

OGLASI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



ZAŠTO

BOOST

NIJE STRATEGIJA?

RELATIONS
REPUBLIC
MARKETING AGENCY

Problem koji se stalno ponavlja

Mnoge firme vjeruju da je oglašavanje na društvenim mrežama jednostavno:

objaviš post → klikneš “boost” → dođu rezultati.

U praksi se najčešće desi suprotno:

- potroši se budžet
- dobiju se lajkovi bez poslovne vrijednosti
- izostane prodaja ili konkretni upiti

Razlog nije u platformi.

Razlog je u pogrešnom razumijevanju kako oglasi funkcionišu.

Objave ≠ oglasi

Važno je razjasniti osnovnu razliku.

Organska objava:

- vidi je ograničen broj pratitelja
- zavisi od algoritma i angažmana
- nema precizno ciljanje

Plaćeni oglas:

- ima jasno definisanu publiku
- ima cilj (vidljivost, klik, lead, prodaja)
- mjeri se i optimizuje

Boostovana objava je i dalje objava – samo s malim budžetom iza sebe.

Šta se zapravo dešava kad kliknete “boost”

Boost dugme je pojednostavljena verzija oglašavanja:

- automatski bira publiku
- ne koristi pun potencijal alata
- ne omogućava ozbiljnu optimizaciju

Rezultat:

- oglasi se prikazuju “široko”
- novac se troši neefikasno
- teško je objasniti stvarni učinak

Boost nije pogrešan – ali nije strategija.

Kako funkcioniše pravi oglas na društvenim mrežama

Profesionalno oglašavanje uključuje:

- definisanje cilja kampanje
- precizno targetiranje publike
- prilagođene poruke i vizuale
- testiranje više varijanti
- praćenje i optimizaciju

Drugim riječima: oglas nije jedna objava, nego proces.

Zašto je publika važnija od budžeta

Jedna od najvećih grešaka je uvjerenje da je problem uvijek “pre mali budžet”.

U stvarnosti:

- pogrešna publika = bačen novac
- preširoko ciljanje = slab rezultat
- loše definisana interesovanja = nizak učinak

Bolje je:

- manji budžet
- ali jasno definisana publika

nego obrnuto.

Poruka prije dizajna

Vizual je važan, ali nije presudan.

U prvim sekundama oglas mora:

- jasno reći šta nudite
- zašto je to relevantno
- šta korisnik treba uraditi

Lijep dizajn bez jasne poruke

ne prodaje – samo izgleda dobro.

Najčešće greške kod oglašavanja

Iz iskustva, ovo su najčešći problemi:

- oglas bez jasnog cilja
- previše informacija u jednom oglasu
- poruka koja pokušava svima biti zanimljiva
- očekivanje rezultata nakon nekoliko dana
- fokus na lajkove umjesto na poslovne ciljeve

Šta realno možete očekivati od oglasa

Oglasi na društvenim mrežama mogu:

- povećati vidljivost brenda
- dovesti relevantnu publiku
- generisati upite i prodaju

Ali ne mogu:

- popraviti lošu ponudu
- nadomjestiti loš proizvod
- zamijeniti prodajni proces

Marketing dovodi ljude.

Poslovanje ih zadržava.

Zašto profesionalno oglašavanje traje duže

Pravi rezultati dolaze kroz:

- testiranje
- učenje algoritma
- optimizaciju poruka
- prilagođavanje budžeta

Oglasi nisu jednokratna aktivnost, nego kontinuiran rad.

Zaključak

Boost dugme je najbrži način da se potroši novac

–

ali ne i da se postigne cilj.

Ako želite da oglašite rade za vaš biznis, potrebno je:

- jasno definisati ciljeve
- razumjeti publiku
- koristiti alate kako su namijenjeni

Društvene mreže nisu igra na sreću.

One su alat – ako se koriste ispravno.

Kako vam mi pomažemo

Kao marketing agencija:

- ne boostamo nasumično
- ne radimo oglašavanje bez cilja
- ne trošimo budžet “da se nešto vrti”

Radimo:

- strateški postavljene kampanje
- testiranje i optimizaciju
- jasne izvještaje i objašnjenja

Da biste znali šta radimo, zašto to radimo i šta realno možete očekivati.

REPUBLIC - Creative Communication
Agency