

Kako predstaviti svoj proizvod/uslugu na društvenim mrežama?

Marina Tomić Maksan
Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet
Zavod za marketing i inovacije u agrobiznisu

SADRŽAJ

- Zašto e-marketing?
- Zašto društvene mreže?
- Izbor društvenih mreža
- Facebook
- Tko sam ja?
- Moj profil

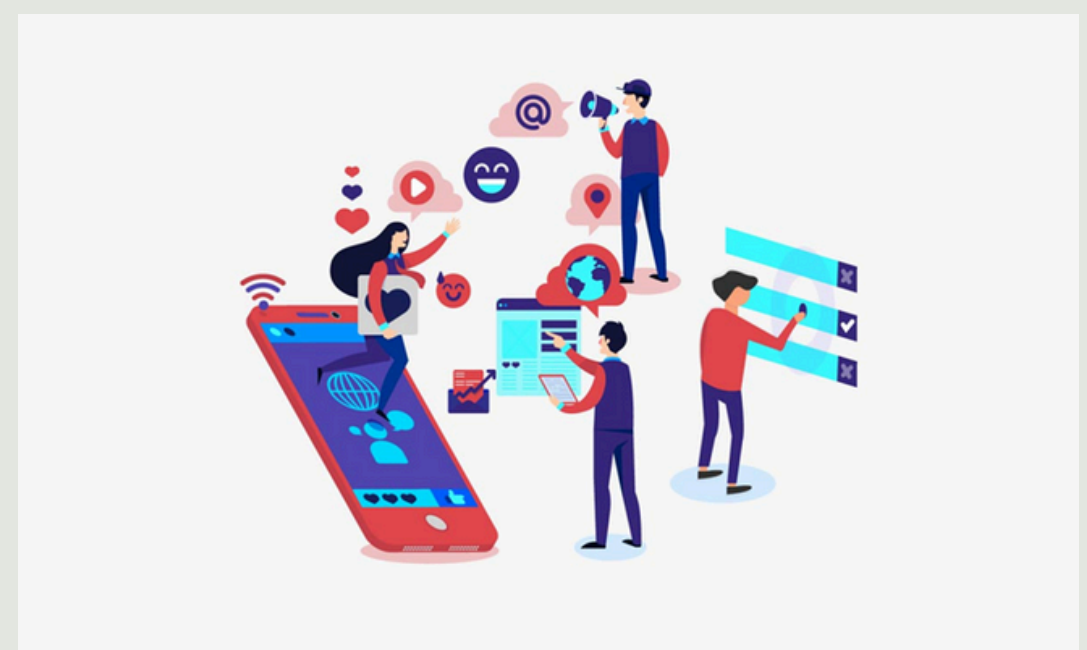
ŠTO JE MARKETING?

- proces upravljanja koji **otkriva, predviđa i zadovoljava** zahtjeve potrošača ostvarujući pri tome profit
- „profitabilno upravljanje potrebama“
- u središtu marketinškog djelovanja = POTROŠAČ

Brendiranje inovativnosti

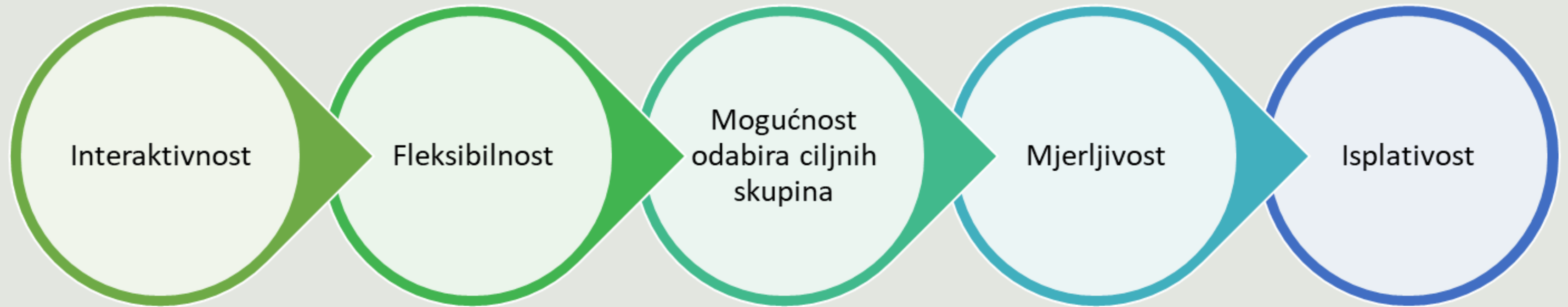
- Javnost želi više čitati o ljudima koji jednostavno – inspiriraju
- Ispričajte svijetu svoju priču (priča o stvarnim junacima koji žive velike snove)
- Informirati, educirati i zabaviti!

DIGITALNI MARKETING

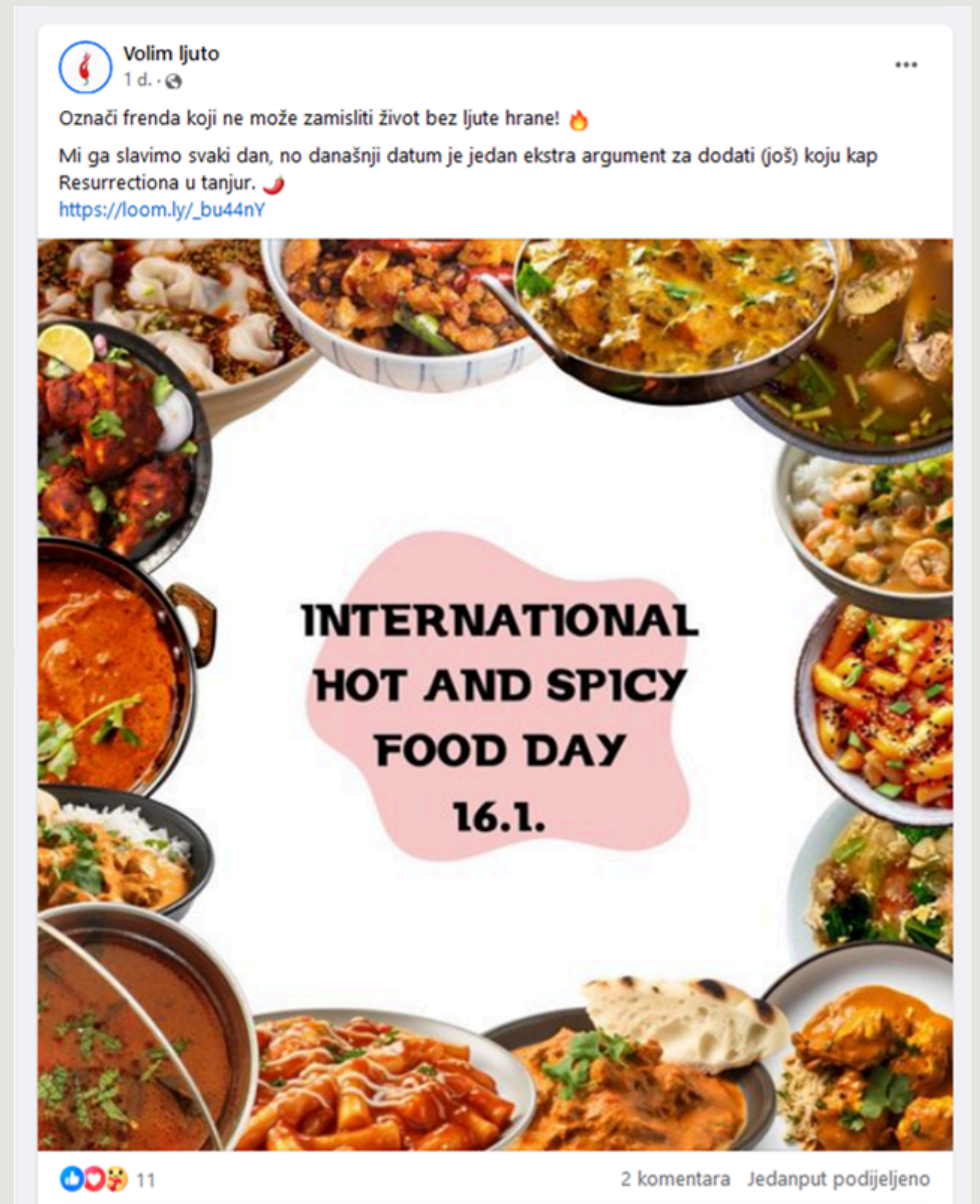


- proces izrade proizvoda (usluga), određivanja cijena, distribucije i promocije s ciljem profitabilnog zadovoljenja potreba kupaca isključivo na elektroničkom tržištu

PREDNOSTI E-MARKETINGA

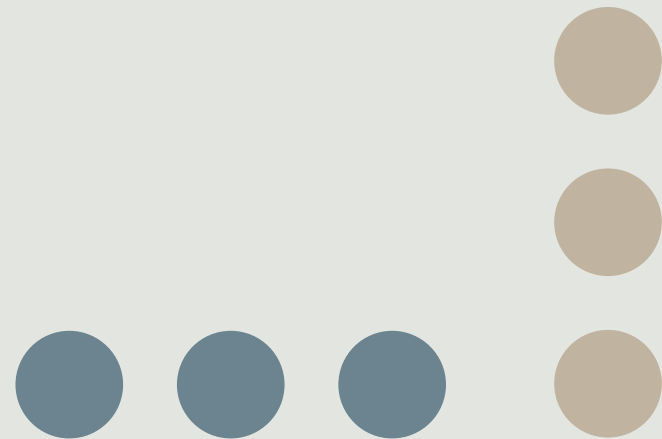
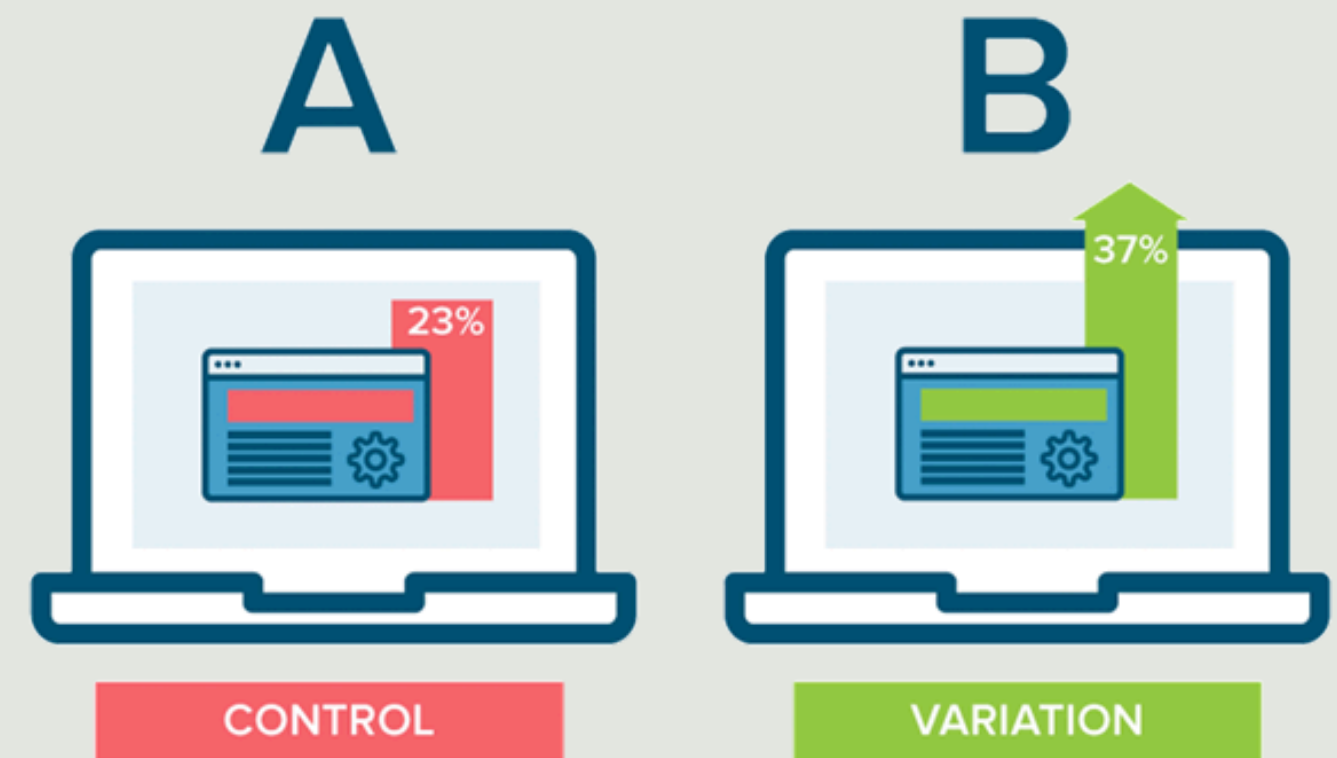


INTERAKTIVNOST



FLEKSIBILNOST

- Online marketinške kampanje su podložne promjenama u svakom trenutku
- Brza vidljivost rezultata
- Praćenje učinka i rezultata kampanje u stvarnom vremenu



f

Upravitelj oglasa

Crrromaris (34163794)

Naziv skupa oglasaHR - 18-55Advanced Options

Kampanja

Cilj

Oglašivački račun

Kreiraj novi

Skup oglasa

Stranica

Publika

Smještaji

Proračun i raspored

Oglas

Identitet

Format

Tekst

Prilagođene publike

Oglasima ciljajte osobe koje su upoznate s vašim poduzećem

Možete kreirati prilagođenu publiku da bi se oglasi prikazivali vašim kontaktima, posjetiteljima web-mjesta ili korisnicima aplikacije. Kreirajte prilagođenu publiku.

LokacijeOsobe koje žive na toj lokaciji

HrvatskaHrvatskaObuhvatiDodajte više lokacijaPregledaj

Postavi pribadaču

Skupno dodajte lokacije

Dob18 - 55

SpolSviMuškarciŽene

JeziciHrvatskiUnesite jezik...

Potencijalni doseg: 790.000 osoba

Procjena dnevnih rezultata

Doseg8700 – 20.000

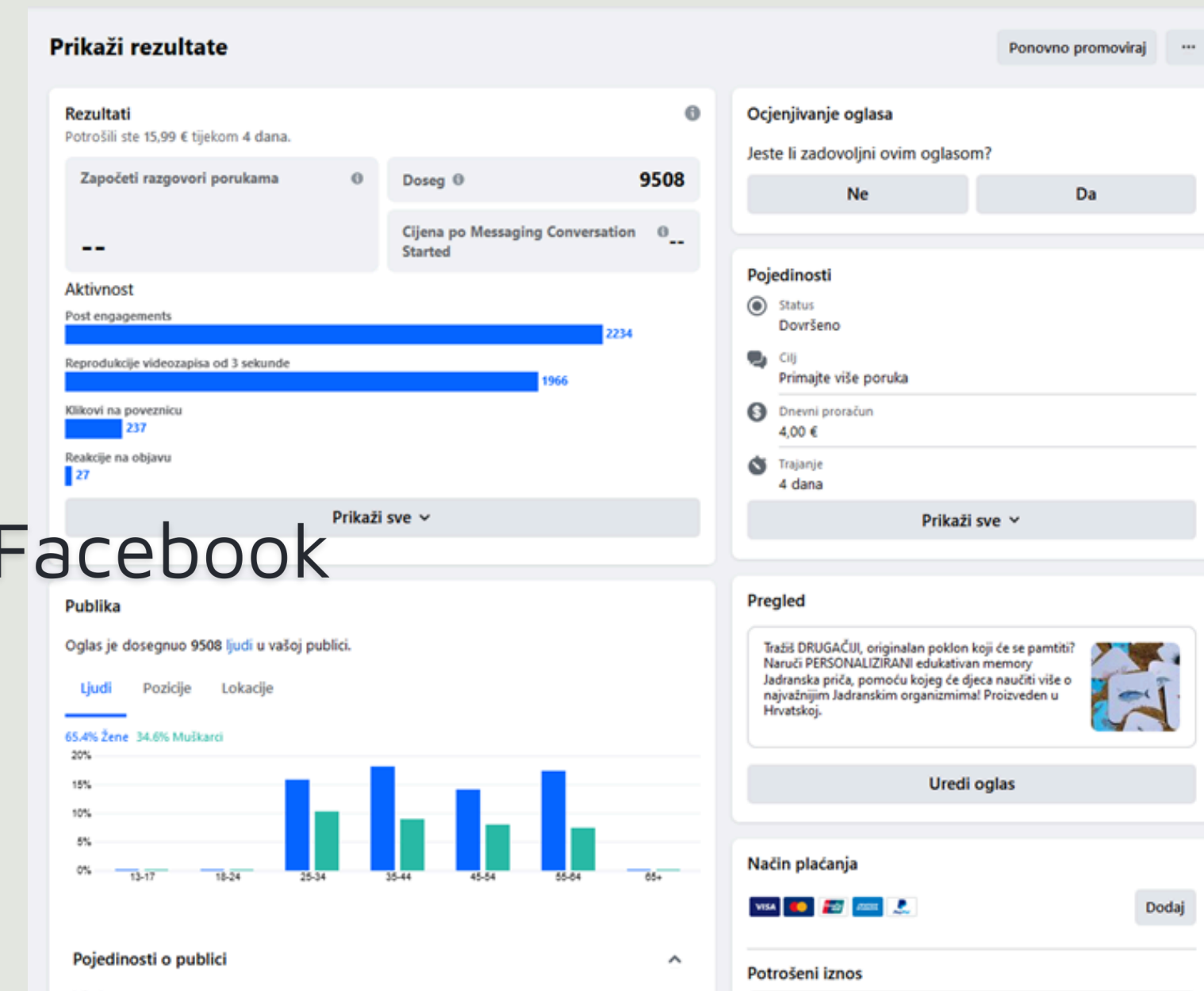
Točnost procjena temelji se na čimbenicima kao što su podaci prošlih kampanja, uneseni proračun i tržišni podaci. Brojevi su navedeni kako biste otprilike znali kakvi su rezultati zbog proračuna, ali samo su procjena i ne jamče uspjeh.

Jesu li procjene bile korisne?

MJERLJIVOST

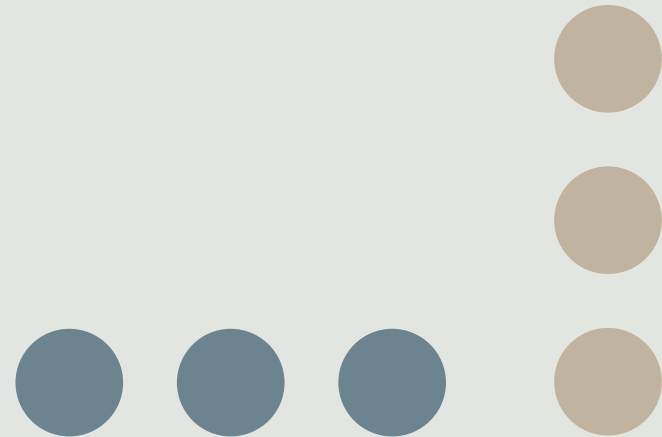
Kroz Google Analytics i Facebook Ads Manager/Facebook Business Suite možemo pratiti:

- Broj posjeta
- Broj jedinstvenih posjeta
- Vrijeme provedeno na web stranici
- Podstranice posjećene na web stranici
- Ključne riječi preko kojih se došlo na web stranicu
- Demografski podaci korisnika
- Broj otvaranja i dijeljenja na društvenim mrežama

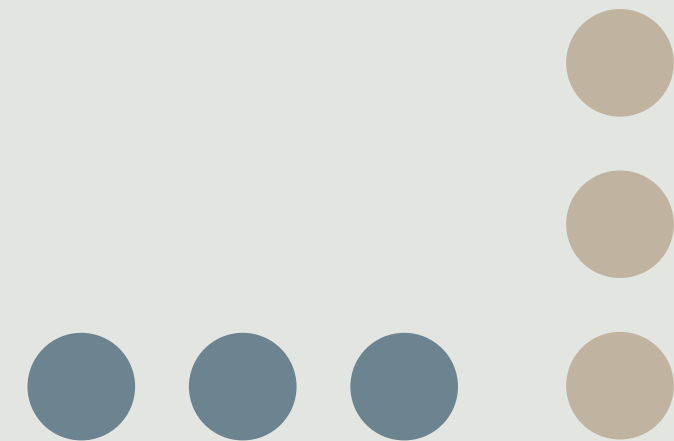
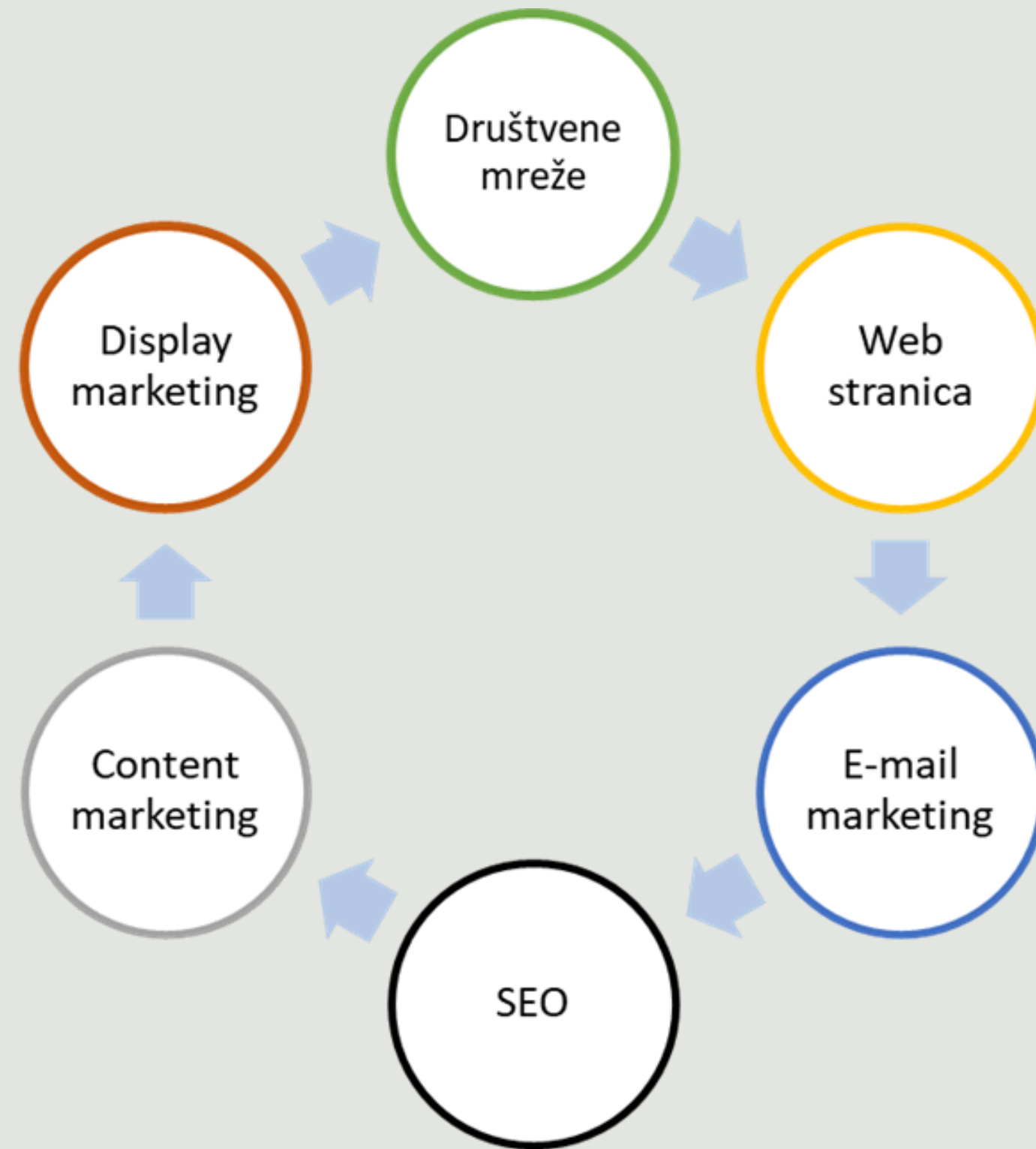


ISPLATIVOST

U svakom trenu možete reducirati količinu novca koji trošite na određeni kanal ako ne pokazuje visok ROI

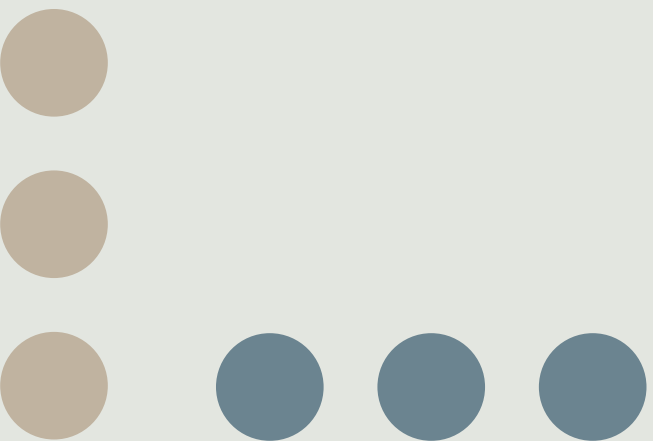


ŠTO SVE OBUHVAĆA E-MARKETING?



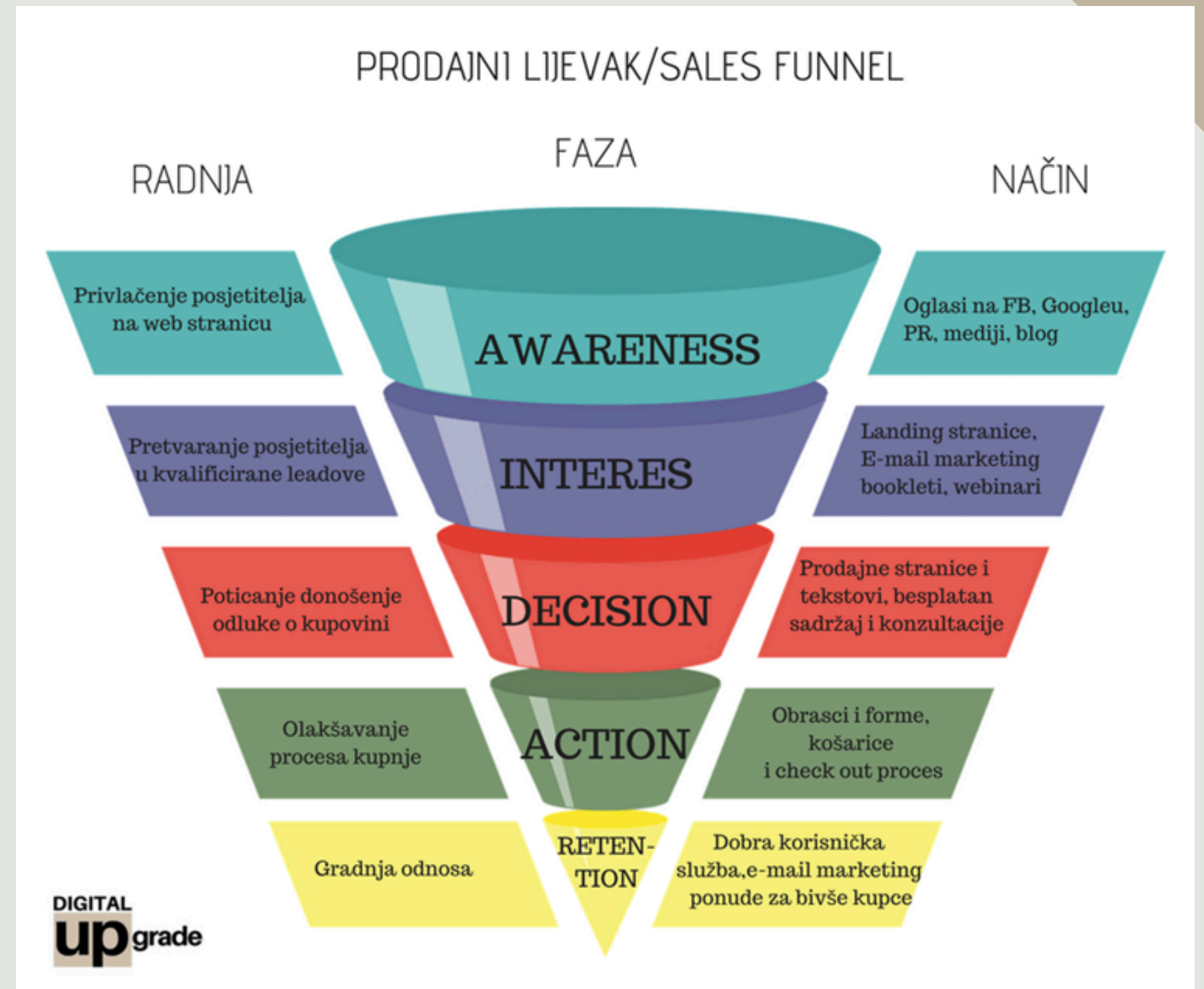
DRUŠTVENE MREŽE

1. Koristite li društvene mreže u poslovne svrhe?
2. Koje društvene mreže koristite u poslovne svrhe?



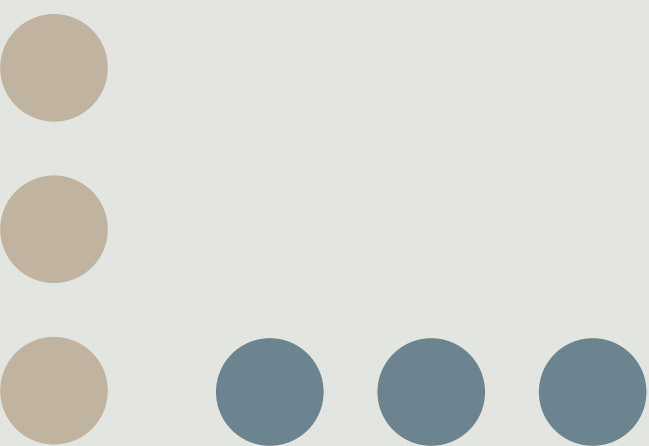
ODABIR DRUŠTVENIH MREŽA

- Ciljna publika
- Cilj oglašavanja
- U kojoj ste fazi prodajnog procesa - AIDA
- Tržište na kojem nastupate

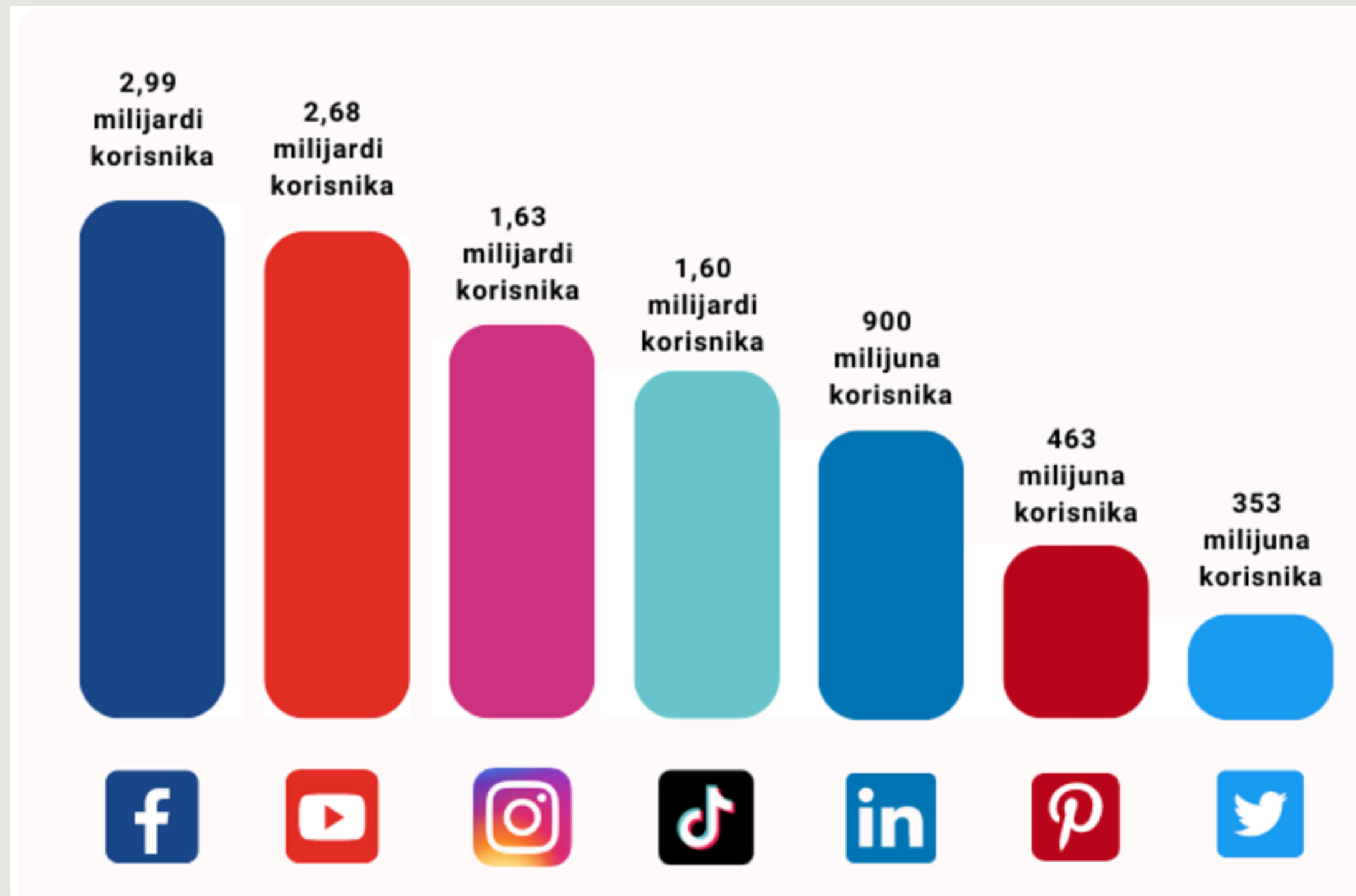


DRUŠTVENA MREŽA

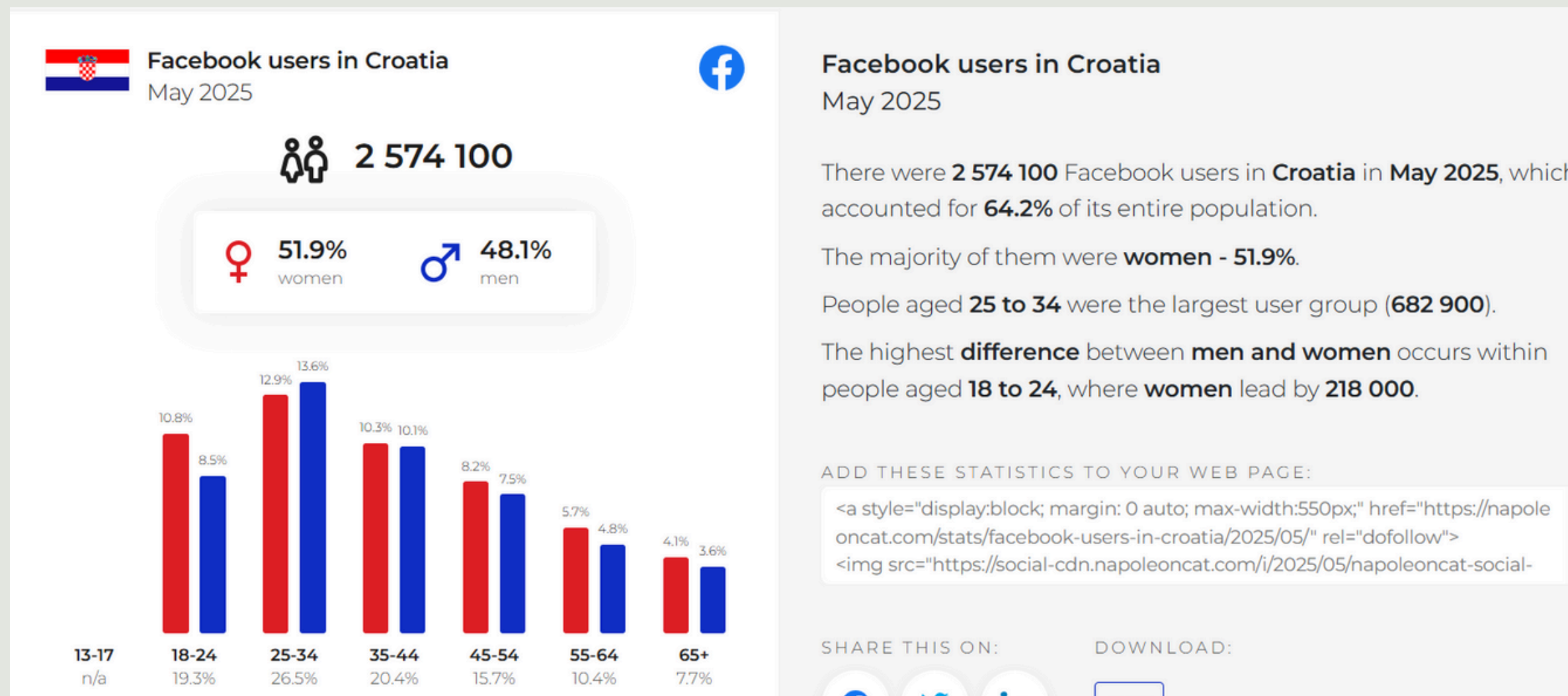
Prostor na Internetu koji služi za interakciju/povezivanje korisnika



VRSTE DRUŠTVENIH MREŽA



FACEBOOK



PRIMJERI DOBRIH FACEBOOK STRANICA

<https://www.facebook.com/chiacups.studio>
<https://www.facebook.com/lykke.nakit>



INSTAGRAM

- društvena mreža za dijeljenje fotografija i videozapisa
- za korištenje Instagrama potrebno je:
 - Definirati obilježja korisnika
 - Definirati ciljeve
 - Planirati sadržaj (i raspored) Instagram objava
 - Potaknuti korisnike na akciju
 - Kvalitetne fotografije, story-i



Instagram users in Croatia May 2025

There were **1 536 800** Instagram users in **Croatia** in **May 2025**, which accounted for **38.4%** of its entire population.

The majority of them were **women - 56.1%**.

People aged **25 to 34** were the largest user group (**492 300**).

The highest **difference** between **men and women** occurs within people aged **18 to 24**, where **women** lead by **178 900**.

ADD THESE STATISTICS TO YOUR WEB PAGE:

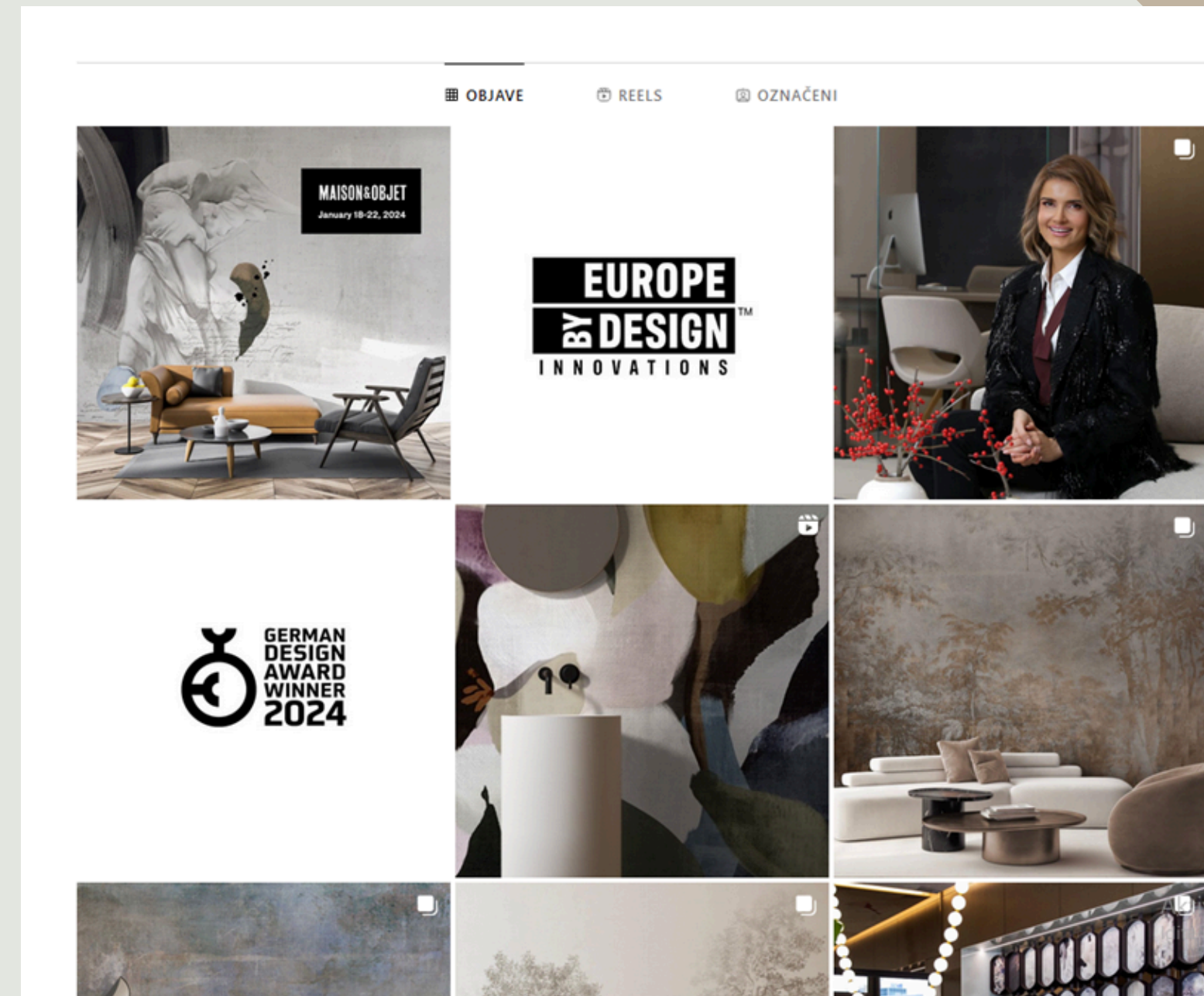
```
<a style="display:block; margin: 0 auto; max-width:550px;" href="https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-croatia/2025/05/" rel="dofollow">  
<img src="https://social-cdn.napoleoncat.com/i/2025/05/napoleoncat-social-
```

SHARE THIS ON:

DOWNLOAD:

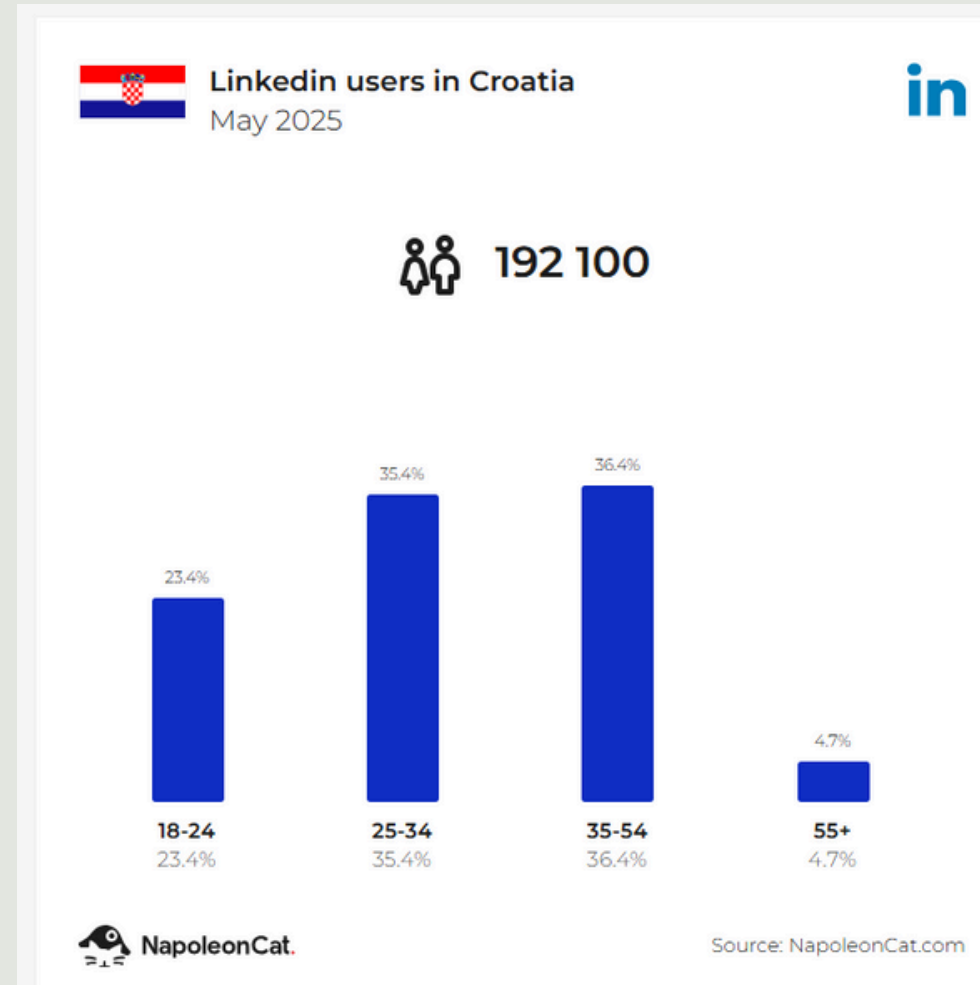
PRIMJERI DOBRIH INSTAGRAM PROFILA

https://www.instagram.com/pikulica_/
<https://www.instagram.com/nenadolls/>
https://www.instagram.com/irki___/



LINKEDIN

- poslovna društvena mreža gdje se možete predstaviti potencijalnim poslodavcima, partnerima i klijentima, nastupiti kao poslodavac, izgraditi vlastiti brending, potražiti zaposlenike i B2B partnere.
- gotovo zamijenio klasične životopise
- 7 ljudi zaposli se preko LinkedIna svake minute
- LinkedIn dovodi većinu prometa prema B2B blogovima i web stranicama.



LinkedIn users in Croatia May 2025

There were **192 100** LinkedIn users in **Croatia** in **May 2025**, which accounted for **4.8%** of its entire population.

People aged **35 to 54** were the largest user group (**70 000**).

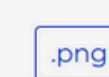
ADD THESE STATISTICS TO YOUR WEB PAGE:

```
<a style="display:block; margin: 0 auto; max-width:550px;" href="https://napoleoncat.com/stats/linkedin-users-in-croatia/2025/05/" rel="dofollow">  
<img src="https://social-cdn.napoleoncat.com/i/2025/05/napoleoncat-social-
```

SHARE THIS ON:



DOWNLOAD:



TIK TOK

- TikTok je društvena mreža koja se temelji na korisničkim videozapisima u trajanju od 15 sekundi do 10 minuta.
- u 2024. godini bila najčešće preuzimana aplikacija s 780 milijuna preuzimanja.
- TikTok korisnici vrlo su aktivni te više od 40% njih objavljuje novi sadržaj svaki dan.
- još uvijek moguće lako prikupiti pratitelje.
- važnost hashtag-ova, kratki opis



MOJ PROFIL – PRIMJER



CHIAVALON



Obiteljsko nasljeđe

od djeda do unuka, tradicija i
tehnologija udružena u proizvodnji izvrsnosti

Naša cjelokupna proizvodnja je pod licenciranim ekološkim nadzorom. S ponosom možemo reći da naše ekstra djevičansko maslinovo ulje nosi oznaku organsko i također zaštićenu oznaku izvornosti, što oboje jamči da je ovo 100% organsko ekstra djevičansko maslinovo ulje iz Istre

TKO SAM JA?

- Ukratko predstavi sebe i svoju priču
- Što proizvodiš / koje usluge nudiš
- Što te izdvaja od drugih – kvaliteta, tradicija, lokalno, održivo...

Savjet: Ljudi kupuju priče, ne samo proizvode!



Prijatelj probave



Nepasterizirano



Malo kalorija

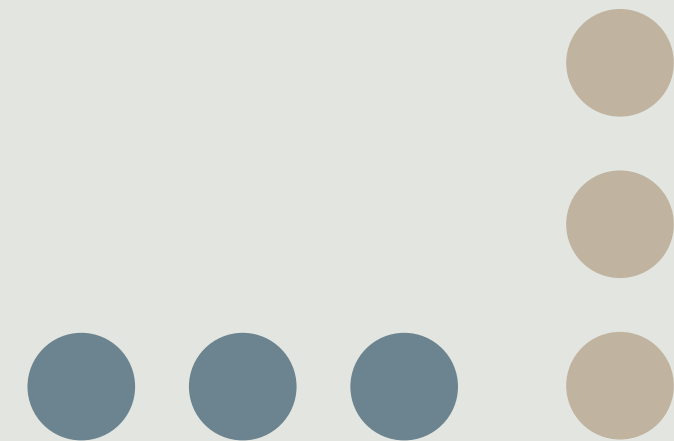


Vegan



Bez konzervansa

Svijeće koje se izrađuju RUČNO s puno LJUBAVI i PAŽNJE
Tradicija od 1937. g



MOJ PROFIL

Predstavi sebe u jednoj ili dvije rečenice

Ljudi žele znati tko stoji iza proizvoda! **Prva rečenica gradi odnos.**

Što točno nudim? **Dodati nešto po čemu se razlikujete**

Koja je vrijedost za kupca? **Ljudi ne kupuju samo proizvod
– kupuju osjećaj i vrijednosti.**

Zašto to radite? **Ljudi vole podržavati viziju – dodaje autentičnost.**

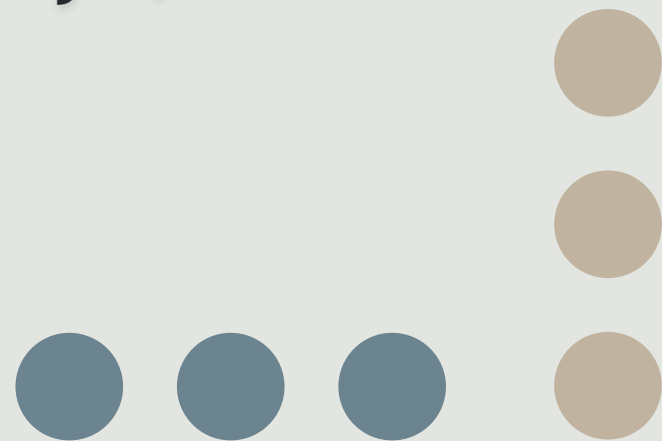
MOJ PROFIL - PRIMJER

Moj jedini cilj je bio naučiti svaki detalj o prekrasnom stablu i proizvesti ekstra djevičansko maslinovo ulje koje bi veselilo cijelu moju obitelj. Svakako, na početku nije bilo lako, četrnaestogodišnjak koji ističe da želi raditi, može naići samo na reakciju „ah to je samo pubertet“. Međutim, moj brat Tedi i moja majka uskoro su spoznali moju strast za maslinovim stablima i priskočili mi u pomoć. S vremenom, moj je hobi označio cijeli moj život i izrastao u obiteljski posao.

facebook

ZAŠTO KORISTITI FACEBOOK MARKETING?

1. Broj korisnika
2. Pažnja – prosječni korisnik Facebooka provede 33 minute dnevno na toj društvenoj mreži, Facebook je i dalje društvena mreža br. 1 u angažmanu korisnika
3. Lak pronalazak ciljne skupine – Facebook Ads ima nevjerojatnu mogućnost točnog ciljanja korisnika (lokacija, dob, hobiji, spol...)



PREDNOSTI

1. Povećana svijest o vašem brendu
2. Ciljano oglašavanje dovodi do velike stope konverzije
3. Jeftinije i isplativije nego tradicionalno oglašavanje
4. Veći autoritet naspram konkurencije bez društvenih mreža
5. Manji troškovi pridobivanja novih kupaca
6. Korisne povratne informacije od vaših kupaca
7. Uspostavljanje odnosa s kupcima što vodi do povećane odanosti

ŠTO JE POTREBNO ZA KORIŠTENJE FACEBOOKA U POSLOVNE SVRHE?

- Definirati obilježja potrošača
- Definirati ciljeve - SMART
- Planirati sadržaj
- Optimizirati stranicu za angažiranje korisnika
- Kvalitetne fotografije/video



KOJU VRSTU SADRŽAJA OBJAVLJIVATI?

- Fokusrati se na sadržaj koji privlači vašu ciljnu skupinu
- Samo 20% sadržaja smije biti isključivo orijentirano na prodaju, ostalo je edukacija
- Prodajni, edukativni + zabavni sadržaj
- Poželjno je TESTIRATI različite vrste sadržaja!
- Testirati različiti format sadržaja - odgovara li vašoj publici više video sadržaj (max 15 sekundi), sadržaj u obliku pdf knjige ili pak slikovni sadržaj.

KOLIKO ČESTO OBJAVLJIVATI?

- Barem 1-2x tjedno
- Važnost storya! njihovo svakodnevno objavljivanje je i više nego poželjno
- Vrijeme objave – vrlo važno
- Objavljivati u vrijeme kada je vaša publika najaktivnija (praćenje analitike)
- Facebook – mogućnost zakazivanja objava

KAKO IZRADITI STRATEGIJU ZA FACEBOOK?

1. Nužno je postaviti ciljeve

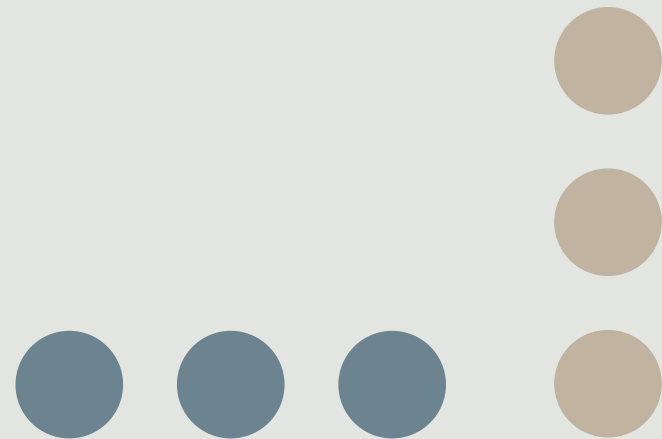
- Ciljevi moraju biti specifični, mjerljivi, ostvarivi, realni, vremenski određeni – SMART
- Npr. više angažmana, povećati prodaju, ostvariti veći doseg ili samo informirati pratitelje o novostima brenda

2. Zna li kome se obraćate na Facebooku?

- Obilježja ciljne skupine (sociodemografske i psihografske varijable segmentacije)
- Zašto je važno dobro poznavati obilježja ciljne skupine? pomoć pri stvaranju relevantnog sadržaja, tj. sadržaja koji odgovara potrebama, interesima, ponašanju i problemima ciljne skupine

ZAŠTO JE VAŽNO IMATI PLAN OBJAVA ZA FACEBOOK?

1. Plan objava omogućit će vam dosljedno objavljivanje (sadržaj koji ćete objaviti, kada će objaviti)
2. Vaša ciljna publika će točno znati kada može očekivati novu objavu, što može povećati angažman publike
3. Algoritmi će dati prednost vašim objavama i vidjet će ih više ljudi
4. Plan objava olakšat će vam raspoređivanje mjesečnih ili tjednih zadataka



PLAN OBJAVA ZA FACEBOOK

Fokusirajte se na tri aktivnosti: uključenje, edukacija i oduševljenje

Uključenje

- Ispričajte priču o Vašim počecima
- Pokažite kako doprinosite boljitku društva
- Kratki video kroz proces proizvodnje

Edukacija

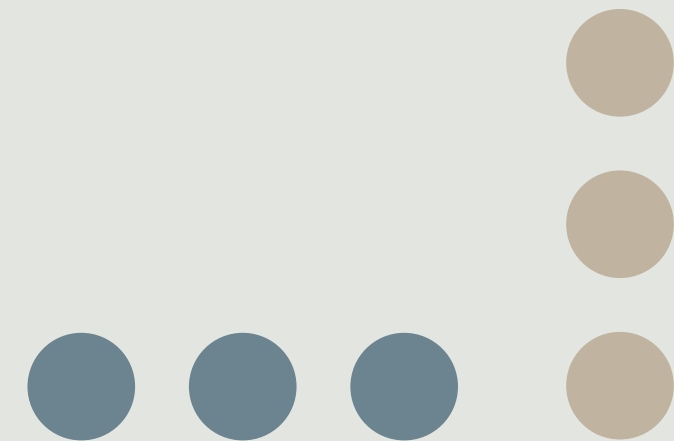
- Što čini Vaš proizvod/uslugu posebnim
- Behind the scene
- Pokažite kako koristiti proizvod

Oduševljenje

- Najavite novi proizvod/uslugu
- Podijelite informacije oko popusta
- Informirajte zajednicu o događanjima/novim lokacijama

KAKO POVEĆATI DOSEG OBJAVA?

- Potaknite komunikaciju (Znate li...? Nagradni natječaj, Kreiranje događaja Provokativno?)
- Uključivanjem fotografija i video materijala u objave povećavate broj likeova za 53%, komentara za 104% i klikova za 84%
- Emojiji povećavaju share i comment rate za 33% lajkanje posta za 57%
- Stavljajte poveznice (linkove) na kraju vaših objava
- Budite kreativni
- Koristite hashtags
- Odgovarajte brzo i učinkovito na upite korisnika
- Pismenost na prvom mjestu!



KAKO NAPRAVITI DOBRE VIZUALE?

Canva



POPUNJAVANJE FACEBOOK POSLOVNOG PROFILA

1. Naslovna slika
2. Logo
3. Odabir kategorije – npr. proizvod/usluga
4. Opis
5. Adresa, telefon, e-mail, web stranica, povezati s Instagramom, hashtag

TIPOVI FACEBOOK OGLASA

1. Povećati broj poziva – pokažite oglas ljudima koji će vjerojatno nazvati vaše poduzeće
2. Povećati broj posjetitelja web mjesta – pokažite oglas ljudima koji će vjerojatno kliknuti na vašu web adresu
3. Primati više poruka – pokažite oglas ljudima koji će vam vjerojatno poslati poruku
4. Povećati broj oznaka „svidi mi se“ za stranicu – kreirajte oglas da bi više ljudi pronašlo vašu stranicu i označilo je sa „svidi mi se“
5. Povećati broj potencijalnih klijenata – upotrijebite oglas kako biste prikupili podatke za kontakt od potencijalnih kupaca

CILJNA SKUPINA

Geografsko

- Regija
- Država
- Populacija
- Klima

Demografsko

- Dob
- Spol
- Nacionalnost
- Primanja

Ponašajno

- Odanost brendu
- Kupovna spremnost
- Status korisnika

Interesi

- Životni stil
- Vrijednosti

O ČEMU TREBAMO RAZMIŠLJATI KOD PLAĆENIH OGLASA?

Akcija

- Sadržaj oglasa mora voditi do neke akcije
- Sadržaj mora biti povezan s ciljevima koji se žele ostvariti

Ton oglasa

- Usklađenost tona na društvenim mrežama i web stranici

Nagrada

- Što korisnici dobivaju tim oglasom?
- Kod za popust, promocija, vodič

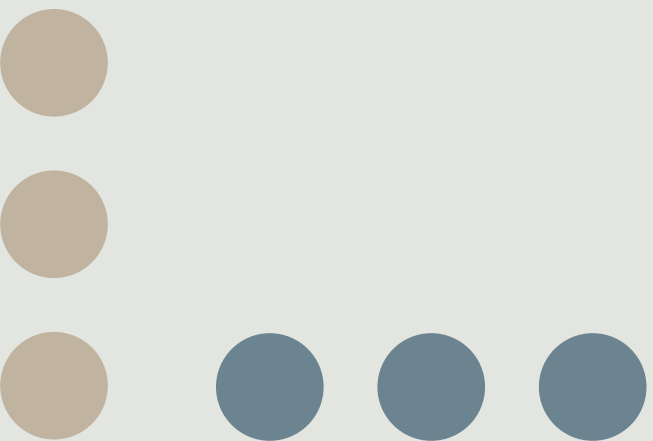
Identitet

- Povezanost s brendom /proizvodima/logoom, bojama koje se koriste



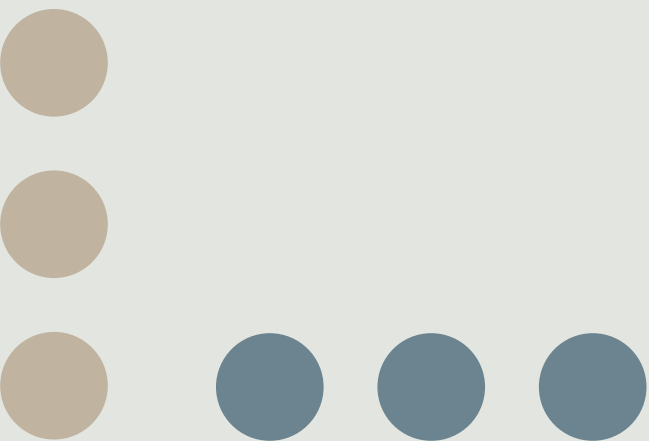
KAKO PROMOVIRATI FACEBOOK STRANICU?

- Kreirati sadržaj koji poziva na angažman
- Plaćeni oglas za promociju stranice
- Povezivanje drugih društvenih mreža/web stranice s facebook stranicom



SAVJETI ZA KREIRANJE OGLASA

- Jasan i kratak sadržaj oglasa (oko 100 znakova)
- Potrošite barem 30 EUR na oglas
- Odredite buyer personas i specifičan CTA za svaku skupinu ako ih imate više
- Odaberite slike koje su povezane s ciljem oglasa, ali i brendom
- Pratite rezultate oglašavanja!



PRIMJERI DOBRIH PLACENIH OGLASA

- Vrlo jasna i kratka prva rečenica (glavna poruka)
- CTA (Shop now)
- Koristiti A/B verziju oglasa

 **Tropicfeel**
Sponsored
ID: 532544768117988

🔥 Hurry! Last chance to get 30% OFF!

👉 The Most Versatile Shoe Ever — Ready for any adventure with 8 high tech features.

Don't miss out. Get your pair today.



SHOP.TROPICFEEL.COM

30% OFF | Last Chance

★+2,000 5-star reviews. Express shipping.

Shop Now



Sponsored · 🌐

Deliciously wholesome snacks, delivered monthly.

Try a free sample of five of our tastiest snacks, just pay \$7.95 for shipping!



You Know You're Going to Snack. Get Smart About It.

Our snacks contain NO artificial colours, sweeteners, or flavours.

WWW.NATUREBOX.COM

1. Vizualan oglas
2. Relevantan
3. Vrijednost – free trial + „zdrave” grickalice
4. Jasan CTA (poziva na korištenje free trial)



The New York Times

Sponsored

Two-thirds of working parents meet the criteria for parental burnout, a new report says. The nonclinical term means they are so exhausted by the pressure of caring for their children, they feel they have nothing left to give.



WWW.NYTIMES.COM

New Report Confirms Most Working Parents Are Burned Out

Two-thirds of working parents surveyed met the criteria for parental burnout. Here's how to spot the signs — and get help.

[Learn more](#)

1. Emocije
2. Relevantan
3. Društvena vrijednost
4. Jasan CTA (Learn more)

PRIMJERI LOŠIH PLACENIH OGLASA

Stephanie Przygocki likes She Insider.

She Insider
Sponsored · 🌐

Decide your own fashion
Time to get your party dresses
Up to 60% off ,online shopping carnival



\$21.76 **Only \$15.99**

Shop Now

Decide your own fashion

👍👎 128 2 Comments

Like Comment Share

 **Rainy Dayz**
Sponsored

Like Page

Join a Mental Health Meetup!

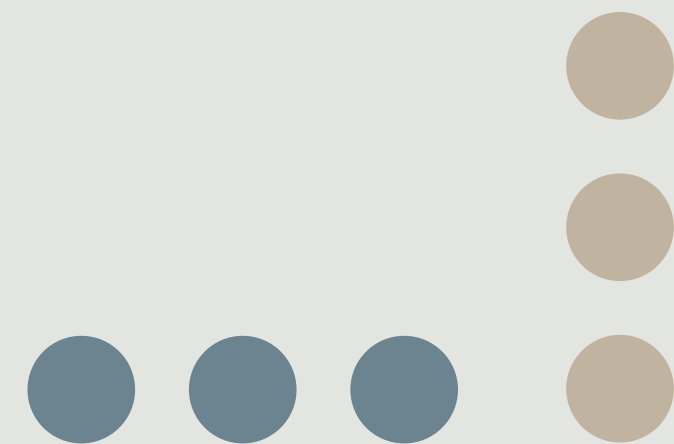


Find a Seattle Meetup
Rain Rain go away

Learn More

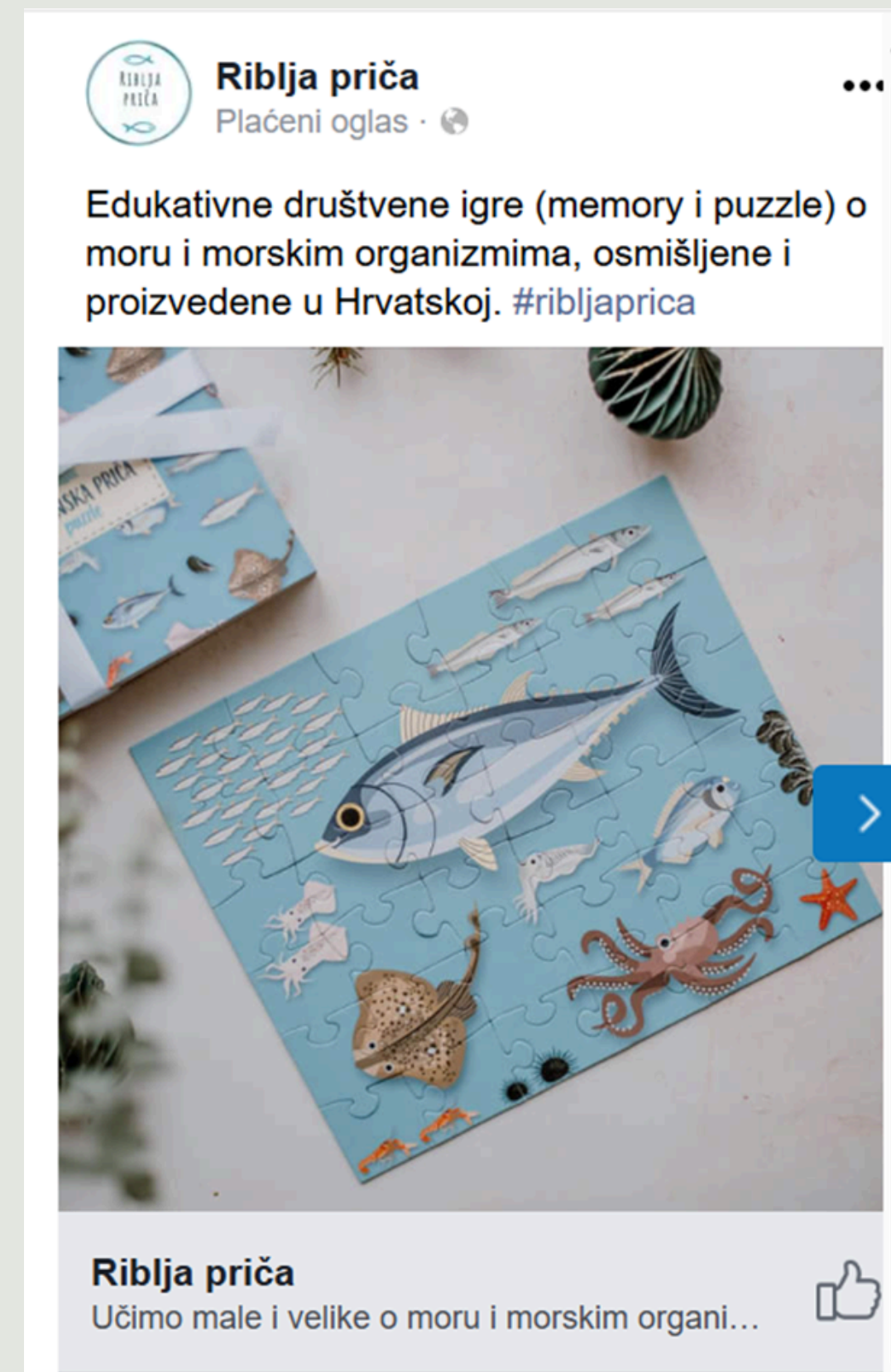
META BUSINESS SUITE

- aplikacija koja omogućuje povezivanje svih vaših Facebook i Instagram poslovnih računa, tako da možete upravljati svojim sadržajem, oglasima, komunikacijom s klijentima na jednom mjestu



KREIRANJE OGLASA

1. Odredite cilj oglasa – npr. promovirajte svoju stranicu
2. Odredite tekst za oglas (kratak, jasan s CTA + hashtag)



Publika

Tko bi trebao vidjeti vaš oglas?

☒ **Publika za Advantage**

Ova se publika temelji na pojedinostima stranice i automatski će se prilagođavati tijekom vremena radi dopiranja do više ljudi koji imaju interese povezane s vašim poduzećem.

Pojedinosti o publici



Mjesto: Hrvatska

Dob: 18 – 65+

 Pregledajte informacije o korisniku i platitelju



Za publiku koja uključuje Europsku uniju



U čije se ime oglas objavljuje?

Riblja priča

Tko plaća taj oglas?

Riblja priča

Procjena dnevnih rezultata

Dosegnut broj ljudi: Korisnički računi iz Centra za korisničke račune 

1.8 tis. – 5.3 tis.

Praćenja ili oznake "svidi mi se" 

8 – 23

Sažetak plaćanja

Oglas će se prikazivati 7 dana.

Proračun € 14,00 EUR

2,00 € dnevno x 7 dana

Ukupni iznos € 14,00 EUR



Detaljno ciljanje



☐ Fatherhood (children & parenting)

☐ Friendship (relationships)

☐ Marriage (weddings)

☐ Motherhood (children & parenting)

☐ Parenting (children & parenting)

☐ Weddings (weddings)

Fitness and wellness (fitness)



Food and drink (consumables)



Alcoholic beverages (food & drink)



Beverages (food & drink)



Cooking (food & drink)



Raspored i trajanje

Datum početka

 26. svibnja 2024	 18:50
--	---

☐ Neka se ovaj oglas stalno prikazuje 

☒ Odaberite datum završetka prikazivanja oglasa

Dani

7	 
---	--

Datum završetka

 2. lipnja 2024
--

Vaš oglas objavit će se danas i prikazivat će se 7 dana, a posljednji dan bit će 2. lip. 2024.

Dnevni proračun

Stvarni dnevno potrošeni iznos može se razlikovati. 

Procijenjeni dnevni doseg: 1,8 tis. – 5,3 tis. Korisnički računi iz Centra za korisničke račune

€ **2,00** 

Procjena dnevnih rezultata

Dosegnut broj ljudi: Korisnički računi iz Centra za korisničke račune 

1.8 tis. – 5.3 tis.

Praćenja ili oznake "svidi mi se" 

8 – 23

Sažetak plaćanja

Oglas će se prikazivati 7 dana.

Proračun	€ 14,00 EUR
2,00 € dnevno x 7 dana	
Ukupni iznos	€ 14,00 EUR

Upotrebljavamo podatke o vama i vašem oglašivačkom računu kako bismo pristupili ispunjavanju uvjeta i pružili vam

Pojedinosti o objavi

Tekst

Aa

😊



Mogućnosti zakazivanja

Objavi sada

Zakaži

Spremi u skice

☒ Promoviraj

Odustani

Objavi



Riblja priča

Upravo sada · 🌐



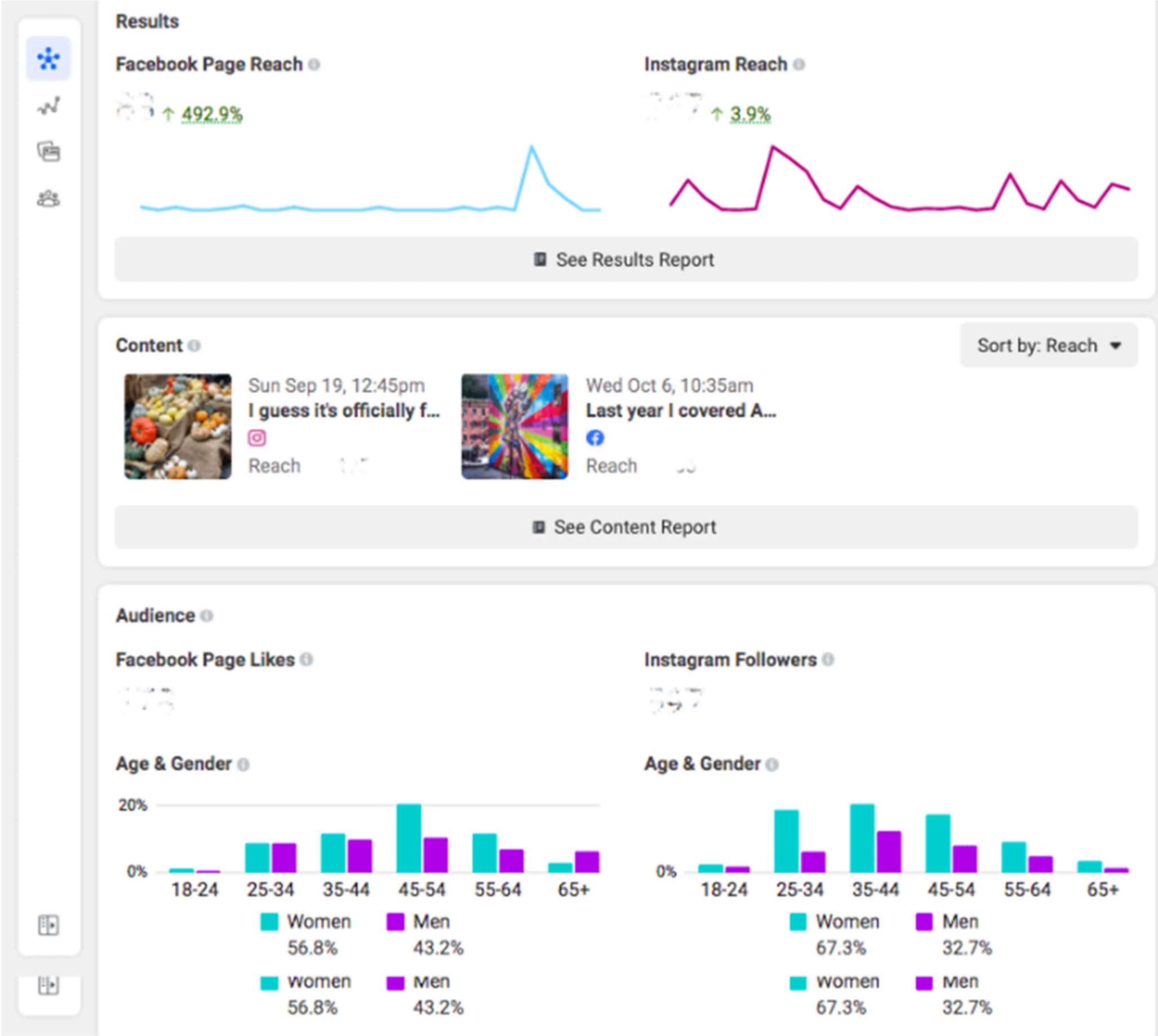
👍 Sviđa mi se

💬 Komentiraj

➦ Podijeli

[illegible]

ANALITIKA –
VAŽNOST
MJERENJA
REZULTATA



Source: Facebook Business Suite

 Overview

 Results

 Content

 Audience

Results

Facebook Page Reach ⓘ

219 ↓ 30.9%



Instagram Reach ⓘ

1,372 ↑ 17.7%



 See Results Report

Content ⓘ

Sort by: Reach ▼



Sat Mar 27, 7:14pm
David Lam Park is ...



Reach 326



Tue Jan 26, 4:41pm
It's a strange world...



Reach 235



Thu May 20, 1:03pm
"How happy are yo...



Reach 188



Tue Feb 23, 7:11pm
Sunshine and sno...



Reach 177



Wed Apr 21, 7:44pm
Vaccine celebratio...



Reach 173



Sat Feb 13, 1:02pm
Snow day



Reach 167

 See Content Report

HVALA NA PAŽNJI!

matomic@agr.hr