

Marketing planner za društvene mreže

Praktični vodič za planiranje sadržaja,
kampanja i prodaje tijekom cijele godine

Što ćete saznati u ovom vodiču?

Kako definirati cilj na društvenim mrežama?

Kome se zapravo obraćate?

Koje sadržaje trebate objavljivati?

Kako osmisliti sadržaj za svoj brend?

Kako napraviti mjesečni i godišnji plan objava?

Kako od jedne ideje napraviti više objava?

Kako planirati kampanju?

Koje datume možete iskoristiti za kampanje?

Kako pratiti što funkcionira, a što ne?

Kako izbjeći najčešće greške?

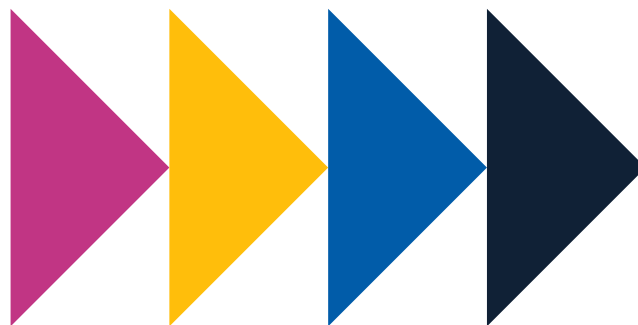
Prije nego što objavite prvu objavu

Društvene mreže nisu samo mjesto na kojem „treba nešto objaviti“.

Prije izrade kalendara potrebno je definirati zašto ste tamo, kome se obraćate i što želite postići.

Moj glavni cilj na društvenim mrežama je:

- ☐ povećati prepoznatljivost brenda
- ☐ privući nove kupce
- ☐ povećati prodaju
- ☐ dobiti upite
- ☐ izgraditi zajednicu
- ☐ educirati tržište
- ☐ povećati promet na web stranici
- ☐ nešto drugo: _____



Moj cilj za sljedeća 3 mjeseca

Glavni cilj:

Kako ću ga mjeriti:

Željeni rezultat:

Rok:

Checklista

- ☐ Znam što želim postići.
- ☐ Imam definiranu ciljnu skupinu.
- ☐ Znam što prodajem.
- ☐ Znam zašto bi kupac odabrao mene.
- ☐ Imam definiranu glavnu poruku brenda.
- ☐ Znam koje platforme imaju smisla za moj posao.

Tko je vaš kupac?

Dobar marketing planner ne počinje datumom objave.

Počinje pitanjem:

Kome ovo govorimo?"

Moj idealni kupac

Dob:

Lokacija:

Zanimanje:

Interesi:

Problemi koje ima:

Što želi postići:

Zašto bi kupio moj proizvod/uslugu:

Što ga sprječava da kupi:

Moj kupac najčešće pita:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Vaš sadržaj

Umjesto da svaki dan razmišljate:

„Što danas objaviti?“

napravite nekoliko kategorija sadržaja koje ćete stalno koristiti.

Primjer:

1. EDUKACIJA

Savjeti, objašnjenja, vodiči, „kako napraviti...“.

2. PRODAJA

Proizvodi, usluge, ponude, akcije, pozivi na kupnju.

3. POVJERENJE

Reference, iskustva kupaca, rezultati, recenzije.

4. BREND

Ljudi iza poslovanja, proces rada, vrijednosti, svakodnevnica.

5. ZABAVA / ENGAGEMENT

Pitanja, ankete, kvizovi, zanimljivosti, trendovi.

6. PRIČA

Storytelling, nastanak proizvoda, problemi i rješenja, iskustva.

Vaše ideje za sadržaj

Edukacija:

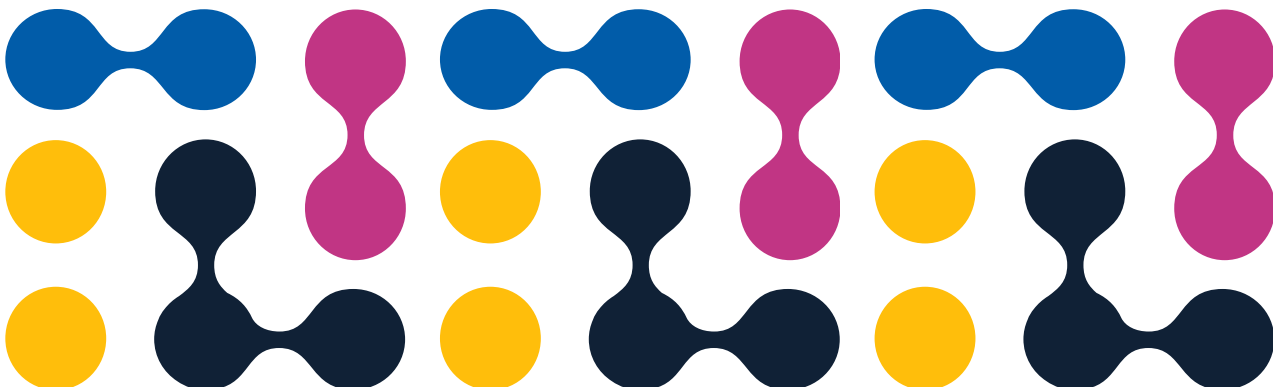
Prodaja:

Povjerenje:

Brend:

Zabava / Engagement:

Priča:



Od jedne ideje do 10 objava

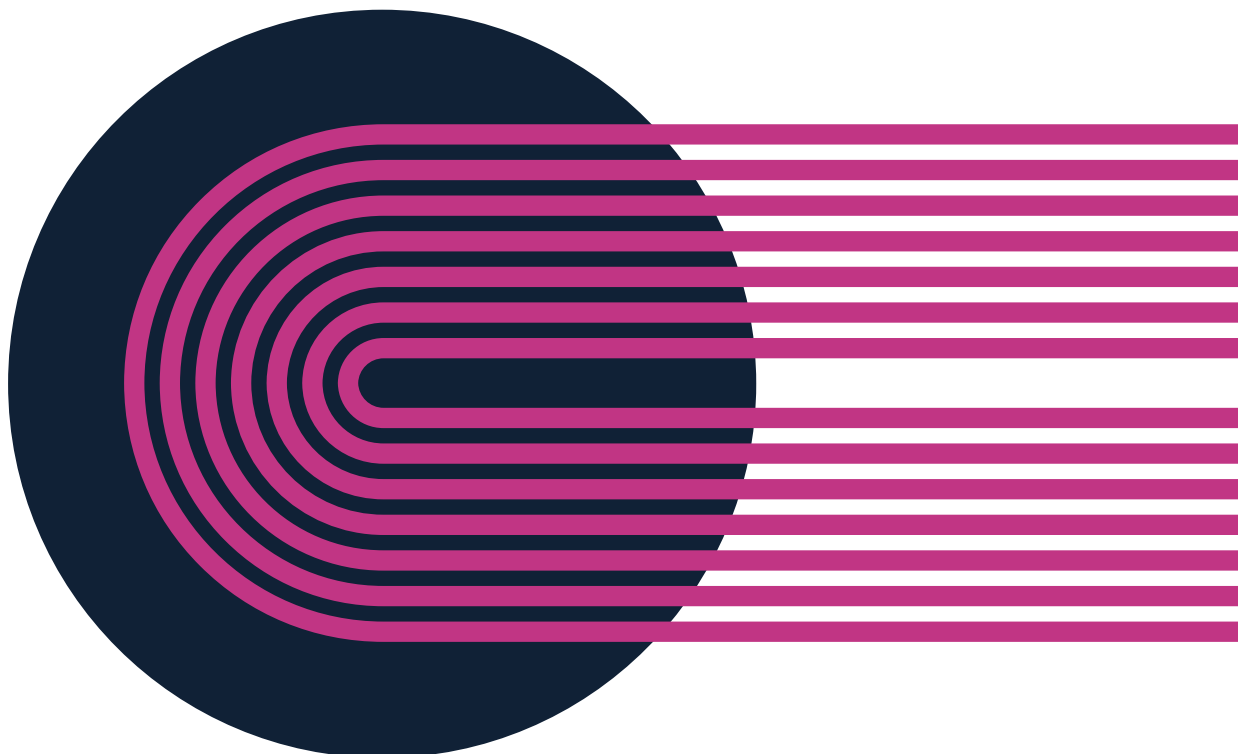
Jedna od najvažnijih vještina u društvenim mrežama je prenamjena sadržaja.

Primjer:

Jedna tema: „Kako odabrati solarne panele?”

Može postati:

- Instagram carousel
- Reel
- Story anketa
- Facebook objava
- LinkedIn objava
- blog članak
- kratki video
- FAQ



Moje ideje

Tema:

Instagram carousel

Story anketa

Facebook objava

LinkedIn objava

Blog članak

kratki video

FAQ

Godišnji marketing kalendar

Siječanj

Ideje:

- Nova godina
- novi ciljevi
- „Nova godina, novi...”
- planiranje godine
- edukativni sadržaj
- godišnji trendovi
- predstavljanje novih proizvoda/usluga
- „Što nas očekuje ove godine?”

Moje ideje:



Veljača

Ideje:

- poklon za partnera
- „pokloni sebi”
- posebna ponuda za parove
- ljubavna priča brenda
- zahvalnost kupcima

Moje ideje:



Ožujak

Ideje:

- prvi dan proljeća
- proljetno čišćenje
- novi početak
- priprema za sezonu
- Međunarodni dan žena – 8.3.
- Dan očeva – 19.3.

Moje ideje:



Travanj

Ideje:

- uskrsne ponude
- poklon-paketi
- obiteljski sadržaj
- proljetna akcija
- „pripremite se za sezonu”
- humanitarne kampanje

Moje ideje:



Svibanj

Ideje:

- Majčin dan - 10.5.
- proljetna prodaja
- proizvodi za izlete
- outdoor
- obiteljske aktivnosti
- „produženi vikend“

Moje ideje:



Lipanj

Ideje:

- početak ljeta
- godišnji odmori
- ljetni proizvodi
- putovanja
- outdoor
- sezonske usluge
- „pripremite se za ljeto”

Moje ideje:



Srpanj

Ideje:

- ljetni sadržaj
- putovanja
- godišnji odmori
- „što ponijeti...”
- sezonski proizvodi
- kratki i zabavni Reels
- sadržaj koji se lako konzumira na mobitelu

Moje ideje:



Kolovoz

Ideje:

- ljetni sadržaj
- putovanja
- godišnji odmori
- „što ponijeti...”
- sezonski proizvodi
- kratki i zabavni Reels
- sadržaj koji se lako konzumira na mobitelu

Moje ideje:



Rujan

Ideje:

- back to business
- back to school
- povratak rutini
- nove kolekcije
- novi projekti
- jesenske usluge
- edukacija
- „što nakon ljeta?”

Moje ideje:



Listopad

Ideje:

- jesenska kampanja
- Halloween – ako odgovara brendu
- edukativni sadržaj
- priprema za Black Friday
- najava blagdanske prodaje
- zahvalnost kupcima

Moje ideje:



Studen

Ideje:

- Black Friday
- Cyber Monday
- predblagdanska kupnja
- poklon-vodiči
- posebne ponude
- bundle proizvodi
- ograničene ponude

Moje ideje:



Prosinac

Ideje:

- Božić - 25.12.
- poklon-vodiči
- „last minute” pokloni
- blagdanski paketi
- zahvalnost kupcima
- najbolji trenuci godine
- rezultati
- „što smo naučili”
- najava nove godine

Moje ideje:



Veliki kalendar važnih datuma

SIJEČANJ

01.01. – Nova godina

06.01. – Sveta tri kralja

15.01. – Dan međunarodnog priznanja RH

VELJAČA

14.02. – Valentinovo

OŽUJAK

08.03. – Međunarodni dan žena

19.03. – Dan očeva
prvi dan proljeća

TRAVANJ

01.04. – April Fools' Day

Uskrs

22.04. – Dan planeta Zemlje

SVIBANJ

01.05. – Praznik rada

10.05. – Majčin dan

30.05. – Dan državnosti

LIPANJ

05.06. – Svjetski dan zaštite okoliša

21.06. – prvi dan ljeta



SRPANJ

ljetna sezona
turističke i sezonske kampanje

KOLOVOZ

05.08. – Dan pobjede i domovinske zahvalnosti
i Dan hrvatskih branitelja
15.08. – Velika Gospa

RUJAN

povratak u školu
povratak poslovnoj rutini
23.09. – početak jeseni

LISTOPAD

01.10. – Međunarodni dan kave
31.01. – Halloween

STUDENI

Black Friday
Cyber Monday
18.11. – Dan sjećanja

PROSINAC

25.12. – Božić
26.12. – Sveti Stjepan
31.12. – Stara godina



Mjesečni marketing planer

Mjesec:

Glavni cilj mjeseca:

Glavna kampanja:

Proizvod/usluga koju želimo istaknuti

Važni datumi

Glavna poruka mjeseca

Ponuda

CTA

Paner kampanje

Naziv kampanje:

Što želimo postići?

- ☐ prodaja
- ☐ upiti
- ☐ doseg
- ☐ prepoznatljivost
- ☐ engagement
- ☐ posjete webu
- ☐ prikupljanje kontakata
- ☐ nešto drugo: _____

Kome se obraćamo?

Koji problem rješavamo?

Koja je glavna poruka?

CTA

Tjedni check-in

Što je dobro prošlo?

Koja je objava imala najbolji rezultat?

Zašto?

Što nije funkcioniralo?

Što možemo ponoviti?

Što možemo napraviti drugačije?

Mjesečna analiza

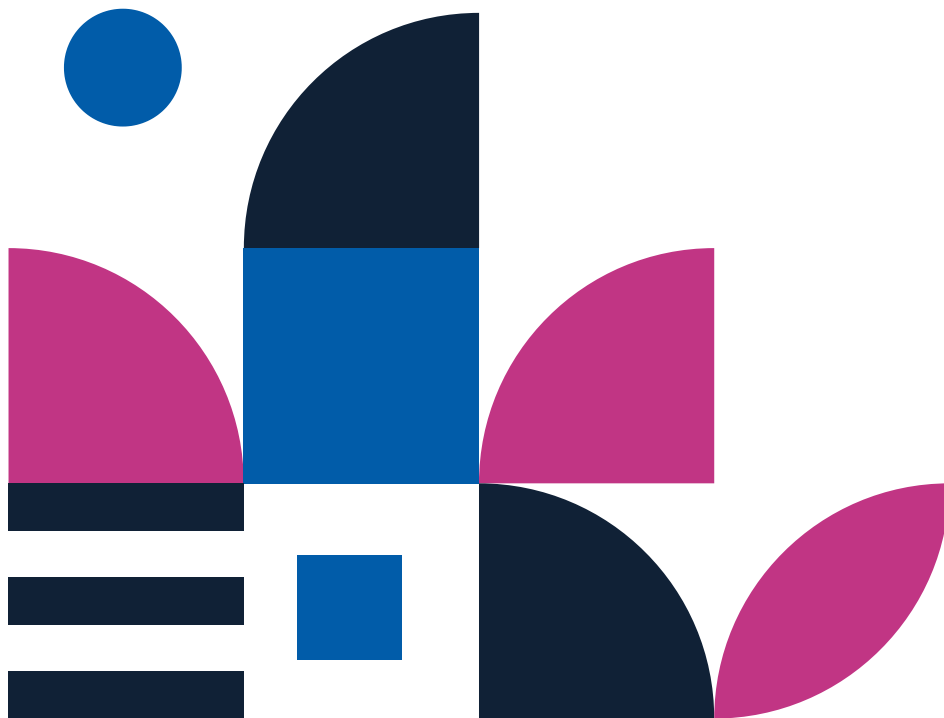
Metrika	Ovaj mjesec	Prošli mjesec
Doseg		
Pregledi		
Interakcije		
Pratitelji		
Klikovi		
Upiti		
Prodaja		

Godišnji plan

Mjesec	Glavna tema	Kampanja	Proizvod	Važan datum	Cilj
Siječanj					
Veljača					
Ožujak					
Travanj					
Svibanj					
Lipanj					
Srpanj					
Kolovoz					
Rujan					
Listopad					
Studen					
Prosinac					

Checklista prije svake objave

- ☐ Je li jasno što želimo reći?
- ☐ Je li sadržaj namijenjen konkretnoj publici?
- ☐ Privlači li prva rečenica/sekunda pažnju?
- ☐ Je li vizual kvalitetan?
- ☐ Postoji li jedna glavna poruka?
- ☐ Ima li objava CTA?
- ☐ Je li tekst gramatički ispravan?
- ☐ Jesu li označeni relevantni profili?
- ☐ Jesu li hashtagovi relevantni?
- ☐ Je li poveznica ispravna?
- ☐ Je li datum i vrijeme objave dobro odabrano?
- ☐ Je li sadržaj u skladu s brendom?



Najčešće greške

1. Objavljivanje bez cilja

„Moramo nešto staviti na Instagram” nije strategija.

2. Previše prodaje

Ako je svaka objava ponuda, publika će je početi ignorirati.

3. Kopiranje konkurencije

Inspiracija je korisna. Kopiranje nije strategija.

4. Ignoriranje vlastitih podataka

Ako vam određeni tip sadržaja stalno donosi rezultate, napravite ga više.

5. Planiranje samo unaprijed

Dobar planer treba imati strukturu, ali ostaviti prostor za aktualne događaje i spontane ideje.

6. Korištenje svakog „važnog datuma”

Ne morate objaviti nešto zato što je danas „Dan palačinki”.



Važno

**Ne trebate objavljivati više.
Trebate objavljivati smislenije.**

Prije početka svakog mjeseca pitajte se:

Što želim postići?

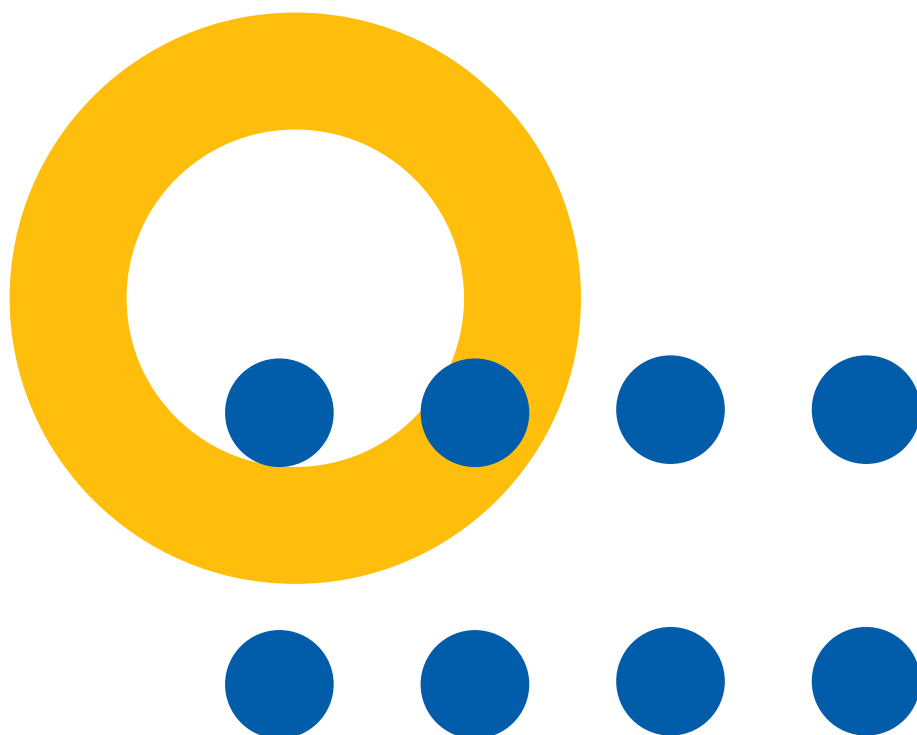
Kome se obraćam?

Što mu želim reći?

Zašto je to važno upravo sada?

Što želim da napravi nakon što vidi moj sadržaj?

Ako na ta pitanja imate odgovor, kalendar objava postaje puno jednostavniji.



Hvala vam što ste koristili ovaj vodič

Nadamo se da vam ovaj planer nije poslužio samo za zapisivanje ideja, već da vam je pomogao da na društvene mreže gledate kao na alat za izgradnju brenda, odnosa s kupcima i poslovnih rezultata.

Ne morate sve napraviti odjednom. Krenite od jednog cilja, jedne kampanje i nekoliko kvalitetnih objava. S vremenom ćete kroz vlastite rezultate najbolje upoznati svoju publiku i otkriti što joj je zaista važno.

www.crasposlovnicecentar.hr

