

# Pomen komunikacije v promociji RD - študija primera RD Barje

Jure Ušeničnik Schifferstein  
Oktober 2015

Ljubljana, Slovenija



# Načrt

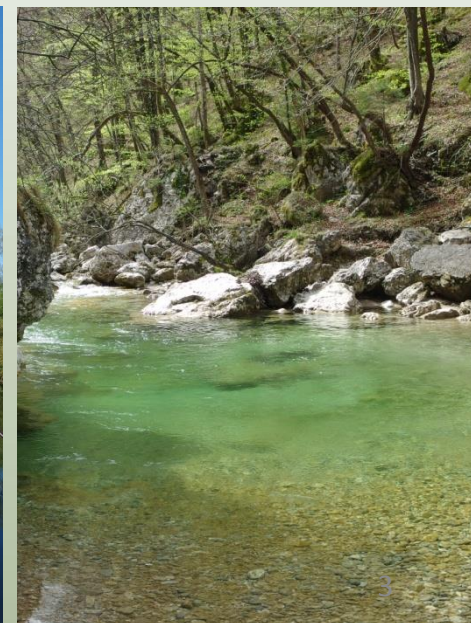


- O nas
- Komuniciranje? Družbeni mediji?
- Back-end aktivnosti
- Orodja, ki jih lahko uporabimo

# Ribiška družina Barje



- Tradicija in zgodovina
- Zakonodaja
- Naloge in cilji
- Izhodišča (vode?)



# Družbeni mediji?

- Zakaj?
- Kateri?

# 2012 Status vs. 2015 Status



- Pred 2012: stara stran, nič obiska, ostala digitalna prisotnost?
- Dejavnosti, ki so v teku od 2012 dalje? Nova spletna stran, družbeni mediji, ...

# Strateško načrtovanje

- Zaznali smo težavo
- Enotni smo bili, da so spremembe potrebne
- Kaj smo želeli? (Izgradnja močnejše BZ in razvijanje stalne dvosmerne komunikacije med RDB in javnostmi.)
- Budget? Resničen izziv – manj kot 200 EUR/letno

## Vloge v RD Barje

- Izjemno pomembno vprašanje!
- Predsednik, podpredsednik, blagajnik, gospodar,  
...
- Težava? Ni osebe za PR/”marketing”/turizem ...
- Izkoristite znanje, ki ga imate doma!

# Družbeni mediji

- Stereotipi?
- Resničen pomen komunikacij preko družbenih medijev?

+ in -



- Strategija?
- Vprašanje iskrenosti?
- Drobne radosti družbenih medijev?

# Orodja



- Oboževani: Facebook, Twitter, Pinterest
- V povoju: Instagram, Google +, Tumblr, Vine, Youtube, ...
- Bilo je nekoč: Myspace
- **Vprašanje za milijon dolarjev?**

# Izbrani mediji & strategija



- Facebook (večina dejavnosti)
- Twitter (podvojene objave)
- Pinterest, Youtube?



# Facebook - pregled

- Masa ljudi – potencialni obiskovalci in ribiči (stranke)
- Slovenija, ostali svet?
- Vedno kot stran, nikoli kot fizična oseba!



# Facebook – “front end”

- Identiteta? Stalna prisotnost z aktualnimi, a lahkotnimi in razumljivimi vsebinami.
- Priklic prijetnih asociacij: zdravje, narava, ribe, prijateljstvo
- Videz? (“Barjanska zelena”, profilna slika, cover slika, njune pozicije ...)
- Dodatne vsebine (info, aplikacije, ... Vedno povezujte na vašo matično spletno stran!)

## Facebook objave

- Vsebine, ki so obiskovalcem všeč (spremljajte statistiko!). Fotografije, kratki opisi, pogovorni jezik, a čim manj ali brez napak!, zunanje povezave!, znaki čustev (emoticons), toda ne preveč ...
- Dobra objava = veliko všečkov, komentarjev in delitev -> dober doseg -> močnejša BZ
- Stalnost, stalnost, stalnost + odzivnost, odzivnost, odzivnost!

# Facebook – “back end”



- Statistika!

# Twitter



- Podvojene FB objave. Zakaj?

# Kaj smo naredili prav?



- Identiteta!
- Pozitivna naravnost, ne glede na situacijo
- Pojavnost, ki je osnovana na slikah (sprožite OCD!)

# Kje smo se zmotili?

## Naučite se iz naših napak ...



- Najprej nismo razumeli, kaj obiskovalci želijo.
- Objave so bile predolge (text).
- Nismo razmišljali “outside the box”.
- Ravnovesje v vsebini objav! Okoljske zadeve, zakonodajne zadeve ...

# Zaključek



- Ocenimo situacijo
- Izdelamo načrt in jo združimo z obstoječo vodstveno strukturo
- Izberemo orodja
- Uresničujemo in smo dosledni. Ne obupamo!

# V&O



Hvala za pozornost!

Obiščite:

1. [www.rdbarje.si](http://www.rdbarje.si)
2. [www.facebook.com/rdbarje](https://www.facebook.com/rdbarje)
3. [twitter.com/RDBarje](https://twitter.com/RDBarje)

E-naslov: [pr@rdbarje.si](mailto:pr@rdbarje.si)