

DELAVNICA DIGITALNEGA MARKETINGA

INSTAGRAM in
FACEBOOK





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

Digitalni marketing

Raziskava trga

Marketinška strategija

Kampanje na družabnih omrežjih



Facebook

Instagram

Ustvarjanje strani, oglaševalskega računa

Vsebine



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



HENRY FORD



VRSTE MARKETINGA

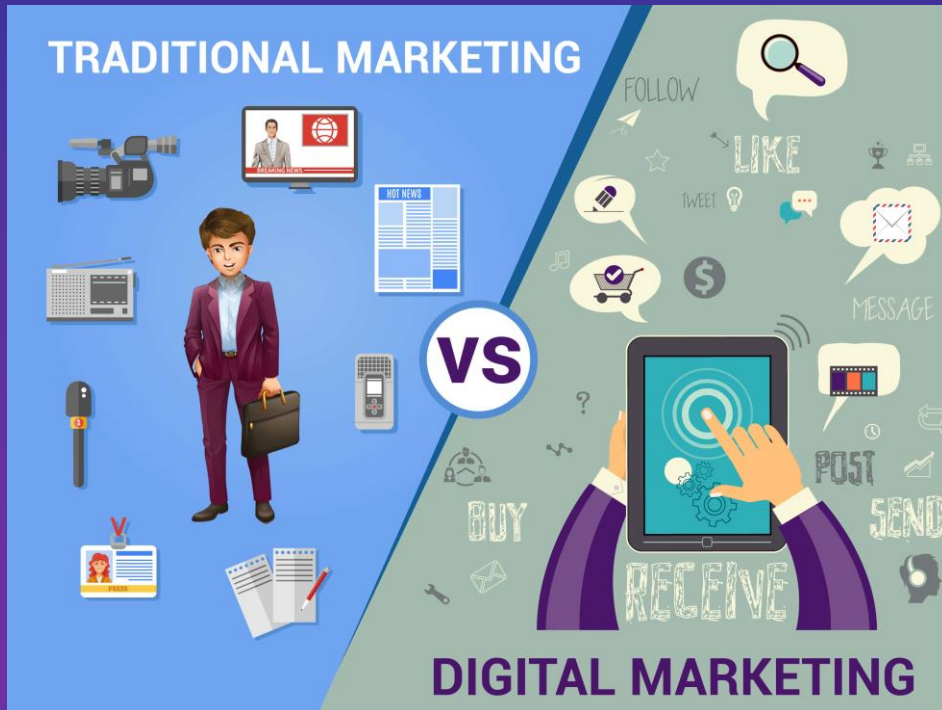
MEDIJ

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?



DIGITALNI MARKETING

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

BLOGI/VLOGI

E-MAIL

SMS MARKETING

SPLETNA STRAN



SEO

DRUŽABNA OMREŽJA

VIDEO MARKETING

INFLUENCERJI



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

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



MARKETINŠKA STRATEGIJA

Kaj komunicirati

Na kakšen način

Katere kanale izbrati

Kdaj in kako pogosto objavljati



Kakšni so cilji

Komu oglaševati

Kakšen je proračun

Kako spremljati uspešnost



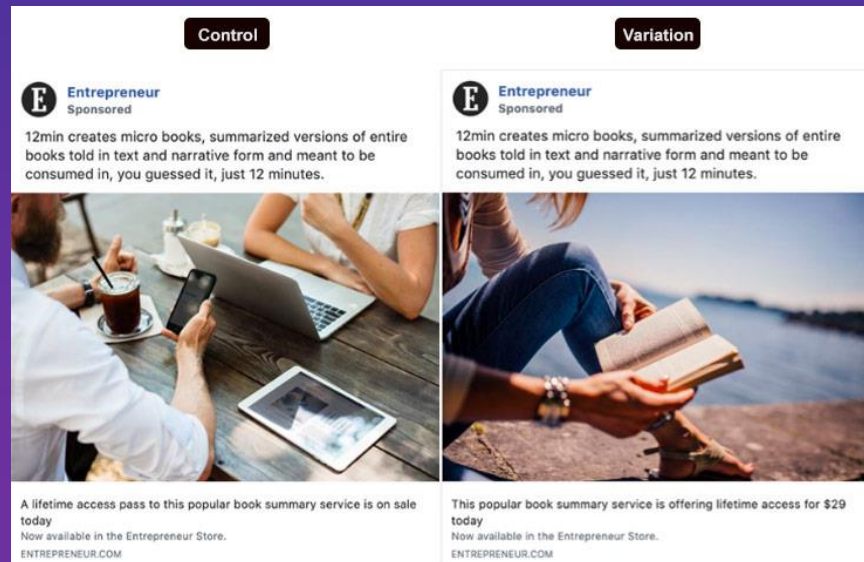
“Good marketing makes
the company look smart.
Great marketing makes the
customer feel smart.”

Joe Chernov



TESTIRANJE A/B

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

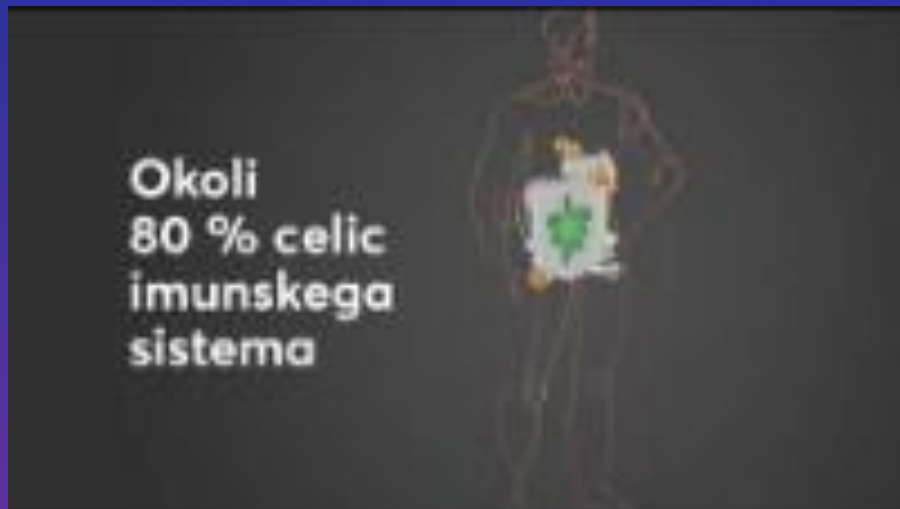


REMARKETING

- ponovno ciljanje potencialnih kupcev
- uspešen način za digitalni marketing
- nagovarjanje skozi celotno obdobje odločanja
- Facebook: Pixel + Look Alike



USPEŠNE KAMPANJE NA DRUŽABNIH OMREŽJIH



Donat Mg, Atlantic Grupa, Effie 2020 za najboljšo oglaševalsko akcijo
<https://www.marketingmagazin.si/opazeno/naravna-odpornost-izvira-iz-prebave>



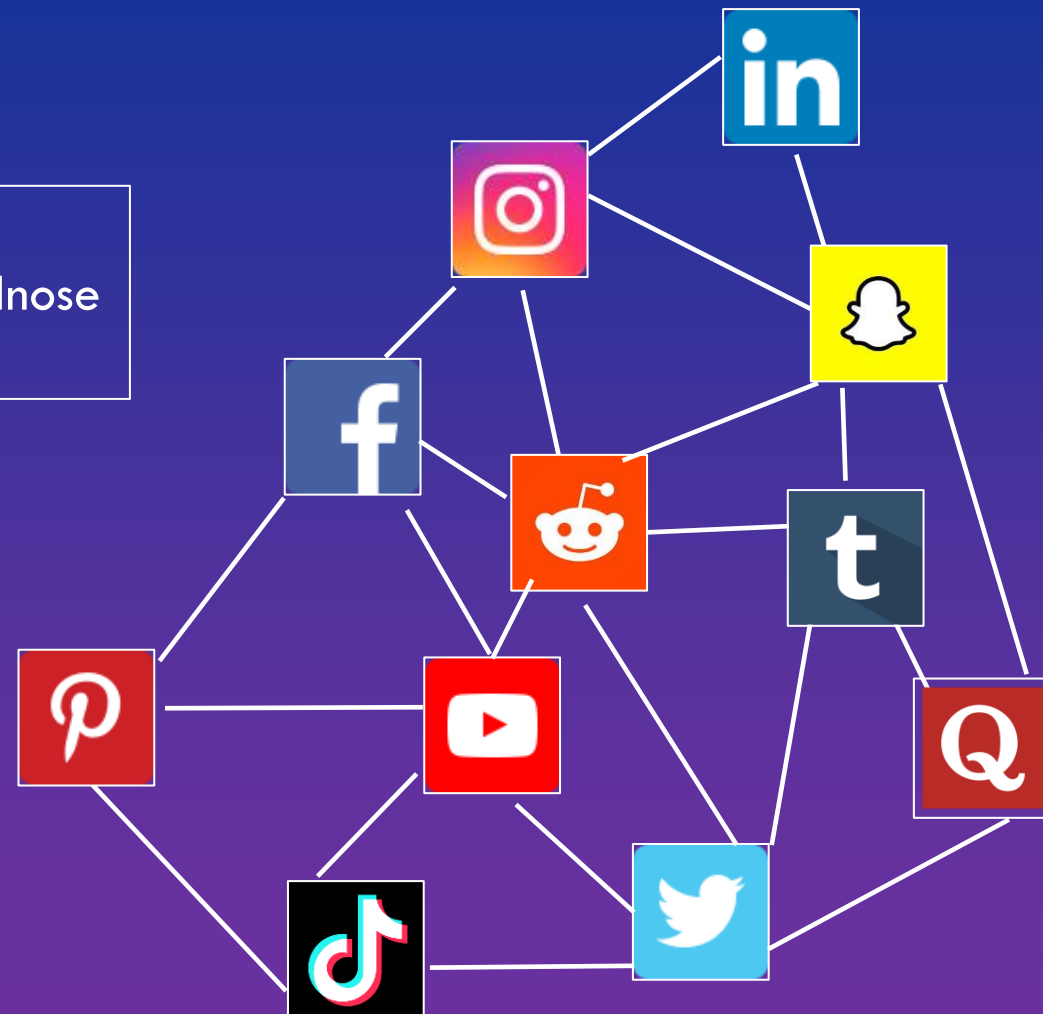
Varuh zdravlja, Vzajemna, SEMPL 2017 nagrada za najboljšo akcijo na družabnih omrežjih
<https://www.marketingmagazin.si/opazeno/naravna-odpornost-izvira-iz-prebave>

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

DRUŽABNA OMREŽJA

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

- 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



facebook



- Tekstovne in vizualne vsebine, spletne povezave
- Všečkanje, sledenje, deljenje
- Več kot 2,8 milijard aktivnih uporabnikov, 80 milijonov podjetij
- Uporabniki med 18 in 54 let

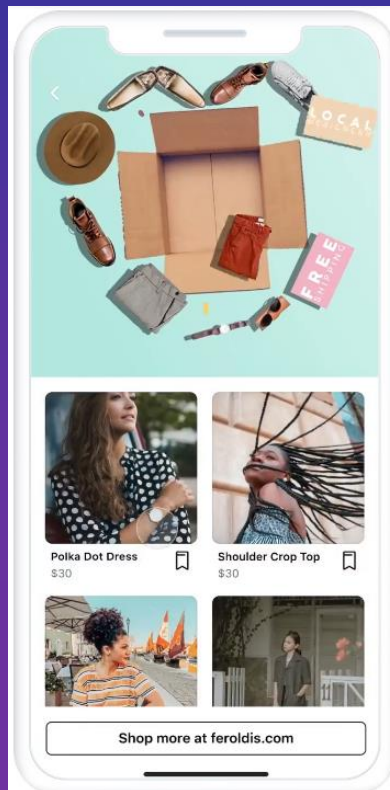
CAROUSEL

TEKST

DOGODEK

COLLECTION

LIVE



Instagram



- Vizualne vsebine
- Hashtagi
- Všečkanje, sledenje
- Več kot milijarda uporabnikov, 25 milijonov podjetij
- Uporabniki med 18 in 34 let

FOTO

VIDEO

STORY



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)



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 hashtagov



- 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



VIDEI ZA FB IN IG

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



OSNOVE OGLAŠEVANJA NA FB IN IG

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



SLIKA, VIDEO: privlačna, kakovostna, brez teksta

SPREMNI TEKST: ne predolgo, bistvo na začetku, koristne/uporabne informacije za ciljno skupino, CTA

POSEBNE PISAVE
<https://lingojam.com/FacebookFonts>

NAMEN → SPODBUDITI ZANIMANJE ZA NASLEDNJI KORAK



ZA NAVDIH ...

PRIMERI OBJAV

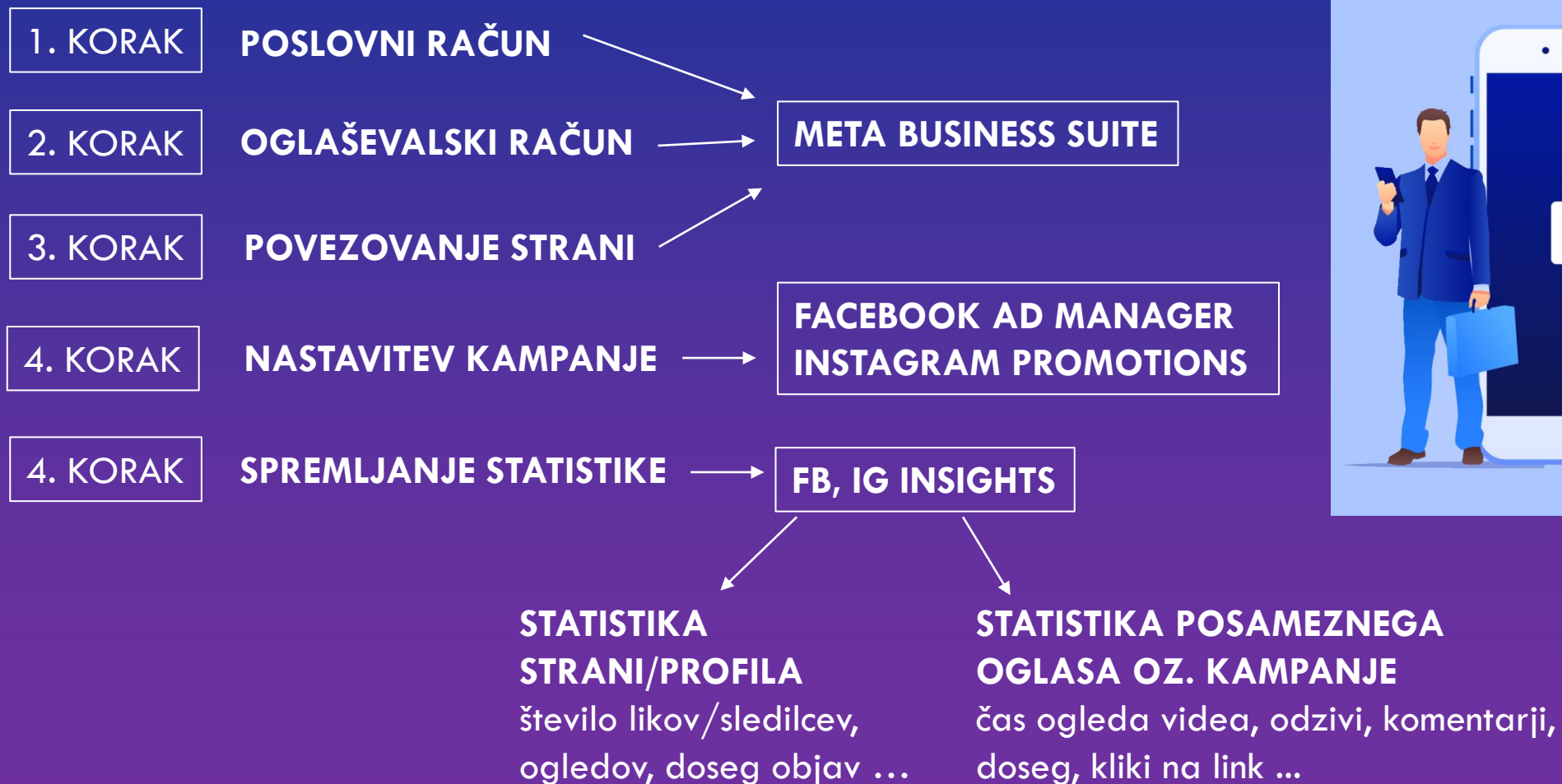
- <https://karolakarlson.com/best-facebook-ad-examples/>
- <https://blog.wishpond.com/post/58738215261/11-awesome-facebook-post-examples-critiques-best-practic>
- <https://blog.wishpond.com/post/115675437465/what-to-post-on-facebook>
- <https://adespresso.com/blog/instagram-stories-examples/>
- <https://skedsocial.com/blog/creative-instagram-stories-examples/>

FACEBOOK AD LIBRARY

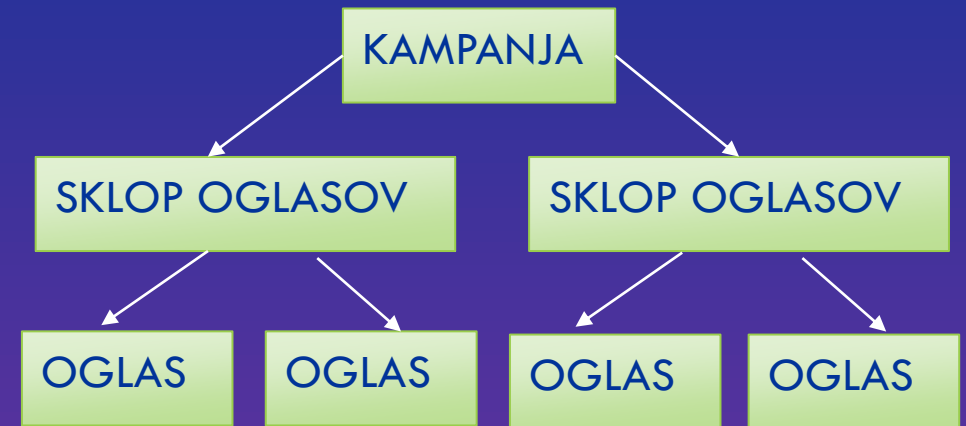
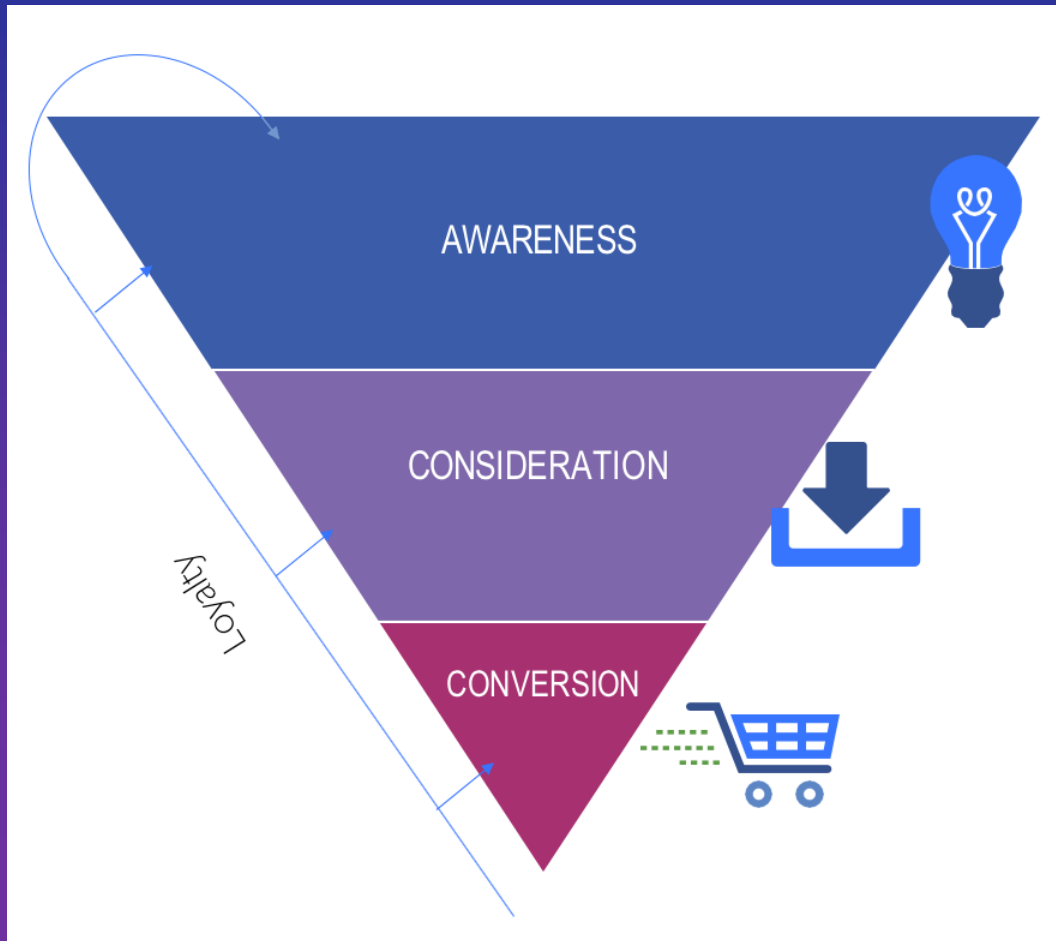


OGLAŠEVALSKA KAMPANJA

<https://www.youtube.com/watch?v=ID3VNINvndw>



CILJI



Impression/Prikazi - kolikokrat je bil oglas prikazan
Reach/Doseg - koliko unikatnih ljudi je videlo oglas
Cost per result/Stroški na rezultat – koliko denarja je bilo porabljenega na rezultat (všeček, klik ...)



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



KJE USTVARITI VSEBINE?



VIDEO

Adobe Premiere Pro
Wondershare Filmora



FOTO

Canva
Adobe Photoshop



STORY

FORMATI

<https://www.dreamgrow.com/facebook-cheat-sheet-sizes-and-dimensions/>
<https://later.com/blog/instagram-image-size/>

5 KORAKOV ZA USPEŠNO KAMPANJO NA FACEBOOKU IN INSTAGRAMU



Jasno opredeljen cilj kampanje

Dobro poznavanje oglaševalskih orodij

Dobro poznavanje ciljne skupine

Dobra vsebina

Spremljanje in razumevanje statistike

10 PRAVIL ZA USPEŠNO POSLOVANJE NA FACEBOOKU IN INSTAGRAMU

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).

