

FACEBOOK

Ana T. Dimitrijević
@preduzetnicanadelu



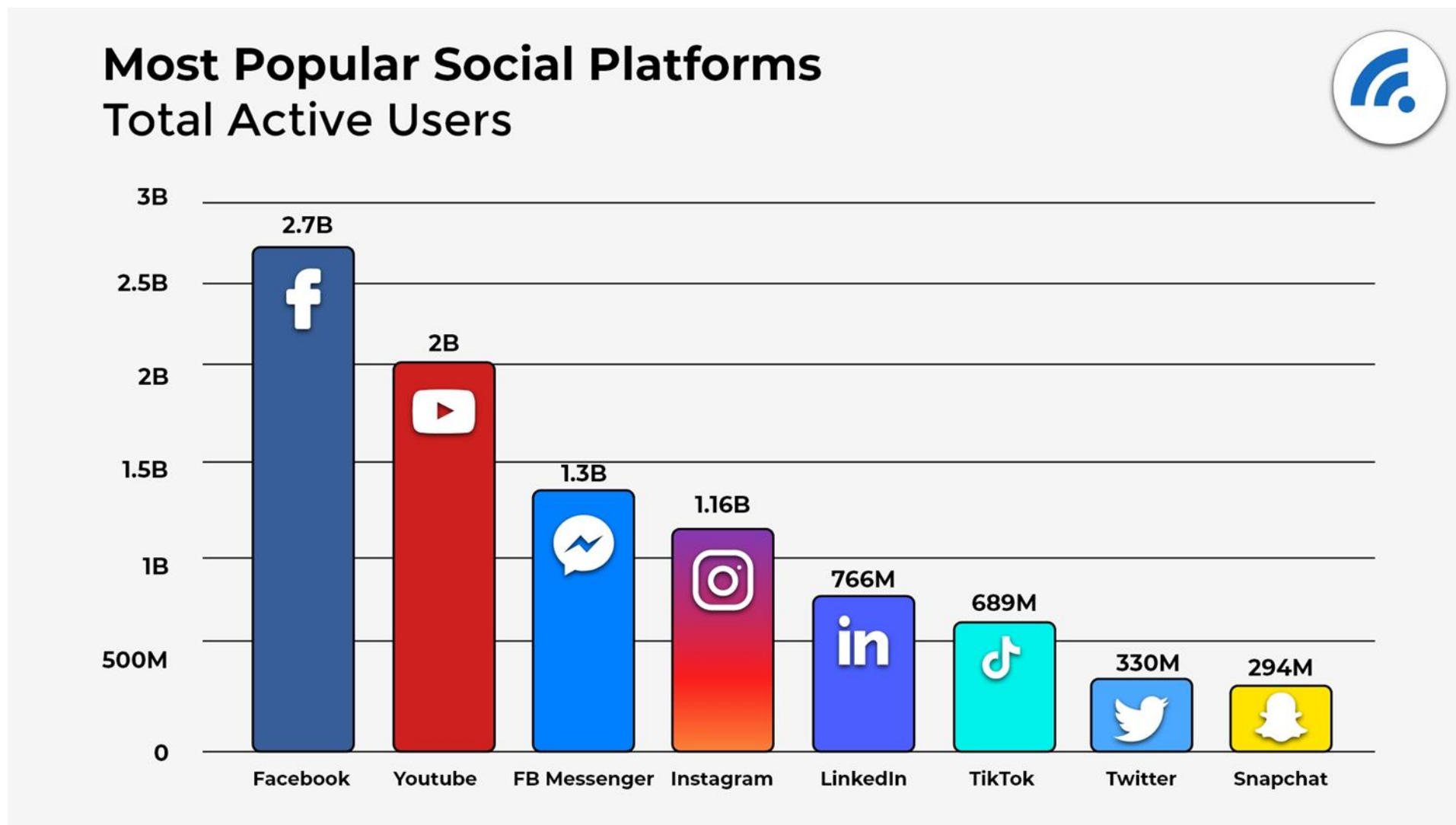
O čemu ćemo pričati?

- Šta je Facebook
- Prednosti pojavljivanja i oglašavanja
- Terminologija
- Oglašavanje

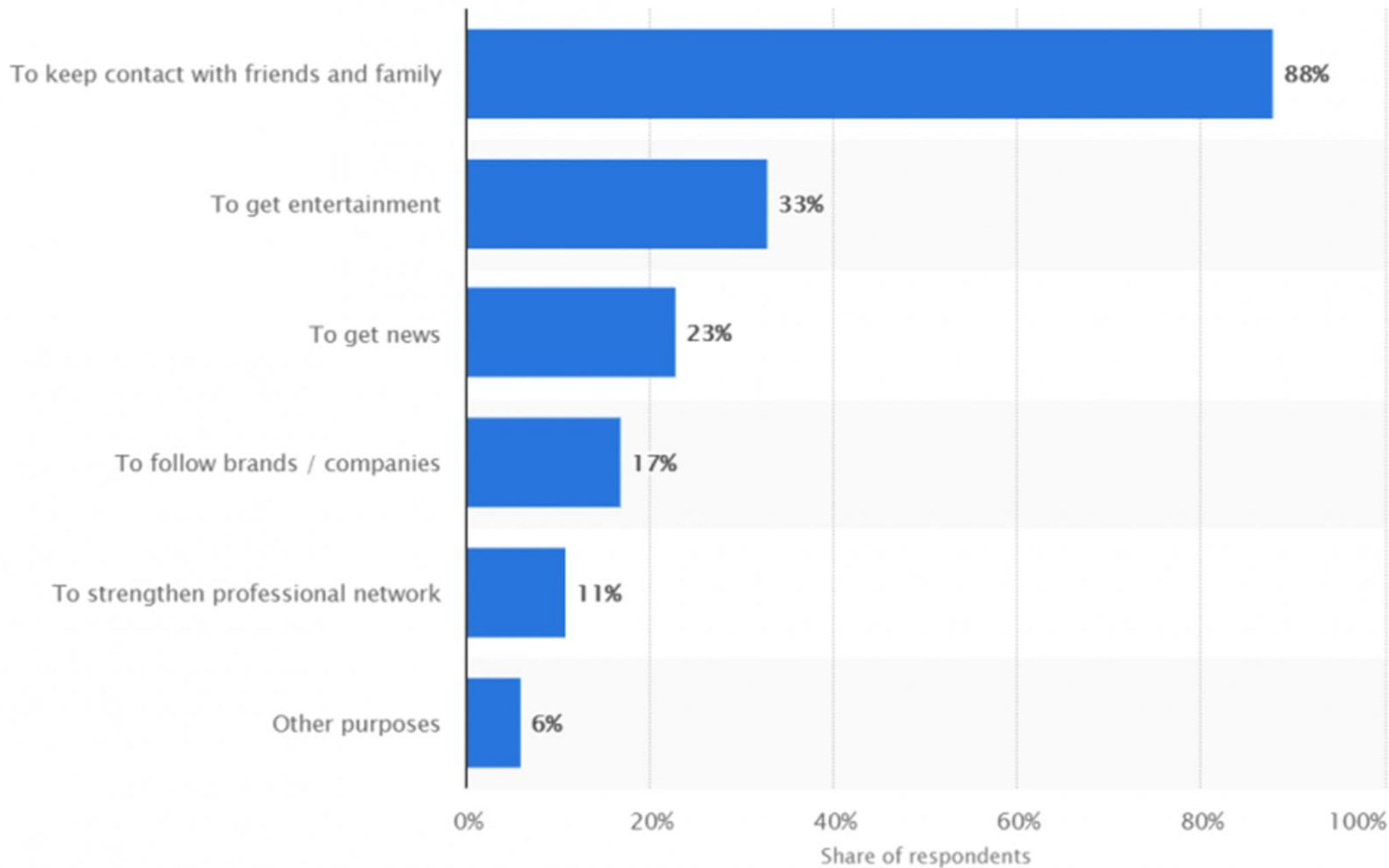
Šta je Facebook?

- Fejsbuk (eng. Facebook) je društvena mreža, na koju se svako može besplatno učlaniti.
-
- Glavni osnivač fejsbuka je Amerikanac Mark Zuckerberg, koji je sa četvoricom kolega 2004. godine objavio danas najpopularniju društvenu mrežu.
- Korisnici fejsbuka su organizovani u mreže po gradovima, radnim mestima, školama i regionima. Kao korisnik fejsbuka u mogućnosti ste da dodajete prijatelje, šaljete poruke, igrate igrice, ubacujete svoje lične podatke na profil, uključujući slike, video zapise, linkove....

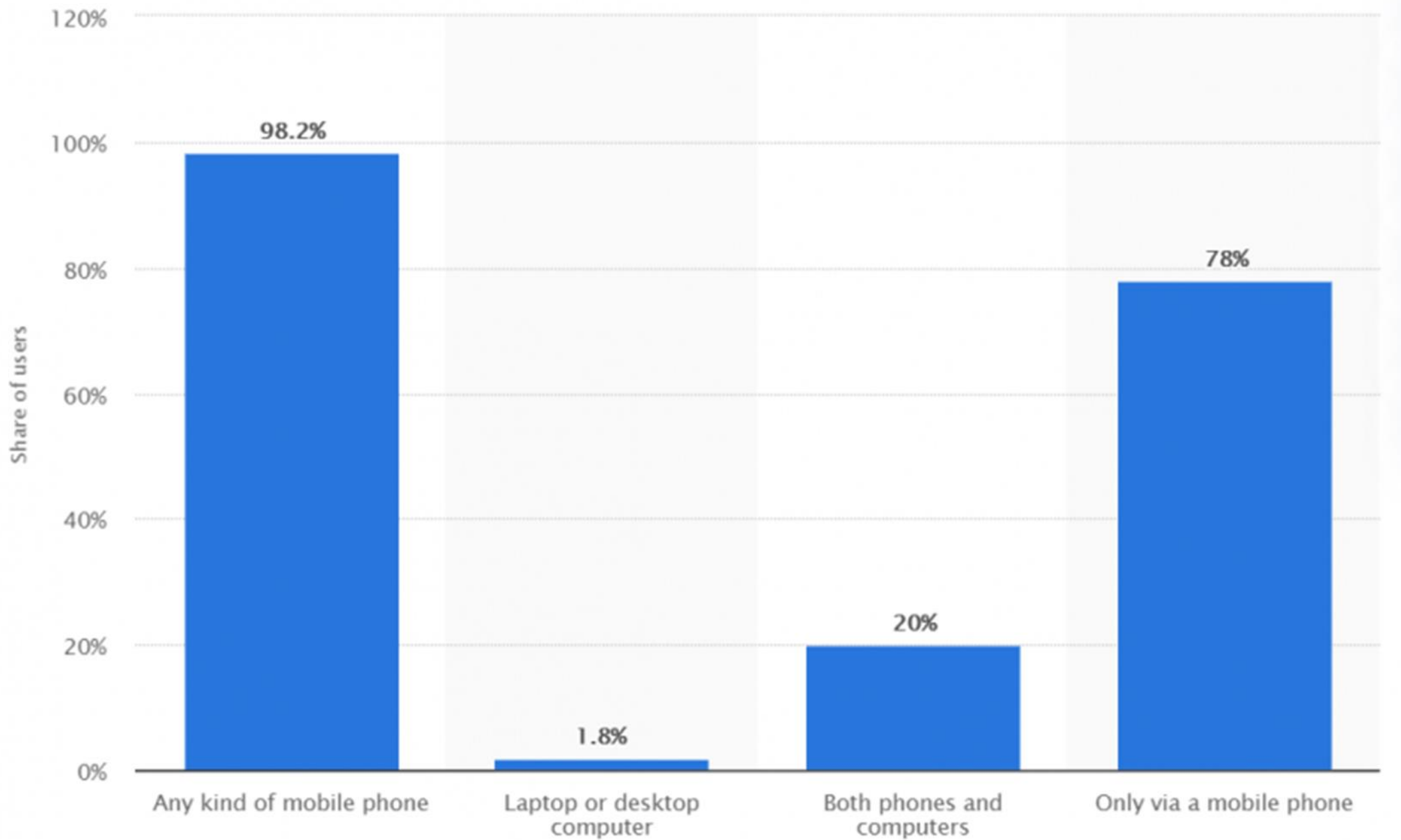
Broj mesečnih aktivnih korisnika - 2,797 biliona



RAZLOG POSEĆIVANJA



NAJČEŠĆE PREKO MOBILNIH UREĐAJA



Prednosti pojavljivanja na Facebook-u

POJEDINAC:

- Druženje i zabava
- Povezivanje sa ljudima, društveno umrežavanje
- Poslovno predstavljanje
- Ispoljavanje svoje kreativnosti i znanja
- Kreatori sadržaja

BIZNIS:

- Građenje i održavanje imidža, poboljšanje reputacije, vidljivost brenda
- Povezivanje sa korisnicima direktno – dvosmerna komunikacija – dobijanje povratne reakcije *feedback-a
- Povećanje posećenosti sajta
- Prodaja - Instagram shop

Prednosti oglašavanja

- Precizno targetiranje ciljne grupe po polu, godištu, lokaciji, interesovanju
- Direktno obraćanje ciljnoj grupi
- Praćenje rezultata 24h – rezultati su uvek dostupni i merljivi
- Niska cena oglašavanja – nizak CPC (cost-per- click) – kontrolisano trošenje novca
- Visoka posećenost – visoka interakcija *engagment
- Eliminacija geografskih barijera – ceo svet je pred nama



Ana T. Dimitrijević се налази на
локацији **Univerzitet u Beogradu,**
Fakultet organizacionih nauka.

19. feb 2020. • Београд • 🌐

"Globalna škola preduzetništva" u organizaciji
@aiesec na FONu i #preduzetnicanadelu kao
predavač na radionici.
Bila mi ja čast i zadovoljstvo!

"Global shool of Entreprenueurship" #aiesecserbia
#FON
#globalschool #entrepreneurship



👍 Radmila Dimitrijević и још 45 4 коментара • 1 дељења

Terminologija

Engagement – interakcija:

- LAJKOVI
- KOMENTARI
- DELJENJE OBJAVE – share –ovi
- Klikovi : post klik i link klik
- Negativni engagement – korisnik sakrije vašu objavu, unlike-uje ili ga prijavi kao spam

Sponzorisanje

- Facebook omogućava da promovirate:
 - proizvode i usluge
 - veb-sajt , blog
 - događaje
 - stranice
 - aplikacije
- Facebook kampanjama prvenstveno širimo svesti o brendu, privlačimo veliki broj fanova i potencijalnih potrošača, ali i svoju ciljnu grupu podstičemo na preduzimanje akcija i drugih aktivnosti.

Facebook kampanjama prvenstveno :

- širimo **svesti o brendu**,
- **privlačimo** veliki broj fanova i potencijalnih potrošača,
- ali i svoju ciljnu grupu **podstičemo na preduzimanje akcija** i drugih aktivnosti.

Oglašavanje

- Facebook oglasi su označeni kao sponsored i pojavljuju se u formi teksta, slike ili video zapisa na sledećim mestima:
- Desktop News Feed i Mobile News Feed (početna stranica Facebook-a na računaru ili mobilnom telefonu),
- Right-side columns (samo na laptopu i desktop računaru),
- Instant Articles (Facebook mobile App i Messenger).

Facebook Ads Manager-a nam omogućava kreiranje 3 kategorije kampanja

- **1. Awareness - svesnost**
- **2. Consideration - razmatranje**
- **3. Conversions - razgovor**

Consideration – razmatranje

- Video views – povećajte broj pregleda vašeg video sadržaja
- Page likes – zarad većeg broja lajkova vaše stranice
- Messages – reklame koje imaju za cilj da povećaju komunikaciju sa korisnicima
- Traffic - reklame koje imaju za cilj da povećaju posetu ka sajtu
- Engagement- reklame čiji je cilj da korisnici naprave određenu akciju:
 - Post engagement – povećanje interakcije sa sadržajem. Plaćanjem ove reklame objava se prikazuje vašoj ciljnoj grupi kako bi oni komentarisali, lajkovali, delili
 - Event responses – reagovanje na događaj koji pravite (Event)
 - App Installs - kreiranje reklama čiji je cilj da targetirani korisnici preuzmu/instaliraju vašu aplikaciju.
 - Lead generation – prikupljanje lidova (informacija, kontakt podataka ciljne grupe) zarad kasnijeg korišćenja

Awareness and conversions

- Awareness
 - Brand awareness - stvaranje prepoznatljivosti brenda
 - Reach- dosezanje do što većeg broja ljudi, koji su potencijalno zainteresovani za proizvod ili uslugu koju reklamirate.
- Conversions
 - Store visit – reklame koje jasno targetiraju vašu ciljnu grupu kako bi posetili radnju/objekat
 -
 - Conversions – navođenje korisnika da naprave akciju koji ste vi definisali, a najčešće je to da klikne na dugme "kupi"
 - Catalogue sales – promovisanje vaših kataloga proizvoda i usluga

Hvala na pažnji

Projekat podržali:

