



POSLOVNI I INOVATIVNI CENTAR  
BAČKI PETROVAC

---

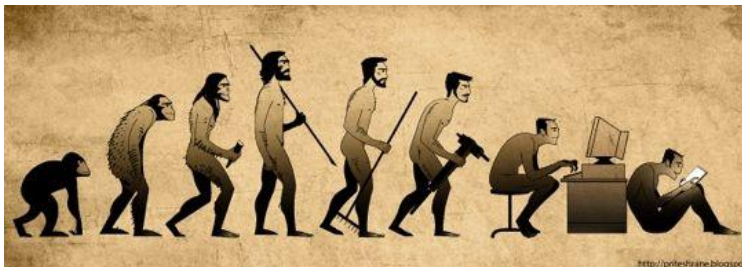
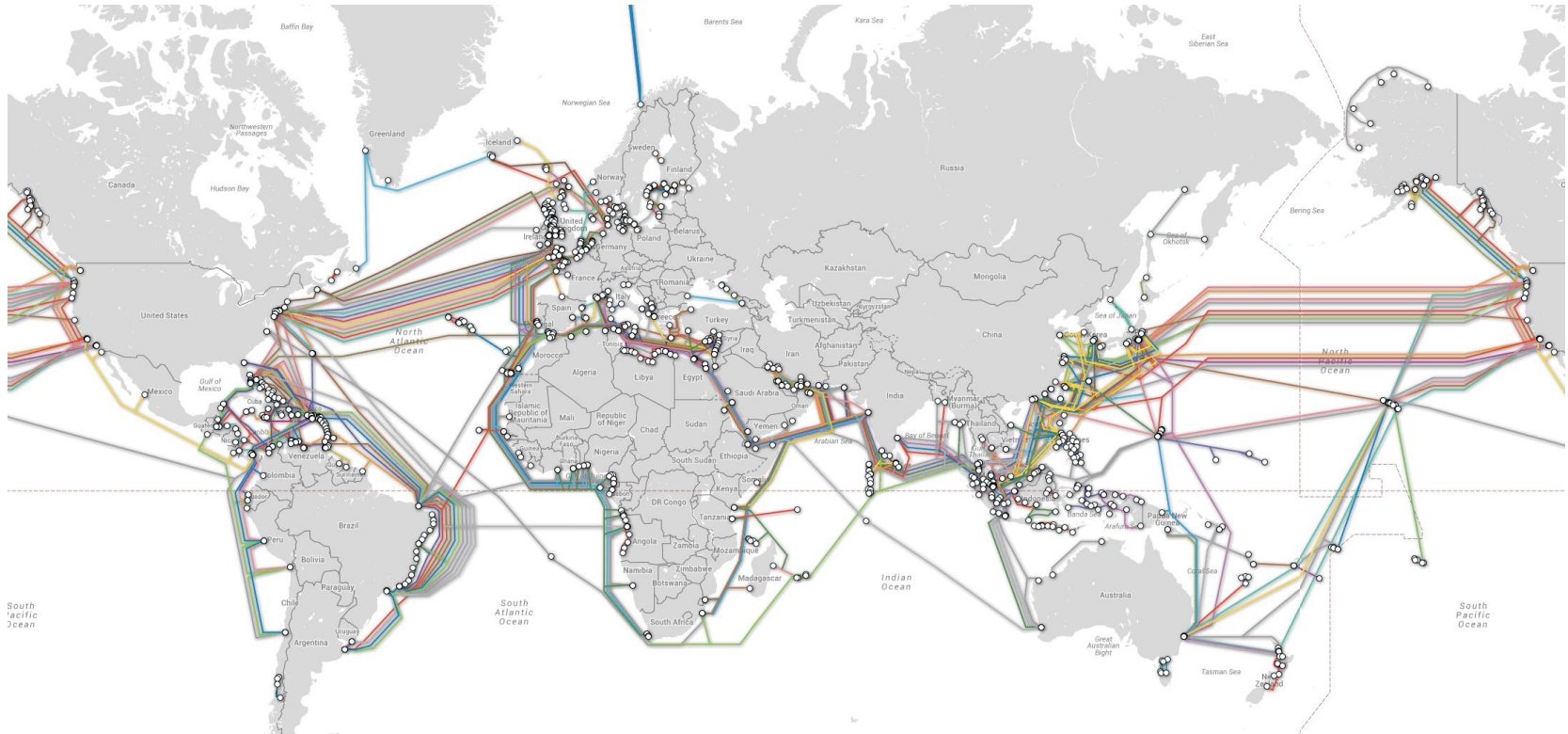
# Povećanje performansi poslovanja: Marketing i digitalne komunikacije

---

Jasna Komatović

April 2021

# Tehnologija Internet IT Ljudi

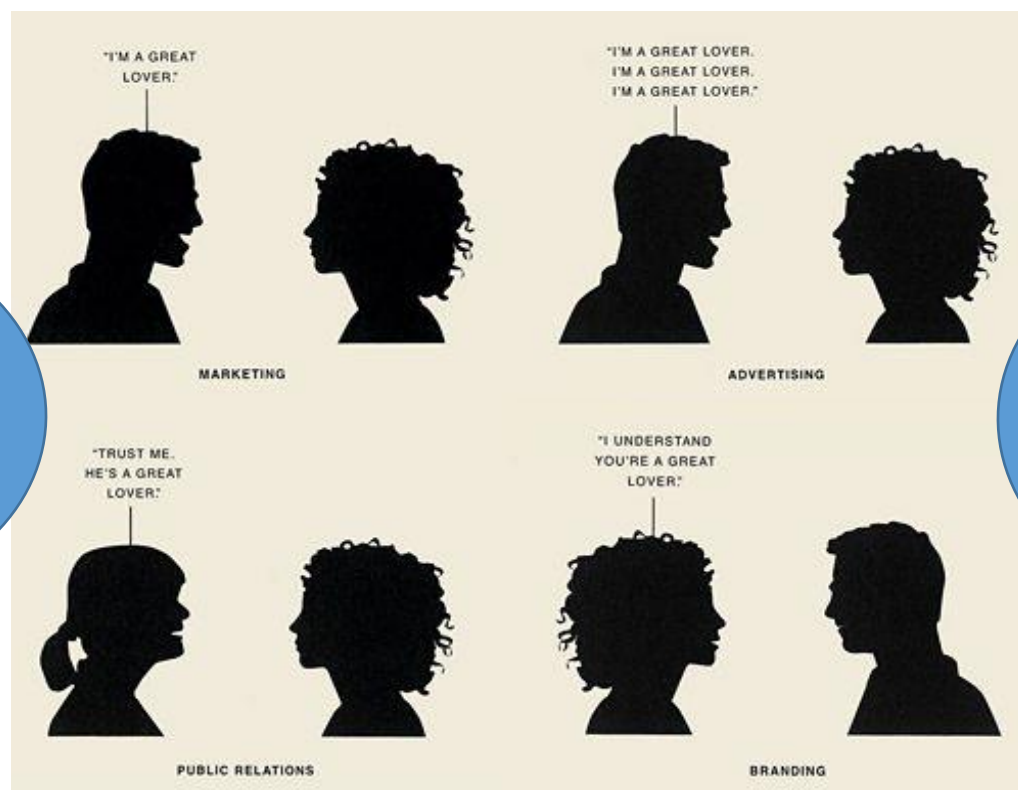


**“I’m not a tech guy. I’m looking at the technology with the eyes of my customers, normal people’s eyes.”**

— Jack Ma, Alibaba

# 1. Šta je komunikacija u (digitalnom) okruženju?

- **Corporativne komunikacije = Marketing & PR** (korisničko iskustvo, emocije)
- **Marketing:** 4P-15P (product, place, price, promotion, packaging, publicity...) = **tržište**
- **Public relations:** kreira i održava reputaciju, imidž, kredibilitet, relevantnost, autoritet, autentičnost, identitet (Ferrari / Maybach / Maserati) = **emocije, sliku, osećaj, potrebu**



Word of Mouth  
(preporuka)

Korisničko iskustvo  
😊  
Brend ambasador

# Marketing u preduzetništvu?



Preko 3 miliona rezultata „definicija marketinga“

# Marketing: Oglašavanje

**Marketing** predstavlja zbir aktivnosti koje su upotrebljene **u cilju usmeravanja** tokova proizvoda i usluga od proizvođača prema potrošaču (korisniku, kupcu, klijentu) i može se predstaviti kao proces od četiri koraka – 4P:

1. **PROIZVOD** (en: product)  
treba projektovati da **zadovolji potrebe potrošača i bude konkurentan**
2. **CENA** (en: price)  
odnosi se na cenu proizvoda ili usluge
3. **DISTRIBUCIJA** (en: placement)  
plasman proizvoda i usluga do potrošača
4. **PROMOCIJA** (en: promotion)  
pored **reklama ili oglašavanja** (ekonomske propagande) uključuje i druge vidove promocije poput promotivne reasprodaje, nagradne igre, ličnu prodaju...

## Reklama ili Oглаšavanje (Advertising, Ad, Ads)

**Reklama** (od franc. réclame, odnosno lat. reclamo - **javno oglašavati**) je vrsta komunikacije kojom sponzor reklame pokušava da ubedi publiku u korisnost određenog postupka, obično kupovine proizvoda ili usluge. Da bi postigao ovaj cilj autor reklame se služi svesnim ili podsvesnim porukama, odnosno kombinacijom informacije i emocije u reklamnoj poruci.

Jedna od najvažnijih karakteristika reklame je **način na koji ona stiže do potrošača** reklamiranog proizvoda ili usluge. U ovu svrhu se koriste: televizija, radio, novine, časopisi, video-igre, internet, bilbordi, poštanske pošiljke, distribucija letaka i drugi načini.

*„Jedna od ironija modernog reklamiranja je da je usled povećanja komercijalizacije oglašavačima postalo teže da postignu uspeha moraju da se još jače trude.“*

*McChesney, Robert W. "The Political Economy of Media: Enduring Dilemmas".  
Monthly Review Press, New York, (May 1, 2008)*



# Marketing u preduzetništvu?





# Marketing u preduzetništvu?

- **Marketing = Trište**
- Marketing = Prepoznavanje potreba i ispunjenje očekivanja odnosno **obećanja** koje je dato korisniku za proizvod ili uslugu.
- Marketing = Upravljanje procesima koji se odnose na: PIZA - **pažnja, interesovanje, želja, akcija**;  
*en: AIDA - Attention, Interest, Desire, Action.*



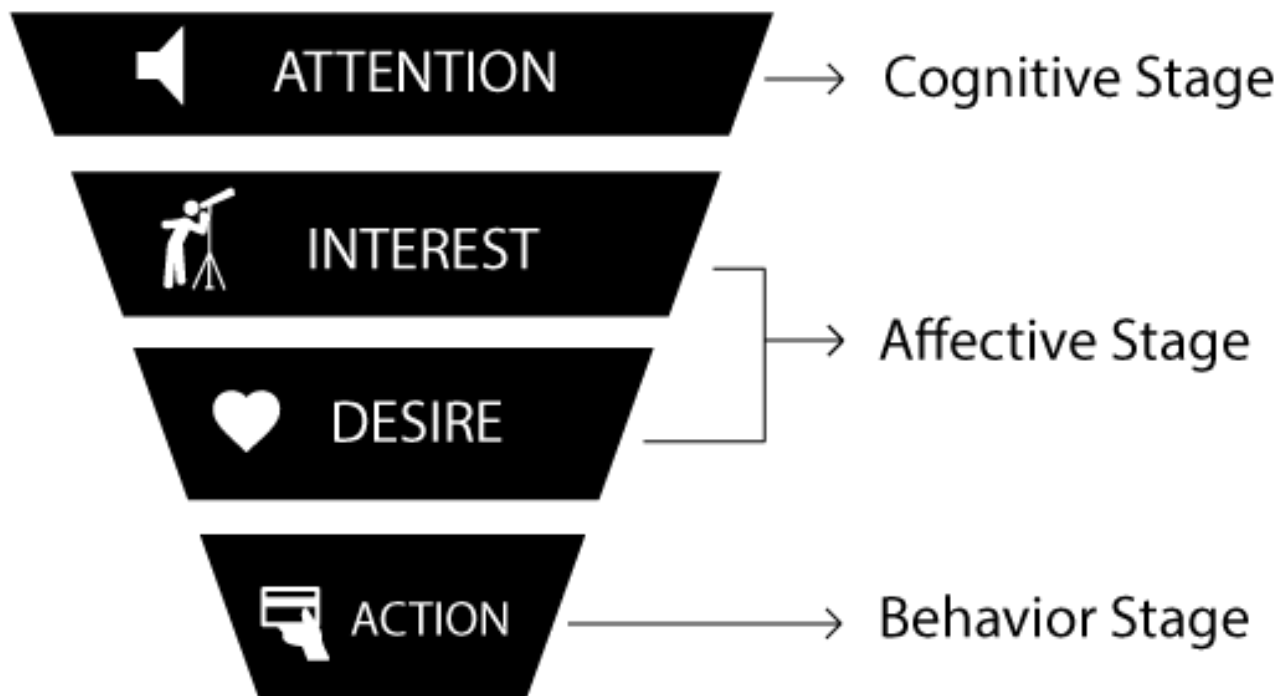
**Digitalni marketing** podrazumeva promociju proizvoda ili usluga korišćenjem digitalnih tehnologija, digitalnih komunikacionih kanala – prvenstveno interneta kao infrastrukture - kako bi određena poruka došla do primarne, prave publike.

Digitalni marketing takođe uključuje i mobilne telefone, tablete, displej oglašavanja... i bilo koji drugi digitalni medijum.



# Marketing u preduzetništvu?

## AIDA MODEL



**Content!** („noise destruction“)

**Marketing poruka:** mi pravimo visokokvalitetne dušeke, od vrhunskih materijala, 10. godina garancije, odlični protiv alergija i grinja. = opis proizvoda, ulepšavanje

**PR poruka:** mi pravimo dušeke zbog kojih imate slatke snove i dobar sex. = emocija, želja, pažnja

**Attention** – The consumer becomes aware of a category, product or brand (usually through advertising)



**Interest** – The consumer becomes interested by learning about brand benefits & how the brand fits with lifestyle

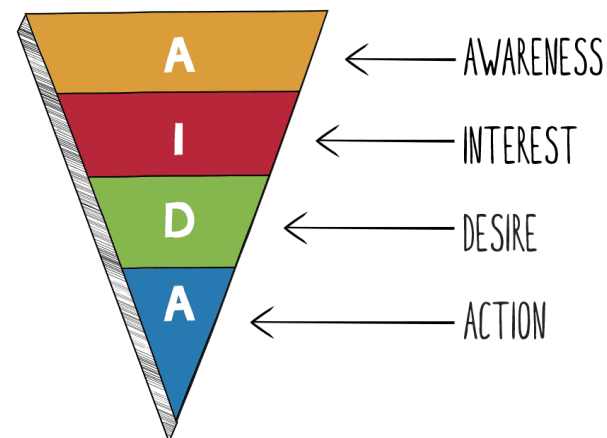


**Desire** – The consumer develops a favorable disposition towards the brand



**Action** – The consumer forms a purchase intention, shops around, engages in trial or makes a purchase

### THE AIDA MODEL



# Digital Marketing

(Marketing in Digital Age)



# Social Media Marketing

**Social Media Marketing (SMM)** is the process of gaining website traffic or attention through social media sites.

**Social Media Marketing programs usually center on efforts to create content that attracts attention and encourages readers to share it across their social networks.**

**Social Media  
= Društveni Mediji**



# Vrste Društvenih Medija?

Nekoliko hiljada veb sajtova koji predstavljaju **platforme** za različite vrste **društvenog umrežavanja** (*Social Networking*) i dele se u sedam kategorija i veći broj pod-kategorija.

Društveni mediji predstavljaju kategoriju Web sajtova (servisa) putem kojih je na jednostavan način omogućeno spajanje savremene **Internet tehnologije sa interakcijom korisnika**.



# Šta su društvene mreže?

- Osnovne karakteristike društvenih medija su jednostavna participacija korisnika (**angažman, interakcija**) i sadržaj koji korisnici generišu (User Generated Content).
- Važnost sadržaja koje korisnici generišu ogleda se u činjenici da društveni mediji postaju jači (uticajniji) sa **porastom sadržaja korisnika** (Wikipedia.org)

Early  
internet  
included  
message  
boards  
and chat  
rooms

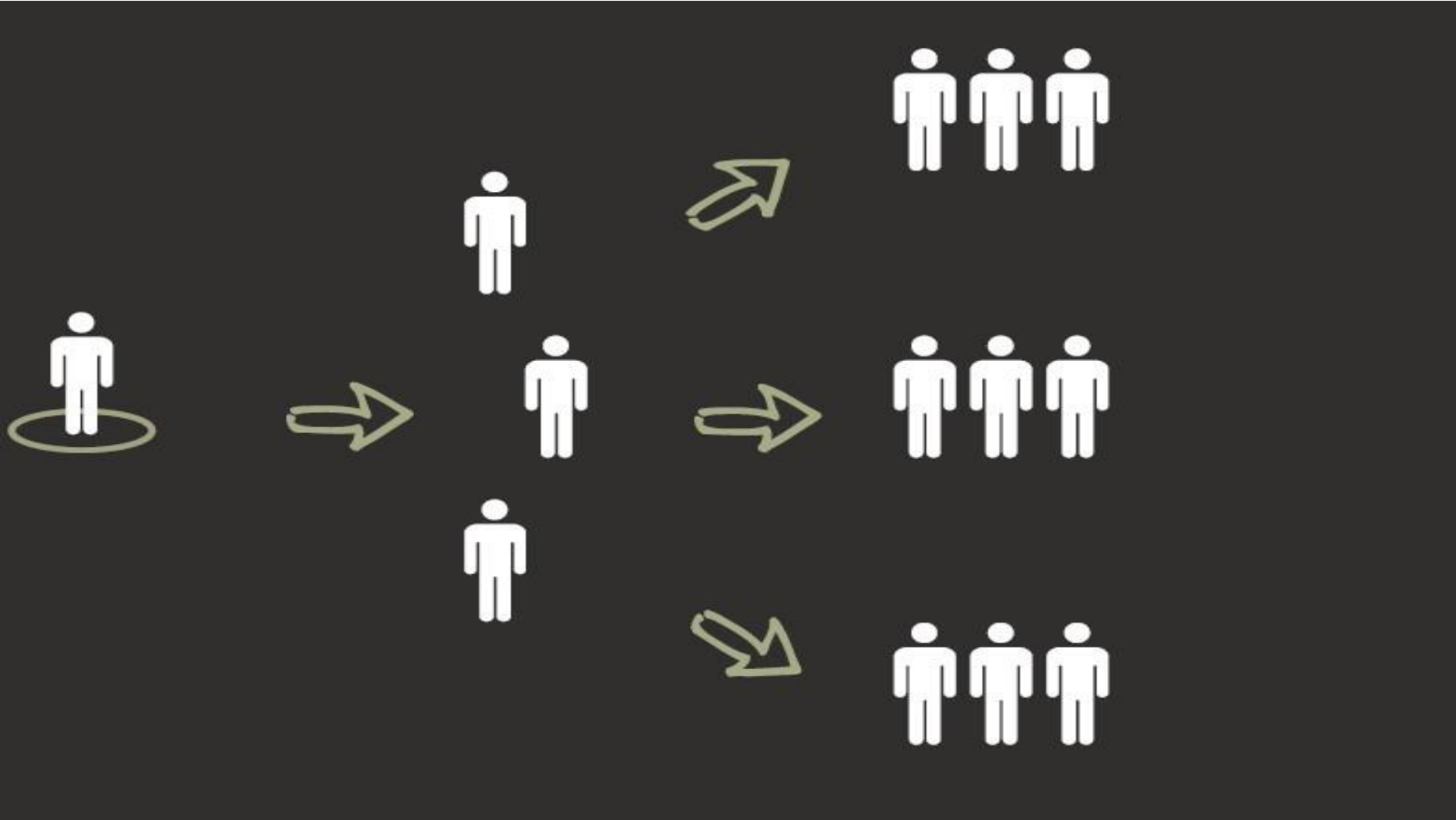


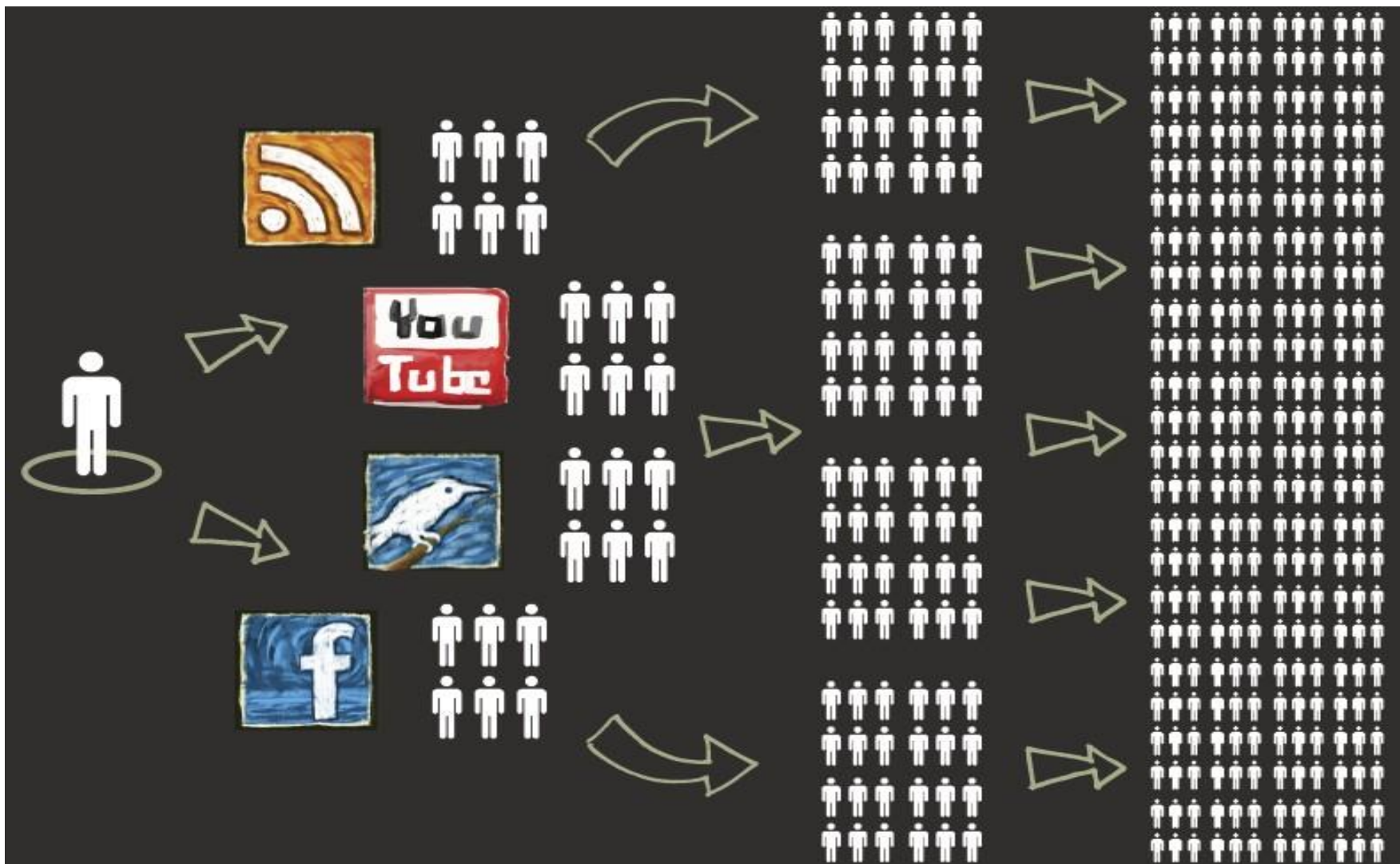




One message before Social Media...

Now, **social media** is...





## Word of Mouth = Preporuka

Osnovne karakteristike društvenih medija su jednostavna **participacija korisnika** (angažman, interakcija) i **sadržaj** koji korisnici generišu (User Generated Content).

Važnost sadržaja koje korisnici generišu ogleda se u činjenici da društveni mediji postaju jači (uticajni) sa porastom sadržaja korisnika (Wikipedia.org, YouTube)

# Društvene mreže

- **Generalne (klasične) društvene mreže** (en. General Social Networks) obuhvataju veliki broj različitih prethodno navedenih servisa društvenih medija i nisu ograničene na jednu ili nekoliko oblasti – tzv. horizontalne društvene mreže (obuhvataju sve oblasti života i rada). Najpoznatiji servisi ovog tipa su Facebook, Twitter, Google Plus...
- **Specijalizovane društvene mreže** (en. Niche Social Networks) imaju fokus na pojedinim oblastima, i u narednim godinama se pretpostavlja da će uticaj ovakvih tipova mreža biti sve značajniji. Primeri ovakvih servisa su Git, Pinterest.
- **Profesionalne društvene mreže** (en. Professional Social Networks) su dominantno poslovne društvene mreže namenjene kompanijama i zaposlenim osobama. Poslednjih nekoliko godina ovaj tip društvenih mreža postaje dominantan način za pronalaženje posla i zaposlenih osoba. Najznačajniji predstavnici ovog tipa servisa su LinkedIn i Xing.

# “WHY SHOULD I USE SOCIAL MEDIA FOR MY BUSINESS?”

**2.3 billion people** are active users on social networks.

That’s almost 70% of the entire world’s internet population!

**66%**

Of marketers saw an increase in leads from social media after spending just six hours per week on their social channels.

**HOW CAN YOU USE SOCIAL MEDIA EFFECTIVELY?**

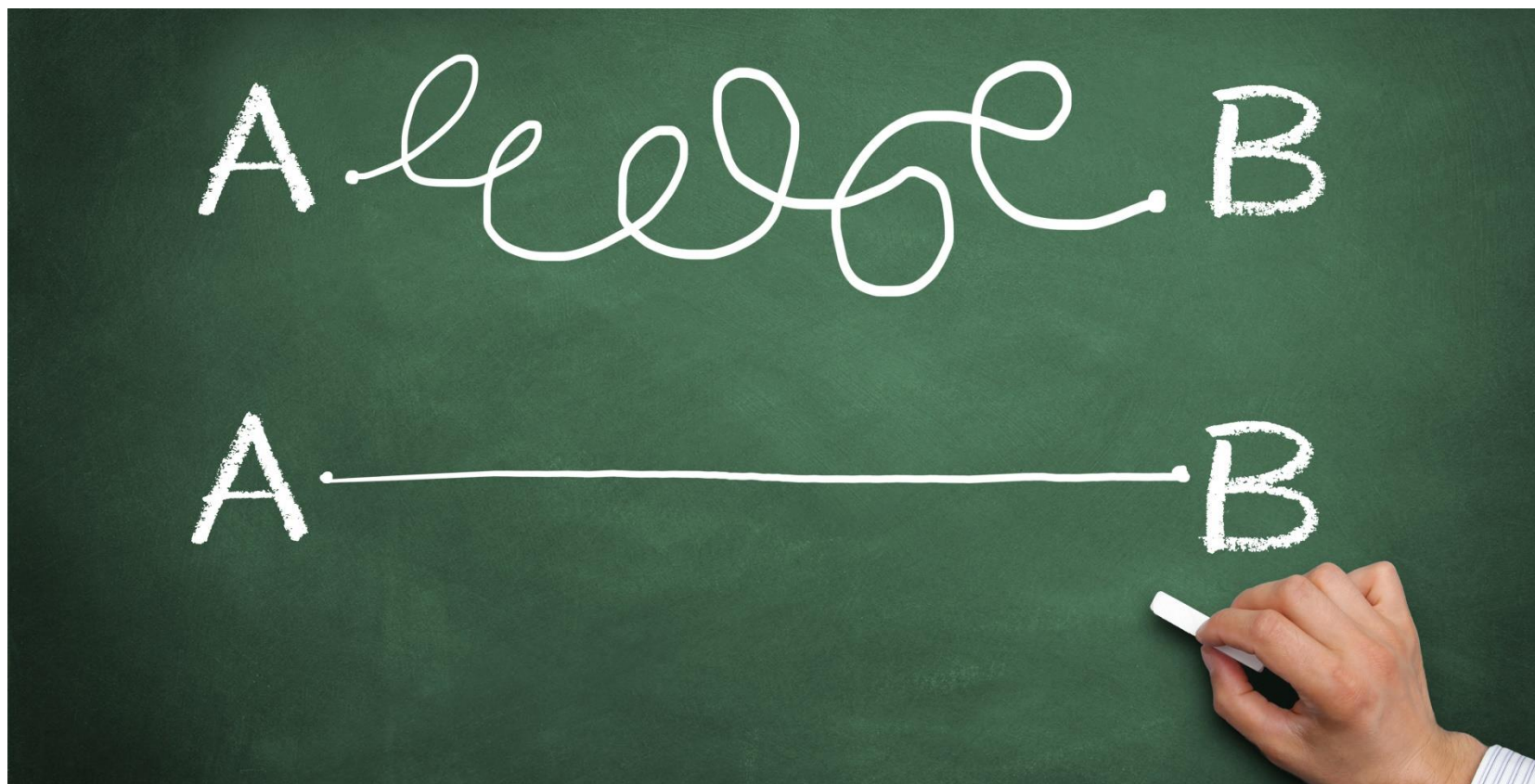


**„If you cannot do  
great things, do  
small things in a  
great way!“**

- [Napoleon Hill](#)

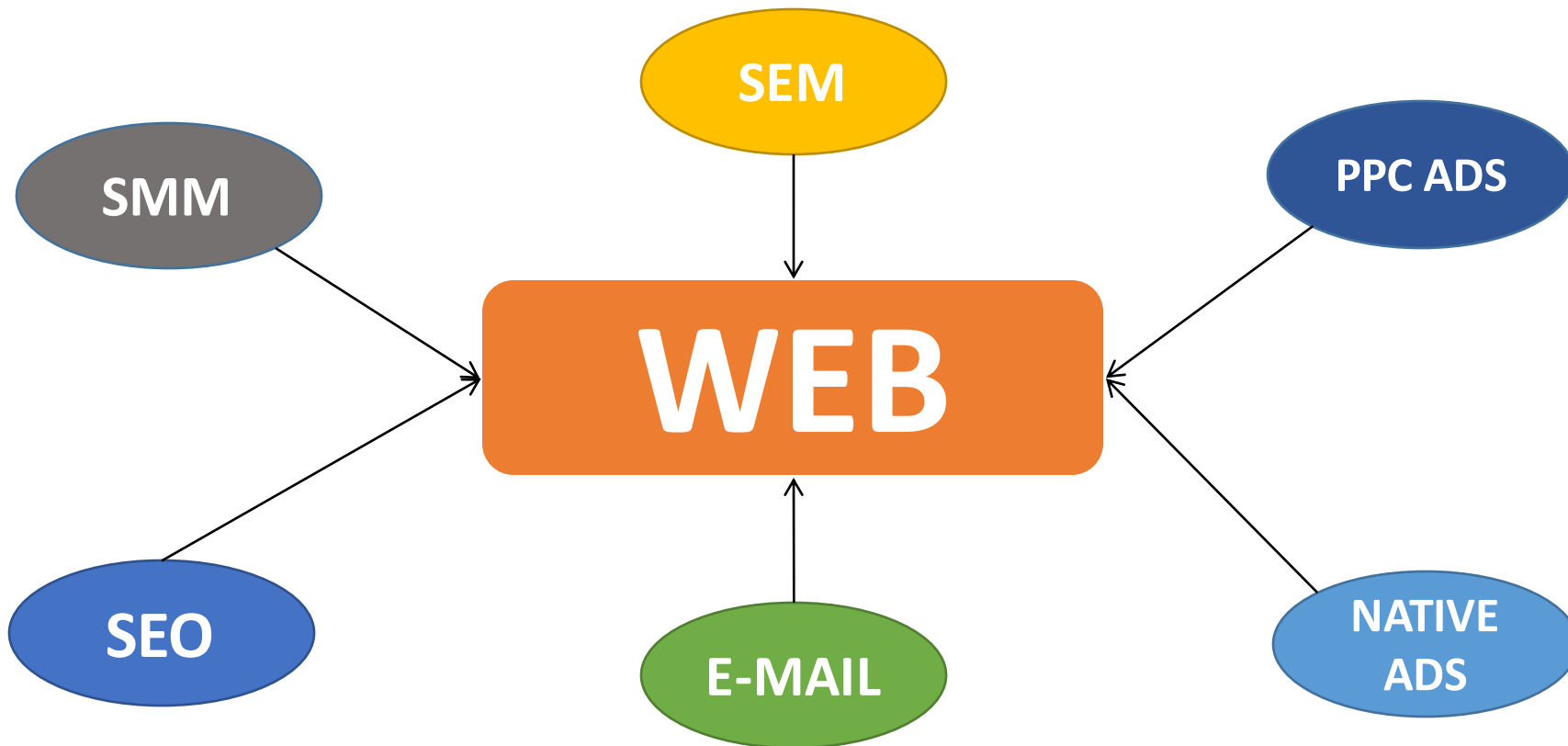


# Marketing strategija (Plan)



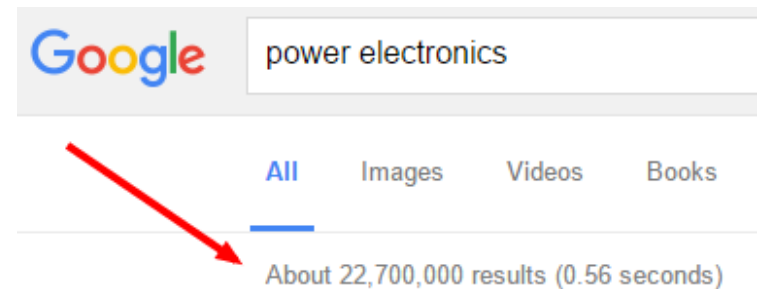
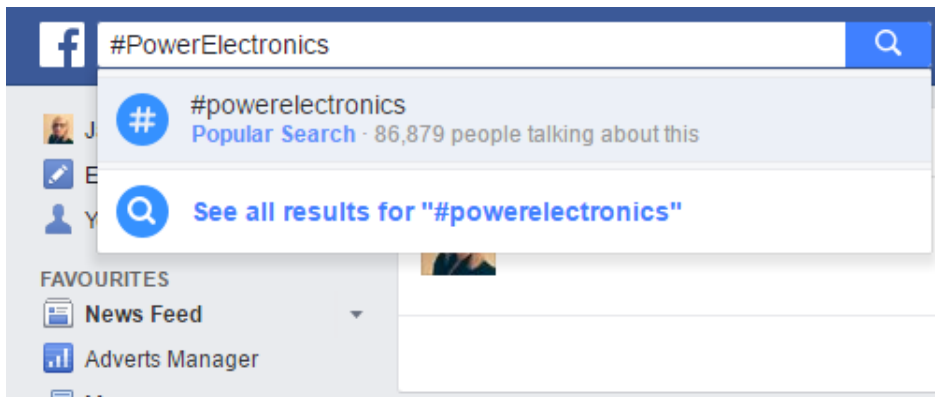
WHAT ARE YOUR  
GOALS?





# 1. Marketing strategija (Plan)

- **Social Media Monitoring**
- **Istraživanje i analiza**
- **Kreiranje tima** (grafički/web designer, copywriter, technical support...)
- **Uloge i odgovornosti**
- **Termin plan**
- **Benchmark**
- **Style Guide** (knjiga standarda)
- **Plan Sadržaja**
- **Kreiranje naloga i stvaranje uslova za digitalni identitet**
- **Optimizacija Social Media profila**



## Social Media Monitoring je faza istraživanja.

Potrebno je koristiti tokom faze istraživanja u razvoju social medija **strategije**.

Social monitoring je odličan alat (način praćenja) koji koriste mnogi marketari za prikupljanje informacija o kupcima/konkurenciji.

## 2. Monitoring: Faza istraživanja

Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti

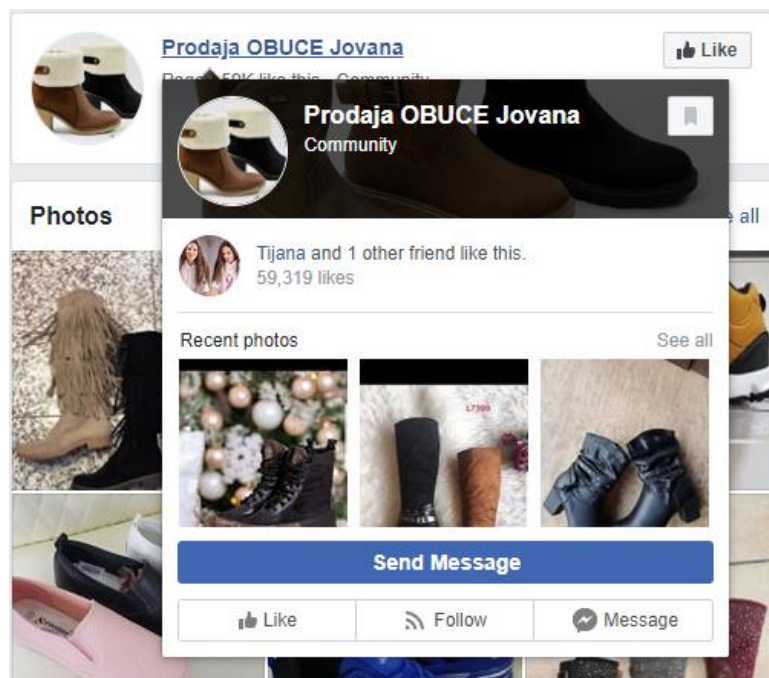
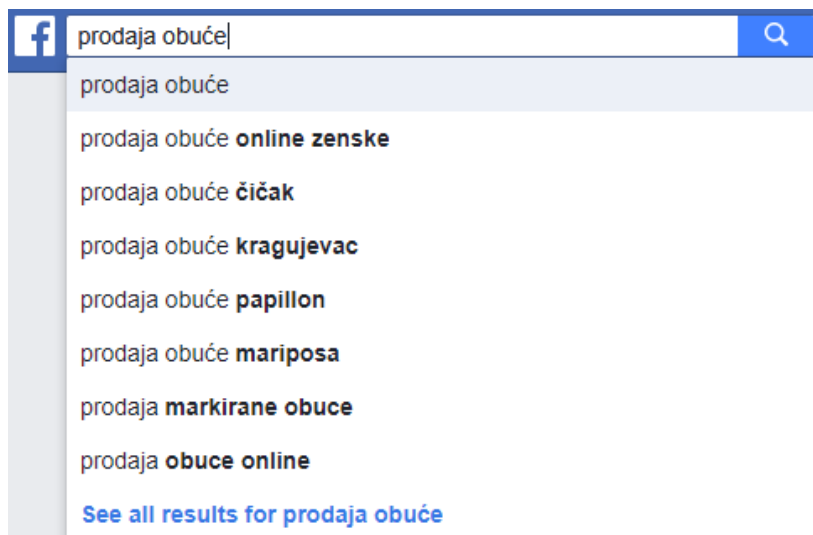
**Praćenje** (merenje) **društvenih medija ili „social media monitoring“** je aktivno praćenje kanala na mrežama radi informisanja, praćenja različitih sadržaja, aktivnosti konkurencije, pojedinaca, zajednica koje se okupljaju oko istih interesovanja.

**Izveštaj** omogućuje **analizu** postojeće situacije, upućuje nas na **poboljšanja** i pojednostavljuje napore za kreiranje prave strategije prisustnosti i **upravljanja komunikacijom** na društvenim medijima (ciljna, grupa, izveštaj, benchmark).

**Monitoring** nam omogućuje praćenje trendova u industriji. Ukoliko oslušujemo u kontinuitetu stavljamo se u poziciju koja nam pomaže da zadobijemo pražnju, privučemo nove korisnike i pratiocce, povećamo business.

## 2. Monitoring: Faza istraživanja


Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti








## 2. Monitoring: Faza istraživanja


Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti


 **Marija Stankovic** Promocive?  
Like · Reply · 2d

 **Prodaja OBUCE Jovana** Marija Stankovic nisu  
Like · Reply · 2d







 **Katarina Vladic Angelovski** Danima razmislljam da porucim ove cizmice,a danas sam srela devojku koja ima crne,kaze da su tople ali da su propustile. Vracate novac ako je tako?  
Like · Reply · 1d

 **Prodaja OBUCE Jovana** Neznam sta da vam kazem niko se nije zalijo da upustaju vodu  
Like · Reply · 1d

 **Natasa Ceriman** Gaziste za broj 37  
Like · Reply · 20h

 **Prodaja OBUCE Jovana** Natasa Ceriman 23 cm

**Related Pages**

	<b>OBUĆA BRNO</b> Product/service	
	<b>Obuca Style Shoes</b> Product/service	
	<b>Obuća CiPeLići</b> Outdoor and sporting goods company	

## 3. Optimizacija Social Media Naloga

Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti

**Knjiga standarda** (ili Social Media Style Guide) je pravilnik koji će utvrditi i standardizovati dosledan način koji će pružiti odgovore na klijente, deljenje sadržaja, kreiranje postova (vizuali, identitet, slogan...).

### Šta je Benchmark?


„Reper“ predstavlja pokazatelja koji nam omogućava da uporedimo svoje poslovne rezultate sa drugim kompanijama u industriji“.



IG: @3d\_stamparija & @3dprint\_twobears.rs & @3dstampanis

# 3. Optimizacija Social Media Naloga

## Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti

Nordeus 

@nordeus

- Home
- Posts
- Videos
- Photos
- About**
- Community
- Nordeus Games
- Find us on Instagram
- Events

[Create a Page](#)

### About

#### BUSINESS INFO

▼ Founded in 2010

🎯 Mission  
Engage the World with cross-platform games.

#### CONTACT DETAILS

✉ @nordeus

[Send Message](#)

🌐 <http://www.nordeus.com>

#### MORE INFO

**i** About  
We are an independent mobile games developer powered by the creativity of 166 awesomely talented people. Top Eleven is our first game.

**i** Company Overview  
Nordeus is an independent games company based in Belgrade, Serbia. We're fueled by the passion and creativity of more than 170 people from 20 countries. Together, we build games that bring the joy of winning to the lives of millions.

#### **i** Company Overview

Nordeus is an independent games company based in Belgrade, Serbia. We're fueled by the passion and creativity of more than 170 people from 20 countries. Together, we build games that bring the joy of winning to the lives of millions.

We pride ourselves in building the most-played online sports game in the world. Launched in 2010, Top Eleven has had more than 170 million players so far and continues to rock the charts.

We don't like to stand still. We're always finding new ways to grow and master our skills. Our culture encourages our people to take risks, stand out and learn from failures. No matter if we're making Top Eleven even better or working on new hit games, we help our people punch above their weight.

Would you like to join us?  
<https://www.nordeus.com/careers>

#### **🏆** Awards

Pocket Gamer Top 50 developer 2014, 2015  
Best employer in Eastern Europe 2012, 2013, 2014  
Among 25 hottest prospects in Europe hi-tech... See more

#### **i** Products

Top Eleven - Be a Football Manager

#### **🌐** Internet company

Kratak i jasan opis! Informacije o stranici / kompaniji. Detaljan opis i Link ka web sajtu

# 3. Optimizacija Social Media Naloga

## Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti

🔥 Pozicija za sve koji koriste \_\_\_\_\_ a imaju iskustva sa \_\_\_\_\_ je još uvijek otvorena! Ako želiš da radiš u kompaniji koja, između ostalog:

👉 deo profita deli sa zaposlenima

👉 omogućava povremeni rad od kuće

👉 pruža priliku da posetiš konferencije po svom izboru

💡 Pošalji svoju prijavu 💡

Više detalja o poziciji i načinu prijave pogledaj ovde --> \_\_\_\_\_

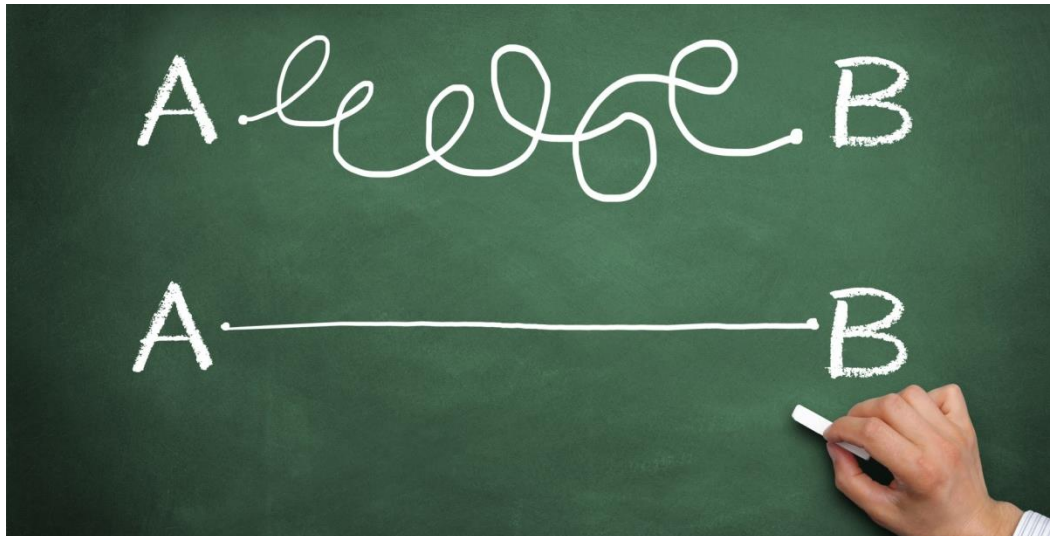


## 3. Termin Plan

### Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti

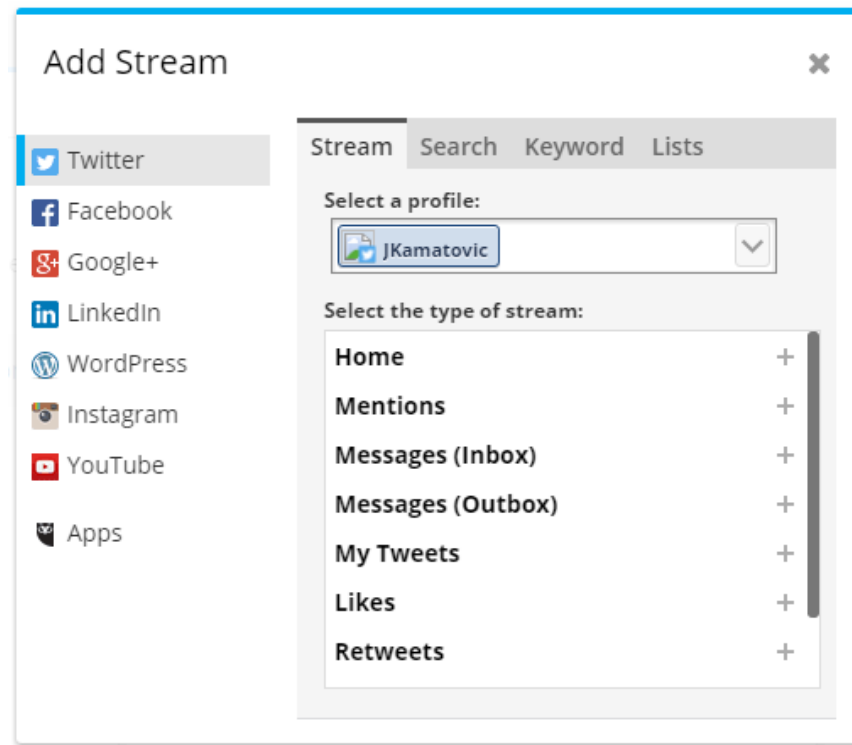
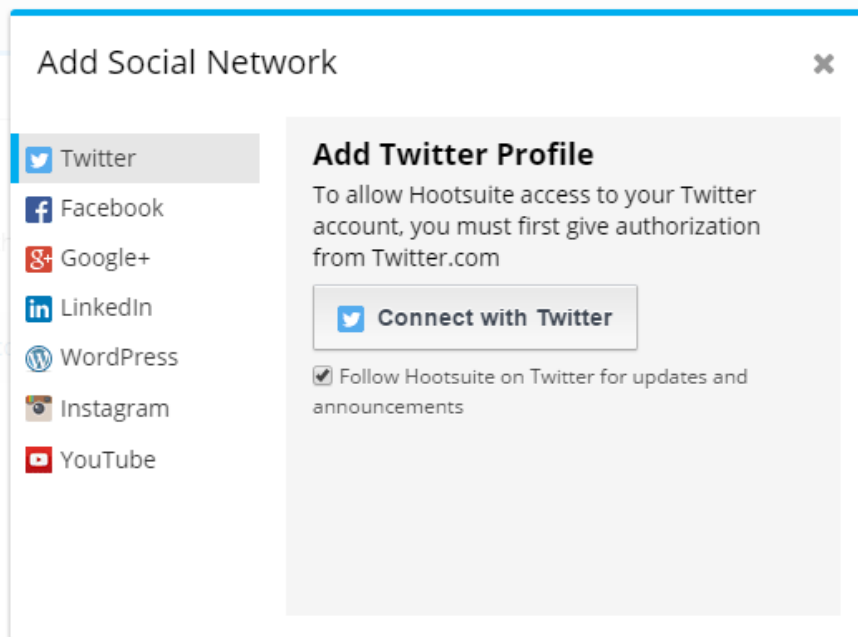
**Milestones (prekretnice, dostignuća) je značajan događaj ili faza u planu.**

Alati koji se koriste u upravljanju projektima za obeležavanje konkretnih tačaka duž vremenske linije projekta. Svaki projekat ima početak i kraj segmentiranjem u više prekretnica ubrzava se isporuka, efikasnost, vreme realizacije ciljeva i **provera** pravca razvoja i realizacije.



## 3. Termin Plan

Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti



## 3. Termin Plan

Ključna komponenta kreiranja Plana i aktivnosti

### **TIMING!**

Optimalno vreme za objavu postova na društvenim mrežama?

Najbolje ili optimalno vreme za objavu postova **zavisi** od mnogo različitih faktora koje uključuju:

- Samu društvenu mrežu (**platformu**)
- **Region**
- **Ciljeve** koje želimo da postignemo
- **Kako naša ciljna grupa uzajamno deluje sa sa samom mrežom i zajednicom**
- Kulturološka, socijalna **ponašanja**
- **Način** korišćenja platforme (desktop, mobile)
- **Vrsta sadržaja** koja se deli (foto, video, infografici, dokumenti...)
- **Vreme** u kojem zajednica koristi platformu
- Drugi **uticaji** poput negativnih vesti...



## 4. Plan sadržaja

**Content Management (upravljanje sadržajima)** je skup **procesa i tehnologija** koja podržavaju prikupljanje, priređivanje, upravljanje i objavljivanje različitih informacija u bilo kom obliku ili mediju.

Sadržaj je u najvećoj meri u digitalnoj formi u obliku teksta, multimedije (video, audio, gifovi) ili bilo koji drugi oblik. Upravljanje sadržajima nam omogućuje planiranje, distribuciju, upravljanje, raspoređivanje, **automatizaciju** u životnom ciklusu i drugim **poslovnim procesima**.

- **razumevanje** istinskih **potreba kupaca** (*to walk in customers shoes*)
- uspostavljanje i **razvijanje konverzacije** (*razmena informacija i implementacija feedback-a*)
- **uključivanje potrošača** u poslovne (i promotivne) procese (*word of mouth, users generated content, feed back implementation...*)
- **poverenje** (*trustworthy*), visok stepena otvorenosti ka svim javnostima i svaka vrsta interakcije.

## 4. Content Strategy (Plan sadržaja)

Plan za kreiranje, objavljivanje i upravljanje korisnim, upotrebljivim sadržajima

**Content Marketing** je marketinška tehnika kreiranja i distribucije **relevantnog sadržaja** koji ima određenu **vrednost za primaoca poruke** kako bi privukao, pridobio i uključio (**angažovao**) jasno definisanu ciljnu grupu koju **razumemo** sa ciljem stvaranja uslova komercijalne (profitabilne) akcije od strane korisnika.

- ***It is non-interruption marketing***). *Instead of pitching your products or services, you are delivering information that makes your buyer more intelligent. The essence of this strategy is the belief that if we, as businesses, deliver consistent, ongoing valuable information to buyers, they ultimately reward us with their business and loyalty.*

**Content Marketing** (*inbound marketing*) predstavlja različite vrste marketinških strategija i taktika koje uključuju kreiranje i distribuciju **kvalitetnih sadržaja** u cilju angažovanja postojećih i potencijalnih korisnika (kupaca, klijenata).

**Jelen Pivo**  
2 June at 14:27

Uzbuđenje pred premijeru.



Like Comment Share  
1.6k Chronological

**Budweiser** @Budweiser · 14h  
Tonight's game calls for two greats that were around for the first Copa America. La Albiceleste and Bud. #Copa100



16 69

**Guinness**  
5 June at 16:28

Ovu sliku opisuje samo jedna reč: hedonizam!



Like Comment Share  
64

**Dogma Brewery**  
13 December at 18:59

Pre 17 godina sedeo je sa ortacima, koje je kao i njega smaralo da nađu posao u struci, i u nekom trenutku palo im je na pamet kako Beogradu fali ogromna žurka na kojoj će se slušati rok „od Vardara pa do Triglava“ i piti pivo. Mislili su da će takav festival zainteresovati par hiljada ljudi...

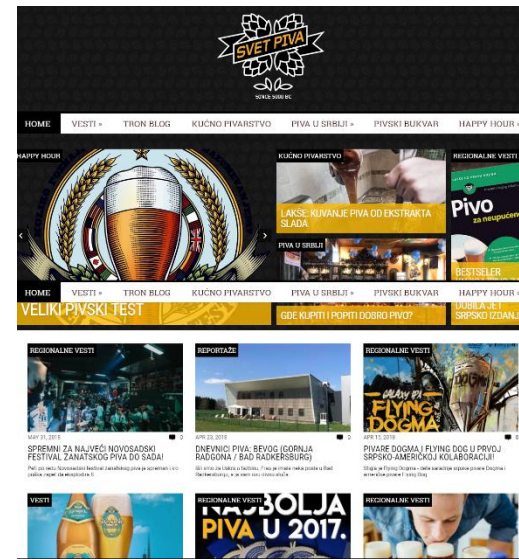
Zamislite koliko je Ivan Vanja Maslov bio uzbuđen kada je Begrade Beer Fest postao najveći pivsko-muzički festival u jugoistočnoj Evropi.

O Beer Fest-u i drugim velikim događajima iza kojih stoji njegov potpis, o njegovoj i našoj Dogmi, Vanja Maslov govori u #6 epizodi serijala MOJA DOGMA.



YOUTUBE.COM  
**MOJA DOGMA #6 - Vanja Maslov**  
Njegova dogma je iskrenost - u poslu, prema prijateljima i okolini. Kaže da je iskrenost jedina garancija da će nam se ona i vratiti...

51 1 Comment 6 shares



**Svet Piva**  
16 August

Ne znamo kako smo završili u odličnom, ozbiljnom članku o izvozu srpskog piva u EU, ali... pitani smo!!!



BBC.COM  
**Tajna uspeha srpskog piva u EU**  
Kako je Srbija postala drugi najveći svetski izvoznik piva u zem...

11



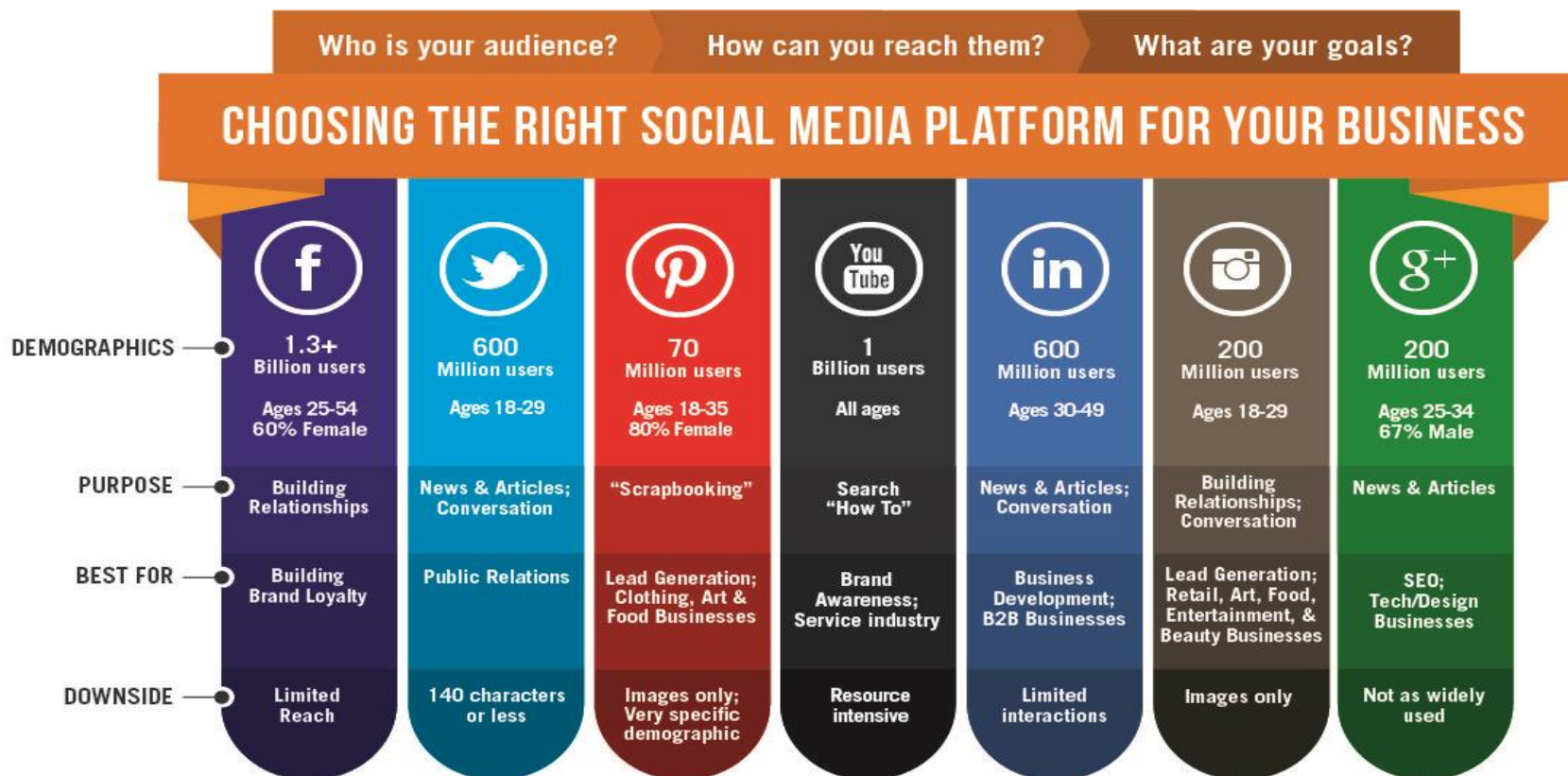
## 5. Inbound Marketing

Za razliku od klasičnog marketinga **odvraćanja ili kupovine pažnje** („advertising“ oglašavanje na radiju, TV, novinama, flajeri, telemarketing, spam e-mails...) „Inbound“ se odnosi na aktivnosti koje **donose** posete, angažman, interakciju, otvoreni javni dijalog, **zainteresovanost za proizvod ili uslugu** korisnika.

**Inbound marketing privlači kupce zanimljivim sadržajem koji za njih ima vrednost.**



# Šta koristiti i kada?



## Onlajn komunikacija Šta je **MENI** važno?



## 2. Gde je moja publika aktivna?

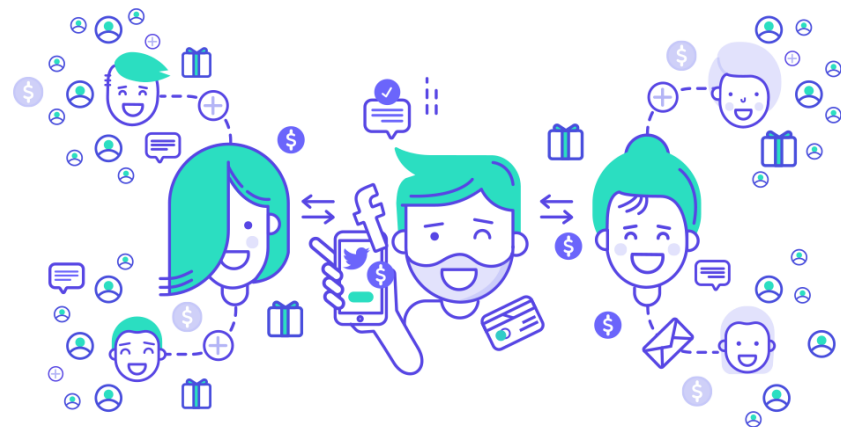
## 1. Gde je moja publika?



IMATI veliki broj pratilaca ne znači nužno da imate veliku publiku. Između 67.65 i 137.76 miliona Facebook naloga je lažno! (The Next Web).

Ljudi koriste društvene medije i za pretraživanje, a ne samo za druženje. Svakog minuta, korisnici sprovode milione upita na Google-u, Twitter-u, YouTube-u i Facebook-u. Ako je kompanija aktivni korisnik na ovim društvenim medijima, postoji velika šansa da će se pojaviti u rezultatima pretrage i društvenih medija.

### 3. Ciljne grupe



### 4. Grupe aktivnosti i kanali komuniciranja





# Paid media: Before vs Now

Paid media activities include **TV ads, product placements, print ads, radio ads, display ads, social media ads, ads in emails, native advertising, sponsorships, and direct mail.**

The defining characteristic of paid media is that **the audience for your content was developed by a third party.** Regardless of the media channel, anytime you're paying to reach an audience that you didn't develop, it's paid media. Basically, this is any kind of advertising.

# Facebook ads: Pixel Tips & Tricks

## Zašto ljudi dele sadžaje?

1. Da si olakšaju život
2. Da grade odnose
3. Kako bi pomogli drugima
4. Da izgrade svoj identitet

Nikada nemojte objavljivati na društvenim mrežama ono što sami ne bi: Lajkovali, Komentarisali, Delili.

Pri kreiranju oglasa uvek imajte na umu:

Jasna tematika

Poziv na akciju

„ON brand equity” – u skladu s brendom

Prilagodite tekst publici

1. Fotografije su za Facebook, tekst za Twitter
2. NIKAD ne žicajte lajkove!
3. Hashtagovi ne rade na Facebooku, na Twitteru i Instagramu su nužni!
4. Želite više komentara? Postavite pitanje ili praznu \_\_\_\_\_
5. Komentarišite kao stranica na drugim brendovima
6. Iznenadite nekog aktivnog korisnika
7. Koristite fotografije korisnika i spomenite ih u svom postu
8. Pazite kako stavljate linkove na društvene mreže

# Q & A

