

# Personality test: ciljna grupa, strategija i monetizacija (paywall 3€)

Model: besplatno rešavanje → zaključan rezultat → plaćanje 3€ → rezultat + analiza + share

## Zašto ovo radi (ukratko mehanika)

- Personality/quiz formati su tipičan primer interaktivnog sadržaja: korisnik aktivno učestvuje, ostaje duže i lakše dođe do 'želim rezultat' momenta.
- Interaktivni sadržaj se u istraživanjima i industrijskim izveštajima često navodi kao format koji povećava angažman u odnosu na statičan sadržaj, što direktno pomaže oglasima (više pažnje, više završavanja).
- Najveći 'okidači' za plaćanje su: radoznalost (ko sam ja), validacija (da li sam normalan / poseban), i poređenje (kako stojim u odnosu na druge).

## Ciljne grupe (sa konkretnim uglovima)

### A) Mladi 16-30 (Gen Z / mlađi milenijalci) - volumen

- Zašto je dobra grupa: ovo je najaktivniji segment za kvizove i trendove na Instagramu; veliki deo IG publike globalno je u 18-34 rasponu.
- Uglovi (ads hooks): 'Koji si tip ličnosti?', 'Ovo pitanje te odaje', 'Reši za 3 minuta'.
- Šta im prodaješ za 3€: tip + kratka analiza (snage/slabosti) + % populacije + preporuke + share kartica.
- Target/interesovanja: MBTI / personality types, psychology, quizzes, self-improvement, journaling.

### B) Žene 20-35 - često najbolji ROI

- Zašto: žene u proseku provode više vremena na društvenim mrežama nego muškarci (razlika najizraženija kod mlađih grupa), što često znači više prikaza i više prilika za konverziju.
- Uglovi: arhetipovi (Kreator, Zaštitnik...), emocionalni stil, 'kako voliš / kako komuniciraš'.
- Šta im prodaješ: 'profil u vezi' + komunikacioni okidači + saveti + (opciono) kompatibilnost kao upsell.
- Target/interesovanja: relationship advice, self-care, psychology, mindfulness; (opciono test) astrologija kao cold ulaz.

### C) Preduzetnici / freelanceri / kreatori (20-40) - premium segment

- Zašto: traže praktičnu korist (ličnost → rad, liderstvo, donošenje odluka). Često imaju veću platežnu moć i lakše prihvataju dodatne izveštaje.
- Uglovi: 'tvoj stil liderstva', 'kako donosiš odluke', 'kako ti ličnost utiče na zaradu/karijeru'.
- Šta im prodaješ: praktična analiza + preporuke + (upsell) PDF izveštaj / mini plan (+5-9€).
- Target: entrepreneurship, marketing, personal branding, productivity.

### D) Parovi / dating 18-35 - viral (jeftiniji reach kroz deljenje)

- Zašto: kompatibilnost testovi imaju prirodan 'pošalji partneru' mehanizam. To često smanjuje potrebu za velikim budžetom jer deo prometa dolazi organski.
- Uglovi: 'Koliko ste kompatibilni?', 'Ko gasi konflikt, ko ga pali?', 'Koji vam je stil komunikacije?'.
- Šta im prodaješ: tvoj + partnerov rezultat + zajednička analiza (match score) + preporuke + upsell.

## Preporučena start strategija (da ne razvodniš budžet)

- Startuj sa 2 ad seta: (1) Žene 20-35, (2) Mladi 16-30. To ti daje i ROI i volumen.

- Nakon 3–7 dana (ili kad skupiš dovoljno podataka), širi na (3) Preduzetnici (premium), (4) Parovi (viral).
- Uvek testiraj minimum 2 kreativa ugla: (A) curiosity, (B) problem → rešenje.

## **Paywall i rezultat (šta diže konverziju na 3€)**

- Paywall ekran: 'Rezultat je spreman' + kratko učitavanje (loading) da deluje kao da je analiza već izračunata.
- Jasno nabroj vrednost: tip + % populacije + snage/slabosti + preporuke + (opciono) mini-plan.
- Uvedi trust: 'Plati jednom, pristup zauvek' + refund politika (ako želiš).
- Nakon plaćanja: rezultat kartica (share-friendly) + dugme 'Podeli na Story'.

## **Napomena (važna za poverenje i pravnu stranu)**

- Jasno napiši da je test za zabavu / samoprocenu, nije medicinski ili klinički instrument.
- Ako ciljaš EU publiku: vodi računa o privatnosti (GDPR) – minimalno prikupljanje podataka, jasna politika privatnosti, i mogućnost brisanja podataka.

## **Izvori (linkovi)**

- DataReportal – Essential Instagram stats (demografija IG publike):  
<https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- DataReportal – Digital 2025 (vreme na mrežama po polu/uzrastu; preferencije):  
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social>
- Meta Business Help Center – landing page view/optimizacija (Meta smernice):  
<https://www.facebook.com/business/help/417293491972212>
- Content Marketing Institute – research o interaktivnom sadržaju:  
<https://contentmarketinginstitute.com/demand-generation-research/use-of-interactive-content-on-the-rise-research>
- Kapost (Upland) – interaktivni sadržaj vs pasivni (konverzije/efikasnost):  
<https://uplandsoftware.com/kapost/resources/blog/interactive-content-conversions/>
- Forbes – interaktivni sadržaj i veći engagement (industry overview):  
<https://www.forbes.com/sites/forbescontentmarketing/2024/06/20/engage-your-audience-with-interactive-content/>
- 16Personalities – popularnost (njihova tvrdnja o broju testiranja):  
<https://www.16personalities.com/>
- Open-Source Psychometrics Project – primer Big Five / ozbiljnijih testova:  
<https://openpsychometrics.org/>

## **Kratko na kraju**

- Najbolja start publika: Žene 20–35 (često ROI) + Mladi 16–30 (volumen).
- Skaliranje: Preduzetnici (premium/upsell) + Parovi (viral).
- Kreativa: 2 ugla (curiosity i problem→rešenje).
- Paywall: rezultat spreman + jasno nabroj vrednost + share posle plaćanja.