

DIGITALNA PRIS(O)TNOST NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

Osebna rast je temelj in pogoj naše digitalne pris(o)tnosti. Preden sploh lahko razmišljamo o digitalnem marketingu, je ključno, da se soočimo z notranjimi ovirami – strahovi in omejujočimi prepričanji, ki nas zadržujejo pri izražanju in izpostavljanju na družbenih omrežjih.

Da bi lahko izrazili svoje poslanstvo tudi skozi spletne vsebine, v celoti zaživel svoj potencial ter svobodno izrazili svoje talente in jih delili s svetom, je potrebno najprej prepoznati svoj ikigai – edinstveni preplet tega, kar svet potrebuje, kar imamo radi, v čemer smo dobri in kar lahko monetiziramo. Naš "zakaj" oziroma večji smisel nam prinaša globlji pomen in izpolnitev ter predstavlja jasen smerokaz za ustvarjanje vsebin, ki niso le avtentične, temveč tudi koristne in navdihujoče za druge. Le na ta način lahko iz svojega poslanstva ustvarimo smiselno in trajnostno poslovno zgodbo, ki jo podpremo z učinkovito prisotnostjo na družbenih omrežjih in z uporabo digitalnega marketinga.

1. Del: Priprava na pris(o)tnost na družbenih omrežjih; osebna rast kot priprava na digitalno pris(o)tnost – V ŽIVO

TERMINI	VSEBINA	OPIS	UČITELJICA
1. Torek, 4. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO	Uvod: Notranja rast kot temelj digitalne pris(o)tnosti	• Osebna rast je ključna za našo digitalno pris(o)tnost – ko se notranje opolnomočimo, se lahko izrazimo brez zadržkov. • Raziskovanje koncepta Ikigai: Kaj je moj smisel in kako ga uresničim v digitalnem svetu? • Povezava poslanstva z digitalnim marketingom: Kako svoje poslanstvo pretvoriti v vsebine, ki ne le odražajo našo zgodbo, temveč omogočajo tudi poslovni uspeh?	Sandra Korenika Marsetič
2. Četrtek, 6. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO			
3. Torek, 11. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO			
4. Četrtek, 13. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO			
5. Torek, 18. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO	Prepoznavanje in preseganje notranjih blokad	• Kaj me ovira pri izražanju? Raziskovanje omejujočih prepričanj in strahov, ki nas zadržujejo pred izražanjem in izpostavljanjem. • Prvi koraki k samozavestni izpostavljenosti. • Tehnike za preoblikovanje notranjega dialoga in miselnih vzorcev, ki nas omejujejo. • Vaja: Identifikacija starih prepričanj in njihova zamenjava z novimi, podpornimi prepričanji, ki omogočajo rast.	
6. Četrtek, 20. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO			
7. Torek, 25. 3., 16.15–18.30, V ŽIVO			



Krepitev avtentičnosti in samozavesti	• Prepoznavanje unikatnih darov: Kaj je moj X faktor? • Samozavestno izražanje: Kdo sem jaz? Kaj želim sporočiti? Kaj želim prinesti/dati svetu? • Avtentičnost kot moč: Nihče ni kot jaz – to je moja supermoč! • Vaja: Poudarim, kaj me razlikuje, in izpostavim svojo edinstvenost.
Aktivacija notranjega navdiha in poguma	• Iz omejenega UMA v pogUM. • Tehnike za premagovanje upora in odpravo blokad. • Orodja za aktivacijo navdiha ter notranje motivacije za delovanje v digitalnem svetu.
Moč izražanja: Služiti drugim in s tem zaslužiti	• Vrednost izražanja: Kako naše izkušnje, znanje in vrednote ustvarjajo vsebine, ki spreminjajo svet. • Od prispevka k prispevku: Služenje drugim kot osnova zaslužka. • Ko se ne izražamo, ugašamo svojo iskrico – kako jo znova prižgati?
Gradnja zaupanja in zavestnega vpliva	• Iz strahu pred izražanjem v svobodno komunikacijo. • Pomen avtentične komunikacije: Gradnja zaupanja in pristnih povezav. • Navdih in vpliv: Kako lahko naše zgodbe navdušujejo in navdihujejo druge.
Zavestna prodaja kot doprinos	• Zavestna pro-DAJA: profesionalno in proaktivno dajanje sebe drugim. • Kako svoje znanje, talente in vrednote predstaviti svetu kot storitev. • Prodaja z namenom: Doprinos, ki spreminja življenje.
Odkritje lastne vrednosti	• Prepoznavanje vrednosti svoje življenjske poti: Izzivi, trdo delo in vztrajnost kot temelji našega potenciala. • Ovrednotenje svojega dela: Kako določiti ceno in vrednost svojih storitev. • Postavljanje cene: Ovrednotenje svojega dela in lastne vrednosti.
Zaključek: Vizija prihodnosti	• Oblikovanje osebnega akcijskega načrta za samozavestno izražanje in digitalno prisotnost. • Skupinska delitev izkušenj in povezovanje.



- Zaveza k nadaljnji osebni in poslovni rasti.

2. Del: Osnove in orodja digitalnega marketinga; od branda do družbenih omrežij – ZOOM in V ŽIVO

TERMINI	VSEBINA	OPIS	UČITELJICA
8. Četrtek, 27. 3., 16.15–18.30, ZOOM	Osnove digitalnega marketinga in brand(ing)	Kaj je brand-ing? • Osnova, na kateri gradimo svojo komunikacijo, prepoznavnost in zaupanje pri ciljni publiki. Osnove digitalnega marketinga • Kdo smo, kaj ponujamo, koga nagovarjamo, kje najdemo svoje stranke. • Pomen raziskave ciljne skupine in jasnega sporočila. • Pregled orodij/strategij digitalnega marketinga. • Pot kupca • Q&A in razprava	Jerneja Milost
9. Torek, 1. 4., 16.15–18.30, ZOOM	Platforme družbenih omrežij	Osnove Facebook in Instagram marketinga • Značilnosti platform, vrste objav, dimenzije in vrste vsebin. • Kdo so uporabniki, kakšna vsebina tam deluje. • Poudarek na organskem marketingu (neplačljive vsebine) za rast in ustvarjanje skupnosti. LinkedIn, TikTok in vplivnostni/influencer marketing • Značilnosti LinkedIna za poslovne namene. • Za koga je TikTok in primeri uspešnih profilov različnih niš. • Kako sodelovati z influencerji. • Q&A in razprava	
10. Četrtek, 3. 4., 16.15–18.30, ZOOM	Spletna stran, e-mail marketing	Spletna stran/ Email marketing • Spletna stran kot spletna vizitka, blog. • Kdaj, zakaj in kako uporabiti email marketing. • Kako zbirati kontakte (primer: lead magneti) • Q&A in razprava	



11. Torek, 8. 4., 16.15–18.30, ZOOM	Vsebinski marketing (in umetna inteligenca)	• Ideje za plan objav. • Kaj je storytelling in zakaj je pomemben. • Primeri objav v praksi. • Vaja: objave za teden/mesec. • Predstavitev orodij, kot je ChatGPT: kako nam lahko pomaga pri delu.
12. Torek, 14. 4., 16.15–19.15, V ŽIVO	Canva za marketinška gradiva ter objave	• Canva – za začetnike (spoznavanje urejevalnika, osnovnih funkcij in tistih malo bolj naprednih) • Vaja: letak, objava (slikovna in video)
13. SREDA, 16. 4., 16.15–19.15, V ŽIVO	Zaključek: delo na lastnih primerih	Strategija za vidnost na spletu • Povezava v celoto (vsa pretekla srečanja) – uspešen nastop na spletu • Udeleženci pokažejo svoje rezultate/izzive • Canva/CapCut – pregled opcij za video marketing (*dopolnitev prejšnjega srečanja) • Iskanje poslovnih partnerjev, strank in drugi izzivi • Udeleženci delijo svoje vtise in vprašanja.