

PROGRAM OBUKE

DIGITALNI MARKETING I DRUŠTVENI MEDIJI –

OD STRATEGIJE DO PRAKSE

Kreiraj svoju digitalnu priču – strategija, sadržaj i rezultati na jednom mjestu

O PROGRAMU

Program je namijenjen svima koji žele da razumiju, planiraju i unaprijede svoje digitalno prisustvo.

Osmišljen je kao intenzivna praktična obuka koja povezuje strateško razmišljanje, kreativnost i mjerljive rezultate. Tokom programa učesnici će razvijati svoje digitalne vještine i naučiti kako da stečeno znanje pretvore u konkretne marketinške efekte i rezultate.

Program traje četiri dana i podijeljen je u dva dijela (tri dana + jedan dan), sa ukupnim fondom od 32 časa. Realizuje se u formi radionice koja kombinuje predavanja, interaktivne diskusije, personalizovan pristup, individualni rad učesnika i timski rad u manjim grupama. Tokom cijelog programa učesnicima je obezbijeđena mentorska podrška i rad na praktičnim zadacima.

Cilj programa je i da učesnici, kroz razmjenu iskustava, pored predavača uče i jedni od drugih te razvijaju rješenja prilagođena svom poslovnom kontekstu. Sastavni dio programa je i rad na individualnom projektu, koji učesnici realizuju između trećeg i četvrtog dana, primjenjujući naučeno na primjeru vlastite kompanije ili brenda. Tokom završnog, četvrtog dana dobijaju detaljan feedback i smjernice za dalji razvoj.

Pridružite nam se i započnite svoje digitalno putovanje uz podršku vrhunskih predavača i primjere iz stvarnog poslovnog svijeta.

CILJEVI PROGRAMA

Program ima za cilj da učesnicima omogući cjelovito razumijevanje principa digitalnog marketinga i društvenih medija, te da ih osposobi za samostalno planiranje, kreiranje i upravljanje digitalnim aktivnostima u okviru vlastite organizacije.

Polaznici će kroz strukturirane module i intenzivan praktični rad:

- razviti razumijevanje digitalnog ekosistema i logike savremenih komunikacijskih kanala,
- naučiti kako planirati i implementirati digitalne strategije u skladu sa poslovnim ciljevima,
- usvojiti principe korištenja alata i tehnika za kreiranje kvalitetnog, angažujućeg i relevantnog sadržaja,

- unaprijediti znanja iz oblasti oglašavanja, analitike i korisničkog iskustva,
- razviti sposobnost kritičkog promišljanja i strateškog odlučivanja u digitalnom okruženju.

ŠTA ĆETE NAUČITI

Po završetku programa učesnici će biti u stanju da:

- planiraju i razvijaju digitalne strategije i komunikacione kampanje usklađene sa ciljevima organizacije,
- razumiju osnovne pojmove, principe i trendove digitalnog marketinga i društvenih medija,
- efikasno kreiraju sadržaje za društvene mreže, uključujući fotografije, video materijale i tekstualne objave, prilagođene različitim kanalima i ciljnoj publici,
- koriste alate vještačke inteligencije u kreiranju sadržaja i optimizaciji digitalnih aktivnosti,
- primjenjuju SEO principe i razumiju algoritme društvenih mreža u funkciji veće vidljivosti i angažmana,
- optimizuju oglašavanje i budžet na digitalnim platformama (Meta, Google, LinkedIn, TikTok),
- analiziraju performanse kampanja i tumače osnovne metrike digitalne analitike,
- povežu principe CX, UX i UI u oblikovanju pozitivnog korisničkog iskustva,
- izrade i sprovedu lični digitalni plan za unapređenje poslovne komunikacije i digitalne prisutnosti svoje organizacije.

KOME JE PROGRAM NAMIJENJEN

Program je namijenjen:

- početnicima u digitalnom marketingu koji žele steći praktične vještine i razumijevanje osnovnih principa,
- osobama koje već rade na poslovima marketinga, komunikacija ili prodaje, ali žele unaprijediti praktična znanja i samopouzdanje u digitalnom okruženju.
- zaposlenima u kompanijama, institucijama i organizacijama koji žele sistematično unaprijediti svoje znanje iz oblasti digitalnog marketinga i društvenih medija.

Fokus programa je na početnom i srednjem nivou, sa ciljem da učesnici prodube razumijevanje koncepata, ovladaju osnovnim alatima i nauče kako da ih primjenjuju u stvarnim poslovnim situacijama.

PREDUSLOVI ZA UČEŠĆE

Za uspješno praćenje programa i aktivno učešće, učesnici treba da:

- posjeduju osnovno iskustvo u marketingu, komunikacijama ili radu na društvenim mrežama,
- budu spremni na intenzivan praktičan rad, interakciju i razmjenu iskustava,
- donesu laptop i mobilni telefon koje će koristiti za vježbe i rad na zadacima,
- imaju dobro raspoloženje, otvorenost za nova znanja i spremnost na učenje.

MATERIJALI ZA UČESNIKE

Svi učesnici će tokom obuke dobiti:

- set nastavnih materijala (prezentacije),
- predloške za planiranje digitalnih aktivnosti (content calendar, buyer persona, storytelling mapa, itd),
- preporučenu listu digitalnih alata i resursa za samostalni rad,
- priručnik „Think Digital: A Practical Guide to Digital and Social Media Marketing“ (PDF format) čiji je autor Almir Peštek.

PREDAVAČI

Suada Peštek je jedna od vodećih stručnjakinja za digitalni marketing i medije u Bosni i Hercegovini, sa više od 25 godina iskustva u marketingu, komunikacijama i menadžmentu medija. Diplomirala je i magistrirala na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu, te posjeduje međunarodno priznate NLP i Life/Business Coaching certifikate. Kao generalna direktorica kompanije Zid d.o.o., koja upravlja jednim od najčitanijih online portala u zemlji – Radio Sarajevo, Suada svakodnevno kombinuje strateško razmišljanje, kreativnost i duboko razumijevanje digitalnih trendova. Dugogodišnja je trenerica i predavačica iz oblasti digitalnog marketinga, poznata po svom praktičnom pristupu i sposobnosti da kompleksne marketinške koncepte prenese na jasan, inspirativan i primjenjiv način.

Almir Peštek je redovni profesor na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu, gdje je diplomirao, magistrirao i doktorirao. Dobitnik je prestižne Fulbright postdoktorske stipendije američkog State Departmenta i tokom 2014/2015. godine boravio je na Loyola University Chicago – Quinlan School of Business. Ima dugogodišnje predavačko i konsultantsko iskustvo u oblasti marketinga, digitalnog marketinga, turizma, strateškog planiranja i razvoja preduzeća. Kao gostujući profesor predavao je na univerzitetima u SAD-u, Italiji, Austriji, Sloveniji, Hrvatskoj, Srbiji, Španiji, Poljskoj i drugim zemljama, a kao konsultant učestvovao je u više od 200 istraživačkih i razvojnih projekata za domaće i međunarodne partnere. Autor je i koautor više naučnih i stručnih radova, monografija i priručnika iz oblasti savremenog i digitalnog marketinga, te aktivni promotor inovativnih pristupa obrazovanju i praksi u digitalnoj ekonomiji.

SADRŽAJ PROGRAMA

DAN #1 – STRATEGIJA, BRENDING I DIGITALNI EKOSISTEM

***Cilj i fokus rada:** Polaznici će razumjeti principe savremenog digitalnog marketinga, strateškog planiranja i izgradnje brenda u digitalnom okruženju.*

1. Uvod u digitalni marketing – osnove modernog digitalnog ekosistema

Učesnici će upoznati ključne komponente digitalnog marketing miksa, razliku između tradicionalnog i digitalnog pristupa, te će razumjeti logiku digitalnog ekosistema i korisničkog puta (customer journey).

2. Strateško planiranje digitalnog prisustva – od ciljeva do platformi

Polaznici će naučiti kako definisati SMART ciljeve, identifikovati ciljnu publiku (buyer personas), izabrati odgovarajuće kanale i tipove sadržaja, te mapiraju ključne dodirne tačke (touchpoints) u korisničkom putovanju (customer journey).

3. Storytelling i brendiranje u digitalnom okruženju – emocije koje grade povjerenje

Učesnici će naučiti kako emocije i narativi utiču na percepciju brenda, kako se razvija brend identitet i ton komunikacije (brand voice), te će analizirati primjere storytelling kampanja i brend narativa.

4. Osnove CX, UX i UI – dizajniranje korisničkog iskustva

Polaznici će se upoznati sa ulogom korisničkog iskustva (CX) i njegovom vezom sa dizajnom (UX/UI). Biće analizirani primjeri dobre i loše prakse u digitalnom kontekstu (web stranice, aplikacije i e-commerce platforme).

5. Grupni rad: Analiza digitalnog prisustva brenda

Učesnici će analizirati digitalno prisustvo odabranog brenda (web, društvene mreže, ton komunikacije, korisnički doživljaj, itd), te će zajednički diskutovati o mogućnostima unapređenja.

DAN #2 – SADRŽAJ, STORYTELLING I AI ALATI

Cilj i fokus rada: Drugi dan biće posvećen razvoju sadržaja, razumijevanju algoritama i praktičnoj primjeni alata vještačke inteligencije. Učesnici će tokom cijelog dana intenzivno raditi kroz praktične vježbe, demonstracije i samostalni rad uz mentorsku podršku.

1. Razumijevanje algoritama društvenih mreža – kako “razmišljaju” platforme

Učesnici će analizirati kako funkcionišu algoritmi društvenih mreža i koji faktori utiču na vidljivost objava (engagement, retention, watch time). Tokom radionice biće analizirani stvarni primjeri objava koje algoritmi favorizuju.

2. Vještačka inteligencija (AI) u digitalnom marketingu – alati za kreativnost

Polaznici će se upoznati sa određenim AI alatima, a kroz praktični rad biće prikazano kako generisati ideje, tekstove, vizuale i video sadržaje uz upotrebu AI tehnologije.

3. SEO i optimizacija sadržaja – kako će vas korisnici pronalaziti

Tokom radionice učesnici će naučiti kako pronaći i koristiti ključne riječi, optimizovati naslove, meta opise i strukturu teksta. Biće predstavljeni alati kao što su Google Trends, Keyword Planner i SEOptimer.

4. Kreiranje objava za društvene mreže – spoj teksta, slike i poruke

Učesnici će praktično raditi na kreiranju objava za različite platforme (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok). Fokus će biti na strukturi teksta, vizualnom identitetu, call-to-action porukama i odabiru vizuala.

5. Osnove fotografije i videa za digitalni marketing – vizuelni sadržaj koji privlači pažnju

Učesnici će razumjeti osnovne principe kreiranja fotografija i video sadržaja koji privlače pažnju i podržavaju komunikacione ciljeve brenda. Fokus će biti na kreiranju autentičnih i angažujućih vizuala za društvene mreže, uz praktične primjere i rad sa dostupnim alatima za obradu i montažu.

5. Praktični rad i individualne vježbe

Drugi dio dana biće posvećen intenzivnom radu učesnika, koji će samostalno i u manjim grupama primjenjivati naučene koncepte i alate. Treneri će davati individualne povratne informacije i usmjeravati dalji rad.

DAN #3 – KAMPANJE, OGLAŠAVANJE I ANALITIKA

***Cilj i fokus rada:** Treći dan biće u potpunosti orijentisan na praktičan rad. Učesnici će intenzivno primjenjivati naučeno kroz planiranje kampanja, kreiranje oglasa i analizu rezultata.*

1. Planiranje i vođenje kampanja – od ideje do evaluacije

Učesnici će naučiti da strukturiraju digitalnu kampanju (ciljevi, poruka, platforme, budžet, rokovi) i razviju plan objava (content calendar). Tokom praktičnog dijela biće izrađeni prijedlozi kampanjskih planova i sadržaja.

2. Plaćeno oglašavanje – optimizacija budžeta i rezultata

Polaznici će se upoznati sa osnovnim principima oglašavanja na Facebooku, Instagramu i Googleu. Biće objašnjeni formati oglasa, odabir ciljnih grupa, postavljanje budžeta i praćenje performansi. Tokom radionice biće urađena simulacija kreiranja oglasa.

3. Korisnički generisani sadržaji (UGC) i upravljanje zajednicama

Učesnici će naučiti kako koristiti UGC sadržaje kao alat za izgradnju povjerenja i angažmana, te kako planirati i moderirati aktivnosti online zajednice.

4. Mobilni marketing i trendovi – prilagođavanje korisnicima u pokretu

Analiziraće se trendovi u mobilnom marketingu: mikro-trenuci, kratki video formati, AR filteri i interaktivne objave. Polaznici će analizirati primjere uspješnih praksi i razvijati vlastite ideje u timovima.

5. Analitika i interpretacija podataka – od brojeva do zaključaka

Polaznici će naučiti da tumače osnovne metrike performansi (engagement rate, reach, impressions, conversions) i da koriste dostupne alate (Google Analytics, Meta Insights, TikTok Analytics) za praćenje i analizu rezultata.

6. Priprema projekta

Završni dio dana biće posvećen pripremi projekta i učesnici će dobiti jasne smjernice, predloške i kriterije za samostalni rad koji će realizovati između trećeg i četvrtog dana. Projekat se odnosi samostalnu primjenu naučenog u kontekstu svoje kompanije ili brenda.

DAN #4 – MASTERCLASS I LIČNI DIGITALNI PLAN

***Cilj i fokus rada:** Završni dan biće posvećen prezentacijama projekata, evaluaciji naučenog i razvoju individualnih planova primjene u praksi.*

1. Prezentacija projektnih zadataka i zajednička evaluacija

Svaki učesnik ili tim će prezentovati svoj projekat, obrazložiti proces rada i dobiti povratne informacije od trenera i drugih učesnika.

2. Napredne prakse: Growth hacking i influencer marketing

Učesnici će upoznati napredne strategije za organski rast, principe growth hacking pristupa i oblike saradnje sa influencerima kroz analizu konkretnih primjera uspješnih kampanja.

3. Prilagođavanje sadržaja i višekanalna komunikacija (omnichannel pristup)

Polaznici će naučiti kako jedan sadržaj mogu prilagoditi za različite digitalne kanale i kako osigurati dosljednu komunikaciju na više platformi.

4. Novi trendovi u digitalnom marketingu

Analiziraće se savremeni trendovi, uključujući personalizaciju pomoću AI tehnologija, interaktivne i 3D formate, te rastuću važnost etike i autentičnosti u digitalnoj komunikaciji.

5. Zaključna radionica: Moj digitalni plan za 2026

Učesnici će razviti lični plan aktivnosti i ciljeva za narednih 12 mjeseci, koji će sadržavati konkretne korake primjene naučenog u okviru njihovih organizacija.