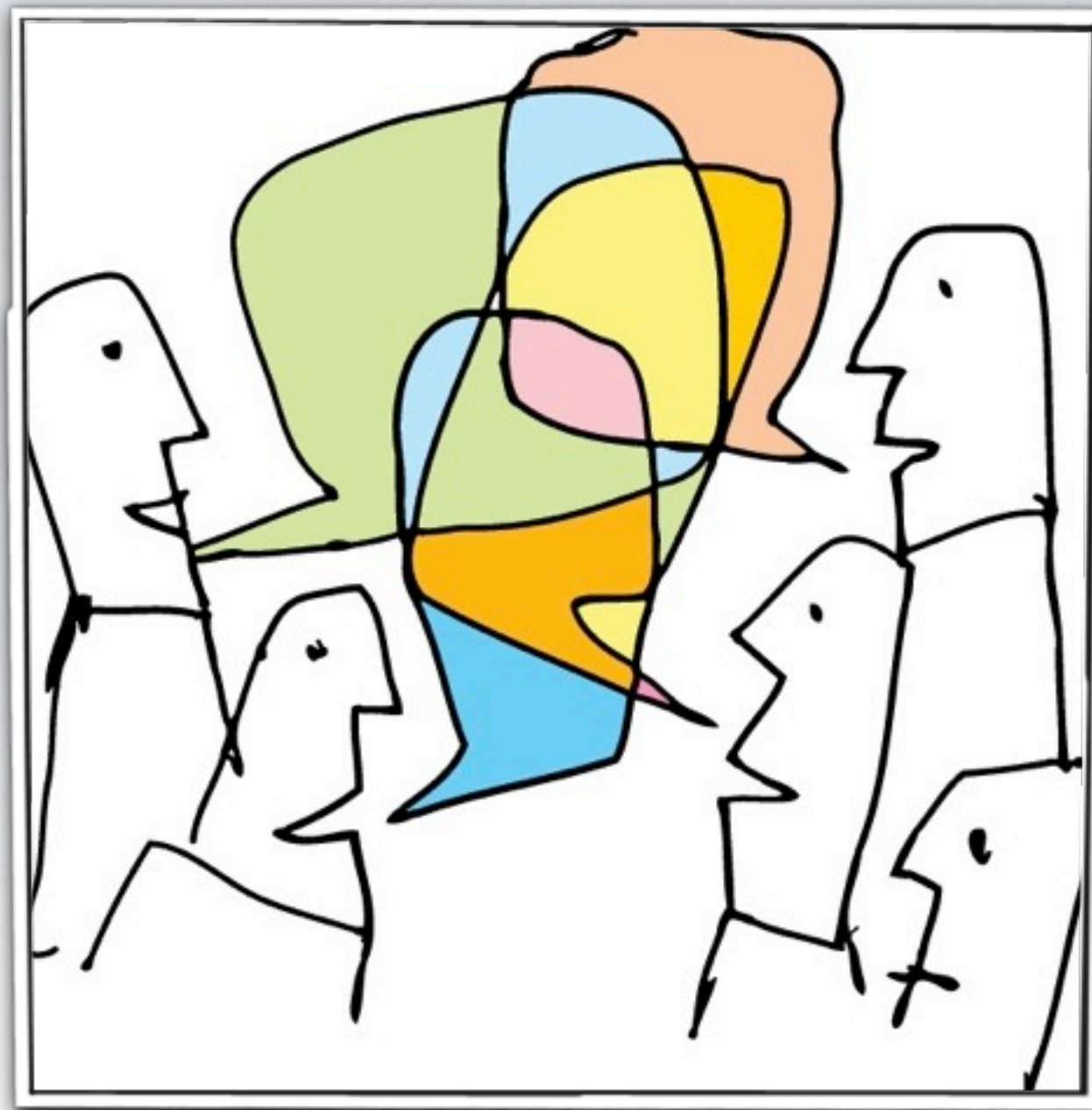




DRUŠTVENI MEDIJI KAO PROIZVOD



hugemedia.rs

ZABORAVITE RAČUNARE

kompletno predavanje je napravljeno na iPad-u pošto je pravi
otišao u večna lovišta

OLAKŠATI KONVERZACIJU AUDITORIJUMA I POKRENU DRUŠTVENI ANGAŽMAN SA KREDIBILITETOM

Kako prodati gore navedenu rečenicu?

(Facilitate audience conversations and drive engagement with social
currency)

Da se vratimo na temu...

KAKO KREIRATI PONUDU SOCIAL MEDIA USLUGA?

USLUGA=PROIZVOD

Učimo iz primera banki

VEROVATNO STE SPECIJALISTA

- Znae šta treba i kako treba koristiti društvene medije
- Verovatno imate i agenciju za usluge
- Kako ponuditi?



PRE SVEGA

- Čitavu priču bih podelio na nekoliko elemenata
 - Ljudi
 - Automatizacija
 - Performanse
 - Cena

LJUDI

Kakve ljude treba da imate za posao?

KVALITETI

- Tehnologija im leži (lože se na tehnologiju)
- Shvataju društvene medije kao dvosmernu komunikaciju (nisu novinari)
- Pismeni su (na jeziku kojim će komunicirati)
- Proaktivni su (primećuju potencijalni problem pre nego se desi)
- Umeju da konsultuju klijenta (slušati i ponuditi pravu stvar)

STVARI KOJE SE UZIMAJU U OBZIR

- Da li će se usluga nuditi 24/7, 8+8/7 ili 8/7?
- Da li usluga prati opšte smernice kompanije ili ostali kanali prate društvene medije ili se uslugom održava prisutnost?
- Da li se prati strategija ili su društveni mediji strategija sama po sebi?

IDEALNA EKIPA

- Interaktor (komunikator)
- Analitičar (statistika i izveštavanje)
- Idealan odnos - 3 komunikatora na 1 analitičara
- Ukupno 4 ljudi

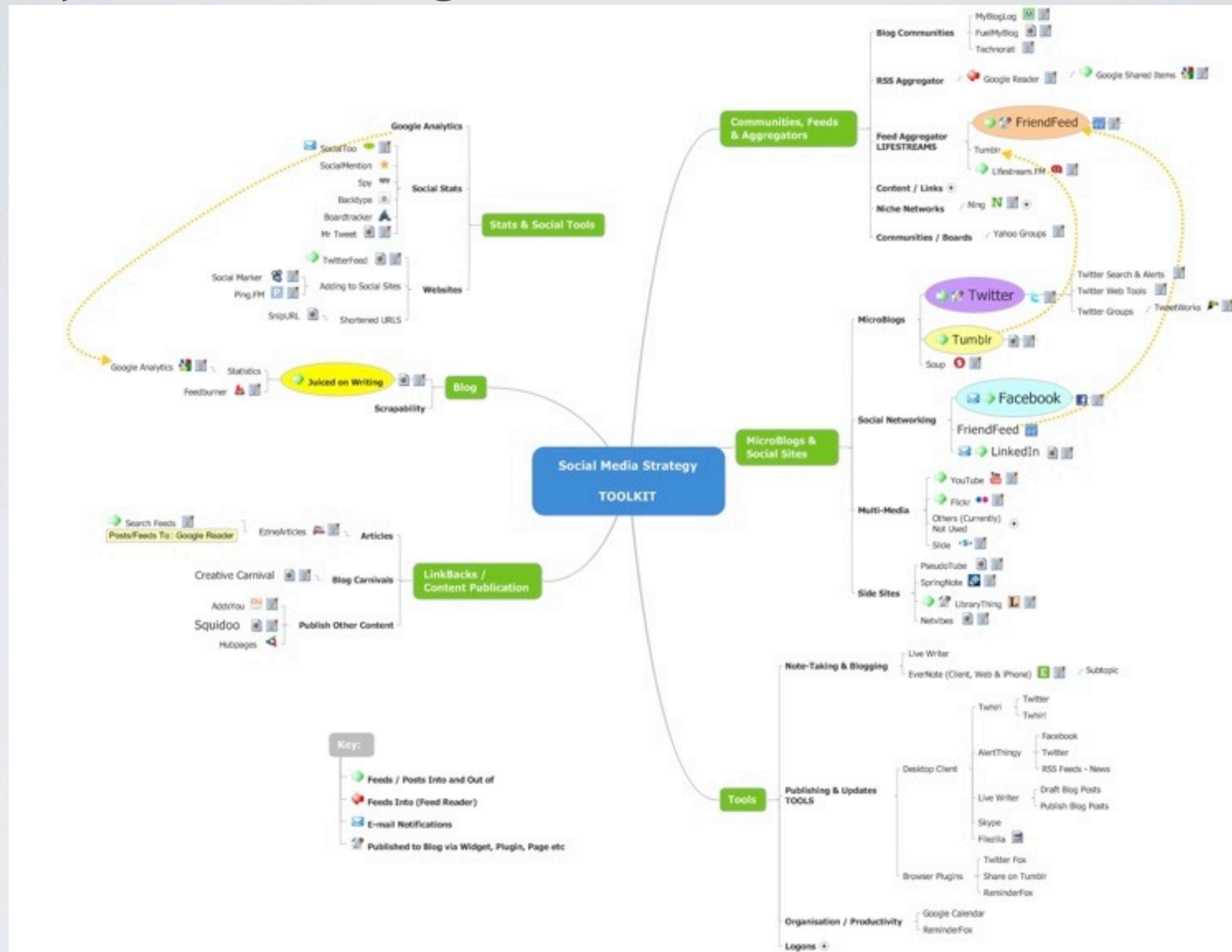
AUTOMATIZACIJA

Kakvi mađioničari trebaju da pruže podršku?

KAKVA INFRASTRUKTURA VAM JE POTREBNA...

....da biste izveli posao

<http://juicedonwriting.com/1548/social-media-dashboard->



PUN SET SERVISA TRAŽI SPECIJALISTU

Ali naravno ne trebaju vam i svi servisi za uslugu

ONO ŠTO VAM ZAISTA
TREBA

IZVEŠTAVANJE

Svaka interakcija se može izmeriti i dokumentovati

DA LI STE SPREMNI DA IZVEŠTAVATE?

To je sve ono što opravdava dobru cenu

KREIRANJE SISTEMA

Koji pruža podršku vašoj usluzi...

ELEMENTI SISTEMA

- Praćenje više naloga na više različitim društvenim mrežama
- Praćenje interakcija
- Praćenje poseta, fanova, analitike... (svi oni lepi grafikoni)
- Više nivoa pristupa (vi i klijent)
- Mogućnost ocenjivanja na nivou interakcije (dobro, loše, neutralno)
- Signalizira dešavanja (ne možete biti prisutni non stop)

PERFORMANSE

Definisanje parametara u cilju praćenja ciljeva i aktivnosti
pružaoaca usluga

NISMO VIŠE U KANZASU

- Sve ideje o zabavi počinju da prestaju u ovom trenutku
- Počinjemo da se bavimo onim što nam se nekada činilo nezamislivim
- Bavimo se tuđim mišljenjem



Čarobnjak iz Oza

NE BAVIMO SE MIŠLJENJEM KLIJENTOVIH KLIJENATA

Počínjemo da se bavimo klijentom i njegovim zadovoljstvom

DEFINISANJE PERFORMANSI

.... je prvi korak u definisanju ciljeva koje treba dosegnuti kako bi klijent bio zadovoljan i bez problema platio

ŠTA MOGU BITI PARAMETRI?

- Broj članaka mesečno/nedeljno
- Odgovor na pitanje postavljeno na **xyz** društvenoj mreži u roku od **n** minuta/sati
- Odogovor na komentar u roku od n ...
- Distribucija informacije na **n** mreža
- Izveštavanje u roku od **n** sati

JOŠ PARAMETARA?

- Broj kreiranih informacija (re-post) u toku nedelje/meseca
- Okupljanje ciljnih grupa (rast od x %) na nedeljnom/mesečnom nivou
-

IZDVAJANJE

Ovakve stvari izdvajaju od konkurencije vašu uslugu

CENA

Sve što znate treba da unovčite. Samo je pitanje po kojoj ceni?

KAKO SE FORMIRA CENA?

Brz kurs iz trgovine

$$\text{TROŠKOVI} + \text{PROFIT} = \text{CENA}$$

Tako lako...

PROFIT

Zависи od toga koliko cenite sebe

TROŠKOVI

Zavise od toga koliko cenite druge

TROŠKOVI

Najbitniji element

PRE... PRE SVEGA

Lekcija iz sastanaka menadžmenta: Nikada ne stavljaš cifru jer se neko može naći uvređen

ELEMENTI TROŠKOVA

Da sumiramo...

LJUDI I IZVEŠTAVANJE

4 (3+1)

cca 5000

$5000/4=1250$ cca 750 net

AUTOMATIZACIJA

Mesečni trošak cca 1500

OPERATIVNI TROŠKOVI

Za 5 ljudi = 500

UKUPNI TROŠKOVI

7000

AKO JEDNA OSOBA MOŽE DA
POKRIJE ČITAV SET USLUGA ZA 3
KLIJENTA

Prosečni trošak po klijentu bi bio 7000/9 cca 800

I NA KRAJU CENA

Po kojoj bi trebali da prodajemo

PROFIT ZAVISI OD TOGA KOLIKO CENITE SEBE I USLUGE SVOJIH LJUDI

Dodati od 20% pa do najbolje procene kvaliteta

MINIMALNA CENA

Ne ispod 1000 po klijentu
Pod uslovom da imate 9 klijenata

AKO IMATE MANJE KLIJENATA

I dalje imate troškove ljudi

SVRHA BIZNISA

...je u profitu koji pronadjete u poslu koji date drugim ljudima da rade za vas obezbedjujući im najbolje uslove za rad

ALITU NIJE KRAJ

U čemu je lepota posla...

VAŠ KLIJENT ŽELI 24/7/365

KAKO NE POSTATI ROBOVLASNIK ILI PRIMER MOBING FIRME

I ostati u zakonskim okvirima?

PRETHODNA KALKULACIJA PADA U VODU

- Tri osobe više ne rade 9 klijenata već potencijalno ukupno 3 klijenta tokom 24 časa
- Analitičar pokriva sve klijente sasvim u redu
- Programer radi svoj posao
- Troškovi malo više rastu zbog smenskog rada i stižu do 9000

OSNOVNI TROŠAK SADA RASTE

1 penje se na 3000 po klijentu

UZ DOBRU PROCENU KVALITETA

Minimalna cena za ovakve klijente ne bi trebala da bude
manja od 4000

SVA DOSADAŠNJA PRIČA

Je samo jedna usluga i tiče se direktne komunikacije na društvenim medijima

DA LI STE VIŠE ZA...

princip

1. generički kreirane usluge tj usluge sa cenom ili
2. usluge pravljene baš posebno za svakog klijenta?

I JA VIŠE VOLIM

odelo po meri

ŽELITE

posvećen tim; u stalnom kontaktu; super organizovan i stručan;
multijezičan; angažovan da unapredi biznis....

UPOZNAJTE DANICU I ANU (KRAZY FISH)

one prave ODLIČNA odela po meri



EMOCIONALNO UKLJUČIVANJE DRUŠTVENIH MEDIJA U POSLOVANJE

veličina firme, geografska pokrivenost, ciljevi klijenta, razvoj DM-a u skladu sa firmom, dužina angažmana, rad na sat

Emotional engagement
sa precizno definisanim konsultantskim uslugama



EMOCIONALNI SEO ZA SADRŽAJ

Kolegijum

○ **rečima** - “Mi ih pronalazimo, sklapamo, menjamo, popravljamo i pakujemo. Stvaramo sve ono što će drugi **čitati** o vama i zbog **čega** ćete im se svideti.”

SVE SE SVODI NA...

...aktiviranje emocija kod korisnika i...

GLOBALNI SEO

koji sadrži sve elemente
angažovanje, emociju, tehniku

KOMUNIKACIJA I DOGOVOR

kako bi klijent dobio najbolju moguću uslugu po najboljoj ceni
(više firmi i ljudi mora da razgovara)

DA LI ŽELITE DA PREDJEMO NA
NEKE DRUGE KONSULTANTSKE
USLUGE?

ZA FORMIRANJE CENE KONSULTANSKIH USLUGA KONSULTUJTE GOOGLE

Velika verovatnoća da će prvi link biti moj...

PRVA LEKCIJA

KONSULTANTSKIH USLUGA

Impresioniraj publiku

PRVA INTERNA LEKCIJA VAMA

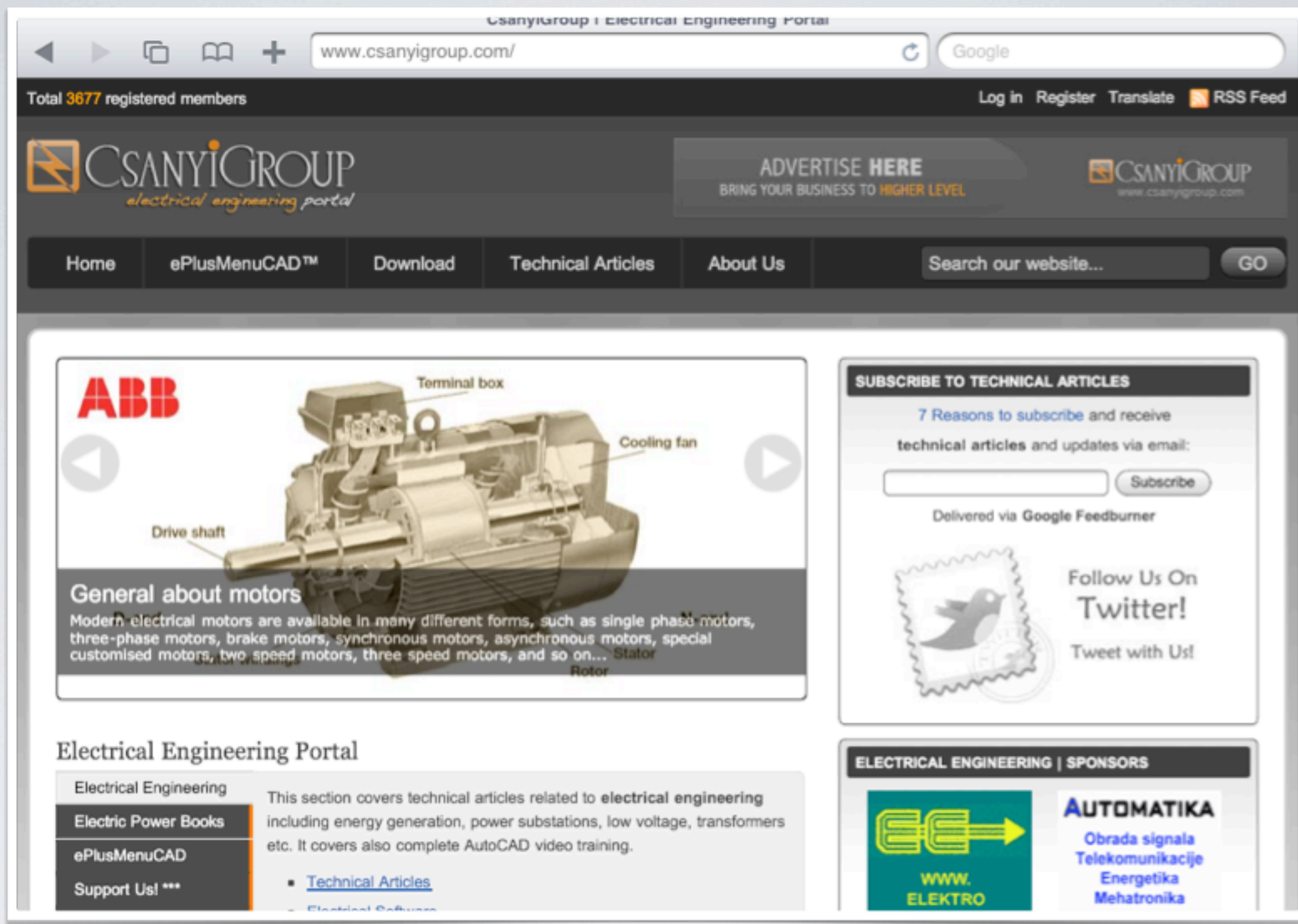
Počnite sada da razmišljate o monetizaciji svojih sposobnosti

BLOGUJTE ILI KORISTITE DRUŠTVENE MREŽE ...

...na način koji vam donosi zadovoljstvo... jer

MOŽE VAM DONETI I KORIST

Posetite portal posvećen električnoj energiji



OVO JE PRIMER ULAGANJA SOPSTVENE STRASTI U DRUŠTVENE MEDIJE I VRAĆANJE INVESTIRANOG

HVALA NA PAŽNJI

i Danici na detaljima o šivenju njenih usluga
kao i Tatjani na emocionalnoj SEO optimizaciji sadržaja

IVAN REČEVIĆ

- Huge Media (od 2008.godine)
- <http://www.hugemedia.rs> kao i <http://www.hugemedia.rs/blog>
- Twitter (biznis): hugemedia - (privatni): irecevic
- Facebook (biznis): hugemedia - (privatni): irecevic
- LinkedIn (biznis): Huge Media - Ivan Rečević



hugemedia.rs