

# Kaj naj objavimo naslednjih 30 dni?

## 12 objav za naslednjih 30 dni.

Predloge besedil, formati in že pripravljen mesečni razpored.

Za podjetja brez marketinške ekipe. Vodič odpri skupaj s svojim Instagramom ali Facebookom, dopolni prazna mesta in v približno 30 minutah pripravi realen mesečni načrt.



### Ne potrebuješ zapletene strategije. Potrebuješ jasno smer za naslednjih 30 dni.

Na koncu boš imel eno ponudbo v ospredju, seznam 12 konkretnih objav, fotografije, ki jih moraš posneti, in koledar, po katerem lahko dela tudi sodelavec ali družinski član.

# Na koncu bo jasno, kaj objaviti

Vodič ne zahteva marketinškega predznanja. Vsak korak vsebuje navodilo, primer in prazno mesto za tvoje podjetje.

## Naredi samo teh pet korakov

- 1 Izberi eno ponudbo, ki jo želiš ta mesec bolj izpostaviti.
- 2 Preveri, ali profil novemu obiskovalcu pove, kdo ste in kako lahko kupi ali rezervira.
- 3 Izberi ideje s pripravljenega seznama 12 objav.
- 4 V eni uri posnemi fotografije in kratke videe za ves mesec.
- 5 Objave razporedi v koledar in po enem mesecu preveri tri številke.

## Pravilo, ki ti bo prihranilo največ časa

Ne objavlaj vsakič nečesa popolnoma novega. Dobre teme lahko ponavljaš. Spremeni fotografijo, primer ali ponudbo, osnovno vprašanje stranke pa lahko ostane isto.

Primer: hotel lahko večkrat pokaže sobo, zajtrk, lokacijo in mnenje gosta. Kozmetični salon lahko večkrat odgovori, komu je tretma namenjen, kako poteka in kaj pričakovati po obisku.

# Izberi eno stvar, ki jo želiš prodati

Za en mesec izberi eno glavno ponudbo. Ostalo lahko še vedno omenjaš, toda vsebine bodo veliko lažje, če imajo skupno smer.

## Kaj naj ljudje v naslednjih 30 dneh kupijo ali rezervirajo?

- ☐ sobo, paket ali termin
- ☐ izdelek
- ☐ dogodek ali vstopnico
- ☐ darilni bon
- ☐ drugo: \_\_\_\_\_

## Zapiši glavno ponudbo v enem stavku

Naslednjih 30 dni želimo več ljudi usmeriti k:

---

### IZPOLNJEN PRIMER

## Manjši hotel

Ponudba: vikend paket za dve osebi z zajtrkom in uporabo savne.

Kaj naj gost naredi: preveri proste termine in pošlje povpraševanje.

Zakaj zdaj: hotel želi bolje zapolniti vikende zunaj glavne sezone.

# Profil mora v petih sekundah povedati bistvo

Odpri svoj profil in ga poglej kot nekdo, ki podjetja še ne pozna. Označi samo da ali ne.

- ☐ Iz imena profila je jasno, kako se podjetje imenuje.
- ☐ V opisu piše, kaj ponujamo in kje smo.
- ☐ Povezava, telefon ali e-pošta delujejo.
- ☐ Med prvimi objavami je prikazana naša glavna ponudba.
- ☐ Obiskovalec ve, kaj naj naredi naprej: rezervira, pokliče, kupi ali pošlje sporočilo.

## Preprosta formula za opis profila

[Kaj ste] v [kraju].

[Glavna ponudba ali prednost].

[Kako lahko oseba rezervira ali kupi].

### PRIMER ZA HOTEL

## Družinski hotel ob Pohorju.

Sobe, zajtrk in sprostitev za pare ter družine.

Preveri proste termine na spodnji povezavi.

# Vsak mesec objavljaj iz štirih predalov

Ni ti treba vsak teden izumiti nove teme. Vse objave lahko razporediš v štiri preproste skupine.

1

## Kaj prodajamo

Pokaži ponudbo in jasno povej, komu je namenjena.

Primeri: soba, paket, tretma, izdelek, meni, dogodek, darilni bon.

2

## Kako je pri nas videti

Pokaži prostor, ljudi in trenutke, ki jih stranka pred nakupom ne vidi.

Primeri: soba, razgled, ekipa, priprava, embalaža, zakulisje.

3

## Odgovor na vprašanje

Izberi vprašanje, ki ga stranke pogosto postavijo po telefonu ali v sporočilu.

Primeri: Ali sprejemate pse? Kje parkiram? Kako dolgo traja? Kaj je vključeno?

4

## Zakaj nam lahko zaupate

Pokaži dokaz, izkušnjo ali človeka za podjetjem.

Primeri: mnenje gosta, rezultat, predstavitev zaposlenega, zgodba podjetja.

ZAPIŠI EN KONKRETEN PRIMER IZ SVOJEGA PODJETJA ZA VSAK PREDAL

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_

# Prvih šest objav je že pripravljenih

Izberi fotografijo ali kratek video, nato prilagodi predlagano besedilo svoji ponudbi.

1

## Predstavi glavno ponudbo

Posnemi: glavno ponudbo v uporabi ali prostoru.

Napiši: Kaj ponujate, komu je namenjeno in kaj je vključeno.

Zaključ: Povej, kako preveri termine, ceno ali zalogo.

FORMAT: REEL ALI FOTOGRAFIJA

2

## Povej, komu je ponudba namenjena

Posnemi: osebo ali situacijo, ki jo ponudba rešuje.

Napiši: Ta ponudba je primerna za ljudi, ki ...

Zaključ: Povabi osebo, naj ti piše, če ni prepričana.

FORMAT: CAROUSEL ALI FOTOGRAFIJA

3

## Pokaži, kaj je vključeno

Posnemi: tri glavne dele ponudbe.

Napiši: Naštej, kaj stranka dobi in kaj lahko pričakuje.

Zaključ: Dodaj povezavo ali način rezervacije.

FORMAT: CAROUSEL

4

## Pokaži prostor ali izdelek

Posnemi: najbolj privlačen prostor, detajl ali izdelek.

Napiši: Povej, kaj obiskovalec na fotografiji vidi in zakaj je pomembno.

Zaključ: Povabi k obisku, ogledu ali rezervaciji.

FORMAT: REEL ALI FOTOGRAFIJA

5

## Predstavi človeka iz ekipe

Posnemi: sodelavca med delom.

Napiši: Kdo je, za kaj skrbi in kaj pri delu najbolj ceni.

Zaključ: Dodaj preprosto vprašanje občinstvu.

FORMAT: FOTOGRAFIJA

6

## Pokaži pripravo v zakulisju

Posnemi: en kratek korak priprave.

Napiši: Pojasni, kaj naredite, preden ponudba pride do stranke.

Zaključ: Povej, kdaj jo lahko stranka preizkusi.

FORMAT: REEL

# Še šest objav za zaupanje in odziv

Te objave odgovorijo na pomisleke in pokažejo, da za profilom stoji resnično podjetje.

7

## Odgovori na pogosto vprašanje

Posnemi: predmet, prostor ali osebo, povezano z odgovorom.

Napiši: Zapiši vprašanje dobesedno in nanj odgovori v dveh ali treh stavkih.

Zaključ: Povabi k dodatnemu vprašanju.

FORMAT: REEL ALI CAROUSEL

8

## Razloži nekaj, kar ljudje pogosto narobe razumejo

Posnemi: primer pravilnega postopka ali izbire.

Napiši: Najprej povej zmoto, nato preprosto razlago.

Zaključ: Povej, kje dobijo več informacij.

FORMAT: CAROUSEL

9

## Povej, kaj je dobro vedeti pred obiskom

Posnemi: vhod, parkirišče, recepcijo ali pripravo.

Napiši: Navedi tri praktične informacije za lažji obisk ali nakup.

Zaključ: Dodaj kontakt ali povezavo.

FORMAT: CAROUSEL ALI FOTOGRAFIJA

10

## Objavi mnenje stranke

Posnemi: izdelek, prostor ali preprosto kartico z mnenjem.

Napiši: Uporabi resničen, potrjen citat in dodaj, na kaj se nanaša.

Zaključ: Zahvali se in povabi druge.

FORMAT: FOTOGRAFIJA ALI GRAFIKA

11

## Pokaži rezultat ali izkušnjo

Posnemi: rezultat, preobrazbo ali zadovoljnega gosta z dovoljenjem.

Napiši: Povej začetno stanje, kaj ste naredili in kaj se je spremenilo.

Zaključ: Povabi k povpraševanju.

FORMAT: REEL ALI FOTOGRAFIJA

12

## Povej, zakaj podjetje obstaja

Posnemi: lastnika, ekipo ali pomemben detalj.

Napiši: Zapiši kratko resnično zgodbo: zakaj ste začeli in kaj želite ponuditi ljudem.

Zaključ: Povabi, naj vas spoznajo ali obiščejo.

FORMAT: REEL ALI FOTOGRAFIJA

# Od ponudbe do treh objav in koledarja

Spodaj je ena ponudba prevedena skozi celoten sistem. Ne kopiraj hotela - kopiraj način razmišljanja.

## PONUDBA

Vikend paket za dve osebi: dve nočitvi, zajtrk in uporaba savne. Cilj je, da gost preveri proste termine in pošlje povpraševanje.

### ŠTIRJE PREDALI ZA TO PONUDBO

#### KAJ PRODAJAMO

vikend paket

#### KAKO JE PRI NAS

soba, zajtrk, savna

#### VPRAŠANJE

kaj je vključeno?

#### ZAUPANJE

mnenje gosta

### TRI KONKRETNO IZPOLNJENE OBJAVE

1

REEL

Posnemi: Soba, zajtrk in savna

Besedilo: Potrebuješ kratek oddih brez dolge vožnje? Naš vikend paket vključuje dve nočitvi, zajtrk in uporabo savne za dve osebi.

Zaključ: Proste termine preveri na povezavi v opisu profila.

2

CAROUSEL

Posnemi: 3 kartice: nočitvi, zajtrk, savna

Besedilo: Kaj dobiš v vikend paketu? 1. Dve nočitvi. 2. Zajtrk oba dneva. 3. Uporabo savne.

Zaključ: Za ceno in proste termine nam pošlji sporočilo.

3

FOTOGRAFIJA

Posnemi: Prijetna soba + potrjen citat gosta

Besedilo: »Končno vikend, ko nama ni bilo treba ničesar organizirati.« Hvala Ani in Marku za obisk.

Zaključ: Tudi ti potrebuješ odklop? Preveri proste vikende.

## Umestitev v koledar

1. teden: torek - Reel z glavno ponudbo · četrtek - carousel z vsebino paketa · nedelja - mnenje gosta.

# Pet besedil, ki jih samo dopolniš

Ni treba začeti s praznim dokumentom. Kopiraj predlogo, zamenjaj prazna mesta in jo preberi na glas.

## Predstavitev ponudbe

Iščeš \_\_\_\_\_? Pri nas dobiš \_\_\_\_\_. Ponudba je primerna za \_\_\_\_\_. Vključuje \_\_\_\_\_. Več informacij ali rezervacija: \_\_\_\_\_.

## Odgovor na vprašanje

Pogosto nas vprašate, ali \_\_\_\_\_. Kratek odgovor je \_\_\_\_\_. Pred obiskom ali nakupom je dobro vedeti še \_\_\_\_\_.

## Predstavitev ekipe

To je \_\_\_\_\_, ki pri nas skrbi za \_\_\_\_\_. Pri svojem delu najbolj ceni \_\_\_\_\_. Njegov ali njen nasvet za stranke je \_\_\_\_\_.

## Zakulisje

Preden \_\_\_\_\_ pride do stranke, poskrbimo za \_\_\_\_\_. Danes ti pokažemo, kako pri nas poteka \_\_\_\_\_.

## Mnenje stranke

"\_\_\_\_\_" Hvala, \_\_\_\_\_, za obisk in lepo mnenje. Posebej smo veseli, da \_\_\_\_\_. Prav takšno izkušnjo želimo ustvariti za vsako stranko.

# V eni uri posnemi materiale za ves mesec

Ni treba vsak dan iskati nove fotografije. Izberi en termin in pripravi zalogo uporabnih posnetkov.

## Posnemi naslednjih deset stvari

- ☐ zunanost ali vhod
- ☐ najbolj priljubljen prostor
- ☐ glavno ponudbo
- ☐ tri zanimive podrobnosti
- ☐ člana ekipe pri delu
- ☐ en korak priprave
- ☐ izdelek ali storitev od blizu
- ☐ navpičen video prostora
- ☐ navpičen video ponudbe
- ☐ odgovor zaposlenega na pogosto vprašanje

## Šest pravil za telefon

-  Obriši lečo.
-  Snemaj ob dnevni svetlobi.
-  Telefon pri videu drži pokončno.
-  Ne uporablaj digitalne povečave.
-  Vsak kader posnemi vsaj pet sekund.
-  Naredi več različic istega posnetka.

## Pomembno pri ljudeh na fotografijah

Pred objavo fotografije gosta, stranke ali zaposlenega pridobi dovoljenje. Pri otrocih naj fotografijo in objavo vedno odobri starš ali skrbnik.

# Uporabi že pripravljen mesečni raspored

Začni z dvema ali tremi objavami na teden. Koledar prilagodi svojim dnevom in ga ponovi tudi naslednji mesec.

| TEDEN | TOREK                                            | ČETRTEK                                                | NEDELJA                                         |
|-------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1     | Glavna ponudba<br>Kaj ponujate in komu?          | Prostor ali izdelek<br>Pokaži, kako je pri vas videti. | Pogosto vprašanje<br>Odgovori jasno in kratko.  |
| 2     | Član ekipe<br>Kdo stoji za ponudbo?              | Mnenje stranke<br>Uporabi potrjen citat.               | Kaj je vključeno<br>Razloži ponudbo po delih.   |
| 3     | Druga ponudba<br>Pokaži dopolnilno storitev.     | Praktičen nasvet<br>Pomagaj še pred nakupom.           | Zakulisje<br>Pokaži del priprave.               |
| 4     | Rezultat ali izkušnja<br>Pokaži konkreten dokaz. | Pogosto vprašanje<br>Odpravi pomislek.                 | Povabilo<br>Povej, kako rezervirati ali kupiti. |

## Če je trikrat tedensko preveč

Objavi ob torkih in četrtek, nedeljsko idejo pa prestavi v naslednji teden. Bolj pomembno je, da načrt štiri tedne res izvajaš, kot da prvi teden objaviš petkrat in nato odnehaš.

# Pred objavo preveri pet stvari

Ta kontrolni seznam naj uporablja vsak, ki objavlja v imenu podjetja.

- ☐ Je takoj jasno, o čem objava govori?
- ☐ Ali smo povedali, zakaj je to pomembno za stranko?
- ☐ Je fotografija dovolj svetla in razumljiva?
- ☐ Ali smo povedali, kaj naj oseba naredi naprej?
- ☐ Ali povezava, telefon ali način rezervacije delujejo?

## Ne čakaj na popolno objavo

Objavo objavi, ko je jasna, pravilna in dovolj dobra za tvojo znamko. Popolna fotografija brez jasnega sporočila je pogosto manj uporabna kot preprosta fotografija z dobrim odgovorom na vprašanje stranke.

## Kdo v podjetju preveri objavo?

Ime osebe: \_\_\_\_\_ Rok za potrditev: \_\_\_\_\_

Dogovorite se, da se manjši jezikovni popravki uredijo brez večdnevnega čakanja, spremembe ponudbe, cen in terminov pa vedno potrdi odgovorna oseba.

# Poglej tri številke in eno vprašanje

Ne potrebuješ zapletenega poročila. Zanima te, ali so vsebine ljudi premaknile bližje stiku, rezervaciji ali nakupu.

## 1 Obiski profila

Koliko ljudi je po objavah odprlo vaš profil?

ZAPIŠI ŠTEVILKO

---

## 2 Klikli in kontakti

Koliko ljudi je kliknilo povezavo, telefon, e-pošto ali gumb za navodila?

ZAPIŠI ŠTEVILKO

---

## 3 Povpraševanja

Koliko sporočil, klicev, rezervacij ali nakupov lahko smiselno povežete z vsebinami?

ZAPIŠI ŠTEVILKO

---

## Katera objava je sprožila največ klikov, vprašanj ali odzivov?

---

Naslednji mesec pripravi še dve objavi na podobno temo. Ne kopiraj nujno iste fotografije; ponovi vprašanje, korist ali ponudbo, ki je ljudi zanimala.

## Želiš tri konkretne priložnosti za svoj profil?

Pošlji povezavo do profila in kratek opis, kaj želiš izboljšati. Predlagala ti bom najprimernejši naslednji korak: pregled in usmeritev, vzpostavitev sistema ali mesečno vodenje.

[digitala.si/kontakt](https://digitala.si/kontakt)

