

Uporaba sodobnih spletnih omrežij za izobraževanje odraslih

Na izobraževanju o digitalnem marketingu boste spoznali, kako Facebook in Instagram uporabiti za uspešno oglaševanje izobraževalnih programov in pridobivanje udeležencev. Obe aktualni socialni omrežji sta nam lahko v pomoč, da se glas o našem podjetju, organizaciji, instituciji ali blagovni znamki razširi in postanemo prepoznavni.

Spoznali bomo širino digitalnega sveta in možnosti, da predstavimo našo zgodbo. Spletno orodje Facebook bomo pogledali z vidika upravljanja, velik del pa bomo posvetili vsebini. Ključno je, da nam tudi pisanje objav ne predstavlja težave, saj se tako približamo občinstvu in povečamo njegov odziv. Sledil bo manj znani in bolj zahteven oglaševalski del, kjer se bomo naučili postavljanja oglaševalskih kampanj, upravljanja z razpoložljivimi finančnimi sredstvi in priprave oglasov.

Drugo spletno družbeno omrežje, ki ga bomo spoznali, je Instagram. Pogledali bomo njegovo sestavo in kako narediti dober profil. Spoznali se bomo z nasveti za uspešno komunikacijo in vzpostavljanjem plačljivih oglasov.

Med izobraževanjem boste pridobili veliko novih idej in predlogov, s katerimi si boste pomagali do boljših in prepoznavnih objav in oglasov. Izobraževanje bo povsem praktično naravnano, zato boste lahko pridobljeno znanje takoj uporabili v praksi.

Trajanje programa: **40 ur, ZOOM**

Pričetek: **7.4.2021**

Ura: **17.00 – 20.00**

Zakaj so spletna družbena omrežja pomembna za določene ciljne skupine?

MLADI od 13 do 25 leta

- 90% ljudi v tej starosti uporablja spletna družbena omrežja.
- Izražajo pripadnost različnim interesnim skupinam, zato je ključno, da smo pozorni na to, kaj mlade zanima in jih na podoben način skušamo nagovoriti.
- Veliko brskajo za video vsebinami, v katerih odkrijejo kakšen nov izdelek ali aktivnost, ki jih navduši in jo želijo preizkusiti v praksi. Zato moramo razmišljati o pripravi kratkih video posnetkov.
- Spletna družbena omrežja so za njih tudi zabava, sklepanje prijateljskih vezi, stik s prijatelji. Z njimi si širijo realne povezave v virtualnem svetu. Pozorni moramo biti na njihov način komunikacije in potrebe, saj se le tako lahko povežemo z njimi.

ODRASLI od 26 do 64 leta

- 80% ljudi v tej starosti uporablja spletna družbena omrežja.
- Veliko brskajo po novicah, kaj se dogaja v svetu, kaj je novega, so v iskanju možnosti dodatnega zaslužka ali izobraževanja, zato je potrebno, da jim nanizamo, kako lahko svoj čas koristneje preživijo.
- Iščejo tudi ideje za preživljanja prostega časa na različnih dogodkih (izobraževalne, kulturne, zabavne ... narave), zato je pomembno, da čim večkrat izpostavimo, kaj organiziramo in jih tako pritegnemo.
- Zelo odmevni so tudi online dogodki, ki se jih radi udeležujejo (webinarji, delavnice, koncerti »s kavča«), zato moramo razmišljati tudi iz tega vidika, kako jih pritegniti, da se bodo lahko ne glede na lokacijo, priključili preko spleta na naše aktivnosti.

UPOKOJENCI nad 65+

- 40% ljudi v tej starosti uporablja spletna družbena omrežja.
- Osamljenost, socialna izolacija in povezovanje z družino so običajno največji motivatorji, da si starejša ciljna skupina ustvari profil na spletnih družbenih omrežjih.
- Tudi sodelovanje v različnih skupnostih, ustvarjanje novih družbenih krogov in iskanje prijateljstev preko spleta je velikokrat vodilo.
- Pri oglaševanju, ki je namenjeno starejšim, si moramo vzeti čas in jim vsebine približati na čim bolj enostaven in varen način, da lahko brez težav pridejo do informacij..
- Ta ciljna skupina tudi pogosto išče ideje za ustvarjanje in preživljanje prostega časa z namenom, da si zapolnijo čas, ki ga imajo na voljo. Zelo jim pridejo prav kuharski recepti, ustvarjanja z različnimi materiali, učenje novih veščin, jezikov in podobno.