

Program:

Uvod

- Kdo sem jaz? Kontaktni podatki
- Razlika med družabnimi omrežji in tradicionalnim oglaševanjem
- Zakaj je prisotnost na družabnih omrežjih za podjetja pomembna
- Koliko stane prisotnost na družabnih omrežjih

Facebook osnove

- Osnovne informacije
- Komu je namenjen in kako ga lahko podjetja kar najbolje uporabijo

Kako odpreti svojo stran

- Step-by-step s fotografijami – kako odpreti svojo Facebook stran
- Na kaj je potrebno paziti za največji doseg strank (katere informacije izpostaviti)
- Kako dodajati admina
- Prikazna fotografija – kakšno sliko uporabiti/kako jo prirediti; dimenzije
- Naslovna slika – kaj izpostaviti za največji ROI; dimenzije

Objavljanje – osnovni napotki

- Brand humanizing – kaj je to in kako se ravnati po tem načelu
- Pripovedovanje zgodbe
- Ustvarjanje vrednosti
- Poslušanje in odgovarjanje
- Going the extra mile – kako premagati večja in uveljavljena podjetja
- Social = having fun!
- Kako ljudi privabiti na stran

Objavljanje – podrobnosti

- Kakšen je idealen ton komunikacije
- Prodajne in neprodajne objave – kakšno je pravilno razmerje
- Idealna dolžina teksta
- Kakšne slike najbolj privlačijo
- Kako razbiti monotonost Facebook komunikacije
- Kako opremiti prodajne objave (custom linki, fotografije, teksti)

Oglaševanje - osnove

- Kako pripraviti najboljše oglase – vsi ne delujejo več (praktičen primer mojega naročnika)
- Kako ljudi z oglasi privabiti na stran
- Koliko denarja je potrebno zapraviti za dobre rezultate
- Kakšen tekst ima največji ROI
- Kako izbrati primerno sliko

Oglaševanje – targetiranje

- Kaj je targetiranje
- Zakaj se targetira
- Efektivnost targetiranja – praktični primeri
- Kako targetirati

Nagradne igre

- Kaj so nagradne igre
- Efektivnost nagradnih iger – praktični primeri naročnikov

- Kako pripraviti nagradno igro
- Pravila, ki jih moramo upoštevati
- Aplikacija – da ali ne

Facebook aplikacije

- Kako se lotiti Facebook aplikacije
- Katera orodja uporabiti
- Kako orodja delujejo
- Kaj upoštevati pri pripravi aplikacije
- Kakšen je cenovni razpon

Facebook Analitika

- Kaj je Facebook analitika in kako nam lahko pomaga (primeri na slikah)
- Najpomembnejši deli Facebook analitike
- Kdaj je najboljši čas za objavljanje objav
- Kako prepoznati ciljno publiko in kako prilagoditi vsebino glede na ugotovitve

Personal brand – osnove

- Kaj je personal branding in kako nam lahko koristi
- Kako in kdaj začeti s personal brandingom
- Kako izkoristiti moč množic

Praktični primeri

- Dobra in slaba praksa Facebook strani
- Kaj upoštevati in kaj ne

Priporočila – knjige

- Priporočila za nadaljne branje

Vprašanja in odgovori

- Odgovarjala bom na specifično zastavljena vprašanja