

MANUAL MBI TRAJNIMIN

MARKETINGU DIGJITAL

Tiranë më, 25.10.2022

**Organizuar nga Save The Children
në bashkëpunim me AKPA**

Trajnuese: Beringila Muho

Mbështetja e shkollave dhe qendrave profesionale është një nga objektivat kryesore të projektit, duke u dhënë kështu mundësinë që ata të jenë një nga aktorët konkurrues të përzgjedhur nga të rinjtë për të ndjekur rrugën e tyre profesionale. Numri i të rinjve që ndjekin shkollat profesionale është rritur ndjeshëm vitet e fundit. Ndërgjegjësimi masiv dhe qasja e ndjekur ka bërë që arsimit profesional të shihet si një mundësi shumë e mirë që rrit shanset për punësim në të ardhmen e afërt. Me ndryshimet e shpejta në avancimin e teknologjisë dhe rolin që ajo po luan në jetën tonë, si nxënësit ashtu edhe prindërit po qëndrojnë gjithmonë e më shumë në mediat sociale përmes pajisjeve të tyre celulare apo desktop. Në këtë kuadër është e domosdoshme që shkollat e arsimit profesional të përgatiten për të zhvilluar fushatën e tyre të ndërgjegjësimit në mënyrë të zgjuar dhe tërheqëse në platformat e mediave sociale. Në këtë kontekst, është e rëndësishme që shkollat e arsimit profesional të mbështeten profesionalisht për të ndërtuar një qasje të mirëfilltë të marketingut dixhital, me qëllim rritjen e shkallës së regjistrimit të nxënësve dhe promovimin e ndërveprimit me biznesin vendas në lidhje me zhvillimin e praktikave profesionale të nxënësve me qëllim të mëtejshëm punësimin e tyre. Më konkretisht trajnimi synon: a. sensibilizimin e profesionistëve të shkollave dhe Qendrave të Formimit Profesional mbi bazat e rëndësishme të influencimit të publikut përmes marketingut në mediat sociale b. të trajnoje një ekip profesionistësh për hartimin e mesazheve të marketingut dhe përdorimin e duhur dhe efektive të aplikacioneve dhe platformave për fushata të suksesshme marketingu. c. të përgatise një manual praktik që mund të ndihmojë më tej përdoruesit e platformave/aplikacioneve gjatë punës së tyre kur zhvillojnë fushata të tilla.

Prezantim

Bio – Beringila Muho – Eksperte e Marketingut Dixhital

Ka kryer studimet e larta dhe Master në fushën e ekonomisë në Universitetin Epoka.

Punon prej 9 vitesh si Account Manager në Agjensinë e Marketingut “Direct Media” në Tiranë.

Merret kryesisht me strategjitë e komunikimit online për klientë të huaj si: NIVEA, JAGUAR, Land Rover, Apple, Rauch, Henkel, HP Computers, Max Optica etj.

E specializuar brënda dhe jashtë vendit për Marketing Dixhital.

Prej dy vitesh ka themeluar kompaninë e saj “Difital UP” me focus 100% në marketingun online, kryesisht me menaxhimin e rrjeteve sociale, krijim dhe dizajnim Website-sh, E-coce, SEO etj.

Qëllimi

Ky Trajnim ka si qëllim të zhvillojë aftësitë e stafit të shkollave profesionale, për tu paraqitur sa më profesionalisht në audiencën online dhe për të rritur numrin e regjistrimeve të nxënësve në shkollat profesionale.

Do të mësoni si të menaxhoni në mënyrë efektive komunikimin përmes mediave sociale për të bërë më shumë nxënës/prindër potencialë t'ju njohin, pëlqejnë dhe besojnë. Gjithashtu, do të njiheni me mënyra dhe shembuj praktikë si mund të rrisni emrin e institucionit dhe gjeneroni sa më shumë aplikime përmes platformave kryesore dixhitale.

Përmbajtja e manualit?

- Përfitimet e Marketingut Digjital
- Dallimet midis marketingut digjital dhe marketingut tradicional.
- Pse duhet të vlerësojmë marketingun digjital?
- Menaxhimi i mediave sociale.
- Kontenti (Pse është kaq e rëndësishme përmbajtja?)
- Krijimi i një kontenti (Përmbajtje) profesionale!
- Ç'farë duhet të dimë rreth dizenjove dhe formate për platformat digjitale (Instagram, Facebook, Youtube)
- Përdorimi i CANVA
- Shembuj demonstrues me anë të videove tutoriale që ndihmojnë në përvetësimin e programit në një kohë të shkurtër

Përfitimet e marketingut Digjital!

Rregulli më i rëndësishëm në marketingun digjital.
"Për t'i paraqitur ofertën e duhur personit të duhur në kohën e duhur,
në vendin e duhur"

Dallimet midis marketingut digjital dhe marketingut tradicional!

- Marketingu digjital është më ekonomik se marketingu tradicional.
- Marketingu digjital mund të përditësohet me ndërhyrje të menjëhershme, kjo gjë nuk ndodh me marketingun tradicional.
- Reagimet ose ndryshimet merren në mënyrë të menjëhershme në marketingun digjital dhe merren në mënyrë të vonuar dhe indirekte në marketingun tradicional.
- Me anë të marketingut digjital arrijmë të targetojmë audiencën e duhur, në marketingun tradicional Jo.
- Marketingu digjital mund të jetë më efektiv se marketingu tradicional falë përmbajtjes së tij të animuar si GIF dhe Video.
- Ndërsa marketingu digjital mund të analizojë të dhëna të matshme, Marketingu Tradicional është i pamatshëm.
- Ndërsa kujtoni audiencën tuaj të synuar për reklamën që dëshironi të shfaqni me rimarketing në marketingun digjital, kjo nuk është e mundur në marketingun tradicional.

Pse duhet të vlerësojmë marketingun digjital?

- Kthimi në investim është i shpejtë & matshëm
- Është një nga industritë me rritjen më të shpejtë dhe është këtu për të qëndruar.
- Është më i lirë dhe më efektiv sesa marketingu tradicional
- Reklama shfaqet para audiencës së përcaktuar nga ju
- Ju fitoni besimin e konsumatorëve duke ndërvepruar me ta në kanalet digjitale
- Ndhmon në rritjen e biznesit ose iniciativave tuaja online
- Menaxhimi i reklamave është më i lehtë, i shpejtë dhe praktik
- Mund ta shihni performancën e reklamës në kohë reale
- U mundëson brendeve të bashkëveprojnë dhe bashkëbisedojnë me klientët e tyre
- Efekti i një fushate të marketingut digjital zgjat më shumë



Save the Children



Menaxhimi i rrjeteve Sociale

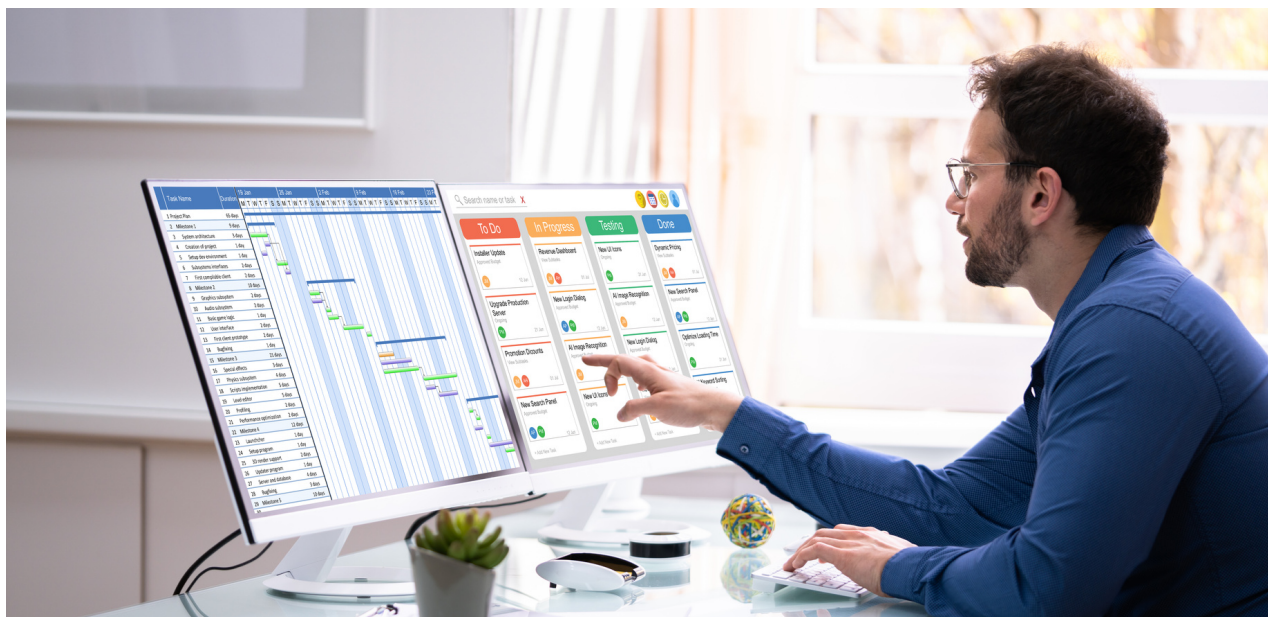
- Menaxhimi i faqeve në kanalet e mediave sociale
- Planifikimi javor i përmbajtjes
- Përgatitja e dizajneve vizuale
- Festimi i ditëve të veçanta
- Koment Përgjigje dhe Njoftim
- Planifikimi dhe Krijimi i Fushatës
- Planifikimi dhe përgatitja e përmbajtjes video dhe GIF
- Ndjekja dhe analiza e të dhënave
- Optimizimi i audiencës
- Menaxhimi i reklamave
- Raportimi

Menaxhimi i rrjeteve Sociale

Gjëja më e rëndësishme që duhet të kemi parasysh kur menaxhojmë rrjete sociale është

PLANI I PUNËS dhe KALENDARI I POSTIMEVE

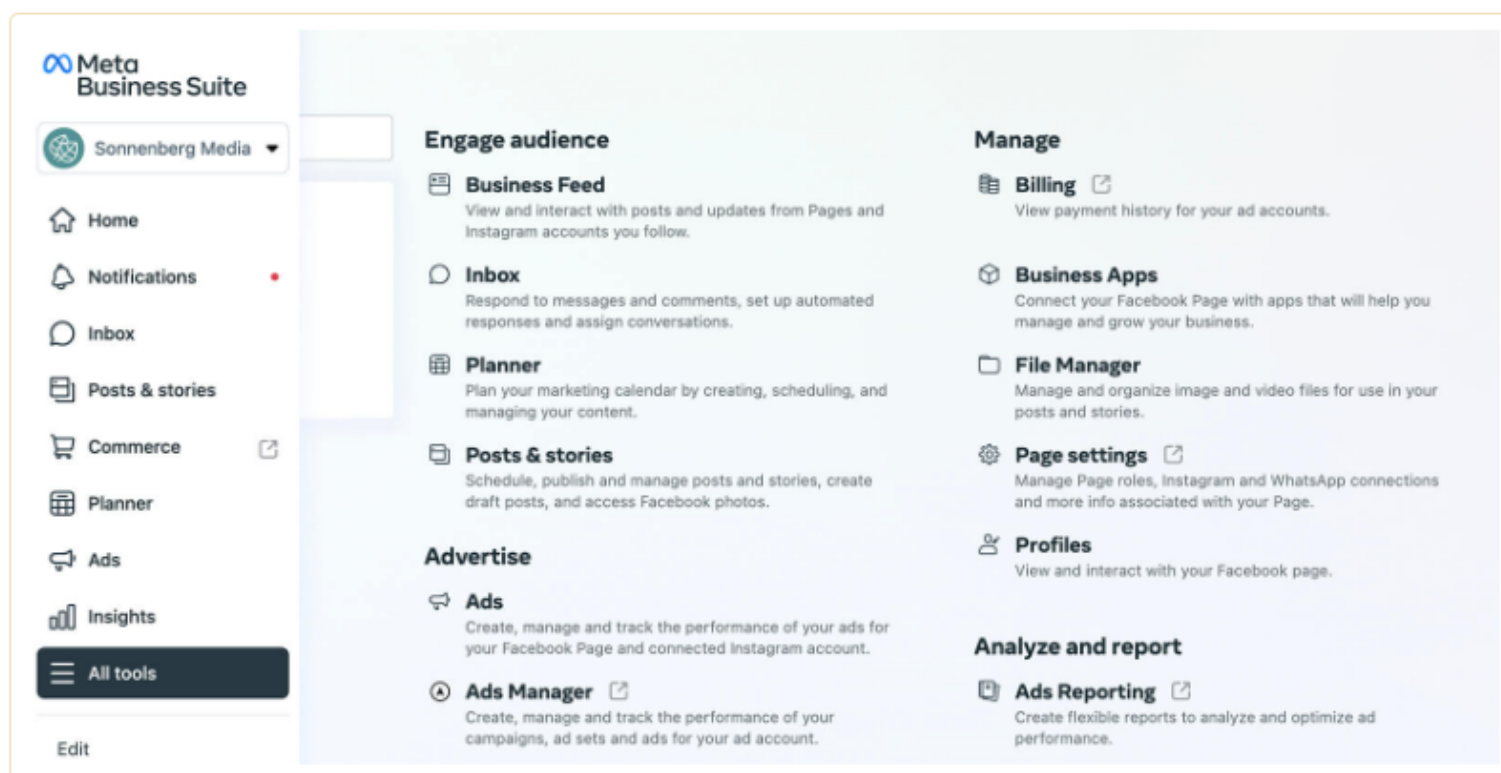
Parapërgatitja e postimeve për një muaj të caktuar.



Menaxhimi i rrjeteve Sociale

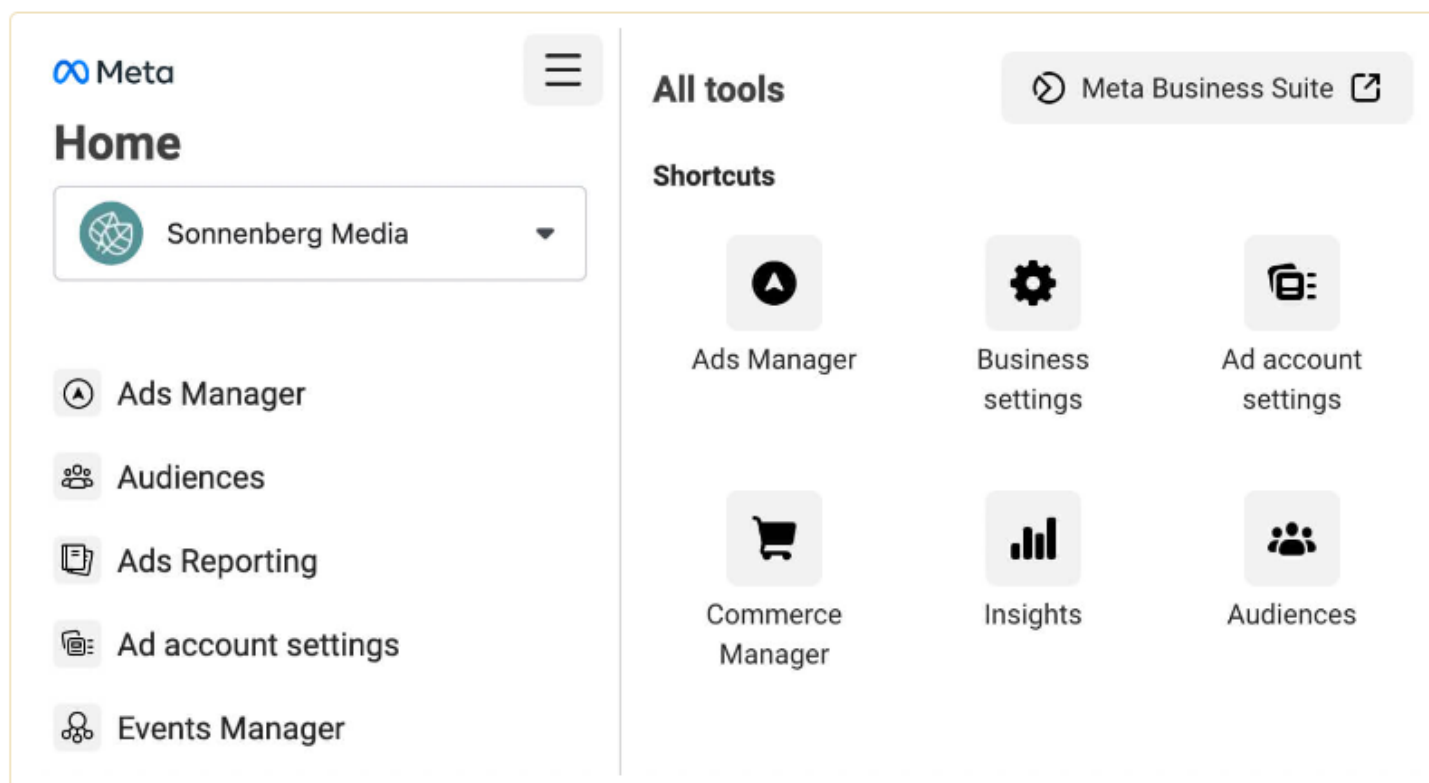
- Menaxhimi i faqeve në kanalet e mediave sociale

Faqet Facebook dhe Instagram duhet të menaxhohen vetëm nëpërmjet "Meta Bussines Suite"



- Fillimisht duhet të jemi të loguar në faqen e facebook të shkollës që duhet të jetë e lidhur me faqen e saj në instagram.
- Paralelisht në një browser të ri shkruajmë " Facebook Manager" dhe do të hapet tabela më lart (Shembull)
- Klikojmë  dhe zgjedhim Planner (Ketu planifikojmë të gjitha postimet që kemi planifikuar dhe përgatitur për një muaj të caktuar).

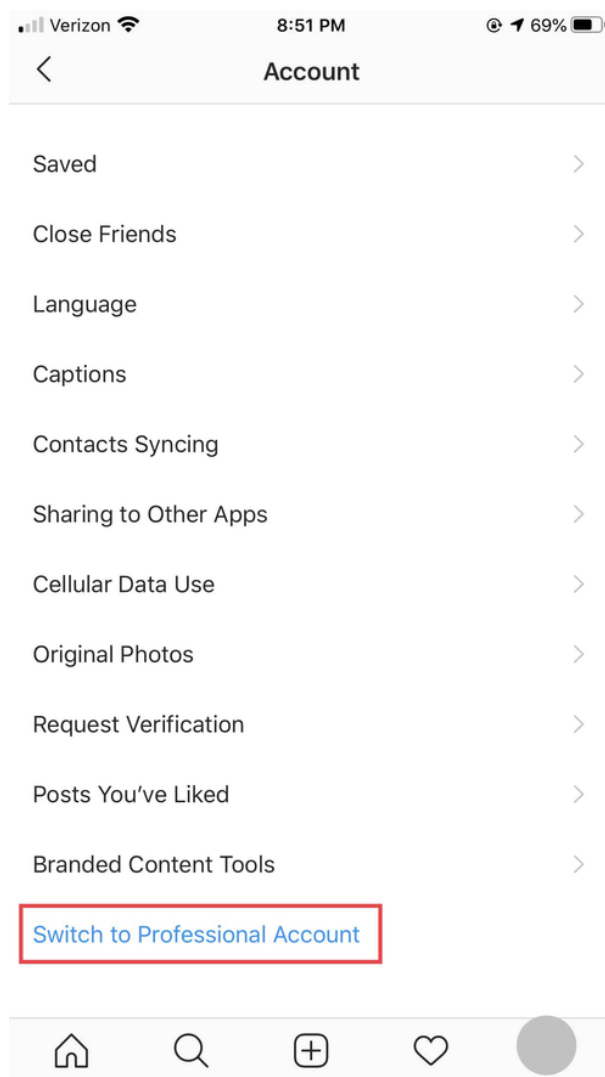
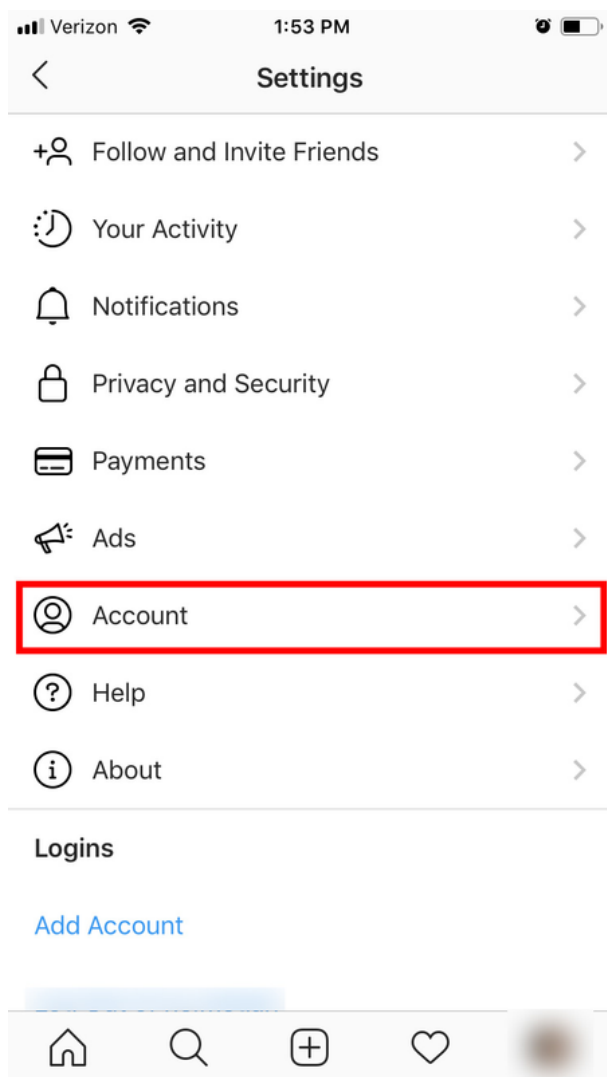
Menaxhimi i rrjeteve Sociale



Klikojmë  shfaqen disa opsione, dhe ne duhet të fokusohemi vetëm tek:

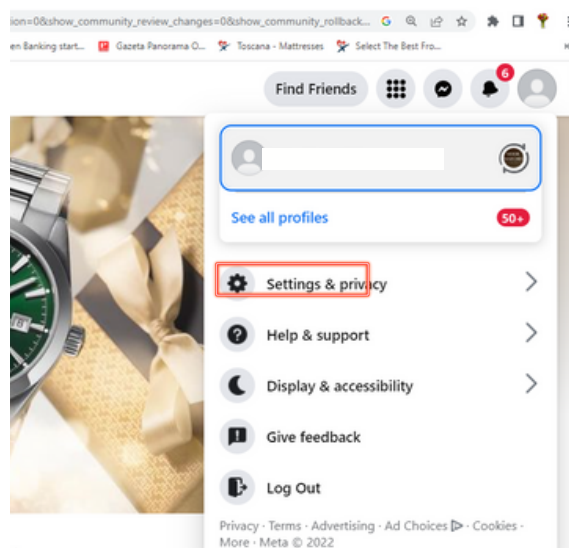
- Kur zgjedhim **Insights** (Ketu shikojme ecurine e faqes tine ne instagram dhe facebook.
- Kur zgjedhim **Ads Manager**, mund të krijojmë reklama me pagesë për njoftime të rëndësishme që mund të kemi në periudha të caktuara.
- Kur zgjedhim **Audiences** përcaktojmë moshën, gjininë, qytetin e audincës tonë që duam t'i shfaqim reklamën e përgatitur.

Si të kthejmë Instagramin në Business



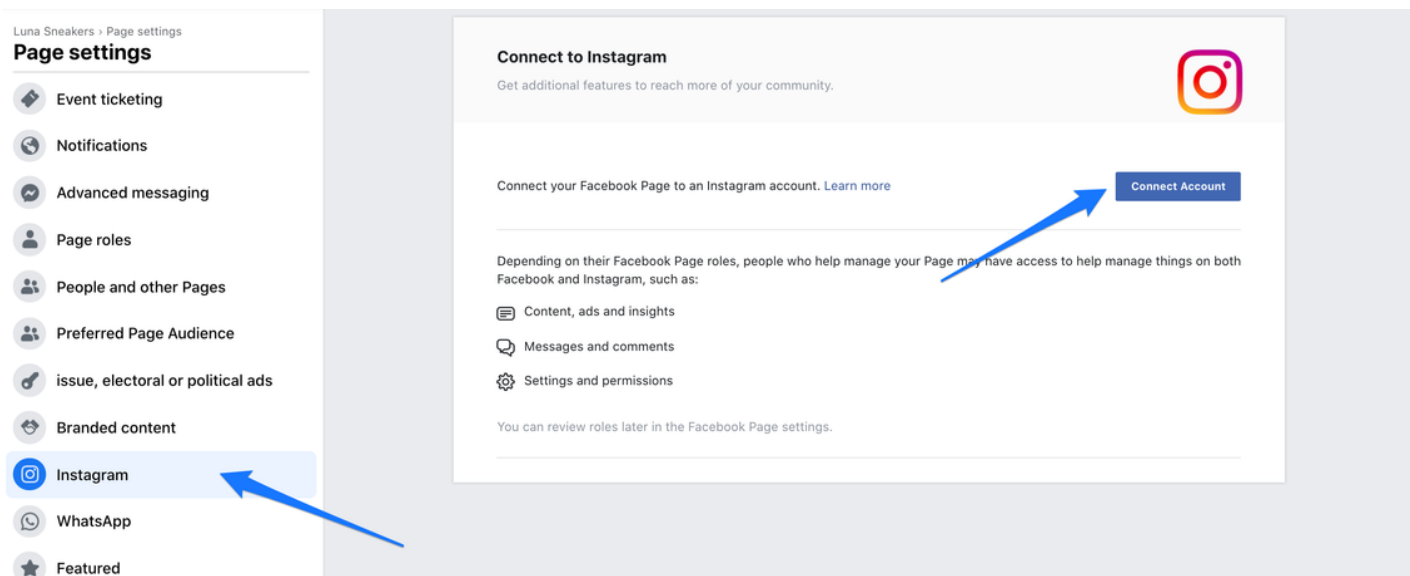
- Hapi 1. Hapim Instagramin,
- Hapi 2. Klikojmë 3 vizat në të djathtë lart tek profili
- Hapi 3. Klikojmë Account - Switch to professional account
- Hapi 4. Business Account

Si të lidhim Instagramin e shkollës me Faqen e facebook të shkollës



Hapi 1. Hapim faqen e facebook të shkollës

Hapi 2. Klikojmë page Settings në profil



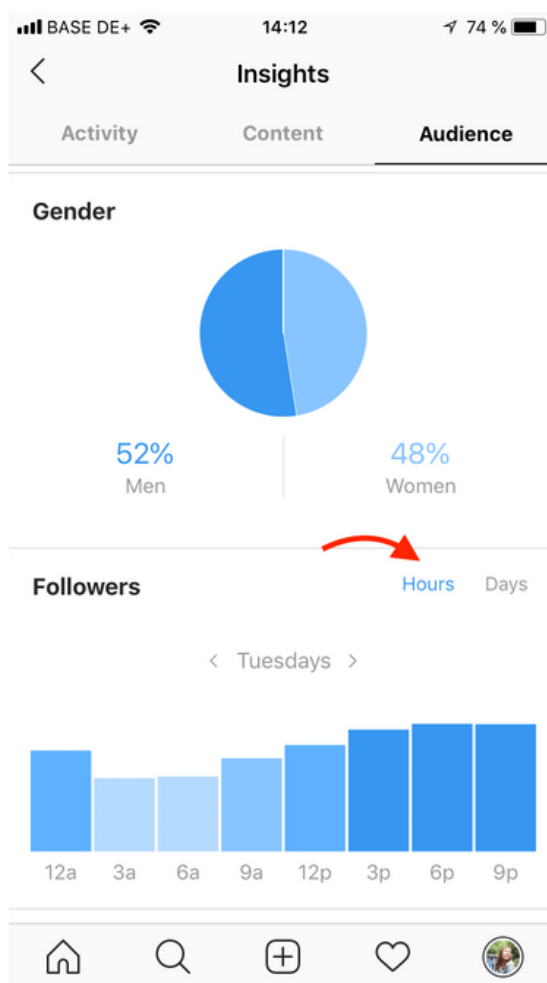
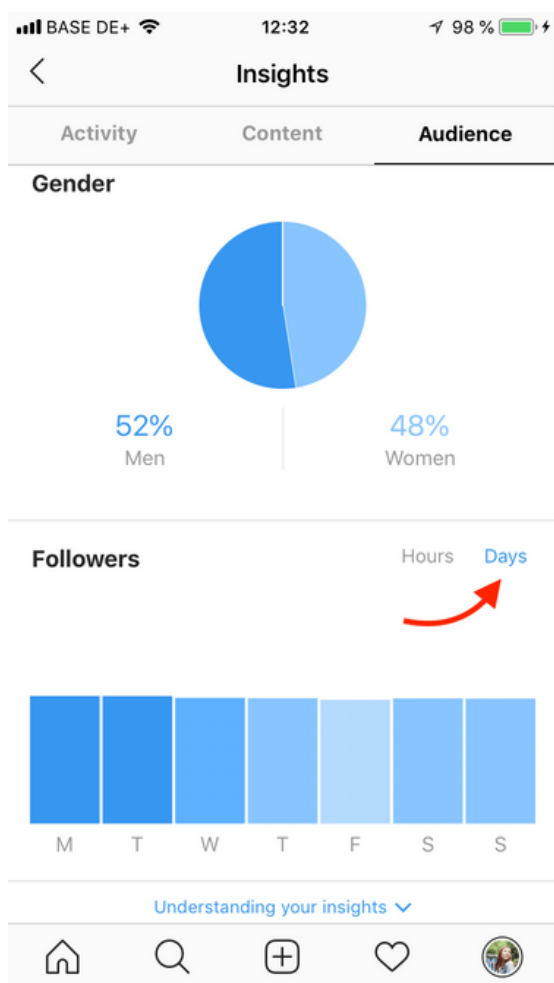
Hapi 3. Klikojmë Instagramt

Hapi 4. Connect instagram

Hapi 5. Vendosim emrin e saktë të faqes së instagramit

Hapi 6. Connect

Si të shohim orarin më të përshtatshëm për të postuar



Hapi 1. Klikojmë Insights në instagram ose (Professional dashboard)

Hapi 2. Audience

Hapi 3. Shkojmë në fund të faqes dhe shohim orarin dhe ditët



Save the Children



Kontenti (Pse është kaq e rëndësishme përmbajtja?)

Çfarë duhet të ketë një përmbajtje e mirë!

- Qëllim
- Përcjellja e klientit përpara në rrugë
- Klasifikimi i klientit
- Mund të zërë vend në kanale të ndryshme
- I përshtatshëm për profilin e klientit



Save the Children



Ç'farë duhet të dimë rreth dizenjove dhe formateve për platformat digjitale (Instagram, Facebook, Youtube)

- 1.Formatet të cilat duhet të përdorim për secilën nga platformat:
- 2.Pse është e rëndësishme ruajtja e formatit.
- 3.Kombinimi i fotove dhe videove në feed.
- 4.Sekondazhi i preferuar për audiencën
- 5.Reels (Si të krijojmë një video reels të sukseshme)

Çfarë duhet të kemi parasysh kur krijojmë kontent (Foto +Tekst)

- Foto duhet të jetë me cilësi të lartë
- Fotot duhet të kenë kombinim ngjyrash me njëra tjetrën
- Gramatika e drejtshkrimit duhet të jetë sa më afër perfeksionit
- Fotot me shumë shkrime mbi të duhet të eliminohen
- Çdo fjali duhet të ketë kuptim.
- Asnjëherë mos merrni tekste copy nga google translate pa i përpunuar më para
- Gjithmonë kontrolloni kur është koha më e përshtatshme për të postuar.

Formatet e duhura për Instagram Post (1080px x 1080px)

Formatet e duhura për Instagram Story / Reels (1080px x 1920px)

Krijimi i një kontenti (Përmbajtje) profesionale!

Tre elementet e panegociueshme që duhet të kemi parasysh kur krijojmë një përmbajtje!

1. Çfarëdolloj gjëje që do të shkruani duhet të ketë një kuptim
2. Edhe pse e vështirë për t'u eliminuar, mbajini gabime drejtëshkrimore në minimunin e tyre
3. Krijoni përmbajtje unike, jo kopje!

Tre elementet e negociueshme që duhet të kemi parasysh kur krijojmë një përmbajtje!

1. Cilësia e kopjes suaj
2. Gjatësia e kopjes – edhe pse ka disa linja standarte për tekstin ideal (800-1000 fjalë për një blog), këto janë sygjjerime, jo rregulla fikse.
3. Kush e shkruan kopjen – jo të gjitha postimet duhet të vijnë nga CEO, nga presidenti, marketingu apo përgjegjësi i produktit/shërbimit

CANVA

**Të mësojmë
të dizenjojmë
si profesionist!**



Video Ilustruese për përdorimin si fillestar për CANVA

CLICK HERE

<https://www.canva.com/designschool/tutorials/getting-started/>

Video Ilustruese për përdorimin si profesionist për CANVA

CLICK HERE

<https://www.canva.com/designschool/tutorials/designing/>

Shënim: Nëse link-u nuk shfaqet kur klikoni në të, ju lutem kopjojeni link-un dhe hidhjeni në internet browser.

Dy fjalë përmbyllëse

Së pari faleminderit për interesin e treguar dhe pjesëmarrjen tuaj në trajnim, faleminderit gjithashtu edhe organizuesve që ma besuan mua këtë trajnim mbi marketingun digjital.

Do t'ju këshilloja që ti kushtonit rreth 1 orë kohë në ditë praktikimit të Canva-s, duke nxitur kështu idetë tuaja mbi krijimin e tematikave dhe dizenjove të ndryshme.

Bëjeni praktike pune parapërgatitjen e postimeve të një muaj të caktuar, duke ndjekur të gjitha rregullat e lartpërmendura

Veç përdorimit të **CANVA free** do t'ju rekomandoja që për interes të mbarëvajtjes së punës të planifikoni rreth 13\$ në muaj për blerjen e **Canva PRO**.

Gjëja e mirë e Canva Pro është se mund të përdoret njëkohësisht nga 5 kompjutera të ndryshëm, pra blihet 1 herë dhe përdoret nga 5 institucione të ndryshme.

**Kujdes! Asnjëra nga shkollat nuk duhet
të kopjojë postimet e tjetrës!
Mundohuni të jeni UNIK**



Save the Children



AKPA
AGJENCIA KOMBËTARE E
PUNËSIMIT DHE AFTËSIVE

Faleminderit!

Bashkë për një histori suksesi



BERINGILA MUHO

+355 69 70 84 271

beringilatusha@gmail.com