

PRIMER PROJEKTA: STRATEGIJA OGLAŠEVANJA NA DRUŽBENIH MEDIJIH: PLESNO-GIBALNE URICE

Avtor: Maruša Rožič

Visoka šola za poslovne vede

Povzetek

V svoji seminarski nalogi opisujem idejo o plesno-gibalnih uricah, poudarek pa je na oglaševanju, ne na ideji sami. Opisujem torej, kako bi storitev oglaševala na družbenih medijih, kdo bi bila moja ciljna publika in na kakšen način bi se jih dotaknila. Na začetku podrobno opišem idejo in jo razdelam na tri dele. Sledijo marketinški in medijski cilji ter posamezni mediji, kjer pojasnim kako se bo oglaševalo na določenem kanalu, nato pa je prikazan primer objav. Za konec povem tudi, kakšne so moje želje, cilji in pričakovanja ter, kako želim, da se moja storitev razvija in kakšen obisk na medijih bi rada dosegla.

Gljučne besede: družbeni mediji, oglaševanje, otroci, ples, gibanje, delavnica

Uvod

Ples je vrsta izražanja, umetnosti in zabave. Ples je govorica telesa, ki se izraža skozi ritem glasbe in lahko predstavlja stil človekovega življenja, kajti z vsakim gibom se v človekovi duši ustvarja zadovoljstvo. Ples je del kulturne izobrazbe vsakega posameznika in je kultura posameznega naroda.

Rada se ukvarjam z otroci, zaposlena sem tudi v Pesni šoli Miki, kjer 4. leto poučujem vrtčevske otroke, jih animiram in vodim rojstne dneve. Veliko ljudi, s katerimi sodelujem, pravi, da je veliko otrok v osnovnih šolah motorično zelo slabih, da so negibljivi, so "zasedeni" in ne motivirani, zato se mi zdi zelo dobro, da se otroke spodbuja že v vrtcu in se jim gibanje privzgoji.

Za potrebe seminarske, sem se domislila ideje, ki sledi v nadaljevanju, kako bi otrokom gibanje približali na nevsiljiv način, da bi ga vzljubili in bi se jim to zdelo nekaj čisto običajnega.

Opis in poudarki, na katerih bi gradili projekt

V vrtcih, na zdajšnjih vajah, ki jih izvajamo, sledimo strategiji, ki jo klub vzdržuje že zavidljivih 30 let. Imamo določene programe in usmeritve, ki se jih držimo in, če otrok pri tebi pleše skozi vse vrtčevsko obdobje, se že pokažejo določeni napredki, motorika je boljša, komunikacija in gibanje je čisto drugačno. Prav od tu tudi ideja, da bi plesne vaje oz. gibanje nasploh, še bolj približali otrokom, ker so zdaj tega deležni le tisti, ki so na vaje vpisani.

Če primerjam otroke, ki pri meni plešejo z njihovimi vrstniki, ki ne, se opazi, da so le/ti bolj "nerodni", počasni, težave jim delajo enostavne vaje.

Vrtci in plesne vaje

Sodelujemo z vrtci, zato se z njimi dogovorimo za termin - 60 minut na teden. Plesni pedagogi enkrat tedensko dopoldan izvajajo plesno/gibalno delavnico za vse otroke iz vrtca. V letu, torej od septembra oz. oktobra, do maja oz. junija, bi izvedli 30 vaj.

Vaje bi bile sestavljene iz začetnega pozdrava, sledi ogrevanje, nato pa bi delali določene vaje, učili bi se različnega gibanja, premikanja, hoje, skakanja, tudi plese, a bi bilo to sekundarno. Na koncu sledijo igre, ali vaje za ohlajanje.

Naši cilji, ob koncu leta so:

- da se otrok zaveda sebe in okolice, torej prostora in njihovih "sošolcev", da sodeluje, deluje tako sam, kot v paru in v skupini.
- da se otrok zna premikati na različne načine, se giba po glasbi, po mojih navodilih, improvizacijsko.
- da otrok posluša glasbo, se po njej giba, spremlja ritem, poudarke.
- da otrok obvlada hojo naprej, nazaj, vstran, hopsanje, skakanje po eni nogi, delanje prevalov itd.

Vaje za otroke, ki želijo več, so fokusirane na ples. Otroci plešejo 45 min vsak teden, torej 30 vaj v šolskem letu.

- Potek vaje je isti, le da vključujemo več plesnih gibov in korakov.
- Vaje bi bile sestavljene iz začetnega pozdrava, seveda spet sledi ogrevanje, nato pa bi delali določene vaje, učili bi se različnega gibanja, premikanja, hoje, skakanja, tudi plese, a bi bilo to sekundarno, poudarek je na plesu.
- Na koncu sledijo igre, ali vaje za ohlajanje.

Otroci in starši

Starši cenijo čas, ki ga preživijo z otroci, a ga dandanes ni veliko. Tega se zavedamo, zato nudimo staršem, ki imajo otroke v plesnih vajah, da jih enkrat na mesec preživijo z nami (9 vaj v šolskem letu).

Takrat bomo delali vaje, plese, gibe, ki jih bi delali skupaj, staršem bi tudi pokazali plese, ki smo se jih naučili.

Animacije in rojstni dnevi

Kot dodatno dejavnost nudimo tudi praznovanje rojstnih dni, ki jih delamo v naših prostorih, po dogovoru pa pridemo tudi na dom.

Posamezen rojstni dan traja 2 uri in pol, v tem času se zabavamo, plešemo, jemo torto in pico, se igramo razne igre, se s slavlencem dogovorimo kako želi preživeti rojstni dan, kaj bi počel on.

Rojstne dneve izvajamo po dogovoru, prav tako se dogovorimo tudi za temo.

Marketinški in medijski cilji

S pomočjo marketinga in marketinške strategije poveča prepoznavnost podjetja. Želimo si 10 % večje prepoznavnosti in obiskanosti, nato pa si želimo svojo prepoznavnost zvišati za 2 % vsako naslednje leto.

Ciljna publika

Moja primarna publika so seveda otroci, sekundarna pa so njihovi starši, zato je pomembno, da oglas pritegne obe publikli.

Moja tipična ciljna publika je družina z dvema otrokoma, en otrok je star 6 let in je zadnje leto v vrtcu, drugi pa je star 4 leta. Živijo v majhnem mestu, stanujejo v bloku ali v stanovanjski hiši. Otroka sta živahna, nasmejana, starša se z njima rada udeležujeta različnih dogodkov, delavnic, veliko časa aktivno preživljajo skupaj, velikokrat tudi v naravi. Ciljna skupina, na katero dejansko ciljamo z oglaševanjem so starši - moški in ženske med 28 in 45 let, prihajajo iz okolice Ljubljane (za začetek), spadajo v srednji družbeni sloj, zanimajo jih narava, šport, ustvarjanje, gibanje.

Oglaševanje

Pred samim oglaševanjem moram najprej pripraviti papirje, s katerimi bodo starši soglašali fotografiranje otrok in uporabo fotografij na družbenih omrežjih!

Ker bo šlo za podjetje, ki bo novo na trgu, seveda želim najprej obvestiti ljudi in jih prepričati, da začnejo obiskovati dejavnosti, ki jih nudimo.

Seveda moram paziti tudi na denar, ki ga jasno na začetku ni veliko, zato moram narediti "največ promocije za najmanj denarja", zato je na začetku fokus na družbenih omrežjih. Sčasoma, ko bo podjetje prinašalo dobiček, bi se seveda ukvarjali s še več sponzoriranimi objavami, z oglaševanjem na Roto plakatih in radijskimi oglasi.

Podjetje bo imelo svojo celostno grafično podobo, torej določen logotip, barve, tipografijo, zato bo vse, s čimer bo podjetje komuniciralo v ustreznem vizualnem izgledu.

Svoje storitve, torej rojstne dneve, gibalne delavnice, plesne vaje in vaje s starši bi oglaševala preko štirih kanalov družbenih omrežjih: Facebook, Instagram, Blog in Youtube. Objave bi bile kombinacija vseh dejavnosti, razumemo pa tudi, da je pomembno, da predstavimo tudi obraze, ki sestavljajo podjetje, zato se bodo v veliko objavah pojavljali tudi pedagogi sami.

Plan oglaševanja je ponavljajoč, vsak mesec gre za isti princip. Ob praznikih seveda prilagodimo vsebino in objave. V nadaljevanju je prikazano, kako bi npr lahko oglaševali. Prikaz je narejen za mesec oktober in november.

Plan oglaševanja

Facebook

Na Facebooku bo največji poudarek, ker ga uporablja največ ljudi, ki spadajo v našo ciljno skupino. Pomembno je, da na začetku preučimo konkurenco, ki že deluje na Facebooku, saj ima ciljno skupino (plesne šole in plesni klubi: Kazina, Bolero, Miki, Libero itd.)

Zaradi lažjega kontaktiranja, na Facebook objavimo svoje kontakte: lokacijo, mail, telefonsko številko. Nastavili bi tudi Messenger nastavitve Automated Responses - Instant Reply. Ponudili bomo opcije vprašanj in odgovorov, ki bi ljudi lahko zanimale, npr: kakšen je vaš delavni čas, kje se nahajate, kakšna je vaša ponudba itd.

Najprej bomo najprej naredili stran, natančneje, izbrali bomo opcijo Podjetje, organizacija ali inštitut. Na strani bomo kasneje objavljali objave, dogodke, oglase.

Zaradi bloga, ki ga pišemo, lahko prek osebnih računov delimo članke v skupine, v smislu: Mamice čvekajo, Mamice in očki, Mamice ustvarjajo z otroci ... S tem bi pridobili tako ogled na blogu, tudi lajke in sledilce na Facebooku, pa tudi potencialne stranke za naše dejavnosti.

Oglaševanje na Facebooku:

Navadna objava

- Pogosteje uporabljamo in objavljamo fotografije, ker je na njih ponavadi večji ogled in več komentarjev, objavljamo pa seveda tudi video vsebino, saj je pomemben tudi čas, ki ga uporabnik preživi na naših objavah.
- Določene objave so lahko iste na Instagramu in na Facebooku, vendar je potrebno spremeniti in prilagoditi vsebino.
- Vsebina objave je sestavljena iz zabavnega napisa, vprašanja ali opisa, da lahko na objavo dobimo tudi komentarje, dodajamo tudi primerne emojije, da naredimo objavo bolj zabavno, všečno.
- Uporabljamo tudi kakšne zanimive fun facts, številke.
- Pod objavo dodajamo ustrezne hashtage v smislu: #otroci, #zdravje, #zabava, #kids, #dance, #fun

Story

- Story so isti kot na Instagramu.

Sponsorirane objave

- Ciljam na: moški in ženske med 28 in 45 let, prihajajo iz okolice Ljubljane (za začetek), spadajo v srednji družbeni sloj, zanimajo jih narava, šport, ustvarjanje, gibanje.
- Objavim okoli dve sponzorirani objavi na mesec.

- Cilj kampanij je najprej prepoznavnost blagovne znamke in nato doseg, torej obvestiti in se predstaviti ljudem, zato porabim uporabljam različne oblike objav: vrtiljak, video, kolaž, navadna fotografija.
- V enem mesecu, za dve objavi porabim 20 €, denar razporedim med obe objavi. Čas, ko je objava aktivna je odvisen od posamezne objave, prav tako število ljudi, ki jim objavo prikažemo.

Instagram

Moje podjetje bi bilo zelo aktivno tudi na Instagramu, kamor bi redno objavljali story-je in objave, ne bi pa imeli plačanih oglasov.

Followerji bi bili najprej starši otrok, ki plešejo pri nas; sčasoma bi se ta krog razširili med vse več in več staršev, prijateljev, znancev. Gradili bi na zaupanju ljudi, s katerimi dejansko sodelujemo in ki nas poznajo, so z nami zadovoljni. V primeru, da bi imeli možnost sodelovati s kakšni znanim staršem (slovenskim vlogerjem), bi ga seveda prosili, da za nas posname kakšno objavo in jo deli na svojem profilu.

Oglaševanje na Instagramu

Objava

- Vsak teden dve objavi (objava gibalne delavnice in plesne vaje) in izjemoma tudi objava iz rojstnega dneva.
- Objavljamo tako fotografije, kot video posnetke. Objava je sestavljena iz zabavnega napisa, vprašanja ali opisa, da lahko na objavo dobimo tudi komentarje, dodajamo tudi primerne emoji-je, da naredimo objavo bolj zabavno, všečno.
- Uporabljamo tudi kakšne zanimive fun facts, številke.
- Pod objavo dodajamo ustrezne hashtag-je v smislu: #otroci, #zdravje, #zabava, #kids, #dance, #fun ...

Story

- Story-je objavljamo redno, ob vseh dogodkih na katerih sodelujemo, občasno iz plesnih vaj, pokažemo kaj zanimivega, novega.
- Uporabljamo vprašanja, možnosti glasovanja, anket, zato da imajo ljudje z nami čimveč interakcije.
- Uporabljamo tudi različne template, kar bi poudarilo našo razigranost in sproščenost poklica, ki ga opravljamo, to bi bila neka stalnica, ki bi nas predstavljala.

Blog

Za blog sem se odločila zato, ker se mi zdi, da si ljudje še vedno želijo prebirati, kaj mislijo drugi, kako drugi ljudje doživljajo svet, kaj mislijo o določenih stvareh in si nato ustvarijo mnenje.

Blog bi bil zelo sproščen, svoboden. Kot nek spletni dnevnik, kamor bi pedagogi pisali svoje prigode, nasvete, ideje, zgodbe, zanimivosti o plesu in tudi drugih športih.

Občasno bi naredili krajši intervju s kakšno vzgojiteljico, športnikom, znanim Slovencem. Zavedamo se, da je video čedalje bolj pomemben dejavnik, zato bi snemali tudi videe, s katerimi bi še poudarili določene stvari. Opcija je tudi, da se snema vlog, skratka, gre za najbolj sproščen in svoboden medij, zato ga ne bomo omejevali.

Vizualna podoba bloga bi bila moderna, a še vseeno dovolj sproščena, simpatična in razigrana, seveda v skladu s celotno grafično podobo podjetja.

Za pisanje bloga bi uporabila spletno platformo Blogger, ki mi nudi, da blog ustvarjam sama, ponuja ogromno zanimivih templatov, nudi pa mi tudi brezplačno domeno, kar je za začetek zelo pomembno, saj nimam veliko budžeta, ki bi ga zapravila za oglaševanje. Največji plus platforme je ta, da lahko s pomočjo analitičnih funkcij ugotovim, katere objave so najbolj priljubljene, s tem dobim podatke o tem, kaj ljudi zanima (opcija povezave z Googlom Analytics).

Youtube

Moje podjetje bo prisotno tudi na Youtubu, kamor bomo objavljali videe, ki jih bomo dajali v blog, na Facebook. Oglaševali ne bomo, imeli bomo samo račun, kamor bomo nalagali video vsebino.

Primer objav

Oktober

Objave se ponavljajo, so skoraj iste na Facebooku in na Instagramu, ker gre za začetek sezone, ljudi še obveščamo, jih vabimo, pričujemo). Sponzorirani objavi na Facebooku sta namenjeni prepoznavnosti blagovne znamke, obe sta objavljeni 7 dni. Za prvo objavo porabimo 12 €, za drugo pa 8 €, z vsako doseči želim 6.000 ljudi

Facebook

- Ponedeljek, 5.10 - fotka otrok, opis: si želiš tudi ti plesati z nami? Pridruži se nam vsak torek itd.
- Sreda, 7.10 - SPONZORIRANA OBJAVA; fotka, spodaj opis: prve tri vaje so brezplačne, pridite in zaplešite z nami!
- Sreda, 14.10 - prva vaja s starši, objavimo: Tudi starši radi kdaj postanejo otroci. Če bi se radi tudi vi zabavali z nami, se nam pridružite!
- Petek, 16.10 - fotka, spodaj opis: prve tri vaje so brezplačne, pridite in zaplešite z nami! Link do bloga o plesu.
- Ponedeljek, 19.10 - SPONZORIRANA OBJAVA: kratek video o tem, kako potekajo vaje, nasmejani otroci, posnetki vaj itd.
- Sreda, 21.10 - obvestilo o počitnicah (od 24.10 do 1.11 so prosti), zabavna fotografija krompirja).
- Petek, 30.10 - noč čarovnic (video pedagogov, oblečenih v čarovnice).

Instagram

- Torek, 6.10 - fotka otrok, opis: si želiš tudi ti plesati z nami? Pridruži se nam vsak torek itd.
- Četrtek, 8.10 - fotka iz plesnih vaj.
- Torek, 13.10 - kratek video, opis: prve tri vaje so brezplačne, pridite in zaplešite z nami! Preberite, kako ples pozitivno vpliva na nas, link na blog o plesu.
- Četrtek, 15.10 - prva vaja s starši, objavimo: Zabavamo se tudi s starši, ki radi kdaj pa kdaj postanejo otroci. Če bi se radi tudi vi zabavali z nami, se nam pridružite!
- Torek, 20.10 - posnamemo nek gib, objavimo vprašanje: Veste kako se reče temu koraku?
- Četrtek, 22.10 - obvestilo o počitnicah (od 24.10 do 1.11 so prosti), zabavna fotografija krompirja).
- Četrtek, 29.10 - noč čarovnic (fotografija pedagogov, oblečenih v čarovnice).

Blog

- Ponedeljek, 12.10 - zakaj ples in gibanje v vrtcu, opis ideje, ekipe, projekta, kakšne so želje in pričakovanja, kratek video.
- Sreda, 28.10 - intervju z vzgojiteljicami, video iz vaj.

Youtube

- Sprotna objava video vsebine.

November

Sponzorirani objavi na Facebooku sta namenjeni prepoznavnosti blagovne znamke, obe sta objavljeni 7 dni. Za prvo objavo porabimo 10 €, za drugo prav tako, z vsako doseči želimo 4.000 ljudi

Facebook:

- Ponedeljek, 2.11 - kratek video, opis: Odpočili smo si, zdaj pa bomo spet plesali skupaj!
- Sreda, 4.11 - fotka neke vaje, opis: prve tri vaje so brezplačne, pridite in zaplešite z nami!
- Sreda, 11.11 - fotka nasmejanih vzgojiteljic, link do bloga z intervjujem.
- Petek, 13.11 - posnamemo nek ples, objavimo vprašanje: Veste kako se imenuje ta ples? Zapiši v komentar! Izžrebali bomo nagrajenca, ki bo dobil praktično nagrado!
- Ponedeljek, 16.11 - SPOZNORIRANA OBJAVA, druga vaja s starši, objavimo kakšne prigode, opis v smislu: Tudi mami se rada zavrti z mano!
- Sreda, 18.11 - objava o tem plesu, ki smo ga iskali, kaj je, kakšna so pravila itd.
- Sreda, 25.11 - link na blog, na objavo o plesu s starši.
- Petek, 27.11 - fotka, opis: uganete v katere risane junake se bomo prelevili v soboto?

- Ponedeljek, 30.11 - SPONZORIRANA OBJAVA, opis v smislu: za vikend smo bili Elze in Ane, pihali smo svečke, jedli ledeno torto in imeli pravi spopad s snežnimi kepami! Bi rad praznoval svoj rojstni dan skupaj z nami? Super, tudi mi se že veselimo!

Instagram:

- Torek, 3.11 - fotka, opis: Odpočili smo si, zdaj pa bomo spet plesali skupaj!
- Četrtek, 5.11 - kratek video, opis: prve tri vaje so brezplačne, pridite in zaplešite z nami!
- Torek, 10.11 - fotka, opis: pridite z nami plesat, vsak torek od 15:00 do 15:45
- Četrtek, 12.11 - fotka nasmejanih vzgojiteljic, link do bloga z intervjujem.
- Torek, 17.11 - druga vaja s starši, objavimo kratek video, opis: Tudi mami se rada zavrti z mano! Link na blog o plesu s starši.
- Četrtek, 19.11 - fotka znanega Slovenca, opis: Poglejte kdo se tudi zabava skupaj z nami! Link na blog.
- Torek, 24.11 - posnamemo nek ples, objavimo vprašanje: Veste kako se imenuje ta ples? Zapiši v komentar! Izžrebali bomo nagrajenca, ki bo dobil praktično nagrado!
- Četrtek, 26.11 - objavimo več podatkov o iskanem plesu.

Blog:

- Torek, 17.11 - objava o tem, zakaj je dobro, da sodelujemo s starši, da plešemo skupaj, kje so prednosti. Objavimo tudi video.
- Ponedeljek, 30.11 - objava vloge in kratkega intervjuja z znanim Slovencem.

Youtube:

- Sprotna objava video vsebine.

Zaključek

Z vrtci v okolici Ljubljane že sodelujemo preko plesnih vaj, ki zdaj dejansko potekajo. Če bi zares planirali organizirati novi dve delavnici, bi morala o svoji ideji najprej govoriti s svojo šefico. V kolikor bi idejo potrdilo moje vodstvo, bi jo realizirali naprej. Najprej bi seveda poskušali pritegniti ravnateljice vrtcev. Sledijo seveda starši. Z vsemi člani bi se pogovorili osebno, predstavili bi simpatične prezentacije, kjer bi pokazali tudi zadovoljne otroke, ki že sodelujejo z nami.

Moj prvi cilj, ki bi ga želela doseči, če bi hotela delavnico dejansko realizirati, je da vrtci in posledično starši podprejo obe ideji, da se začneta s septembrom tudi dejansko izvajati. Naslednji cilj je ta, da se vaje obdržijo prvo leto, ki je najtežje, saj nihče še točne ne ve, s kakšnimi izzivi se lahko spopadamo, kakšne težave so možne itd.

Če se plesne vaje in drugi dve ideji zares obdržijo, se nam s tem poveča tudi proračun podjetja. Če razmišljamo v smeri, da se projekt zares izvaja, potem lahko več vlagamo v

oglaševanje (na družbenih medijih in tudi drugje - revije, radio) in posledično tudi v sponzorirane objave, zato lahko pričakujemo še povečan vpis na vaje, ter tudi večjo prepoznavnost, postanemo pa tudi bolj konkurenčni.

Cilj oglaševanja na družbenih medijih, v prvem letu, je vsaj 3000 všečkov strani na Facebooku. Želimo tudi čim več "akcije" pod navadno objavo; radi bi imeli v povprečju vsaj 5 delitev, 15 komentarjev in 180 like-ov. Želimo 1200 followerjev na Instagramu, radi bi imeli 300 like-ov in 15 komentarjev. Želimo tudi čim večji doseg na blogu in čim več ogledov Youtuba.

Vsako naslednje leto želimo kar največ dvigniti ogleda strani in posameznih objav. Največji obisk in največ klikov pričakujemo v decembru leta 2021, ker bomo, glede na najboljše možno stanje podjetja, imeli dovolj proračuna, da bomo začeli tudi z oglaševanje na drugih mestih. Do takrat pričakujemo, da bomo imeli na Facebook strani okoli 7000 všečkov, primerno pa bi se povečala tudi aktivnost naših sledilcev, ki bi še bolj komentirali, delili objavo itd.