

DELAVNICA DIGITALNEGA MARKETINGA

OD ZAČETNIH KORAKOV DO
POTI STROKOVNJAKOV

Februar 2022

 MAIA MEDIA

 PODJETNIŠKI
INKUBATOR
KRŠKO

 CPT
KRŠKO
Center za
podjetništvo
in turizem



maia-media.si

info@maia-media.si



Maja Šetinc

mag. medijskih in komunikacijskih
študijev, dipl. slovenistka (UN)

Kreativne medijsko-informacijske digitalne vsebine



**Spletne strani in spletne
trgovine**



Optimizacija



Digitalni marketing



**Pisanje člankov in
lektoriranje**



Grafika, avdio, foto in video



Podjetniško svetovanje



KAJ BOMO POČELI

Osnovni pojmi marketinga

Raziskava trga

Prodaja

Sodobne tehnologije
in trendi

Brand

Grafično oblikovanje

Vsebine

Spletno oglaševanje

Facebook

Instagram

Družabna omrežja

Digitalni marketing



MARKETING

MARKETING = OGLAŠEVANJE = TRŽENJE = PROMOCIJA = PROPAGANDA =
= PRODAJA = STIKI Z JAVNOSTJO?

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION:

marketing je aktivnost, niz institucij in procesov za ustvarjanje, komuniciranje, posredovanje in izmenjavo ponudb, ki imajo vrednost za porabnike, kupce, partnerje in celotno skupnost.

PHILIP KOTLER: 4P MARKETINGA

- produkt (product)
- cena (price)
- postavitve na trgu (placement)
- promocija (promotion)



Kaj si predstavljate pod pojmom marketing? Kako se razlikuje od ostalih pojmov?



“
*“Stopping advertising to save
money is like stopping your watch
to save time.”*



HENRY FORD



ZAKAJ MARKETING?

KDO SKRBI ZA MARKETING?



- Nujno potrebna aktivnost.
- Sporočamo:
 - Obstajamo
 - Imamo konkurenčno ponudbo
 - Smo trajnostno usmerjeni
 - Smo družbeno odgovorni.
- Izvajanje marketinga:
 - Podjetništvo
 - Ekonomija
 - Psihologija
 - Sociologija
 - Umetnost
- Vedno več delovnih mest s področja marketinga



MARKETINŠKA STRATEGIJA

Kaj komunicirati

Na kakšen način

Katere kanale izbrati

Kdaj in kako pogosto objavljati

Komu oglaševati

Kakšni so cilji

Kakšen je proračun

Kako spremljati uspešnost



➔ PUSH (POTISNI)

Potencialnim kupcem predstaviti dodano vrednost preko tradicionalnih neposrednih kanalov (prodaja prek spleta, osebna prodaja, sejmi, razstave, brošure, tekmovanja ...)

⬇
PULL (POVLECI)

Potencialne stranke, ki so že izkazale interes, privabiti, da pridejo do nas oziroma da obišejo naša prodajna mesta (degustacije, webinarji, promocije ...)



VRSTE MARKETINGA

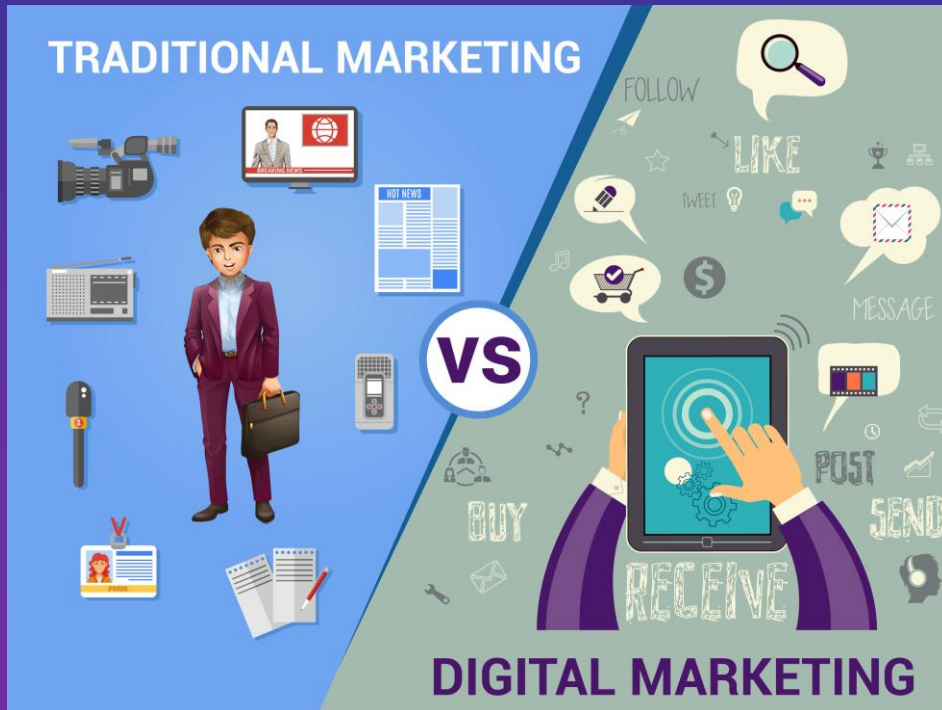
MEDIJ

KUPEC

B2B - businesses to businesses

B2C - businesses to consumers

B2G - businesses to government



- Vsako ima prednosti in slabosti
- Digitalno vse bolj uporabljeno
 - Občinstvo definirano
 - Merljivo
 - Cenejše
 - Večji dobiček
- Omnichannel oglaševanje (kombiniranje in dopolnjevanje)

Kje je naše ciljno občinstvo?



NAJUSPEŠNEJŠE MARKETINGŠKE KAMPANJE



NIKE - "Just Do It"



BUDWEISER - Wassup?



Kako dojemate marketing podjetij? Deluje na vas?



RAZISKAVA TRGA

↳ Zbiranje informacij o ciljnih trgih (velikost, konkurenca, kupci, trendi ...)

KONKURENCA

- kdo so glavni tekmeci
- kakšne so njihove prednosti/slabosti
- kako izkoristiti njihove slabosti
- kaj je naša konkurenčna prednost

TRENDI

- Digitalizacija
- Mobilni telefoni
- Ekološkost, trajnost



Zamislite si podjetje/društvo/projekt. Določite ciljne skupine, preverite konkurenco (kdo so, kje so aktivni, kaj objavljajo).

SEGMENTACIJA = razdelitev heterogenega trga na homogene ciljne skupine

- Niso vsi ljudje potencialni kupci
- Kdo je naš idealen kupec?
 - Demografski kriteriji
 - Geografski kriteriji
 - Psihografski kriteriji
 - Vedenjski kriteriji



→ Kako izstopati od konkurence, biti unikaten?

logo, barve, pisave, dizajn

ton, način

→ Branding je najmočnejše marketinško orodje (občutja, vrednote, asociacije)

→ Pripovedovanje zgodb

- zakaj obstajamo
- kaj delamo in zakaj to delamo
- kaj je naša strast
- za katere vrednote se zavzemamo
- kakšne so naše prednosti pred konkurenco



Za svoje podjetje/društvo/projekt sestavite pripoved o brandu.



“Good marketing makes
the company look smart.
Great marketing makes the
customer feel smart.”

Joe Chernov



LOGOTIP

↳ Predstavlja podjetje oziroma blagovno znamko preko oblike, vrste pisave, barve in slik.



USPEŠEN LOGOTIP

- enostaven
- opazen in zapomnljiv
- ustrezen glede na dejavnost
- 1-3 barve
- zbuja pozitivne občutke, zanimanje

KJE GA IZDELATI

- Adobe Illustrator, Photoshop
- [Inkscape](#)
- [Canva Logo Generator](#)
- [GraphicSprings Business](#)
- [Free Logo Services](#)
- [Free Logo Design](#)
- [Brand Crowd](#)



Izdelajte logotip in FB naslovno sliko.



Hardman
Law Firm

HARDMAN
LAW FIRM

- Oglaševanje izdelkov in storitev preko digitalnih (elektronskih) kanalov s pomočjo uporabe digitalnih tehnologij – računalniki, pametni telefoni, tablice ...
- Najhitreje razvijajoče se področje marketinga.



NAJUSPEŠNEJŠE SLOVENSKE DIGITALNE KAMPANJE



COCKTA - "Tvoja Cockta. Tvoja stvar."



PETROL - "Vse se začne z dobrim servisom."

<https://www.marketingmagazin.si/opazeno>

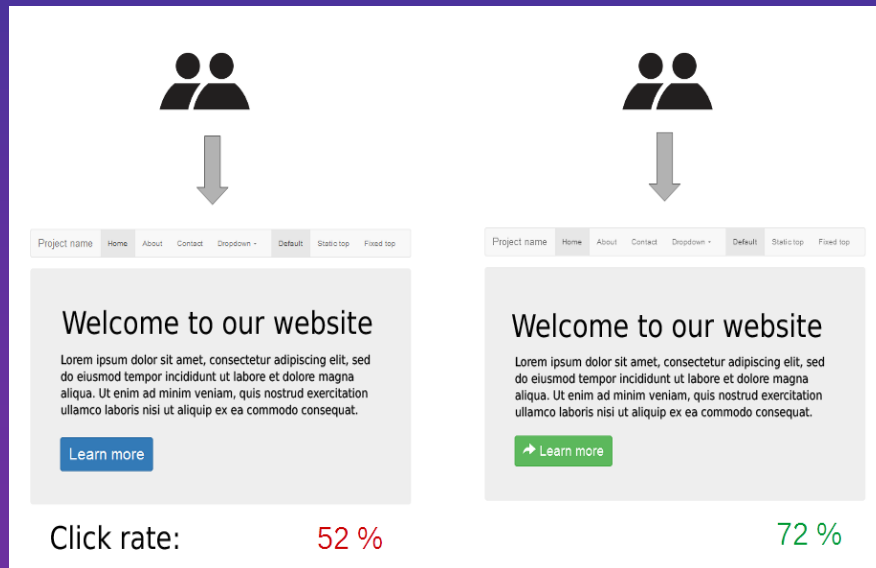
<https://zenmedia.com/blog/the-6-best-digital-marketing-campaigns-of-all-time/>

<https://digitalmarketinginstitute.com/blog/6-of-the-best-digital-marketing-campaigns-you-can-learn-from>



TESTIRANJE A/B

Primerjanje dveh različnih spremenljivk (različen tekst, različna slika, različna barva) in ugotavljanje, kaj je bolj učinkovito.



REMARKETING

- ponovno ciljanje potencialnih kupcev
- uspešen način za digitalni marketing
- nagovarjanje skozi celotno obdobje odločanja
- Facebook: Pixel + Look Alike
- Google Ads: obiskovalci spletne strani, ki niso kupili



DRUŽABNA OMREŽJA

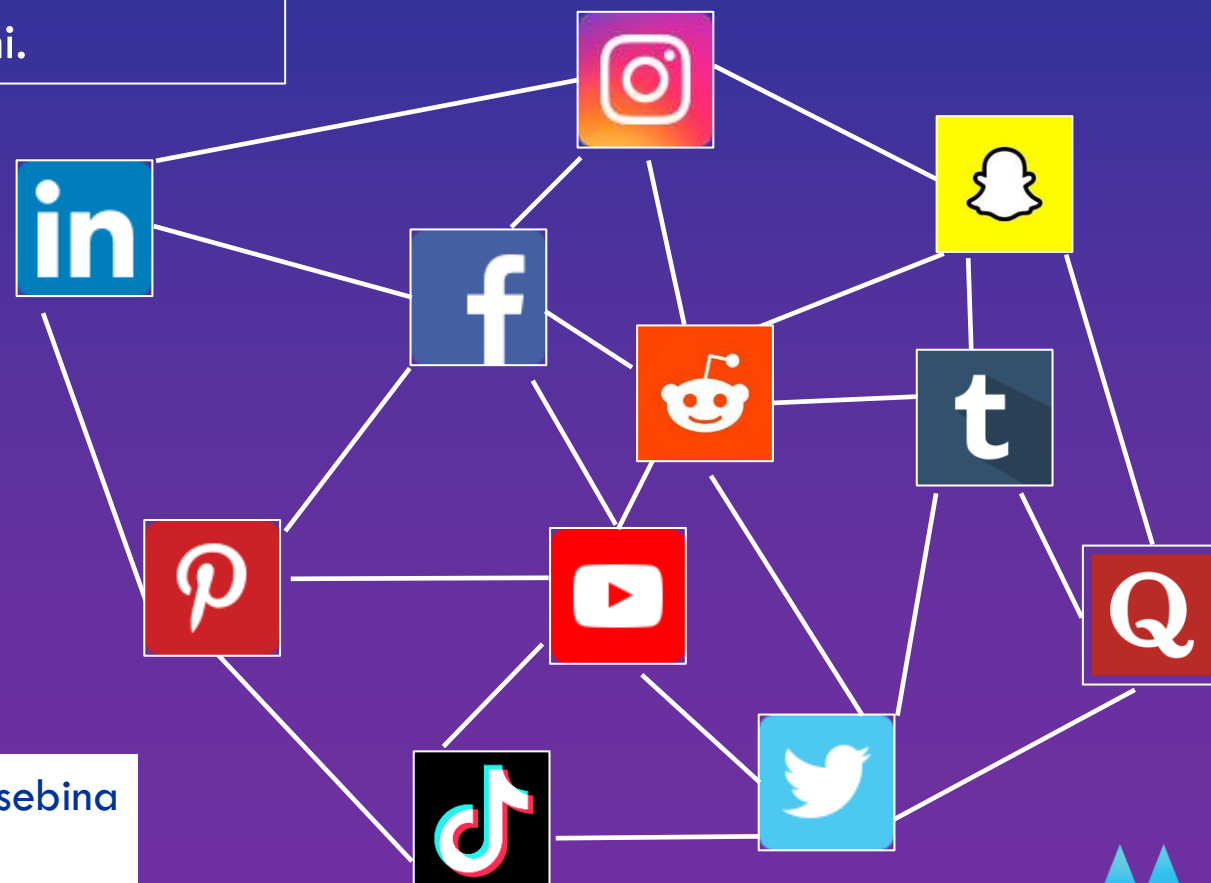
Aplikacije, spletne storitve, platforme ali strani, ki gradijo družbene mreže oz. odražajo družbene odnose med ljudmi s skupnimi interesi oz. aktivnostmi.

- interaktivna izmenjava informacij
- uporabniško-orientirano načrtovanje
- zabrisane meje med mediji in občinstvom

DRUŽABNA = DRUŽBENA = SOCIALNA?



Katera družabna omrežja največ uporabljate? Kakšne vsebine tam spremljate? Kaj vam je všeč in kaj ne?



OGLAŠEVANJE NA DRUŽABNIH OMREŽJIH

- več kot 3 milijarde uporabnikov
- povečanje prepoznavnosti blagovne znamke
- povečanje prometa in prodaje
- privabljanje potencialnih strank
- partnerstvo z influencerji
- natančno definirane ciljne skupine
- večji doseg
- poceni za oglaševanje
- povratne informacije
- natančna statistika

NAJUSPEŠNEJŠE KAMPANJE NA DRUŽABNIH OMREŽJIH

<https://blog.hootsuite.com/social-media-campaign-strategy/>



Google



MY BUSINESS



TRENDS



ADS



ANALYTICS



Na Google Trends poiščite (globalne) trende, povezane z vašim podjetjem. Na Google Ads pa ključne besede.

<https://app.neilpatel.com/en/ubersuggest/overview>



USTVARJANJE STRANI/POSLOVNEGA PROFILA



<https://www.youtube.com/watch?v=Zl87ugrZSfo&t=45s>

<https://www.youtube.com/watch?v=mnAll8h6ZhA>

FACEBOOK

- Ustvariti račun/vpisati v FB
- + create page
- Ime strani
- Kategorija
- Opis strani
- Naložiti profilno in naslovno (cover) sliko
- Izbrati CTA gumb
- Edit page info: Dodati kontaktne informacije
- Dodati delovni čas
- Dodati povezave na družabna omrežja
- More-Edit Tabs
- User name za stran (@)
- Ustvariti objavo (post, live, event, job)



INSTAGRAM

- Prenesti aplikacijo
- Ustvariti račun ali vpisati s FB računom
- Določiti uporabniško ime
- Preklopiti na Business account. (settings)
- Dodati kontaktne informacije o podjetju
- Ustvariti objavo (+ create new)

Vrste računov:

- Personal (zasebna raba)
- Creator (ustvarjalci vsebin, influencerji)
- Business (podjetja)



USTVARJANJE VSEBINE

- Vsebina je zrcalo podjetja
- Dobra vsebina ima velik organski doseg
- Velik organski doseg = Uspešna promocija

KAKŠNA NAJ BO VSEBINA?

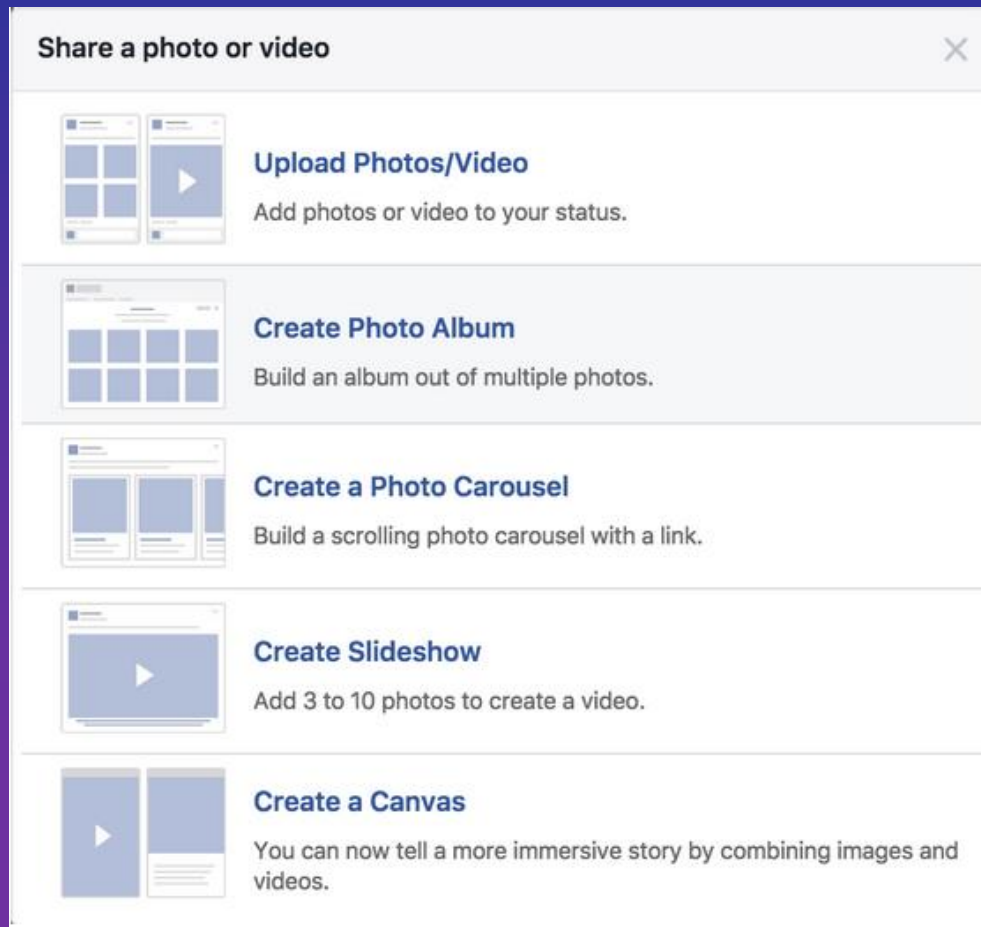
- Zanimiva, relevantna za ciljno skupino
- Ponuja zadovoljitev potreb uporabnikov, rešuje njihove probleme
- Izvirna
- Estetska
- Zabavna, pozitivna
- Kreativna
- Naslov
- Vizualna
- Jedrnata

- Vsebuje CTA
- Ne preveč promocijska
- Aktualna
- Interaktivna
- Jezikovno pravilna
- Nežaljiva, nerasistična in nediskriminativna
- Skladna s pravilniki
- Skladna s CGP in zgodbo znamke
- Optimiziranega formata za namizje in mobilne aplikacije
- Prilagojena vsakemu kanalu posebej
- Dodatki



FORMATI OBJAV

FACEBOOK



INSTAGRAM

FEED POST

STORY

GUIDE

STORY HIGHLIGHT

IGTV VIDEO

označevanje, razvrščanje vsebin po temi; omogoča uporabnikom, da lažje najdejo vsebine; podjetjem, da imajo objave večji doseg in pridobijo novo občinstvo



Pripravite objave (slika + tekst):

1. Predstavite svoje podjetje/projekt
2. Predstavite določen izdelek/storitev



KJE USTVARITI VSEBINE?



VIDEO

Adobe Premiere Pro
Wondershare Filmora



FOTO

Canva
Adobe Photoshop



STORY

Za navdih ...

- <https://blog.wishpond.com/post/58738215261/11-awesome-facebook-post-examples-critiques-best-practic>
- <https://blog.wishpond.com/post/115675437465/what-to-post-on-facebook>
- <https://adespresso.com/blog/instagram-stories-examples/>
- <https://skedsocial.com/blog/creative-instagram-stories-examples/>

VIDEI ZA DRUŽABNA OMREŽJA

prinašajo najboljše konverzije na družabnih omrežjih

- Kratki
- Optimizirani za vsak kanal posebej
- Optimizirani za ogled v mobilni aplikaciji in namizju
- Gledljivi in razumljivi tudi z izklopljenim zvokom
- Informativni (kako uporabljati izdelek, kakšne so prednosti) ali pripovedni (uvod, jedro, zaključek, konflikt, junaki)
- Kvalitetna slika in zvok
- Pravilo 3 sekund: Gledalce že od samega začetka osvojiti z nečim, kar vzbudi njihovo zanimanje, radovednost.

NAGRADNE IGRE

privabljajo nove stranke

zvišujejo vpletenost sledilcev

gradijo odnos z uporabniki

zbirajo uporabniške vsebine



PRAVILA SODELOVANJA



ŽREBANJE IN OBJAVA ZMAGOVALCA



POGOJI: NAKUP, PLAČILO



POGOJI: LIKE, SHARE, TAG



Pripravite objavo z nagradno igro/natečajem.



POVEČANJE DOSEGA

ORGANSKO

PLAČANO

- Povabiti prijatelje in jih prositi, da povabijo tudi svoje prijatelje
- Kvalitetne vsebine (Zanimive, izvirne in estetske, pozitivne)
- Video vsebine in live video
- Story
- Nagradne igre in natečaji
- Popusti
- Postavljanje vprašanj/izzivov
- Organiziranje dogodka
- Vključitev v relevantne skupine, aktivno sodelovanje in deljenje vsebin (ne spamati!)
- Sledenje relevantnih profilom na Instagramu
- Uporaba ustreznih



- Konsistentnost objav
- Objavljanje ob pravem času
- Taganje ljudi, strani (@ime)
- Pomembne objave pripnemo na vrh
- Promocija strani
- Oglaševanje objav
- Spremljati statistiko in analize ter prilagajati stran/oglaševanje



OGLAŠEVANJE NA DRUŽABNIH OMREŽJIH

- Zamislimo si kampanjo
- Zastavimo si cilje
- Pripravimo vsebine
- Določimo ciljno skupino (Custom Audience, Lookalike)
- Določimo trajanje oglaševanja
- Določimo proračun
- Spremljamo in analiziramo podatke
- Prilagodimo oglaševanje glede na podatke
- Kombiniramo različne vrste oglasov



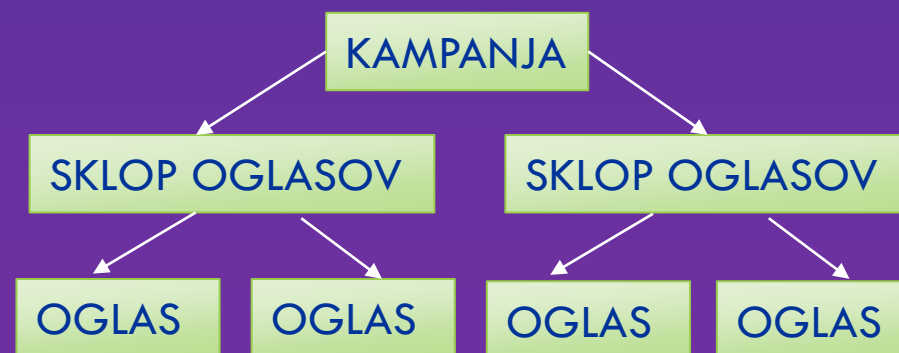
FB, IG INSIGHTS

STATISTIKA STRANI/PROFILA
število likov/sledilcev, ogledov, doseg objav ...

STATISTIKA POSAMEZNEGA OGLASA OZ. KAMPANJE
čas ogleda videa, odzivi, komentarji, doseg, kliki na link ...

[FACEBOOK AD LIBRARY](#), AD CENTRE

INSTAGRAM PROMOTIONS



10 PRAVIL ZA USPEŠNO POSLOVANJE NA DRUŽABNIH OMREŽJIH

Družbena omrežja so skupnost ljudi.

Pokazati predanost, strast.

Da nekaj dobim, moram nekaj dati.

Spremljati dogajanje.

Nič ni samoumevno.

Pripravljenost se prilagoditi.

Pokazati hvaležnost in spoštovanje.

Biti aktiven in aktualen.

Potruditi se in vztrajati.

Ne štejejo le všečki (ne jih kupovat).

