

# degordian

Bruno Dodig  
Performance Account Manager

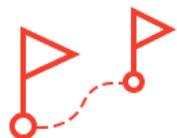
# Sadržaj

- 01 Dosta o meni, 'ajmo malo o mom Betmobilu
- 02 Priča o tri nekretnine
- 03 Nije do tebe, do mene je - trebam prostora
- 04 Zlatna sredina?
- 05 Koliko para, toliko muzike
- 06 Utrka u oglašavanju
- 07 Što se tu sve, zapravo, može?
- 08 Pitanja (i poneki odgovori)

01

Dosta o meni,  
'ajmo malo o mom  
Betmobilu

# Naše usluge



Strategy



Analytics



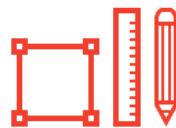
Social Media



Development



Content  
Production



Design & User  
Experience

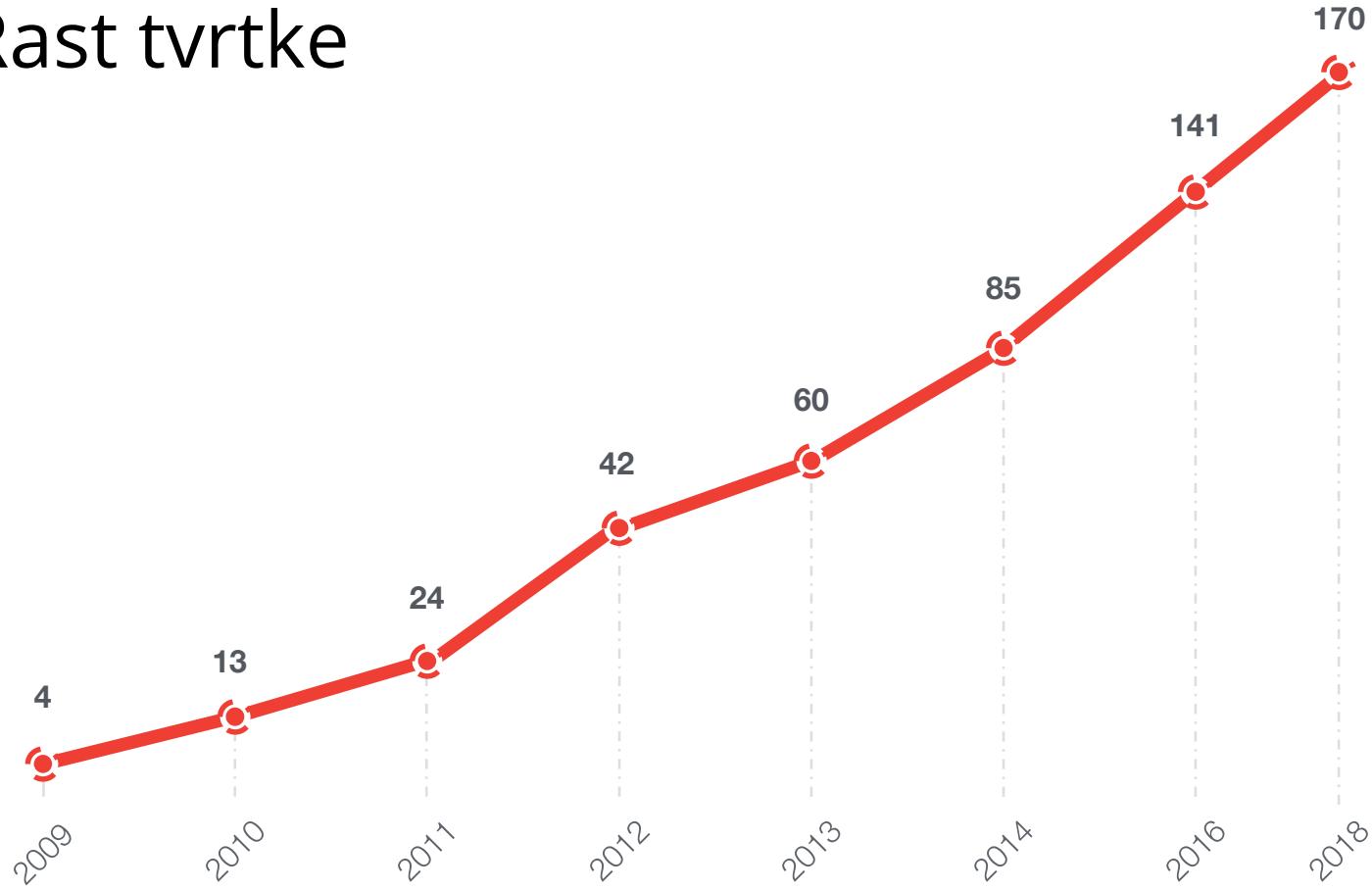


Digital  
Advertising



Product  
Development

# Rast tvrtke



# Nagrade



---

CSS Winner

---

Best CSS Website

---

MIXX Award

---

National Champion

---

WebUp - Mediato toolkit

---

FltDsgn

---

One Page Love

---

Najbolji Poslodavac

---

IdejaX

---

Zlatna nagrada web::Strategije

---

German Design Awards

---

CSS Light

---

Zlatni Index

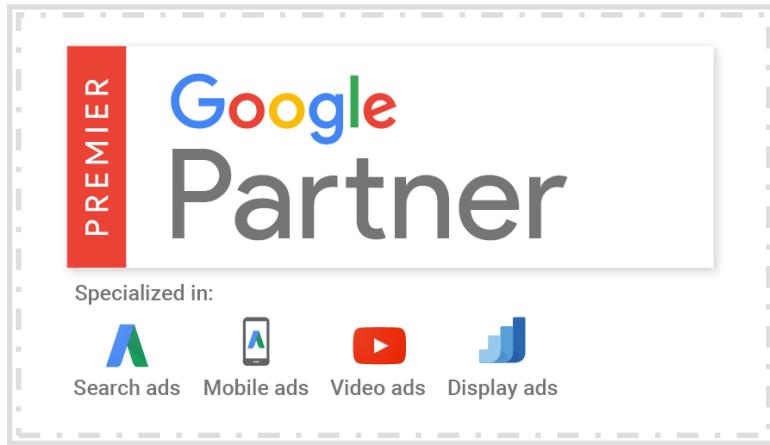
---

Grand Prix

---

Deloitte Fast 50

# Certifikati



02

# Priča o tri nekretnine

Bila jednom jedna zgrada s tri nekretnine...

Svaku je  
nekretninu  
prodavala  
različita  
agencija...



...i svaka se  
nekretnina  
prodavala na  
svoj način.

03

Nije do tebe, do  
mene je - trebam  
prostora



# Zašto ovo nije idealno ni za kupca, niti za prodavača?

Social kanale vodi "susjed od malog"

- ne postoji definiran tone of voice, kriznu komunikaciju, niti plan nastupa na društvenim mrežama
- sadržaj se objavljuje sporadično, neplanski i bez da prati strateške ciljeve
- komunikacija s korisnicima nije na profesionalnoj razini, moguća svadljivost ili subjektivnost pri negativnom feedbacku

Web je rađen 1991.

- ne radi se nikakva analiza korisničkog iskustva, nema SEO ili CRO aktivnosti
- sam dizajn i struktura weba ne ulijevaju povjerenje u potencijalne kupce
- ne radi se ikakvo praćenje web analitika

# Zašto ovo nije idealno ni za kupca, niti za prodavača?

Oglasne kampanje su "Sponsored post"

- ne koristi se oglašivački potencijal svih mreža
- ne koristi se napredno ciljanje (prema interesima, lokaciji, biddingu...)
- budžet nije predefiniran i sve aktivacije se rade "hirovito"; kad se nađe nešto novaca

*POUKA:* Načelno nije jaaaako grozno, ali nitko tu zapravo ne želi živjeti.

d

04

# Zlatna sredina?



# Zašto je ovo OK za kupca i prodavača, ali nije baš wow?

Social kanale vodi interni tim ili čovjek

- postoji nekakav plan nastupa na društvenim mrežama, no za sve iznimne i krizne situacije konzultira se netko u menadžmentu - ne netko izučen u digitalnom marketingu
- sadržaj se objavljuje rijetko, ovisno o raspoloživosti vremena internog tima
- komunikacija još uvijek može kasniti i ne biti idealna - opet ovisno o raspoloživosti internog tima

Web je djelomično redizajniran

- i dalje se ne radi analiza korisničkog iskustva, nema SEO ili CRO aktivnosti
- radi se samo bazno praćenje web analitika

# Zašto je ovo OK za kupca i prodavača, ali nije baš wow?

Oglasne kampanje su poprilično ograničene

- i dalje se ne koristi oglašivački potencijal svih mreža (radi se što se stiže, uz jako malo optimizacije kampanja)
- djelomično se koristi napredno ciljanje (prema interesima, lokaciji, biddingu...), ali je sve podređeno masovnoj publici
- budžet je limitiran jer se sve oslanja na interni tim

*POUKA:* OK, no poslovanje uvelike ovisi o tržištu i kupcima (više sreća nego strategija).



05

Koliko para, toliko  
muzike



# Zašto je ovo idealno za kupca i prodavača?

Social kanale vodi agencija specijalizirana za isto

- radi se na više društvenih mreža istovremeno i to prema ciljanoj i promišljenoj strategiji
- sadržaj je kontinuiran, čest i planiran
- komunikacija je brza i spremna na sve izazove (negativan feedback, krizno komuniciranje...)

Web je potpuno redizajniran, optimiziran i moderan

- rade se sve vrste optimizacija (SEO, CRO, web, UX)
- prate se analitike weba i rade se aktivne izmjene na webu prema izvještajima

# Zašto je ovo idealno za kupca i prodavača?

Oglasne kampanje su napredne i uvijek aktivne

- koriste se strateški ciljane mreže, tipovi i formati oglasa, redovno se optimizira svaka kampanja
- Koristi se napredno ciljanje (prema interesima, lokaciji, biddingu...), remarketinge kampanje i temeljiti izvještaji koji mogu definirati prodajne pravce
- budžet je usmjeren na najveći učinak, a sporedno se koristi za testiranje

**POUKA:** Najveća cijena, no najveća kvaliteta uz najbolji učinak.

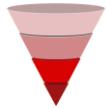


06

# Utrka u oglašavanju

# RACE model

- 4 faze modela vode korisnike kroz prodajni lijevak te ostvaruju kružni tijek novih potencijalnih korisnika s kojima kreće u početnu (reach) fazu
- najbolji model performance oglašavanja
- podijeljen na faze za kvalitetniju optimizaciju i učinkovitost ostvarivanja konverzija
- prethodi im predfaza - Plan - čiji je cilj postaviti strateške smjernice za ostale faze i analizirati trenutno poslovanje



# Reach faza

**REACH**

## KANALI

Tražilice, društvene mreže,  
blogovi i ostali mediji.

## FAZA KORISNIKA

ISTRAŽIVANJE: Objava i promocija sadržaja;  
priključivanje i privlačenje korisnika vašim  
informacijskim jezgrama.

## MJERENJE

- jedinstveni posjetitelji
- broj fanova/pratitelja
- vrijednost po posjeti

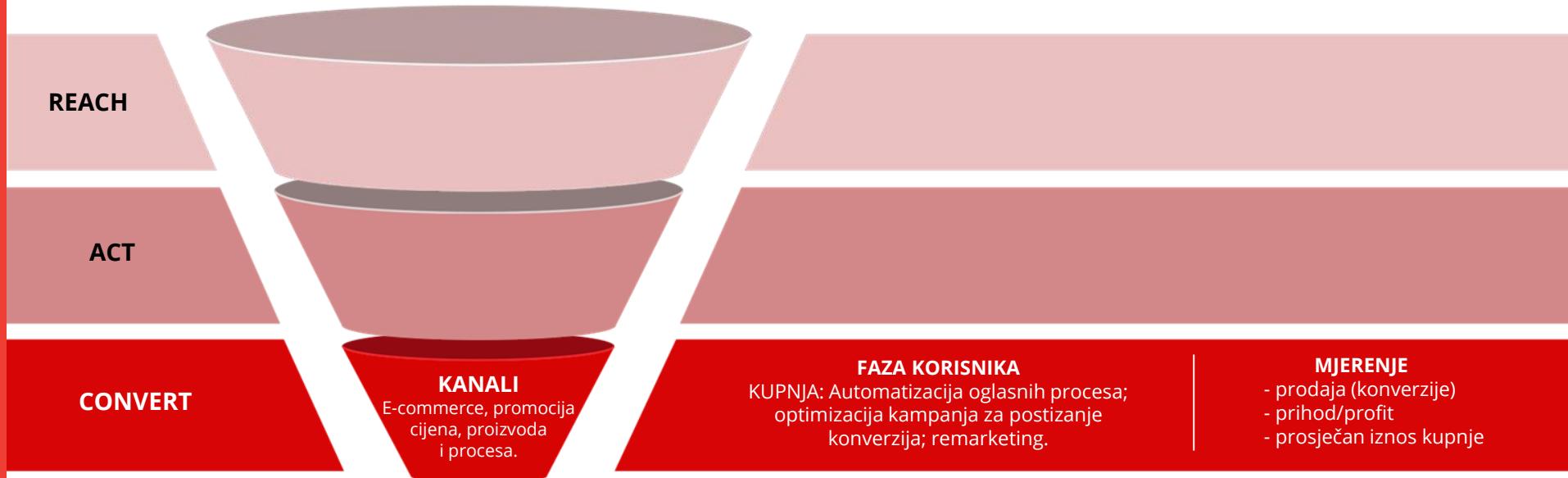


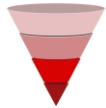
## Act faza



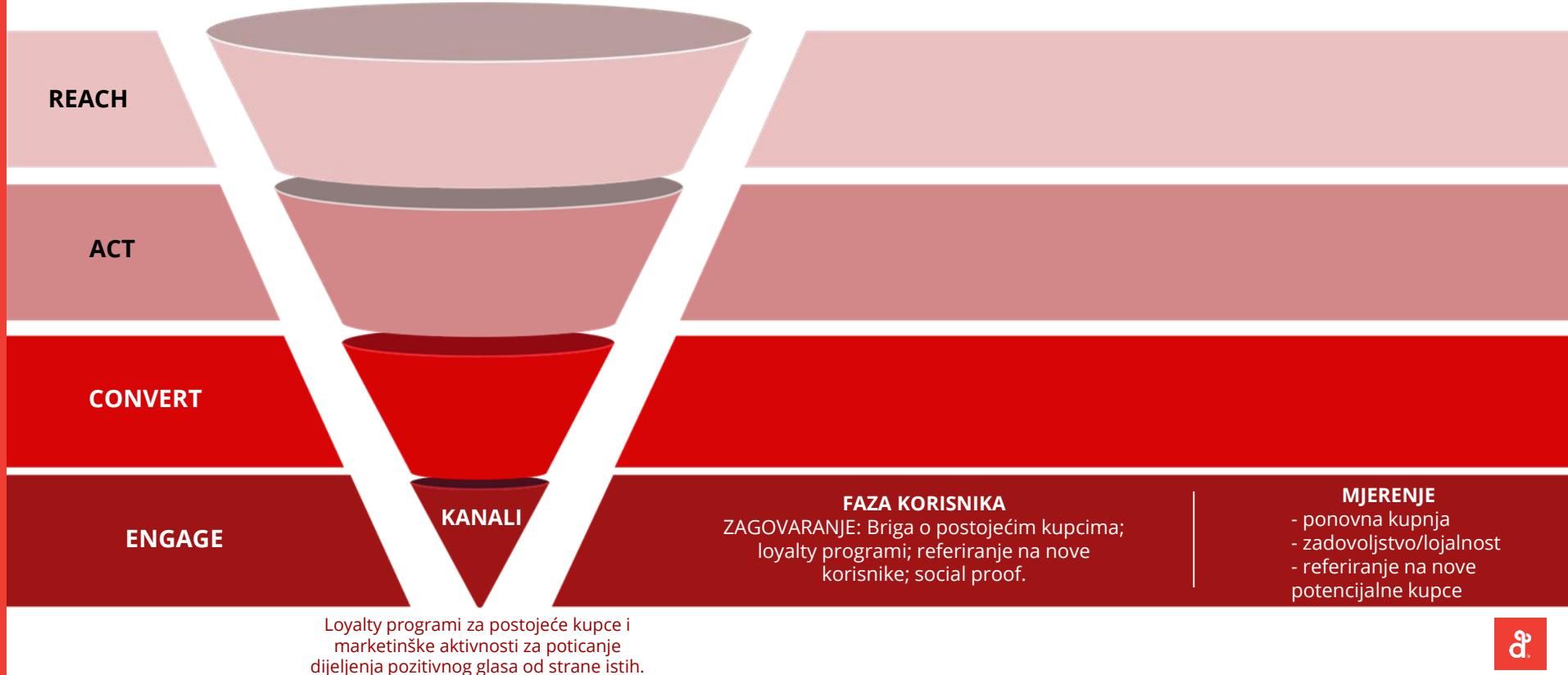


# Convert faza





# Engage faza



07

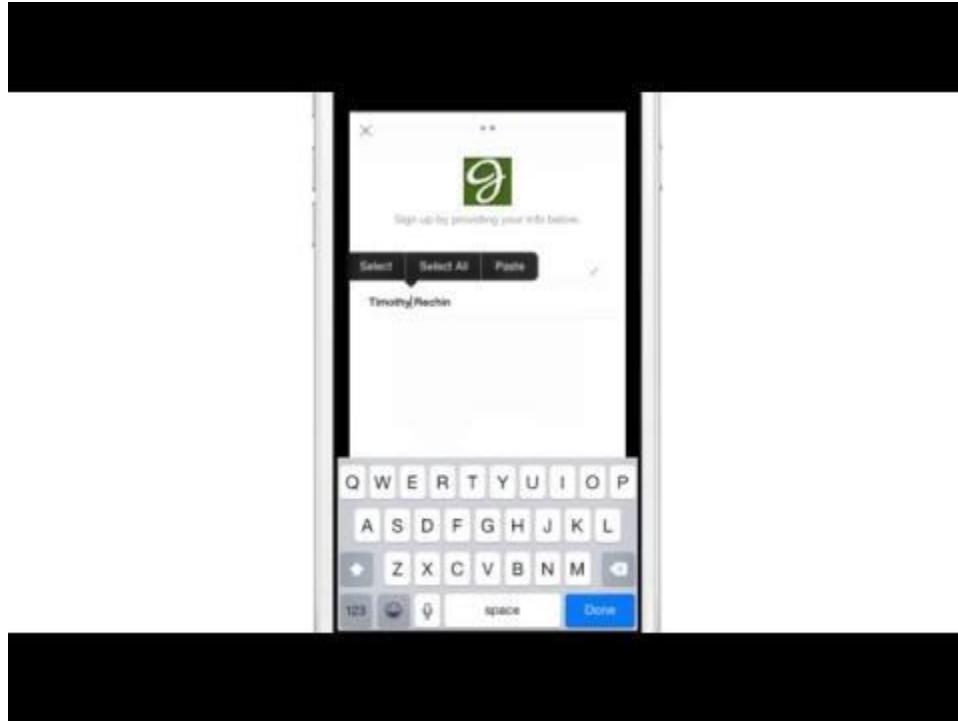
Što se tu sve,  
zapravo, može?

07 Što se tu sve, zapravo, može?

# Facebook Canvas

07 Što se tu sve, zapravo, može?

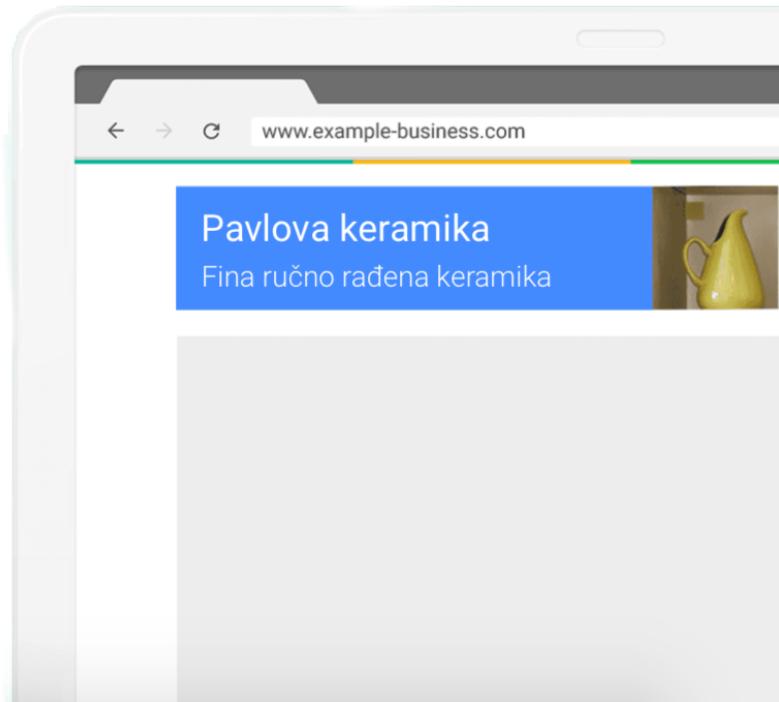
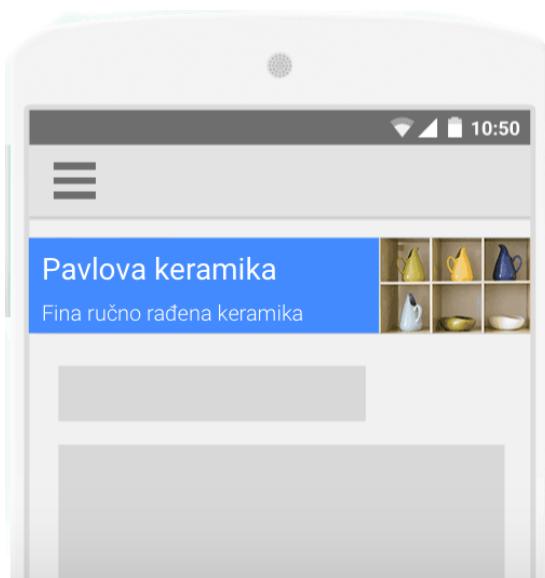
## Facebook Lead ads



07 Što se tu sve, zapravo, može?

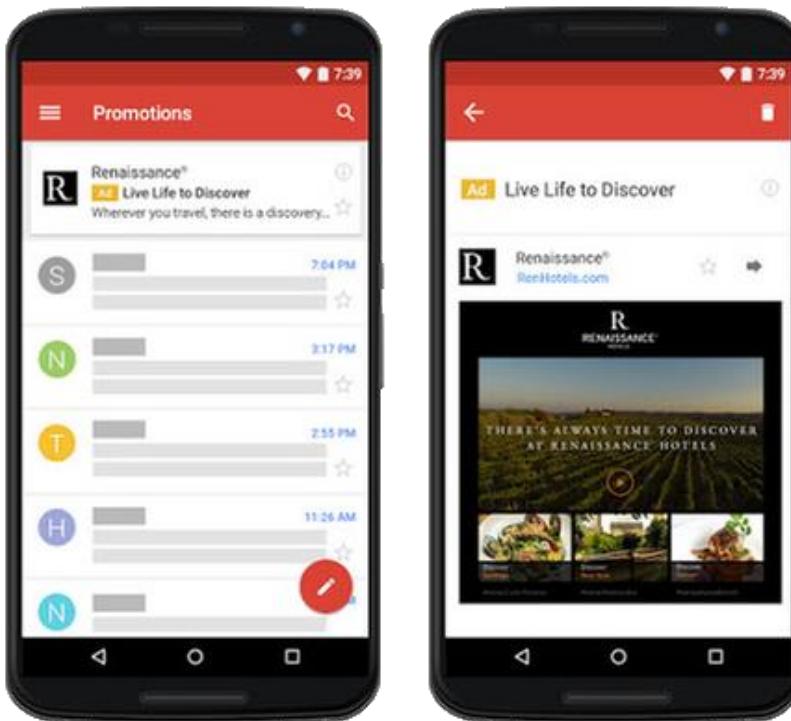
# Facebook Messenger Chatbot

# Google Display ads



07 Što se tu sve, zapravo, može?

# Google Gmail ads



# A/B testing

AdEspresso  
Sponsored · 13

Like Page

Learn the Secret to grow your business 5 times more effectively with Facebook Ads! Get the Free eBook!

[FREE EBOOK!](#)



The Definitive Guide to Lead Generation with Facebook Ads

Learn all the Pros secrets to building a successful growth engine for your business through Leads Generation. Improve your performance up to 5x!

FACEBOOK MARKETING PARTNER | BY ADESPRESSO, INC

[Download](#)

Like · Comment · Share · 13

AdEspresso  
Sponsored · 16

Like Page

[FREE EBOOK] Learn how to successfully convert your Facebook Ads traffic into Leads and grow your business 5x more effectively!



The Ultimate LEAD GENERATION GUIDE

[DOWNLOAD FREE EBOOK!](#)

The Definitive Guide to Lead Generation with Facebook Ads

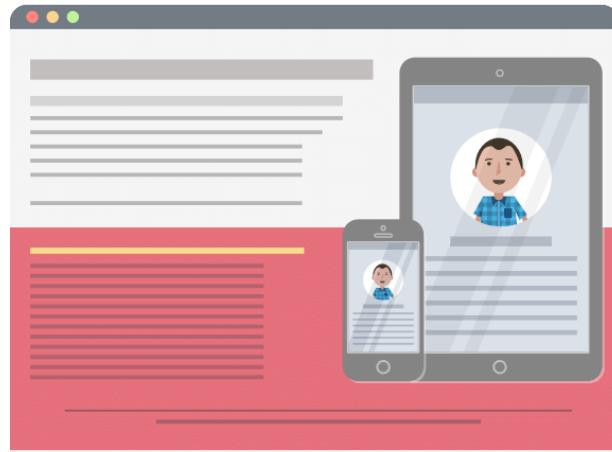
Learn all the Pros secrets to building a successful growth engine for your business through Leads Generation. Improve your performance up to 5x!

FACEBOOK MARKETING PARTNER | BY ADESPRESSO, INC

[Download](#)

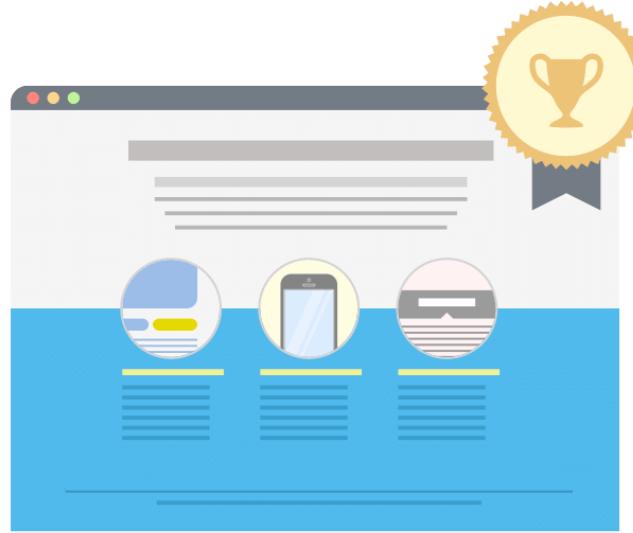
Like · Comment · Share · 16

# Split testing (website)



[example.com/a.html](http://example.com/a.html)

22%  
CONVERSION

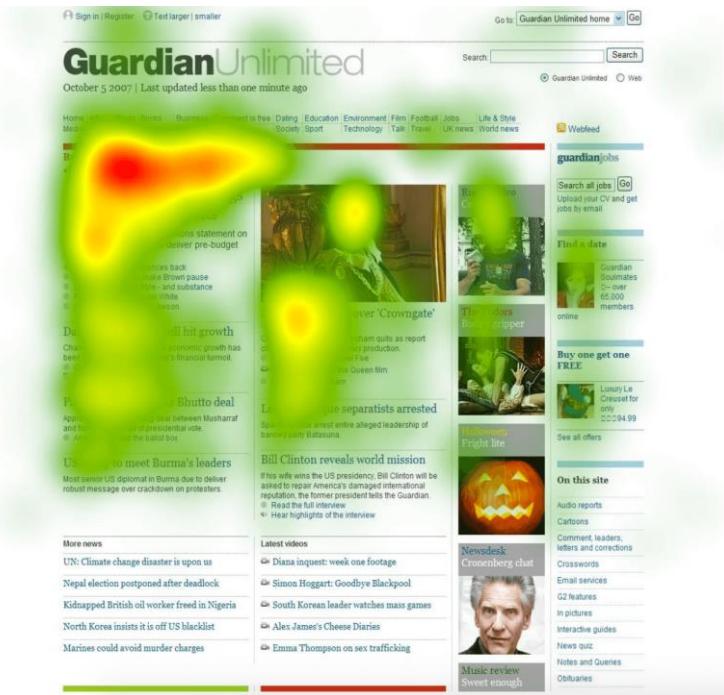


[example.com/b.html](http://example.com/b.html)

52%  
CONVERSION

07 Što se tu sve, zapravo, može?

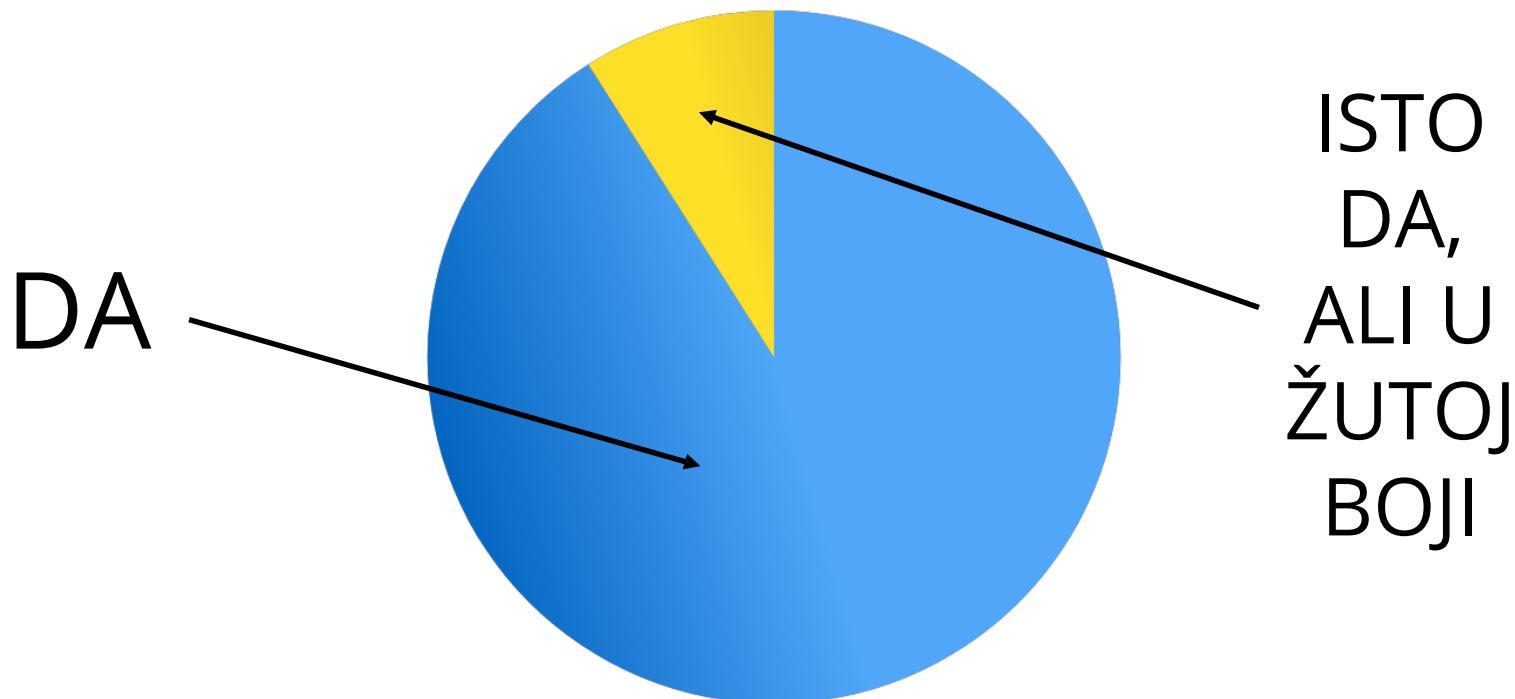
# Heat mapping (website)



08

# Pitanja (i poneki odgovori)

Smatrate li ovu prezentaciju edukativnom?





MAKES YOU CURIOUS.



[info@degordian.com](mailto:info@degordian.com)



[http://degordian.co  
m](http://degordian.com)



[facebook.com/degordian](https://facebook.com/degordian)



[twitter.com/degordia  
n](https://twitter.com/degordian)