



Možni načini promocije za TVU

Februar 2023

Izvajalka:
mag. Maja Novak

maja@global-disruption.com
www.global-disruption.com

Postavimo se v vlogo **raziskovalcev, opazovalcev in detektivov!**



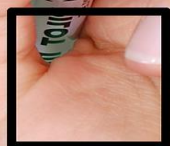
- Pozorno opazujemo, kaj se naši ekipi dogaja med pripravami. Vse beležimo s telefonom (fotografiramo, snemamo).
- Smo na sledi za zabavnimi trenutki in hkrati beležimo izzive.
- Ideje si sproti zapisujemo.
- Poročanje o zakulisju dogajanja je lahko odličen material za promocijo.
Postanemo pozoren iskalec sledi!

*Iščemo sledi
in dokaze!*



- Iščemo dokaze, da so se pretekli udeleženci na naših dogodkih zabavali, učili ter predvsem veliko družili.
- Zanima nas, kaj vse so pridobili.
- Udeležence fotografiramo, si beležimo njihove izjave ali jih posnamemo.
- Naši zadovoljni udeleženci so najbolj PREPRIČLJIVI PROMOTORJI.

Razmislimo,....



KATERE DOKAZE OZ. MATERIALE ŽE IMAMO?

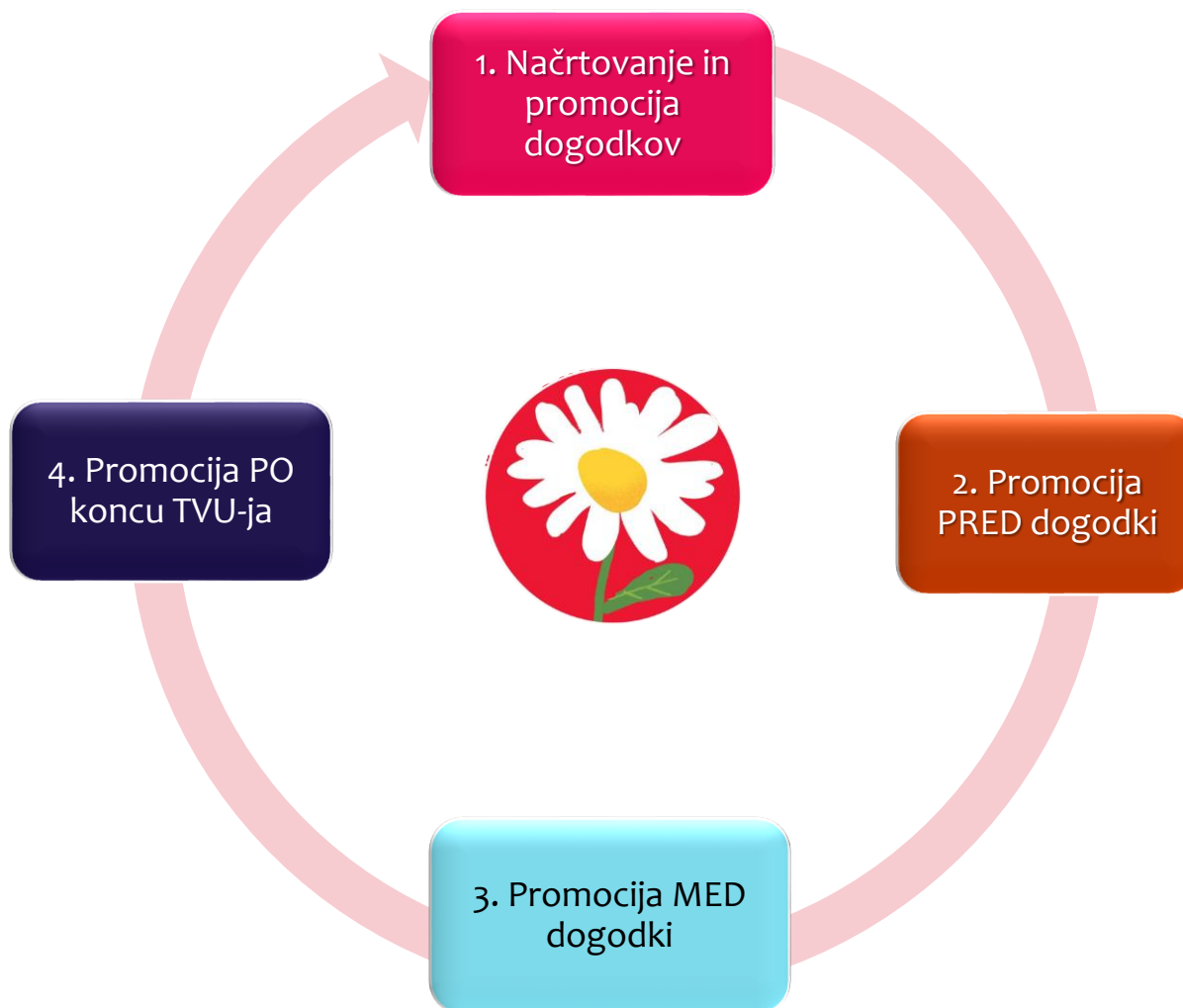
- Fotografije preteklih dogodkov.
- Kratki video posnetki.
- Izjave zadovoljnih udeležencev.
- Prodorne izjave nastopajočih v lanskem letu.
- Izdelana marketinška strategija.
- Seznam sodelavcev, ki bodo sodelovali pri promociji.
- Logotip, hashtage za promocijo in ostale grafične materiale.

KAJ ŠE POTREBUJEMO?

- Baner za družbena omrežja (FB, LN,...).
- Baner za e-mail marketing.
- 30 - sekundne video predstavitve.
- ČAS, DODATNE SODELAVCE, VEČJI "BUDGET"?



Ključni koraki za promocijo TVU-ja



Katere načine promocije uporabljate oz. kje vse ste že pustili svoje prstne odtise?

Družbeno omrežje	Zakupljeni oglasi, ankete, izobraževalne objave, prikaz zakulisja dogajanja, napoved dogodkov,....
E-mail marketing	Obveščanje o aktivnostih in vabljenje na dogodke.
Spletna stran	Zavihek z objavo ključnih dogodkov v sklopu TVU-ja. Objava vsebin iz preteklih dogodkov.
Oglasi v revijah in časopisih,...	Grajenje prepoznavnosti vaše organizacije in vaše dejavnosti.
Promocija v živo na predhodnih dogodkih	Če je vsebina znana vnaprej, lahko dogodek promoviramo več tednov prej

Kdo so najbolj prepričljivi promotorji in kako jih lahko angažiramo?



“ Vseživljenjsko učenje je danes pogoj, da postajaš tudi to, kar včeraj nisi bil. ”

Strokovna javnost



Dr. Ana Krajnc,
pionirka slovenske andragogike,
zaslužna profesorica Univerze v Ljubljani in predsednica SUTŽO



Kako promotorje PREPRIČATE, da z veseljem sodelujejo?

Pojasnite promotorjem, katere so koristi ZANJE, če sodelujejo z vami! Zanje to ni samoumevno.

Pridobili boste **več sledilcev**, saj imamo mrežo z x povezavami in **okrepili avtoriteto** na svojem področju dela.

Velika **možnost**, da vas **najamejo** organizatorji dogodkov iz drugih organizacij.

Navedite čim več **KORISTI**, ki jih imajo, če sodelujejo z vami.

Preko predavanja lahko posredno **promovirate svoj produkt oz. dejavnost**.

V sklopu razprav bodo **udeleženci načeli nove teme**, ki jih lahko uporabite za promocijo vaše dejavnosti.

Vaša predstavitev bo v obliki videa oz. _____ **permanentno dostopna na portalu** oziroma spletni strani x, ki jo dnevno obiše x ljudi iz področja _____.

Posnetek, ki bo nastal v sklopu našega dogodka, lahko **promovirate še preko svoje mreže sledilcev**.

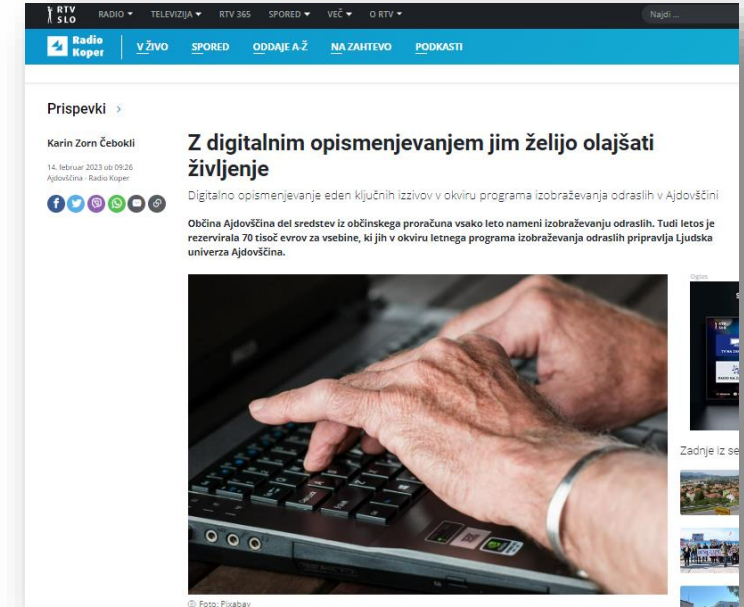
O vsebini vašega nastopa in o vas bomo pisali še **v Novičkah ACS**, ki jih spremlja _____ posameznikov iz _____ organizacij.



Mediji so na lovu za dobrimi zgodbami. Poiščite dobro zgodbo in jo ponudite medijem (lokalna televizija, radio, časopis,...)

Primer LU Ajdovščina.

- Povežimo dogodke iz TVU-ja z **aktualno problematiko v družbi**. O čem se danes največ piše in govori. Katere so trenutno najbolj **“vroče problematike”** v družbi? Razmislimo, kako lahko te teme povežemo z dogodki v sklopu TVU-ja.
- Potrebujemo zgodbe in primere, s katerimi odgovarjamo na perečo problematiko v družbi.
- Poiščimo medije in novinarje, ki določeno problematiko pokrivajo. To je lahko odlična priložnost za brezplačno promocijo naših dogodkov.
- Kdo iz vaše organizacije vas zastopa v medijih?



Mladi, depresija in družbena omrežja

Starejši si želijo učenja, a mora biti inovativno

Področje izobraževanja starejših moramo razvijati, pravi nosilka izbirnega predmeta na ljubljanski filozofski fakulteti dr. Nives Ličen.

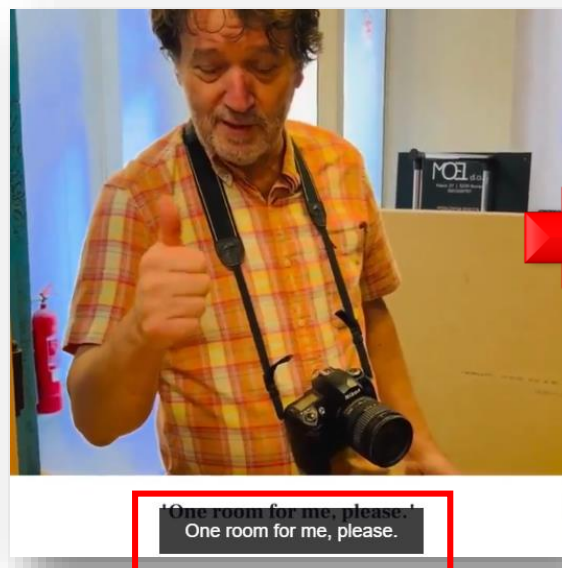
Papež o klimatski krizi: Izbrati. Prihodnost se gradi danes

Starajoča se družba kot vir novih priložnosti

Na posvetu tudi o preventivi pred padci

Dobre ideje in izkušnje si med seboj izmenjajte!

- **Primer 1:** zaposleni na LU Koper delajo odlične, zabavne vidoe za družbeno omrežje.
- **Primer 2:** Zaposleni na Cene Štupar delajo odlične videocaste o trendih na trgu dela.
- Vsak od vas, ki je danes tukaj prisoten nekaj obvlada.
- Kako si lahko znanje in izkušnje izmenjamo?
- Nekaj, kar je za vas samoumevno, je za druge lahko “znanstvena fantastika”.
- Razmislite, katere so vaše teme za mentoriranje drugih.



V izogib podobnim peripetijam vam na Ljudski univerzi Koper ponujamo 30-urni tečaj angleščine za sobodajalce.

Video si lahko ogledate [TUKAJ!](#)

Promocija PRED in PO TVU-ju

Prikaz priprav na dogodke v sklopu TVU-ja. Fotografije iz sestankov ekipe ter vseh drugih priprav (tehnična priprava). Lahko so to kratki videi,... Pišemo tudi o izzivih, ki jih imamo pri sami promociji. Izvajamo ankete na družbenem omrežju.

Zbiramo kratke pisne ali video izjave s strani organizatorjev, govorcev in izvajalcev. Vprašanja so znana vnaprej. Citate uporabimo za promocijo na družbenem omrežju.

Udeležence, ki so stari znanci TVU-j a prosimo, da nam povedo, zakaj se teh dogodkov udeležujejo, kaj na njih pridobijo ter zakaj bi jih priporočili drugim. Kreiramo objave s fotografijo udeležencev in izjavo.

Poročanje iz dogodka oz. objave na družbenem omrežju.



Nacionalno odprtje

Zbiranje najbolj zanimivih izjav s strani govorcev in uporaba le-teh pri promociji naslednjih dogodkov.

Infografike, s katerimi prikažete preteklo obiskanost dogodkov ter vsebinko pestrost. Sproti preverjamo doseg objave in aktivno zbiramo komentarje. Izjave zadovoljnih udeležencev, ki jih spodbujamo in aktivno zbiramo preko družbenega omrežja.

Povzetki dogajanj, predstavitev vizije, ugotovitev,...

Ideja 1

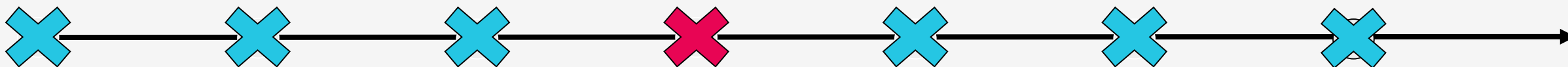
Ideja 2

Ideja 3

Parada učenja

Ideja 2

Ideja 3



Marec

April

Začetek maja

12. maj 2023

24. maj 2023

Junij

Julij - po izvedbi

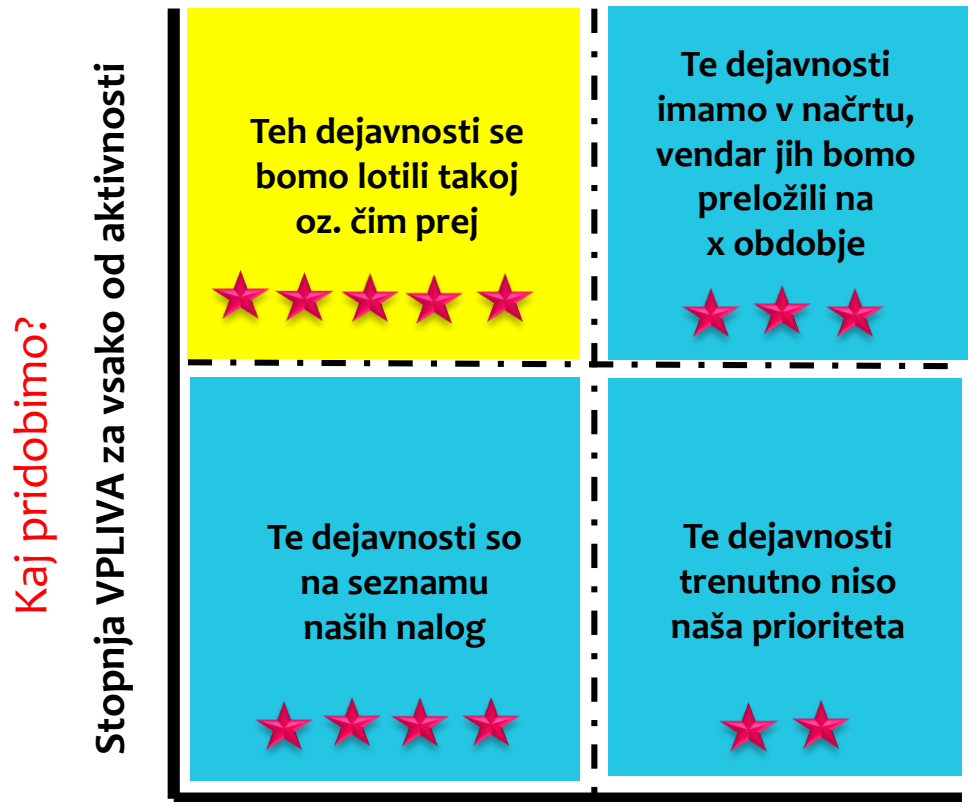
Prikaz "človeške plati" vaše zgodbe:

Kratke, zabavne objave o "behind the scenes" prigodah med pripravami na nacionalno odprtje (tehnični zapleti, zabavne in nepričakovane situacije, do katerih je prišlo,...).

Predstavitev sodelavcev in njihove vloge pri sami promociji.

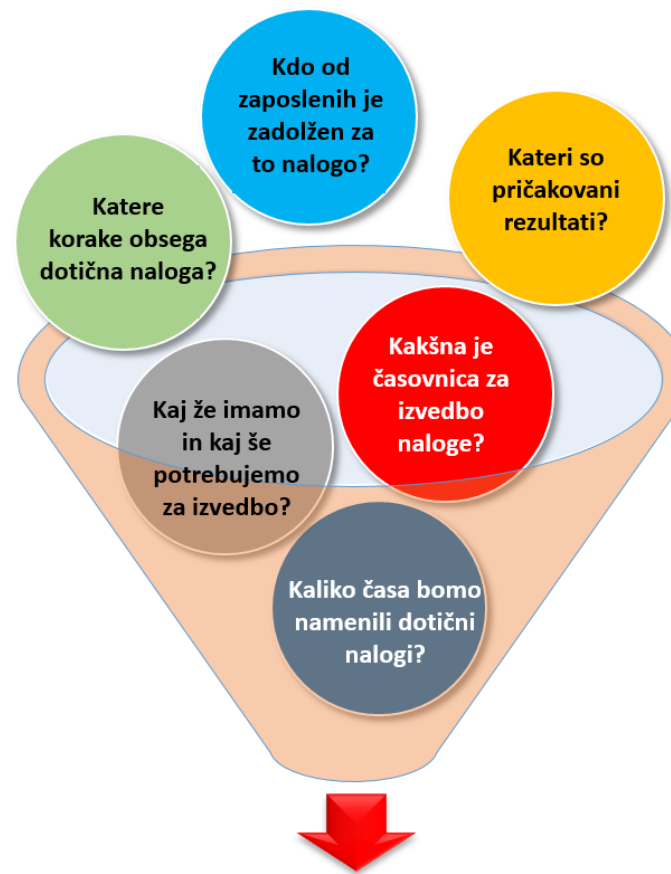
Koliko NAPORA ste pripravljeni porabiti še za xVPLIVA za vsako od dejavnosti?

Razmislite, katere od aktivnosti so za vas smiselne in katere ne (pomanjkanje kadra, finančnih virov, časa,...).



NAPOR, ki ga porabimo za vsako aktivnost

Kako težko je to izvesti?



Pričakovani rezultati naših aktivnosti

Vaš prvi korak k zmagi: izdelajte banerje za družbeno omrežje

- Potrebujete kratko, udarno izjavo, ki povzema dogajanje na TVU-ju!
- Navedba spletne strani, kjer uporabniki dobijo več informacij o dogodkih (logotip, ključniki).
- Uporabite dinamične fotografije iz lanskih dogodkov.
- Baner uporabite za FB, LinkedIn in pri podpisu v sklopu e-mail marketinga.

