



# Digitalni marketing vodič

# Zašto je važan?

Prisustvo, podaci, brzina, reduciranje operativnih troškova i povećanje produktivnosti čine digitalni marketing suštinskom aktivnosti u modernom biznisu.

## SADRŽAJ

- 01 Šta je digitalni marketing?
- 02 Search engine optimization (SEO)
- 03 Pisanje sadržaja za web
- 04 Društvene mreže

# Šta je digitalni marketing?

Digitalni marketing se odnosi na oglašavanje **isporučeno putem online kanala** kao što su web pretraživači, društvene mreže, email i mobilne aplikacije.

Dvije osnovne metode digitalnog marketinga su **SEO** (Search Engine Optimization) i pay per click (plati po kliku) reklame.



# Optimizacija za web pretraživač (SEO)

- SEO će omogućiti vašem biznisu da bude pronađen putem online pretrage, kroz takozvano guglanje.
- Kao malom biznisu, **SEO je često najbolja opcija na koju biste se trebali fokusirati.** Ne samo da je jeftinija od pay per click (PPC) reklama, nego ostvaruje rezultate u dugom roku.
- Kako bi unaprijedili vaš rang na Google pretrazi, potrebno je da obzir uzmete pisanje sadržaja i društvene medije kao dio vaše SEO strategije.

- Kada tražite nešto putem online pretrage, pretraživač će vam dati listu **preporučenih web stranica** na osnovu njihove **relevantnosti**.
- Web pretraživači biraju relevantne stranice birajući ključne riječi i spajajući ih sa riječima koje ljudi ukucavaju prilikom pretrage.
- Ukoliko želite da se vaša stranica nađe visoko u pretraživaču, onda ona treba da je relevantna i da kotira visoko za ključne riječi koje vaši potencijalni kupci ukucavaju.
- Kada optimizirate stranicu, potrebno je sprovesti istraživanje ključnih riječi i **meta opise**, te nadgledati saobraćaj stranice.

# Pretraga ključnih riječi



- Kako bi započeli sa SEO-om, potrebno je uraditi **pretragu ključnih riječi**. Često su to najočiglednije riječi koje koristite u svakodnevnom poslovanju.
- Na primjer, ako prodajete polovna vozila, rangiranje upotrebom "polovna vozila" bi bilo pogrešno, jer postoje hiljade drugih firmi koje koriste ovu sintagmu.
- Umjesto toga, termin "polovna vozila u Sarajevu" bi bio adekvatniji jer određuje lokaciju i cilja na potencijalne kupce iz regije Sarajevo

# Meta opisi

- Meta opisi su dijelovi teksta koji dolaze u paketu sa ranking linkom web pretraživača.
- Česta je diskusija u vezi uticaja meta opisa na direktno rangiranje vaše stranice, ali zasigurno imaju uticaja na to da li će neko kliknuti na vašu stranicu ili ne.
- Meta opisi moraju biti sažeti, relevantni i dovoljno interesantni da bi se potencijalni korisnik interneta "upecao" na link stranice.



# Analiza web stranice



- Da bi shvatili kako vaša stranica napreduje pri rangiranju na rezultatima pretrage, **potrebno je redovno pratiti analitiku stranice**. Obično se to radi pomoću [Google Analytics](#) alata.
- Analitika će pokazati koji dijelovi stranice su najpopularniji i koje stranice zahtijevaju dodatni rad. Također će ponuditi demografske informacije posjetilaca vaše stranice.
- Ove statistike mogu pomoći u vašoj digitalnoj marketing strategiji. Kao mali biznis, možete koristiti Google Analytics besplatno – kliknite [ovdje](#) da se prijavite besplatno.



# Pisanje sadržaja

- Vjerovatno ste čuli od ljudi da vam treba blog na vašoj stranici. To može postati dosadno, ali postoji dobar razlog iza te priče.
- **Blogovi mogu postati efektivan dio digitalne marketing strategije**, zato ih mnogo firmi ima na svojim stranicama.
- Ažuriranje vaše stranice sa svježim i relevantnim sadržajem će učiniti da Google-ov algoritam posmatra vašu stranicu kao kvalitetnu. **Web pretraživači su skloniji da preporuče stranice čiji sadržaj se često ažurira sa novim, pouzdanim i interesantnim sadržajem** – jer posmatraju ove stranice kao korisne i relevantne za njihove korisnike.
- U suštini, želite da ljudi pronađu i konzumiraju vaš sadržaj, što će u konačnici dovesti da kupuju od vas.
- Iako se ovo neće desiti sa svakom osobom koja pročita vaš članak, možete povećati procenat ljudi koji će kroz rast publike postati vaši kupci.





## POKAŽITE ZNANJE

- Još jedan cilj redovnog pisanja bloga je da pokažete korisnicima da ste autoritet u industriji.
- Ovo ih neće samo privoliti da vjeruju vašem brendu, već će se zbog prethodnih interakcija sa vašim biznisom, sjetiti vaše firme pri narednoj kupovini



## GRADITE BREND

- Blog može uspostaviti ton i glas vašeg brenda, pokazujući vašu osobnost, dok obezbjeđuje korisne informacije.
- Moguće je uspostaviti dugoročno povjerenje između kupaca i firmi. Potencijalni kupci će radije kupiti od firme koju znaju, nego suprotno.
- Postavljanje besplatnog, korisnog sadržaja će zadržati brend u mislima vaših kupaca



## GOSTUJUĆI AUTOR

- Pored vašeg bloga, dobar način da date vašoj stranici svjež iskorak je da napišete tekst za nečiji blog. Linkovi ka vašoj stranici hostovani na drugim provjerenim i popularnim stranicama će izgraditi vaš kredibilitet.

# Koliko često bi trebali pisati blogove?

- Ključ je **konzistentnost**. Ako vaši posjetioci vide da niste postavljali mjesecima, to neće ostaviti dobar utisak.
- Što ste češće u poziciji da postavljate novi sadržaj, to je bolje. Ipak, potrebno je da to bude na regularnoj osnovi.



## NIJE SVAKI ČLANAK PRODAJA



- Dok je suštinski cilj bloga da unaprijedi prodaju, niko ne voli da bude prodat.
- Odolite iskušenju da napravite svaki post o tome kako je vaša kompanija sjajna i zašto bi ljudi trebali kupovati od vas.
- Vaš blog treba da bude o stvarima koje ljudi žele i trebaju da čitaju. Ako ih zainteresujete, onda ćete produžiti njihov boravak na vašoj stranici

## NE TRPAJTE KLJUČNE RIJEČI U ČLANKE

- Jedna od ključnih stvari je da osigurate da vaša stranica (i članci) su optimizirani za određene ključne riječi.
- Ipak, to treba biti adekvatno i relevantno. Ako trpate u svaki paragraf ključne riječi, garant je da će to donijeti više lošeg nego dobrog.
- U tom slučaju će web pretraživači posmatrati vašu stranicu čija jedina svrha je da bude rangirana za pretragu, a ne za posjetioce. U konačnici, to će rezultirati padom u saobraćaju, jer će vaša stranica biti nerelevantna.



# Društvene mreže

- Ne zna se šta je češće, da ljudi preuveličavaju, ili umanjuju moć marketinga preko društvenih mreža.
- Dok jedni misle da su društvene mreže toliko jednostavne **da će jedan post na Facebooku privući desetine novih kupaca**, drugi kažu da je to totalno gubljenje vremena.
- Ima više mogućnosti na društvenim mrežama nego što mali biznisi obično misle.
- Zasigurno postoji potencijal da korisnici društvenih mreža kupe vaš proizvod, ali **mного važniji aspekt društvenih mreža je da izgradite svjesnost o brendu i komunicirate sa vašom publikom.**

- Upuštanje u konverzacije putem društvenih mreža vam omogućava da svigdje budete vidljivi.
- Ukoliko želite da se vaša stranica nađe visoko u pretraživaču, **onda treba da je relevantna** i da kotira visoko za ključne riječi koje vaši potencijalni kupci ukucavaju.
- Na početku, društvene mreže mogu biti frustrirajuće, **jer ćete isprobavati različite tipove sadržaja**, postavljenog u različito vrijeme, kako biste shvatili šta radi, a šta ne.
- Odvojite vaš poslovni i privatni profil na društvenim mrežama kako bi postavljali sadržaj koji vaši klijenti stvarno žele čitati.



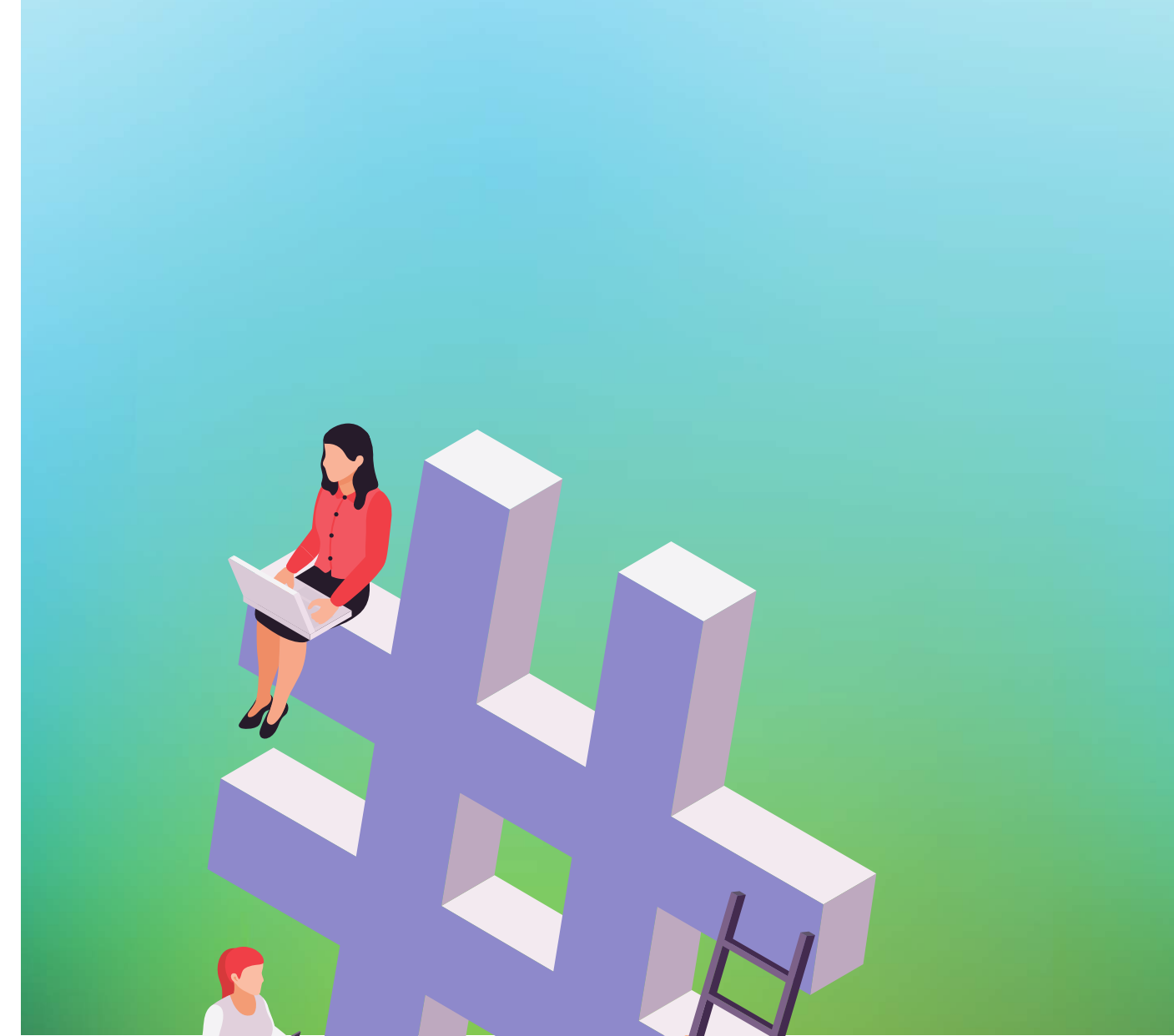
# Koliko često trebam postavljati sadržaj na društvene mreže?

- Preporuka je da postavljate 2–3 objave dnevno, kako bi zadržali momentum.
- Ukoliko postavljate jednom mjesečno, ljudi će misliti da nije vrijedno pratiti vas i komunicirati sa vašim sadržajem.



# Trebam li koristiti hashtag?

- Da, ali odolite iskušenju **da svaki post natrpavate sa tarabama**. Umjesto toga, pažljivo odaberite nekoliko, te ih često koristite.
- Ako vidite neku temu da je u trendu, to je vaša prilika da se istaknete koristeći prilagođen hashtag.



# Odakle da počnete?

Obratite se Eventus timu, Vašem digitalnom marketing partneru!



[econsulting.ba](https://econsulting.ba)



[info@econsulting.ba](mailto:info@econsulting.ba)



+38762969994

