

SAŽETAK PRVOG WEBINARA

KREIRAJ PALETU BOJA ZA SVOJ BREND

Jožipa Barižić

USPJESNA.COM

Mit i istina o paleti boja

MIT 1: NE SMIJEŠ IMATI PREVIŠE NI PREMALO BOJA U PALETI.

"Manje boja = profesionalnije"

To zvuči logično, ali nije uvijek istina. Minimalističke palete (Apple) mogu djelovati premium, ali više boja može bolje prenijeti osobnost. Dakle, ne radi se o broju, nego o emociji koju želiš prenijeti.

"Više boja = kaos"

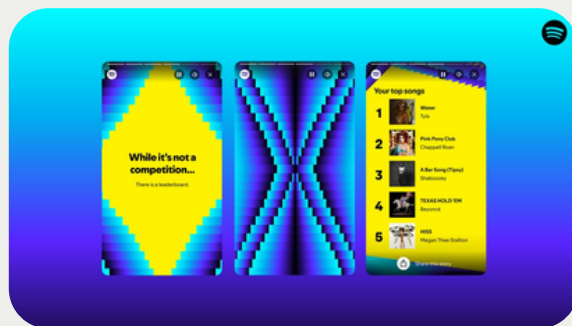
Više boja je kaos samo kad su odabrane bez reda.

Google ima četiri jake boje, ali ih koristi s namjerom: svaka se ponavlja kroz sustav (ikone, logotip, aplikacije) i odabir nije slučajan.



Brend ne živi samo u jednoj boji

Spotify ima jednu glavnu, ali radi s nijansama, gradijentima i kontrastima. To pokazuje da bogatstvo vizualnog identiteta dolazi iz dubine, ne iz kvantiteta.



Neutralne boje se često zaborave...

Ljudi broje boje brenda, a zaboravljaju neutralne: bijela, bež, siva, tamno siva, crna. One čine prostor za glavnu boju da diše.

MIT 2: MORAŠ IMATI SVOJE BOJE ODMAH

Kad je Instagram počeo, brend je bio retro: smeđi tonovi, vintage kamera, sepia feeling. Godinama kasnije, kad su Stories, Reels i globalni rast promijenili platformu, potpuno su promijenili vizualni identitet, uveli su jak gradijent (roza, narančasta, ljubičasta) i čisti, moderni izgled. Poruka za tebe: **boje se mijenjaju kad se mijenja identitet i funkcija brenda.**



MIT 3: NIJE POŽELJNO KORISTITI TEŠKE ILI JAKE BOJE

Crvena, fuksija, neon zelena, tirkiz... to su boje koje bude energiju i privlače pažnju. One **mogu biti izvrsne ako služe kao naglasak (CTA, naslov, detalj u vizualu)**, imaju kontrast sa neutralnim pozadinama, ne preuzmu cijeli prostor. **Boja nije neprijatelj.** Ako joj daš granice i funkciju, čak i najintenzivnija nijansa može biti elegantna, primamljiva i profesionalna.



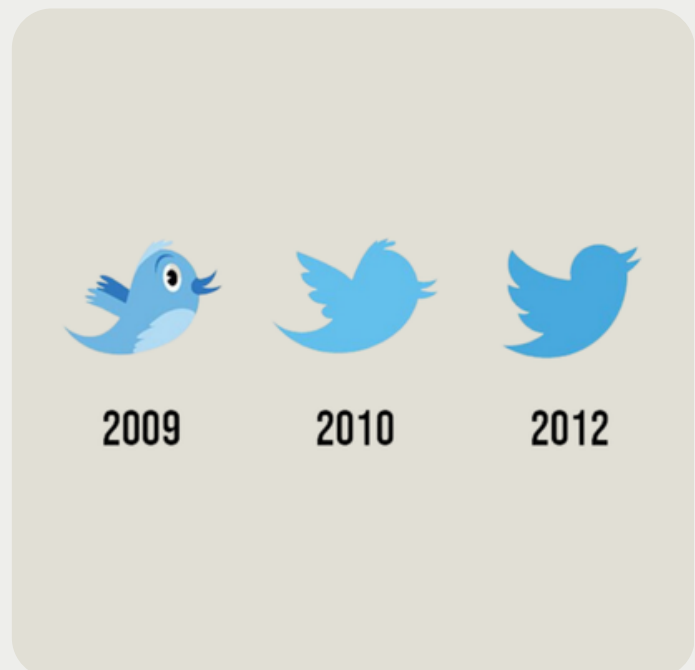
MIT 4: PALETA BOJA MORA BITI ORIGINALNA

Tiffany & Co. koristi prepoznatljivu tirkizno-plavu (Tiffany Blue). Ta boja je postala simbol: elegancije, luksuza, poklona i posebnih trenutaka.

Twitter je godinama koristio vrlo sličnu nijansu plave. **Ali ona je nosila sasvim drugo značenje:** komunikacija, dinamika, brzina i društveni razgovori. Vizuali su bili jednostavni, često bez luksuznog konteksta: feed, tipografija, interakcija. Ista boja, ali potpuno druga emocija.

Originalnost nastaje iz:

- vrijednosti koje brend komunicira
- tona glasa
- tipografije i stil fotografije
- načina korištenja boje (akcent, pozadina, proporcije)



Istraži primarne vrijednosti

Odaberi 3–5 vrijednosti koje ti stvarno živiš. Zamisli da stojiš pred idealnom klijenticom.

Koje riječi želiš da joj ostanu u srcu? Neka budu jednostavne i razumljive.

Primjeri:

- Jasnoća: učimo korak po korak, bez prenatrpanosti.
- Toplina: čuješ je, razumiješ i ne osuđuješ.
- Kreativnost: postoji više načina, tražimo onaj koji njoj odgovara.

Odredi svoju **viziju**. Ona govori: Kamo idem? Što želim da se dogodi dugoročno? Primjer: Gradim zajednicu koja se osjeća sigurno dijeliti svoje ideje.

Vizija nije checklist, **to je san kojem ideš u susret.**

Misija je tvoj način djelovanja sada. Odgovara na: Što radim i kako to radim? Primjer: Vodim ih od ideje do prve ponude kroz dizajn, strategiju i nježno mentorstvo.

Kako ti ovo pomaže odabrati prve boje? Saznaj na sljedećoj stranici.

Kako ti ovo pomaže odabrati prve boje?

Kad znaš što vrijediš i kako radiš, boje počinju imati smisao:

- Toplina, podrška, nježnost postaju bež, pijesak, tople roze, pastelne nijanse.
- Rast, jasnoća, mir postaju svijetla zelena, petrol, plava, tamnozeleno.

Primijeti kako boje nisu slučajne. One pričaju tvoje vrijednosti.

Ako ti je glavna misija pružiti sigurnost, preagresivna paleta će stvarati nesklad. Ako želiš potaknuti akciju, previše blijedih tonova može djelovati uspavano.

Mini vježba:

1. Napiši svoje 3–5 vrijednosti
2. Uz svaku vrijednost napiši jednu emociju.
3. Pokaži te emocije kroz jednostavne boje, ne kombinacije: sigurnost kao tamna plava, nježnost kao puder roza, energija kao jarko narančasta itd.

KVIZ "VIZUALNI DNK TVOG BRENDATA"

OTKRIJ TKO SI ONLINE

Bonus za sve pratitelje Uspješne



Kviz koji ti pomaže odrediti vizualni identitet brenda

Dok čitaš pitanja, zaokruži slovo uz svaki odgovor koji ti je najbliži.

1. **Kako želiš da se tvoj sadržaj doživljava?**

- a. smireno i profinjeno
- b. nježno i ženstveno
- c. prirodno i autentično
- d. kreativno i drugačije
- e. snažno i upečatljivo
- f. iskreno i opušteno

2. **Koji stil komunikacije ti je najbliži?**

- a. Profesionalno i jasno
- b. Osjećajno i inspirativno
- c. Svjesno i toplo
- d. Umjetnički i razigrano
- e. Direktno i energično
- f. Iskreno i kaotično

3. Koja boja ti rečenica više leži?

- a. Mali detalji čine razliku.
- b. Osjeti i dopusti.
- c. Manje buke, više vrijednosti.
- d. Nepravilno je savršeno.
- e. Tvoje ideje trebaju biti glasne!
- f. Evo kako sam fulala, i što sam naučila.

4. Tko si u društvu kreatorica?

- a. Mentorica s klasom
- b. Intuitivni vodič
- c. Svjesna edukatorica
- d. Umjetnička duša
- e. Digitalna buntovnica
- f. Prijateljica iz susjedstva

5. Kako želiš da se tvoj sadržaj doživljava?

- a. Smireno, profinjeno i pouzdano
- b. Toplo, nježno i ženstveno
- c. Prirodno, svjesno i autentično
- d. Kreativno, razigrano i jedinstveno
- e. Snažno, energično i upečatljivo
- f. Iskreno, opušteno i bez filtera

6. Koji sadržaj najradije stvaraš?

- a. Mini vodiče ili e-bookove
- b. Inspirativne objave s osobnim pričama
- c. Edukativne postove s dubljom porukom
- d. Umjetničke kolaže, ilustracije ili moodboarde
- e. Video sadržaj, Reels ili tech tutoriale
- f. Storyje iz svakodnevnog života – bez filtera

Koje god slovo si zaokružila, samo pronađi ispod ono koje si zaokružila najviše puta i otkrij što tvoj rezultat znači.



A. PROFINJEN, ESTETSKI DOSLJEDAN BREND

Pokaži stručnost kroz jednostavan, prozračan dizajn.

Kako komunicirati: profesionalno, jasno, s malo riječi koje nose veliku težinu.

Vizuali: minimalističke palete (bijela, bež, tamnozeleno, crna), čisti fontovi, jednostavne kompozicije.

Sadržaj: mini vodiči, e-bookovi, "step by step" postovi.



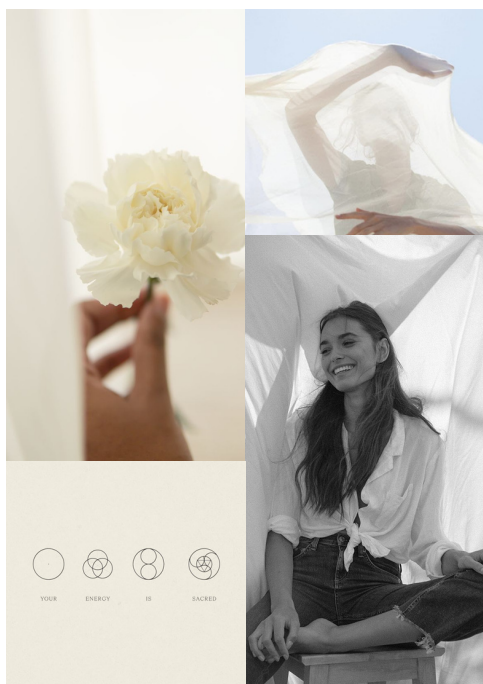
B. NJEŽAN I ŽENSTVEN BREND

Koristi emociju kao most prema zajednici.

Kako komunicirati: osjećajno i inspirativno, dijeli emociju prije lekcije.

Vizuali: pastelne boje, cvjetni motivi, fluidne forme, mekani fontovi.

Sadržaj: osobne priče, refleksije, objave osjeti i dopusti.



C. SVJESAN, ODRŽIV BREND, POVEZAN S VRIJEDNOSTIMA

Pričaj priče koje imaju svrhu i ostavljaju trag.

Kako komunicirati: svjesno i toplo, bez pretjerivanja, jednostavno, ali duboko.

Vizuali: zemljani tonovi, fotografije iz svakodnevnice, prirodna svjetlost.

Sadržaj: edukativni postovi s dubljom porukom, lekcije iz života.



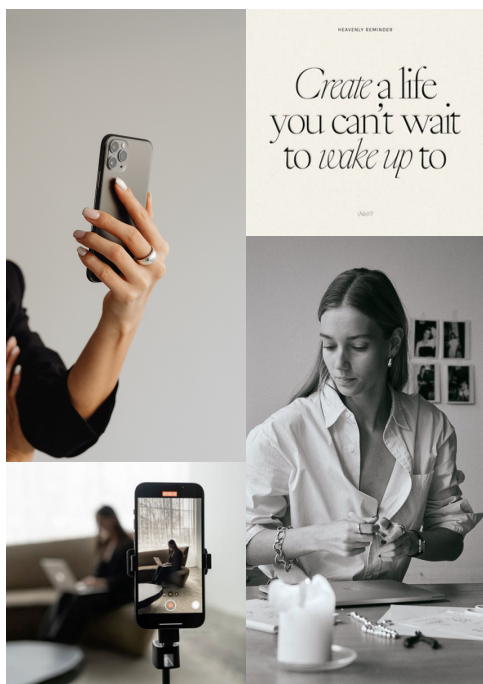
D. KREATIVAN, JEDINSTVEN, UMJETNIČKI BREND

Svaki tvoj vizual je tvoj rukopis.

Kako komunicirati: umjetnički i razigrano, bez strogih pravila.

Vizuali: kolaži, ilustracije, moodboardi, neočekivani oblici, teksture.

Sadržaj: kreativne ideje, behind-the-scenes, proces stvaranja.



E. GLASAN, HRABAR, TECH-SAVVY BREND

Ne skrivaj energiju, koristi je kao potpis.

Kako komunicirati: direktno i energično, bez okolišanja, bez izvinjavanja.

Vizuali: kontrastne boje (crvena, crna, neon), hrabri fontovi, statement grafike.

Sadržaj: video, Reels, tutoriali, glasne ideje.



F. REALAN, SIMPATIČNO KAOTIČAN BREND

Dijeli i ono što ne izgleda savršeno: tu si najbliža ljudima.

Kako komunicirati: iskreno i spontano, kao na kavi s prijateljicom.

Vizuali: prirodni kadrovi, selfieji, svakodnevne situacije.

Sadržaj: storyji iz života, mini lekcije: evo kako sam fulala, i što sam naučila.

Ovo nisu jedine mogućnosti vizualnog identiteta, ali mogu ti pomoći da jasnije osjetiš gdje se tvoj brend susreće s tvojim vrijednostima, karakterom i idejom koju želiš donijeti u online svijet.

Zapamti, tvoj vizualni identitet nije gotov proizvod, već živi dio brenda koji raste s tobom, tvojim vrijednostima i smjerom kojim odlučiš krenuti.

Moodboard

Moodboard je **vizualna mapa tvog brenda**.

Kad ga radiš, ti:

- oslobađaš kreativnost: vidiš nove kombinacije bez straha od pogreške
- imaš slobodu: nema limita, sve je istraživanje
- dobivaš jasnoću: počneš uočavati što je tvoje, a što ti ne treba
- lakše odlučuješ: uspoređuješ, osjećaš i vidiš smjer.

Moodboard je siguran prostor za igru, a ne prezentacija kako mora biti.

Primjer za vježbu: Online wellness trenerica

Tvoja polazna točka nisu trendovi, već karakter zajednice.

Obilježja wellness svijeta

- prirodni materijali (drvo, lan, pamuk)
- zemljane boje (kamen, pijesak, maslina)
- fluidne forme (zavjese, voda, spirale)
- polagan pokret (usporeni tok, mirno disanje)

Moja inspiracija za vježbu

Bend & Brew: prirodni tonovi + suvremen layout

Happy Yogi: vedra atmosfera + mekani oblici

Oba primjera pokazuju kako komunikacija može biti mirna, ali živahna.



VJEŽBA ZA TEBE

1. Otvori Pinterest

2. Stvori 3 mape (boardove)

a. Wellness: materijali, teksture, pejzaži, pokret

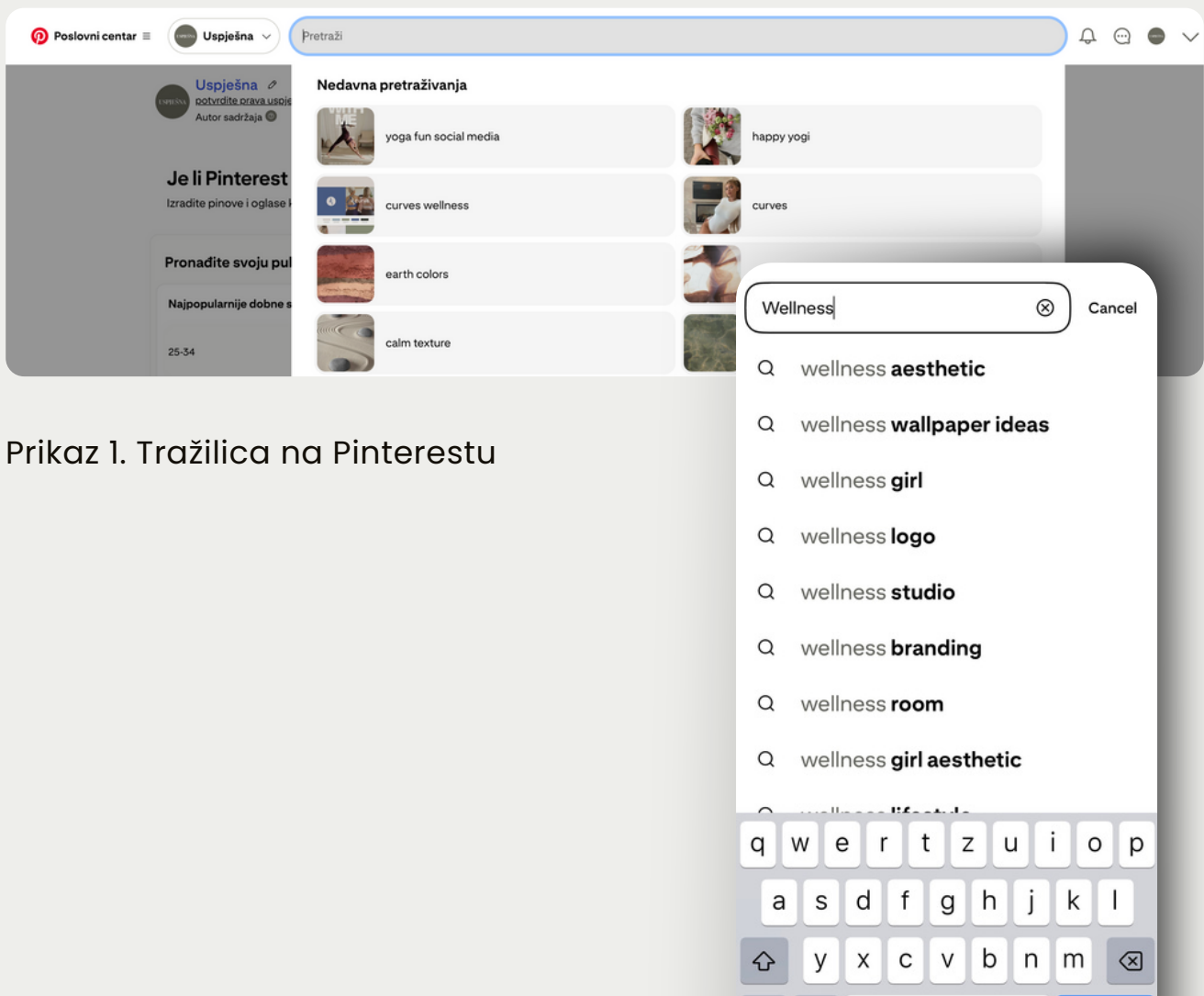
b. Boje i forme: zemljane nijanse, krivulje, meki kontrasti

c. Tipografija i komunikacija: fontovi, slogani, naslovnice

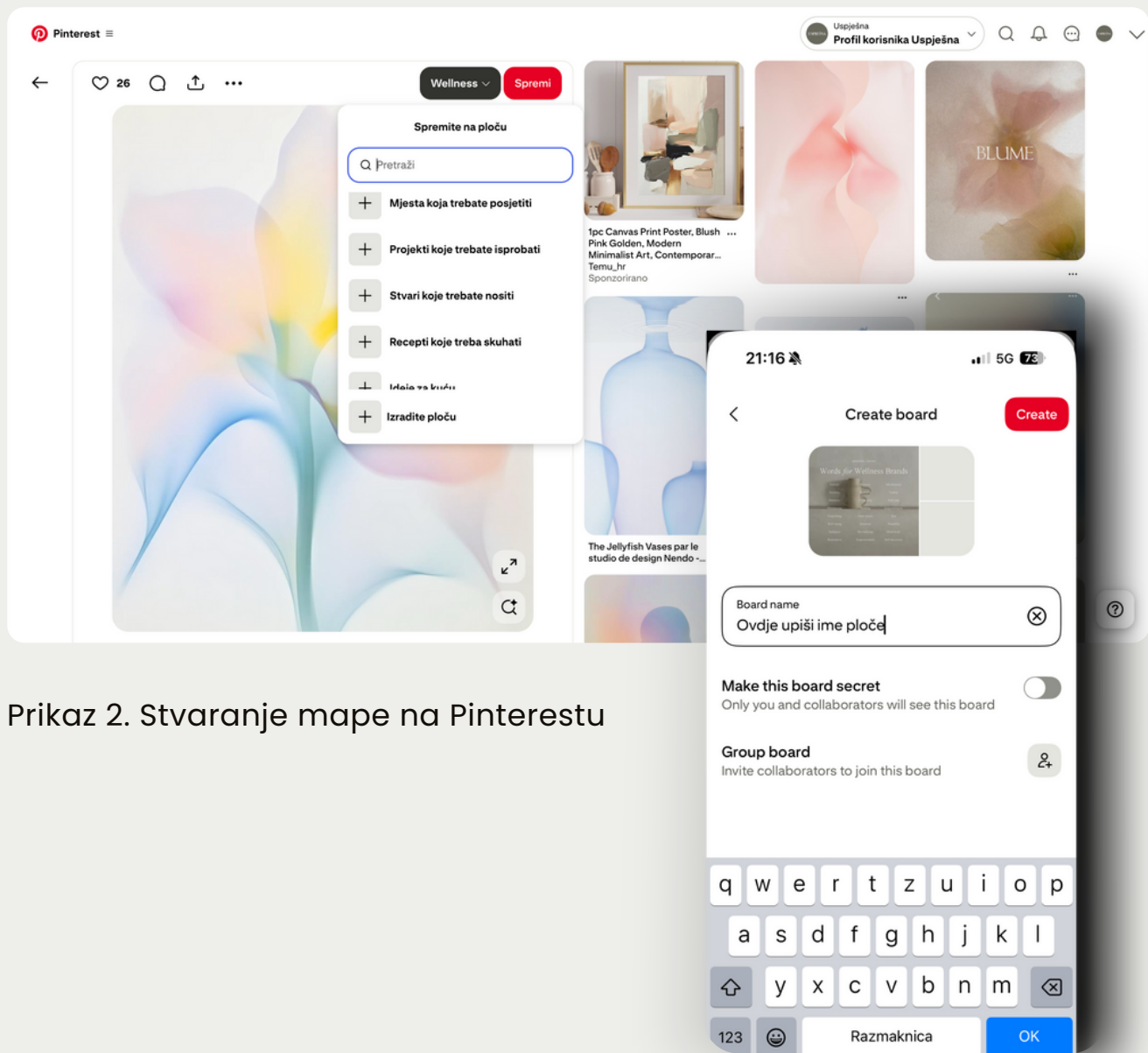
3. Dodaj 20–30 pinova po mapi. Ne razmišljaj previše.

4. Promatraj što se ponavlja. Boja? Tekstura? Oblik? Kad vidiš ponavljanje, tu je tvoja nit vodilja.

5. Očisti. Makni pinove koji se ne uklapaju ili ne idu uz tvoju ideju.



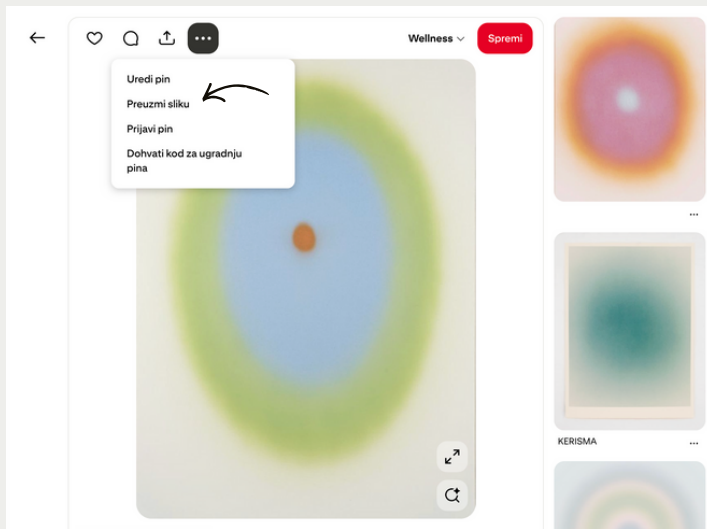
Prikaz 1. Tražilica na Pinterestu



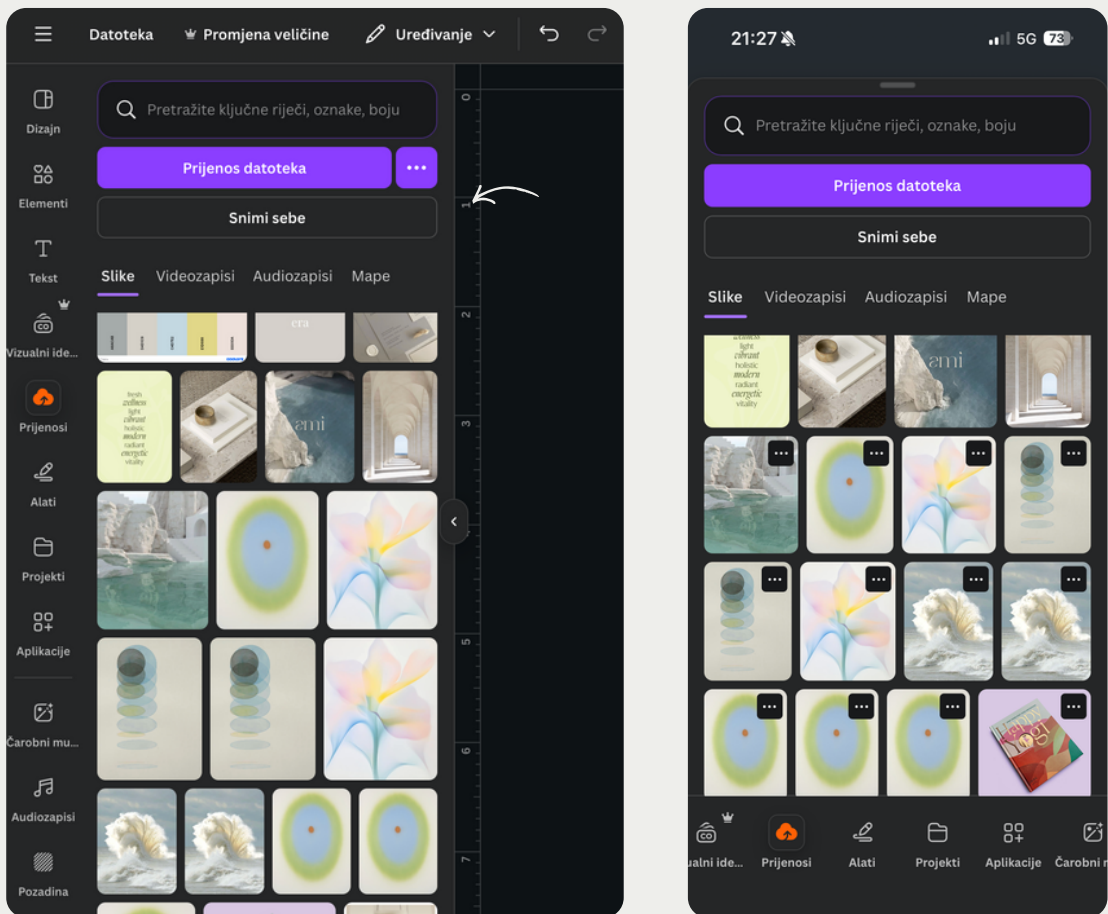
Prikaz 2. Stvaranje mape na Pinterestu



Prikaz 3. Brisanje fotografija koje se ne uklapaju

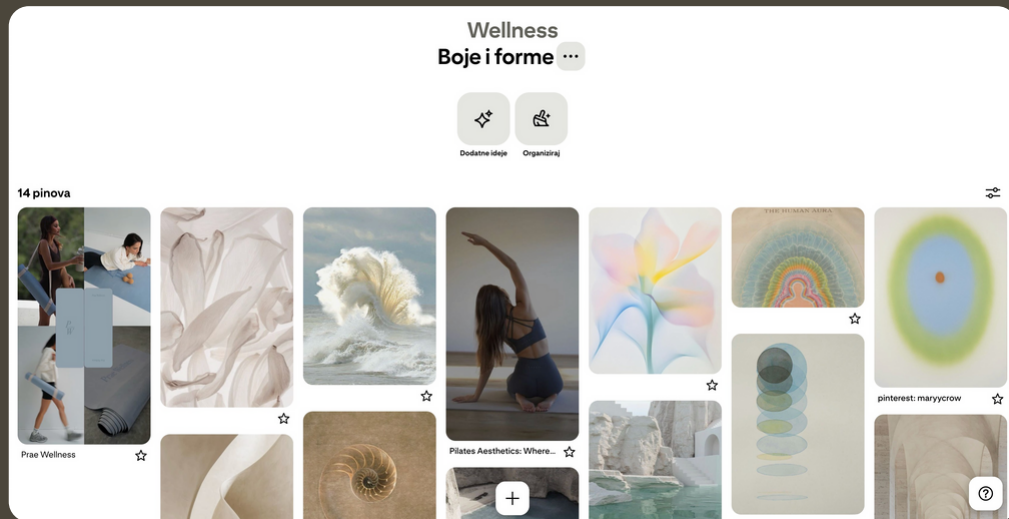


Prikaz 4. Preuzimanje fotografija s Pinteresta



Prikaz 5. Dodavanje fotografija s Pinteresta u Canvu

MOJ PINTEREST MOODBOARD



MOJ CANVA MOODBOARD



Kako u Canvi izvući boje?

1. **Otvori novi dizajn. Klikni Uploads**

S lijeve strane → Upload files.

Odaberi fotografije koje si spremila s Pinteresta ili moodboarda.

Povuci fotografije u svoj dizajn.

2. **Klikni na element koji želiš obojati** (tekst, oblik, pozadina...).

Na vrhu klikni na ikonicu boje. Na dnu otvori Color picker, eyedropper (simbol kapljice). Klikni na točno mjesto na fotografiji čiju boju želiš.

Canva će automatski spremiti tu boju, kako bi je mogla koristiti dalje u dizajnu.

3. **Stvori kompletnu paletu**

Ponovi postupak s više dijelova moodboarda: svijetle nijanse, srednje nijanse, akcent boja. Idealno: 3–5 boja. Preuzmi moodboard iz Canve kao fotografiju ako želiš testirati alat Colors.

(Sljedeća stranica)

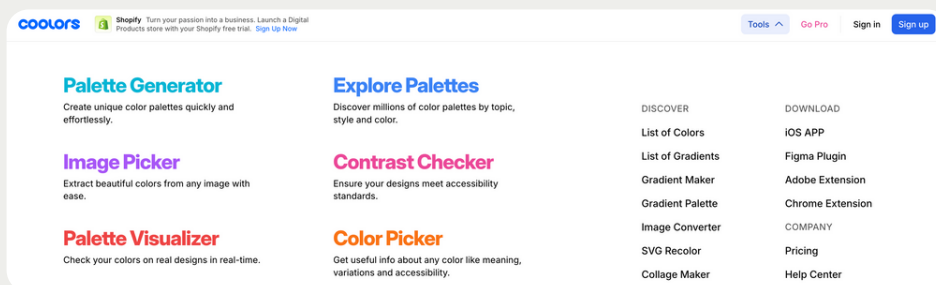
YOUTUBE TUTORIAL

Kako koristiti Coolors?

1. Otvori Coolors

Idi na [Coolors](#) → Tools (gore u kutu).

2. Pokreni Image Picker

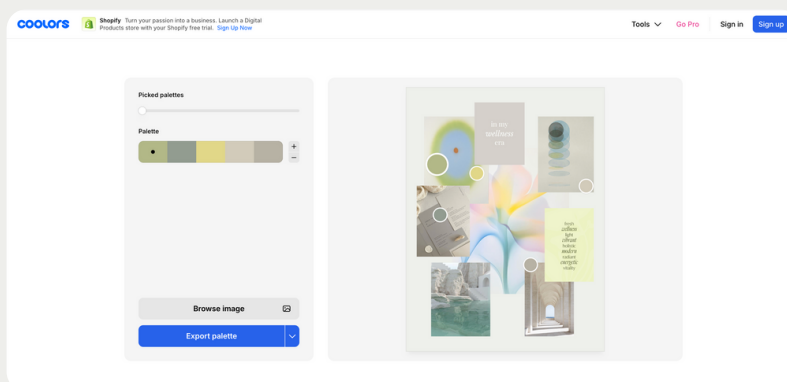


Kada preneseš fotografiju moodboarda iz Canve, dobit ćeš paletu od 5 boja. Coolors će automatski izvući dominantne boje s fotografije.

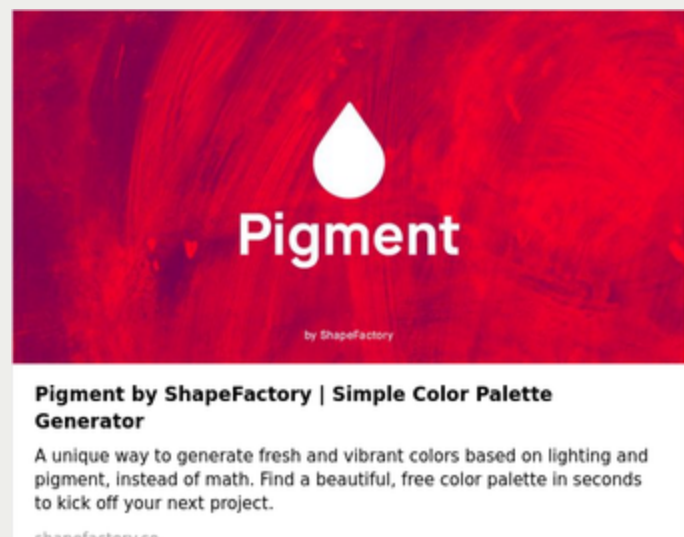
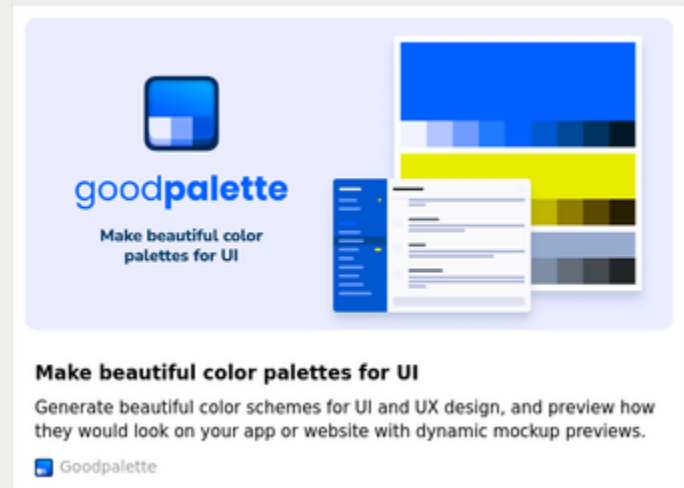
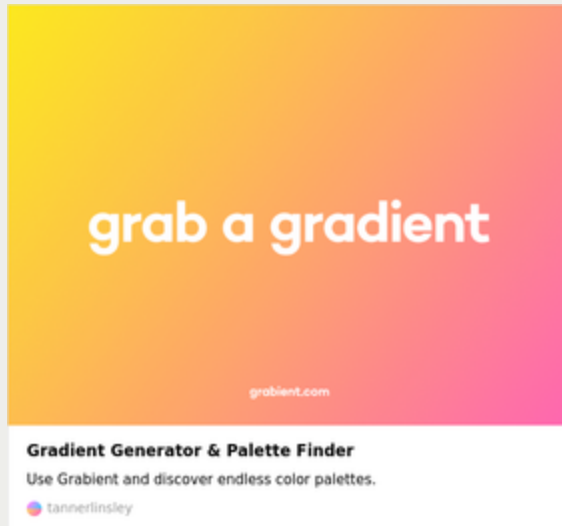
3. Odaberi boje koje ti želiš (ikona kamere ili kapljice). Spremi i koristi.

4. Spremi paletu kao PNG, PDF ili HEX kodove.

Možeš odmah koristiti u Canvi, Figma-i ili drugim dizajn alatima.



Ostali alati za izradu palete



<http://colormind.io/image/>

<https://hihayk.github.io/scale/gallery>

<https://color.adobe.com/create/color-contrast-analyzer>



Tvoja paleta boja je dio tvoje osobnosti u online svijetu.

Ona otkriva tko si jer boje prenose emociju, ton i vibe koji želiš da tvoje klijentice osjete. Izdvaja te kroz nijanse koje odabereš. One pričaju priču o tvom pristupu, stilu i poruci.

Evolucija je normalna: nije cilj stalno mijenjati boje, ali male prilagodbe kako rasteš i tvoj brend raste su prirodan dio procesa.

Uči alate, eksperimentiraj, istražuj gradijente, nijanse i kombinacije.

Neka ti paleta boja bude alat spoznaje brenda i dopusti joj da raste s tvojim brendom.

Josipa Barižić