MARKETING
MALIH PODJETIJ

NAČRT ZA USPEH NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

Praktični e-priročnik in kontrolni seznam

za mala podjetja

Avtor: Tanja Ciglarič



Začni z jasnim ciljem

Družbena omrežja lažje vključimo v posel, ko vemo, koga nagovarjamo, kaj mu pomagamo rešiti in kaj želimo doseči. Dober načrt ti prihrani vsakodnevno vprašanje: »Kaj naj danes objavim?«

Preden začneš, zapiši:

☐ Moj glavni cilj: več prepoznavnosti, povpraševanj, prijav ali nakupov.

☐ Moja idealna stranka in njen največji izziv.

☐ Glavno omrežje in eno dodatno, ki ju lahko redno vzdržujem.

☐ Tri vsebinske teme, pri katerih lahko pokažem svoje znanje.

☐ Naslednji korak za bralca: vprašanje, obisk strani, prijava ali povpraševanje.

Tanjin namig: Ni ti treba biti povsod. Izberi omrežja glede na svoje stranke in čas, ki ga imaš. Pogostost prilagajaj odzivu, kakovosti vsebine in svojim zmožnostim.



FACEBOOK

Vzpostavi odnos in pokaži uporabnost svoje ponudbe

Ob vsakem obisku:

☐ Odgovori na vprašanja, komentarje in sporočila, ki potrebujejo odgovor.

☐ Sodeluj v relevantni razpravi s konkretnim nasvetom ali izkušnjo.

☐ Zapiši vprašanje stranke, iz katerega lahko nastane naslednja objava.

V svojem tedenskem načrtu:

☐ Pripravi izvirno vsebino: primer iz prakse, prikaz dela, odgovor na pogosto vprašanje ali kratek video.

☐ Dodaj jasen naslednji korak, povezan z vsebino.

☐ V skupinah sodeluj v skladu s pravili in deli povezave, kadar so dovoljene ter koristne.

☐ Preveri, ali so kontaktni podatki in povezave na strani aktualni.

Spremljaj: relevantne odzive, klike, sporočila in povpraševanja. Pri oglasih rezultate primerjaj s ciljem kampanje in stroškom rezultata.

Primer: »Tri vprašanja, ki jih je dobro postaviti pred nakupom [izdelka ali storitve].«

Tanjin namig: Vprašanja strank so odlična vsebina. Začni pri njih.



INSTAGRAM

Pokaži, kaj znaš, kako delaš in komu pomagaš

Ob vsakem obisku:

☐ Odgovori na smiselne komentarje in sporočila.

☐ V Stories pokaži koristen utrinek, odgovor ali pogled v zakulisje.

☐ Shrani idejo iz vprašanja ali odziva svoje skupnosti.

V svojem tedenskem načrtu:

☐ Izberi format glede na sporočilo: karusel za korake, Reel za prikaz, Stories za stik.

☐ Začni z jasnim naslovom ali uvodom, ki pove, zakaj je vsebina koristna.

☐ Pri videu dodaj berljive podnapise in preveri zvok.

☐ V opisu uporabi razumljive izraze, s katerimi stranke opisujejo svoj problem.

☐ Preveri opis profila in povezavo do naslednjega koraka.

Spremljaj: shranjevanja, delitve, ogled videov, obiske profila ter dejanske prijave in povpraševanja. Uporabi razpoložljive vpoglede in priporočila v profesionalni nadzorni plošči.
Primer: »5 napak pri [temi] in kako jih popraviš.«

Tanjin namig: Iz ene teme lahko nastanejo karusel, video in vprašanje v Stories. Vsak format prilagodi namenu.



LINKEDIN

Gradi strokovno prepoznavnost in poslovne odnose

Ob vsakem obisku:

☐ Preveri sporočila in odgovori na relevantna vprašanja.

☐ Dodaj vsebinski komentar tam, kjer lahko prispevaš svoje znanje.

☐ Premišljeno sprejmi ali pošlji povabilo za povezavo.

V svojem tedenskem načrtu:

☐ Objavi strokovni nasvet, izkušnjo ali primer rešitve problema.

☐ V uvodu jasno povej, kaj bo bralec izvedel.

☐ Dodaj konkreten primer in uporaben zaključek.

☐ Po potrebi izberi besedilo, fotografijo, video ali dokument.

☐ Povabi k pogovoru z vprašanjem, povezanim z vsebino.

Spremljaj: kakovost komentarjev, relevantne povezave, obiske profila, poslovne pogovore in povpraševanja.

Primer: »Pri delu s strankami pogosto opazim [izziv]. Takole se ga lotimo.«

Tanjin namig: Pokaži, kako razmišljaš in rešuješ težave. Tvoja izkušnja je vrednejša od splošne motivacijske misli.



TIKTOK

Pojasni ali pokaži eno stvar na jasen, zanimiv način

Pred objavo:

☐ Izberi eno vprašanje, težavo ali korist, ki jo bo video obdelal.

☐ Posnemi navpičen video 9 : 16 z jasno sliko in razumljivim zvokom.

☐ Že v uvodu povej ali pokaži, zakaj naj gledalec ostane.

☐ Dodaj podnapise; pomembno besedilo odmakni od robov in elementov vmesnika.

☐ Zaključi z enim smiselnim naslednjim korakom.

V svojem tedenskem načrtu:

☐ Pripravi kratke prikaze, odgovore, pogoste napake ali utrinke iz zakulisja.

☐ Preizkusi različna uvoda ali načina razlage iste teme.

☐ Trende uporabi le, ko ustrezajo tvoji znamki; preveri pravice za poslovno uporabo zvoka.

☐ Odgovarjaj na relevantne komentarje in zbiraj vprašanja za nove videe.

Spremljaj: čas gledanja, dokončane oglede, delitve, obiske profila in poslovne odzive, kjer so podatki na voljo.

Primer uvoda: »Preden kupiš [izdelek], preveri tole.«

Tanjin namig: Dober prikaz pogosto pove več kot dolg uvod. Najprej pokaži bistvo.



X (PREJ TWITTER)

Vključi se v aktualne pogovore, pomembne za tvojo dejavnost

Ob vsakem obisku:

☐ Preveri omembe in vprašanja ter odgovori, kjer lahko pomagaš.

☐ Poišči relevantne pogovore prek tem, ključnih besed ali izbranih profilov.

☐ Pred deljenjem novice preveri vir in datum.

V svojem tedenskem načrtu:

☐ Deli jasno misel, praktičen nasvet ali kratek komentar aktualnega dogajanja.

☐ Pri delitvi povezave dodaj svoj pogled in razlog, zakaj je vsebina uporabna.

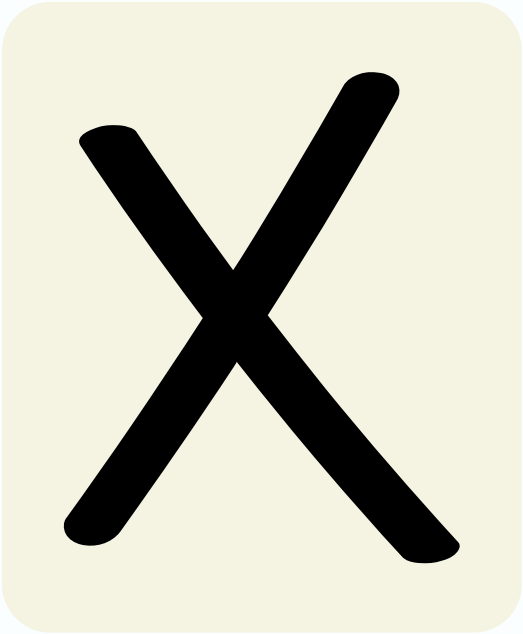
☐ Daljšo razlago smiselno razdeli v zaporedje objav, če to koristi bralcu.

☐ Preveri, ali so profil, predstavitev in povezava aktualni.

Spremljaj: kakovost odgovorov, delitve, relevantne obiske in poslovne pogovore. Razpoložljivost analitike je odvisna od računa.

Primer: »Kaj [novost] pomeni za mala podjetja? Moj pogled v treh točkah.«

Tanjin namig: Ni treba komentirati vsake novice. Izberi tiste, pri katerih lahko dodaš svoje znanje.



THREADS

Začni pogovor in razvijaj odnos s skupnostjo

Ob vsakem obisku:

☐ Vključi se v relevantne pogovore z vsebinskim odgovorom.

☐ Odgovori ljudem, ki nadaljujejo pogovor pod tvojo objavo.

☐ Zapiši zanimivo vprašanje, pomislek ali izkušnjo za prihodnjo vsebino.

V svojem tedenskem načrtu:

☐ Objavi kratko opažanje iz prakse, uporabno misel ali iskreno vprašanje.

☐ Povej svoj pogled in pusti prostor tudi za drugačne izkušnje.

☐ K fotografiji ali videu dodaj kontekst.

☐ Vsebino prilagodi pogovornemu načinu omrežja.

☐ Preveri razpoložljive vpoglede in povezave na profilu.

Spremljaj: vsebinske odgovore, delitve, oglede in obiske povezav, kadar so ti podatki na voljo.

Primer: »Katero marketinško opravilo ti vzame največ časa? Pri meni se je največ spremenilo, ko sem ...«

Tanjin namig: Dobra objava je lahko začetek. Vrednost pogosto nastane v nadaljevanju pogovora.



MOJ IZVEDLJIV NAČRT

Predlog ritma, ki ga prilagodiš sebi

Dnevno, okvirno 15–20 minut:

☐ 5 minut za sporočila in komentarje.

☐ 5 minut za smiselno sodelovanje v pogovorih.

☐ 5–10 minut za pripravo vsebine ali zapis ideje.

Tedensko:

☐ Izberem eno glavno temo in pripravim vsebine vnaprej.

☐ Prilagodim jih izbranim omrežjem.

☐ Pregledam odzive in poslovne rezultate.

☐ Določim eno izboljšavo za naslednji teden.

Moj delovni prostor

Moj glavni cilj: _____

Moji izbrani omrežji: _____

Tri vsebinske teme: _____

Moj naslednji korak za bralca: _____

Kaj bom spremljal/-a: _____

Kaj bom naslednji teden izboljšal/-a: _____

AI kot pomočnik

ChatGPT uporabi za ideje in osnutke.

Primer navodila: »Za [ciljno skupino] pripravi tri ideje za [omrežje] na temo [tema]. Cilj je [cilj]. Vsaka naj vsebuje jasen uvod, konkreten nasvet in naslednji korak. Ne izmišljaj si podatkov.«

Pred objavo preveri dejstva, dodaj svojo izkušnjo in odstrani zaupne podatke.

Tanjin zaključni namig: Začni z načrtom, ki ga lahko izvajaš. Nato ga izboljšuj glede na odzive svojih strank.

Tanja Ciglarič • svetovanje in izobraževanje na področju digitalnega marketinga in AI

www.marketingmalihpodjetij.com



Viri za nadaljnje branje

Meta – Instagram Best Practices: about.fb.com/news/2024/10/best-practices-education-hub-creators-instagram/

LinkedIn – ustvarjanje vsebin: members.linkedin.com/create-start

TikTok – kreativni vodič: ads.tiktok.com/business/en/guides/what-is-ad-creative-guide

Meta – Threads: about.fb.com/news/2024/10/find-your-community-with-new-threads-educational-insights/

X – poslovne osnove: business.x.com/en/basics

Funkcije omrežij se spreminjajo in so lahko odvisne od računa. Predlogi ritma v tem priročniku so izhodišče za načrtovanje.



NAROČI ZDAJ

Od načrta do objav, ki imajo smisel. 🚀

Priročnik ti pomaga narediti prve korake.

Na webinarju pa te povabim, da svoj načrt za družbena omrežja sestaviva še bolj konkretno.

Pogledali bomo, kako izbrati prava omrežja za tvoj posel, poiskati ideje za vsebine in si pri pripravi pomagati z AI.

Da ob naslednji objavi ne bo spet vprašanje:
»Kaj naj pa danes napišem?« 😊

POSNETEK WEBINARJA

Se vidimo!
Tanja