



BEWIT Creator Program

Návod pro tvůrce obsahu, influencery a ambasadory

Sdílejte. Neprodávejte

Ing. Jiří Černota
CEO a zakladatel BEWIT

Obsah

Proč tato kniha vznikla	4
Proč BEWIT vznikl jinak	7
Proč staré marketingové modely přestávají fungovat	10
TRUE AFFILIATE — model budoucnosti	14
BEWIT Creator Program	18
Tři role tvůrců	21
Jak tvořit obsah, který lidem pomáhá	23
100 nápadů na obsah	27
Co nedělat	33
Jak může tato cesta změnit život	35
Manifest tvůrce BEWIT	38
Výzva pro tvůrce	39

*Sdílejte pravdu.
Budujte důvěru.
Inspirujte ostatní.*

*Největší marketingová síla
na světě není reklama.
Je to důvěra mezi lidmi.*

*A právě na ní stojí
budoucnost tvůrců obsahu.*

01

Proč tato kniha vznikla

Svět se změnil.

Ještě před několika lety rozhodovaly o úspěchu značek především marketingové rozpočty. Kdo měl více reklamy, byl více vidět.

Dnes je realita jiná. Lidé stále méně věří reklamě. A stále více věří lidem. Tvůrcům. Influencerům. Lidem, kteří sdílejí vlastní zkušenost.

Vzniká tak nový typ ekonomiky.

Ekonomika důvěry.

V této ekonomice nerozhoduje jen cena produktu nebo síla reklamy. Rozhoduje autenticita, hodnoty a dlouhodobý vztah.

A právě proto vznikla tato kniha.

Nejde jen o spolupráci

Tato kniha není klasický návod, jak propagovat produkty.

Je to průvodce pro lidi, kteří chtějí tvořit obsah s hlubším smyslem.

Pro lidi, kteří:

- chtějí sdílet to, čemu věří
- chtějí budovat důvěru
- chtějí tvořit obsah, který má hodnotu
- chtějí vytvářet příjem bez manipulace a tlaku

Internet vytvořil prostor, kde může téměř každý sdílet své zkušenosti. Ale zároveň vznikl i obrovský hluk.

Tisíce reklam.

Tisíce doporučení.

Tisíce „zaručených produktů“.

V takovém světě má skutečnou hodnotu jen jedna věc.

Důvěra.

Proč vznikl BEWIT Creator Program

BEWIT vznikl jako projekt postavený na kvalitě, přírodě a dlouhodobé odpovědnosti. Od začátku jsme věděli, že nechceme budovat firmu založenou na tlaku. Nechtěli jsme vytvářet systém, kde lidé musí přesvědčovat své okolí. Nechtěli jsme model, kde marketing nahrazuje realitu. Chtěli jsme něco jiného.

System, ve kterém:

- produkt ob stojí sám
- doporučení vychází ze zkušenosti
- spolupráce je dobrovolná
- důvěra vzniká přirozeně v čase

Právě proto vznikl BEWIT Creator Program. Program pro tvůrce obsahu, influencersy a ambasadory, kteří chtějí sdílet produkty jinak - přirozeně, autenticky a bez tlaku.

Proč může tato cesta změnit život

Možná to zní odvážně.

Ale je to pravda.

Když člověk začne tvořit obsah založený na hodnotách, děje se něco zvláštního. Postupně se mění nejen jeho práce. Mění se i jeho život.

Začne více přemýšlet o tom:

- co doporučuje
- jaké produkty používá
- jaké hodnoty reprezentuje
- jaký svět vlastně pomáhá vytvářet

Paul Brunton napsal krásnou větu: „*Změňme sebe a změníme svět.*“

Možná právě proto vznikl BEWIT. A možná právě proto vznikla i tato kniha.

Protože svět nepotřebuje více reklamy. Potřebuje více pravdy.

Pravda vytváří důvěru. A důvěra je základem každého dlouhodobého vztahu. Pravda zároveň vytváří službu. Když člověk sdílí něco, čemu opravdu věří, nepřesvědčuje — pomáhá.

Právě proto je pravda nejsilnější formou marketingu. Není potřeba ji tlačit. Stačí ji žít a sdílet. Lidé ji poznají.

Možná právě proto se dnes marketing znovu vrací k tomu nejstaršímu principu lidské společnosti: k důvěře mezi lidmi. A právě na tomto principu stojí i BEWIT Creator Program.

Sdílejte pravdu.

Budujte důvěru.

Inspirujte ostatní.

Protože někdy může jediná upřímná zkušenost změnit víc než tisíc reklam. Pravda je největší marketingová síla, jaká existuje.

02

Proč BEWIT vznikl jinak

Když vznikají nové firmy, většinou začínají podobně; najde se produkt → vytvoří se marketing → spustí se prodej. BEWIT vznikl trochu jinak.

Na začátku nebyla otázka: „*Jak něco prodat?*“

Na začátku byla jiná otázka: „*Jak vytvořit produkty, které budou opravdu stát za to sdílet?*“ To je zásadní rozdíl.

Mnoho firem dnes investuje obrovské prostředky do marketingu, aby přesvědčily zákazníky o kvalitě svých produktů. BEWIT chtěl jít opačnou cestou. Nejdříve vytvořit kvalitu. A teprve potom o ní mluvit.

Návrat k přírodě

Moderní svět je plný syntetických látek; jsou v potravinách, v kosmetice, v domácnosti. Mnoho lidí dnes cítí, že se tím vzdaluje něčemu přirozenému. Proto stále více lidí hledá cestu zpět k přírodě.

Ne jako módní trend. Ale jako návrat k něčemu, co lidstvo znalo po tisíce let. K rostlinám, přírodním látkám. K přirozené harmonii mezi člověkem a světem kolem něj. BEWIT vznikl právě z této myšlenky.

Kvalita před marketingem

Ve světě dnešního marketingu často platí jednoduché pravidlo: Nejvíce se prodává to, co je nejvíce vidět. Ale viditelnost ještě neznamena kvalitu. BEWIT vznikl s jiným přístupem.

Nejdříve vytvořit produkty, které obstojí samy. Produkty, které nepotřebují agresivní reklamu. Produkty, které lidé doporučují proto, že s nimi mají skutečnou zkušenost.

Tak vznikla filozofie: **Pravda je nejlepší marketing.**

100 % příroda

Jedním z klíčových principů BEWIT je jednoduché pravidlo:

100 % příroda,

0 % syntetických aditiv na bázi ropy.

To není marketingový slogan, je to vědomé rozhodnutí. Rozhodnutí jít někdy složitější cestou. Rozhodnutí odmítnout levné syntetické náhražky. Rozhodnutí hledat kvalitu i tam, kde je to náročnější.

Proč? Protože příroda má svou vlastní inteligenci.

A právě v této inteligenci se skrývá síla, kterou lidé objevují už tisíce let.

Ekosystém přírodních produktů

BEWIT nikdy nevznikl jen jako značka jednoho typu výrobků.

Postupně vznikl celý ekosystém přírodních produktů, které spolu vytvářejí jeden celek. Dnes jde o několik tisíc vlastních výrobků, které pokrývají různé oblasti každodenního života. Od esenciálních olejů a aromaterapie přes výživu a doplňky stravy až po kosmetiku, vůně a další produkty inspirované přírodou.

Cílem nikdy nebylo vytvořit jen jednotlivé produkty. Cílem bylo vytvořit ucelený svět, ve kterém může člověk objevovat přirozené cesty péče o tělo, mysl i prostředí kolem sebe.

Svět esenciálních olejů

Jedním z pilířů tohoto světa jsou esenciální oleje.

Aromaterapie je fascinující obor. Každá rostlina má svůj charakter, každá vůně má svůj příběh. Každá kombinace může vytvářet jinou atmosféru. Proto v BEWIT postupně vznikla nejširší kolekce vlastních směsí esenciálních olejů na světě.

BEWIT dnes nabízí 250 vlastních směsí esenciálních olejů a v této oblasti se stal světovou jedničkou. Každá směs má svůj charakter, svůj příběh a své použití. Pro tvůrce obsahu to znamená jedinečnou věc;

Nekonečný zdroj inspirace.

Jiný typ firmy

BEWIT nikdy neměl ambici být jen další značkou na trhu. Od začátku šlo o něco jiného. O vytvoření prostoru, kde se mohou potkat:

- kvalitní produkty
- autentické doporučení
- komunita lidí, kteří sdílejí podobné hodnoty

Nechtěli jsme vytvářet firmu založenou na tlaku ani systém, ve kterém lidé musí přesvědčovat své okolí. Chtěli jsme model, kde doporučení vzniká přirozeně. Model, kde lidé sdílejí to, co sami používají a kde důvěra roste postupně.

Značka založená na důvěře

Dlouhodobě může přežít jen jedna věc: důvěra.

Důvěra zákazníků.

Důvěra komunity.

Důvěra mezi lidmi.

Bez ní se marketing mění jen v krátkodobý hluk.

S důvěrou může vzniknout něco mnohem většího — společenství lidí, kteří sdílejí podobné hodnoty.

Právě proto BEWIT nevznikl jen jako značka produktů. Vznikl jako projekt postavený na jednoduché myšlence: Pravda vytváří důvěru → důvěra vytváří budoucnost. **A právě zde začíná nová kapitola**

Pokud je důvěra základem, pak se přirozeně mění i způsob, jakým lidé spolupracují. Staré marketingové modely byly postaveny na reklamě, tlaku a jednorázovém prodeji.

Nová doba přináší jiný přístup. Přístup založený na sdílení, komunitě a dlouhodobých vztazích. Právě z této myšlenky vznikl model, který BEWIT nazývá **TRUE AFFILIATE**. Model spolupráce pro novou dobu.

03

Proč staré marketingové modely přestávají fungovat

Marketing prochází jednou z největších proměn v historii. Ještě před několika lety fungoval svět poměrně jednoduše. Firmy vyráběly produkty, kupovaly reklamu a zákazníci reklamu sledovali. Model byl jednoduchý: **firma → reklama → zákazník**. Tento model fungoval desítky let, postupně ale začal ztrácet svou sílu.

Krize důvěry

Lidé jsou dnes obklopeni obrovským množstvím reklamy. Reklamy jsou na internetu, sociálních sítích, ve videích, na ulicích. Problém je, že reklama přestala být vzácná. Stala se všudypřítomným hlukem. A když je něčeho příliš, lidé tomu přestávají věnovat pozornost.

Postupně se tak začalo dít něco velmi zajímavého. Lidé začali méně věřit reklamám a začali více věřit lidem.

Síla osobní zkušenosti

Když někdo vidí reklamu, ví, že za ní stojí marketing.

Když ale někdo sdílí vlastní zkušenost, vzniká něco jiného. Vzniká důvěra.

Proto dnes stále více lidí objevuje produkty jiným způsobem. Ne skrze reklamu, ale skrze:

- doporučení
- osobní zkušenost
- komunitu

Právě tady začíná nová kapitola moderní ekonomiky.

Od struktur k tvůrcům

V minulosti existoval model, který dokázal velmi dobře využít sílu osobního doporučení. Byl jím síťový marketing.

Síťový marketing přinesl jednu důležitou myšlenku: že lidé mohou doporučovat produkty lidem a že osobní zkušenost může být silnější než reklama. Tento model měl v minulých desetiletích velký význam. Postupně se ale ukázalo, že má i své limity. Mnoho systémů začalo být založeno především na:

- budování struktur
- náboru lidí
- vstupních balíčcích
- a někdy i na silném prodejním tlaku

Navíc většina těchto modelů vznikala v době, kdy ještě neexistoval internet v dnešní podobě.

Nebyl YouTube, *nebyl* Instagram, *nebyl* TikTok. A hlavně neexistovala **creator economy**. Dnes se však svět změnil.

Creator economy

Internet vytvořil něco, co dříve neexistovalo — každý člověk může být tvůrcem. Každý může sdílet:

- myšlenky
- zkušenosti
- inspiraci

Díky sociálním sítím vznikla nová generace lidí, kteří tvoří obsah a inspirují ostatní. Říkáme jim **tvůrci obsahu**. Tento fenomén se dnes označuje jako **creator economy**. Je to ekonomika založená na lidech, kteří vytvářejí obsah a budují kolem sebe komunitu.

Creator economy v číslech

Creator economy dnes patří mezi nejrychleji rostoucí oblasti digitální ekonomiky. Podle různých analýz se po celém světě tvorbou obsahu

zabývá více než 200 milionů lidí. Ne všichni se tím živí, ale miliony z nich vytvářejí obsah pravidelně a budují kolem sebe komunitu.

Odhaduje se, že hodnota celého ekosystému creator economy již přesáhla 250 miliard dolarů a v příštích letech může dále výrazně růst. Firmy si totiž uvědomují něco zásadního — reklama může přitáhnout pozornost.

Ale důvěru si musí získat lidé. A právě proto se stále více značek obrací k tvůrcům obsahu.

Komunita jako nový kapitál

Dříve byl největší marketingovou silou rozpočet na reklamu. Dnes se stále více ukazuje, že největší hodnotou je komunita. Komunita lidí, kteří:

- sdílejí podobné hodnoty
- důvěřují tvůrci
- sledují jeho cestu

Pro tvůrce to přináší něco velmi zajímavého. Možnost proměnit svou tvorbu v dlouhodobou hodnotu. Tvůrce dnes může:

- pracovat odkudkoli
- tvořit obsah o tématech, která miluje
- budovat vlastní komunitu
- a zároveň svou práci monetizovat

To je jeden z důvodů, proč se creator economy stala jedním z nejrychleji rostoucích trendů současného internetu.

Reputace je největší kapitál

Pro tvůrce obsahu existuje jedna věc, která je důležitější než počet sledujících; důvěra jejich publika.

Tvůrce může roky budovat komunitu lidí, kteří mu naslouchají, sledují jeho cestu a inspirují se jeho zkušenostmi. Tato důvěra je jeho největším kapitálem. A právě proto si mnoho tvůrců velmi pečlivě vybírá, s jakými značkami spolupracuje.

Jedno špatné doporučení může poškodit reputaci, která se budovala dlouhé roky. Proto nejlepší tvůrci nehledají jen spolupráci.

Hledají značky, které:

- mají skutečnou kvalitu
- sdílejí podobné hodnoty
- a mohou obstát i bez agresivního marketingu

Právě zde vzniká prostor pro jiný typ spolupráce. Spolupráce, která stojí na důvěře.

Když se setká kvalita a důvěra

Když se setká kvalitní produkt a důvěryhodný tvůrce, vzniká něco velmi silného. Tvůrce může sdílet něco, čemu skutečně věří, komunita získává inspiraci a zkušenost. Značka získává něco, co nelze koupit reklamou — *důvěru*. Právě proto vznikl přístup, který BEWIT nazývá: **TRUE AFFILIATE Model spolupráce**, který propojuje:

- kvalitu produktů
- autenticitu tvůrců
- dlouhodobou důvěru komunity

Model spolupráce pro novou generaci tvůrců.

04

TRUE AFFILIATE — model budoucnosti

Marketing se během posledních desetiletí výrazně proměnil. Nejde jen o nové technologie nebo nové sociální sítě. Jde o hlubší změnu v tom, jak lidé objevují produkty a komu důvěřují. Pokud se na vývoj marketingu podíváme z větší perspektivy, můžeme vidět několik hlavních etap. Každá z nich přinesla něco důležitého.

První etapa: reklama

Dlouhou dobu dominoval marketingu jednoduchý model. Firmy vyráběly produkty, kupovaly reklamu a zákazníci reklamu sledovali. Model byl jednoduchý: **firma** → **reklama** → **zákazník**. Reklama fungovala především proto, že měla omezený prostor; byla v televizi, v rádiu, v novinách. Kdo měl větší rozpočet, měl větší viditelnost. Tento model fungoval velmi dobře v době, kdy lidé neměli přístup k velkému množství informací.

Dnes však je situace jiná a reklamy jsou všude. A právě proto jim lidé věnují stále méně pozornosti.

Druhá etapa: osobní doporučení

Později vznikl model, který dokázal využít něco mnohem silnějšího než reklamu — osobní doporučení.

Síťový marketing ukázal, že lidé mohou doporučovat produkty lidem. A že osobní zkušenost může být přesvědčivější než reklama. Tento model přinesl velmi důležitou myšlenku; že *marketing nemusí být jen reklama*. Může být také sdílení zkušeností mezi lidmi. Tento přístup měl velký význam a pomohl mnoha lidem objevit nové podnikatelské příležitosti. Postupně se ale ukázalo, že i tento model má své limity.

Často byl postaven především na:

- budování struktur
- náboru lidí
- prodejním tlaku
- nebo vstupních balíčcích

Navíc vznikal v době, kdy ještě neexistoval dnešní svět sociálních sítí a tvůrců obsahu.

Třetí etapa: creator economy

Dnešní digitální svět přinesl zcela nový fenomén, **Creator economy**. Miliony lidí po celém světě dnes vytvářejí obsah — natáčejí videa, píšou články, sdílejí zkušenosti, budují komunity. A kolem jejich obsahu vzniká něco velmi cenného. *Důvěra*.

Lidé dnes často důvěřují tvůrcům obsahu více než velkým značkám. Ne proto, že by měli větší marketingové rozpočty. Ale proto, že působí jako skuteční lidé. Ne jako reklama.

Nový typ spolupráce

Tato změna přináší novou otázku — jak mohou značky spolupracovat s tvůrci tak, aby zůstala zachována jejich autenticita? Jak vytvořit model, který není založený na tlaku? Jak umožnit tvůrcům sdílet produkty přirozeně a zároveň z jejich práce vytvořit dlouhodobou hodnotu?

Právě na tuto otázku hledá odpověď nový model spolupráce. Model, který BEWIT nazývá: **TRUE AFFILIATE**.

Co znamená TRUE AFFILIATE

TRUE AFFILIATE je moderní model spolupráce mezi značkou a tvůrci obsahu. Stojí na několika jednoduchých principech.

Autenticita

Tvůrci sdílejí produkty, které sami používají a kterým věří. Nejde o reklamu. Jde o zkušenost.

Svoboda

Tvůrci nejsou tlačeni do náboru lidí ani budování struktur. Mohou se soustředit na to, co umí nejlépe. Na tvorbu obsahu, inspiraci a na budování komunity.

Dlouhodobost

Když tvůrce inspiruje svou komunitu a lidé začnou produkty používat, může z této důvěry vznikat dlouhodobá hodnota. Ne jednorázová provize, ale dlouhodobý vztah.

TRUE AFFILIATE je model spolupráce, ve kterém mohou tvůrci obsahu přirozeně vytvářet pravidelný příjem pravdivým sdílením informací a zkušeností o kvalitních produktech.

TRUE AFFILIATE - pravidelný příjem vznikající z pravdivého sdílení.

Sdílejte. Neprodávejte.

Filozofie TRUE AFFILIATE se dá shrnout do jedné jednoduché věty: *Sdílejte. Neprodávejte.* Tvůrce není obchodník. Tvůrce je člověk, který:

- sdílí zkušenost
- inspiruje ostatní
- buduje důvěru

A právě tato důvěra je dnes nejsilnější silou moderního marketingu.

Model nové generace

TRUE AFFILIATE není jen marketingový nástroj. Je to model spolupráce, který odpovídá době, ve které žijeme. Době, kdy lidé hledají:

- autenticitu
- pravdu
- skutečné zkušenosti

A právě proto může být tato forma spolupráce jedním z nejpřirozenějších způsobů, jak mohou tvůrci obsahu, influenceři a ambasadoři sdílet produkty, kterým věří. A zároveň vytvářet hodnotu pro svou komunitu.

Nová kapitola spolupráce

Každá doba přináší nové možnosti. Dnes máme technologie, které umožňují lidem sdílet své zkušenosti s celým světem. A právě proto může vzniknout nový typ spolupráce mezi značkami a tvůrci. Spolupráce založená na:

- důvěře
- kvalitě
- autentickém sdílení

Právě na těchto principech stojí i BEWIT Creator Program. Program pro tvůrce obsahu, influencery a ambasadory, kteří chtějí sdílet produkty jinak.

Přirozeně.

Autenticky.

A bez tlaku.

05

BEWIT Creator Program

Internet otevřel lidem nové možnosti. Ještě před několika lety bylo téměř nemožné, aby jednotlivý člověk sdílel své myšlenky, zkušenosti nebo inspiraci s tisíci lidí.

Dnes to možné je. Každý člověk může tvořit obsah. Každý může sdílet to, co ho inspiruje. Každý může budovat komunitu lidí, kteří sdílejí podobné hodnoty. Právě z tohoto prostředí vznikl BEWIT Creator Program. Program pro tvůrce obsahu, influencery a ambasadory, kteří chtějí sdílet kvalitní přírodní produkty přirozeným způsobem.

Bez tlaku.

Bez manipulace.

Bez agresivního prodeje.

Sdílení místo prodeje

Základní filozofie BEWIT Creator Programu je jednoduchá. *Sdílejte. Neprodávejte.* Tvůrce není obchodník, který přesvědčuje lidi. Tvůrce je člověk, který sdílí:

- informace
- zkušenosti
- inspiraci
- příběhy

Pokud je obsah pravdivý a hodnotný, lidé si sami vyberou, co chtějí vyzkoušet.

Přirozená monetizace obsahu

Tvůrci obsahu dnes budují něco velmi cenného. Komunitu lidí, kteří jim věří. Tato důvěra vzniká dlouhodobě díky obsahu, autenticitě a díky osobnímu přístupu.

BEWIT Creator Program umožňuje, aby se tato důvěra mohla přirozeně proměnit v příjem. Ne skrze agresivní prodej. Ale skrze pravdivé sdílení kvalitních produktů.

Model TRUE AFFILIATE v praxi

BEWIT Creator Program je postaven na modelu TRUE AFFILIATE. To znamená, že tvůrci mohou vytvářet pravidelný příjem tím, že sdílejí produkty, které považují za hodnotné. Nemusí nikoho přesvědčovat. Nemusí budovat struktury. Nemusí tlačit na prodej. Stačí sdílet to, co dává smysl jejich komunitě.

Svoboda tvorby

Jednou z největších výhod tohoto modelu je svoboda. Tvůrci nejsou vázáni žádným předepsaným způsobem komunikace.

Každý může tvořit obsah svým vlastním stylem. Někdo natáčí videa, píše články, sdílí fotografie, někdo vytváří podcasty. Důležité není, jaký formát člověk zvolí. Důležité je, aby obsah byl autentický a pravdivý.

Obsah, který pomáhá

V prostředí internetu dnes existuje obrovské množství informací. Ale skutečnou hodnotu má jen ten obsah, který lidem opravdu pomáhá. Obsah, který:

- inspiruje
- vysvětluje
- sdílí zkušenosti
- přináší nové pohledy

Právě takový obsah může postupně vytvářet důvěru. A důvěra je základem každé dlouhodobé komunity.

Spolupráce pro novou dobu

BEWIT Creator Program nevznikl jako klasický marketingový program. Vznikl jako prostor pro lidi, kteří chtějí sdílet přírodní produkty způsobem,

který je v souladu s jejich hodnotami. Je to model spolupráce pro dobu, ve které lidé hledají:

- autenticitu
- pravdu
- skutečné zkušenosti

Otevřená cesta

Každý tvůrce začíná jinak. Někdo má malou komunitu, někdo oslovuje tisíce lidí. A někdo teprve začíná.

BEWIT Creator Program je otevřený všem, kteří chtějí tvořit obsah založený na hodnotách. Obsah, který není postaven na tlaku, ale na důvěře, inspiraci a sdílení.

Začátek cesty

Možná právě čtete tuto knihu proto, že vás láká myšlenka sdílet věci, které dávají smysl. Možná vás inspiruje příroda, nebo vás baví tvorba obsahu. Možná chcete budovat komunitu lidí, kteří sdílejí podobné hodnoty. Pokud ano, může být BEWIT Creator Program začátkem zajímavé cesty. Cesty, na níž může obsah, důvěra a inspirace postupně vytvářet něco mnohem většího. Komunitu lidí, kteří společně objevují hodnotu přírody.

Tři role tvůrců

Každý člověk tvoří obsah jinak. Někdo rád sdílí své každodenní zkušenosti a tak inspiruje tisíce lidí na sociálních sítích. Někdo je přirozenou autoritou ve svém oboru. Proto BEWIT Creator Program rozlišuje tři základní role. Nejde o hierarchii ani o soutěž. Jde o různé způsoby, jak mohou lidé sdílet hodnotný obsah a inspirovat ostatní. Každý si může vybrat cestu, která je mu nejbližší.

Tvůrce obsahu

Tvůrce obsahu je člověk, který sdílí své myšlenky, zkušenosti a inspiraci. Nemusí mít velké publikum. Stačí, že tvoří obsah, který má hodnotu. Může psát články, natáčet krátká videa, sdílet fotografie, nebo vysvětlovat zajímavá témata.

Tvůrce obsahu často začíná jednoduše. Sdílí věci, které ho baví. Sdílí to, co objevuje, to co považuje za smysluplné. Postupně kolem jeho obsahu vzniká komunita lidí, kteří ho sledují. A právě tato komunita je základem dlouhodobé důvěry.

Influencer

Influencer je tvůrce, který již oslovuje větší publikum. Má komunitu lidí, kteří sledují jeho obsah a inspirují se jeho pohledem na svět. Influencer může působit na různých platformách. Na Instagramu, YouTube, na TikToku, blogu nebo v podcastu. Důležité však není jen množství sledujících, důležitá je důvěra.

Influencer, který sdílí věci pravdivě a autenticky, může mít velký pozitivní vliv na svou komunitu. A právě proto je důležité, aby spolupracoval pouze se značkami, kterým skutečně věří.

Ambasador

Ambasador je člověk, který představuje hodnoty značky. Často jde o osobnost, která má hlubší vztah k určitému tématu. Může to být například:

- specialista na přírodní zdraví
- aromaterapeut
- trenér
- lékař
- terapeut
- nebo jiná respektovaná osobnost

Ambasador sdílí nejen produkty. Sdílí také znalosti, zkušenosti a hlubší porozumění tématu. Jeho role je inspirativní i vzdělávací. Ambasadory často pomáhá lidem pochopit širší souvislosti a objevovat nové pohledy. Každá cesta je správná

Tyto tři role nejsou pevně dané. Člověk může začít jako tvůrce obsahu. Postupně může vybudovat větší komunitu a stát se influencerem. Nebo se může více zaměřit na vzdělávání a stát se ambasadorem. Každý člověk má jiný styl. Někdo rád vysvětluje, inspiruje, někdo sdílí zkušenosti. Důležité není, do které role člověk patří. Důležité je, aby obsah zůstal pravdivý, autentický a užitečný pro komunitu.

Společný základ

Ať už je role jakákoli, základ zůstává stejný.

- pravdivé sdílení
- důvěra
- kvalita

Právě tyto tři hodnoty tvoří základ filozofie TRUE AFFILIATE. A právě na nich stojí i celý BEWIT Creator Program.

07

Jak tvořit obsah, který lidem pomáhá

Mnoho tvůrců obsahu si klade jednoduchou otázku: *O čem vlastně tvořit?* Někdy mají pocit, že musí vymýšlet něco velkého. Ve skutečnosti je to mnohem jednodušší.

Nejlepší obsah často vzniká z obyčejných věcí. Z každodenní zkušenosti, z otázky, kterou někdo položí. Z věci, kterou člověk právě objevil. Obsah nemusí být dokonalý. Důležité je, aby byl užitečný, pravdivý a inspirativní.

Sdílejte, co objevujete

Jedním z nejjednodušších způsobů tvorby obsahu je sdílet to, co právě objevujete; nový produkt, novou vůni, novou myšlenku. Lidé často rádi sledují cestu objevování. Nemusíte být expert — stačí sdílet to, co vás zaujalo.

Tvůrce obsahu nepotřebuje hledat témata. Stačí sdílet to, co právě objevuje.

Vysvětlujte

Mnoho lidí hledá na internetu odpovědi na jednoduché otázky.

- *Co jsou esenciální oleje?*
- *Jak funguje aromaterapie?*
- *Jak používat difuzér?*

Pokud něco víte nebo jste něco zjistili, můžete to jednoduše vysvětlit. Obsah, který vysvětluje, má velkou hodnotu. Pomáhá lidem pochopit nové věci. A právě takový obsah si lidé často ukládají a sdílejí.

Inspirujte

Lidé často nehledají jen informace. Hledají inspiraci.

- Jak vytvořit příjemnou atmosféru doma?
- Jak si vytvořit večerní rituál?
- Jak používat vůně při meditaci nebo relaxaci?

Inspirace pomáhá lidem objevovat nové možnosti. A právě proto patří mezi nejcennější typ obsahu.

Sdílejte příběhy

Každý produkt má svůj příběh; *příběh rostliny, příběh vůně, příběh člověka, který ho používá*. Příběhy mají velkou sílu. Lidé si je pamatují mnohem více než samotné informace. Proto může být velmi zajímavé sdílet například:

- jak jste produkt objevili
- proč vás zaujal
- nebo jak ho používáte v běžném životě

Odpovídejte na otázky

Jedním z nejlepších zdrojů inspirace je vaše vlastní komunita. Lidé se ptají. A každá otázka může být tématem pro nový obsah.

Co je váš oblíbený olej? Jak začít s aromaterapií? Jaký difuzér vybrat?

Pokud odpovíte jednou, pomůže to jednomu člověku. Pokud odpověď sdělíte veřejně, může pomoci mnoha lidem.

Budte autentičtí

Na internetu dnes existuje obrovské množství obsahu. To, co lidi přitahuje, není dokonalost. Je to autenticita. Lidé chtějí vidět skutečné lidi. Skutečné zkušenosti. Skutečné myšlenky.

Právě proto je často nejlepší obsah ten, který vzniká přirozeně.

Nepřemýšlejte jako prodejce

Jedna z nejdůležitějších věcí je změnit způsob přemýšlení. Tvůrce obsahu není prodejce. Tvůrce je průvodce. Sdílí informace. Ukazuje možnosti. Inspiruje ostatní. Lidé si pak sami vyberou, co chtějí vyzkoušet.

Využívejte přirozené příležitosti

Někdy může být dobré propojit obsah s tím, co se právě ve světě BEWIT děje. Například s tématy jako:

- produkt týdne
- produkt měsíce
- tematické kampaně
- sezónní inspirace

Tyto momenty mohou být přirozeným impulzem pro nový obsah. Můžete například sdílet:

- proč vás daný produkt zaujal
- jak ho používáte
- jaké má vlastnosti
- nebo jak může být inspirací pro každodenní život

Někdy může být součástí těchto akcí i časově omezená nabídka. To může lidem pomoci rozhodnout se, zda chtějí produkt vyzkoušet právě teď.

Důležité však stále zůstává jedno pravidlo: *sdílejte inspiraci, ne tlak na nákup.*

Využijte sílu umělé inteligence

Tvůrci obsahu dnes mají k dispozici nástroj, který ještě před několika lety neexistoval. Umělou inteligenci. AI může pomoci například s:

- hledáním témat
- nápady na příspěvky
- strukturou článků
- přípravou videí
- nebo inspirací pro obsah

Pokud do AI nahrajete tuto knihu nebo její části, může vám pomoci vytvářet obsah, který bude v souladu s filozofií BEWIT Creator Programu. AI tak může fungovat jako tvůrčí partner, který pomáhá rozvíjet nové nápady. Důležité je však jedno:

AI může pomoci s inspirací, ale skutečnou hodnotu vždy vytváří člověk. Vaše zkušenosti, vaše myšlenky a vaše autenticita.

Pomáhejte lidem objevovat

Nejlepší obsah má jednu společnou vlastnost. Pomáhá lidem objevovat něco nového. Novou myšlenku. Nový produkt. Nový způsob, jak něco dělat. A právě takový obsah má dlouhodobou hodnotu.

Jednoduché pravidlo

Pokud si někdy nebudete jistí, jaký obsah vytvořit, můžete si položit jednoduchou otázku: *Pomůže tento obsah někomu?* Pokud je odpověď ano, je to dobrý obsah.

Malý krok může inspirovat mnoho lidí

Možná máte pocit, že váš obsah sleduje jen pár lidí. Ale i jeden příspěvek může inspirovat někoho, kdo právě hledá odpověď. Právě tak často začínají velké věci. Jedním sdílením. Jednou myšlenkou. Jedním příběhem.

100 nápadů na obsah

Jedna z nejčastějších otázek tvůrců obsahu zní: ***O čem mám vlastně tvořit?*** Ve skutečnosti existuje téměř nekonečné množství témat. Každý produkt má svůj příběh. Každá zkušenost může být inspirací. Každá otázka komunity může být novým obsahem. BEWIT navíc není jen jedna produktová řada. Je to celý ekosystém přírodních produktů, který zahrnuje například:

- esenciální oleje
- směsi esenciálních olejů
- jednodruhové oleje
- doplňky výživy
- superpotraviny
- produkty inspirované tradiční čínskou medicínou
- přírodní kosmetiku
- produkty pro zelenou domácnost
- difuzéry a aromaterapeutické pomůcky

Každá z těchto oblastí nabízí velké množství témat pro tvorbu obsahu. Inspirace je všude kolem vás. Stačí se dívat očima objevitele.

Osobní zkušenosti

1	Jak jsem objevil BEWIT
2	První produkt, který jsem vyzkoušel
3	Co mě na BEWIT překvapilo
4	Moje ranní rutina s přírodními produkty
5	Moje večerní rutina
6	Tři produkty, které používám každý den

7	Produkt, který mě nejvíce zaujal
8	Jak jsem začal používat esenciální oleje
9	Co se změnilo, když jsem začal používat přírodní produkty
10	Můj nejoblíbenější produkt

Vzdělávací obsah

11	Co jsou esenciální oleje
12	Jak se vyrábějí esenciální oleje
13	Co znamená 100 % přírodní produkt
14	Proč se vyhýbat syntetickým aditivům
15	Jak poznat kvalitní esenciální olej
16	Jak používat esenciální oleje bezpečně
17	Jak funguje aromaterapie
18	Jak vůně ovlivňují naši náladu
19	Jak vybrat první esenciální olej
20	Nejčastější chyby při používání esenciálních olejů

Inspirace pro každodenní život

21	Vůně pro klidný večer
22	Vůně pro energii
23	Vůně pro soustředění
24	Jak vytvořit příjemnou atmosféru doma
25	Jak používat difuzér
26	Jak vytvořit večerní rituál

27	Vůně pro lepší spánek
28	Jak používat vůně při meditaci
29	Jak provonět domov přírodní cestou
30	Jak vytvořit aromaterapeutický kout doma

Výživa a přirozená péče o tělo

31	Jak přemýšlím o přírodní výživě
32	Jak začít se superpotravinami
33	Moje ranní rutina se superpotravinami
34	Jak vybírám doplňky výživy
35	Co mě fascinuje na tradiční čínské medicíně
36	Jak přemýšlím o rovnováze těla
37	Jak příroda podporuje přirozenou vitalitu
38	Moje oblíbené doplňky výživy
39	Jak si vytvářím zdravé návyky
40	Inspirace z tradičních kultur

Příběhy produktů

41	Příběh jednoho esenciálního oleje
42	Příběh jedné směsi
43	Jak vznikají směsi esenciálních olejů
44	Jak vznikají přírodní kosmetické produkty
45	Příběh jedné rostliny
46	Cesta rostliny od přírody k produktu

47	Jak vzniká vůně
48	Proč je kvalita tak důležitá
49	Co mě fascinuje na přírodních produktech
50	Jak příroda inspiruje moderní produkty

Praktické tipy

51	Pět způsobů použití esenciálního oleje
52	Jak používat difuzér správně
53	Jak vytvořit vlastní směs vůní
54	Jak provonět domov přírodní cestou
55	Jak používat oleje při relaxaci
56	Jak používat oleje při práci
57	Jak používat oleje při sportu
58	Jak používat oleje při meditaci
59	Jak používat oleje při cestování
60	Jak mít vůni vždy u sebe

Inspirace pro zelenou domácnost

61	Jak přejít na přírodní domácnost
62	Jak provonět domov bez syntetických vůní
63	Jak vytvořit příjemnou atmosféru doma
64	Jak používat přírodní produkty při úklidu
65	Jak omezit chemii v domácnosti
66	Jak vytvořit zdravé prostředí pro rodinu

67	Jak používat esenciální oleje v domácnosti
68	Jak vytvořit domácí rituály
69	Jak může vůně změnit atmosféru prostoru
70	Jak si vytvořit harmonický domov

Obsah pro komunitu

71	Otázky a odpovědi s komunitou
72	Nejčastější otázky o esenciálních olejích
73	Co vás zajímá o aromaterapii
74	Hlasování o oblíbené vůni
75	Jaký produkt byste chtěli vyzkoušet
76	Sdílení zkušeností komunity
77	Co používáte každý den
78	Jaké vůně máte nejraději
79	Jak používáte produkty BEWIT doma
80	Vaše oblíbené směsi

Inspirace z recenzí

BEWIT má tisíce zákaznických hodnocení a zkušeností. Ty mohou být skvělým zdrojem inspirace pro obsah.

81	Zajímavá zákaznická recenze
82	Příběh zákazníka
83	Co lidé nejčastěji oceňují na produktu
84	Sdílení zkušenosti komunity

85	Nejzajímavější reakce zákazníků
86	Co lidé píšou o určitém produktu
87	Inspirativní zkušenost zákazníka
88	Jak lidé používají produkt v praxi
89	Co mě překvapilo v zákaznických hodnoceních
90	Nejčastější zkušenosti zákazníků

Obsah o BEWIT a spolupráci

91	Co je BEWIT
92	Jak vznikl BEWIT
93	Filozofie BEWIT
94	Proč BEWIT používá 100 % přírodní složení
95	Co znamená kvalita v BEWIT
96	Jak vznikají produkty BEWIT
97	Proč sdílím BEWIT
98	Co je TRUE AFFILIATE
99	Jak funguje BEWIT Creator Program
100	Jak může tato cesta změnit život

Malé připomenutí

Možná nejdůležitější pravidlo tvorby obsahu je jednoduché. **Nejlepší obsah nevzniká proto, aby něco prodal. Vzniká proto, aby někomu pomohl.** A právě takový obsah má dlouhodobou hodnotu.

09

Co nedělat

Budování důvěry trvá dlouho. Někdy měsíce, někdy roky. Ztratit ji ale může člověk během několika minut.

Právě proto je důležité vědět nejen co dělat, ale také čemu se vyhnout. Tvůrce obsahu totiž pracuje s tím nejcennějším, co má. Se svou důvěryhodností.

Nedoporučujte produkty, kterým nevěříte

Největší chybou, kterou může tvůrce udělat, je doporučovat produkty jen kvůli penězům. Lidé to většinou velmi rychle poznají. A pokud jednou ztratí důvěru, jen velmi těžko se vrací. Proto je dobré sdílet pouze věci, které dávají smysl. Produkty, kterým věříte a které považujete za kvalitní.

Nepřehánějte

Na internetu dnes existuje mnoho přehnaných tvrzení. „Zázračný produkt.“ „Okamžitý účinek.“ „Neuvěřitelné výsledky.“ Takový styl komunikace může krátkodobě přitáhnout pozornost, ale dlouhodobě ničí důvěru. Lidé dnes hledají pravdu, ne přehnané sliby.

Nevytvářejte tlak

Jednou z věcí, která lidem na internetu vadí nejvíce, je nátlak — agresivní prodej. Neustálé přesvědčování, pocit, že musí něco koupit. Filozofie BEWIT Creator Programu je jiná.

Sdílejte inspiraci a lidé se rozhodnou sami.

Nesdílejte všechno

Další častou chybou je doporučovat příliš mnoho různých věcí. Jeden den jeden produkt, druhý den jiný a řetí den zase něco úplně jiného.

Takový obsah může působit nedůvěryhodně. Je mnohem lepší sdílet méně věcí, ale s větší hloubkou.

Nekopírujte ostatní

Inspirace je v pořádku, ale slepé kopírování obsahu dlouhodobě nefunguje. Každý tvůrce má jiný styl, jiný pohled na svět. Právě tato jedinečnost je to, co lidi přitahuje.

Nepodceňujte svou komunitu

Lidé nejsou jen „publikum“. Jsou to skuteční lidé. Mají své otázky, své zkušenosti a své potřeby. Proto je důležité komunitě naslouchat a tvořit obsah, který má pro lidi skutečnou hodnotu.

Nezapomínejte na pravdu

Možná největší chybou je zapomenout na to, proč člověk začal. Tvůrce obsahu má velkou sílu. Může inspirovat, vzdělávat, může pomáhat lidem objevovat nové věci.

Právě proto je důležité zůstat věrný jedné jednoduché myšlence: **pravda je nejlepší marketing.**

Jednoduché pravidlo

Pokud si někdy nebudete jistí, zda něco sdílet, zkuste si položit jednoduchou otázku: *Sdílel bych to i tehdy, kdyby za to nebyla žádná odměna?* Pokud je odpověď ano, jste na správné cestě.

Jak může tato cesta změnit život

Možná jste tuto knihu začali číst z jednoduchého důvodu a přemýšlíte, jak monetizovat svou komunitu. Možná jste si vybudovali publikum na sociálních sítích a přemýšlíte, jak s ním spolupracovat způsobem, který je dlouhodobý a smysluplný. To je naprosto přirozená otázka.

Tvůrci obsahu dnes investují obrovské množství času, energie a kreativity do tvorby obsahu. Je tedy přirozené, že hledají způsob, jak tuto práci proměnit i v ekonomickou hodnotu. Důležitá otázka ale není jen jak monetizovat komunitu.

Ještě důležitější je **jak to dělat způsobem, který nezničí důvěru, kterou jste vybudovali**. Největším kapitálem tvůrce obsahu totiž není počet sledujících, ale důvěra jeho komunity. A právě tato důvěra je to nejcennější, co můžete chránit.

Tvorba obsahu může být službou

Internet dnes zaplavují miliony příspěvků, ale jen malá část z nich má skutečnou hodnotu. Obsah, který vzniká z pravdy a zkušenosti, má zvláštní vlastnost. Pomáhá lidem, někdy inspiruje, uklidní. Někdy otevře nový pohled na svět. A právě v tom spočívá skutečná síla tvůrce obsahu.

Malý obsah může mít velký dopad

Možná máte pocit, že váš obsah sleduje jen pár lidí. Ale nikdy nevíte, komu může pomoci jedna myšlenka, zkušenost, jedna inspirace. Někdy může změnit den a někdy zase návyk. Někdy dokonce může změnit celý životní směr.

Tvoříte víc než obsah

Když člověk dlouhodobě sdílí věci, kterým věří, postupně se kolem něj

začne vytvářet komunita. Komunita lidí, kteří sdílejí podobné hodnoty. Podobný pohled na svět, podobnou touhu hledat kvalitu, přirozenost a pravdivost. Právě tak vznikají skutečné komunity. Ne díky marketingu, ale díky důvěře.

Tvoříte i svůj vlastní život

Zajímavé je, že tvorba obsahu často mění i samotného tvůrce. Člověk začne více přemýšlet o tom:

- co doporučuje
- jaké produkty používá
- jaké hodnoty reprezentuje
- jaký svět pomáhá vytvářet

Postupně si více vybírá, více přemýšlí a uvědomuje si souvislosti. Právě tím se může změnit nejen jeho práce, ale i jeho život.

Ekonomika budoucnosti

Svět se mění, stále více lidí pracuje online a stále více lidí buduje vlastní komunitu. Více lidí hledá svobodu v tom, co dělají.

Vzniká nová ekonomika — ekonomika tvůrců. V této ekonomice nevzniká hodnota z reklamy. Vzniká z důvěry. A právě proto může být cesta tvůrce obsahu nejen smysluplná, ale také dlouhodobě udržitelná.

TRUE AFFILIATE

Model TRUE AFFILIATE vznikl právě z této myšlenky. Spojuje svět kvalitních produktů se světem tvůrců obsahu. Vytváří prostor, kde může vznikat:

- obsah
- důvěra
- komunita
- přirozený příjem

Bez manipulace, bez tlaku, bez agresivního marketingu.

Jednoduchý začátek

Možná vás teď napadá jednoduchá otázka. Kde začít? Odpověď je překvapivě jednoduchá.

Začněte tím, co je vám blízké. Sdílejte věci, které vás inspirují, které vás baví a které považujete za hodnotné. Postupně si lidé najdou cestu k vašemu obsahu. A právě tak začínají všechny velké příběhy.

Sdílejte. Neprodávejte.

Možná nejdůležitější myšlenka celé této knihy je velmi jednoduchá. *Sdílejte. Neprodávejte.*

Sdílejte inspiraci.

Sdílejte zkušenosti.

Sdílejte hodnoty.

Lidé si pak sami vyberou, co chtějí vyzkoušet. A právě v tom spočívá síla důvěry.

Budoucnost patří tvůrcům

Svět nepotřebuje více reklamy. Potřebuje více lidí, kteří sdílejí pravdu.

Více lidí, kteří inspirují. Více lidí, kteří pomáhají ostatním objevovat kvalitu.

Možná právě proto vznikl BEWIT. A možná právě proto vznikla i tato kniha. Protože někdy může jediný člověk, který začne sdílet něco dobrého, inspirovat mnoho dalších.

10.1

Manifest tvůrce BEWIT

Svět nepotřebuje více reklamy. Potřebuje více pravdy. Potřebuje více lidí, kteří sdílejí zkušenosti. Více lidí, kteří inspirují, kteří pomáhají ostatním objevovat kvalitu.

Tvůrce obsahu není prodejce, je průvodce. Ukazuje lidem nové možnosti a sdílí to, co sám objevil. Inspiruje ostatní k lepším volbám. Skutečný vliv nevzniká z marketingu, vzniká z důvěry a tá vzniká pomalu.

Každým slovem.

Každou zkušeností.

Každým upřímným sdílením.

Proto sdílejte jen to, čemu věříte. Budujte komunitu, ne publikum.

Tvořte obsah, který má hodnotu, protože jeden pravdivý příspěvek může někdy změnit víc než tisíc reklam. Budoucnost patří tvůrcům.

Tvůrcům, kteří sdílejí pravdu, kteří budují důvěru. Tvůrcům, kteří inspirují.

Sdílejte. Inspirujte. A pomáhejte lidem objevovat svět přírody.

10.2

Výzva pro tvůrce

Pokud jste dočetli až sem, možná jste jedním z lidí, kteří mohou inspirovat ostatní. Možná už tvoříte obsah, možná máte komunitu lidí, kteří sledují vaše myšlenky, zkušenosti a příběhy. Možná jste jen na začátku. A možná právě přemýšlíte, jakou cestou se vydat dál.

Svět dnes potřebuje tvůrce, kteří sdílejí pravdu. Tvůrce, kteří inspirují ostatní k lepším volbám. Tvůrce, kteří pomáhají lidem objevovat kvalitu, přírodu a přirozený způsob života. Právě proto vznikl BEWIT Creator Program. Program pro tvůrce obsahu, influencersy a ambasadory, kteří chtějí sdílet produkty jinak. Bez manipulace, nátlaku a bez agresivního marketingu. Jen prostřednictvím důvěry, zkušeností a inspirace. Možná právě vy můžete být jedním z těchto tvůrců.

Stačí začít. Sdílet to, co vás inspiruje. Sdílet to, čemu věříte.

Sdílet to, co může pomoci ostatním. Protože někdy může jeden člověk, který začne sdílet něco dobrého, inspirovat mnoho dalších.

A právě tak začínají změny.