

Vodič za digitalni marketing



FOREVER®



PRIPREMA. POZOR. SAD!

Gradnja poslovanja putem mrežnog marketinga otkriva brojne staze prema uspjehu i mogućnost postavljanja vlastitog tempa. No, u početku biste se mogli osjećati preplavljeni informacijama. Pratite ovaj priručnik kako biste shvatili na koji način možete definirati svoj pečat, kako učinkovito koristiti društvene mreže te gdje pronaći sredstva i materijale za promociju poslovanja, kako biste započeli samouvjereni.

| | |
|--------------------------------|-----------|
| VODIČ KROZ BREND | 03 |
| STVARANJE MATERIJALA | 06 |
| DRUŠTVENE MREŽE | 09 |
| STVARANJE SADRŽAJA | 17 |
| GRADNJA WEB PRISUTNOSTI | 22 |
| IZVORI | 23 |



VODIČ KROZ BREND

Kao Foreverov Poslovni suradnik, možete stvoriti vlastiti brend, ali morate osigurati korištenje Foreverovog brenda na pravi način.

Naš brend je naše lice koje prezentiramo svijetu. Ovaj vodič je dizajniran kako bi vam pomogao pravilno primjeniti Foreverov brend i korporativni identitet na vlastiti marketing. Molimo da se uvijek pridržavate ovih smjernica, kako bi nam pomogli održati dosljednost brenda.

LOGO

Foreverovi logoi su jedinstveni i najvažniji vizualni elementi brenda. Pravilno korištenje Foreverovog loga osigurava da vaši kupci i potencijalni suradnici shvaćaju da ste dio Forever Living Productsa te vam pruža korist i kapital brenda koji je Forever zasluzio poslujući preko 40 godina.



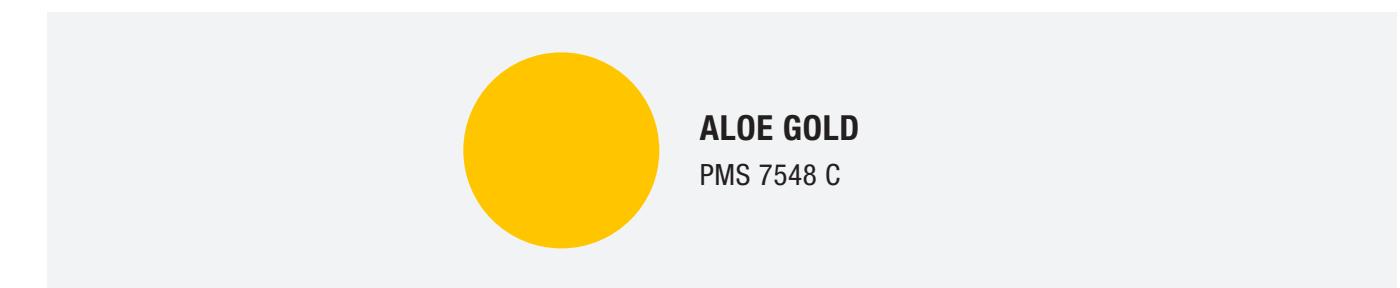
Primarni Forever logo treba se koristiti na svim tiskanim materijalima. Također, može se koristiti na društvenim mrežama i drugim digitalnim aplikacijama, ali se ne bi trebao koristiti na odjeći ili drugoj robi koju potencijalno možete dizajnirati.



Foreverova oznaka u obliku riječi (wordmark) i **Forever Living Products** logoi se mogu koristiti na odjeći i drugoj robi koju potencijalno možete dizajnirati.

BOJE

Foreverova primarna boja brenda je Aloe Gold (Aloe zlatna). Ova boja pomaže identificirati Foreverov brend i osigurati laku prepoznatljivost njegovog sadržaja. U slučaju da stvarate tiskane materijale, molimo koristite i Aloe Gold. Za društveni/digitalni sadržaj, Aloe Gold se može koristiti u kombinaciji s drugim bojama, kako bi pomogla da vaši materijali stvaraju osjećaj povezanosti vašeg osobnog brenda i Forevera.



TIPOGRAFIJA

Fontovi koje koristi Forever, pažljivo su odabrani kako bi predstavljali obećanje brenda: strukturirani font koji prezentira najbolje od znanosti i pisani font koji predstavlja slobodu prirode. Ovi fontovi se mogu koristiti na vašim marketinškim materijalima i objavama na društvenim mrežama.

Foreverov **primarni** tip slova je Helvetica Neue.

HELVETICA NEUE CONDENSED BOLD ZA NASLOVE.

WEIGHTS FOR BODY COPY

Light & light italic.

Regular & italic.

Medium & medium italic.

Bold & bold italic.

CHARACTER FAMILY

THE QUICK BROWN FOX
JUMPED OVER THE LAZY DOG.
the quick brown fox jumped
over the lazy dog.
1234567890!#

Foreverov **dodatni** tip slova je Scriptorama Tradeshow JF.

*Scriptorama
se može koristiti za naslove.*

FOTOGRAFIJA

Forever ima jedinstveni pristup fotografiji. Vjerujemo u predstavljanje naših proizvoda i ljudi kroz prekrasne vizuale koji su svijetli, raznobojni i naglašavaju vrijednosti našeg brenda.



Da biste pronašli fotografije proizvoda, preuzeли naše logoe i pregledali fotografije sa događaja, posjetite www.foreverfotos.com.

STVARANJE MATERIJALA

Spremni ste uskočiti u posao i želite stvoriti nešto personalizirano za početak? Ovdje su неки od primjera koji bi vas trebali nadahnuti i pomoći vam stvoriti vlastiti oglas ili letak.

Scriptorama font
se primarno koristi za naslove i velike, značajne/ istaknute dijelove teksta.

The Power of Aloe

In a smaller package.

Imagine slicing open an aloe leaf and consuming the gel directly from the plant. Our Forever Aloe Vera Gel® is as close to the real thing as you can get! The first to receive certification by the International Aloe Science Council (IASC) for purity and potency, this nutrient rich drink is sugar free and gluten free, and aseptically processed allowing the formula to remain free of added preservatives and boast an amazing 99.7% pure inner leaf aloe vera gel.

Now in packs of 12 - 330ml bottles to take on the go!

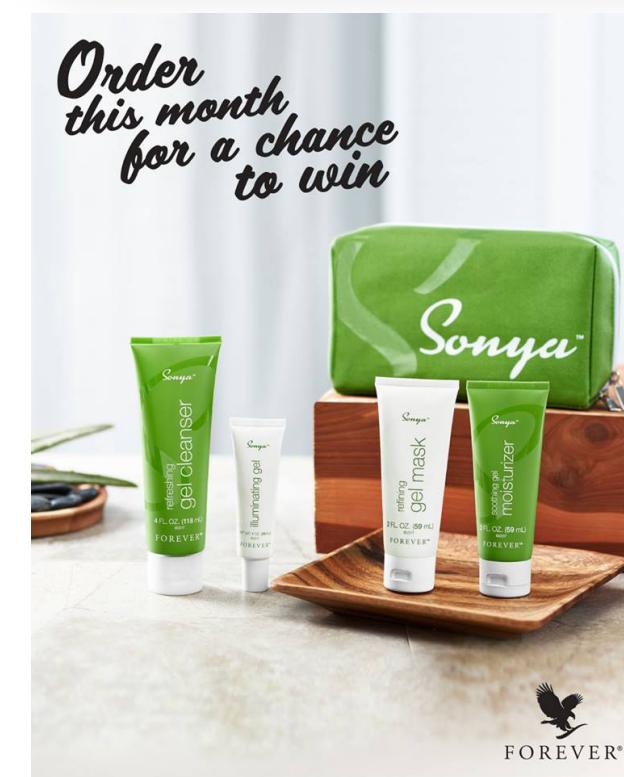
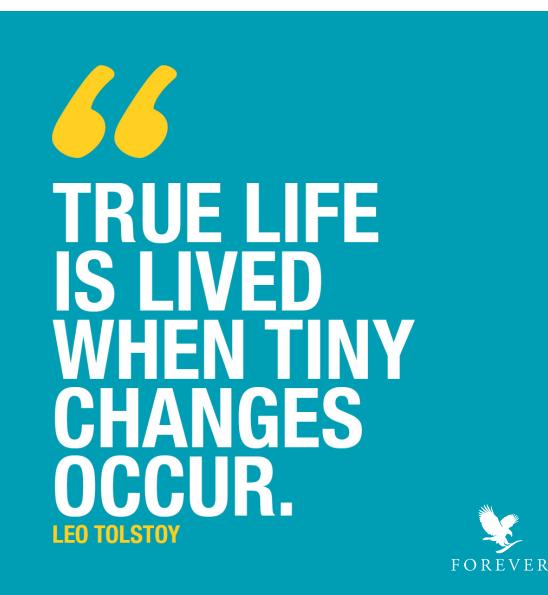
Forever Aloe Vera Gel®
XXX | \$XX.XX

Forever Living Products, 7501 E. McCormick Pkwy, Scottsdale, AZ 85258

Primarni Forever logo bi uvijek trebao biti smješten u donjem desnom kutu ili centriran na dokumentima, ali se uvijek mora pridržavati margina vizuala. Ako se koristi uz slogan, Foreverov logo mora biti u donjem desnom kutu.

Aloe Gold bi trebala biti najistaknutija boja kada kreirate materijale.

Helvetica Neue tip slova se primarno koristi za kratki, uvodni dio teksta.



Nadite još stvari za preuzeti online! Marketinški materijali, leci i treninzi, dostupni su na [Foreverliving.com](#), na našem FPS portalu pod „Forumulari i preuzimanje“ Ovdje možete naći sve što vam je potrebno za gradnju snažnog i stabilnog poslovanja.





DRUŠTVENE MREŽE

Vaša priča je važan dio gradnje poslovanja.

Što vas motivira? Kako vam Forever pomaže dostići ciljeve? Na koji način mijenjate svoj život? Dijeljenje ovih priča je izvrstan način povezivanja s ljudima koji razmišljaju na sličan način i mogu postati kupci ili se pridružiti vašemu timu.

DRUŠTVENE PLATFORME

Kada je u pitanju povezanost i gradnja odnosa, društvene mreže su esencijalno sredstvo komunikacije. Nemoguće je ignorirati koliko su postale važne u svakodnevnom životu mnogih - one su ključan način dijeljenja informacija o proizvodima i gradnje poslovanja.



Internet ima 4.2 milijarde korisnika , a društvene mreže 3.4 milijarde aktivnih korisnika.*



81% malih do srednjih poslovanja koristi neku vrstu društvene platforme pomoću koje komuniciraju sa svojim kupcima.*

Odluku o tome koji je društveni medij najbolji za vaše poslovanje, najlakše je donijeti analizom svoje poruke i publike s kojom tu poruku želite podijeliti. Ovo je kratak uvod u neke od vodećih društvenih platformi i njihova potencijalna primjena na vaše poslovanje.

FACEBOOK 2.3 MILIJARDE KORISNIKA

Što je? Facebook je osnovan 2004. godine i nadaleko je poznat kao najpopularnija stranica za društveno umrežavanje na svijetu. Koristi se za povezivanje ljudi s prijateljima, obitelji i poznanicima te poslovnim kontaktima, objavljivanjem i dijeljenjem sadržaja, uz interakciju.

Tko je tamo? Facebook je vrlo brzo postao kralj kanala društvenih mreža. Gotovo svi koriste ovaj kanal u današnje vrijeme.

88%

korisnika interneta u dobi od 18-29 koristi Facebook

84%

korisnika interneta u dobi od 30-49 koristi Facebook

72%

korisnika interneta u dobi od 50-64 koristi Facebook

62%

korisnika interneta u dobi od 65+ koristi Facebook

Upute za korištenje: Sadržaj koji pretežito daje najbolje rezultate na Facebooku koristi video zapis ili fotografiju/vizual, poziva na angažman i visoke je kvalitete. Zamislite Facebook kao svojevrsni intranet za vlastite timove i nove konekcije. Možete objavljivati fotografije, video zapise ili kreirati videa uživo kako biste stupili u kontakt sa svojim pratiteljima i prijateljima. Svaka je objava na Facebooku dijeljenje najnovijih informacija te, iako svaka od njih može imati 63,206 znakova, idealna dužina je između 40 i 50 znakova.

- Koristite Facebook događaje kako biste pozvali prijatelje na sastanke o Poslovnoj prilici ili na prezentaciju proizvoda.
- Koristite Facebook Messenger, Facebookovu platformu za čavrjanje, kako biste ostali u kontaktu sa potencijalnim suradnicima i kupcima.
- Koristite Facebook grupe kako biste kreirali grupu u kojoj možete imati privatne razgovore sa svojim timovima i raspravljati o poslovnim taktikama, proizvodima ili ih jednostavno koristiti kao forum za odgovore na sva pitanja i održavanje kontakata.

Mrežni marketing je jedinstven u poslovnom svijetu. Na ovoj se platformi promovirate kao pojedinac, a potom promovirate svoje poslovanje; kako biste ostali profesionalni, dobra je ideja postaviti jasnu granicu između privatnog i poslovnog profila.

Kako biste izbjegli da vam Facebook obriše profil zbog nepravilnog korištenja, preporučamo da otvorite vlastitu poslovnu stranicu (Business Page).

Saznajte kako na www.facebook.com/business/learn/set-up-facebook-page.

500,000 NOVIH KORISNIKA PRIDRUŽI SE FACEBOOKU SVAKOG DANA.

**77% KORISNIKA
TWITTERA IMA
POZITIVNIJE
OSJEĆAJE PREMA
BRENĐU AKO SU
DOBILI ODGOVOR NA
SVOJ TWEET.**



TWITTER 326 MILIJUNA KORISNIKA

Što je? Twitter je stranica za društveno povezivanje, koja korisnicima omogućava dijeljenje sadržaja i ideja putem kratkih poruka koje se nazivaju Tweetovi. Broj znakova na ovoj platformi je ograničen, što olakšava ostvarivanje brzih razmjena komunikacije među korisnicima. Twitter se najbolje može opisati kao kolekcija mikro-zajednica, jer isključivo vidite tweetove osoba koje pratite. Primjetit ćete da mnogo korisnika Twittera organizira svoje pratitelje prema temi, grani interesa i vole se upuštati u kontakt isključivo s određenim korisnicima koje zanimaju slične teme.

Tko je tamo? Twitter je platforma na kojoj dominiraju muškarci i popularan je među profesionalcima i stručnjacima raznih područja.

36%

korisnika
interneta u
dobi od 18-29
koristi Twitter

23%

korisnika
interneta u
dobi od 30-49
koristi Twitter

21%

korisnika
interneta u
dobi od 50-64
koristi Twitter

Upute za korištenje: Važno je otvoriti profesionalni račun na Twitteru, ali i komunicirati s drugima. Postavite kratku biografiju i lokaciju koje ljudima otkrivaju gdje se nalazite i koja vas tema zanima. Budite kreativni i komunicirajte na način s kojim se ljudi poistovjećuju i koji će osigurati da vas žele pratiti i čitati vaša razmišljanja.

Također je važno ne zatrپavati lude svojim sadržajem. Pošto imate priliku češće objavljivati, uz standardne promotivne objave, ubacite misao sadržaj s kojim će se ljudi htjeti povezati. Duhovit i zanimljiv sadržaj najbolje prolazi i stvara više konekcija.

INSTAGRAM 1 MILIJARDA KORISNIKA

Što je? Instagram je pretežito vizualno orijentirana društvena aplikacija, koja služi za jednostavno dijeljenje fotografija i video uradaka putem pametnog telefona. Sada je njezin vlasnik Facebook i dopušta vam promoviranje vlastitog poslovanja kroz jedinstvene profile i oglase.

Tko je tamo? Instagram je jedna od najbrže rastućih aplikacija i pretežito je popularna kod mlađih generacija.

59%

korisnika
interneta u
dobi od 18-29
koristi Instagram

33%

korisnika
interneta u
dobi od 30-49
koristi Instagram

21%

korisnika
interneta u
dobi od 50+
koristi Instagram

Upute za korištenje: Povezivanje putem Instagrama najbolje se može ostvariti prateći i koristeći hashtagove uskladjene s vašim poslovnim ciljevima i strategijama. Hashtagovi su označke koje služe za organizaciju i kategorizaciju sadržaja. Dodajući hashtagove dinamičnom vizuelnom sadržaju, vaša objava se lako može pronaći unutar aplikacije. Pretraživanjem važnih hastagova, možete otkriti nove profile, a označavajući svoju objavu važnim hastagovima, drugi mogu otkriti vaš sadržaj.

Uz pomoć Instagrama drugima možete predstaviti svoj životni stil, putovanja, rutinu konzumacije proizvoda i dati javnu podršku svojim timovima. Zapamtite, na Instagramu su važne fotografije i videa, a manje ono što ćete napisati u opisu. Najpoželjnije je ostati ispod 125 znakova, kako bi se cijeli opis vidio na prvi pogled.

FOREVEROVI GLAVNI HASHTAGOVI:

#ForeverLivingProducts #ForeverProud #LookBetterFeelBetter

Kada birate hashtag za vlastiti sadržaj, razmislite što je najpogodnije za sadržaj i proizvode koje promovirate. Koristite **#ForeverLivingProducts** kada pričate o našim Aloe vera proizvodima ili uzbujanju, berbi i obradi biljaka Aloe na našim poljima. Kada objavljujete sadržaj o održavanju tjelesne težine, dodatcima prehrani ili nečem povezanom, koristite **#LookBetterFeelBetter**. Koristite **#ForeverProud** kada dijelite priče o utjecaju koji Forever Living ima na ljudske živote ili priče o tome kako je kompanija uspjela učiniti razliku u svijetu putem Forever Givinga.

PROSJEČNI INSTAGRAM KORISNIK PROVEDE 15 MINUTA DNEVNO UNUTAR APLIKACIJE

LINKEDIN 562 MILIJUNA KORISNIKA

Što je? LinkedIn je najpopularnija profesionalna stranica za povezivanje. Dostupna je na više od 20 jezika i koriste ju profesionalci u mnogim industrijskim na globalnoj razini. Ovo je idealna platforma za regrutiranje i povezivanje s potencijalnim poslovnim suradnicima. LinkedIn vam dopušta učlanjivanje u grupe te dijeljenje objava i novosti o promijeni karijere i poslovnim postignućima.

LinkedIn je digitalni životopis i alat za povezivanje. Profesionalci mlađi od 50 godina čine većinu korisničke baze, a mnogi od njih kontinuirano istražuju nove prilike te žele pronaći ljude za povezivanje.

Upute za korištenje: LinkedInov alat za objavu pruža mogućnost dijeljenja važnog sadržaja poput novinskih članaka, blogova, fotografija, videa itd. Najviše se koristi za osvježavanje veza (LinkedInova verzija dodavanja prijatelja) kada su dostupni novi proizvodi, ako je došlo do promijene u vašem profesionalnom životu, kada ste dostigli novi cilj ili poticaj te razne druge teme povezane s poslovnim svijetom. LinkedIn je najbolje zamisliti kao način za održavanje kontaktata u profesionalnim krugovima. Kako biste iskoristili puni potencijal ove mreže, pridružite se grupama profesionalaca – istomišljenika ili oformite vlastitu grupu. Pozovite potencijalne suradnike i članove svoga tima da se pridruže, kako biste raspravljali o Poslovnoj prilici te osigurali komunikaciju i zadržali fokus na ciljevima.

Tko je tamo? Mladi profesionalci su top korisnici LinkedIna, a najpopularniji je među internet korisnicima koji imaju godišnju zaradu od \$75k+ (više od 450 000 kn).

75% LJUDI KOJI SU NEDAVNO PROMIJENILI POSAO, KORISTILI SU LINKEDIN ZA POMOĆ U ODABIRU NOVE KARIJERE.

PINTEREST 1 MILIJARDA KORISNIKA

Što je? Pinterest je društvena platforma za dijeljenje fotografija i spremanje istih. Ljudi koriste ovu aplikaciju kako bi sačuvali vizuelne ideje, planove za putovanja, projekte preuređenja interijera te inspiraciju za rukotvorine. Svaka se objava zove "Pin" (eng. pribadača) i možete ih svrstavati na "ploče". Svaka ploča može biti druga tema i trebala bi biti organizirana tako da korisnicima olakša pretraživanje sadržaja.

Tko je tamo? Većina korisnika Pinteresta (60%) su žene, ali muška demografija je u brzom porastu - 40% novih korisnika su mušarci.**



Upute za korištenje: Informacije i vizuelna inspiracija su ključ stvaranja odličnog sadržaja za Pinterest. Možete "pribadati" fotografije s drugih web stranica jednostavnim kopiranjem poveznice na platformu ili možete razviti sadržaj koji ćete učitati na platformu i potom povezati s vlastitom web stranicom. "Pinovi" koji prolaze najbolje su infografike ili "kako" grafike iz kojih korisnik može ponešto naučiti ili koje ga poveznicom vode do opširnijeg sadržaja kao što su članci i videa. Koristite dobro promišljene naslove i kopirajte druge objave kako biste privukli korisnike da kliknu i dijele vašu objavu.

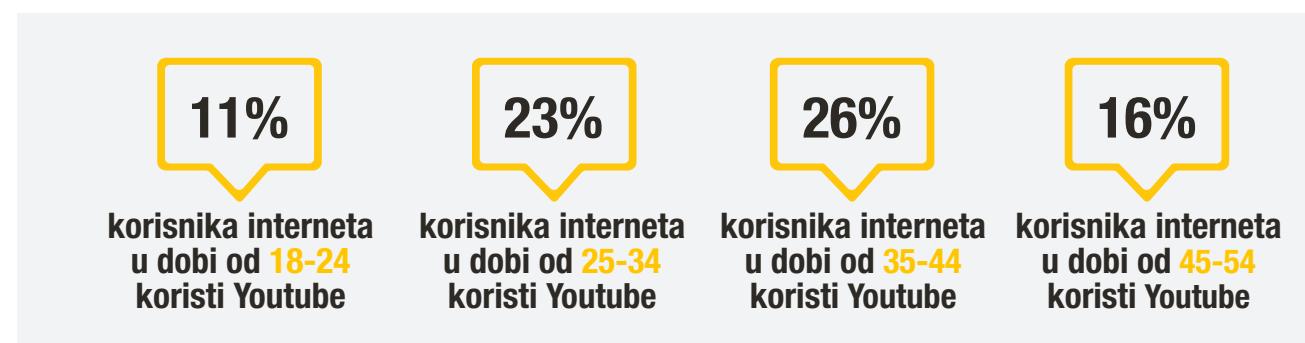
Nakon što se pridružite platformi, obavezno pretvorite svoj račun u poslovni; to će vam omogućiti promoviranje vlastite web stranice i oglasa, a dat će vam i veći uvid u učinkovitost vaših objava.

80% MILENIJALACA KAŽE KAKO IM PINTEREST POMAŽE PRONAĆI STVARI KOJE ŽELE KUPITI.

YOUTUBE 1.5 MILIJARDA KORISNIKA

Što je? YouTube je najveća svjetska platforma za dijeljenje videa. Korisnici mogu objavljivati sadržaj koji omogućuje drugima komentiranje, gledanje i dijeljenje ravno sa platforme. Poslovanja mogu stvarati oglase kako bi promovirali i prodavali svoje usluge ili proizvode. Ljudi su se okrenuli YouTubeu i kao alatu za pretraživanje, učinivši ga tako jednim od najuspješnijih alata za pretragu na Internetu. Na YouTubeu možete pronaći razne vrste sadržaja od glazbenih video uradaka do recepata i videa s instrukcijama za različite radnje tzv. tutorijala.

Tko je tamo? U današnje vrijeme, ljudi masovno konzumiraju sadržaj na streaming servisima, a YouTube dopire do više ljudi u dobi od 18 do 49 od bilo koje kablovske TV postaje u SAD-u.**



Upute za korištenje: Prosječni korisnik provede 40 minuta dnevno gledajući sadržaj na YouTubeu – ovaj podatak pokazuje da su ljudi investirani u sadržaj koji im se nudi. Najbolji influenceri na YouTubeu stvaraju sadržaj koji ljudima daje upute kako nešto učiniti ili ih uči nečem novom. Zamislite situaciju u kojoj ne znate kako nešto radi – je li lakše pogledati video ili pročitati blog objavu? Video sadržaj je najbolji način da dospijete do potencijalnih kupaca i suradnika te ih naučite nečemu ili im objasnite nešto što je možda zbunjujuće i teško za pratiti.

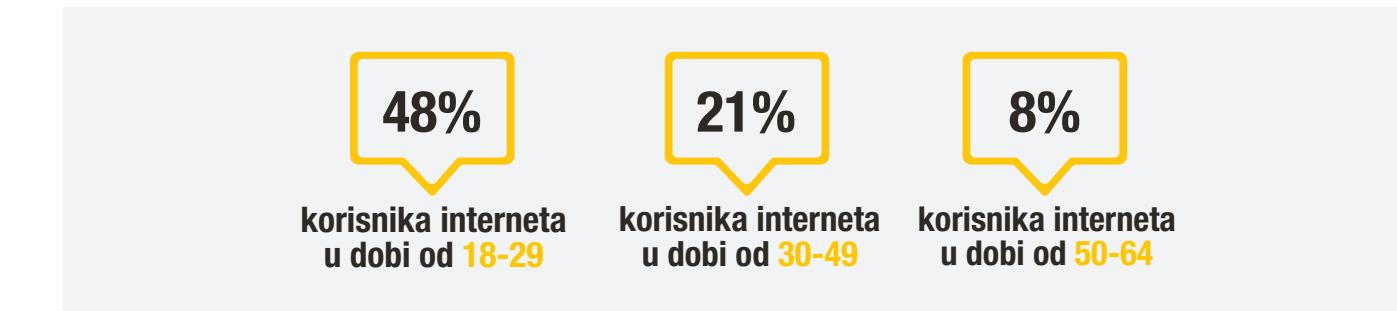
Počnite tako što ćete pokrenuti kanal, brandirati ga i dati mu smisao. Možda vas zanima pružanje informacija o proizvodima ili možda želite potencijalnim suradnicima i timovima pokazati kako održati sastanak o poslovnoj prilici ili predstavljanje proizvoda. Snimite svoj video koristeći snimku visoke kvalitete kao što su 4K ili HD i učinite to pomoću tronošca ili postolja, kako bi snimka bila dobra i kako biste izbjegli podrhtavanje. Povećajte broj pratitelja tako što ćete videa dijeliti na drugim platformama i pozivati prijatelje da prate vaš YouTube kanal.

PROSJEČNA OSOBA PROVEDE 40 MINUTA DNEVNO GLEDJUĆI SADRŽAJ NA YOUTUBEU**

TIKTOK 800 MILIJUNA KORISNIKA

Što je? TikTok je jedna od najpopularnijih i brzorastućih društvenih platformi koja postoji, što ga čini odličnim načinom za dijeljenje informacija o Foreverovom poslovanju. Ova društvena mreža za dijeljenje videa je najpopularnija kod tzv. GenZ generacije, ali popularnost joj raste i među drugim dobnim skupinama.

Tko je tamo? TikTok je nevjerojatno popularan među mlađom publikom, a najpopularniji sadržaj uključuje viralne plesne izazove i videa u kojima korisnici imitiraju isječke iz poznatih filmova, serija i popularne događaje.



Upute za korištenje: TikTok pruža jedinstvenu priliku stvaranja zadržljivog vizualnog sadržaja i potencijalnog dosezanja široke publike. To je idealna platforma za tutorijale, rutine tjelesne vježbe i razne izazove. Kultura trendova i humor su dvije važne stavke na TikToku, stoga originalni, kreativni koncepti privlače najviše pažnje.

TIK TOK JE DOŽIVIO NEVJEROJATAN RAST OTKAD JE LANSIRAN 2016. GODINE TE UZ 800 MILIJUNA AKTIVNIH KORISNIKA*, SLOVI ZA JEDNU OD NAJPOPULARNIJIH DRUŠTVENIH MREŽA.**

Odabir društvenih platformi trebao bi biti baziran na vrsti sadržaja koju najčešće možete dijeliti – video uratke, fotografije, poveznice ili tekst te ovisi o tome do koga želite doprijeti. Preporučamo izabrati samo jednu do najviše tri aplikacije na kojima možete biti prisutni u svakom trenutku. Otkrijte u čemu ste najbolji te usmjerite fokus na te platforme kako biste izvukli maksimum iz svojih konekcija.

*Statistika sa Brandwatch.com - 2019 122 Amazing Social Media Statistics and Facts

**Statistika sa Spredfast.com – 2018 Social Audience Guide

*** <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>



STVARANJE SADRŽAJA

Napravite tjedni ili mjesecni plan za svaki društveni kanal, kako biste se više mogli fokusirati na povezivanje s drugima, a manje na razmišljanje o tome što ćete objaviti. To će vas dovesti do boljeg, kohezivnijeg sadržaja i boljih rezultata u poslovanju. Svake nedjelje vizualno mapirajte sve što želite objaviti. Koristite programe poput Hootsuitea ili Buffer Appa kako biste zakazali objave. To će vam dati više vremena za komentiranje i razgovor na platformama tokom tjedna.

Razvijanje snažnog balansa u objavama je važno kako biste osigurali pokrivenost svih tema koje zanimaju ljudi kada je u pitanju vaše poslovanje, bez da ih preopteretite informacijama ili se otuđite od svoje publike. Kao Foreverov Poslovni suradnik, bitno je da se koncentrirate na nekoliko područja koja vrijedi dijeliti – proizvode, Poslovnu priliku i vaš životni stil. Zapamtite da ste vi svoj brend. Ljudi kupuju proizvode od **VAS** i pridružuju se **VAŠEM** poslovanju. Imajte to na umu kroz sve što radite i kada stvarate konekcije kroz prisutnost na društvenim mrežama.

Ovo je primjer kako stvoriti pravu „mješavinu” sadržaja koji ocrtava vaš pravi karakter i pomaže vam sagraditi snažno, stabilno poslovanje.



20% ŽIVOTNOG STILA

Sadržaj koji prikazuje životni stil trebao bi se fokusirati na vaše vrijednosti i svakodnevnicu. Imate li slobodu života kod kuće s djecom zbog prirode posla koji radite? Svakog tjedna objavite nešto zabavno što možete raditi sa svojom djecom, jer imate slobodu života kod kuće. Imate li ekstra dohodak koji možete potrošiti na sebe? Podijelite planove za nadolazeći odmor ili iskustvo koje ne biste nikada doživjeli bez dodatne zarade.



20% PROIZVODA

Dijeljenje proizvoda je u samom središtu našeg poslovanja. Pozovite ljudе da nauče nešto više o proizvodima koje volite. Dodajte nešto osobno u svaku objavu i nemojte odbijati potencijalnu publiku prečestim objavama putem kojih nešto prodajete. Kada objavljujete, podijelite svoje iskustvo sa proizvodima, umjesto očitog nabranja prednosti proizvoda.



20% POSLOVANJA

Foreverovo poslovanje vam daje priliku da radite gdje god hoćete, brzinom koja vam odgovara. Podijelite s ljudima priču o jedinstvenosti poslovanja i Foreverove prilike. Možda jednom tjedno želite objaviti da ste učlanili nekog novog u svoj tim ili prikazati kako je to raditi iz udobnosti vlastitog doma. Pokažite (nemojte objašnjavati) svojoj publici koliko je zanimljiv vaš posao i koliko vas nadahnjuje te ih ohrabrite da saznaju nešto više o njemu.



20% PRIZNANJA

Vaš Forever tim je krug ljudi koji su vam podrška u stvarnom životu, ali i na internetu. Slavite međusobna dostignuća i pokažite svijetu kako je to graditi tim koji cjeni međusobne uspjehe i predan rad. Ovaj dio strategije treba ciljano pokazati ljudima da podržavate druge te da vaš posao pomaže vama, ali i svima oko vas dostići ciljeve.



20% ANGAŽMANA

Zamislite ovaj dio planiranja sadržaja kao „Pobliže me upoznajte“ temu. Vaš društveni profil nije oglasna ploča na kojoj objavljujete jednostrani sadržaj – to je zajednica u kojoj ljudi imaju osjećaj da mogu stupiti u kontakt s vama i učiti od vas. Uvijek dijelite s drugima, učite ili ponudite pratiocima nešto zbog čega će se vraćati. Stupanje u kontakt s publikom je ključan kako bi zadržali njihov interes. Postavite pitanje bar jednom na tjedan i na taj način nagovorite ljudi da s vama podijele misli ili se upuste u diskusiju. Na ovaj način lako potičete konverzaciju koja može dovesti do prilike da s njima podijelite proizvode ili ih pozovete da prouče poslovnu priliku.

KREIRANJE FOTOGRAFIJA I VIDEO SADRŽAJA

Kada kreirate materijale za društvene mreže koje se baziraju na fotografiji ili video sadržaju, ovo su neke smjernice na koje biste trebali obratiti pažnju:

Kvaliteta

Slike bi trebale biti što je više moguće čiste – izbjegavajte nisku rezoluciju i mutne objave. Mislite na čistoću i jasnoću. Što „svježije” izgleda vaša fotografija, to bolje.

Kompozicija

Što je u fokusu vaše fotografije? Osigurajte da je sadržaj vaše fotografije jasan i pažljivo složen.

Nijanse

Koristite boje koje upotpunjaju proizvode koje predstavljate. Također, ako koristite Aloe Gold u svom vizualu, ne dozvolite da padne u drugi plan korištenjem jarkih boja. Neka ostale boje budu neutralnije, kako bi dozvolile Aloe Gold da se istakne.

Osvjetljenje

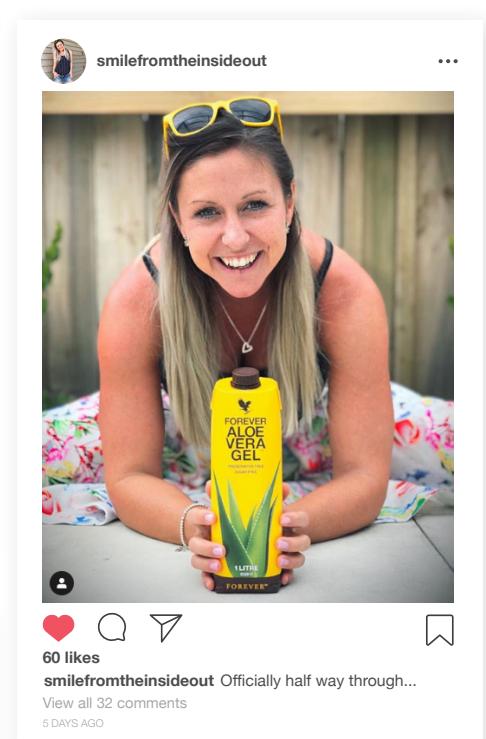
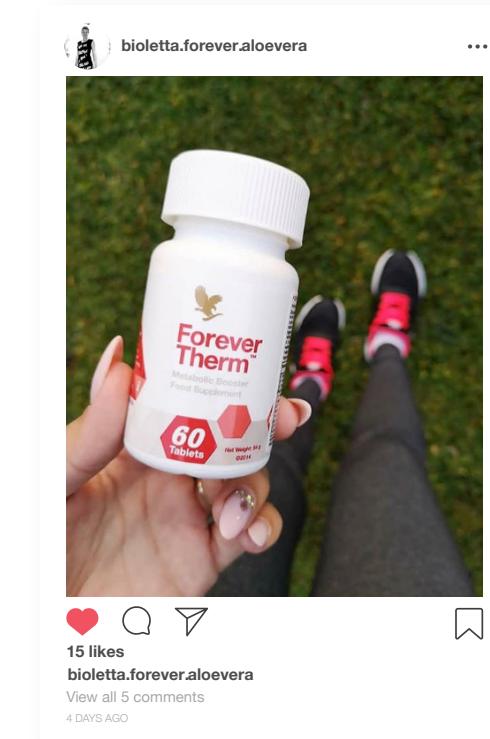
Uvijek se pobrinite da vaše fotografije nastaju na mjestima gdje ima puno prirodnog svjetla. To pomaže jasnoći vaše fotografije i čini je lakše primjetljivom na početnoj stranici društvene platforme.

Kontekst

Razmislite zašto objavljujete nešto. Ako osjećate da fotografija ne predstavlja vaš brand ili da nitko neće shvatiti zašto ju objavljujete, možda je najbolje da odustanete od iste. Osigurajte da svaka fotografija i video imaju kontekst i značenje za krajnjeg korisnika.



58% KORISNIKA PPREFERIRA VIZUALNI SADRŽAJ, A GLAVNE PREFERENCE SU GRAFIKE, SLIKE I VIDEO SADRŽAJ.*



PRATITE NAS NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Pronadite Forever Living Products na društvenim mrežama! Želimo se povezati sa vama i obavještavati vas o najnovijim informacijama kada su u pitanju proizvodi i poslovanje.



FACEBOOK [.com/ForeverLivingProductsHrvatska](https://www.facebook.com/ForeverLivingProductsHrvatska)

Jednostavan sadržaj. „Lajkajte“ našu Facebook stranicu kako biste pronašli sadržaj koji možete podijeliti na svojoj stranici i stupiti u kontakt sa svojim kupcima i potencijalnim suradnicima.

FACEBOOK [.com/foreverglobalhqbusiness](https://www.facebook.com/foreverglobalhqbusiness)

Događaji, poticaji, vijesti i još mnogo toga! „Lajkajte“ našu Facebook stranicu koja se fokusira na poslovnu stranu i saznajte sve o najnovijim treninzima te informacije o poticajima za Foreverove Poslovne suradnike.



INSTAGRAM [.com/flp_cro](https://www.instagram.com/flp_cro)

Naša priča kroz fotografije. Zapratite naše Forever putovanje te istražite najbolje proizvode na svijetu.

INSTAGRAM [.com/foreverglobalhqbusiness](https://www.instagram.com/foreverglobalhqbusiness)

Ostanite povezani sa poslovanjem. Naš poslovno orijentirani Instagram profil daje vam uvid u stvari koje se dešavaju iza kulisa Forevera te vas obavještava o novostima za Foreverove Poslovne korisnike.



PINTEREST [.com/foreverglobalhq](https://www.pinterest.com/foreverglobalhq)

Nadahnite se za sljedeći Aloe bezalkoholni koktel ili potražite inspiraciju za tjestovježbu koju ćete staviti na svoju ploču.



TWITTER [.com/foreverglobalhq](https://twitter.com/foreverglobalhq)

Naša Twitter stranica vrvi zabavnim sadržajem koji možete dijeliti i s kojim se možete povezati. Zapratite nas i ne zaboravite nas retweetati.

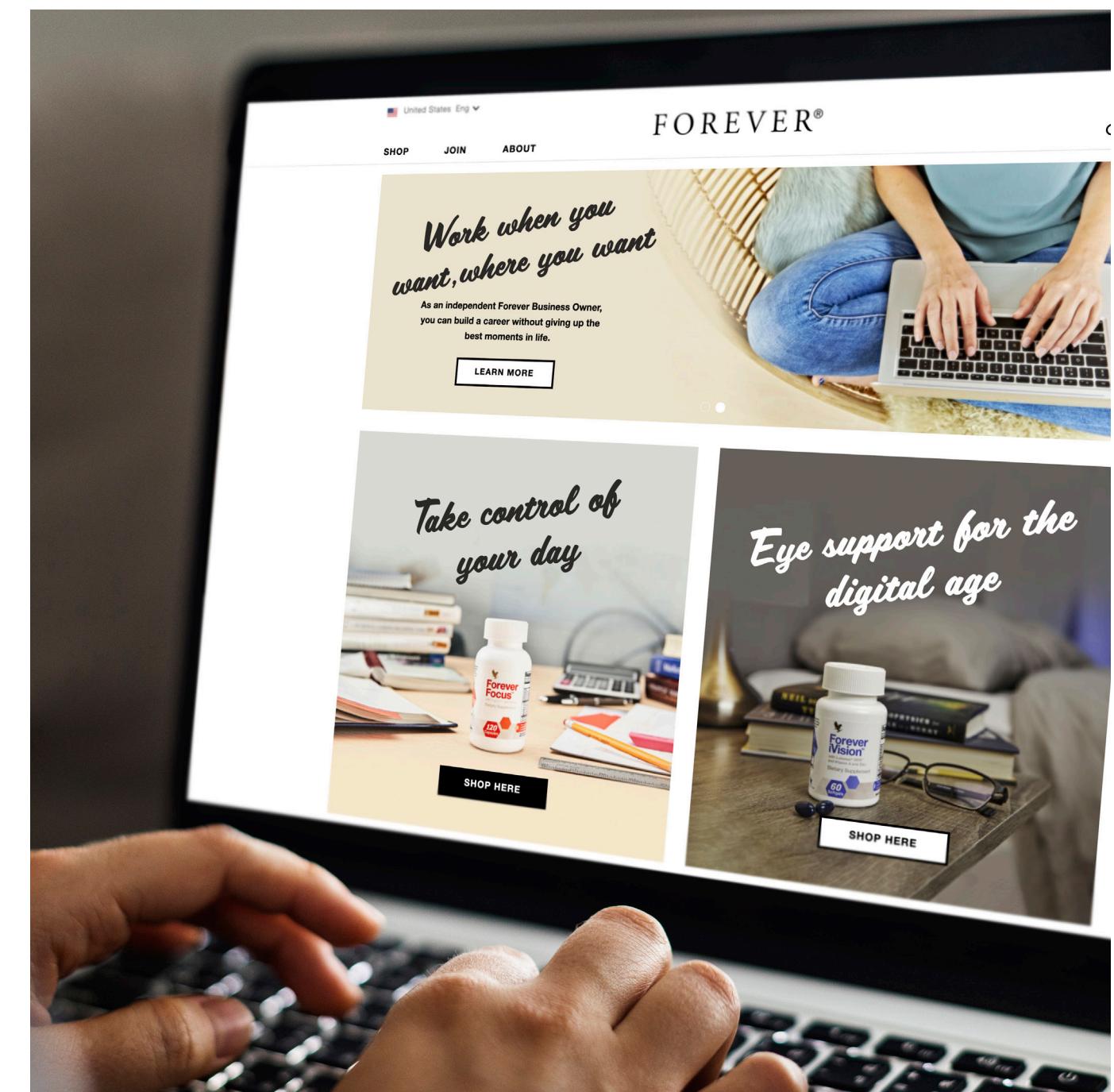


YOUTUBE [.com/flphrvatska](https://www.youtube.com/flphrvatska)

Provjerite najnovija videa o proizvodima i poslovanju, koja možete podijeliti sa svojim kupcima i potencijalnim suradnicima.

STVARANJE WEB PRISUTNOSTI

Jedna od prednosti Foreverovog poslovanja jest da možete početi onog trena kada se osjećate spremno! Ne morate sa sobom nositi opremu ili dizajnirati web stranicu, odmah ste spremni započeti priču o Foreverovim proizvodima i prilici. Osim što ćete koristiti svoje profile na društvenim mrežama, možete koristiti i **Foreverliving.com** kao svoju osobnu e-trgovinu.



Jednostavno unesite svoj FBO ID u adresu www.VasFBOID.ForeverLiving.com i delite!



DRUGI ALATI I KORISNI SAVJETI

BestCompany.com odnosi se na Forever Living Products kao kompaniju koja nudi opsežne treninge i potporu za FBO-ove. No, zabava ovdje ne staje! Evo još nekih alata koje možete koristiti za izgradnju poslovanja.

DIGITAL TOOLS



DISCOVER FOREVER MOBILNA APLIKACIJA

Preuzmite Discover Forever aplikaciju kako biste imali sve što vam treba u svojim rukama. Aplikacija sadrži informacije o najnovijim proizvodima, materijale za treninge, cjenike, poslovne prezentacije i još mnogo toga; ponesite svoje poslovanje gdje god krenuli. Dostupno za iOS i Android sustave.



FLP360 - Strategija. Uvid. Rast.

FLP360 je redizajniran i poboljšan kako bi vašem poslovanju omogućio moćne performanse digitalnog marketinga. Suradivali smo s vodećim FBO-ima, programerima, dizajnerima i stručnjacima za korisničko iskustvo, kako bi vam podarili platformu za digitalni marketing prepunu alata i izvještaja iznimno lakih za korištenje. Jednostavna, intuitivna početna stranica pruža uvid u najbitnije aspekte vašeg Forever poslovanja. Plus, koristite naše alate za društvene mreže i prodaju kako biste izgradili svoje online poslovanje.



FOREVER GLOBALPAY

Jednostavno upravljaljte svojim bonusima i provizijama uz Forever GlobalPay. Dobit ćete poziv za postavljanje računa nakon što primite prvu uplatu za bonus. Počnite zarađivati danas i zatim se prijavite u vlastiti račun kako biste preuzeли sredstva.



FOREVER F.I.T. APP

Zanima li vas održavanje tjelesne težine ili izgradnja poslovanja pomoću naših proizvoda za održavanje tjelesne težine, Forever F.I.T. aplikacija dostupna za iOS i Android, savršen je partner za praćenje napretka kupaca te davanja motivacije kako biste izgledali bolje i osjećali se bolje.

TISKANI MATERIJALI



AOLE LIFE MAGAZIN

Ovaj moći alat se izrađuje tri puta godišnje sa porukama specifično rađenima za maloprodajne kupce. Upotrijebite ovaj sadržaj za dijeljenje naputaka o proizvodima, informacija o kompaniji te za izgradnju vlastitog poslovanja. Aloë Life Magazin možete pronaći na:

www.foreverliving.com/aloe-life



AOLE BROŠURA

Moć Aloe, baš kako je priroda naumila. Ova brošura otkriva blagodati konzumiranja Foreverovih Aloe vera napitaka. Uz informacije o Foreverovoj proizvodnji i tome što Forever radi drugačije, ova brošura je vrlo korisna za ostaviti maloprodajnim kupcima.



ZAŠTO FOREVER LETAK

Pokažite kupcima i potencijalnim suradnicima prednosti Foreverove prilike. Zašto Forever letak pruža informacije o tome što Forever nudi onima koji su zainteresirani za gradnju poslovanja.



PRVI KORACI DO MANAGERSKE POZICIJE

Ovaj opširni priručnik za trening pojašnjava osnove gradnje poslovanja; od moći maloprodaje do načina na koji možete pozivati ljude da se pridruže vašem poslovanju. Dostupan u tiskanom i digitalnom izdanju na Discover Forever aplikaciji.

Trebate dodatnu pomoć?

Obratite nam se na **+38513909770**
ili **korisnickapodrska@foreverliving.hr**

Osiguravamo najvišu kvalitetu.

Najveći smo uzgajivač i proizvođač Aloe vera proizvoda na svijetu. Naši su proizvodi prvi primili certifikat Internacionalnog znanstvenog vijeća Aloe za moć i čistoću. Nikada ne testiramo proizvode na životinjama, a veliki broj naših proizvoda ima Halal i Kosher certifikat.

foreverliving.com



Trademarks ® Reg. US. Pat. & TM Office
©2019 Aloe Vera of America, Inc. All rights reserved.

Re-order 10381

FOREVER
LIVING PRODUCTS®
