

ФЕЂА КУЛЕНОВИЋ



FEDJA KULENOVIĆ



RAT

*"čin volje usmjeren prema
živom biću koje reaguje."*

Carl von Clausewitz

“war is merely the continuation of policy by other means: The goal of the war is not to fight, but to accomplish a political objective”

- *Clausewitz*

KOMUNICIRANJE je
*“čin volje usmjeren
prema živom biću koje
reaguje.”*

Helio Fred Garcia “The Power of Communication”

ČIN VOLJE...

Efektivna komunikacija je namjerna.

Ima cilj. Strategiju.

NIJE

Impulsivna

Samo verbalna

...USMJEREN PREMA ŽIVOM BIĆU...

Učesnici u procesu ne upijaju poruku pasivno.

...KOJE REAGUJE

Većinom se zaboravi.

Komunicirate da:

PROMIJENITE MIŠLJENJE

IZAZOVETE REAKCIJU

I'd like my life back

MSU Standard Neptune
E: 1202587, 57 N: 10432312, 9
D: 4752, 8 ALL: 4.7 04:30:51
Here 24: Plume Monitoring Hdq: 97. 51

**THINK
PROGRESS**

**OIL SPILL DISASTER
BP TO TRY NEW CONTAINMENT PLAN**

TODAY

TODAYSHOW.COM

Fundamentals of Economy...



MSNBC

THE WHITE HOUSE

LIVE 8:04 MT

WATCHING THE DOW

11123.42

298.57

BREAKING NEWS

PRESIDENTIAL CANDIDATES
WEIGH IN ON FINANCIAL CRISIS

AVERAGE GAS PRICES UP 6 CENTS OVERNIGHT TO \$3.795;

MSNBC

The image is a screenshot of an MSNBC news broadcast. It features two male anchors. The anchor on the left is African American, wearing a dark suit and a light blue tie. The anchor on the right is white, wearing a dark suit and a purple tie, and is positioned in front of a background showing the White House. A large, semi-transparent grey number '2' is overlaid on the left side of the image. At the bottom, a red banner displays 'BREAKING NEWS' in white, followed by the headline 'PRESIDENTIAL CANDIDATES WEIGH IN ON FINANCIAL CRISIS'. Below this, a white banner shows 'AVERAGE GAS PRICES UP 6 CENTS OVERNIGHT TO \$3.795;'. On the right side, a green box displays 'WATCHING THE DOW' with the value '11123.42' and a red downward arrow next to '298.57'. The MSNBC logo is visible in the bottom right corner.

...are very strong



PRIPREMA I PLANIRANJE

HP Kriza vodstva 2010

Mark Hurd daje otkaz





**NE FOKUSIRAJTE SE NA
ALATE**

FOKUSIRAJTE SE DA BUDETE



DRUŠTVENI

MANJE KAKO DA KORISTITE
DRUŠTVENE MREŽE



DRUŠTVENO KOMUNICIRANJE

KOMUNICIRATI DRUŠTVENO
SA GRAĐANIMA



KREIRANJE STRATEGIJE

A vintage microphone on a stand is positioned in the foreground, slightly to the right. Behind it is a piece of electronic equipment, possibly a radio or amplifier, with various knobs and a speaker grille. The background is softly blurred, showing a patterned curtain on the left and a framed picture on the right. The overall lighting is warm and slightly dim, creating a nostalgic atmosphere.

KOMUNIKACIJSKI KANALI

MASLOW ZA MREŽU



PROCES USVAJANJA DRUŠTVENIH MEDIJA

EKSPERIMENT

KONSTRUKTIVNI
HAOS

INSTITUCIONALIZACIJA

**PODIZANJE
SVIJESTI
ili
INFORMISANJE**

**PRODAJA
ili
LOBIRANJE**

**LOJALNOST
ili
PODRŠKA U
RADU**





I DALJE VAŽNI



IMAJTE NA UMU

DA JE STRATEGIJA
DRUŠTVENIH MEDIJA JEDAN
OD ALATA U VEĆOJ
KOMUNIKACIJSKOJ STRATEGIJI.

STRATEGIJA

DEFINISATI UPOTREBU DRUŠTVENIH MREŽA
(KO, GDJE, KADA, KAKO)

DEFINISATI CILJEVE

GDJE SE RAZGOVORI DEŠAVAJU?

PRAVILA INTERAKCIJE.

STRATEGIJA DRUŠTVENIH MREŽA

8 KORAKA

1. IZGRADITE ARKU

- PRIKUPITE PODATKE O SVOJOJ PUBLICI
- TRENUTNU DRUŠTVENU METRIKU
- WEB METRIKU

2 . SLUŠAJTE I USPOREDITE

- ŠTA SE GOVORI O VAMA
- ŠTA SE GOVORI O TEMAMA OD INTERESA
- KO GOVORI?
- GDJE GOVORE?



STRATEGIJA DRUŠTVENIH MREŽA

3. KOJA JE SVRHA

- PODIZANJE SVJESNOSTI
- PRODAJA
- LOJALNOST

AKO POKUŠATE POSTIĆI SVE NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA

NEĆETE POSTIĆI NIŠTA



4. MJERENJE USPJEHA

MJERITE PONAŠANJE NE PODATKE

BROJ FANOVA JE **LOŠA METRIKA**

ANGAŽIRANOST I INTERAKCIJA KORISNIKA JE **DOBRA METRIKA**

NE TREBA MJERITI SVE





5. ANALIZA PUBLIKE

MAPIRANJE UČESNIKA/CA

ONLINE TIPOVI

UKLJUČENI U RAZGOVOR 33%

KRITIČARI/KE 37%

SKUPLJAČI/CE 20%

PRIDRUŽIVAČI/CE 59%

POSMATRAČI/CE 70%

NEAKTIVNI 17%

DATI ODGOVARAJUĆE ZADATKE PUBLICI

KREATORI

18-24 41%

45-54 14%

6. JEDNA STVAR KOJA JE VAŠA

APPLE - INNOVATION

DISNEY - MAGIC

VOLVO - SIGURNOST

7. HUMANIZACIJA





MREŽA KORISNIKA/CA

8. KOMUNIKACIJSKI KANALI

KOJI KANAL?

VIZUALNI IZVRŠNI PLAN

PORUKE I KAKO KOMUNICIRATI?

VJEŽBA

ODGOVORITE NA PITANJA

ZAŠTO TREBAM DRUŠTVENE MEDIJE?

KO JE MOJA PUBLIKA?

ŠTA IM ŽELIM REĆI?

KAKO?

KOJI SADRŽAJ ĆU KREIRATI?

KOLIKO ČESTO?

KOJE KANALE?

ALATI ZA MJERENJE USPJEHA?

KO JE ODGOVORAN ZA ŠTA?

A vintage microphone on a stand is positioned in the foreground, slightly to the right. Behind it, a piece of electronic equipment, possibly a radio or amplifier, is visible. The equipment has a dark top surface with a circular knob and a front panel with several dials and switches. The background is softly blurred, showing a wall with a red and white patterned curtain on the left and a framed picture on the right. The overall lighting is warm and slightly dim, creating a nostalgic atmosphere.

KOMUNIKACIJSKI KANALI

MOGUĆI KANALI?

ON-LINE DRUŠTVENE MREŽE I
MIKROBLOGING PLATFORME

FACEBOOK

TWITTER - # (HASHTAG) ODRŽAVA
KONVERZACIJU

INSTAGRAM - # (HASHTAG)
ODRŽAVA KONVERZACIJU

PINTEREST

SNAPCHAT

DIJELJENJE SADRŽAJA
(PREZENTACIJE, FOTOGRAFIJE, AUDIO, VIDEO)

SLIDESHARE - Dijelite prezentacije, infografike,
dokumente

DELICIOUS – Zajedno skupljajte i organizujte linkove na
zanimljive sadržaje on-line

FLICKR – Dijelite fotografije

YOUTUBE – Dijelite video

SOUNDCLOUD – Dijelite audio

MEDIUM – Dijelite priče

GDJE SE PUBLIKA NALAZI?

**GDJE JE MOŽETE
PRIVUĆI?**





NAJBOLJE VRIJEME

ZA OBJAVLJIVANJE
SADRŽAJA



R NAJBOLJE VRIJEME



!SAOBRAĆAJ RASTE
POSLIJE 9



!SAOBRAĆAJ RASTE
POSLIJE 11

Q NAJGORE VRIJEME



(SAOBRAĆAJ OPADA
POSLIJE 16)



(SAOBRAĆAJ OPADA
POSLIJE 15)



POČETNA REAKCIJA
PUBLIKE

NASTAVITI BEZ STRAHA

A person wearing a grey t-shirt and dark jeans is holding a glass beer bottle. The neck of the bottle is wrapped in a dark, charred material that is actively burning, with bright orange and yellow flames and thick black smoke rising from it. The background is a blurred outdoor setting with other people, suggesting a public event or festival.

**KAKO SE NOSITI SA
VULGARNIM KOMENTARIMA?**

PROCES KOMUNICIRANJA U 6 KORAKA

1

PORUKA PRIMLJENA

PAŽLJIVO PROČITATI,
UTVRDITI KLJUČNI
PROBLEM.
KAKO VI MOŽETE
POMOĆI?

2

NAPRAVITE PRINT

SCREEN PORUKE
ZA UČENJE, ARHIVU,
SVAKI SLUČAJ

3

NE BRIŠITE PORUKU!

ZA VULGARIZME
PROSUDITE SAMI.
IZBRISATI ILI SAKRITI

4

NE ODGAĐAJTE

SA ODGOVOROM
ODGOVORITI
UNUTAR 1 SATA

5

HLADNE GLAVE

NAPIŠITE ODGOVOR
PROČITAJTE
PONOVO I
POŠALJITE

6

ODGOVORITE

AKO JE MOGUĆE
IZVINJENJE I
RJEŠENJE.
**STVARAJTE
SAVEZNIKE/CE**

FEDA KULENOVIĆ

I fedjak@gmail.com

