



**Be Digitalised**

# Едукативен Пакет 1 Брендирање

Прирачник , обука и алатки за примена



# Be Digitalised

## ДИГИТАЛИЗАЦИЈА И ДЕМАТЕРИЈАЛИЗАЦИЈА НА МИКРО И МАЛИ БИЗНИСИ

### ЕДУКАТИВЕН ПАКЕТ 1

### Интернет Брендирање

Програма со 2 неделни сесии во период од 1 месец



#### **Изјава**

*Документот е изработен во рамките на проектот „Градење иновативна платформа за е-трговија и дигитализација на микро и мали бизниси од Западен Балкан (Биди дигитализиран) којшто е ко-финансиран од ЦЕИ (Централна европска иницијатива). За неговата содржина е одговорен единствено имплементаторот на проектот - ЗБК Креација.*

Скопје, септември 2020

## Предговор

Проектот "Изградба на иновативна платформа за електронска трговија и дигитализација на микро и малите бизниси од Западен Балкан (биди-дигитализиран) придонесува за надминување на состојбата предизвикана со КОВИД 19 преку префрлање на дел од активностите на бизнисите на интернет работење.

Целта на проектот е обезбедување поддршка на микро и малите бизниси од Македонија, Србија и Црна Гора да ја зголемат продажбата преку интернет (е-продажба).

Целна група се 200 претпријатија од пет сектори: храна и пијалаци; мебел и апарати за домаќинство; туризам, хотели и ресторани; градежништво и енергија; совети и услуги, чии производи имаат потенцијал за е-продажба на регионалните и меѓународните пазари.

Поддршката опфаќа:

- (1) Бесплатен простор на интернет платформата за отворање на е-продавница на [www.bedigitalised.com](http://www.bedigitalised.com) ;
- (2) Стекнување вештини за користење на интернет алатки за водење на е-продавница,
- (3) Едукативни пакети за обука на три теми: креирање бренд, интернет маркетинг и промоција преку социјални медиуми и конверзија на посетителите на е-продавницата во купувачи;
- (4) Индивидуална поддршка од проектниот тим за префрлање на бизнисот на е-продавницата, вебинари со искусни тренери за трансфер на знаење и вештини и кочинг сесии за примена на вештините во дигитализација на бизнисот [www.kreacija.org](http://www.kreacija.org) .
- (5) Промоција на бизнисите што имаат отворено е-продавница <https://www.linkedin.com/in/be-digitalised/> и <https://www.facebook.com/Bedigitalised>

Едукативниот пакет е изработен брз основа на расположливите алатки за дигитализацијата на бизнисите и тоа: комуникација, маркетингање, промоција, продажба и раководење на продажното место. Намерата е да се понуди интегрирана поддршка за дигитализација на бизнисите.

Целта е да се подржат претприемачите на микро и мали бизниси да префрлат дел од работењето на интернет.

Потребното време за спроведување на пакетот е 60 саати.

## СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР.....	2
ВОВЕД.....	5
ПРВ ДЕЛ – БРЕНДИРАЊЕ НА ДИРЕКТНАТА КОМУНИКАЦИЈА НА БИЗНИСОТ .....	6
<b>(а) Емаил.....</b>	<b>7</b>
Отворање емаил адреса на gmail.com.....	7
Потписи .....	8
Емаил обрасци- template .....	11
Креирање свои обрасци – email templates .....	11
Користење на бесплатни емаил обрасци .....	12
Следење на испратените пораки – free email tracker .....	13
Поврзување на емаил пораките со задачи и календарот.....	14
<b>(б) Содржина.....</b>	<b>15</b>
Алатки за текстови Google drive docs (word, excel, slides).....	15
Спроведување Анкети/истражувања .....	16
<b>(в) Алатки за снимање на видео пораки.....</b>	<b>17</b>
Снимање на видео од Powerpoint презентација.....	17
Снимање видео со Windows 10 .....	17
Снимање со алатка Free camera;.....	18
Снимање видео со ICECREAM Screen recording; .....	19
<b>РЕЗИМЕ на ПРВ ДЕЛ .....</b>	<b>20</b>
ВТОР ДЕЛ – БРЕНДИРАЊЕ НА ИНДИРЕКТНАТА КОМУНИКАЦИЈА НА БИЗНИСОТ, МАСОВНА КОМУНИКАЦИЈА СО ПАЗАРОТ, КУПУВАЧИ И ПОТРОШУВАЧИ .....	21
<b>Емаил индиректна комуникација .....</b>	<b>21</b>
Емаил кампања- Mailking .....	21
Повеќекратно испраќање на пораки на иста тема на исти емаил адреси .....	23
<b>Facebook профил и/или fun page .....</b>	<b>24</b>
<b>LinkedIn профил и групи/ сегменти на пазарот.....</b>	<b>25</b>
<b>РЕЗИМЕ на ВТОР ДЕЛ .....</b>	<b>25</b>
ТРЕТ ДЕЛ БРЕНДИРАЊЕ НА ПРОИЗВОДИТЕ И/ИЛИ УСЛУГИТЕ НА ФИРМАТА.....	26
<b>Брендирање на е-продавницата .....</b>	<b>26</b>
УПАТСТВО .....	27
<b>Супервизија на Коучи .....</b>	<b>27</b>
<b>Алатки за Коучинг и Супервизија .....</b>	<b>28</b>
Подготовка на презентации, видеа, постови, банери .... со Canva.....	28
TeamViewer за работа со клиентот .....	28
Quick Assist за работа со клиент .....	29

**Слики**

Слика 1 Отворање на емаил адреса на gmail.com.....	7
Слика 2 Инсталирање апликација за потпис .....	8
Слика 3 Внесување на информации за фирмата-бизнисот.....	8
Слика 4 Дополнување на потписот со Линкови од социјалните мрежи .....	9
Слика 5 Боја, големина и дизајн на текстот и сликите во потписот .....	9
Слика 6 Други информации во потписот поврзани со вашиот бизнис .....	10
Слика 7 Пример за креиран потпис на фирмата .....	10
Слика 8 Преземање на апликација за Gmail email templates –обрасци .....	11
Слика 9 Користење на свои обрасци на пораки .....	11
Слика 10 Превземање на емаил образец – конвертирање во свој.....	12
Слика 11 Користење на бесплатни обрасци за емаил пораки .....	12
Слика 12 Free email tracker – Следење на испратените пораки.....	13
Слика 13 Известување за испратените пораки .....	13
Слика 14 Поврзување на пораките во задачи за работа .....	14
Слика 15 Поврзување на задачите со календарот за работа.....	14
Слика 16 пристап до Google drive документите.....	15
Слика 17 работа со Google drive docs (word, excel ,power point).....	16
Слика 18 изработка на анкетен прашалник и следење на одговорите .....	16
Слика 19 Снимање видео со power point .....	17
Слика 20 Снимање на видео со Windows 10 .....	18
Слика 21 Преземање на апликацијата за free camera .....	18
Слика 22 Пристап до апликацијата ICECREAM Screen recording.....	19
Слика 23 Користење на камера со апликацијата ICECREAM Screen recording .....	19
Слика 24 Апликација за емаил кампања –Mailking.....	21
Слика 25 Креирање кампања со Mailking.....	22
Слика 26 Следење на кампања со mailking .....	22
Слика 27 Инсталирање на Gmail Auto Follow Up .....	23
Слика 28 Испраќање на повеќе пораки на исти приматели –Gmail Auto Follow Up.....	23
Слика 29 Следење на пораките испратени со Gmail Auto Follow Up.....	24
Слика 30 Брендирање на Facebook page .....	24
Слика 31 Брендирање на LinkedIn профил.....	25
Слика 32 Брендирање на е-продавница на платформата bedigitalised.com.....	26
Слика 34 Користење на Апликацијата Canva за подготовка на едукативни материјали ...	28
Слика 35 Преземање апликација Team Viewer .....	28
Слика 36 Quick Assist –Windows алатка.....	29

## Вовед

Дигитализацијата е процес што со различно темпо ги зафаќа сите индустрии и сектори. Бизнисите во тој процес минуваат низ три фази:

- (1) Дигитизација, Претворање на аналогни информации во дигитална форма. Едноставно кажано, чување фотографии во компјутер, снимање аудио касети на ЦД, префрлање на видео касета на ЦД. Со дигитизацијата се преминува од „хартија“ во „нули и единици“, односно премин од реалниот во виртуелниот свет.
- (2) Дигитализацијата е следниот чекор, процес во кој информацијата (веќе е во дигитална форма) се комбинира така што е поврзана и полесна за употреба, со цел да се поедностават, или забрзаат некои операции што претходно се правеле рачно. Практично, истото што се правело на стар, аналоген, „хартиен“ начин, се овозможува да се прави и на дигитален начин. Суштината не е променета, само формата е променета, со бројни предности што компјутерите и вмрежувањето ги носат во себе, слично како што автоматизацијата на многу начини ја заменува човечката работа.

Благодарение на дигитизацијата и дигитализацијата, информациите станаа лесно достапни за употреба на различни платформи, уреди и интерфејси. И тоа е дигиталниот свет во кој живееме денес.

- (3) Дигитална трансформација доаѓа по дигитализацијата. Таа е сосема различна од компанија во компанија, бидејќи иако се користат истите дигитални технологии, суштината е во трансформацијата на луѓето и промената на нивниот начин на размислување. Дигитализацијата исто така може да се одвива во рамките на стариот, наследен, индустриски деловен модел, а дигиталната трансформација е невозможна во тие рамки, бидејќи за тоа е потребен нов, дигитален деловен модел, неопходен на патот од традиционалната економија кон новата, дигитална економија.

Дигиталната трансформација е процес на интеграција на дигиталните технологии во сите области на бизнисот, со радикални промени во начинот на користење на технологијата, луѓето и деловните процеси, со цел да се подобрат корисничките искуства во согласност со постојаните промени на пазарот.

*Прашањето не е дали компанијата треба да доживее дигитална трансформација, туку кога и по која цена тоа ќе се случи. Колку побрзо тоа се случи, толку е пониска цената.*

Планираните три едукативни пакети се фокусираат на првиот и вториот чекор во трансформирање на работењето на микро и малите бизниси, во областите брендирање, интернет маркетинг и претворање на маркетингот во продажба (монетизација). Овој Едукативен пакет 1 се однесува на интернет брендирањето.

Во изработката се внимаваше на два принципа, едноставно за примена и брзи резултати за бизнисот.

Едноставноста е обезбедена со добар баланс на теоријата и праксата. Во теоријата се објаснува, што и зошто да се користи, а во практичниот дел како да се примени предложената алатка. Дополнително за теоретскиот дел се понудени прирачници и линкови.

Брзината во постигнувањето резултат за бизнисот се заснова на понудата на бесплатни веќе расположливи алатки на Google, YouTube, Facebook, LinkedIn, со наративни објаснувања и видеа со инструкции за примена на алатката. Исто така, преку вебинари ќе се обезбеди едукација за примена на алатките за темите опфатени во пакетот.

Содржината на пакетот за Интернет Брендирање е во три дела:

- Првиот дел е брендирање на директната комуникација на бизнисот со пазарот, купувачите;
- Вториот дел е брендирање на индиректната комуникација, масовна комуникација со пазарот, купувачи и потрошувачи;
- Третиот дел е брендирање на производите и/или услугите на фирмата.

Вообичаено третиот дел, брендирање на производот и бизнисот, кога се работи за започнување на бизнис, се работи на почетокот. Меѓутоа ваквиот редослед е направен бидејќи пакетот се однесува пред сè на постоечките бизниси, кои со прилагодување на брендот за интернет комуникацијата ќе добијат дополнителни сознанија што би требало да подобрат во брендирањето на бизнисот/производите.

Во секој дел се презентира што и зошто, а потоа следи сликовит приказ за користење на алатката со линк до видео за примената на алатката за конкретен бизнис. Примерите за алатките се земени од нивната примена за потребите на проектот Be Digitalised.

**Вредниот краен продукт за бизнисот се уредени и брендирани емаил комуникација и профилите на социјалните медиуми**

## Прв ДЕЛ – Брендирање на директната комуникација на бизнисот

**Што:** Алатки за Дигитизација на информациите и податоците за бизнисот и дигитализација на формата и содржината на комуникација.

**Зошто:** Брендирање на алатките за директна комуникација и содржината на пораките со цел побрза комуникација со вработените и соработниците, како и пообемна комуникација со поголем број на потенцијални купувачи. Алатките се

земени од постојните платформи за поддршка на бизнисите за интернет работење.

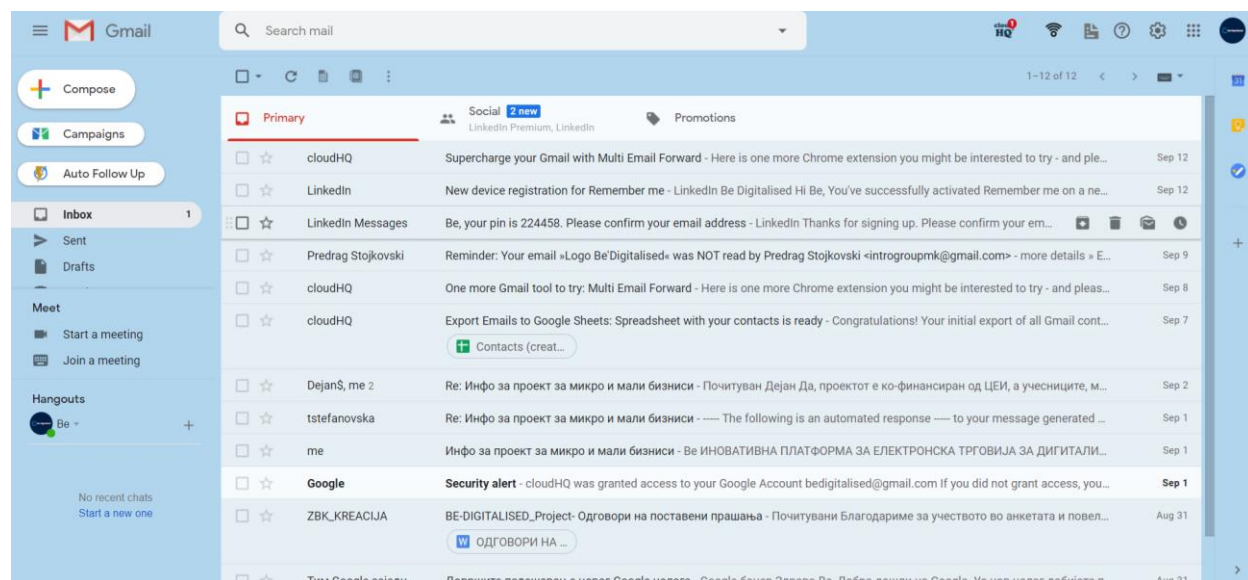
**Како:** Следење на инструкциите за инсталирање и тестирање, во период од 5 часа.

## (а) Емаил

За брендирање на директната комуникација се презентираат алатки од Google и gmail.com.

### Отворање емаил адреса на gmail.com

Предлогот за користење на gmail.com е поради големиот број на алатки коишто можат да се додадат за интегрираната комуникација на бизнисот.



Слика 1 ОТВОРАЊЕ НА ЕМАИЛ АДРЕСА НА GMAIL.COM

Како да креираш емаил адреса [https://www.youtube.com/watch?v=cfO\\_iRv9Jro](https://www.youtube.com/watch?v=cfO_iRv9Jro) (3:30 минути) <https://www.youtube.com/watch?v=NXOCa9kzQsk> ( 8 минути)

Или емаил професионална адреса <https://www.youtube.com/watch?v=jl11XYWVszU> (10 минути)

Gmail адресата/сметката овозможува и примање на пораките од повеќе други емаил адреси на сопственикот/менаџерот на бизнисот.

[https://www.youtube.com/watch?v=CjFc\\_F8pq1U](https://www.youtube.com/watch?v=CjFc_F8pq1U) (5 минути)

**Резултат:** Отворена Gmail адреса за користење на предностите на другите дополнителни алатки за комуникација.

Прашање/Коментар: .....

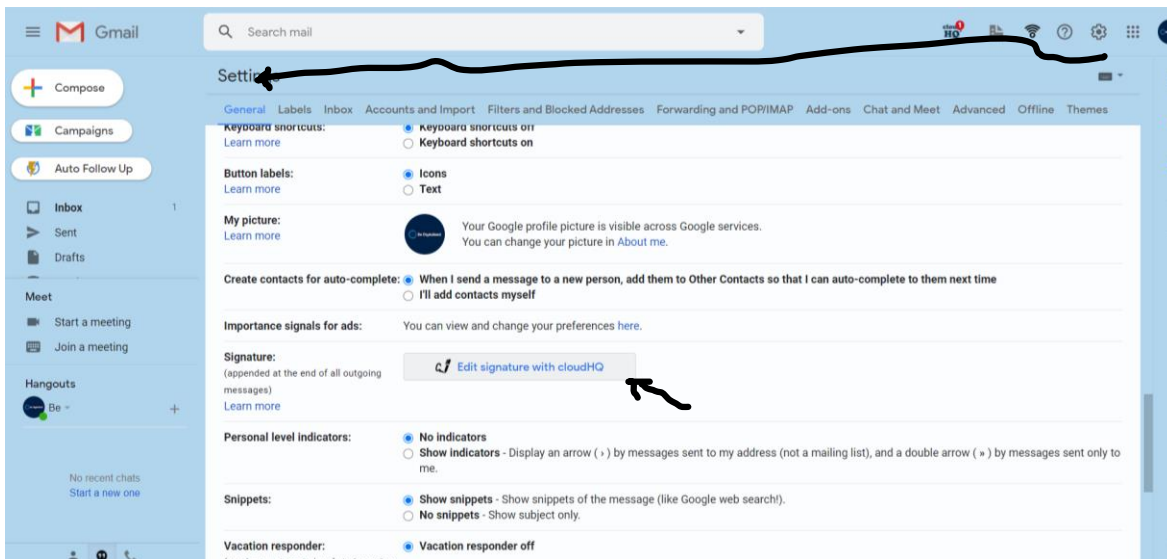


## Потписи

Потписот на емаил претставува составен дел од брендот.

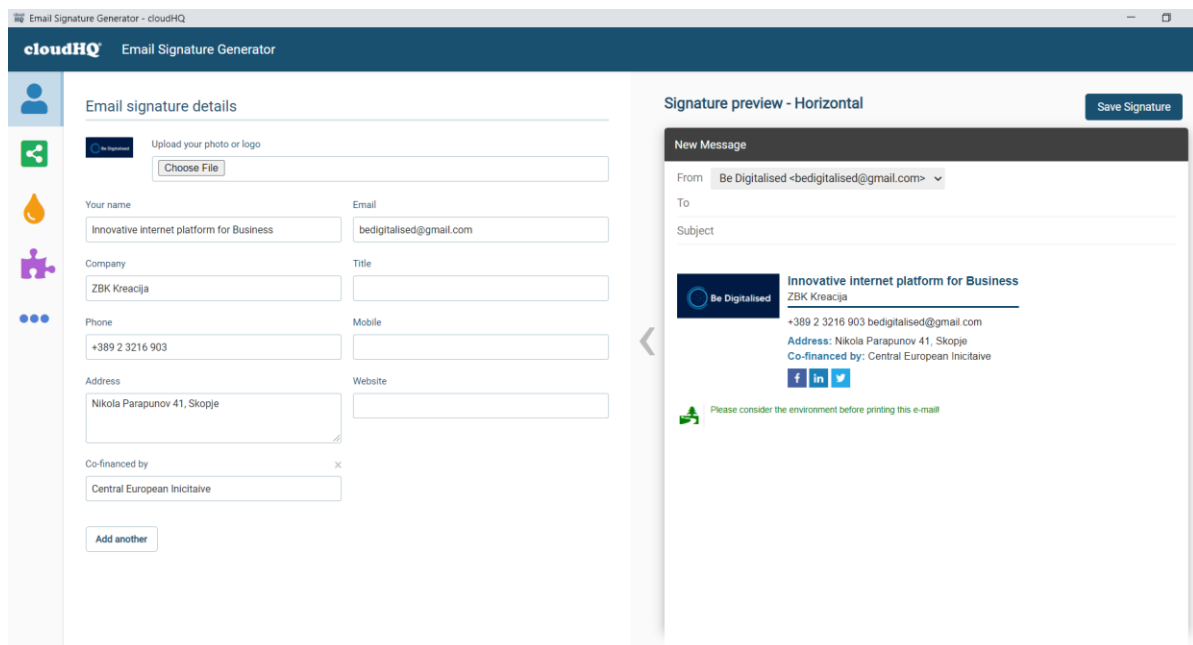
Со алатката на cloudhq.net се овозможува креирање на потпис на професионален начин на следниот начин:

(а) Инсталирање на cloudhq потпис на Gmail адреса од линкот <https://www.cloudhq.net/dashboard> со кликање на Email signature generator, а потоа започнате со креирање на вашиот потпис



Слика 2 Инсталирање апликација за потпис

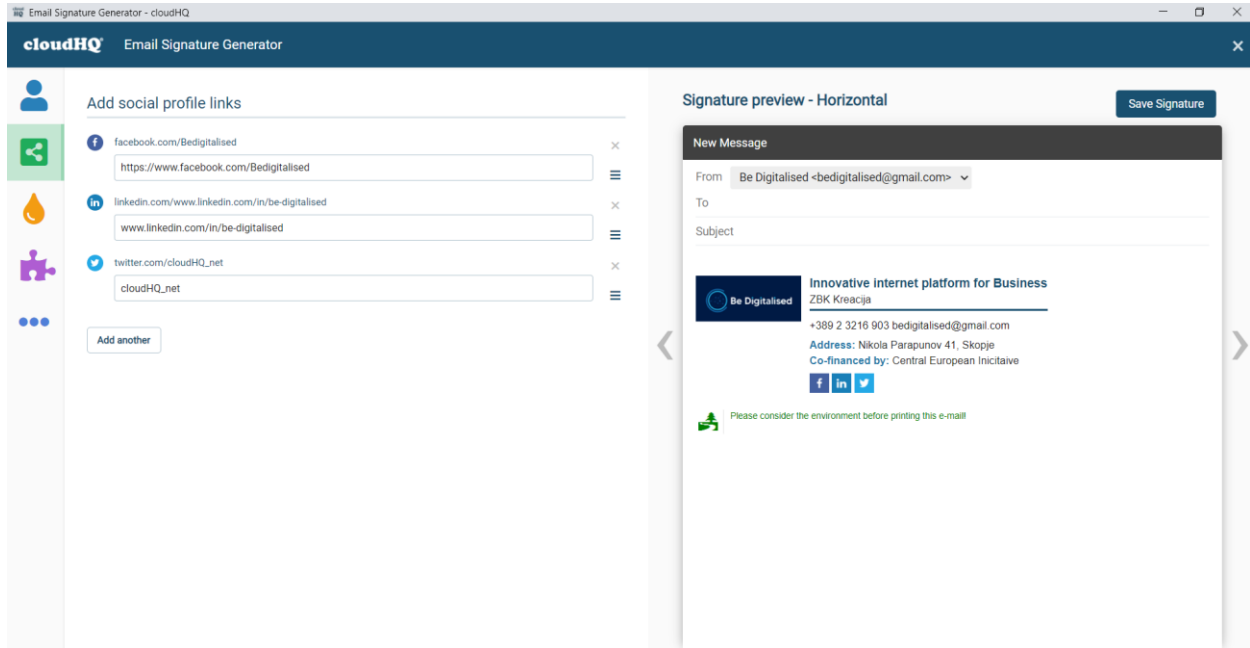
(б) Информации за фирмата во потписот



Слика 3 Внесување на информации за фирмата-бизнисот

На слика 3 од горе па надолу се пополнуваат податоците за фирмата и потписникот.

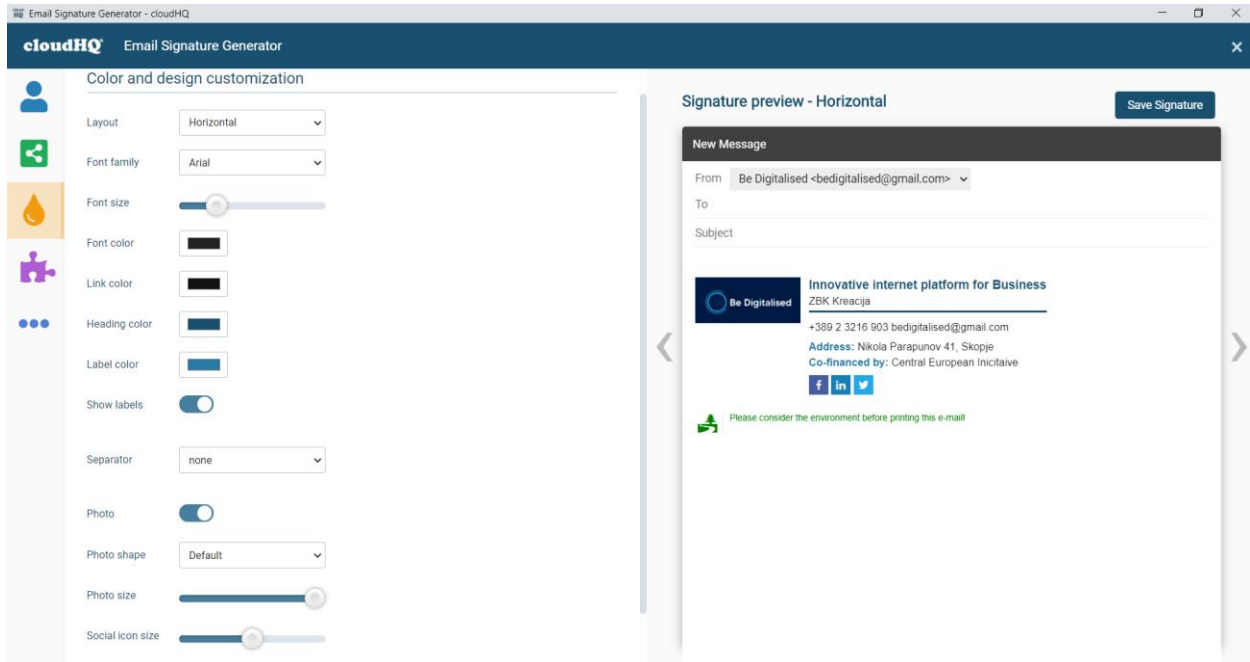
**(в) Додавање линкови од социјалните мрежи каде фирмата има профил**



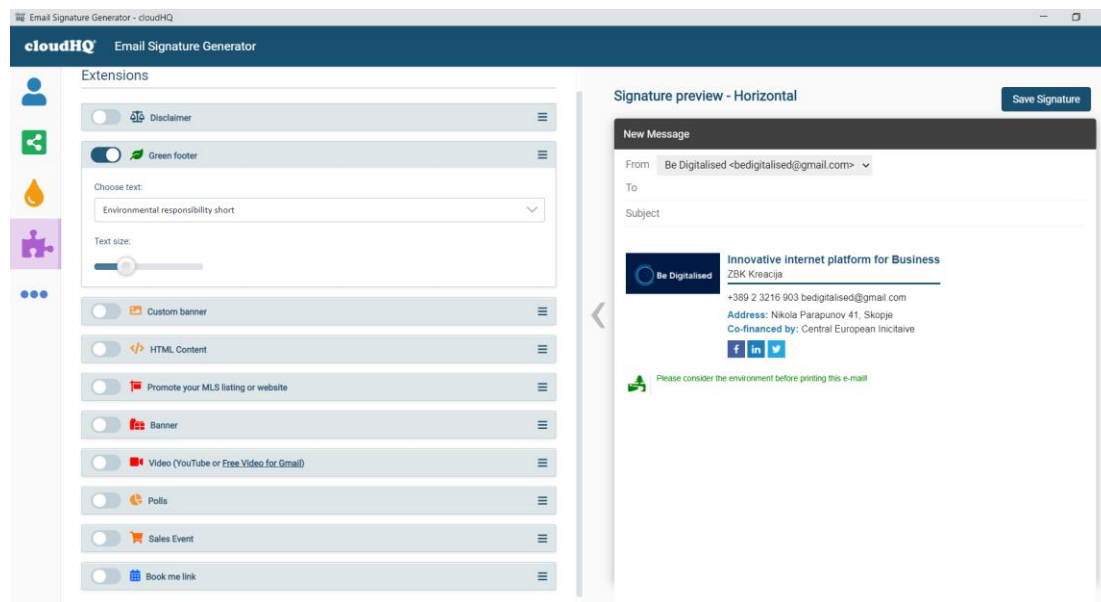
**Слика 4 Дополнување на потписот со Линкови од социјалните мрежи**

Линковите се додаваат со нивното копирање и залепување до знакот на секоја од социјалните мрежи.

**(г) Дизајн на текстот и сликите во потписот**



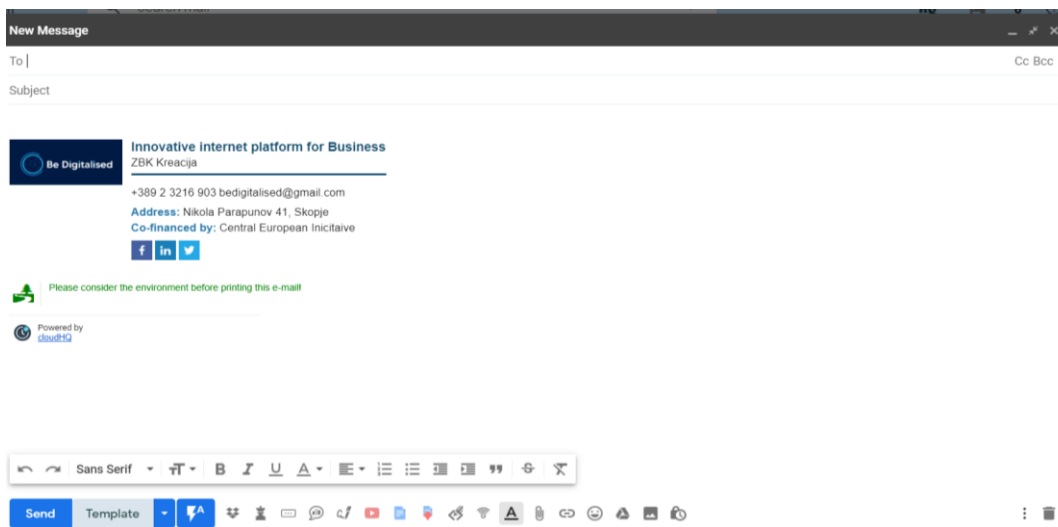
**Слика 5 Боја, големина и дизајн на текстот и сликите во потписот**



**Слика 6 ДРУГИ ИНФОРМАЦИИ ВО ПОТПИСОТ ПОВРЗАНИ СО ВАШИОТ БИЗНИС**

После внесувањето на сите информации во потписот, истиот го зачувувате со кликање на save signature.

Потписот автоматски се прикажува на секоја пратена, примена, одговорена, или препратена порака.



**Слика 7 ПРИМЕР ЗА КРЕИРАН ПОТПИС НА ФИРМАТА**

Вкупно време за креирање на потписот е 30 минути со коучинг поддршка на учесникот во проектот.

**Резултат:** Креиран потпис или потписи за сите емаил адреси на претпријатието.

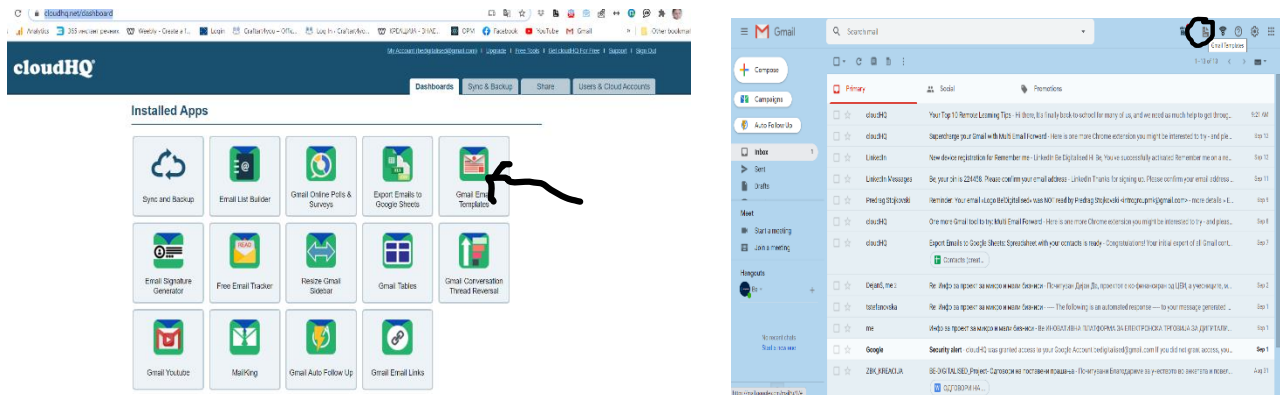
**Прашање/Коментар:** .....

.....

## Емаил обрасци- template

За заштеда на времето при пишување и праќање на пораките се препорачува апликацијата за креирање на обрасци на пораки, кои би се користеле за различни намени: информации, закажување состанок, промовирање на производите и сл.

Апликацијата се инсталира на gmail inbox од <https://www.cloudhq.net/dashboard>

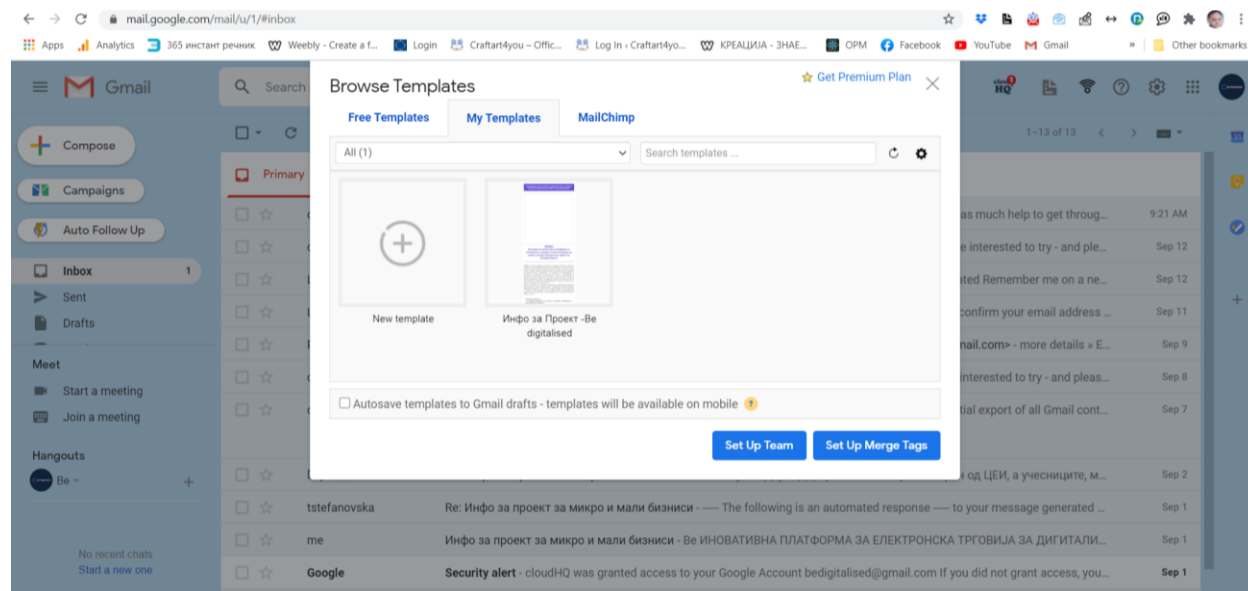


Слика 8 ПРЕЗЕМАЊЕ НА АПЛИКАЦИЈА ЗА GMAIL EMAIL TEMPLATES –ОБРАСЦИ

Со преземање на апликацијата имате можност за користење на три вида на обрасци: ваши сопствени обрасци; од gmail и од MailChimp

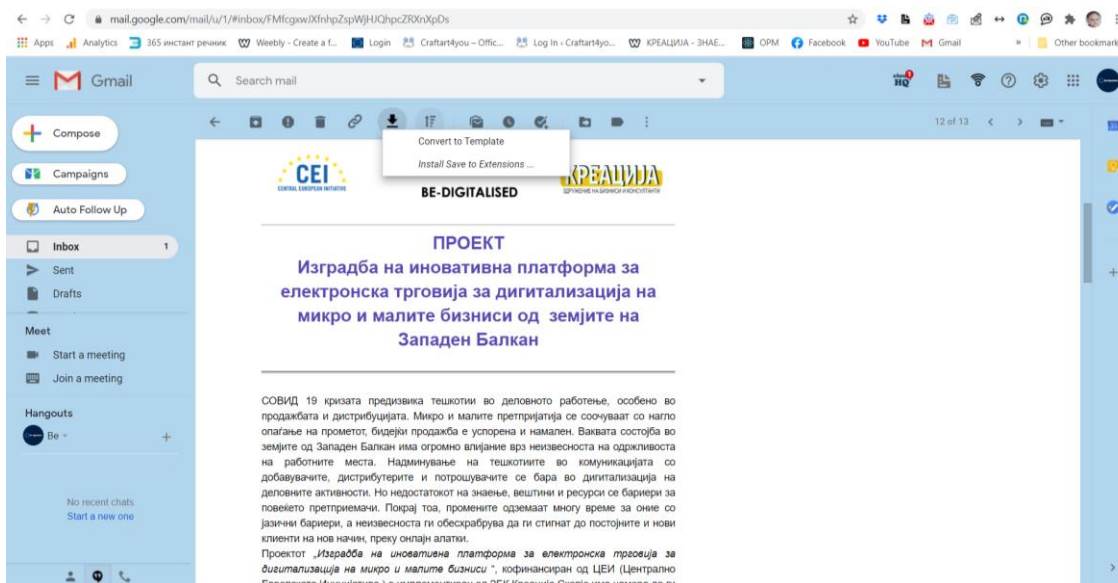
## Креирање свои обрасци – email templates

Изработката на сопствени обрасци е можна на два начина: преку постојни платформи (MailChimp, Constant Contact, sendinblue и други), или со преземање на обрасци што ви се допаѓаат.



Слика 9 КОРИСТЕЊЕ НА СВОИ ОБРАСЦИ НА ПОРАКИ

Ова е во случај кога имате заштитено ваши обрасци, доколку немате видете слика 10.

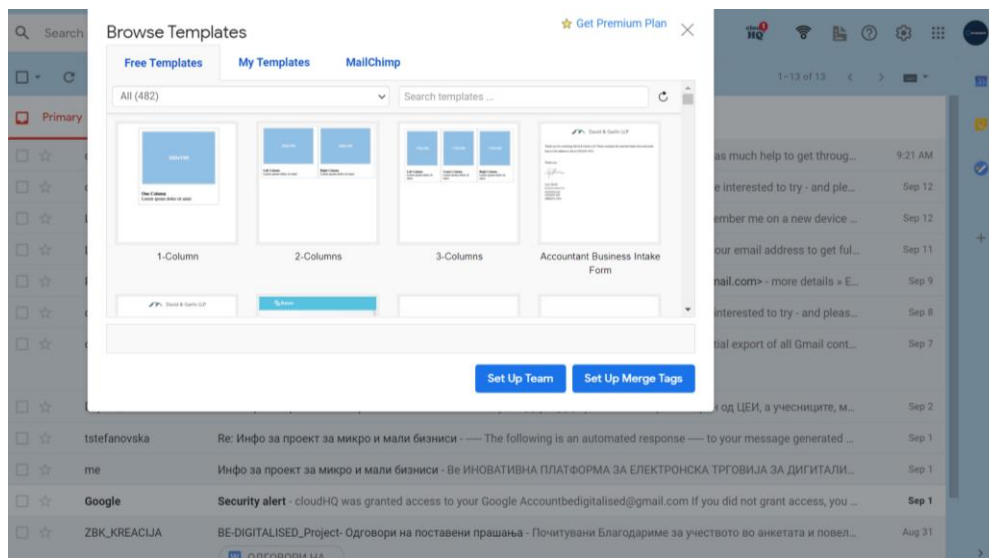


Слика 10 ПРЕВЗЕМАЊЕ НА ЕМАИЛ ОБРАЗЕЦ – КОНВЕРТИРАЊЕ ВО СВОЈ

Се отвора пораката и на стрелката се клика на convert template. Тој образец потоа се покажува во my templates.

### Користење на бесплатни емаил образци

Во gmail имате на располагање над 400 бесплатни образци кои може да се користат и прилагодат на потребите на бизнисот.



Слика 11 КОРИСТЕЊЕ НА БЕСПЛАТНИ ОБРАСЦИ ЗА ЕМАИЛ ПОРАКИ

Вкупно време за креирање на образци со коучинг поддршка е 60 минути.

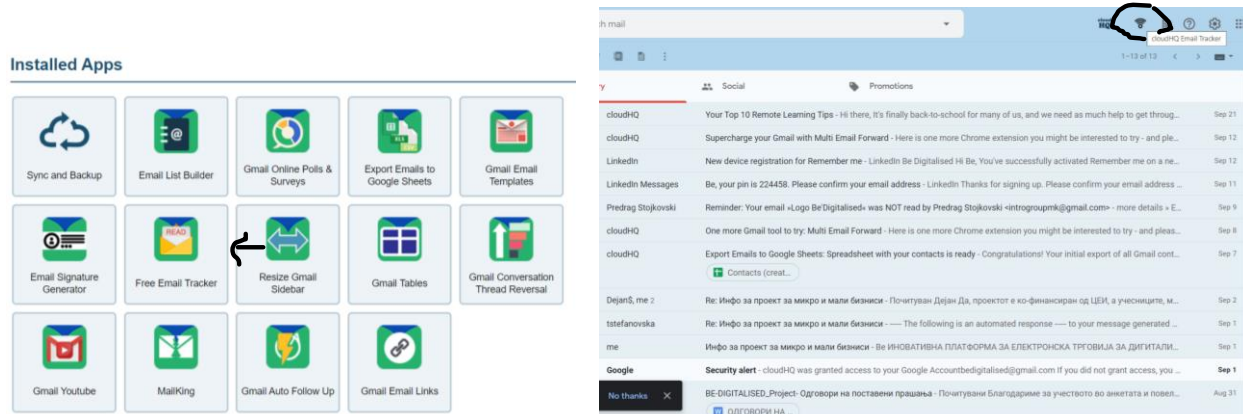
**Резултат:** Креирани емаил образци за сопствени потреби.

Прашање/Коментар: .....

## Следење на испратените пораки – free email tracker

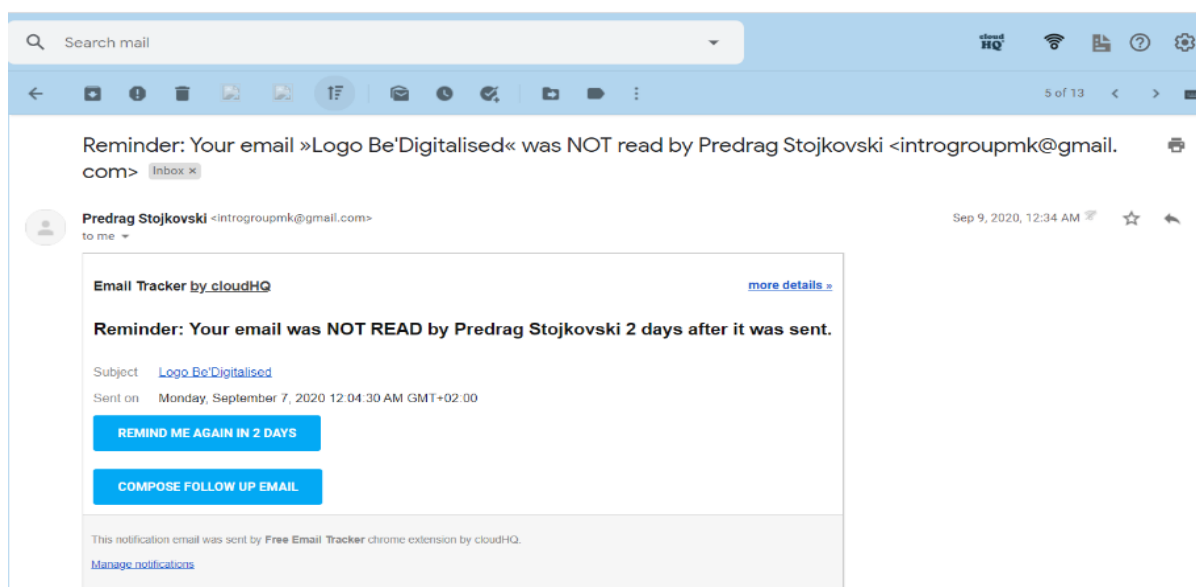
Со директен контакт испраќачот на пораката знае дали и колку неговата порака е примена и разбрана од страна на примателот на пораката. Во интернет комуникацијата, за испраќачот на пораката е непознато дали истата е отворена и прочитана. За да се надмине оваа неизвесност, поточно испраќачот на пораката да биде сигурен дека неговата порака е отворена и прочитана, постојат апликации со кои се добива потврда дали пораката е отворена од страна на примачот на пораката.

За оваа намена се препорачува апликацијата на <https://www.cloudhq.net/dashboard>, сликата подолу free email tracker.



СЛИКА 12 FREE EMAIL TRACKER – СЛЕДЕЊЕ НА ИСПРАТЕНИТЕ ПОРАКИ

Користењето на оваа апликација ви овозможува да ја следите вашата порака, испратена од соработник или потенцијален купувач и да реагирате навремено со следен чекор во комуникацијата.



СЛИКА 13 ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ИСПРАТЕНИТЕ ПОРАКИ

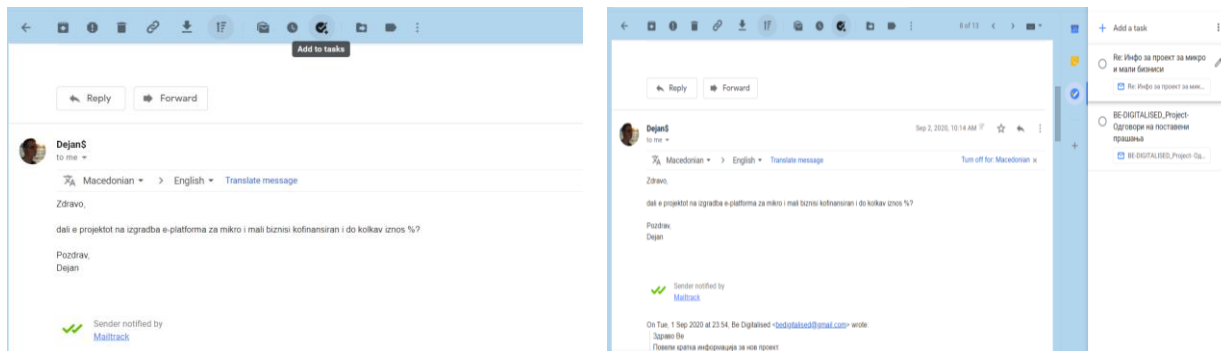


Доколку пораката не е отворена и прочитана, апликацијата автоматски ве известува и ви овозможува две опции, да испратите следна порака, или да ве потсети после 2 дена дали вашата порака е прочитана.

На овој начин, постојано сте во тек со целокупната ваша комуникација со вработените, соработниците и купувачите.

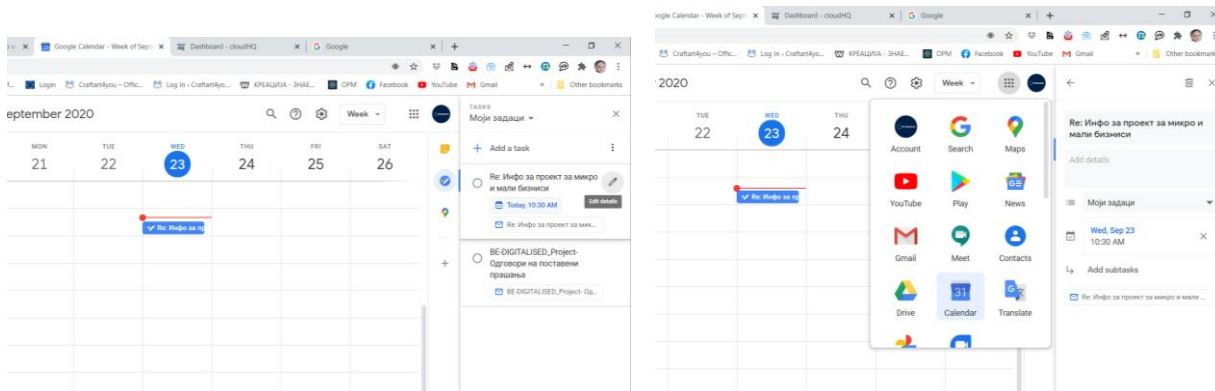
## Поврзување на емаил пораките со задачи и календарот

За поефикасно работење во самата gmail адресата овозможено е пораките да се префрлаат во задачи, а задачите временски да се распоредат во календарот.



Слика 14 Поврзување на пораките во задачи за работа

Задачите се покажуваат и во календарот. Со кликување на edit task добивате можност да ставите датум и време и со тоа задачата се распоредува во календарот.



Слика 15 Поврзување на задачите со календарот за работа

Вкупно време за креирање на потписот е 60 минути со коучинг поддршка на учесникот во проектот.

**Резултат:** Систем за следење на директната комуникација и нејзино усогласување со задачите и временскиот распоред на работење.

Прашање/Коментар: .....

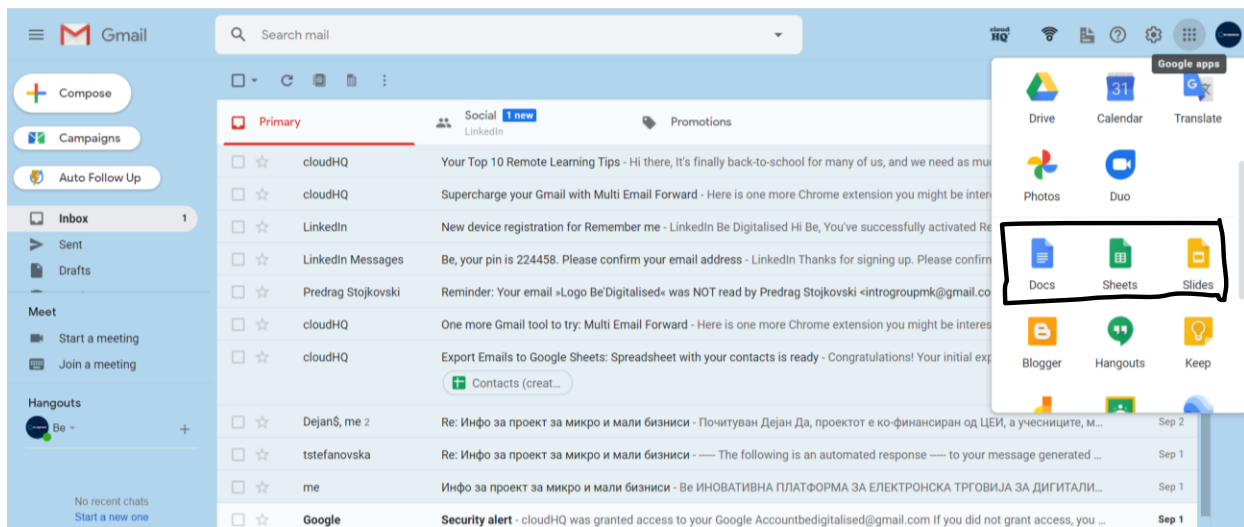
## (б) Содржина

Како што постојат алатки и апликации за брзо обликување на формата на пораката и нејзино следење, така постојат бесплатни алатки за создавање на содржина на пораката. Прикажани се три групи на алатки кои одговараат на следниве прашања:

- Како да ја соопштам мојата порака до примателот, на побрз начин?
- Како да добијам мислење од потенцијалните купувачи за прашања од мојот бизнис?
- Како да ја пренесам комуникацијата со мојот глас?

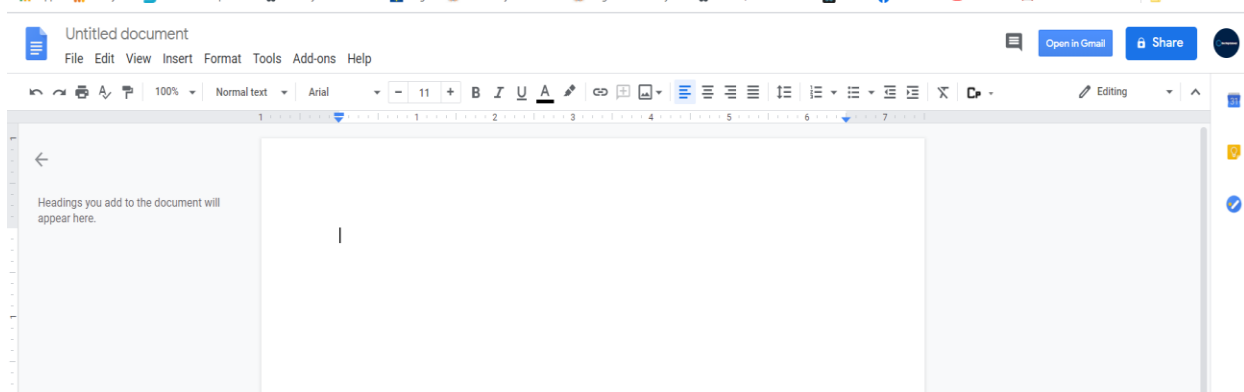
### Алатки за текстови Google drive docs (word, excel, slides)

За создавање на содржината на пораките ви ги предлагаме бесплатните Google drive документи. Изборот на видот на документот е од вашиот gmail

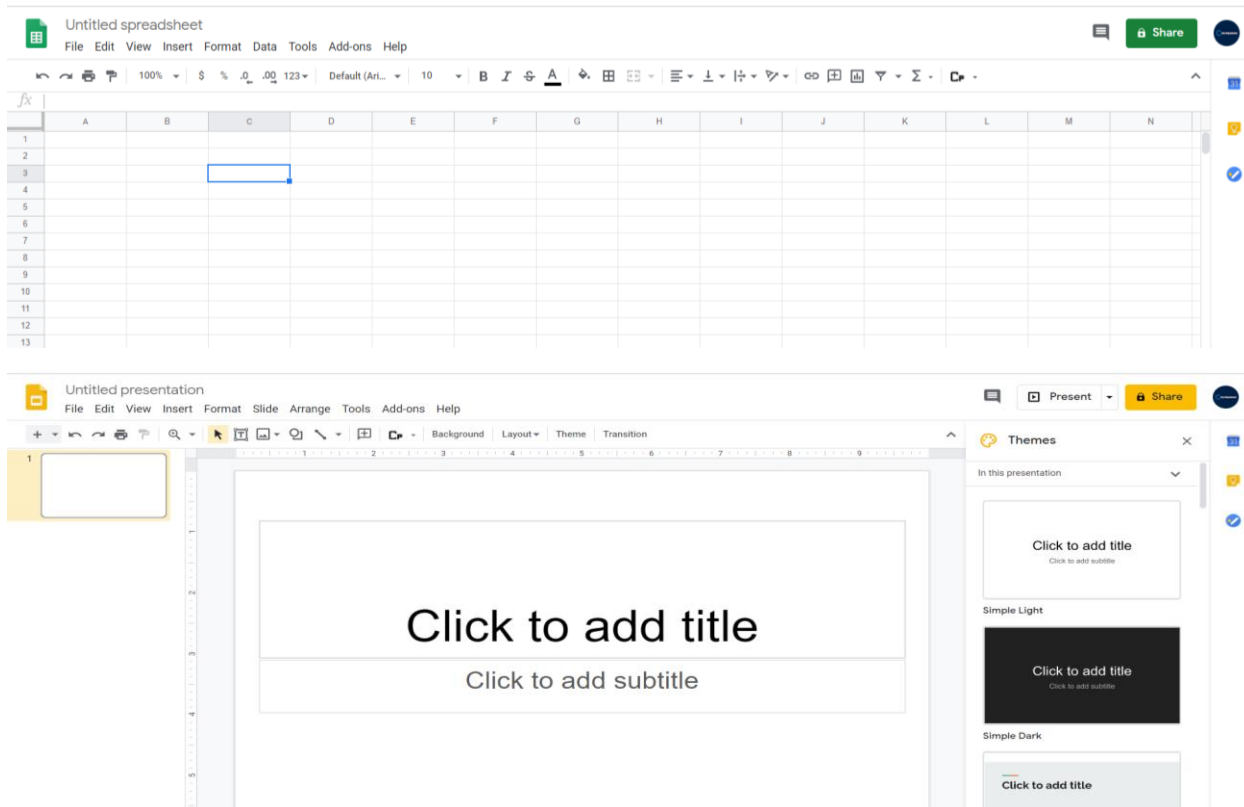


Слика 16 ПРИСТАП ДО GOOGLE DRIVE ДОКУМЕНТИТЕ.

Документите се истите како на Microsoft office (word, excel, power point) и се работи на ист начин, така да корисникот на овие алатки треба да има претходно знаење за ворд, ексел и слајдови. Дополнителна предност е што секој документ може да се сподели/share за читање и дополнување од други соработници и да се претвори во емаил порака (open in gmail).



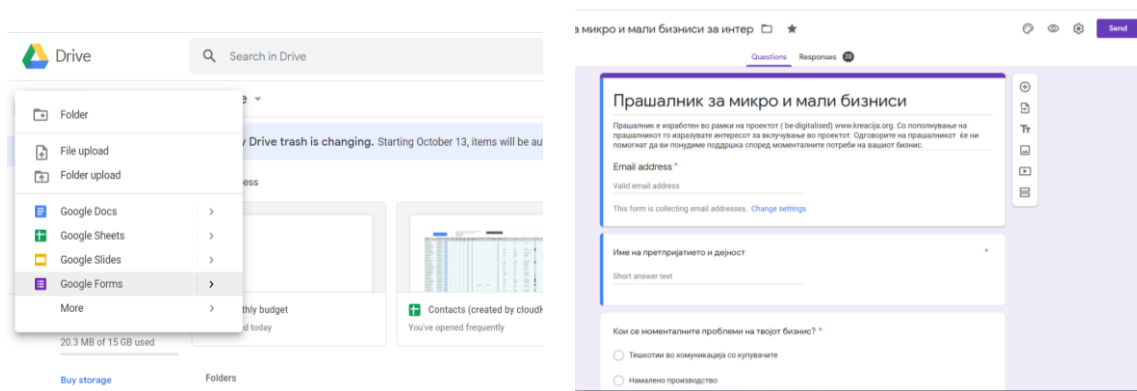




СЛИКА 17 РАБОТА СО GOOGLE DRIVE DOCS (WORD, EXCEL ,POWER POINT)

## Спроведување Анкети/истражувања

За добивање на одговори од соработниците и потенцијалните купувачи за прашања од вашиот бизнис ви го предлагаме Google образецот.



СЛИКА 18 ИЗРАБОТКА НА АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК И СЛЕДЕЊЕ НА ОДГОВОРИТЕ

Оваа алатка е предмет на коучинг сесиите на кои учесникот се води да изработи и пилотира една анкета за прашања поврзани со нивниот бизнис.

**Резултат:** Дигитизација на стандардните содржини на пораките и системот на комуникација со субјектите на пазарот

**Прашање/Коментар:**.....

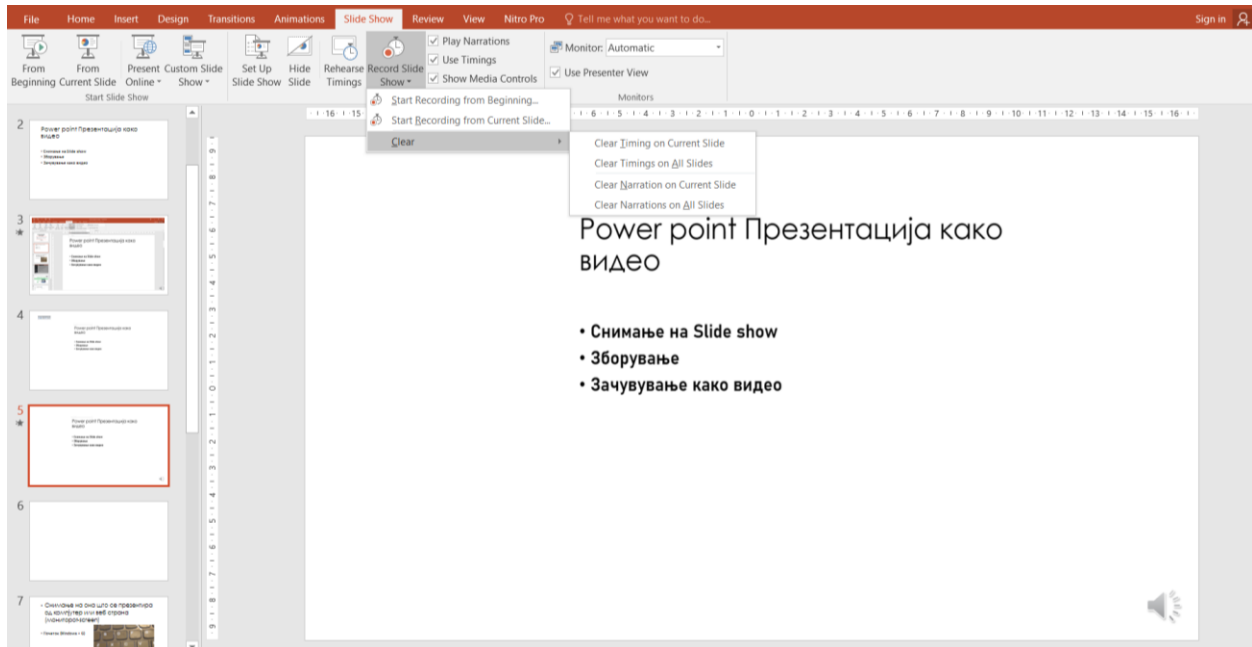
## (в) Алатки за снимање на видео пораки

Ефикасност во работењето се постигнува со изработка на пораки кои можат да се повторуваат без учество на сопственикот на бизнисот. Покрај со пишани, дигитални содржини оваа ефикасност може да се постигне и со снимање на видео пораки и презентации за едукативни промотивни бизнис цели.

За оваа намена се предлагаат четири алатки: Powerpoint презентација; Windows 10; Free camera; и Screen recording;

### Снимање на видео од Powerpoint презентација

Power point слајдовите можат да се снимаат како видео презентација со звук и глас. Снимањето е вградено во Power point office 2016.



СЛИКА 19 СНИМАЊЕ ВИДЕО СО POWER POINT

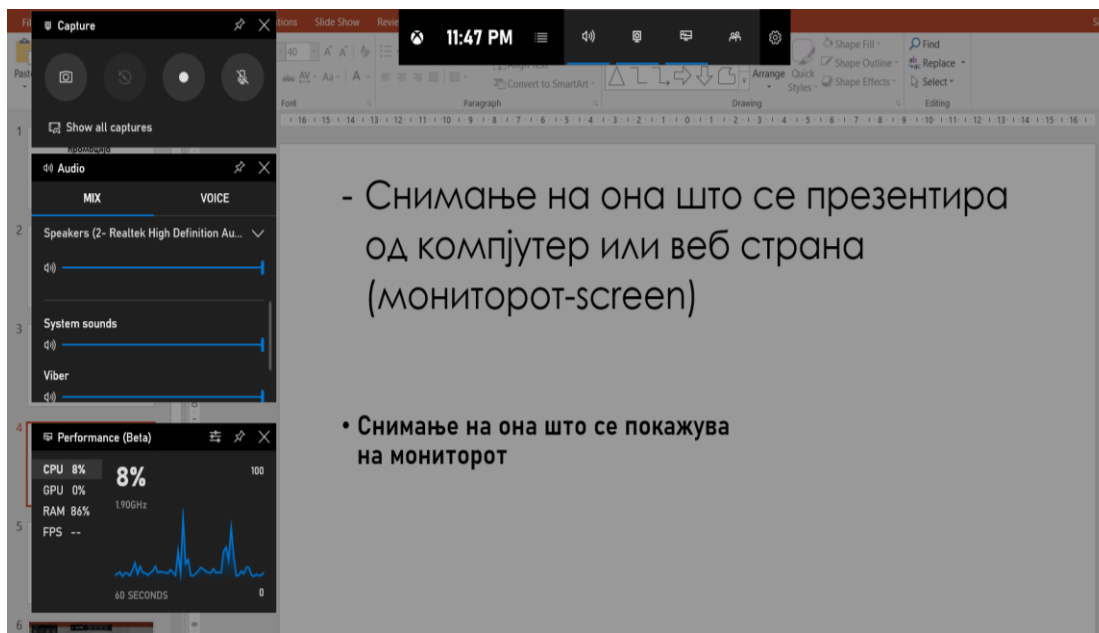
Инструкции за снимање и објавување на видео презентација снимена со Power Point office ги имате на [следниот линк: https://www.youtube.com/watch?v=O3uj2Z0khPE](https://www.youtube.com/watch?v=O3uj2Z0khPE) (4:28 минути)

### Снимање видео со Windows 10

Следната бесплатна алатка за снимање на видео е Windows 10. Потребно е на вашиот компјутер да го имате инсталирано и потоа со вградената алатка да снимате видео.

Оваа алатка овозможува снимање слика и глас и со неа можете да снимате содржини од вашиот компјутер и/или објавени на вашата веб страница и други веб адреси.

Сликата што следи го презентира почетокот на снимањето, а целосното видео со инструкции како да се користи оваа алатка за вашите потреби се наоѓа на [следниот линк: https://www.youtube.com/watch?v=b5XyrEKoyJ0&t=18s](https://www.youtube.com/watch?v=b5XyrEKoyJ0&t=18s) (3:44 минути).

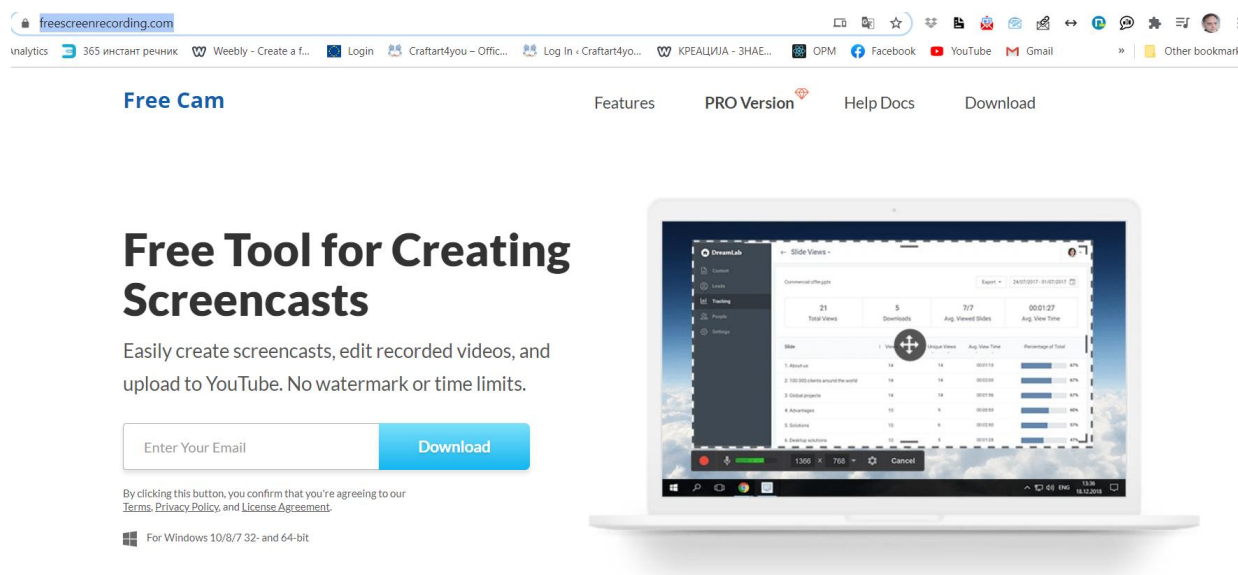


Слика 20 СНИМАЊЕ НА ВИДЕО СО WINDOWS 10

Доколку немате вградено Windows 10 во вашиот компјутер ви предлагаме уште две други бесплатни алатки за вашиот бизнис.

### Снимање со алатка Free camera;

Оваа алатка ви овозможува снимање на содржини и глас како видео запис. Бесплатното преземање на апликацијата е на <https://www.freescreeenrecording.com/>



Слика 21 ПРЕЗЕМАЊЕ НА АПЛИКАЦИЈАТА ЗА FREE CAMERA

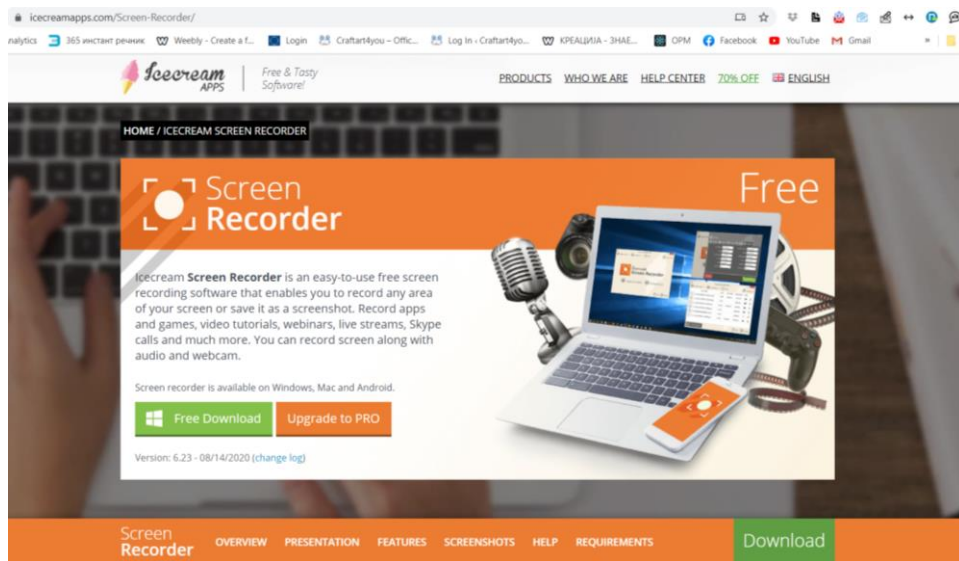
Инструкциите , текст и слики, за користење на оваа алатка може да ги земете на

[СЛЕДНИОТ ЛИНК:](#)

<https://www.freescreeenrecording.com/docs/display/freecam/Creating+a+New+Recording>

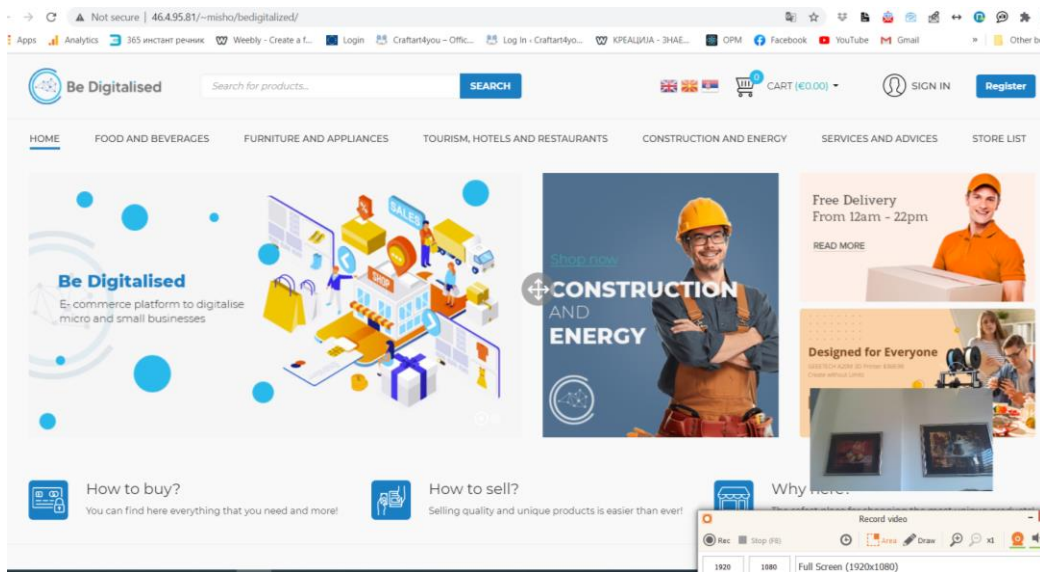
## Снимање видео со ICECREAM Screen recording;

Пристапот до апликацијата е [на линкот https://icecreamapps.com/Screen-Recorder/](https://icecreamapps.com/Screen-Recorder/) со можност да се користи бесплатна, или професионална платена верзија.



Слика 22 ПРИСТАП ДО АПЛИКАЦИЈАТА ICECREAM SCREEN RECORDING

Оваа алатка е понапредна од претходните бидејќи овозможува приказ и на говорникот/ презентерот.



Слика 23 КОРИСТЕЊЕ НА КАМЕРА СО АПЛИКАЦИЈАТА ICECREAM SCREEN RECORDING

**Резултат:** Стекнати вештини за користење на апликации за снимени видео пораки за поширока дистрибуција на пазарот

Прашање/Коментар: .....



## Втор ДЕЛ – Брендирање на индиректната комуникација на бизнисот, масовна комуникација со пазарот, купувачи и потрошувачи

Во интернет работењето следењето на масовната комуникација е дел од брендирањето на бизнисот, поточно брендот се гради и според тоа дали на заинтересираните купувачи навремено и соодветно им ги испорачувате бараните информации и одговори на прашањата.

Индиректната масовна комуникација треба да води до идентификување на потенцијалните купувачи на вашите производи/услуги. Затоа во вој дел се презентираат алатките што овозможуваат континуитет во комуникацијата со купувачите како поединци, а не група на луѓе, како и следење на нивното однесување и потреби.

- Емаил кампања
- Повеќекратно испраќање на пораки на иста тема и следење на однесувањето на примателите на пораките
- Facebook профил и/или fun page
- LinkedIn профил и групи/ сегменти на пазарот.

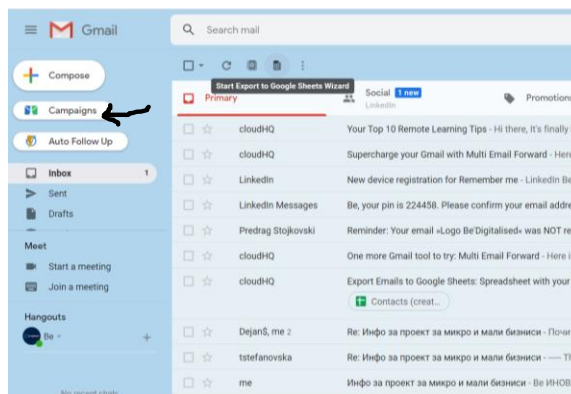
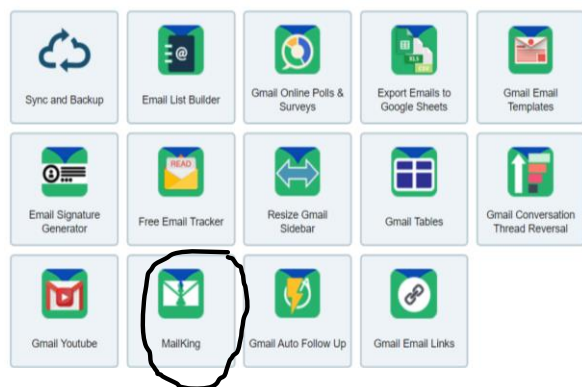
### Емаил индиректна комуникација

За интернет кампањи ви препорачуваме две апликации од [ЛИНКТО](https://www.cloudhq.net/dashboard) <https://www.cloudhq.net/dashboard>.

#### Емаил кампања- Mailking

Предноста на оваа алатка е што може да се испратат повеќе пораки одеднаш и потоа да се следи дали се отворени и прочитани од примателите на пораките. Препорачлива е за промотивни цели и продажни акции.

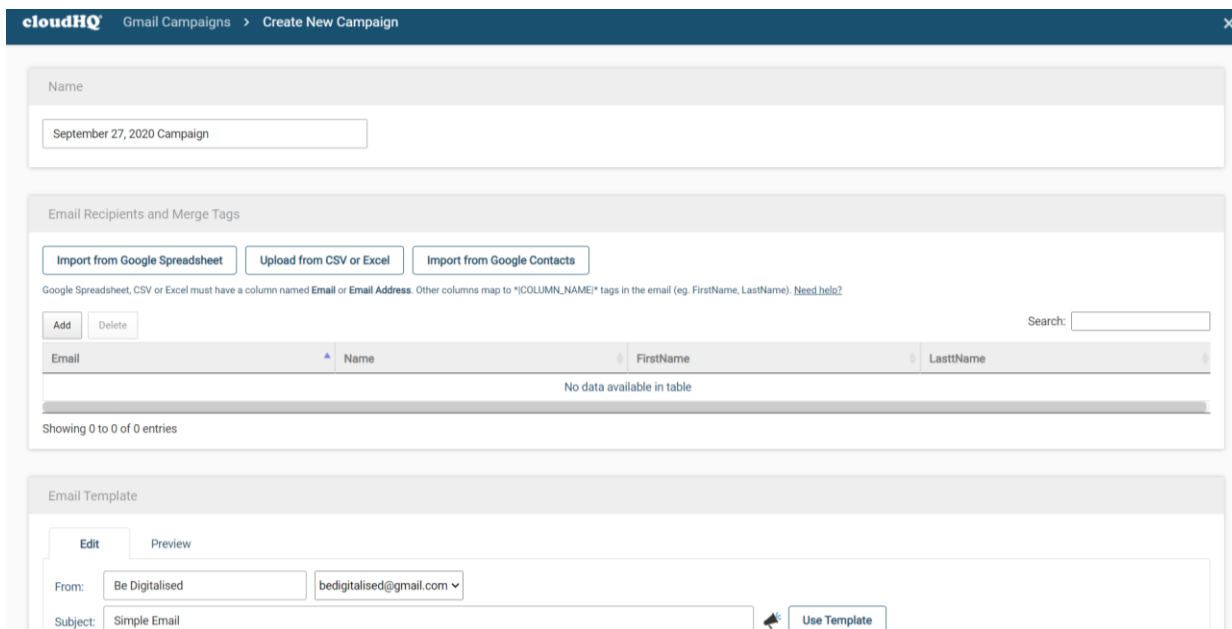
##### Installed Apps



Слика 24 АПЛИКАЦИЈА ЗА ЕМАИЛ КАМПАЊА –MAILKING

Со кликување на campaigns се отвара апликацијата за започнување на нова кампања, во која што се изработува пораката и се додава времето кога треба да биде испратена.

Првиот чекор е додавање на емаил адреси со впишување, користење на контактите од gmail, или со користење на ексел документ. Начинот на изработка на ексел документ со емаил адреси се објаснува на коучинг сесија.



**Слика 25 КРЕИРАЊЕ КАМПАЊА СО MAILKING**

Инструкциите за изработка на кампањата се добиваат во текот на коучинг сесијата. По креирањето и испраќањето на пораката може да следите дали примателите ја отвориле пораката, како на сликата подолу.

Campaign September 1, 2020 Campaign Project Be-Digitalised has finished.  
164 out of 164 emails sent.

Show: All Export to Google Sheets

Email	Status	Sent	Opened	Replied
a.popovik@yahoo.com	SENT	September 1, 2020 11:59 PM	September 2, 2020 12:40 AM	-
a_brez@yahoo.co.uk	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	September 2, 2020 6:53 AM	-
a_preskakulev@yahoo.com	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	-	-
admira.muhoic@starigrad.ba	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	-	-
adv_gjorgieva@yahoo.com	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	-	-
agimjonuz@gmail.com	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	September 2, 2020 8:12 AM	-
agumberovski@gmail.com	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	September 2, 2020 12:38 AM	-
ajselmemet@yahoo.com	SENT	September 1, 2020 11:58 PM	-	-
aleksandarkostadinov@yahoo.it	SENT	September 1, 2020 11:57 PM	September 2, 2020 12:41 AM	-
ana.temelkoska@hotmail.com	SENT	September 1, 2020 11:57 PM	-	-
ancevan@gmail.com	SENT	September 1, 2020 11:57 PM	-	-
angkrste@gmail.com	SENT	September 1, 2020 11:57 PM	September 2, 2020 8:31 AM	-

[Load More ...](#)

**Слика 26 СЛЕДЕЊЕ НА КАМПАЊА СО MAILKING**

Вкупно време за креирање на кампања е 30 минути со коучинг поддршка.

**Резултат:** Вештини за комуникација во голем обем во текот на неделата .

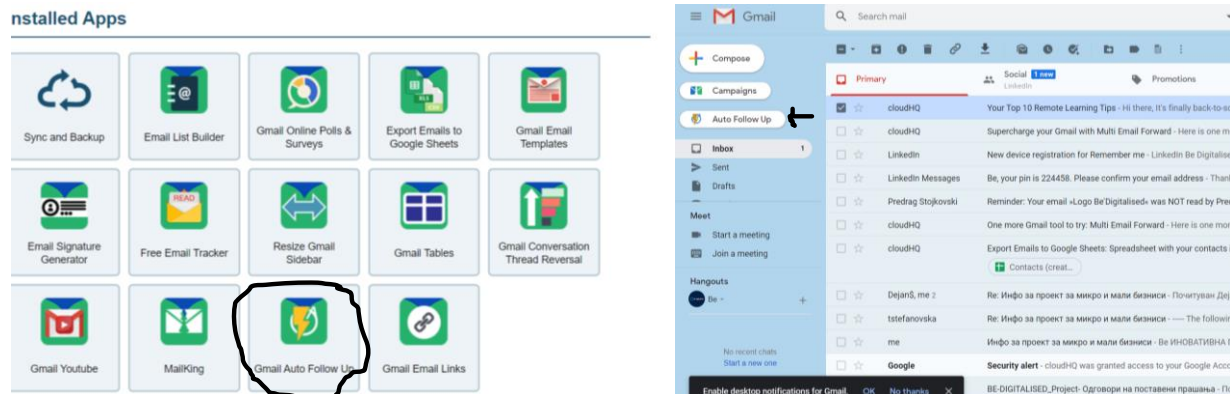
**Прашање/Коментар:** .....



## Повеќекратно испраќање на пораки на иста тема на исти емиал адреси

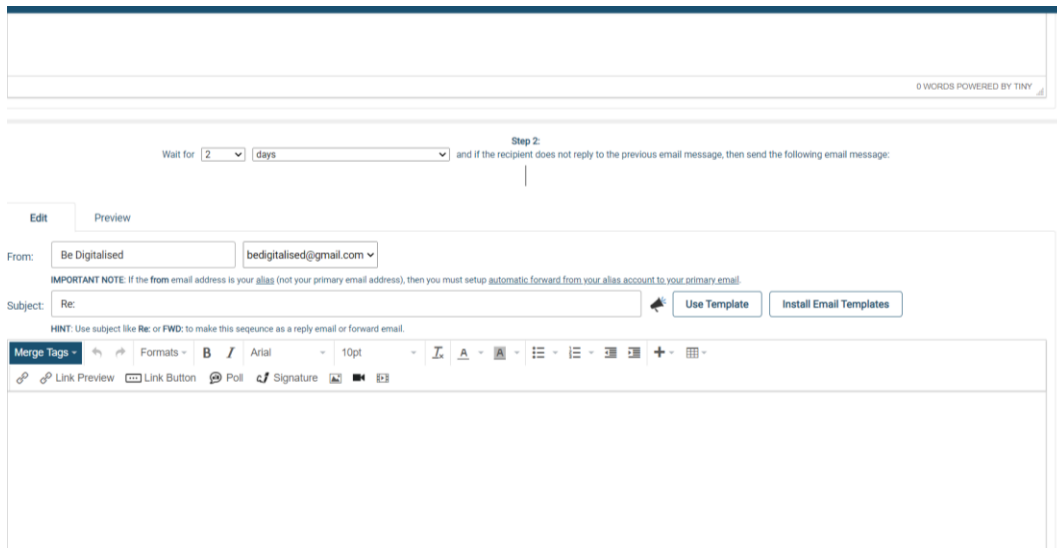
Познато правило е дека мал број на луѓе реагираат на првата порака. Во теоријата за продажба тоа правило вели дека 70 % од луѓето сакаат најмалку 3 понуди за да одлучат дали да го купат производот.

За да се обезбеди ова правило во интернет комуникацијата ви препорачуваме апликација Auto follow up.



Слика 27 ИНСТАЛИРАЊЕ НА GMAIL AUTO FOLLOW UP

Оваа апликација е слична со Mailking кампањата, но надградена со можноста да се испраќаат повеќе пораки на иста тема со претходно дефинирано време на испраќање на пораките.



Слика 28 ИСПРАЌАЊЕ НА ПОВЕЌЕ ПОРАКИ НА ИСТИ ПРИМАТЕЛИ –GMAIL AUTO FOLLOW UP

Step 2 од слика 28 е втората порака во кампањата. Апликацијата дозволува да се креираат повеќе пораки на иста тема со додавање на стер-чекори. Кај секоја порака треба да се одреди после колку дена од првата порака да се испрати следната.



Stage 1: SENT

Campaign **Инфо за Проект за дигитализација на бизнисите-Be digitalised** Stage 1/3 has finished.  
28 out of 28 emails sent.

Show: All Export to Google Sheets

Email	Status	Sent	Opened	Replied
adora@adora.com.mk	SENT	September 12, 2020 10:21 PM	-	-
am1rbekiroski@gmail.com	SENT	September 12, 2020 10:21 PM	-	-
anagjorgievska@yahoo.com	SENT	September 12, 2020 10:21 PM	-	-
bdameva@yahoo.com	SENT	September 12, 2020 10:21 PM	-	-
boris.tasevski@fakom.com.mk	SENT	September 12, 2020 10:21 PM	September 14, 2020 7:35 AM	-
borissterjov@gmail.com	SENT	September 12, 2020 10:21 PM	September 13, 2020 7:30 AM	-
cece.kotevska@gmail.com	SENT	September 12, 2020 10:20 PM	-	-
.....	SENT	September 12, 2020 10:20 PM	September 14, 2020 6:10 AM	-

Stage 2: SENT

Campaign **Инфо за Проект за дигитализација на бизнисите-Be digitalised** Stage 2/3 has finished.  
28 out of 28 emails sent.

Show: All Export to Google Sheets

Email	Status	Sent	Opened	Replied
adora@adora.com.mk	SENT	September 16, 2020 10:26 PM	-	-
am1rbekiroski@gmail.com	SENT	September 16, 2020 10:26 PM	-	-
anagjorgievska@yahoo.com	SENT	September 16, 2020 10:26 PM	-	-

**Слика 29** Следење на пораките испратени со GMAIL AUTO FOLLOW UP

Исто како кај Mailking, можно е следење кој ја отворил пораката и по кое праќање до него/неа прочитал/а, пр. прво, второ итн.

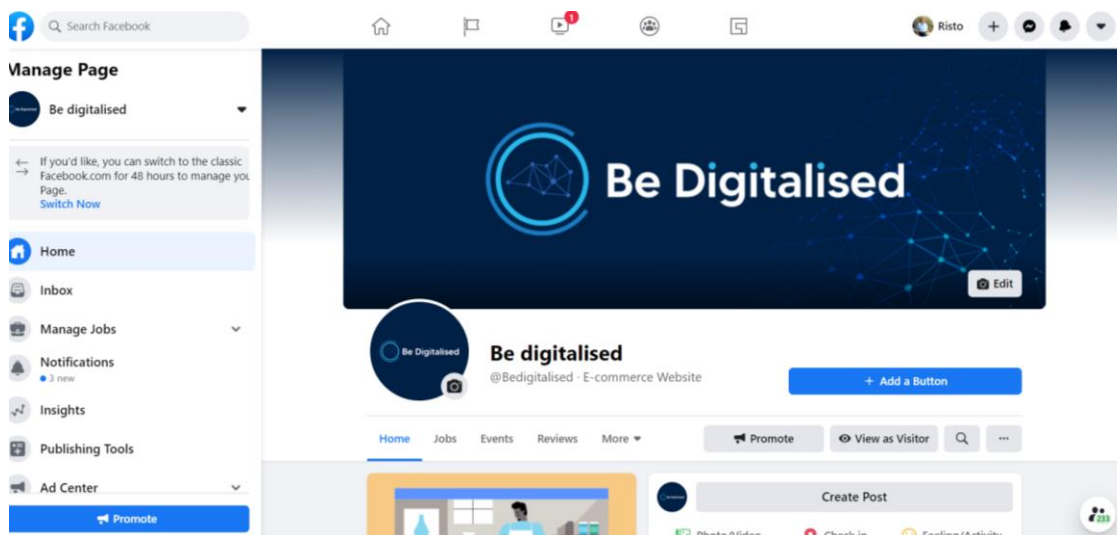
Вкупно време за креирање на кампања е 60 минути со коучинг поддршка.

**Резултат:** Вештини за комуникација во голем обем, со повторување на пораките.

**Прашање/Коментар:** .....

## Facebook профил и/или fun page

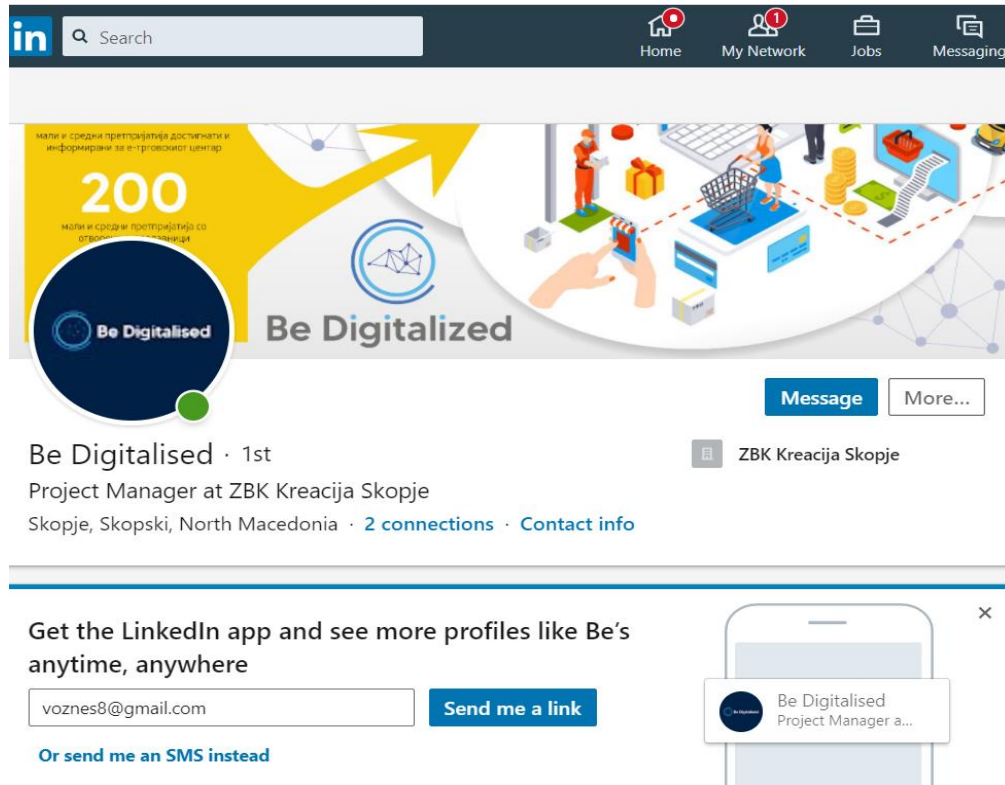
Брендирањето на Facebook е прикажано само во однос на примена на логото и основни информации за претпријатието. Повеќе ќе биде презентирано во Едукативниот пакетот 2.



**Слика 30** БРЕНДИРАЊЕ НА FACEBOOK PAGE

## LinkedIn профил и групи/ сегменти на пазарот.

Брендирањето на LinkedIn е прикажано само во однос на примена на логото и основни информации за претпријатието. Повеќе ќе биде презентирано во Едукативниот пакетот 2.



Слика 31 БРЕНДИРАЊЕ НА LINKEDIN ПРОФИЛ

## РЕЗИМЕ на ВТОР ДЕЛ

Учесникот кој издвоил 30 саати во 6 коучинг сесии за потребите на својот бизнис го има на располагање следново:

- (1) Систем за комуникација со поголем обем на приматели на пораките и следење на кампања со Mailing;
- (2) Систем за следење на повеќекратна комуникација со сите приматели на пораките Auto Follow UP;
- (3) Брендиран профил на Facebook и LinkedIn.
- (4) Вештини за користење на алатки за промотивна и продажна кампања.

### Прашања/Коментар/ Забелешки

.....

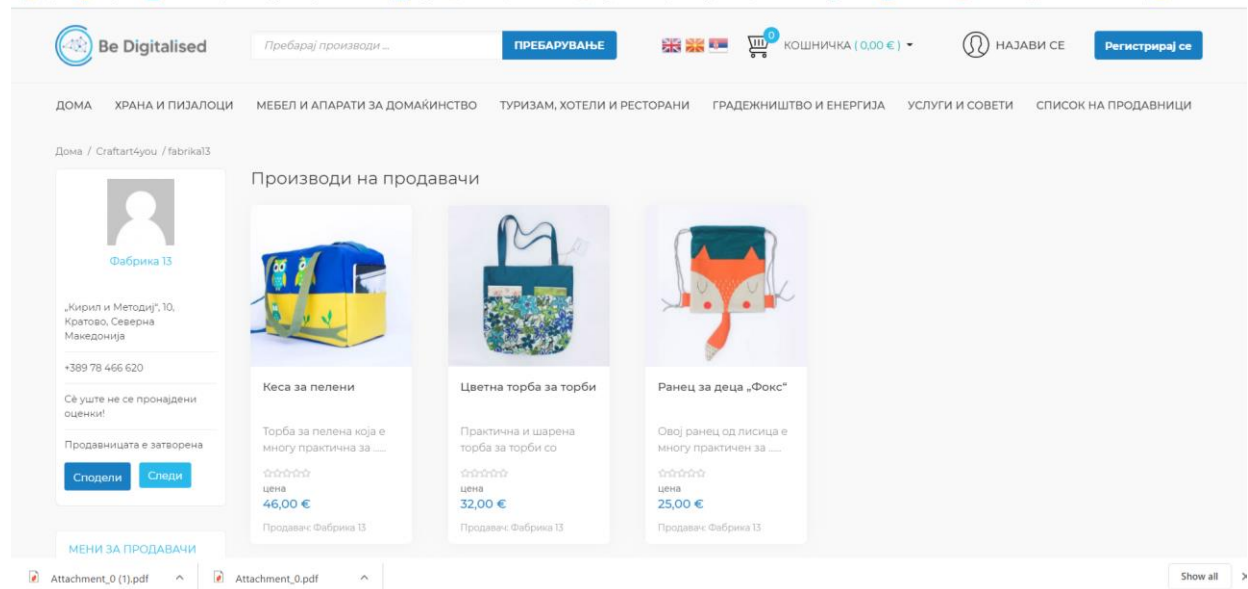
.....

## ТРЕТ ДЕЛ брендирање на производитите и/или услугите на фирмата

Овој дел опфаќа подготовка за отворање на е-продавницата на платформата [www.bedigitalised.com](http://www.bedigitalised.com) со цел презентирање на прашањата што се дел од брендирање на бизнисот.

### Брендирање на е-продавницата

Учесниците во проектот како клучен нов ресурс во работата ќе ја имаат интернет продавницата што ќе ја отворат на платформата [www.bedigitalised.com](http://www.bedigitalised.com).



Слика 32 БРЕНДИРАЊЕ НА Е-ПРОДАВНИЦА НА ПЛАТФОРМАТА [BEDIGITALISED.COM](http://BEDIGITALISED.COM).

Затоа во овој дел се прикажани прашањата поврзани со позиционирање на брендот преку интернет продавница.

Во текот на вебинарот и коучинг сесиите учесникот ќе стекне вештини за самостојно уредување и раководење на сопствената продавница

Прашањата поврзани со брендирањето се

- Лого на претпријатието, слика и краток текст;
- Работно време на е-продавницата, за комуникација со купувачите;
- Името на производот, опис и слика;
- Цената за секој производ и начинот на испорака;
- Начин на купување, плаќање и испораката,
- Политика за заштита на потрошувачите.

.....

.....

.....

## УПАТСТВО

### Супервизија на Коучи

Спроведување на Едукативниот пакет се води под надзор на супервизор. Тој го поддржува Коучот во примената на алатките и успешно спроведување на коучинг сесиите. Ова упатство ги презентира активностите на супервизорот во поддршката на коучот во процес на испораката на Коучинг програмата.

Процесот на супервизија се однесува на четири прашања:

#### (1) ИДЕНТИФИКУВАЊЕ КЛИЕНТОТ

##### 1.1. **Материјали што Коучот треба да ги има:**

- Едукативен Пакет 1
- Своја gmail адреса
- Секторите за кои може да се отвори е-продавница

##### 1.2. **Сектори и компании во кои има искуство**

- Листа на компании со кои соработува или сака да ги контактира

#### (2) ПРОЦЕНКА НА КЛИЕНТ

##### 2.1 **Подготовка за средба –демо сесија** – разговор со Супервизорот по телефон или е-пошта за Информациите за клиентот и секторот (погледни прирачник)

- ❖ Подготвени алатки за средбата-демо сесијата;

##### 2.2. **Текот на демо сесијата** – присуство на супервизорот на првиот контакт и демо средба на Коучот со клиентот:

- Пополнети податоци за клиентот до користените алатки во четирите чекори
- Идентификувана цел на Коучингот

##### 2.3 **Понуда и договор** - 30 минути разговор (телефон, скајп или директна средба) за текстот на понудата и работниот план и датумот на потпишување на Договорот за коучинг

#### (3) ТЕКОТ НА КОУЧИНГ СЕСИИТЕ И РЕЗУЛТАТИТЕ КАЈ КЛИЕНТОТ

##### 3.1. **Пред секоја поединечна сесија** – разговор со Супервизорот за потребните материјали и чекорите предвидени за сесијата

##### 3.2 **По завршување на сесијата** - разговор со Супервизорот за:

- Текот и резултатите од сесијата
- Задачите за следната сесија
- Статистики на клиентот за неделата

##### 3.3. **Завршување на коучингот** - онлајн разговор со Супервизорот за проценка на успехот, статистики за продажбата и завршниот извештај за клиентот

#### (4) СЛЕДЕЊЕ НА КЛИЕНТОТ ВО НАРЕДНИТЕ ТРИ МЕСЕЦИ.

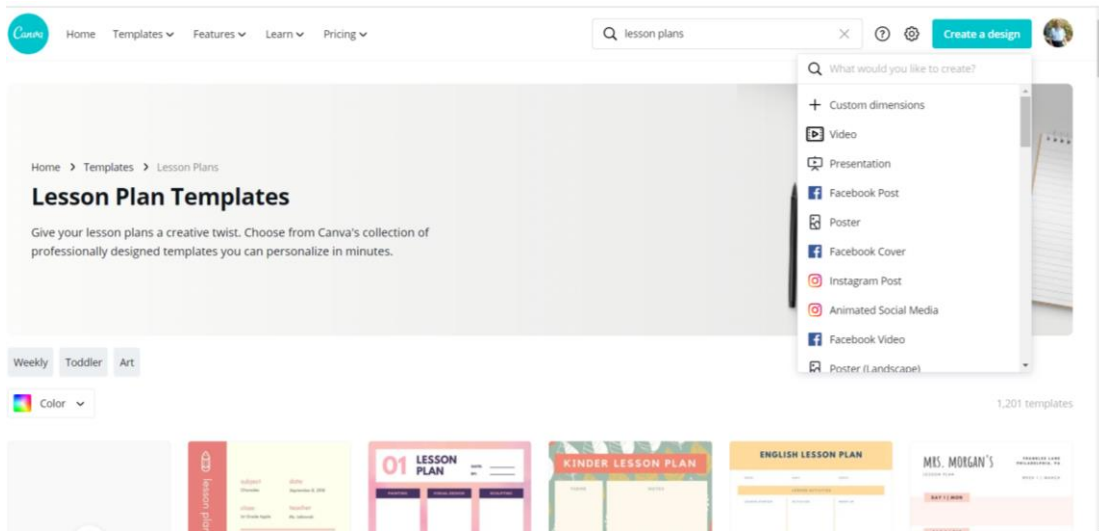
- Извештај на Супервизорот за успехот на Коучот со конкретниот клиент
- Месечен разговор за статистиките на клиентот за интернет продажбата

## Алатки за Коучинг и Супервизија

Имајќи предвид дека Коучингот и супервизијата се спроведуваат онлајн на крај се презентирани три алатки како помош во испораката на едукативниот пакет 1:

### Подготовка на презентации, видеа, постови, банери .... со Canva

Апликацијата Canva овозможува брзо средување на инструктивни видеа, презентации, постови, слики итн. Може да се користи на следниот линк: <https://www.canva.com/>



Слика 33 КОРИСТЕЊЕ НА АПЛИКАЦИЈАТА CANVA ЗА ПОДГОТОВКА НА ЕДУКАТИВНИ МАТЕРИЈАЛИ

Оваа апликација овозможува брзо средување на постојните едукативни материјали, или изработка на нови, коишто се симнуваат во вашиот компјутер за понатамошно користење.

### TeamViewer за работа со клиентот

Оваа апликација му овозможува на коучот и /или ментор да има пристап до компјутерот на менторираниот и да демонстрира како одредена алатка да се инсталира или користи. Team Viewer е бесплатна апликација и може да се преземе од <https://www.teamviewer.com/en/>



Слика 34 ПРЕЗЕМАЊЕ АПЛИКАЦИЈА TEAM VIEWER

## Quick Assist за работа со клиент

Оваа апликација е дел од Windows 10 и работи на побрз и разбирлив начин за корисникот.



СЛИКА 35 QUICK ASSIST –WINDOWS АЛАТКА

Обуката на коучите за овие алатки не е дел од овој едукативен пакет кој е наменет за претпријатијата –учесници во проектот.

### Прашања/Коментар/ Забелешки

---

---