INTRODUCERE ÎN CAMPANIILE SOCIAL MEDIA TRAINING PENTRU ARIZANI

Best 4 Artisans

- vânzări
- branding
- PR

20 vuotta modus 2001-2021 design | craft

Erasmus+

La ce trebuie să ne gândim când vindem produse hand-made

- Cunoașteți-vă valoarea și vorbiți cu încredere
- Cunoașteți-vă clienții
- Țineți legătura în mod regulat cu clienții vechi
- Oferiți un ambalaj atractiv
- Creați un program de loialitate: oferiți mostre, opțiuni pre-vânzare pt clienții vechi, evenimente în spatele scenei

Best 4 Artisans

VÂNZĂRI=

contacte, actiuni și decizii bazate pe emoții în situații reale de viață, numere, comenzi, livrări.

AIDA = **A**tenție

Interes

Dorință

Acțiune

SMART = Specifice: Care este rezultatul dorit?

Măsurabile: Cum veți măsura succesul?

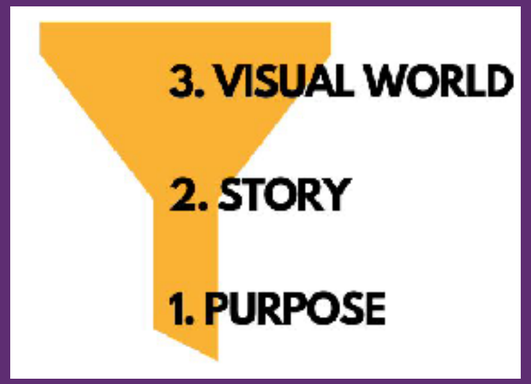
De Atins: Cum își va atinge campania obiectivul având în vedere influențele externe?

Realistice: Este scopul campaniei realizabil cu bugetul și numărul de postări sau timp estimat?

Bazate pe Timp: În cât timp se pot realiza aceste obiective ?

Cum trebuie să fie un BRAND = recognoscibil, de încredere,ajută în luarea deciziilor

- **Brand:** Scop, poveste & imagine vizuală
- **Scop: #**claritate, #bunuri, #poveste. Eu ajut pe (x) cu y (cum) să z (de ce).
- Exemplu: **Cursurile noastre online ajută artizanii șă -și prezinte produsele sau serviciile ca ei să se poate focusa pe activitățile esențiale și să aibă mai multe vânzări**.
- **Brandkit** = logo, culori, fonturi, banca de fotografii



Abilități de PR - Relații Publice

Obiective:

- Crearea de parteneriate cu mass media locală
- Folosirea eficientă a canalelor social media cu target local sau regional
- Comunicarea cu rețeua de platforme de vânzări, oficii turistice locale, târguri, etc
- Comunicarea despre responsabilitatea socială sau sustenabilitate

Cum să construim o campanie de succes în social media ?

Best 4 Artisans

Trend-uri

- Verifică mereu care sunt trend-urile momentului!

Social media marketing ABC

- Brand / strategia social media
- Planificarea conținutului
- Construirea unei comunități (în timp)

Planificarea campaniei

Obiective

- Creșterea traficului pe pagina de prezentare sau webshop
- Înscrierea la anumite evenimente
- Implicarea potențialilor clienți în conversații
- Creșterea nr de urmăritori

Obiective SMART

De **exemplu**: “Să fac 10 oameni să posteze pe instagram folosind marca mea cu un hastag #notforsale despre tema Y timp de 1 săptămână”

- S = Specifice **postări în social media**
- M = Măsurabile **10**
- A = De atins **brand #**
- R = Relevante **tema Y**
- T = Timp **1 săptămână**

Măsurători

Odată ce obiectivele campaniei sunt clare puteți să vă gândiți la numere.

De exemplu dacă vreți ca vizitatorii să vadă pagina de campanie și să acționeze în timp ce vizitează pagina de campanie indicatorii corecți ar trebui să includă:

- Câți vizitatori au dat click pe linkul cu adresa campaniei în social media sau website
- Câte rezultate dorite s-au obținut de pe website-ul campaniei (contacte, răspunsuri la un chestionar, etc)
- Care este costul pe click

Ținta

- Stabiliți un public țintă clar la care doriți să ajungeți. Cunoașteți-vă publicul țintă!

Canale

- Luați o decizie informată despre ce canale să folosiți pentru a lansa o campanie
- Alegeți canalele potrivite unde audiența dorită este deja activă
- Explorați cum folosește publicul țintă canalul respectiv
- Gândiți-vă la traseul utilizatorului
- Va avea campania propria pagină de campanie? Ce ați vrea să se întâmple când ei ajung acolo?

Planificarea campaniei

Best 4 Artisans

Alegerea canalului potrivit

- cunoașteți-vă audiența și ce canale folosesc
- cunoașteți cum folosesc canalul respectiv
- cunoașteți cine sunt influencerii pe canalul respectiv

Conținut

- un mesaj principal care să fie prezentat creativ publicului țintă
- nu tot conținutul trebuie să fie al dvs
- conținutul trebuie să fie adaptat diferitelor canale unde este folosit
- elementele vizuale trebuie să fie consistente în toate canalele
- chemări la acțiune ce susțin obiectivele campaniei

Canale

Best 4 Artisans

PAGINA

Postări (fotografii, link video)

FB live

FB Story

FB Group

FB Messenger

Grup țintă: General

PAGINA

Postări (foto link)

IG live

IG Story

IG TV

IG Reel

Grup țintă: tinere femei

VIDEO

Conținutul Video

- Creați o poveste atractivă pentru urmăritori
- Primele 10 secunde sunt extrem, de importante
- Poveștile video pot fi inspiraționale, informative sau pot crea nevoia de a afla mai multe despre un subiect anume
- Dacă videoclipul este urcat pe YouTube, asigurați-vă că toate informațiile sunt completate (titlu, descriere, tag)

6 LUCRURI DE ȚINUT MINTE

- Fiți empatici cu urmăritorii sau faceți un apel emoțional
- Vorbiți cu o audiență foarte specifică
- Vorbiți despre beneficii
- Stilul lingvistic clar și colocvial este mai personal
- Chemați la acțiune

Planificarea campaniei

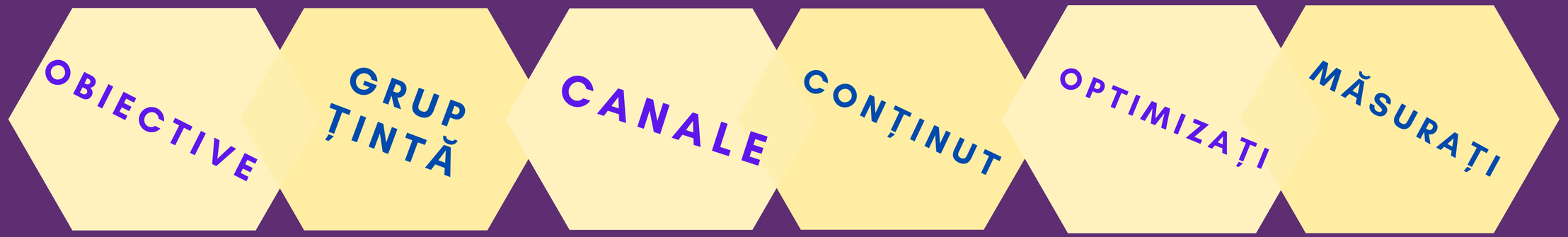
Best 4 Artisans

Optimizați

- Sunt multe lucruri din care să alegeți: imagine, text, audiența, buget, cuvinte cheie, etc.
- Observați care postare performează bine sau nu și le puteți edita sau schimba în timpul campaniei
- Urmăriți transformările și susțineți reclamele care au o performanță bună

Măsurați

- Colectare de date
- Analiză via Google Analytics, FB, IG, Twitter etc
- Impact: ați atins obiectivele SMART în campanie? Ce ați învățat?
-



EXEMPLU

MOTIVARE CAMPANIE

- va mutați într-un alt oraș
- lansare de design-uri noi

METODA

- alegeți un influencer cunoscut în regiune
- și pentru grupul țintă

Liked by **ateljee_ew** and **119 others**

pihkacollection Aurinko laski tänään upeasti heittäen viimeiset säteensä Punanotkonkadulle. Tuon komistuksen kivijalassa sijaitsee meidän yhdistetty workshop-tila ja PIHKA myymälä. Seinänaapureina meillä on italialaisravintoloista inspiraationsa saanut @ventuno_helsinki osteria ja caffé sekä @kotiapartments 'in korkealuokkaiset kalustetut huoneistot. Kadun toisella puolen palvelee @designmuseo_fi . Punanotkonkatu rules! 🌞 Tulkaa kurkkaamaan!

#pihkassa #helsinki #visithelsinki #punanotkonkatu #kotiapartments #ventunoravintola #designmuseo

pihkacollection

Liked by **tadweek** and **146 others**

pihkacollection Kaikki PIHKA laukut valmistetaan Suomessa. Näiden aprikoosien HUPI lauk... more

Posts

99 likes

pihkacollection Jenni bongattu Ullanlinnassa ROIHU laukun kanssa! Hmm, kumpikohan näistä kahdesta väristä on @jenalexandrova 'n suosikki: pehmeä konjakki vai ikityylikäs musta?

Liked by **pseddiki** and **221 others**

pihkacollection SYNTTÄRIALE jatkuu vielä keskiviikon ajan! Vuosi sitten lanseerattiin @jenalexandrova kanssa PIHKA x Jenni -malliston HUPI ja ROIHU laukut. Tämän vuosijuhlan kunniaksi tarjoamme