošel historií asi 5 let dozadu**. Na Webtrhu jsem přečetl 700 příspěvků a na Facebooku několik tisíc komentářů.

Všiml jsem si, že dokola **mluvím o podobných tématech**, ale pokaždé trochu jinak. Tak jsem všechny podobné komentáře seskupil a spojil je.

Takhle jsem nasbíral **náměty na více než 100 článků**. Přičemž námětem myslím to, že mám ke všemu třeba jen pár odstavců, nebo někdy i pár stran, ale vím, že když se do toho ponořím, tak to rozvedu klidně na 20 stran textu.

Ostatně, **všechny články** na tomto blogu **začaly jako e-mail či komentář** na Facebooku, který jsem rozvinul více do hloubky.

Obvykle jsou mé komentáře založené na radách, tipech a vysvětlování nejasností. Především ve FB skupinách jsem našel komentáře ke spoustě témat.

U **grafiky** jsem radil třeba:

- Jak začít s grafikou
- Jak obhajovat kreativní práci
- Jak od klientů získat kvalitní zadání
- Jestli to *jde* bez školy, kontaktů a talentu
- Jak komunikovat s klienty (k tomu mám 30 podtémat)
- Jestli se specializovat, nebo radši ne
- Kolik návrhů posílat klientům
- Jak zkrotit kreativní proces
- Jak se sebevzdělávat
- Jak odmítat

U **marketingu a sebepropagace** jsem se zapojil do diskusí o tom:

- Jak se efektivně propagovat a lákat klienty
- Jak si postavit webové portfolio
- Co na tom svém webu mít (k tomu mám 20 podtémat)
- Jaké jsou výhody a nevýhody ceníku na webu
- Kolik prací v portfoliu ukázat
- Jestli se prezentovat fotkou, nebo logem

A komentoval jsem i **byznysová témata**:

- Jestli budovat osobní značku, nebo firemní
- Jaké jsou výhody a nevýhody volné nohy
- Jak začít s kreativním podnikáním
- Jak efektivně pracovat z domova
- Jak naceňovat zakázky
- Jak pracovat s termíny
- Jak na administrativu
- Jak zdražovat
- Jak na zálohy

A tak dále. U některých témat jsem radil jen povrchně, ale u jiných jsem se pěkně rozepsal. Tak jako tak, během pár dnů jsem získal náměty na spoustu článků. Tak třeba se to podaří i vám.

Samozřejmě tento tip **nepomůže všem**. Pokud jste se dosud ne bavili o tématech, o nichž chcete tvořit obsah, tak při rekapitulaci nic nenajdete. Stejně tak, pokud nejste povídací typ, tak je historie vaše komentářů stručná. V těchto případech vám nezbývá než začít sbírat obsah až teď.

10 tipů, kde sbírat obsah

Jakmile provedete historický průzkum, tak si **dejte předsevzetí, abyste si od teď ukládali každý zajímavý a užitečný e-mail a komentář.**

Nebo abyste se aspoň zastavili a zvážili, jestli to, co někomu píšete, má hodnotu.

Tento přístup vás, mimo jiné, **naučí psát hlubší a hodnotnější texty.** Když víte, že si je uložíte, tak se přirozeně snažíte, aby za něco stály. Navíc víte, že když tu věc vysvětlíte jednou a pořádně, tak tu odpověď můžete zkopírovat, až přijde stejný dotaz později. Nejen, že šetříte čas, ale také stoupne šance, že pomůžete dalším lidem, kterým byste jinak neodpověděli, protože byste třeba nestíhali.

Já za poslední roky nasbíral **stovky stran textu.** Kdybych každé téma rozepsal na délku, na kterou jsem zvyklý, tak bych mohl psát články dalších 30 let. Teď už jsem se přesunul k jiným tématům, ale přesto si stále ukládám všechny zajímavé komentáře. Nikdy nevím, kdy se hodí.

Prerekvizita pro sběr obsahu: Kecejte, šmírujte, archivujte

Pokud zatím nikde **nediskutujete**, třeba v oborových skupinách na sociálních sítích, tak **začněte.**

Je skvělé sbírat obsah v reálném světě (byť online), když se **bavíte s reálnými lidmi o reálných problémech.** Pak víte, že to, co budete sdílet, někdo skutečně *řeší*. Oproti tomu, pokud vymýšlíte témata ve vakuu, tak se může stát, že nikoho nezaujmu.

Ano, je to časový výdaj. A možná vás odrazuje i to, že ten komentář rychle zapadne. Když ale **píšete s tím, že si ten komentář uložíte a využijete** později, tak už to není ztráta času. Je to krok směrem k budoucímu obsahu.

Pokud se na diskutování necítíte, tak **aspoň pasivně sledujte** diskuse, komentáře a reakce na příspěvky. Sledujte, co zajímá vaše kolegy a potenciální klienty. Pozorný pozorovatel si může každý den všimnout několika skvělých námětů.

Také si odteď **archivujte veškeré přípravy** na přednášky, prezentace, streamy, rozhovory atd.

Obvykle je to tak, že první verze je několikrát delší než finální verze. Informace musíte protřídit, protože jsou méně kvalitní, nebo se nehodí pro dané publikum. Tak někdy v budoucnu můžete **vzít to nekvalitní a zkvalitnit to** (vylepšíte argumenty či podložíte lepšími zdroji), nebo vytvořit **obsah pro jiné publikum** (využijete to, co jste smazali).

Ted' vám dám 10 tipů, na co se zaměřit, protože to může sloužit jako zdroj pro váš budoucí obsah.

1) Odpovědi a rady

Především si ukládejte kvalitní odpovědi a přínosné rady.

Každého z nás se občas někdo na něco ptá, nebo nás žádá o radu. A když vás žádá někdo, komu fakt chcete pomoci, tak logicky odpovíte a poradíte tak, aby to bylo pro toho člověka přínosné.

A jakmile je něco **přínosné pro jednoho člověka**, může to být **přínosné pro tisíc dalších**.

Já začal blogovat ve chvíli, kdy jsem opakovaně odpovídal na podobné dotazy kolem Photoshopu a cítil, že už marním čas. Zároveň jsem ale lidem chtěl pomoci. Ale už ne tak, že budu do zblbnutí opakovat mé rady, nýbrž tak, že to jednou pořádně sepišu a pak už budu lidem posílat odkaz na článek. A takhle se zrodil blog [GrafickéTipy](#).

Dotazy ale nemusí směřovat přímo na vás. Sledujte třeba **opakující se otázky** v oborových skupinách. Já ve [FB skupině Grafici](#) vídal dotaz na to, zda je lepší být specialista, nebo generalista. Probíhaly kolem toho dlouhé diskuse, které tazatele obvykle víc zmátly. A tak jsem se do tématu ponořil, srovnal výhody a nevýhody obou přístupů a vytvořil z toho [hluboký článek o specializaci](#).

A ukládejte si i **nevyžádané rady**. I ty, co jste nesdíleli. Možná vás zaskočí přístup, argumenty anebo rady v nějakém článku, videu, nebo komentáři. Máte chuť zareagovat a poradit, že to dělají špatně a nabídnout jim lepší řešení. Deptá vás to. Ale zároveň víte, že když ten komentář napíšete, tak nejspíš rozpoutáte hádku, nebo na to ten člověk ani nezareaguje. Takže by to byla ztráta času.

Tak vám radím: tyhle nevyřčené nevyžádané rady si **pište aspoň pro sebe**. Prostě do prázdna zareagujte. Napište svůj komentář, ale nesdílejte ho, jen si ho uložte. Nejen, že vás to zklidní, ale třeba se k tomu časem vrátíte, komentář rozeberete více do hloubky a vznikne zajímavý obsah.

2) Co vás štve?

Sledujte témata, která vás štve. Za mě je to nejlepší technika na sběr nápadů pro obsah. Pokud vás něco štve, je to náповěda, že jde o *silné* téma. Že k němu máte silný vztah, nebo že je úzce spojen (anebo v rozporu) s vašimi hodnotami či znalostmi. Tak jako tak vás to nakopne a rozpovídá.

Mě obvykle štve, že **lidi něco nechápou, plácají nepravdy** a radí něco, co může ostatním uškodit.

Třeba mě štvalo, že si většina grafiků myslí, že je v pořádku a legální používat [loga z fotobank](#), i když není. A tak jsem o tom napsal článek.

Pak mě začalo štvat související téma: [plagiáty aneb kradení cizích log](#). Třeba překreslení něčího loga a provedení drobné úpravy. Spousta grafiků argumentovala, že to nikdo nezjistí, nebo že je to v pořádku, protože to logo upravili. A tak jsem k tomu napsal článek, do něhož jsem přizval ještě specialistku na ochranné známky [Jindru Šulcovou](#) a specialistku na autorské právo [Petru Dolejšovou](#).

Takže, **jakmile vás něco rozčílí** – ať už na internetu, nebo při osobním rozhovoru – tak se zastavte a **odložte si ty emoce a myšlenky** do poznámek. Pokud to štve vás, 100% to štve i někoho dalšího.

Nutno ale říct, že pokud vás štve nějaký trend a půjdete proti němu, tak počítejte s tím, že už z podstaty věci **někoho naštve** vy. Nejde jít proti proudu bez pocítění odporu. Na druhou stranu ale zaujmete ty, které ten proud štve taky.

3) Z čeho jste nadšení?

A teď opak frustrace. Sledujte náhlé vlny pozitivních emocí. **Náhlý příliv zaujetí poté, co zazní nějaké téma**. To je nápověda, že byste se tomu tématu měli věnovat a že vás bude bavit.

Radím **na tu vlnu naskočit okamžitě**. Hned si vypište všechno, co vás napadne.

Třeba tento článek vznikl tak, že na jednom Think Tanku [Na volné noze](#) mělo být hlavní téma Tvorba obsahu. A já se hned nadchnul. Tak moc, že jsem se plánoval nabídnout jako hlavní řečník. Pak jsem se *vypsal*, nadšení odpadlo a článek jsem odložil (už ani nevím proč). Potom mi ležel v šuplíku 2 roky, dokud jsem nebyl na božím [sraze Na volné noze](#), kde se opět mluvilo o tvorbě obsahu a kde jsem chytl extrémní nadšení přihodit mé rady. Nakonec jsem se zdržel, protože by těch rad bylo moc. Místo toho jsem se rozhodl, že se k článku vrátím a dokončím ho.

Pointou je, že kdybych před 2 lety nevyužil té vlny nadšení, tak nemám ten hrubý materiál (přes 20 stran), z něhož jsem pak čerpal. Jasně, mohl jsem navázat na to *nové* nadšení, ale v posledních letech už se tomu tématu tolik nevěnuji (byť plánuji návrat). Takže bych nesepsal tolik myšlenek a rad, jako tehdy, kdy jsem tím žil.

A sledujte i **nadšení z věcí, o kterých zatím nic nevíte**. Příkladem může být umělá inteligence. Jakmile přišel její boom, tak jsem věnoval spoustu času projíždění stovek, nebo možná tisíců nástrojů. Snažil jsem se zorientovat a najít, co by se dalo využít. Zatím sice neplánuji žádný článek, protože jsem se pořád ještě moc neorientoval, ale jsem moc rád, že jsem na tu vlnu nadšení nastoupil, protože teď už zase tak silná není.

Takže když vás zaujme něco nového, následujte to nadšení a **ponořte se do rešerše a experimentování**. Nadšení je ideální stav pro učení. Jste trpělivější, otevřenější a vidíte více souvislostí. Lépe a snáze to téma pochopíte. A pak ho můžete přetlumočit ostatním.

4) Co u nás chybí?

Sledujte se, když řešíte problémy. Kde hledáte řešení? Stává se, že **musíte prohledávat zahraniční zdroje**, protože u nás o tom **nikdo nepíše**? Nebo když už, tak je to povrchní a nepraktické?

Tak to je vaše příležitost. Udělejte si rešerši v angličtině, přihod'te vlastní rady a vytvořte pořádný český obsah.

Je stále spousta lidí, kteří nevládnou angličtinou (nebo neznají [DeepL](#) ani [Google Translator](#)) a tudíž jsou závislí jen na českých zdrojích. Nejen oni budou za váš obsah rádi.

To byl třeba jeden z důvodů, proč jsem napsal [článek o kreativě](#). V té době jsem na českém internetu nedohledal nic, co by mi vyložene pomohlo kreativitu pochopit a mít více nápadů. Tak jsem se toho ujal.

Z podobného důvodu jsem napsal [e-book o logách](#). Nenašel jsem žádný pořádný a přehledný zdroj pro začátečníky, který by ukázal, jak vlastně začít, jak o logách přemýšlet, jak připravit data klientovi a tak dále.

5) Co jste si uvědomili?

Všímejte si toho, když si **uvědomíte něco převratného**. Něco, díky čemu **změníte přístup** a co vám pak usnadní anebo zkvalitní práci či život.

Jakmile se to stane, hned si to uvědomění zapište. Každého občas napadne nějaké zlepšení, které zavedeme do praxe. Problém je, že si rychle zvykáme na nový normál. Už do **pár dnů je to samozřejmost**. Možná si i připadáme hloupě, že jsme to dříve dělali jinak. A za měsíc už si ani nevzpomeneme, jak jsme to dělali předtím. Pak nám to někdo pochválí a my se divíme, čemu se diví – vždyť je to samozřejmé.

Jenže není. Proto jsou uvědomění tak cenná. A proto byste každé uvědomění měli brát tak, že tam venku **budou tisíce lidí trpět, dokud se o to uvědomění nepodělíte**.

Tohle je vidět třeba u proměny životního stylu. Spoustu věcí jste si před X lety nedovedli představit a teď je to pro vás samozřejmost. A pokud jste si nevedli deníček, tak dost možná ani netušíte, jak jste tu proměnu překlenuli. A to je škoda, protože vaše poznatky by mohly **pomocť spoustě lidí, kteří se zatím ocitají před tou změnou**.

Takže se sledujte v práci i v osobním životě. Jakmile vaší myslí proběhne **geniální uvědomění**, že byste něco mohli dělat lépe, tak si **co nejlépe popište stávající stav**. To je důležité, abyste i později věděli, jak jste na tu věc nahlíželi dříve. Pak můžete ten předchozí stav zakomponovat do úvodu svého obsahu. O to spíše zaujmete ty, kteří jsou ve stejné situaci.

Nemusí jít o nic světoborného. Může jít o **nalezení klávesových zkratk** anebo **skrytých funkcí** uvnitř programů. Nebo o zjištění, že jste něco dělali zbytečně složitě a že to jde výrazně **zjednodušit**. To vše je super.

6) Co obhajujete?

Musíte se pravidelně obhajovat? Obvykle to začne otázkou *proč*. Někdo se vás nechápavě ptá, **proč něco děláte takhle a nikoli takto**? Proč kručíte pracujete zrovna v tomto programu? Proč kreslíte myši a nikoli na tabletu?

Ne všichni se obhajují rádi. Mnozí řeknou: *prostě mi to tak vyhovuje a tečka*. Ale někdy ten dotaz přijde od někoho, koho respektujeme, nebo v rámci širší diskuse, kde by bylo dobré odpovědět. A tak jste nuceni zformulovat smysluplnou obhajobu.

U obhajob je zajímavé, že když je zformulujete, tak leckdy **odhalíte, že tu věc děláte z jiných důvodů**, než jste si mysleli. Anebo že ten důvod sice platí, ale že je tam vlastně dalších nejméně 10 silnějších důvodů.

Obhajoby chování a přístupů jsou skvělé ještě z dalšího důvodu. Souvisí to s tím rychlým navyknutím na nové chování. Něco si třeba oblíbíme a pak to děláme dalších 10 let. Funguje nám to, takže co do toho mají ostatní co kecat?

Jenže, když jste nuceni do formulace důvodů a začnete srovnávat svůj přístup s jiným přístupem, tak **možná zjistíte, že ten druhý přístup je vlastně lepší**. Nevěříte svým očím a cítíte se trapně, že jste 10 let dělali něco jen ze zvyku. A v tento moment zažijete to opravdu silné uvědomění.

Tak jako tak vznikne obsah. Buďto sepíšete **pádnou obhajobu** vašeho přístupu, což pomůže těm, kteří váš přístup nezkusili anebo se báli, že je na nic – těm ukážete, že je super. Nebo se obhajoba promění

v **uvědomění, že je váš přístup špatný**. Rovnou to uvědomění umístěte na úvod svého obsahu, protože pokud jste se vyvedli z omylu vy, jistě vyvedete z omylu i někoho dalšího.

Já třeba občas musím obhajovat tyto postoje a přístupy:

- Proč vyžadují, aby mi klienti v rámci [zadání](#) posílali i ukázky preferencí
- Proč klientům nabízím spoustu nápadů místo jednoho
- Proč mám [dotazník](#) ve Wordu a ne online
- Proč chodím na e-mail až po poledni
- Proč nerad pracuji přes prostředníky
- Proč jsem [e-book](#) sdílel zdarma
- Proč nerad volám

7) Mýty, nepochopení a jiné pohledy

Nééé, to je nesmysl. Nééé, takhle to není. Nééé, to už se dávno vyvrátilo.

Říkáte si to někdy? Pokud narážíte na **mýty a nepochopení**, tak na to zareagujte. Vysvětlete to a uveďte věci na pravou míru.

Mýty nám brání žít tak, abychom naplňovali svůj potenciál. Mýty kolem zdraví lidem brání žít zdravě, protože životní styl přizpůsobují informacím, které nikdy neplatily. Podobné mýty mohou být u komunikace, naceňování, vyjednávání, focení a tak dále.

Víte o nějakých mýtech? Vyvráťte je.

Nebo nemusí jít přímo o mýty. Možná jen nechápete, **proč se nějaké téma neustále řeší z jednoho úhlu**. Víte, že to není tak prosté a že je spousta dalších faktorů, co tu věc ovlivňují. Zkrátka že je tam spousta ALE. Tak ty ALE ukažte. Otevřete lidem oči.

8) Magie

Na mýty navazuje *magie*. Víte o něčem, co se **lidem zdá magické**, ale přitom je to logicky vysvětlitelné a řídí se to nějakými pravidly?

Já třeba dříve věřil, že **kreativita** je magická a nepředvídatelná. Pak jsem [o ní začal psát článek](#) se souborem tipů, co mi pomáhají při vymýšlení nápadů. A abych článek uvedl, tak jsem chtěl přidat trochu teorie. Ponořil jsem se tedy do rešerše a zjistil, že kreativita magická není. Že už i neurověda potvrdila, že [kreativita je proces](#), který jde řídit.

To bylo největší a nejpřínosnější procitnutí mé kariéry, které mi umožnilo ten proces vyladit. Teď už chodím nápadům naproti, je jich mnohem více a jsou mnohem zajímavější. Navíc jsem za 6 let už nezažil *kreativní blok*, zatímco dříve jsem ho míval často. Dnes už mě nikdo nepřesvědčí o tom, že kreativní blok vůbec *existuje*. Existuje jen neznalost toho, jak převzít kontrolu nad kreativitou.

V každém případě, na mé články o kreativitě a [mé video o kreativních rituálech](#) mi stále chodí chvála od lidí, kteří se díky mně prý naučili ovládat svou kreativitu, takže mají mnohem více nápadů.

Pokud tedy i vy víte o něčem, co se považuje za magické, avšak to magické není, podělte se o to.

Případně, jako já, pokud sami věříte, že něco magické opravdu *je*, tak si udělejte rešerši a třeba teprve zjistíte, že to tak vlastně není.

9) Zpětná vazba

Dáváte ostatním zpětnou vazbu? Ukládejte si ji a pak **sledujte společné znaky**. Jaké chyby se dělají nejčastěji? Hned máte námět na článek.

Já prošel historií zpráv, co mi chodily od grafiků, kteří ode mě chtěli názor na logo anebo přímo radu, co vylepšit. Provedl jsem to v rámci

přípravy na [stream s Kreativníma Kreaturama](#), kde jsem právě dával zpětnou vazbu k logům od několika odvážných zájemců.

Do bodů jsem si vypsal nejčastější chyby a pak je vyloženě hledal v těch logách, co mi dorazila a která jsem měl zhodnotit. Samozřejmě jsem ke každému logu přidal i originální zpětnou vazbu, ale ten základ vyšel z těch starých argumentů.

Co vy? Dáváte občas někomu **konstruktivní kritiku**? Tak si ji ukládejte do budoucna. Aspoň tu, kde máte pocit, že půjde zobecnit a přenést i na práci ostatních.

10) Vysvětlování své práce

Sledujte, co často lidem vysvětlujete ohledě své práce. Možná lidé vůbec **nerozumí, co přesně děláte**. Nebo tu práci **děláte jinak** než ostatní. Tak to vysvětlete veřejně.

Pokud možno z toho ale **nedělejte prostou reklamu** na vaše služby. Ideálně by to mělo být **zajímavé a přínosné**.

Moji klienti se třeba občas diví, proč potřebuji znát tolik věcí pro tvorbu loga. A tak jsem napsal [článek o tvorbě zadání](#), kde jsem to všechno vysvětlil.

30 námětů pro inspiraci

Tak. Teď už víte, kde a jak obsah sbírat.

Půjde-li vše dobře, tak velmi rychle nasbíráte náměty na desítky témat. A z mé zkušenosti ty **náměty budou spíše přibývat než ubývat**. Čím více témat rozebíráte, tím více detailů si všímáte, tudíž nacházíte další a další podtémata.

Kdybyste se ale **časem zasekli**, tak přidávám **náměty pro inspiraci**. Včetně konkrétních příkladů. Žádné téma nekrad'te. Jen se inspirujte *typem* témat. Tady máte 30 námětů:

1) Jak trénovat nějaký obor:

- [Tréninkový plán pro logotvůrce \(Logotvurce.cz\)](http://Logotvurce.cz)
- [Jak se zlepšit v kreslení \(Illustrator.cz\)](http://Illustrator.cz)
- [Jak se naučit psát \(MladyPodnikatel.cz\)](http://MladyPodnikatel.cz)
- [Jak začít s copywritingem \(VladimirVanecek.cz\)](http://VladimirVanecek.cz)

2) Zkušenosti s vyhořením a workoholismem:

- [Překonání stagnace a zabránění vyhoření \(Logotvurce.cz\)](http://Logotvurce.cz)
- [Syndrom vyhoření – jak se mu bránit? \(CodeOfLife.cz\)](http://CodeOfLife.cz)
- [Vyhoření: prevence je lepší než léčba \(WelcomeToTheJungle.cz\)](http://WelcomeToTheJungle.cz)
- [A pokud neumřela, pracuje dodnes \(TesneVedle.com\)](http://TesneVedle.com)
- [Jak předcházet workoholismu, stresu, přetížení a vyhoření \(Tomáš Rektor\) \[Video\]](#)

3) Pozor na...

- [Na co si dát pozor při přechodu na nový web \(Proficio.cz\)](http://Proficio.cz)
- [Rebranding a redesign: na co si dát pozor? \(Focus-Age.cz\)](http://Focus-Age.cz)
- [Loga z fotobank a podobných služeb \(Logotvurce.cz\)](http://Logotvurce.cz)
- [Komu patří vaše logo? \(JindraSulcova.cz\)](http://JindraSulcova.cz)

4) Na co myslet:

- [10 bodů, které byste měli zkontrolovat před spuštěním e-shopu \(Vceliste.cz\)](#)
- [12 otázek, které byste si měli položit, než poptáte redesign webu \(PuxDesign.cz\)](#)
- [66 otázek, které si musí položit zadavatel i tvůrce loga \(Unie-Grafickeho-Designu.cz\)](#)
- [Co musíš vědět o crowdfundingu? Drž se těchto zásad a úspěch tě nemine \(Pointa.cz\)](#)

5) Mýty:

- [Mýty o první pomoci \(Prpom.cz\)](#)
- [3 populární omyly o práci na volné noze \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [6 nejčastějších mýtů o práci na volné noze \(Freelance.cz\)](#)
- [7 častých pověr o pasivním příjmu \(MadlaCevelova.cz\)](#)
- [10+1 UX mýtů \(Ilinev.com\)](#)

6) Recenze knih:

- [CoČtu.cz](#)
- [Má hluboká práce \(Lifehacky.cz\)](#)
- [Buď chytrější, čti knížky! \(Petr Mára\) \[Video\]](#)
- [Kniha měsíce \(Red Button\) \[Playlist\]](#)

7) Srovnání či doporučení aplikací, nástrojů, gadgetů..

- [Top 7 aplikací pro vyšší produktivitu \(Fintree.cz\)](#)
- [Scribe pluginy pro Adobe Illustrator \(GrafickeTipy.cz\)](#)
- [Snění o lepším spánku: Dreem, Oura a ti druzí \(Lifehacky.cz\)](#)

7) Proč...

- [Proč pořád kreslím nějaké myšlenkové mapy \(Kreslirka.cz\)](#)
- [Proč je grafický design užitečný \(Unie-Grafickeho-Designu.cz\)](#)
- [Proč být na LinkedIn? \(Lucie.Vaclavkova.com\)](#)

8) Nejčastější chyby:

- [Nejčastější chyby při návrhu mobilního a responzivního webu \(KvasnickaJan.cz\)](#)
- [10 nejčastějších chyb na webu \(Ilinev.com\)](#)
- [10 chyb, které dělá v angličtině každý začátečník \(Brona.cz\)](#)
- [17+1 největších chyb při blogování \(DanielKrizak.cz\)](#)
- [Pět nejčastějších chyb v online propagaci a jak se jich vyvarovat \(Pointa.cz\)](#)

9) Zajímavé návyky:

- [Můj život v týdnech \(DanielGamrot.cz\)](#)
- [Návyky úspěšných profesionálek \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [Jeden z mých prvních rituálů dne – ranní čára \(Kreslirka.cz\)](#)

10) Work-life Balance:

- [Work-life balance máme díky cestování v karavanu perfektní \(E15.cz\)](#)
- [Výzva: Jak dosáhnout work-life balance? \(Forbes.cz\)](#)
- [Work-life balance: Jak úspěšně skloubit práci a osobní život? \(GymBeam.cz\)](#)

11) Cenotvorba a finance:

- [Cenotvorba pro kreativce \(Michael Petrus\) \[Video\]](#)
- [Noví klienti a individuální naceňování zakázek \(Jan Bien\) \[Video\]](#)
- [Kolik doopravdy stojí hodina práce freelancera? \(Petr Pouchlý\) \[Video\]](#)
- [Jak oznámit zdražení a nepřijít o klienty \(Ilinev.com\)](#)
- [Finanční plán \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [Cenotvorba: je to v hlavě \(Cevelova.cz\)](#)

..

12) Jak vybrat...

- [Jak si vybrat grafický tablet? \(DrawPlanet.cz\)](#)
- [Jak vybrat digitální fotoaparát \(Megapixel.cz\)](#)
- [Jak vybrat skateboard \(Honzovy-Longboardy.cz\)](#)
- [Jak vybrat nástroj pro projektový management \(NastrojeProWeb.cz\)](#)

13) X vs. Y / Ano nebo ne:

- [Specialisté vs. Generalisté \(Logotvurce.cz\)](#)
- [Synchronní vs. asynchronní psaní poznámek \(EliskaSestakova.cz\)](#)
- [Adobe vs. Corel vs. Affinity \(Artster.cz\)](#)
- [Mít či nemít na webu ceník? \(PunkovePodnikani.cz\)](#)
- [Potřebuje freelancer logo? \(JiriChlebus.cz\)](#)

14) Ukázka postupu spolupráce:

- [Proces tvorby ilustrátora Michaela Petruse \(MichaelPetrus.com\)](#)
- [Jak probíhá zakázka? \(ArtBlock\)](#)
- [Jak probíhá copywriting \(Copyto.cz\)](#)
- [Boží spolupráce pokračuje s Travel jobs \(Kreslirka.cz\)](#)
- [Noví klienti a proces kreativní zakázky \(Michael Petrus\) \[Video\]](#)

15) Ukázka procesu tvorby:

- [Jak jsme rebrandovali zavedenou značku \(JohnyhoZapisky.cz\)](#)
- [Když pracujete pro skauty, stanete se skautem \(LumirKajnar.wordpress.com\)](#)
- [Plzeňský Prazdroj vs. vizuální smog \(VeronikaRut.com\)](#)
- [Je jednoduché vytvořit jednoduché logo? Případovka loga CoroVent. \(JiriChlebus.cz\)](#)
- [Jak jsem psal knihu \(Robert Vlach\)](#)

16) Zadání pro práci:

- [Bez zadání to nejde \(Logotvurce.cz\)](#)
- [Brief zdarma \(OttoBohus.cz\)](#)
- [Kreativní zadání \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [Na co se ptát klientů, abyste jim \(i sobě\) zlepšili byznys \(Ilinev.com\)](#)
- [Jak připravit zadání tvorby webu \(SimonJun.cz\)](#)

17) Návod / Manuál / Tutoriál:

- [Jak se stát mistrem návyků \(HanaJadavan.cz\)](#)
- [Jak vytvořit vlastní podcast \(DanTrzil.cz\)](#)
- [Online studio krok za krokem \(Dan Gamrot\) \[Video\]](#)
- [Jak psát úspěšný blog? \(PetrKrauz.com\)](#)
- [Jak napsat nejlepší slogan \(NejlepsiCopywriter.cz\)](#)
- [Jak na e-shop od nápadu až po spuštění \(e-legal.cz\)](#)

18) Zkušenosti na volné noze:

- [Pár dobrých rad do podnikání na volné noze \(Michael Petrus\) \[Video\]](#)
- [25 let na volné noze \(Ilinev.com\)](#)
- [Mých 10 největších omylů na volné noze \(TesneVedle.com\)](#)
- [8 let podnikání a 5 mouder z nich \(LukasPitra.cz\)](#)
- [Rok 2020 na volné noze \(Petr.Vaclavek.com\)](#)

19) Rozhovory:

- [Rozhovory s volnonožci Na volné noze](#)
- [Proti Proudu s Danem Tržilem](#)
- [Deep Talks u Petra Ludwiga](#)
- [Brocast rozhovory](#)

20) Jak začít:

- [Od UČO k IČO \(NaVolneNoze\) \[Playlist\]](#)
- [Jak získat první zakázky na volné noze \(MladyPodnikatel.cz\)](#)
- [Kde může začínající grafik získat první zakázky? \(Illustrator.cz\)](#)
- [Jak začít s copywritingem \(Obsahova-Agentura.cz\)](#)
- [Jak začít s otužováním \(CodeOfLife.cz\)](#)
- [Jak na lucidní snění \(Jan Skryja\) \[Video\]](#)

21) Ukázka práce s nástroji a aplikacemi:

- [Streamdeck \(Logotvurce.cz\)](#)
- [Na myši záleží \(GrafickeTipy\)](#)
- [Implementujeme digitální zettelkasten \(EliskaSestáková.cz\)](#)
- [Poznámky v Obsidian – Nejlepší informační systém \(Dan Gamrot\) \[Video\]](#)
- [Můj kompletní produktivní workflow 2022 \(Jiří Benedikt\) \[Video\]](#)
- [Vyhledávání na Google – Zlepšete ho za pár minut \(Dan Gamrot\) \[Video\]](#)

22) Jak prezentovat svou práci:

- [Jak prezentovat svou práci klientovi a šéfovi \(Ilinev.com\)](#)
- [Jak efektivně prezentovat kreativní práci klientovi \(Kreativní Kreatury\) \[Video\]](#)

23) Jak šetřit čas při práci:

- [10 tipů, jak šetřit čas \(Logotvurce.cz\)](#)
- [6 kroků, jak ušetřit čas v práci a získat každý den hodinu navíc \(Lamael.cz\)](#)
- [Jak ušetřit čas při práci na počítači a mobilu? Expandujte texty \(Podnikatel.cz\)](#)
- [Užitečné nástroje, které šetří čas \(nejen\) copywriterům \(MiladaZemanova.cz\)](#)

24) Home office a práce na dálku:

- [Práce doma \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [Home office – soustředění a plánování práce \(DanielGamrot.cz\)](#)
- [Práce na volné noze a kolotoč zvaný home office \(DeFree.cz\)](#)
- [Vše, co jste chtěli vědět o digitálním nomádství \(DanTrzil.cz\)](#)
- [Práce v přírodě \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [Práce ve vlaku \(NaVolneNoze.cz\)](#)

25) Tip na X článků / videí / ...

- [8 tipů na články o produktivitě \(PunkovePodnikani.cz\)](#)
- [Tip na 100 kurzů, co nakopnou vaše podnikání \(Michelle Losekoot\)](#)
- [Nejlepší YouTube kanály pro studium angličtiny \(Brona.cz\)](#)
- [6 přednášek, které musí vidět každý \(dobrý\) logo designer \(JiriChlebus.cz\)](#)

26) Cvičení:

- [7 cvičení pro tvorbu osobní vize \(HanaJadavan.cz\)](#)
- [Cvičení tvůrčího psaní \(ReneNekuda.cz\)](#)
- [10 her a cvičení, jak rozvinout kreativitu? \(ZijuUspesne.cz\)](#)

27) Praktické tipy:

- [10 tipů pro logotvůrce \(Logotvurce.cz\)](#)
- [Osobní produktivita 30krát jinak \(Dan Gamrot\)](#)
- [15 nápadů, čím jako autor plnit sociální síť \(Pointa.cz\)](#)
- [6 rad, díky kterým ti na sítích bude líp \(TesneVedle.com\)](#)
- [31 copywriting tipů z psychologie \(Ilinev.com\)](#)
- [21 tipů pro lepší uživatelské rozhraní od UX designéra \(VzhuruDolu.cz\)](#)
- [5 slovníků, které pomůžou vylepšit vaše texty \(Veznik.cz\)](#)

28) X věcí / X pravidel / X ...

- [100 věcí, které by měl znát \(UX\) designér \(Ilinev.com\)](#)
- [Desatero osobní IT bezpečnosti \(NaVolneNoze.cz\)](#)
- [10 pravidel pro firemní název, jímž si podmaníte ČR i svět \(NejlepsiCopywriter.cz\)](#)

29) Fuck-upy a nezdary:

- [FuckUp Nights Prague](#)
- [Co jsem podělal v roce 2016? \(VzhuruDolu.cz\)](#)
- [Co jsem podělal na volné noze \(Piskot.info\)](#)

30) Volnočas, seberozvoj a zdraví

- [Jak vlít radost do žil a klid do duše \(OttoBohus.cz\)](#)
- [Jak jsem se naučila znovu číst \(TesneVedle.cz\)](#)
- [Cesta vnitřního vítěze \(Pavel Moric\) \[Video\]](#)
- [Vymezení hranic a říkání NE \(Hana Ondrušková\) \[Video\]](#)
- [Trochu Lepší](#)
- [Janka Chudlíková](#)
- [Brain We Are](#)
- [Code of Life](#)

Pokud ani to nepomohlo, tak mrkněte na dalších [50 námětů od Včeliště](#).

Nestačí? Zkuste speciální obsah

To byla témata. Teď se ještě podívejme na podobu. Nemusíte se držet jen tradičních článků, videí, podcastů či newsletterů. Obsah může mít nekonečno podob. Zkuste třeba:

1) **E-booky** – Kvalitní e-booky, zvláště ty zdarma, jsou vzácné. Pokud máte opravdu hodně co říct, tak nějaký e-book vytvořte. Téměř jistě se bude skvěle sdílet. Mně nejlépe zafungoval [e-book o Logotvorbě](#). Mám ale ještě o [Matte Paintingu](#) a o [Sebepoznání](#). Pro další inspiraci, skvělé e-booky k marketingu má třeba [Včeliště](#). Nebo e-book od Michaely Weikertové [365 Copy Triků](#).

2) **Checklisty** – Ty jsou velmi oblíbené. Já vytvořil třeba [Kreativní Checklist](#) pro nakopnutí kreativity, nebo checklist k tomu, [co zkontrolovat na svém logu](#). Pro další inspiraci mrkněte třeba na [SEO checklist \(Taste.cz\)](#), [UX checklist \(Iincev.com\)](#), nebo checklist [kontroly před spuštěním webu \(LukasPitra.cz\)](#).

3) **Seznamy zdrojů** – Vytvořte tematický rozcestník zdrojů, který začátečníkům usnadní se zorientovat. Já vytvořil [seznam grafických zdrojů](#) plný webů, nástrojů, knih, článků, rozhovorů a tak dále. Kluci z Kreativních Kreatur připravili podobný seznam zdrojů k [sebevzdělávání v grafice](#). Otto Bohuš sdílel [seznam zdrojů pro copywritery](#). Petr Krauz sdílel [seznam zdrojů k SEO](#). Nebo Tomáš Sobel sdílel přehled, [kde se inspirovat, když chcete začít dělat podcast](#).

4) **Myšlenkové mapy** – Zejména vizuálně založení lidé zbožňují mindmapy. Já třeba vytvořil [myšlenkovou mapu](#) pro můj [rozhovor Na volné noze](#). Inspiroval mě rozhovor s designerem [Jirkou Tvrdkem](#), který vytvořil podobnou [mindmapu](#). Myšlenkové mapy jdou ale vytvořit k čemukoli. Jsou skvělé pro rychlé ukázání struktur a vztahů a mezi tématy.

5) **Playlisty** – Seznamy videí či hudby. Já vytvořil playlist s videí o [psaní, editování a propagování knih](#). Také jsem vytvořil spoustu playlistů s [hudbou k práci](#). A taky playlist videí o [sebepoznání](#). Moc často nevidím, že by lidé sdíleli playlisty, ale za mě je to boží alternativa k seznamu zdrojů. Když projdete stovky až tisíce videí a ponecháte jen pár procent těch nejlepších, lidé to docení.

6) **Doporučení** – Vytvořte seznam kolegů, které doporučujete. S kým se vám dobře spolupracuje, nebo u koho víte, že odvádí kvalitní práci. Nejen, že to pomůže laikům, kteří ani nevědí, kde hledat profesionály v daném oboru. Posílí to i vaši kolegiálnítu. Kolegům uděláte radost a třeba vám to někdy oplatí. A navíc vám to ušetří spoustu času. Až nebudete stíhat, stačí klienty odkázat na ten seznam. Já vytvořil [PDF seznam grafiků](#). Konzultant Lukáš Pítra zase [podobný seznam](#) sdílí na webu.

7) **FAQ** – Často kladené otázky. Můžete třeba každý měsíc sdílet odpovědi na top 10 otázek, co vám přišly. Nebo na webu vytvořte podstránku s nejčastějšími otázkami. Třeba Besteto mají na webu [často kladené otázky v online marketingu](#).

8) **Dotazníky** – Používáte při vaší práci dotazníky? Podělte se o ně. Já sdílel svůj [Logodotazník](#). Lidé mi ho dříve vykrádali, což mě štvalo. Pak mi ale došlo, že samotné otázky jsou k ničemu, dokud člověk neví, jak s nimi pracovat. A tak jsem dotazník nasdílel veřejně.

9) **Slovníky pojmů** – Seskupte termíny a fráze z vašeho oboru. Hlavně ty, kterým lidé moc nerozumí, nebo je ani neznají. Pár příkladů: [Copywriting od A do Z \(Pavel Šenkapoun\)](#), [Slovník pojmů kolem tisku a sazby \(DeTePe.sk\)](#), nebo [Slovníček pojmů z oblasti práce \(Prace.rovnou.cz\)](#).

10) **Seznamy klávesových zkratk** – Zejména pracujete-li se speciálním a komplexním softwarem, tak se podělte o klávesové zkratky. Mohou lidem ušetřit spoustu času a energie. Například: [Klávesové zkratky v Excelu \(Lasakovi.com\)](#), [Win10 zkratky \(GeekLife.cz\)](#), nebo [33 zkratk pro Photoshop \(DigiArena\)](#).

11) **Analýzy** – Zajímavá analýza může kdekoho zaujmout a inspirovat. Já třeba v jedné přednášce [analyzoval 7 let poptávek](#), abych zjistil, odkud nejčastěji přicházejí.

12) **Šablony, makra, skripty, zdrojové soubory**. Podělte se o věci, co vám usnadňují práci a šetří čas. Můžete sdílet všemožné šablony do rozmanitých programů, nebo například [skripty \(DeTePe.sk\)](#), [přednastavení pro fotografy \(Petr Doležal\)](#), nebo [akce do Photoshopu \(Tutsplus.com\)](#). Já třeba sdílel [Photoshopové zdojáky](#) k několika mým fantasy fotomontážím.

Závěr

Tak. Snad už máte více nápadů, než kolik jste měli před chvílí. Něco vyberte a zpracujte to. Pak vyberte další. Potom další. A takhle to

opakujte donekonečna.

Nejtěžší je naučit se sbírat obsah a obecně vnímat, co všechno může být obsah. S tím jsem vám snad pomohl. Jistě vás napadnou dočista jiná témata i jiné typy obsahu, než tu zazněly. Kreativě se meze nekladou.

A pokud by vás tvorba obsahu chytla, rozhodně doporučuji sledovat již zmíněný podcastový seriál [Tvůrcast od Martina Kavky](#). Je boží a jistě tam najdete spoustu další inspirace.

Tvorbě obsahu zdar!