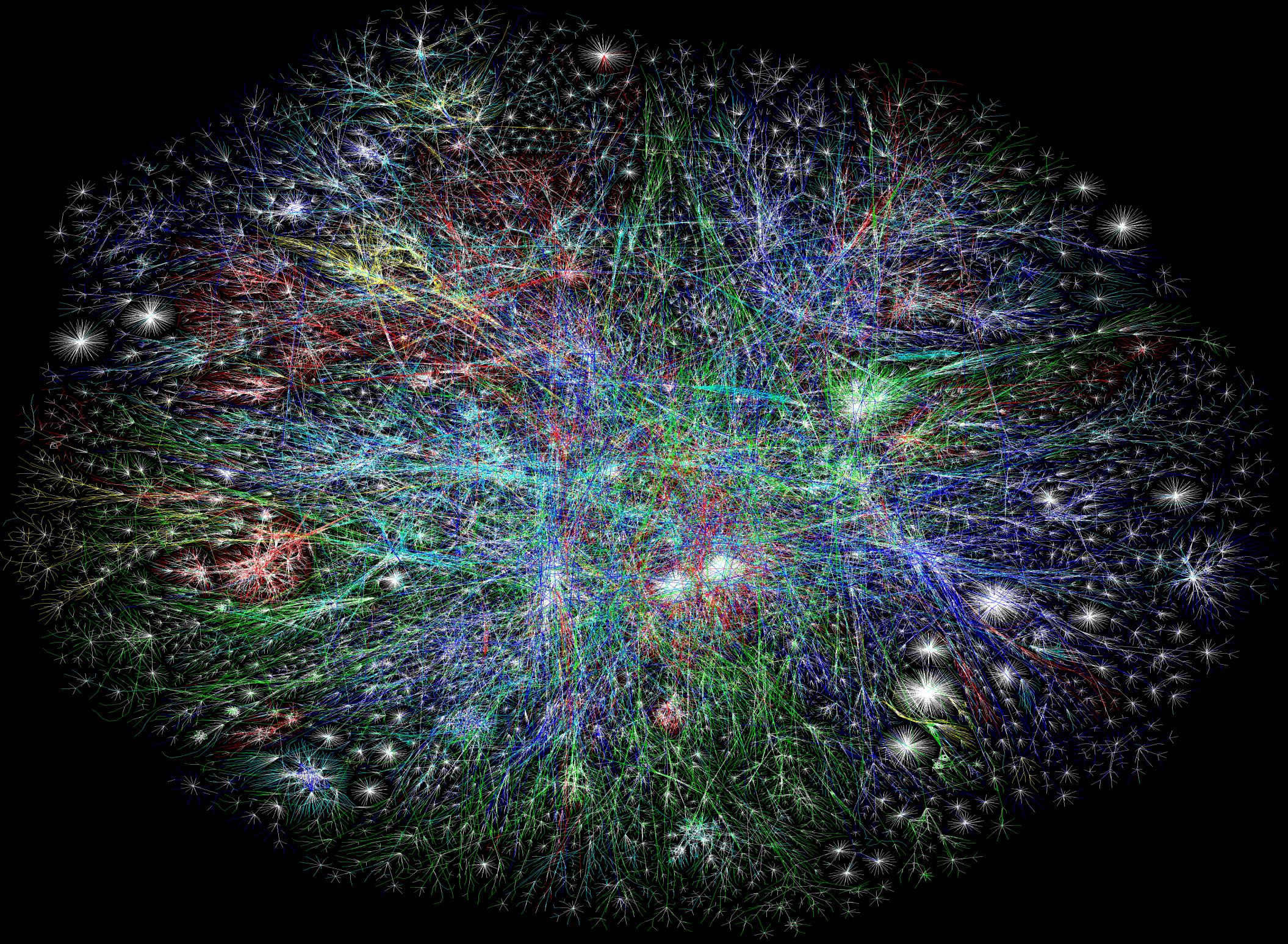


Društveni mediji – društveni fenomen







1989. godine za Internet je znalo 400 osoba.
2006. u mreži ih je bilo 600 000 000.
Danas - 2 095 006 005...



Zašto društveni mediji?

Društveni mediji su tip alata i usluga koji podstiču i ubrzavaju dvosmernu ili višesmernu komunikaciju.

Tradicionalni mediji prikazuju sadržaj, ali ne dozvoljavaju publici da učestvuje u kreiranju i razvoju istog.



Vrste društvenih medija

Društvene mreže

Blog

Mikroblogovi

Servisi za razmenu multimedijalnih sadržaja

Servisi za označavanje sadržaja

Internet forumi



Ko su konzumenti?











898.394.540+ miliona aktivnih korisnika

75 milijardi postova mesečno

2,5 miliona lokalnih biznisa

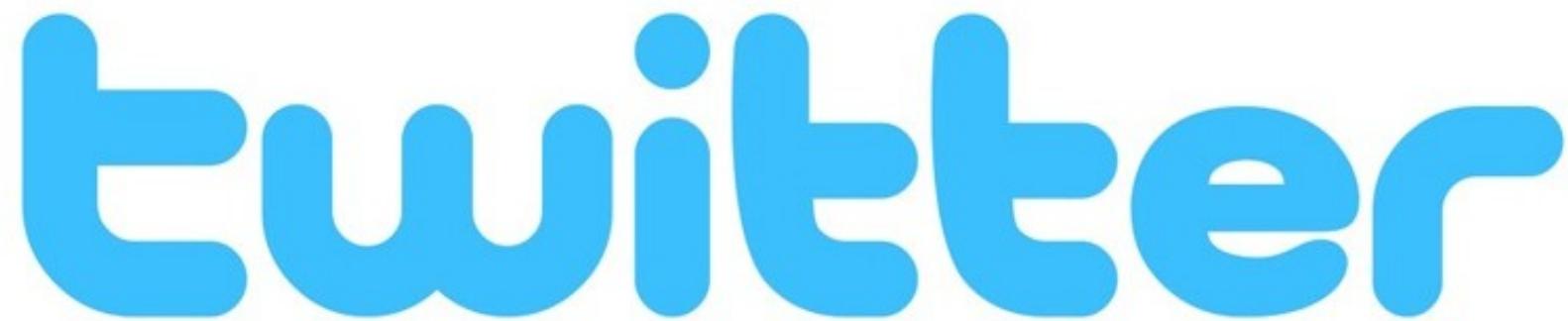




Coca-Cola Fan Page – **47,790,783 likes**

1,282,326 talking about this





200+ miliona registrovanih korisnika

11,4 milijarde tweetova mesečno

39 odsto korisnika prati neki brand



Samo šest sekundi nakon zemljotresa u Kraljevu,
pojavio se prvi tvit o tome.



Digitalni



Center for Career Development

by LINKgroup

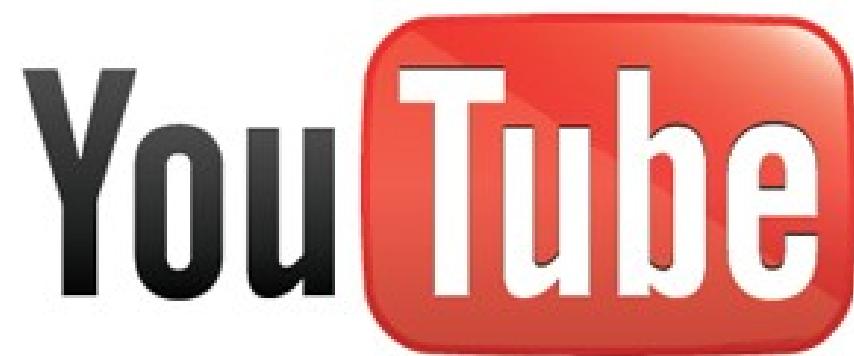
Aktuelno.
Precizno.
Direktno.

IN CASE OF FIRE



**EXIT BUILDING
BEFORE TWEETING
ABOUT IT**





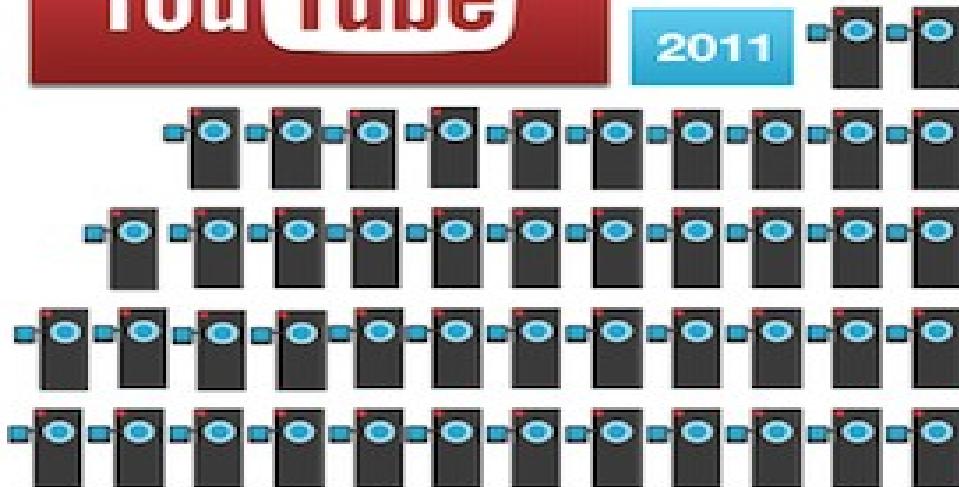
Televizija nestaje.

Njen naslednik zove se YouTube.



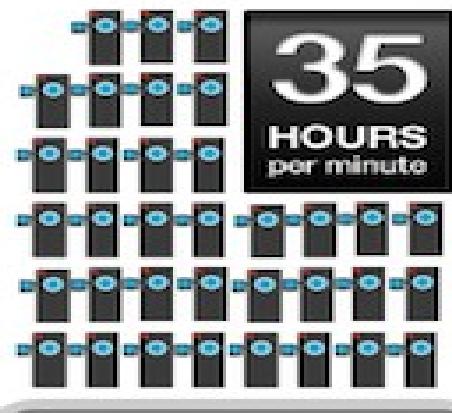


2011



48 HOURS

OF VIDEO UPLOADED EVERY MINUTE



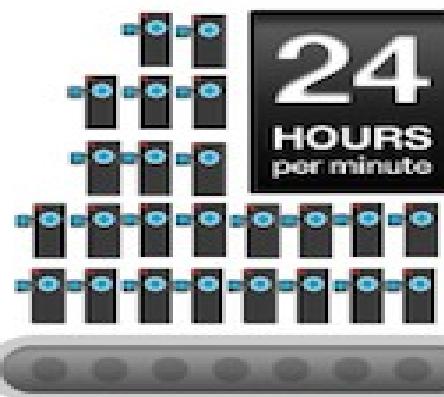
35 HOURS per minute



2007



2008



2009

2010

+3 BILLION
views a day on the site



“Stvari se odvijaju toliko brzo da kad god se probudim, osećam kako sam početnik na društvenim medijima”

Anise Smith



Komunikacija na društvenim medijima

Komunikacija je prenošenje poruke od pošiljaoca do slušaoca sa ciljem da se poruka primi i razume.

Komunikacija je proces prenosa mišljenja, uputstva, želja, ideja, osećanja, od jednog subjekta ka drugom.



Komunikacija s javnošću

Pisana komunikacija

Glasovna (verbalna) komunikacija

Neverbalna komunikacija

Digitalna komunikacija (komunikacija putem društvenih medija)



Moramo da...



Definišemo ciljeve.





Pažljivo planiramo!



A wide-angle photograph of a massive stadium or arena packed with spectators. The stands are filled from floor to ceiling with people, their hands raised in the air, creating a sea of light. The stadium has multiple levels of seating, and the atmosphere appears to be a concert or a major event. The lighting is dramatic, with bright spotlights illuminating the crowd and the surrounding structure.

Otkrijemo ko je naša publika.



Biramo kanale za komunikaciju.





Počnemo da (g)radimo!





Animiramo!



Odaberemo pravi tim!



Budemo iskreni
i otvoreni!



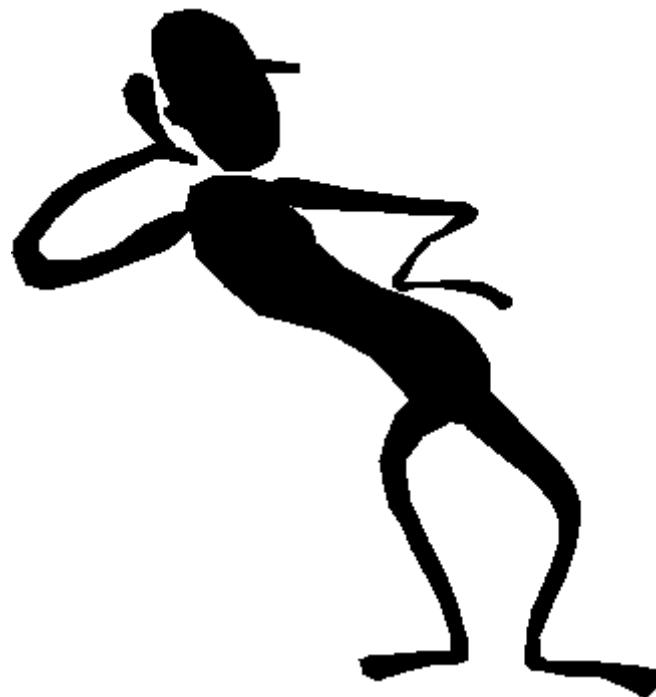
A bundle of colorful electrical wires, including blue, green, yellow, and orange, is shown from two ends. The wires are stripped at the ends, revealing the copper strands. A bright, glowing lightning bolt connects the two sets of wires in the center, symbolizing connectivity and power. The background is dark, making the colors of the wires and the glow of the lightning bolt stand out.

Povežemo prave ljude sa pravim sadržajem.

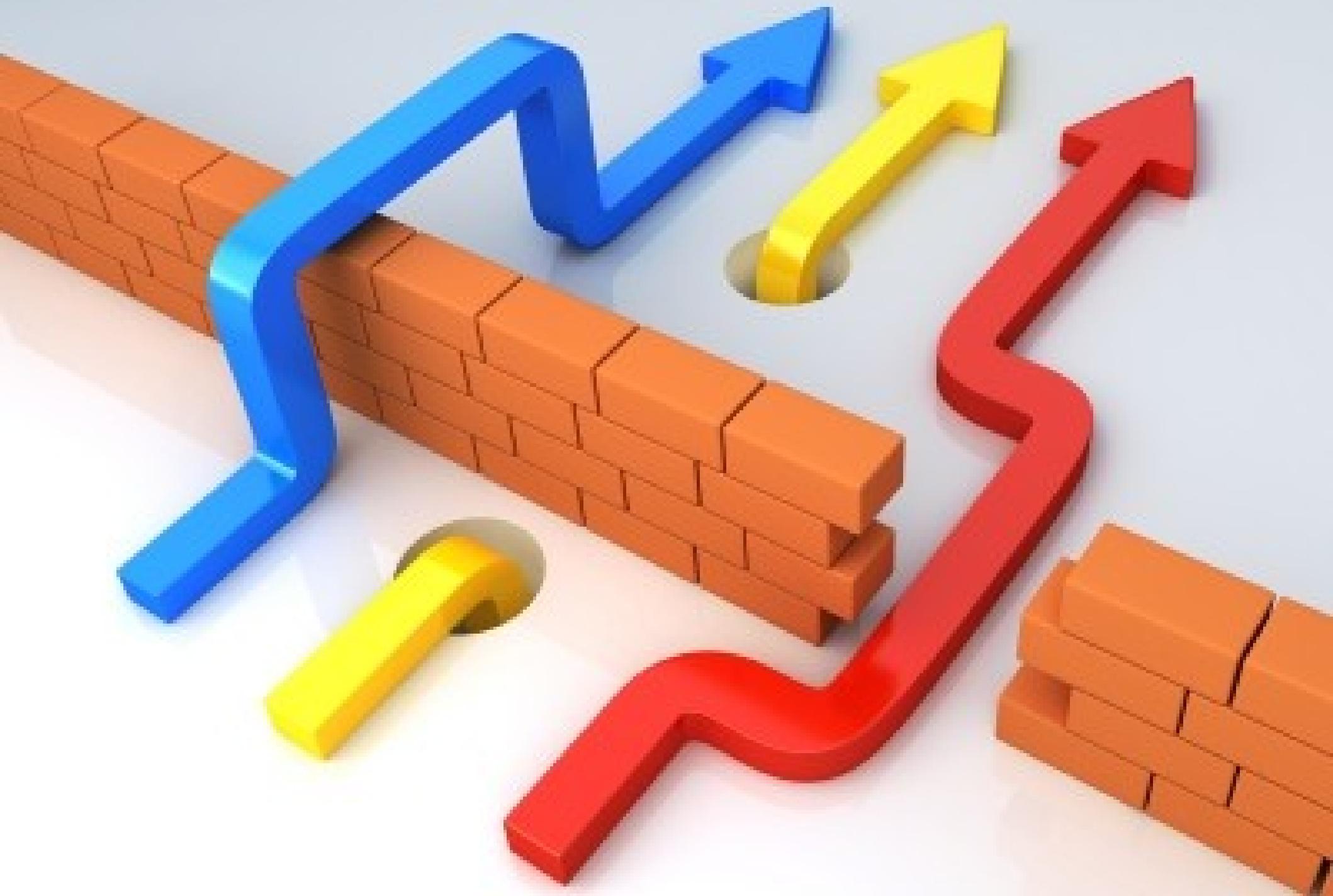
Pitamo!



Slušamo!



Analiziramo!



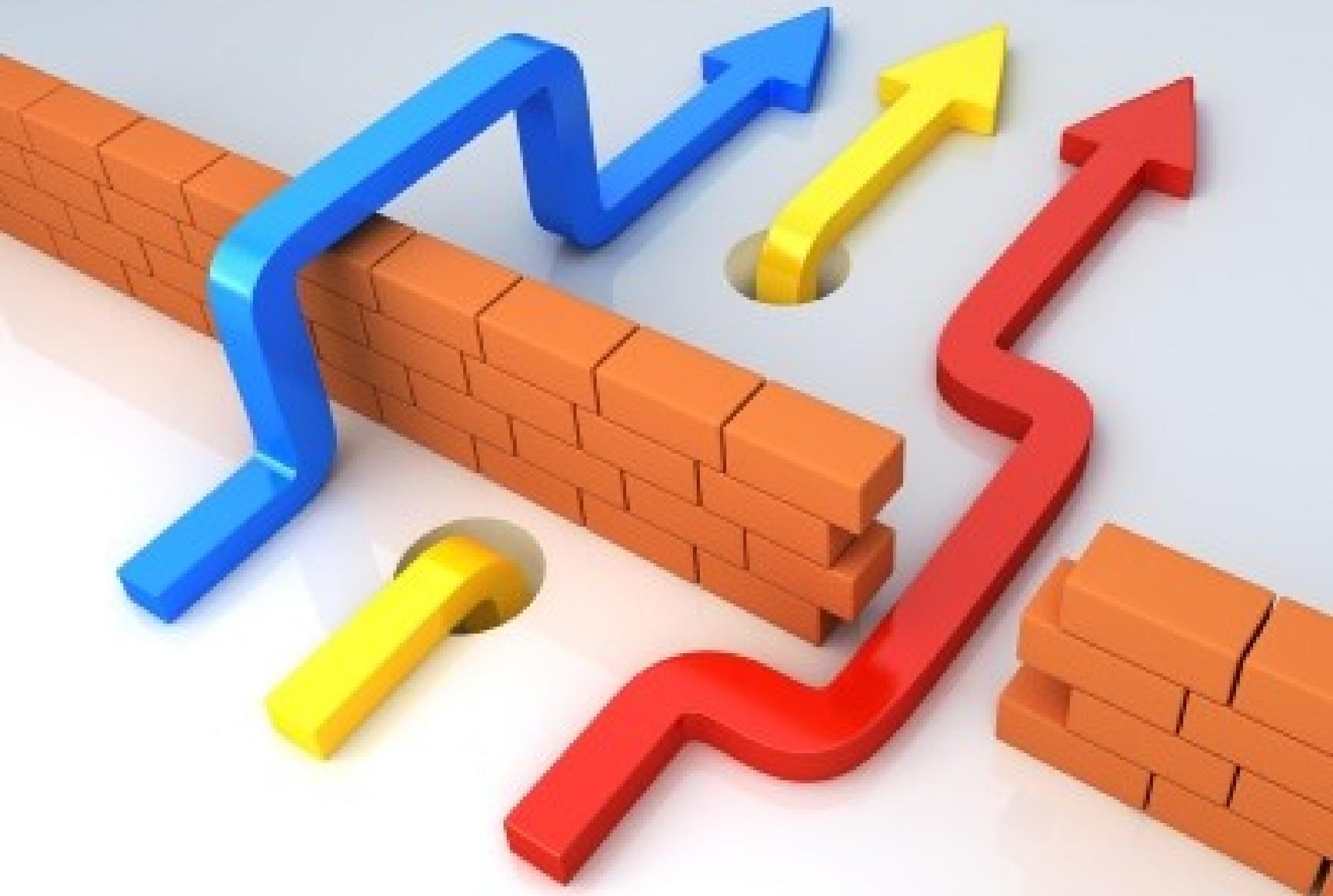
Pitamo!



Slušamo!

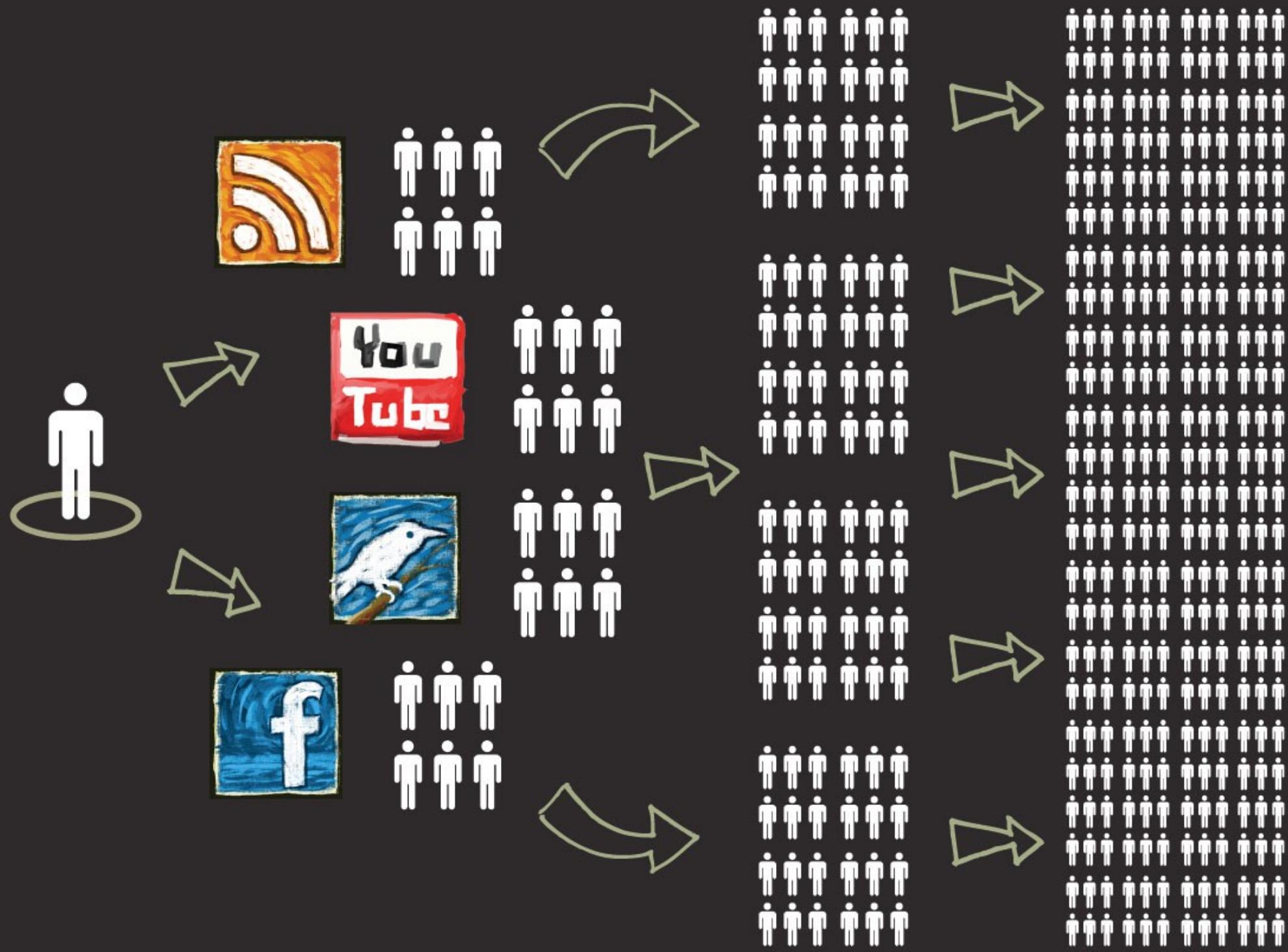


Analiziramo!





KOMUNICIRAMO!







Proizvod je uvek na **prvom**
mestu!



Prodaja proizvoda kreativnim sloganom i
savršenom slikom - potpuno **passé!**



Za kraj...





„Ako mislite da je avantura opasna...





Nastavite sa rutinom.



Ona je smrtonosna.“
Paolo Koeljo

Ana Mirković, diplomirana psihološkinja

Account director digitalne agencije Razor Communications

