

INTERNET

za početnike



LEKCIJA

Internet za početnike u 13 lekcija

Sadržaj

Uvod.....	3
1. Šta je internet?.....	5
2. Zašto početi koristiti internet?.....	10
3. Zašto je važno koristiti internet u poslu?.....	13
4. Lični imidž i internet.....	16
5. Prvi koraci u korištenju interneta za običnu osobu.....	18
6. Kako koristiti internet za svoju malu radnju?.....	20
7. Kako se to "koristi" internet?.....	24
8. Djeca na internetu.....	27
9. Odlučili ste - hoćete na internet? Kako dalje?.....	30
10. Facebook - kako ga koristiti?.....	33
11. Internet "alati" koji vam mogu pomoći da postanete vidljivi.....	38
12. Zašto se odnosi s javnošću teško mogu odvojiti od interneta?.....	41
13. Kako se snaći na internetu i izbjeći prodavanje magle?.....	45
Zaključak.....	47
O autoru.....	48

Internet za početnike u 13 lekcija

Uvod

Kad god počnem neku priču vezanu za internet pričam je kao da sam okružena ljudima koji ga takođe svakodnevno koriste. Tek poneki zbunjeni pogled ili pitanje me vrata u stvarnost u kojoj još uvijek najveći broj korisnika interneta ne zna dalje od Facebooka. Prošla me faza u kojoj sam takve ljude gledala kao da su pali sa Marsa. Umjesto toga sve češće pokušavam da se stavim u njihovu ulogu i da ih razumijem.

Pišući ove redove imam namjeru i da im pomognem.

Pročitala sam podatak da je internet nastao prije 40 godina. Tih godina na našim prostorima je televizor bio vrhunac tehnike. Internet u naše domove i svakodnevnicu prema mom sjećanju ulazi 1996. godine. Te godine sam prvi put dobila kućni priključak i od tada je meni internet postao svakodnevnicu. Polako je potisnuo sve ostale medije iz mog života, TV sam skoro prestala gledati, radio slušam na internetu a novine kupujem vrlo rijetko.



Zamijenio mi je i olakšao mnogo stvari u životu. I pored svega o internetu se priča i piše mnogo loše. Kad god se traži krivac za nešto što se dešava postalo je uobičajeno da se krivica prebaci na njega. Kao dugogodišnji korisnik mogu samo reći da internet nije ništa gori (a ni bolji) od stvarnog svijeta koji pravimo mi – ljudi.

Voljela bih da u mom okruženju ljudi malo više i bolje koriste internet. Za nekih 20 godina će vjerovatno i biti tako, kad odrastu sva djeca koja od najranijeg djetinjstva koriste računare. Do tada će nam svakodnevnicu ipak činiti ljudi koji kažu "Imam ti ja web stranicu" pokazujući na email adresu koju provjeravaju tek nekoliko puta godišnje.

Treba li ih kriviti?

Koliko god mi i samoj nekad djelovali čudno i neobično mislim da ne treba. Čak i moja generacija (1976.g.) je na informatici u školi učila o programskim jezicima i pokušavala u glavu ugurati neka znanja o tom predmetu bez da smo se sreli sa računarima. Ne znam kakvi su profesori informatike danas i kakav im je nastavni plan i program ali sam načula da vrlo često oni učenike mole da im formatiraju disk na računaru. To znači da je još uvijek najveći broj korisnika interneta u regionu samouk.

Posebno ne treba kriviti za neznanje ljude koji pripadaju starijoj generaciji, onoj koja je prve TV emisije gledala u crno bijeloj tehnici. Lično znam nekoliko njih koji internet koriste u mjeri u kojoj ga koristim i sama, ali oni su ipak izuzetak ili manjina, kako god hoćete. Da bi se broj korisnika među takvom populacijom povećao potrebno je mnogo truda i rada. Ali prije svega

je potreban motiv i želja da se vrijeme posveti izučavanju i razumijevanju ovog medija.

Znam da su mnoge firme svoje službenike slale na obuku za korištenje računara i interneta. Iz mog ličnog iskustva posjećivanja nekih kurseva i predavanja mogu reći da mi je jasno zašto još uvijek kod nas kažu da je tehnika napravila više štete nego koristi. Kad firma šalje ljude na obuku, posebno ako je državna, onda se predavači ili ustanove koje će to raditi biraju po principima veza i štela. Najmanje se vodi računa o tome da li će ljudi naučiti nešto i primjenjivati naučena znanja.

Još je komplikovanija situacija sa malim privrednicima. Ulaskom u tržišnu ekonomiju svima su puna usta malih privrednika. Kad god se priča o napretku, zapošljavanju, stimulanju i svim ostalim čudima koja snalaze zemlje u tranziciji svi pričaju samo o malim i srednjim preduzećima. U prvi plan uvijek nekako dospiju priče o porodičnim biznisima, uspjesima i slično. Najčešće su to samo naučene priče koje služe za mazanje očiju. Uglavnom dolaze iz usta onih koji sami nisu nikad rizikovali svoju marku pa samim tim i ne znaju kako je to. Ako znaju teoriju prakse nemaju, a to dvoje ne ide jedno bez drugog.

Ljudi koji se na ovim prostorima bave malim biznisom bilo koje vrste su praktičari. Oni su svoje biznise pokrenuli iz nekoliko razloga, a najčešće zato što su u sebi imali neki talenat, znanje, sposobnost ili vještinu koja se može unovčiti na tržištu. Znam ih dosta i znam da se na ovom tržištu bore kako znaju i umiju, svojom logikom i znanjima koja nisu naučili u školi. U 99% slučajeva su to znanja stečena kroz život i iskustvom. Kad im spomenete "marketing" oni vide TV reklamu ili reklamu u novinama, a "biznis plan" im koristi za dobijanje kredita od banke. Ne pišu ga sami, najčešće ih "oderu" za isti.

Takvi ljudi treba da nose privredu država u regionu i u suštini oni to i mogu, samo im treba malo pomoći.

Ja ću pokušati da ovom serijom svojih tekstova pomognem onima koje zanima kako internetom mogu pomoći svom biznisu. Znam da na sve strane ima tekstova o tome, da se organizuju seminari, kursevi i slično i možda se neko sad pita "zašto bih ja to radila", "od kud mi ideja da to mogu" i "po čemu će ti moji tekstovi biti drugačiji od ostalih".

Pa evo, da odmah odgovorim. Radila bih zato što svoje slobodno vrijeme volim potrošiti na neki koristan način. A ideja da to mogu mi se vremenom nametnula sama od sebe, posmatrajući svijet oko sebe i analizirajući ga na svoj način. U svakom slučaju ovo je dobar eksperiment za ispitivanje "moći" interneta. Kako? Ako ova moja serija tekstova (kako je sada zovem dok je još samo u glavi) bude zanimljiva i korisna sigurno će naći put do velikog broja čitalaca. A ako bude bezveze i dosadna, te u rangu "štosepravipametna" tekstova onda će ih čitati osim mene samo oni koji spletom okolnosti moraju pročitati sve što ja napišem. Ne brinite, takvih nema puno.

A po čemu će moji tekstovi biti drugačiji od ostalih koji postoje? Možda po tome što se neću truditi da ljude zadivim svojim znanjem i pisanjem. Umjesto toga ću se truditi da shvate stvari koje im zaista mogu koristiti. Obzirom da sam sama deset godina imala mali privatni biznis pisaću i iz tog ugla. A osim onih koje internet zanima zbog posla vjerujem da će dosta toga zanimljivog biti i za sve one kojima nije jasno kako pomoću interneta mogu brendirati sebe.

Internet za početnike u 13 lekcija

1. Šta je internet?

Kako biste vi nekom ko skoro nikad nije sjeo za računar objasnili šta je internet? [Wikipedija](#) kaže da je internet velika računarska mreža i sistem za jednostavnu i efektivnu komunikaciju sa tekstom, slikom i zvukom. Kada mene neko pita šta je internet ja kažem da je to svijet u elektronskom obliku.

Ne znam kako i na koji način je nekom uspjelo da sve što se dešava i postoji u stvarnom svijetu ugura u elektronski oblik i napravi internet, ali je činjenica da je to tako. Sve što postoji u stvarnosti možete uglavnom pronaći i na internetu.

1.1. Kako ući (ili izaći) na internet

Prije same priče o internetu moram spomenuti nekoliko stvari. Vrlo često oko sebe čujem “izašao na internet” ili “ušao na internet”. To bi otprilike značilo da se neko konektuje na internet i bude online. Zašto neki uđu a drugi izađu ne znam.

Ono što je takođe važno spomenuti jeste da je i dalje najveći broj ljudi za korištenje interneta koristi računar, a u porastu je broj onih koji za istu stvar koriste mobilne telefone. Dok smo nekada brzine otvaranja stranica mjerili satima i mogli doručkovati dok primimo jednu poruku sada je sve mnogo brže. Prije su računari za internet bili ogromni i povećavali račune za telefon (stari ne tako dobri Dial-up), danas imamo tendenciju pada cijena, dostupnost putem kablovskih operatera i sve češći besplatni internet.

Da razjasnimo još jednu stvar kojom su prepadali mene nekad davno – računari nisu baš tako osjetljive stvari i nećete ih pokvariti čim pogrešno stisnete neko dugme. Sjećam se mojih profesora koji su nam najviše ponavljali da se računar obavezno gasi na “*Start – Turn off computer pa Shut down*”. Skoro sam umrla od straha kad mi je prvi put “zaledio” Windows. Vremenom naučite da računar sa Windowsom nekad možete ugasiti samo ako iz zida izvučete utikač i izvučete bateriju iz laptopa. Dakle, ne bojte se. Svi ovi proizvođači tehnike bi davno propali da je prave samo za napredne i superpametne korisnike. Znači samo polako i ništa se strašno neće desiti čak i ako niste neko ko sve te tipke i dugmiće zna kao svoj džep.

1.2 Kako se to koristi internet?

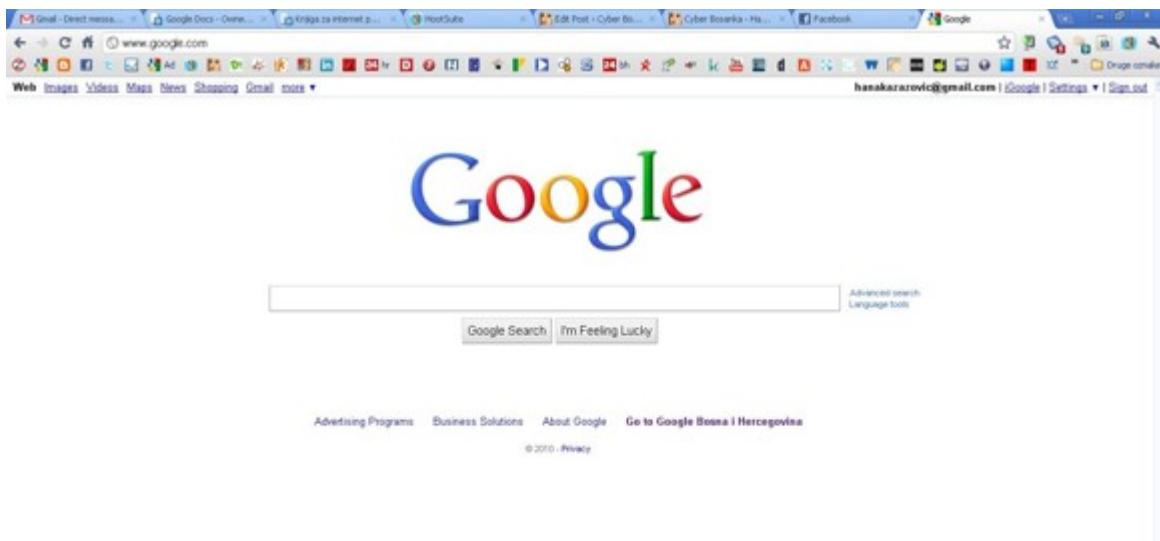
Ovaj dio pišem samo za one koji stvarno nemaju nikakva znanja o tome kako uopšte otvoriti bilo koju stranicu na internetu.

Za korištenje je najbolje da sjednete za računar i upalite ga. Onda na ekranu pronađete neki od pretraživača (pogledati ikone na slici ispod).



Kliknete na tu ikonu i otvoriće vam se prozor sa slike (možda neće izgledati isto).

Sad imate 2 varijante za dalje “surfanje” (izraz koji se koristi za pretraživanje stranica na internetu).



Prva varijanta je da u traku pri vrhu u kojoj na slici piše **www.google.com** ukucate neku web adresu koju znate. To može biti adresa sa vizit karte vašeg prijatelja ili neka koju ste vidjeli na TV-u. Kad to uradite pritisnete tipku “Enter” i otvoriće vam se ta web stranica. Tu zaista ne možete ništa pokvariti. Ako i pogriješite adresu samo će se otvoriti nešto drugo.

Druga varijanta je da u polje za pretraživanje upišete nešto što vas zanima. Hoćete da saznate kako se prave tulumbe? Ukucate samo tulumbe u pretraživač, stisnete Enter i otvoriće vam se sljedeća stranica na kojoj dalje imate fotografije ili recepte. I dalje samo klikate. Ako znate engleski ne možete pogriješiti. Ako ne znate imate i [prevodioca](#) na internetu. Jednostavno, zar ne?



Ono što trebate zapamtiti u ovoj početnoj fazi jeste da je web adresa ono što počinje sa www. Tako je web adresa mog bloga www.bosanka.net. To što se otvori kad ukucate web adresu je web stranica (website na engleskom). Sve češće ne morate uopšte ukucavati ovo www, dovoljno je npr samo bosanka.net.

Vama je možda neko nekada i otvorio mail adresu i imate je na vizit karti na primjer. To je ono što u sebi ima @ (ludo A, tako ga zovu). Najčešće izgleda ovako *vaseime@gmail.com*, *vaseime@hotmail.com* ili *vaseime@yahoo.com*. Ima još mogućnosti, naravno. To ne znači da imate web stranicu. To vam je u stvari poštansko sanduče u koje primete pisma. Objasniću u nastavku.

1.3. Stvarni život preslikan na internet

Šta znači to kad kažem da sve što postoji u stvarnosti ima i na internetu?



U stvarnom svijetu mi imamo svoja prebivališta na kojima živimo. Ako će neko da nam pošalje pismo ili razglednicu mi ćemo mu dati poštansku adresu. U virtuelnom svijetu nema poštara ali imamo elektronsku poštu, email adresu na koju primamo elektronske čestitke, pisma i slične stvari (to je ovo sa @). Sve češće nam u stvarne poštanske sandučice guraju kataloge koje ne želimo, reklamne prospekte i letke. U virtuelnom sandučiću se to zove SPAM.

Ako nam se ne sjedi u kući izađemo u šetnju. Prije su se ljudi nalazili i pričali na velikim trgovima, danas su kafane za tu namjenu. Najveći "trg" za okupljanje poznanika na internetu je trenutno **Facebook**. I Facebook vam je jedna web stranica koju otvorite tako što ukucate www.facebook.com i onda tu dalje imate svašta – od prijatelja do poznanika, mogućnost za pričanje, postavljanje slika i sl. Kad nam je dosadno tu smo da se sretnemo sa poznanicima

i popričamo te vidimo šta kod njih ima novo. Osim Facebooka postoje forumi te druge društvene mreže na kojima se ljudi okupljaju da bi pričali o nekim temama ili uopšteno.

Umjesto u foto klub otići ćete na web stranicu koja okuplja zaljubljenike u fotografiju (npr. [Flickr](#), [fotografija.ba](#)). Zanima vas kuhanje pa ćete naći stranicu koja okuplja ljude koje zanima isto (npr. [Coolinarika](#)). Umjesto novina vijesti ćete potražiti na nekom od portala sa vijestima. Radio ćete poslušati na internetu. Umjesto TV-a gledaćete [YouTube](#), sami ćete birati program i šta vam se gleda.

Stvarna preduzeća imaju svoje kancelarije na internetu. To su web stranice (ono sa www) i manje ili više liče na ono što imate kad ih sretnete uživo. Neki su susretljivi i raspoloženi za priču pa im možete pisati na email a oni će vam čak i odgovoriti. Ne da vam se da idete u kupovinu jer nemate gdje parkirati auto? Možda ta trgovina ima online prodavnicu? Skoro sve što imate u stvarnom životu imate online.

Dosadno vam je? Možete se igrati. Možete birati igricu kakvu god hoćete, možete je igrati sami ili sa nekim iz Hong Konga. Hoćete da se kladite? Imate online kladionice. Hoćete da učite? Imate razne kurseve, lekcije, predavanja, sve što pomislite. Možete studirati i online završavati školu. Možete držati virtuelna predavanja a možete pratiti predavanja ljudi koji vas interesuju. Mnogo toga je besplatnog, mnogo toga je na internetu i beskorisnog ali uz malo truda uvijek možete naći ono što vam odgovara u određenom momentu.

Ono što vam smeta u stvarnom životu smetaće vam i u elektronskom. Postoje zakoni koji regulišu elektronski svijet. Države koje inače provode zakone to isto rade i sa onim koji se odnose na internet. U Americi na primjer ne možete bez kazne krasti muziku sa interneta jer uvijek ima neko ko će vas uhvatiti. Zato u BiH možete raditi šta hoćete svugdje, pa tako i na internetu. Kako funkcioniše stvarna država u kojoj živite takav će vam biti i elektronski život.

Lopova ima svuda. Na ulici će vas napasti i oteti vam tašnu ili mobitel. Na internetu će vam ukrasti fotografiju koju ste vi postavili na internet ili tekst koji ste napisali. Od vas zavisi u kojoj mjeri ćete biti meta lopovima i bolesnicima. Hodate li u 3 ujutro sami po gradu kroz mračne uličice? Ne hodate jer je opasno, možda neki idiot naiđe u ta doba raspoložen da se iživljava na vama. Tako je i na internetu, ako pazite šta radite smanjena je mogućnost da vam se nešto ružno dogodi.

1.4. Kako internet koristiti bez straha

Bez obzira na sve opasnosti internet nije loša stvar niti mjesto od kojeg treba bježati. Treba ga samo naučiti koristiti a to nije teško. Uopšte nije pravljen samo za napredne korisnike, ako ste pismeni i znate čitati i pisati možete ga uz malo truda koristiti tako da vas glava nikad ne zaboli od njega i da imate samo koristi od toga.

Ako internet koristite samo da pretražujete stranice, da čitate vijesti i sl. iza vas neće ostati nikakav trag. Tragove po internetu ostavljate tako što otvorite profil na nekoj društvenoj mreži poput Facebooka, profil na nekoj stranici za klađenje, za postavljanje fotografija i sl. Gdje god se morate registrovati i ostaviti svoje podatke tu ostavljate tragove.

Prva stvar koju trebate znati jeste da uglavnom sve što tako stavite ili napišete ostaje dostupno za stalno.

Druga stvar koju uvijek trebate imati na umu jeste da je to javno, kao da izađete na ulicu gdje vas vide svi.

Hoćete da stavite na internet slike prirode koje ste napravili? Zapitajte se da li biste ih pokazali nekom neznancu koji vam izgleda sumnjivo? Ne smeta vam to, zar ne? Onda ih stavite slobodno. Možda će vam ih neko "ukrasti", iskopirati ali to je jedino zlo koje se može desiti.

Imate ćerku od 14 godina u pubertetu koja je na ljetovanju napravila bezbroj slika u kupaćem kostimu. Stavila ih je na svoj Facebook profil na kojem ima 800 prijatelja. Mnoge od njih ne zna ili ih zna samo površno. Profil joj je podešen tako da ga vide svi, čak i oni koji nisu prijatelji sa njom. Trebate li se brinuti? Ako vam pokazivanje tih slika istom onom neznancu sumnjivog izgleda ne bi zabrinulo onda nema potrebe da se brinete. Da li bi vam smetalo da vam ćerka izađe uveče u grad ili kafanu u kupaćem kostimu? Smetalo bi vam? E pa to je otprilike isto.

Uvijek se prvo zapitajte da li biste se u stvarnom životu ponašali i radili to što radite na internetu. Da li biste rekli pod svojim punim imenom i prezimenom sve ono što ste napisali negdje?

Stavili ste lažno ime (nickname, kako se to zove na engleskom) pa mislite da možete reći sve ono što vam inače leži na duši a da to niko ne zna? Varate se, uvijek iza vas ostaje trag, IP adresa po kojoj vas u najgorem slučaju može naći policija.

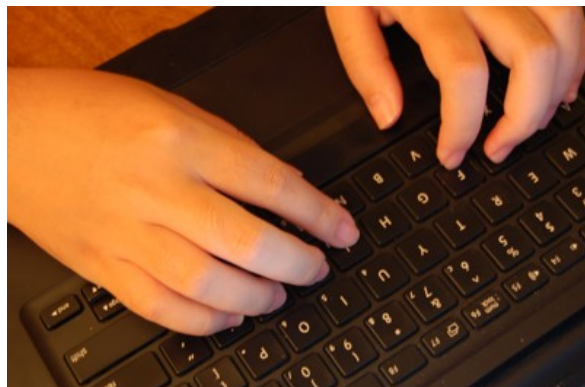
Najjednostavnije rečeno, internet je stvarni život preslikan u elektronski i sve što vam se dešava u stvarnom životu dešavaće vam se i tamo. I dobro i loše. Samo bez mirisa i okusa, to još nisu uspjeli napraviti.

Internet za početnike u 13 lekcija

2. Zašto početi koristiti internet?

Kako nekom ko ne koristi internet nikako i ko o njemu nema lijepo mišljenje objasniti prednosti korištenja?

Lako je o internetu pričati sa ljudima koji ga razumiju i koriste. Čak i ako se radi samo o korištenju Facebooka takvi već imaju bar površan uvid u ono što im ovaj medij može pružiti. Ja sam neko ko internet stvarno maksimalno iskorištava i vrlo često kad pričam o nekoj stvari nakon par minuta primijetim da me već odavno sagovornik ne razumije, a vrlo često me počnu gledati sažaljivo jer misle da nisam dobro. Ili kad vide da paralelno držim otvorenih nekih 15 web stranica i uspijevam pratiti sve što se dešava na njima, sve dok pišem neki tekst, postavljam slike i pričam sa prijateljicom? Ma da, kako objasniti da ima još takvih, čak i "gorih" od mene.



Internet je jedini medij koji raste

Jedan od razloga zbog kojih mislim da je luksuz ignorisati internet je to što je ovo trenutno jedini medij koji raste, odnosno povećava se stalno broj njegovih korisnika. Svi drugi su u padu – novine se sve manje prodaju, televizija se sve manje gleda, a i radio je u istim problemima. I ne samo to, svi skupa se i sami okreću internetu – sve više je novina koje imaju internet izdanja, a televizije i radio stanice sve češće kompletne emisije prenose i na internet. Znači, ovo nije trenutna pojava. Nije sada internet popularan pa će to prestati nakon nekog vremena kada se ljudi zasite i kada im dosadi. Neće. Može se samo razvijati, mijenjati oblike ali neće nestati.

Ja sam obična službenik/ca i meni TO stvarno ničemu ne bi služilo!

Imate li nekog u svojoj blizini ko misli da mu korištenje interneta nikako ne bi pomoglo u životu? Nekog ko misli da je to – gubljenje vremena, za mlade, napredne, pametne, one koji ne znaju šta će od sebe i si? Šta bi jednog penzionera koji je čitav život kupovao dnevne novine i gledao dnevnik u pola 8 moglo motivisati da sjedne za računar i počne koristiti internet?

Možda bi neki od sljedećih razloga mogao biti presudan za početak korištenja interneta?

1. Potreba za jeftinom i stalnom komunikacijom, sa djecom (ili dragom rodbinom) koja žive daleko.

Konkretno znam mnogo slučajeva u kojima ljudi za koje ne biste nikad pomislili da to znaju koriste Skype ili neki drugi program pomoću kojeg mogu besplatno pričati i gledati svoje najmilije. Koliko unučića svoje bake, nane i dede upoznaje putem monitora računara? Koliko sestara svoje kafe ispija uz monitor? Kada neko počne priču o ružnim stranama interneta ja se sjetim svoje mame koja je naučila otvarati elektronsku poštu samo da ne bi morala čekati mene dok dođem s posla da pročitaju šta piše brat iz Engleske. Ili se sjetim jedne bake koja unuku viđa svakih 5 godina a skoro svako veče priča sa njom na Skype. Koliko je takvih lijepih priča i koliko ljubavi i pozitivne energije putuje ovom elektronikom? Koliko se ljudi upoznalo i započelo veze, prijateljske ili ljubavne pomoću interneta? Koliko je poslova pronađeno, problema riješeno, ponovo uspostavljenih kontakata? Nisu samo manijaci, pedofili i ostala ljudska gamad na ovoj mreži. I nisu svi ovdje, okrenite se oko sebe i pogledajte na ulicu. *Koja je razlika između stvarnosti i interneta po tom pitanju?*

Potreba za komunikacijom sa ljudima nema granicu u godinama. Čak i ona službenica na šalteru koja misli da internet nije za nju možda ima prijateljicu iz srednje škole koju nije vidjela dugo a skupo joj je da je stalno zove telefonom. A tek da joj vidi djecu ili maćuhice u bašti...

2. Potreba za informacijama i informisanjem

Penzioner iz prethodnog primjera je navikao da kupuje jedne novine dnevno. Za toliko para koliko mjesečno potroši za novine može platiti pretplatu za internet. Tako može čitati neograničen broj novina i to po izboru – od lokalnih do svjetskih. Može putovati pomoću Google Eartha širom planete. OK, penzioneri u bogatim državama putuju uživo i tako je mnogo ljepše, ali penzioneri na Balkanu mogu iskoristiti Google Earth. Mogu saznati sve o svom omiljenom političaru ili o sportisti kojeg vole. Ako se radi o penzionerki ona može pronaći neke moderne i nove šeme za heklanje te mustre za priglavlke. Broj telefona bilo koga možete saznati u kratkom roku, bez potrebe da slušate nervozne tete sa informacijama. A uz sve to možete i pričati besplatno sa prijateljima i familijom

3. Potreba za učenjem i usavršavanjem

Radite kao službenica na šalteru i pretpostavljate da ćete tu dočekati penziju. Ja se nadam da hoćete, ali vremena su takva da na planeti ne postoji sigurno zaposlenje. Možda ste previše spori pa će vas morati zamijeniti nekom bržom. Šta ako propadne firma pa dođe do smanjenja radnika i ostanu samo najbolji? Kako vam internet može pomoći da smanjite brigu za svoje zaposlenje? Tako što se pomoću njega možete stalno usavršavati i učiti pa uvijek biti među onima koje će poslodavci tražiti i rado zaposliti. Možete pratiti šta je novo i aktuelno u vašoj branši. Možete naučiti neku novu vještinu – besplatno, steći nova znanja koja vam mogu pomoći u poslu. Svi idu naprijed – možete li sebi priuštiti luksuz da ostanete stajati u mjestu?

4. Potreba za predstavljanjem znanja i sposobnosti te materijalizacija istih

Ne znam zašto ali mi prvo pade na pamet ona baka sa priglavkama. Znae plesti super priglavke ali u vašem selu to znaju skoro svi i nemate ih kome prodati? A znate li da je nama u gradu takođe hladno po nogama? Znae li da su, na primjer, ručni radovi sve cjenjeniji u svijetu? Ne kažem da je dovoljno da vaše priglavke postavite bilo gdje na internet i da ćete odmah postati bogati. Kažem da pomoću interneta možete predstaviti svoj rad i vještinu tako da onaj ko bude tražio proizvode ili usluge koje nudite može lako doći do vas. Neće niko hodati po Vlačiću i zagledati babe koje pletu nego će sjesti za računar i u pretraživač ukucati “priglavke” ili “prodaja priglavaka”.

Znae praviti super torte i uživate u tome ali ne znae dovoljno onih koji bi ih jeli? Ja znam da ima mnogo onih koji bi ih jeli ali ih ne znaju praviti. Mogućnosti su ogromne, potrebno je samo malo vremena, kreativnosti i volje i za vas može znati cijeli svijet.

5. Potreba za upoznavanjem ljudi istih ili sličnih interesovanja te povezivanje sa njima

Pratite Formulu 1 i navijate za Alonsa? Teško vam je naći ljude poput vas, one koji će se skupa sa vama radovati ako Alonso osvoji prvenstvo? Shvatam vas i ne osuđujem, ne brinite, svi imamo neku manu :) Ali sasvim sigurno na svijetu ima ljudi poput vas koje će radovati svaki uspjeh ovog Španca. Zašto ih ne pronaći i sa njima dijeliti oduševljenje umjesto da se zbog njega svađate sa prijateljima koji vas ne razumiju?

Obožavate kuhanje i eksperimentisanje u kuhinji a vaša prijateljica ne dijeli isto oduševljenje? Umjesto nje možete pronaći mnogo takvih poput vas – na internetu, okupljene na nekoj stranici sa receptima gdje svakodnevno izmjenjuju iskustva i savjete. Ako imate bilo kakav hobi pronaći ćete ljude poput vas. Čak i značke možete mijenjati sa njima

Ali - kako doći do svega toga? Ja se ne snalazim tu

Uvijek ima neko ko zna i ko će vam pomoći. Znae kako se kaže – ako je učenik spreman uvijek će se pojaviti učitelj. Vjerovatno će to u manjem broju slučajeva biti neki stari čikica sa naočalama, zato dobro otvorite oči i pogledajte oko sebe. Možda će vam najbolji učitelj biti dvanaestogodišnji unuk ili susjedov sin od 14 godina.

Savjet – uvijek jasno i jednostavno recite zbog čega želite da naučite koristiti internet. I zamolite za strpljenje

A molba i napomena svima koji se nađu ulozi učitelja za internet – budite strpljivi. Pokušajte shvatiti i razumjeti da iako je vama jednostavno kliknuti ovdje, ondje, otvoriti ovo, kliknuti Cancel ako nisi siguran i sl – osobe koje počinju uvijek imaju strah da će nešto pokvariti. Ista stvar je sa počinjanjem i učenjem bilo čega – dok se ne savladaju osnove i ne shvati materija strah neće nestati. Niko se nije rodio naučen i ne znaju svi sve.

Internet za početnike u 13 lekcija

3. Zašto je važno koristiti internet u poslu?

U prošlom dijelu sam pisala o tome koji su razlozi zbog kojih bi običan čovjek mogao početi koristiti internet. U ovom ću se baviti značajem interneta za posao. Prvenstveno mislim na mali biznis, radnje, prodavnice, uslužne djelatnosti i sve one koji se bave nekom aktivnosti koja uključuje predstavljanje javnosti.

Ukoliko se ozbiljno bavite poslom web stranica je neophodna

Vjerovatno vam se čini da su već svi na internetu i da tu vlada jedna velika gužva. To je zaista jednim dijelom tačno. Međutim, mnogo je onih čiji bi posao imao koristi od kvalitetnog pojavljivanja na internetu a koji još uvijek na neki način bježe od ovog medija. Postoji nekoliko razloga za to, najčešće neprepoznavanje potencijalne koristi, visoka cijena i neznanje.

Koju korist za posao meni može donijeti internet?

Da biste stekli otprilike sliku o kakvoj koristi govorim navešću jedan primjer koji se lako može prenijeti u stvarni život.

Imate manji frizerski salon “ *arobne makaze*” u Zenici (ime i radnja izmišljeni) i u njemu radnice koje zaista znaju napraviti čudo od glava mušterija. Međutim, malo ste zavučeni, lokacija vam nije baš na skroz prolaznom mjestu i čini vam se da posla nemate dovoljno baš zbog toga. Kad bi samo bili u onom lokalnu na glavnoj, najprometnijoj ulici slomili bi se od posla, ništa vam drugo ne bi trebalo!

Je li to baš tako? Da li je lokacija presudna za vaš posao? Zamislite sljedeću situaciju:



Imate taj frizerski salon, malo zavučen ali radnice čuda prave. Napravite web stranicu na internetu, neka se na primjer zove po frizerskom salonu – www.carobnemakaze.com. Na toj web stranici napišete gdje se tačno nalazite i kako se dolazi do vas. Napišete šta sve radite i nudite potencijalnim mušterijama. Uslikate unutrašnjost salona i postavite fotografije da oni koji još nisu bili vide kako sve to izgleda. Postavite cjenovnik da potencijalna

mušterija može na miru kod kuće pogledati po kojoj cijeni može napraviti novu frizuru. A onda, osim svega ovoga, postavite fotografije teta u radu, slike “prije i poslije”. Možete staviti na jednom dijelu savjete za održavanje frizure, neke male tajne velikih majstora šišanja i slično. Omogućite da vas mušterije mogu kontaktirati emailom, da se mogu naručiti za frizuru i na taj način, osim telefona. I tako krenete da stvarate svoju bazu mušterija koje će dalje širiti priču o vama.

Cilj vam je da svako jednom dođe i proba vaše usluge, a ako one budu odgovarajuće sasvim sigurno će krenuti pozitivna priča o vama i imaćete sve više posjeta u frizerskom salonu, kao i na web stranici. A nju možete takođe koristiti za objavljivanje novosti, najave akcija, sniženja, nagradnih igara za vjerne klijente itd. Cilj je da se aktuelne informacije o vama traže i uvijek mogu pronaći na internetu, 24 sata dnevno. Da vas ne moraju zivkati telefonom kad ih nešto zanima, a da vi svima njima možete na jednostavan način prenijeti neku novost koja im može biti korisna.

Za sve ovo bi vam inače trebalo mnogo letaka odštampanih i podijeljenih po gradu, možda nekoliko radio reklama, neki oglas u novinama i opet je pitanje koliko bi bilo efekta.

Je li vam sad jasno zašto kažem da vam internet može pomoći u poslu? Pri tome ne morate imati na web stranici hiljade posjeta dnevno. Dovoljno je da sve vaše mušterije, ili bar one koje koriste internet znaju gdje uvijek mogu pronaći informacije o vama. Pa ako je to 200 njih mjesečno to je ipak jednostavan, jeftin i efikasan način da komunicirate sa njima.

Kakvo je stanje trenutno?

Trenutno u regionu nema baš mnogo onih koji su prepoznali sve mogućnosti koje internet nudi za razvoj malog biznisa. Postoje firme i preduzeća koji imaju web stranice. Čak i kada na web stranici piše sve što treba da znate o njima vrlo često zapne na komunikaciji. *Ljudi koji su navikli da poslovne informacije traže na web stranicama tako e su navikli da komunikaciju emailom ostvaruju skoro trenutno.* Međutim, najveći broj firmi koje čak imaju te svoje web stranice ovo ne praktikuje pa ako na odgovor neko čeka duže od 24 sata automatski gubite veliku količinu ugleda koji ste mogli imati da ste odgovorili na vrijeme. Iz ličnog iskustva mogu potvrditi da na najveći broj emailova nikad i ne stigne odgovor.

Čemu onda njima služi web stranica?

Takve web stranice meni često izgledaju kao da je neko uzeo i zalijepio propagandni letak na ekran. Gledam u njih a ne mogu ništa osim da ih pročitam i odem dalje. Često se vratim nakon nekoliko mjeseci i vidim da je sve isto, ništa se nije promijenilo. Nema nikakvih novosti, nema aktuelnih dešavanja. Stoji isti letak samo što igrom slučaja nije izbljedio od sunca.

Ako imate takvu web stranicu i mislite da internet ne radi i da to vama ne donosi korist moram vas razočarati – greška je u vama. Internet radi, samo morate korisnicima interneta informacije dati na način na koji su navikli.

Kako napraviti web stranicu koja će pomoći poslu?



Jednostavno – zamislite da ste na nekom privrednom sajmu i svoju web stranicu posmatrajte kao štand na kome se predstavljate posjetiocima. Možda ste nekad učestvovali na takvim sajmovima ili ih bar posjećivali. Imate štand sa proizvodima, uzorcima, reklamnim materijalom i...šta još? Pa naravno, imate nekoga sa kim posjetioci mogu pričati o vašim proizvodima, o vašoj firmi, preduzeću, nekoga koga mogu pitati sve što ih zanima. **E zato služi email – da vas pitaju a vi odgovarate!**

Ako inače na sajmu tražite hostese koje super izgledaju a nemaju pojma o tome da vi pravite spajalice a ne čokoladu onda ovaj dio baš i nećete shvatiti na pravi način.

Ne biste na svaki sajam išli sa identičnom ponudom ili sa starim proizvodima ako već imate nove, je li tako? Onda nemojte ni web stranicu držati istu mjesecima, mijenjajte sadržaj, ubacujte sve što se novo dešava, neka bude aktuelna.

Web stranica je na internetu ono što je vaša radnja u stvarnom životu. To je vaš kutak koji vas predstavlja i govori 24 sata dnevno o vama. Nema zaključavanja, navlačenja zastora i radnog vremena. Iskoristite to!

A ako mislite da sve to košta mnogo i da je skupo za sada ću vam reći da vam na internetu nedostatak novca možete nadomjestiti znanjem. A u jednoj od sljedećih lekcija objasniću vam kako da uz minimum troškova ostvarite maksimum od vašeg boravka na internetu.

Internet za početnike u 13 lekcija

4. Lični imidž i internet

Prije nego pređem na praktične lekcije o korištenju interneta moram se, bar ukratko, dotaći još jedne činjenice koju više ne možete izbjegavati.

Ta činjenica kaže da više nije svejedno šta se konkretno o vama nalazi na internetu. Nije svejedno kakve rezultate dobijete kada u pretraživač (Google, Bing, Yahoo, itd...) ukucate vaše vlastito ime i prezime. Posebno to nije svejedno ako gradite bilo kakvu ozbiljnu karijeru. Zašto?



Zato što sve češće postaje praksa, čak i na našem području, da ljudi informacije o kandidatima za posao pretražuju na internetu. Konkurišete na neko radno mjesto, predate ili pošaljete svoju biografiju (CV) i čekate. Potencijalni poslodavac će vrlo vjerovatno u pretraživač ukucati imena svih prijavljenih kandidata koji su mu interesantni. I postoji velika šansa da će odluku o izboru donijeti čak i na osnovu rezultata koje tamo pronađe.

Internet vam može pokvariti reputaciju

- Možda ne dobijete posao koji želite jer ste u biografiji napisali da ste zainteresovani za stalno učenje i usavršavanje a na Facebook profilu se vidi da po čitav dan igrate igrice čak i u toku radnog vremena.
- Možda konkurišete u preduzeće sa vrlo strogim pravilima ponašanja zaposlenih a Google o vama kaže da ste učestvovali u nekoliko navijačkih tuča.
- Možda se o vama mogu naći ne baš reprezentativne fotografije koje lično ne biste sami stavili u svoju biografiju.

Postoji zaista mnogo načina da mišljenje koje želite da ljudi imaju o vama pokvarite zbog interneta i zbog toga što ne vodite računa o tome da mnogo stvari koje stavljate tamo zaista može vidjeti ogroman broj ljudi. Kako to obično bude – uvijek to vide i oni koji ne bi trebali.

Internet vam može popraviti reputaciju

Nasuprot lošim stranama postoje i one dobre, naravno.

- Možda konkurišete na posao glavnog kuhara u ekskluzivnom restoranu u vašem gradu a Google o vama kaže da imate svoj blog o kuhanju. Blog na kojem pišete o vašem zanimanju, o jelima koje spremate, o nekim malim tajnama koje samo kuhari znaju. Iz tog bloga se vidi da znate svoj posao, da je ono što ste napisali u biografiji tačno jer tamo na

njemu imaju i komentari klijenata koji su pojeli to što spremate ili se vidi da ga pišete nekoliko godina. Vaš potencijalni poslodavac će nakon ovoga imati potpuniju sliku o vama, a ako su vam konkurenti kuhari bez bloga o kojima se ne može ništa saznati izuzev onog što su oni sami napisali u biografiji možda vam to donese prednost.

- Možda ste frizerka (opet ja sa frizerskim zanimanjem) koja voli svoj posao. Pišete blog o frizurama na kojem predstavljate svoje radove fotografijom i videom. Pogled na par takvih fotografija ili video u kojem pravite neku frizuru će puno reći o vašem znanju.

- Ili ne morate imati profesionalno iskustvo iza vas. Možda će se o vama samo pronaći najnormalniji tragovi u vidu normalnih fotografija sa porodicom i prijateljima, bez nekih blesavih situacija koje vas mogu dovesti u nezgodan položaj. Nekim poslodavcima može biti važno samo da i tu ima dokaz da se radi o jednoj normalnoj i iskrenoj osobi čijim zapošljavanjem neće sebi natovariti neki problem na vrat.

Šta internet zna o vama?

Provjerite, što prije. Ukucajte svoje ime u par tražilica. Nije to neki ego trip ili zaljubljenost u samog sebe kakvim se nekada smatrala ova aktivnost. To je najnormalnija, skoro obavezna stvar koju rade svi kojima je stalo do svog ličnog imidža i mišljenja koje će ljudi steći o vama.

Ne mora se raditi samo o poslu. Ja skoro svaku novu osobu u svom životu prvo dobro izguglam, a znam mnogo onih koji rade to isto.

Provjerite što prije šta internet zna o vama.

Ukucajte svoje ime u par tražilica.

Nadite sami kakve ste tragove o sebi ostavili sami. Ili neko drugi umjesto vas.

Internet za početnike u 13 lekcija

5. Prvi koraci u korištenju interneta za običnu osobu

U drugoj lekciji sam pisala o tome zašto se ljudi odlučuju na korištenje interneta. U ovoj ću ukratko objasniti na koje sve načine obična osoba (koja nema firmu) internet može koristiti.

Internet je nekad bio jednosmjern

Možda ste se do sada sreli sa terminima web 1.0 i web 2.0. To su termini koji označavaju razvoj interneta. Web 1.0 je internet kakav je nekad bio, a bio je jednosmjern. Korisnici su mogli samo primiti informacije i eventualno slanjem emaila ili učešćem na forumu su mogli reći neko svoje mišljenje.



Prije par godina je na scenu stupio web 2.0 a njegova osnovna karakteristika je omogućavanje sudjelovanja u kreiranju sadržaja. Korisnici mogu koristiti sadržaje ali takođe mogu učestvovati u njihovom nastajanju. Najvažnije karakteristike web 2.0 su otvorenost i sloboda.

Šta to konkretno znači za vas?

To konkretno znači da imate mogućnost izbora. Možete koristiti sadržaje dostupne na internetu na stari način – čitajući, slušajući i gledajući sve ono što je neko drugi tu postavio i napisao. Ali takođe možete uzeti učešće u stvaranju sadržaja te možda podijeliti neka svoja znanja i iskustva sa čitavim svijetom. Zvuči vam zanimljivo?

Odakle krenuti?

Prvi korak bi trebao biti postavljanje cilja. To znači da sami sebi odgovorite na pitanje šta želite postići stvaranjem sadržaja na internetu? Ako krećete u nešto najbolje bi bilo da znate zašto to radite. Samo na taj način nećete lutati i praviti greške koje vam mogu stvoriti probleme. Ako imate ispred sebe cilj, ma kakav da je, velike su šanse da ćete stići na njega. Ako nemate cilj i ne znate kuda idete najvjerojatnije da ćete i stići baš tamo.

Lakše je sa primjerima, je li tako? Pa evo, uzećemo jedan.

Primjer – fotografija

Volite fotografiju i bavite se njom. Za sada vam je to hobi i malo ko je vidio vaše radove. Čak niste sigurni u to koliko vrijede mada su svi koji su ih vidjeli bili oduševljeni. Cilj vam je da u budućnosti postanete priznat fotograf koji će čak živjeti od svojih fotografija. Kako to postići?

Napravite blog na nekom od besplatnih servisa. Nakon njegovog pokretanja svoje fotografije redovno objavljujete na njemu. Pratite i blogove drugih fotografa a učlanite se i na servise na kojima se okupljaju fotografi i dijele fotografije. Istražujete po blogovima šta oni pišu, kako biraju motive, šta ih zanima, komunicirate sa njima. Na taj način polako postajete dio tog svijeta kojem želite da pripadnete.

Da biste što više ljudi upoznali sa onim što radite napravite Fan stranicu na Facebooku jer se tamo ljudi okupljaju. Ako imate kvalitetne radove i ako djelujete ozbiljno vjerovatno će vas, prije ili kasnije, neko kontaktirati. Ne govorim da ćete za kratko vrijeme uz pomoć bloga postati priznat fotograf. Dovoljno je za početak da uđete u proces pravljenja fotografa od sebe, da svoje misli usmjerite u tom pravcu i da skrenete pažnju na sebe. Taj blog i Fan stranica na Facebooku će vam biti portfolio, vaš katalog koji je dostupan čitavom svijetu. Uvijek ga možete pokazati kad zatreba, ako se pojavi neki konkurs, ako želite nekom časopisu ponuditi svoje usluge i sl.

Primjer – izrada nakita

Hobi vam je izrada nakita a voljeli biste ga prodavati? Uz pomoć bloga možete predstaviti svoje radove i doći do potencijalnih kupaca. Teško da će vam neko pokucati na vrata da bi kupio ogrlicu koju radite jer ne zna za nju. Ali ako je vidi na internetu može je vidjeti i neko ko nije iz vašeg grada i ko bi želio baš takvu.

Primjer – nastavnici na internetu

Jednom sam naišla na primjer da nastavnica geografije sa svojim učenicima komunicira na Facebooku. Postavlja im zadatke kroz šalu, najavljuje kontrolne ispite, dodatno ih edukuje. Možda je i vama cilj da budete nastavnik / nastavnica koju će učenici obožavati a koja će ih uz to naučiti mnogim stvarima. Ima li boljeg i jednostavnijeg načina od toga da im se priključite na njihovom terenu, tamo gdje su oni stalno – na internetu? Možete ih okupiti oko Facebook fan stranice, u grupu na facebooku, možete napraviti blog za vaš predmet. Mogućnosti su velike a jedino ograničenje je vaša mašta i volja.

Kad ovako pišem ispadne da savjetujem svima da svoj hobi ili posao postave na internet i da od toga pokušaju napraviti nešto prepoznatljivo. U suštini se radi o tome da svi koji misle da imaju neke talente, znanja ili vještine koje žele pokazati drugima to uz pomoć interneta mogu napraviti bez mnogo materijalnih ulaganja. Internet vam može nadomjestiti nedostatak štela i veza koje vam najčešće trebaju u stvarnom životu. Ako se želite izdvojiti iz mase on je idealan jer nema cenzure, nema urednika, vaša savjest je vaš jedino što će vas ograničiti.

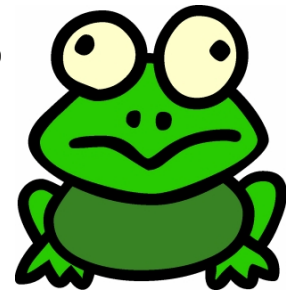
Internet za početnike u 13 lekcija

6. Kako koristiti internet za svoju malu radnju

Ukoliko ste privatni poduzetnik, ili kako se to kod nas jednostavno kaže “privatnik”, onda svakako internet možete koristiti da unaprijedite svoj posao. U [trećoj lekciji](#) sam navela primjer kako jedan frizerski salon može za svoj posao iskoristiti prednosti interneta. Ovdje ću vam reći još neke stvari o kojima trebate voditi računa uz još neke primjere.

Cilj – nemojte dozvoliti da budete obična žaba

Ako je za običnog čovjeka postavljanje cilja kod početka korištenja interneta važna stvar, onda je kod biznisa to još važnije. Biznis je nešto od čega (pretpostavljam) živite i luksuz je da uradite bilo šta što može pokvariti sliku o vama. Loš cilj za uvođenje vašeg posla na internet je “zato što su svi tamo”. Znači zaboravite onu “*vidjela žaba da se konji potkivaju*”.



Prva stvar dakle – šta želite postići? Predstaviti se klijentima 24 sata dnevno, približiti im se? Odličan razlog. Na internetu su već uveliko vaši sadašnji i potencijalni korisnici i klijenti i luksuz je ignorisati ih. Možda zvuči zastrašujuće ali morate znati da tamo pravila već postoje i koliko god da ste veliki vi ste ti koji ih morate poštovati.

Šta to znači?

Znači da su vaši klijenti već navikli da se sa njima komunicira. Takođe su navikli da se prema njima postupa iskreno i sa poštovanjem. Budimo realni, čime god da se bavite konkurencija je i više nego jaka i za klijente se više ne borite samo cijenom ili kvalitetom. Za klijente se borite brinući o njima, njihovim željama i potrebama.

Dakle, odlučili ste biti na internetu da bi se približili kupcima. Kako krenuti, šta uraditi?

Osnovna stvar od koje trebate krenuti je kupiti svoju domenu – naziv. To je vaša adresa u internet svijetu, mjesto sa kojeg sve kreće, jedinstvena lokacija na kojoj će vas svi pronaći. Kao što je vaša kancelarija ili poslovni prostor mjesto gdje vas traže u stvarnom životu.

Ne morate imati neku skače / igra / ide gore – dole web stranicu. Može vam poslužiti i blog platforma ali vaša domena (adresa) je prvi korak. Kao što je meni www.bosanka.net moja kuća na internetu i vaš posao mora imati svoju.

Dalje, u skladu sa postavljenim ciljem odaberete kakvu želite web stranicu. Rješenje ne mora biti skupo, ima dosta jeftinih varijanti. Blog platforme su besplatne i uz malo znanja možete ih i vi koristiti. Kad kažem blog ne mislim na blog u smislu da pišete o sebi i o tome šta ste danas radili (mada ima i takvih blogova). Mislim na blog u kojem možete svaki dan pisati o svom poslu i približiti ga ljudima.

Ako odlučite da koristite internet prva i osnovna stvar je da ga stvarno koristite. Ako na svoju vizit karticu i web stranicu postavite email adresu morate je provjeravati svakodnevno i u toku 24 sata odgovoriti na postavljena pitanja. To je osnova, jer stavljanjem email adrese se podrazumijeva da vas ljudi na nju mogu kontaktirati. Ako u roku 24 sata ne dobiju odgovor na pitanje sve ste džaba radili. Smatraće vas još jednom od žaba koja eto, ima stranicu da bi je mogla pokazati drugima. Ako ne stignete odgovoriti brzo obavezno se izvinite što kasnite sa odgovorom. Ja najčešće imam običaj, ako ne mogu poslati brz odgovor, da na primljeni mail napišem kako sam ga dobila i kako ću odgovoriti čim prije. Tako ljudima dam do znanja da sam pročitala pitanje i da će odgovor stići čim uhvatim vremena ili čim dođem do odgovora.

Blog platforma je dobra zbog komunikacije sa kupcima / klijentima. Nakon svakog posta / teksta vam u komentarima mogu postavljati pitanja i tražiti možda dodatna pojašnjenja. Odgovarajući im u komentarima i svi ostali čitatelji mogu vidjeti odgovore pa vam neće postavljati ista pitanja.

Primjer – automehaničarska radionica

Kako su mi tata i brat u posljednjih nekoliko dana imali avanturu zvanu *“kako popraviti auto a da vas par ljudi usput ne napravi budalom”* ovo mi se nametnulo samo od sebe. Zašto automehaničar ne bi mogao imati svoju web stranicu u formi bloga na kojoj bi predstavljao svoje usluge, specifične slučajeve, davao savjete i slično? Uz malo truda i internet pismenosti mogao bi, a tako bi omogućio svojim mušterijama da se informišu i da čuvaju svoje auto.



Mogao bi pisati o uobičajenim kvarovima i o tome kako ih popraviti. Mogao bi pisati o tome na šta sve treba paziti. Mogao bi davati savjete kako održavati auto pa da mladi i neiskusni vozači (neiskusni po pitanju održavanja automobila) imaju gdje pronaći informacije koje im trebaju. Klapara mi nešto u lijevom točku? Potražiću na njegovoj stranici šta sve može da klapara a ako ne nađem pitaću njega. Pa će mi on postaviti još neka pitanja i dati par mogućih odgovora te me pozvati da dođem da pogleda. Ako steknem utisak da mu je stalo da mi popravi auto a ne samo da uzme pare rado ću otići i možda i skuplje platiti popravak ali ću biti zadovoljna. Razumijete?

Bitno je pokazati da vam je STALO do kupaca, klijenata, mušterija. Pokazati da su vam važni, da brinete ako nisu zadovoljni.

Društvene mreže i ostalo

U narednim lekcijama ću pisati detaljno o društvenim mrežama, ali ih ni ovdje ne mogu zaobići.

Da, u svom poslu možete i poželjno je da koristite i društvene mreže, sve na kojima se okupljaju vaši klijenti. Ali zapamtite nekoliko stvari:

- **Društvene mreže vam ne mogu zamijeniti web stranicu.** One su kanal za komunikaciju sa korisnicima.
- **Društvene mreže su kanal za komunikaciju.** To znači da na njima trebate KOMUNICIRATI sa korisnicima. Znači – dijalog, ne monolog. Ako ih budete koristili tako što ćete samo vi pričati ono što biste željeli da vaši klijenti čuju, bez slušanja, vrlo brzo će vas staviti na “crnu listu” i početi ignorisati. A to vama i vašem poslu ne treba.

SLUŠAJTE i pričajte. Obavezno odgovarajte na pitanja.

Rekla sam ranije da su društvene mreže kao trgovi na kojima se ljudi okupljaju i pričaju.

Zamislite situaciju – vi imate prodavnicu elektronskih uređaja.

Dođete i stanete u društvo i kažete: “Danas imamo sniženje od 15%”

Poznanik vas pita: “A imate li one usisivače što sami usisavaju po kući?”

Vi se napravite da ga niste čuli pa nakon nekog vremena kažete “Frižideri su na sniženju od 10%! Kupite ih, najbolji su!”

Drugi poznanik vam kaže “A meni je šporet krepao nakon 2 mjeseca. Kako da realizujem garanciju?”

Vi ga opet ne čujete i kažete “Televizori na sniženju!”

Znate šta će vam ostali reći? Šta biste vi rekli da vas neko ne sluša i priča samo ono što je njemu interesantno? Nakon nekog vremena ćete ostati da pričate sami sa sobom.

Facebook je prva i trenutno najveća društvena mreža. Koristite ga za posao, slobodno. Čak je i poželjno. Ali – napravite Fan stranicu. **Fan stranice su za posao, ne lični profili.**

Prije svega, lični profil treba da ima ime i prezime i da iza njega stoji ljudsko biće. Svaka druga opcija može biti kažnjena od strane Facebooka brisanjem profila. Nemojte sebi dozvoliti da vam se to desi. Drugo, profil i grupa je ograničena na 5.000 ljudi. Zvuči mnogo ali ko vam garantuje da nećete porasti preko tog broja? Ako budete zanimljivi i korisni ljudima vrlo lako vam se to može desiti. Radite na tome da vam se to desi.

Treće – pročitajte ova 4 posta na tu temu, shvatićete o čemu govorim.

1. [Kako iskoristiti Facebook za promociju proizvoda, usluge, ideje i sl.](#) (blog post Cyber Bosanka)
2. [Kako se koristi Facebook?](#) (blog post by Leyla)
3. [Profil, grupa ili stranica?](#) (tekst PlanB na tportal)
4. [Želite li biti prijatelji sa higijenskim ulošcima na Facebooku?](#) (blog post Vedran Gulin)

Ukratko i najjednostavnije rečeno – internet vam može pomoći u poslu i preporučljivo je da ga koristite. Ali ako se nećete tome posvetiti ozbiljno i uložiti neko vrijeme u to onda je bolje da ostanete van tog svijeta.

Ako svoju vlastitu web stranicu sami posjećujete jednom u dva mjeseca teško je očekivati da vam neko drugi tu dolazi. Kao što i u zatvorenu radnju ne mogu doći kupci – pogledaće dva puta kroz izlog ali nakon toga će se teško vratiti.

Jednostavno – budite tu, budite dobar domaćin i ljudi će rado navraćati kod vas

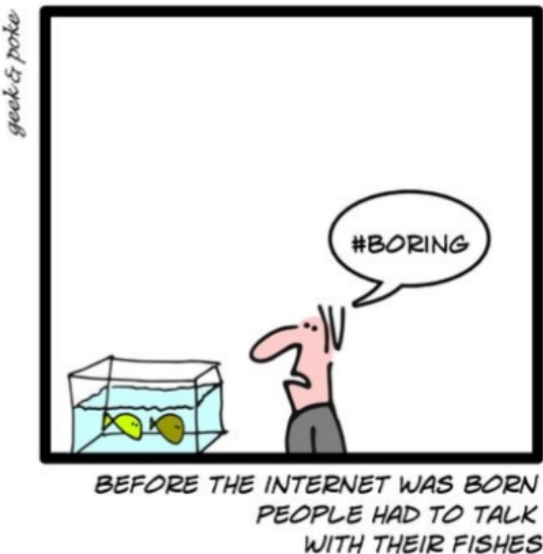
Internet za početnike u 13 lekcija

7. Kako se to koristi internet?

Internet je jednostavan za korištenje. Ako vam to djeluje kao vrlo komplikovana stvar pogledajte koliko je djece među korisnicima. Vrlo često ne znaju ni sva slova ali bez problema se snađu u ovom, na prvi pogled komplikovanom svijetu.

Za korištenje interneta se najčešće koristi računar – kompjuter. Da li će to biti desktop ili laptop stvar je ličnog izbora. Isto tako svako sam za sebe bira koga će koristiti za snabdijevanje internetom. Malo glupo zvuči ovaj izraz, znam. Ali da li ćete koristiti ADSL, kablovski internet ili (nadam se ipak ne) Dial-up najčešće zavisi od toga šta imamo u ponudi.

Ja se još uvijek živo sjećam kako je to nekad bilo kad smo se svi spajali putem Dial-up konekcije. Zauzet telefon je bio jedna od mana, a ona druga, po živce opasnija je bila ta što ste mogli popiti kafu dok se otvori neka stranica. Gledanje Youtube videa je bila misaona imenica. A nije bilo ni Facebooka.



Sada je sve mnogo brže i (koliko znam) malo je onih koji nemaju nikakvu mogućnost za priključak.

Osim računara internet se sve više koristi na mobilnim telefonima. Idealna stvar je ako imate mogućnost bežičnog pristupa (Wi-Fi), posebno ako je besplatan. Ako ne onda možete koristiti GPRS, EDGE i 3G mrežu. Ovo su više neki tehnički pojmovi koje se ni ja ne trudim shvatiti i naučiti. Dovoljno je znati da se oni naplaćuju i to preko vašeg telefonskog računa, tako da – pazite! Može se desiti da vam policajac donese račun na vrata ako pretjerate :)

Postoje smartphones, odnosno “pametni telefoni” (iPhone, HTC, Samsung, BlackBerry i ostali) i oni su prilagođeni korištenju interneta. Međutim i ovi drugi telefoni mogu obaviti veliki broj osnovnih funkcija, posebno ako niste ovisni ili poslom isključivo vezani za internet.

Korisnik ili onaj koji stvara sadržaj?

Kada počnete sa korištenjem vjerovatno ćete biti samo obični korisnik. Vjerovatno ćete prvo prelistavati web stranice, čitati šta su drugi napisali, potražiti neke informacije i sl. Nakon toga ćete otvoriti svoju email adresu na nekom od besplatnih servisa (Gmail, Yahoo, Hotmail). Lično koristim Gmail i vrlo sam zadovoljna. Još uvijek ste samo korisnik :)

Sljedeći korak će vam vrlo vjerovatno biti otvaranje Facebook profila. Registrovaćete se tamo, postaviti svoju profil sliku, povezati se sa prijateljima koje znate i – napisati status o tome šta mislite ili radite.

Zapamtite ovaj momenat – pisanjem prvog statusa, najbanalnije javne rečenice koju mogu vidjeti svi vaši prijatelji postajete neko ko stvara sadržaj.

Postavljanjem slika na Facebooku, prenošenjem nekih zanimljivih linkova na vijesti vaše aktivnosti rastu, a vi postajete vidljiviji.

Zvuči strašno, ali nije. Ovo sam napisala ovako da biste što prije postali svjesni činjenice da je svaka vaša aktivnost na internetu skoro ista izlasku na ulicu. Kada napišete status u kojem kritikujete nekog morate računati da je to skoro isto kao da toj osobi lično u lice kažete svoje mišljenje. Ako ne baš toj osobi a onda najdalje njenom prijatelju ili prijateljici. To što gledate u ekran i tipkate po tastaturi pa se vaše riječi ne “čuju” odmah ne znači da se neće čuti za dan, dva. Ili za sat vremena. A što je još važnije – stvari koje napišete na internetu najčešće tamo i ostanu i vrlo ih je teško maknuti da se ne vide.

U jednom od početnih tekstova sam pisala o slikama koje se stavljaju na Facebook. Stavite svoje slike u kupaćem kostimu i to vam je kao da ste se pred svim svojim prijateljima pojavili u kupaćem. Ok, reći ćete, ništa strašno, to su moji prijatelji. Ali šta ako ih imate 800 i ne znate sve? Da li biste se pred svima njima pojavili baš u tom izdanju?

Što se tiče bilo kojih drugih društvenih mreža, blogova, foruma i sličnih stranica pravila su ista. Sve što napišete ostaje tamo. Čak i ako ste anonimni ne znači da se ne može doći do vas. To je javno i stalno, zato pazite.

Anonimnost na internetu

Danica Radišić ([na Twitteru @NikiBGD](#)) je po meni dala najbolje objašnjenje ove pojave. Rekla je (parafraziram) ***“Kada bi vas neko pitao šta želite da budete u životu da li bi neko od vas rekao da želi biti NIKO?”***

Vjerovatno ne bi, niko ne želi biti niko. Ali kada pišete bez svog identiteta, makar se radilo samo o komentarima na nekom blogu i ostanete anonimni upravo postajete NIKO. To je moj lični stav koji ima svoje protivnike, naravno. Oni najčešće kažu da im anonimnost omogućava da kažu šta hoće a da ih se ne gleda kroz to ko su. Lično uvijek više držim do toga KO mi govori pa tek onda ŠTA tako da kod mene odmah imaju minus, ogroman.

Da ne idem od teme – ako ste ozbiljni i koristite internet zbog posla ili lične promocije onda anonimnost ili lažni nadimci nikako ne treba da budu vaš izbor. Ako nemate loše namjere onda nemate razloga ni da se skrivate. To je pravilo po kojem i sama procjenjujem ljude na internetu, a znam da imam veliki broj istomišljenika.

Autorska prava

Ovo je jedan od velikih problema sa kojim se susreće svaki korisnik interneta koji stvara bilo šta – od tekstova do fotografija ili nekog drugog sadržaja. Po zakonu je zabranjeno uzmati tuđe radove bez pitanja, prenositi ih na svoje stranice, koristiti u bilo koje svrhe. Na prostoru Balkana ovaj zakon najčešće predstavlja mrtvo slovo na papiru i skoro je nemoguće zaštititi svoja autorska djela.

Zbog toga korisnici interneta u velikoj mjeri koriste **Creative Commons** licencu. **Sve što je objavljeno pod ovom licencom u najvećem broju slučajeva možete dalje koristiti ali pod uslovom da se naznači ko je autor tih djela.** To bi u najkraćem bilo pojašnjenje ove licence.

Postoje drugi načini za zaštitu autorskih prava. Najefikasniji način jeste taj da sa svojim radovima postanete prepoznatljivi i da vas veliki broj korisnika interneta zapamti. Ako se desi da vam neko “ukrade” nešto od radova internet zajednica će ga izopćiti, popljuvati, razglasiti na sve strane da je osoba koja vas je pokrala lopov. A nakon toga će ga nastaviti čitati samo sporedni likovi.

U svakom slučaju trenutno je internet jedini medij koji raste i čiji broj korisnika raste. Vrlo je živ, tu se stalno nešto dešava. Najaktuelniji je, a njegovi korisnici su posvuda. Oslušnite oko sebe, obratite pažnju na ljude koji pričaju oko vas – garantovano ćete vrlo brzo čuti da ga neko spominje.

Internet za početnike u 13 lekcija

8. Djeca na internetu

Možda vi niste aktivni korisnik interneta i ne zanimaju vas te stvari, mislite da je kasno da učite i da to “čudo” može i bez vas. Međutim, vaše dijete će sigurno od najranijeg uzrasta koristiti internet, čak i ako mu ne nabavite računar i konekciju kod kuće. Kako će se ponašati, kako će ga koristiti? Ako niste korisnik teško ćete mu moći dati neki savjet ili ga naučiti pravilima ponašanja. Učiće od drugih, usvajajući njihove običaje i pravila ponašanja. Da li će to biti dobro? Ja se iskreno nadam.



Postoji jedan veliki problem sa korištenjem interneta i djecom. Internet je medij koji je u razvoju i mnogo je više korisnika mlađe generacije. Djeca ga koriste od malena vrlo intenzivno, a već u osnovnoj školi najveći dio komunikacije sa prijateljima obavljaju koristeći Facebook ili mailove. U najvećoj mjeri svoje slobodno vrijeme provode na internetu, ne na livadi i u igri kao prije. Roditelji koji nisu aktivni korisnici nisu ni svjesni koliko problema može sebi na vrat natovariti dijete koje nije upoznato sa potencijalnim opasnostima. Ne radi se tu samo o pedofiliji i svim onim strašnim stvarima koje se pojavljuju u vijestima.

Ostavljanje ličnih podataka

Za registrovanje na veliki broj web stranica je neophodno unošenje ličnih podataka. To sam konkretno uradila mnogo puta do sada. Na nekima za koje znam da su sigurni ostavila sam sve tačne podatke. Na mnogima nisam jer su mi bili nepouzdati. U takvim slučajevima koristim alternativni mail sa izmišljenim podacima. Ja to radim svjesno ali - **da li djeca znaju da nisu sve web stranice sigurne i pouzdane? Da li će im samim od sebe pasti na pamet da ne napišu baš svuda tačnu adresu gdje žive?**

Na Facebooku sam registrovana sa tačnim informacijama o sebi. Među prijateljima imam i ljude koje nisam lično upoznala. Međutim, ja iz tog razloga pazim kad postavljam fotografije i pišem statute. Najbanalniji primjer – ako krenete na put a dijete vam na Facebooku napiše da idete kolektivno i da vas neće biti nekoliko dana možda ta informacija dođe do nekog lopova. Možete imati problem.

U prošloj lekciji sam pisala o tome da su statusi javni. Šta ako dijete za nastavnika na Facebooku napiše kako je ovakav ili onakav računajući da to vide samo njegovi prijatelji? Njih nekoliko stotina najčešće. Ta informacija će garantovano doći do nastavnika a dalje ne bih da zamišljam šta slijedi.

Zna li vaše dijete da možda priča (chata) sa nekim ko se lažno predstavio? Možda je neka 12-ogodišnja djevojčica koja se javila iz susjedne države u stvari 50-ogodišnji krelac pedofil? Možda joj predloži da se nađu kad “slučajno” bude dolazila u vaš grad. Možda...?

Davanjem ličnih informacija djeca sebi mogu stvoriti mnogo problema. Mali su, ne snalaze se najbolje ni u stvarnom svijetu. A nisu spremni za sva zla koja ih mogu snaći.

Davanje lozinke (passworda) drugima

Kako već rekoh, djeca nisu često svjesna problema koje im mogu izazvati stvari koje im se na prvi pogled čine bezazlenim. Davanje lozinke za pristup Facebooku najboljem prijatelju njima možda ne djeluje kao problematična stvar. Ali šta ako taj prijatelj odluči da se našali na neki totalno glup način? Možda svim prijateljima vašeg djeteta sa njegovog Facebook profila pošalje neku ružnu poruku? Dok shvatite šta se desilo šteta je već učinjena, posebno kad se radi o osjetljivim uzrastima poput puberteta.

Ista stvar se može desiti sa bilo kojom drugom šifrom za pristup, posebno kad je u pitanju email.

Dječija pornografija i seksualno zlostavljanje

Ovo je zaista široka tema kojom su se, na sreću, počeli ozbiljnije baviti pripadnici policije u svim državama. Sve je veći broj pedofila u svijetu a medij koji najčešće koriste za pronalazak žrtava je internet. Postoje načini kako možete držati pod kontrolom aktivnosti vašeg djeteta na internetu, postoje web stranice sa mnogo savjeta (www.sigurnodijete.ba) i programi koji vam mogu pomoći da ih štitite.

Međutim, najbolja i najefikasnija zaštita je da budete prisutni i da vaše dijete ima povjerenje u vas. Da vama prvom kaže ako joj/mu se javi neko koga ne zna, da vas pita za savjet. Ako dijete zna da vas ne zanima internet i da ne znate ništa o tome onda će problem sa kojim se sretne pokušati riješiti na neki svoj način. A tada može doći do problema jer vjerovatno nema iskustva i nije spremno na to što može uslijediti.

Dječiji online život bez njegovog pristanka

U današnje vrijeme imamo zanimljivu pojavu – djeca su online i imaju svoj internet život često i mnogo prije njihovog svjesnog ulaska u to. Kako? Tako što veliki broj roditelja od prvog dana njihovog rođenja fotografije i videa sa njima postavlja na internet. Kada dijete u nekoj recimo 10-oj godini samo odabere da se “pojavi” na internetu, da otvori svoju email adresu ili Facebook profil ono već ima iza sebe određenu “internet prošlost”. Ili zamislite kad u pubertetu nabasa na svoje slike sa ljetovanja, iz perioda kad još nije nosilo kupaći kostim? Možda neće biti oduševljeno, ali ono što je najvažnije – niko ga ne pita da li mu se sviđa što ga gledaju širom svijeta.

U svakom slučaju nisam ni za ni protiv, to je nešto o čemu svaki roditelj odlučuje za sebe. Ja vam samo savjetujem da pazite kod objavljivanja takvih stvari. Posebno kad se radi o slikama koje mogu biti zanimljive pedofilima. Najčešće su to one ljetne, sa plaže.

Internet može vašem djetetu donijeti mnogo koristi ako nauči da ga kvalitetno koristi. Postoje mnoge web stranice koje mu mogu pomoći u učenju, sadržaji koji ga mogu obogatiti. Ako nauči na vrijeme kako da se ponaša njegova upotreba će mu dalje samo donositi dobro u životu.

Problem je samo što još uvijek u velikoj mjeri ljudi koji bi trebali da prenose znanja djeci ni sami nisu svjesni svega toga. U školama na časovima informatike i danas o tome najčešće djeca znaju više od profesora koji bi ih trebali podučavati. Ne znam kako je u ostalim državama regiona ali u Bosni i Hercegovini nisam čula da se u školstvu zauzeo neki moderniji pristup po pitanju interneta pa samim tim i opasnosti koje vrebaju sa njega.

Zato vam ostaje da se sami brinete o svom djetetu i da ga vi naučite kako da ga koristi.

Internet za početnike u 13 lekcija

9. Odlučili ste – hoćete na internet? Kako dalje?

Pretpostavljam da ste do sada pročitali **6. lekciju** koja govori o tome kako koristiti internet za svoju malu radnju. Tu sam u velikoj mjeri već pisala o koracima koji su važni ukoliko odlučite da se pojavite na internetu. Da bi kompletan proces od momenta odluke do realizacije bio jasniji u ovoj lekciji ću koristiti zamišljeni primjer – mini zdravstvena klinika koja do sada nema nikakvu web stranicu niti online prisustvo. Kako bi oni trebali da “ušetaju” u online svijet? Na šta da obrate pažnju? Šta da urade i na koji način? Kako da to sve ne bude preskupo a da od svega imaju neke rezultate? Koje rezultate da očekuju?

Ja ću na tom primjeru prikazati kompletan proces, a na vama je da zamislite bilo koju drugu djelatnost u istoj ulozi.

Prvi korak – odluka o započinjanju online života

Moja zamišljena klinika “100% zdravi” za sada posluje uspješno. U njoj možete obaviti sve važne zdravstvene pretrage i preglede kod specijalista i uopšte uraditi sve što vam je potrebno da budete totalno zdravi. Nemaju problema sa količinom posla, ima ga dovoljno. Zašto da se pojave na internetu, koji je njihov cilj?

Internet je medij koji raste i svaki dan je sve više ljudi koji ga koriste. Svaki dan je sve više ljudi koji pri nailasku na bilo kakav problem rješenje za njega pokušavaju pronaći na Googlu. Moja zamišljena klinika ima za cilj da se približi ljudima koji informacije o zdravstvenim uslugama traže na internetu. Dakle – ciljno tržište su im u ovom slučaju korisnici interneta koji će u Google ukucati “kompletan ljekarski pregled u _____ (ime grada)”, “gdje izvaditi nalaze u _____ (ime grada)”, “ultrazvučni pregled u _____ (ime grada)” i sl.

Dakle, uopšte im nije cilj da pojavljivanjem na internetu dođu u kontakt sa svim ljudima na planeti. Samo će se obratiti i pričati sa onima koji su tu i koji već traže informacije koje im oni mogu dati. Ovo naglašavam zbog toga što je vrlo čest argument ljudi za izbjegavanje interneta konstatacija “Nisu svi tamo” ili “Nije to kod nas još u tolikoj mjeri bitno”. Možda nisu svi tu, ali ni radio ne slušaju svi, ni televiziju ne gledaju svi, a ni novine nisu svima u rukama.

Znači – onaj dio ljudi koji traži informacije o vašim uslugama, bili vi tamo ili ne, je vaše ciljno tržište.

Moja zamišljena klinika je odlučila da ljudima koji koriste internet bude “na dohvat ruke”. Oni su svjesni da već postoji veliki broj ljudi koji sve, a samim tim i informacije o zdravlju, prvo traže i provjeravaju na internetu. Takođe su svjesni da je bolje da u tu priču uđu prije

konkurencije jer će tako zauzeti i bolje pozicije na pretraživačima (Google). Ako ne krenu oni sada, za mjesec dana će njihova konkurencija, klinika “Najzdraviji”, napraviti taj korak. I onda, kada neko ukuca u Google “ultrazvuk bubrega u _____ (ime grada)” Google će ga “poslati” u kliniku “Najzdraviji”.

Drugi korak – kako započeti online život

Moja zamišljena klinika je odlučila da njen prvi korak bude izrada web stranice. Pisala sam o tome – *web stranica je na internetu isto što i vaša kancelarija ili kuća u stvarnom životu*. To je mjesto gdje će vas uvijek naći oni koji vas traže.

Prvi korak je da pronađu nekoga ko im može napraviti web stranicu. Do sada su često dobijali razne ponude za izradu istih, pa sada ponovo kontaktiraju sve njih. Osim toga traže ponude od svih koji se inače bave tim poslom. Više ponuda – veća mogućnost izbora.

Od svih traže isto – kvalitetnu i modernu web stranicu putem koje će predstaviti svoje usluge i ostvariti komunikaciju sa klijentima. Od potencijalnih izvođača traže da im pokažu šta su do sada radili, a veoma važnu stavku u izboru igra i održavanje web stranice jer žele da redovno obnavljaju sadržaj iste. Čak za sav ovaj posao planiraju zaposliti čovjeka u klinici – onog koji će moći unositi ili spremati sadržaje za web i koji će komunicirati sa klijentima na internetu.

Jeftino nije uvijek najbolji izbor, a “komšijin mali” ili sin od tetke nisu garancija da će sve biti odrađeno kako treba.

Web stranicu prave za korisnike. To znači da će ona biti prilagođena ljudima koji će je koristiti, ne onima koji trebaju da se oduševe nekim efektima na istoj. Flash je prevaziđen i sve više izlazi iz upotrebe, bar kod onih koji žele da njihova web stranica bude funkcionalna, čak i na mobitelima. Muzika u pozadini ni slučajno. Akcenat je na korisnim informacijama na dohvata ruke i lakom snalaženju.

Odabran je izvođač – kako dalje?

Nakon izbora izvođača slijedi izrada web stranice. O samom načinu izbora će detaljno biti riječi u jednoj od sljedećih lekcija tako da se u ovoj neću posebno baviti tim.

U analizama i razgovorima su odabrani sadržaji koji će se postaviti na web stranicu klinike. Vodio se računa o tome da su oni namijenjeni korisnicima – pacijentima koji će tu dolaziti da se informišu. Web stranica je pravijena tako da se svaka informacija može pronaći u jednostavna 3 koraka. Ponuđene su informacije o tome šta se sve može od nalaza i pregleda uraditi na klinici i u kojim terminima. Objavljenje su informacije o tome kada rade koji specijalisti, a navedene su i cijene pregleda i nalaza. Prilikom izbora sadržaja akcenat je stavljen na one informacije koje pacijenti najčešće traže kada zovu telefonom.

Osim toga postavljeno je i nekoliko fotografija na kojima pacijenti mogu vidjeti kakva ih atmosfera očekuje na klinici, a informacije o komplikovanijim pregledima sadrže i kratke opise o tome kako se treba spremati za njih te kakva je procedura samog pregleda. Napravljen je dio za pitanja i odgovore koji se najčešće javljaju tako da je velika

vjerovatnoća da među njima svako pronađe odmah odgovor koji ga zanima.

Pacijentima i potencijalnim korisnicima je omogućeno da emailom postavljaju pitanja i traže informacije. Pravilo je da se u roku od max 2 sata odgovori na poslani email. Iako je broj korisnika Facebooka u stalnom porastu za sada se odustalo od pojavljivanja na ovoj društvenoj mreži. U budućnosti je planirano eventualno pokretanje Fan stranice koja će služiti za još bržu i direktniju komunikaciju sa pacijentima. Za sada je planirano uhodavanje i navikavanje na svakodnevni rad na web stranici.

Kako da ljudi saznaju za novu web stranicu?

Za početak je planirano da se na reklamnom materijalu, vizit kartama, memorandumima te nalazima – ukratko na kompletnom printanom materijalu koji izlazi iz klinike obavezno doda i web adresa. Po mogućnosti naglašena, da se vidi jer je nova.

Nakon ovog je upućeno saopštenje svim medijima (PR saopštenje) o pokretanju web stranice koja svim građanima može koristiti. Neki mediji će sasvim sigurno iskoristiti ovu vijest i objaviti je, a time se već napravilo dosta. Ukoliko ostane sredstava planirana je i plaćena promocija – oglašavanje u lokalnim medijima (novine, radio, TV, internet). A najbolja reklama će biti Google koji će sve koji potraže informacije koje se nalaze na web stranici često slati baš na nju. Zbog toga je jedan dio novca predviđen i za Google oglašavanje.

Je li to sve? Ne treba ništa više?

Upravo tako, za početak to je sve. Odlučiti šta hoćemo sa online pojavljivanjem – koji je njegov cilj. Napraviti plan – šta i kako uraditi da biste se pojavili online (web stranica, blog, Facebook...). Odabrati izvođača – saradnika – savjetnika. Uraditi to.

Ali...

To nije kraj – ulaskom u online svijet vi ste u suštini na početku. Kada napravite web stranicu, Fan stranu ili počnete na vizit kartama dijeliti email adresu vi u stvari tek tada počinjete. Samo ako nastavite komunicirati sa potencijalnim kupcima, klijentima i svima onima koji vam se jave da vas pitaju nešto ili daju svoj komentar napravićete rezultat.

Vrlo vjerovatno da to neće biti odmah rezultat koji ćete moći izmjeriti ili odvagati ali zbog toga ne trebate odustati. Niko do sad nije uspio tačno izmjeriti dokle se čuje dobar ili loš glas, kolika je vijernost nekom proizvodu ili šta je to zbog čega kupujemo baš onaj proizvod. Sve su to procesi koji se sastoje iz mnoštva sitnih detalja a jedan od njih može biti čak i brzina kojom odgovarate na email.

Internet za početnike u 13 lekcija

10. Facebook – kako ga koristiti

Najnoviji podatak kaže da se broj korisnika Facebooka popeo na preko 900 miliona (septembar 2012.g.). Najveći broj korisnika interneta ima svoj Facebook profil. Postoji veliki broj onih koji na internetu i koriste samo Facebook. Kako god okrenete skoro ga je nemoguće izbjeći. A ako još uvijek niste sigurni kako ga koristiti ja ću pokušati da vam to objasnim na jednostavan način.

Prije svega mala napomena ako slučajno ne znate – Facebook možete koristiti i na domaćem jeziku, ne samo na engleskom. Tako se lakše možete snaći u svim onim alatima.

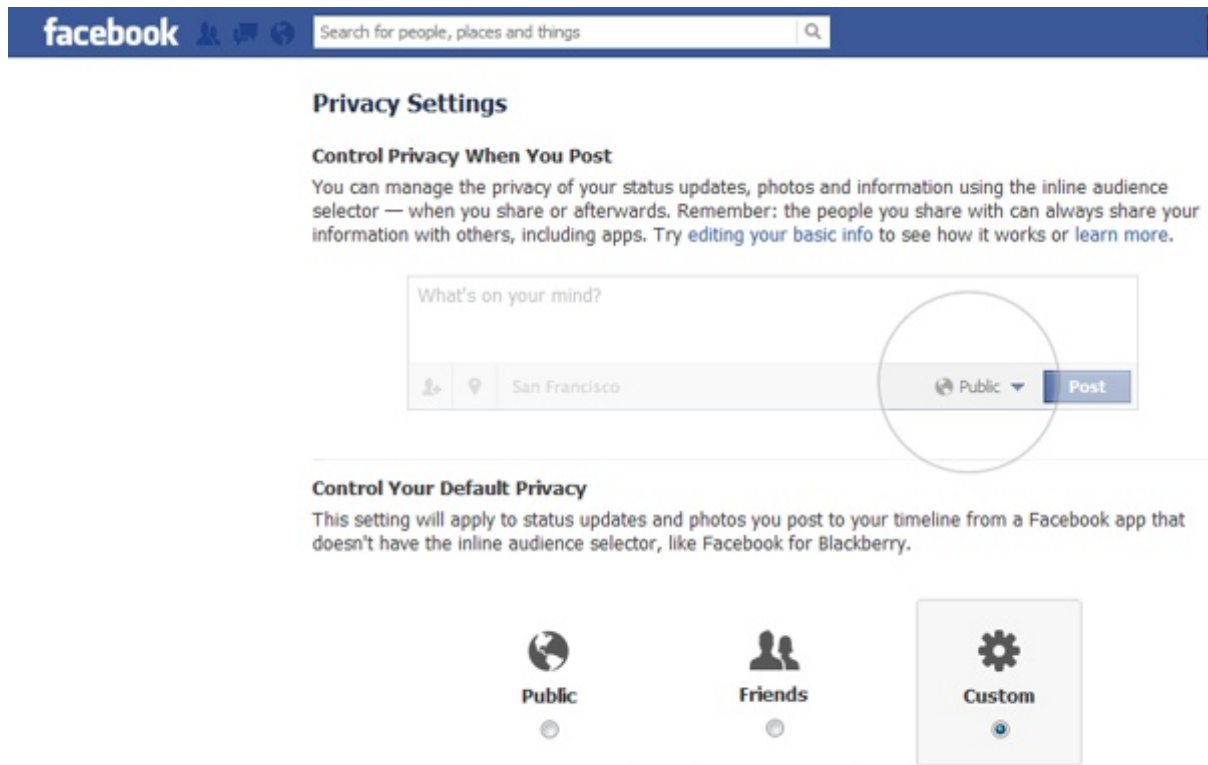
1. Korištenje Facebooka za zabavu

Mislim da je najveći broj ovakvih korisnika. Tu su da bi ostali u kontaktu sa prijateljima i rodbinom koja je daleko te da bi obnovili kontakte sa onima koje nisu dugo vidjeli. Komunikacija im je osnovna aktivnost, pregledanje fotografija kao i sve ostale aktivnosti koje služe za razonodu. Takođe Facebook koriste da bi pročitali neke vijesti ili tekstove koje im preporuče prijatelji, a često igraju i igrice.

Ovakvim korisnicima nemam šta posebno preporučiti osim da pripaze na informacije koje ostavljaju o sebi. Pri tome mislim na statuse koje pišu kao i na fotografije koje postavljaju. Kako sam ranije govorila – previše ličnih informacija u statusima (poput podatka da idete na godišnji i da 15 dana neće biti nikog kod kuće) vam može dovesti nepozvane "goste" u stan. A fotografije koje postavljate vide najčešće svi vaši prijatelji (+ njihovi prijatelji), te ako niste spremni da se na ulici u nekom udarnom terminu pojavite u kupaćem kostimu onda bolje nemojte takvu fotografiju stavljati ni na Facebook.

U svakom slučaju provjerite svoje postavke za privatnost na Facebooku i sami odaberite šta ćete pokazati svima a šta samo svojim prijateljima. Nemojte tu odluku prepustiti Facebooku jer je kod njih uvijek naštimana opcija da svi vide sve.

Napomena – ako podesite postavke privatnosti vaš lični profil mogu vidjeti samo oni sa kojima ste prijatelji. Ako se učlanite u neku grupu to ne znači da svi iz grupe mogu vidjeti vaš profil. Isti slučaj je i sa Fan stranicom.

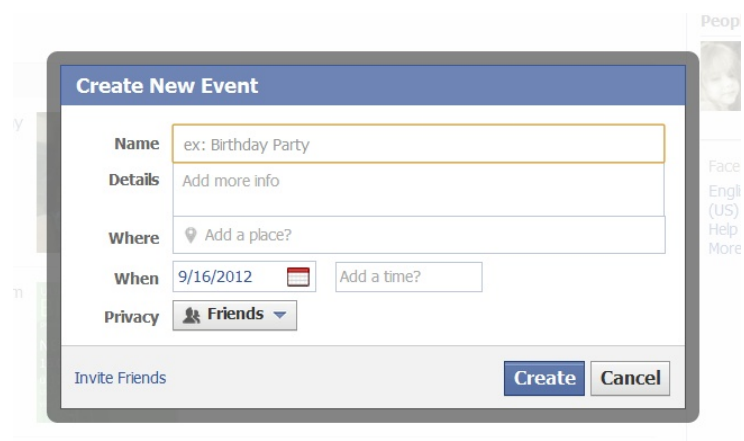


2. Korištenje Facebooka zbog posla

Zbog sve veće popularnosti ove društvene mreže te zbog činjenice da su “svi na Facebooku” vrlo je česta njegova upotreba za posao, na različite načine. Da krenemo redom:

2.1. Kreiranje “događaja” (Event)

Ova opcija je prilično popularna među korisnicima jer vam omogućava da u nekoliko koraka sve svoje prijatelje obavijestite o događaju, slavlju, fešti koju organizujete. Nema ograničenja, možete napraviti događaj na koji ćete pozvati samo uži krug ljudi, a možete putem njega obavijestiti mnogo širu grupu. Osoba koju pozovete na događaj može kliknuti



da će doći, da će možda doći ili da neće. Ako potvrdite svoj dolazak to vas u suštini ne obavezuje da se pojavite, ali time događaju pravite dodatnu reklamu jer će vašim prijateljima stići (na zid) informacija o tome da ćete prisustvovati tom i tom dešavanju. Možda tako za njega čuje neko kome nije upućena pozivnica a zainteresovan je da se priključi dešavanju.

Kreiranjem ovakvih poziva možete uštedjeti na izradi plakata. Besplatno je, ne trošite ništa i za lijepljenje ne trebate angažovati nikoga. Ako imate u planu organizovanje bilo kakvog dešavanja slobodno kreirajte ovakav jedan virtuelni poziv.

Nekoliko malih savjeta za kreiranje Facebook događaja:

1. Bez obzira na važnost dešavanja potrudite se da sve što napišete bude gramatički ispravno – od upotrebe malih i velikih slova do svih ostalih pravila. Ne znam iz kojeg razloga se vrlo malo pažnje pridaje pravopisu kod kreiranja ovakvih “poziva” ali vam to svakako neće pomoći da privučete više ljudi. Mogu slobodno reći i da poziv sa mnogo gramatičkih grešaka može uticati i na strukturu gostiju koji će doći.

2. Obavezno stavite fotografiju događaja koja će stati kao njegov zaštitni znak. Po tome će vas zapamtiti a i djeluje mnogo ozbiljnije nego kad ostane ona siva Facebook podloga sa kalendarom.

3. Napišite detaljno šta organizujete, da ljudi koje zovete znaju šta ih očekuje.

4. Događaj kreirajte najkasnije 7 dana prije održavanja. Bez obzira što su svi na Facebooku ne znači da su svi tu svaki dan. Ja dobijam često pozive dan ranije za neke manifestacije i u pravilu mi je to uvijek kasno za planiranje. Ako želite da ljudi imaju vremena da vašu zabavu ukalkulišu u svoj raspored dajte im vremena za to.

5. Ako svoj dolazak potvrdi 300 ljudi a vi možete prihvatiti samo 100 nema razloga za paniku. Ne znam tačan procenat ali vrlo često se pojavi samo 10% od svih koji su rekli da će doći. Dakle – posmatrajte te njihove potvrde kao podatak da su vidjeli obavijest. Tek kad dođu – došli su, ne kada kliknu da će doći.

2.2. Korištenje Facebooka za promociju posla

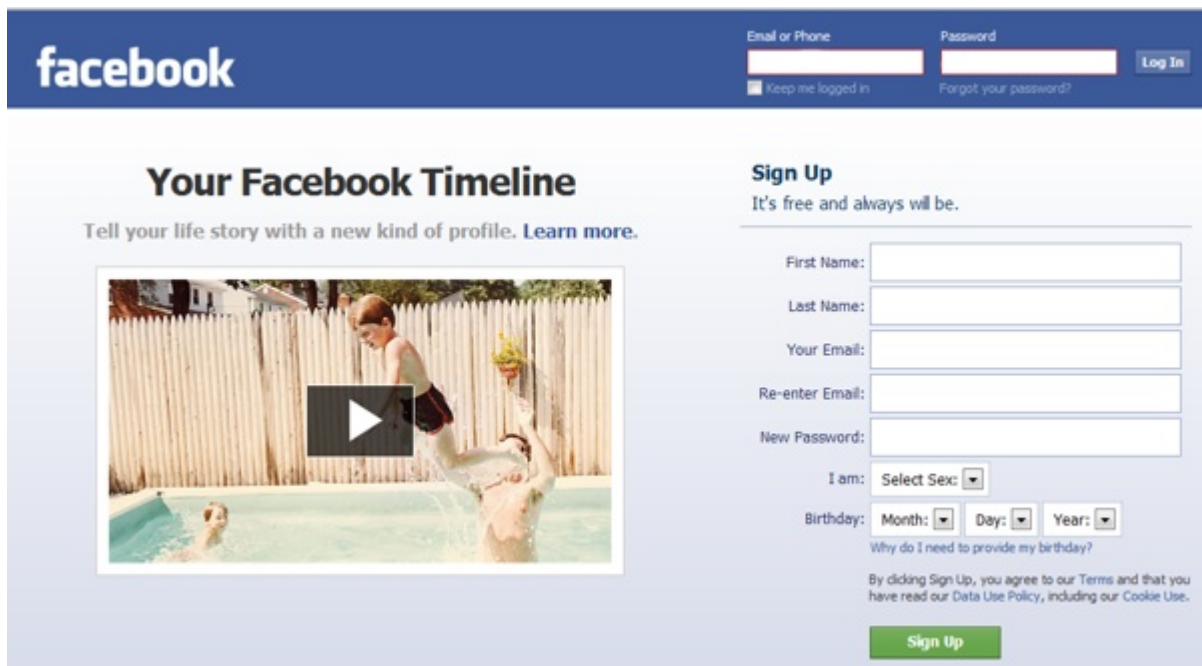
Ne znam ni sama koliko puta sam pisala o tome, ali ova tema zaslužuje da se spomene opet. Imate radnju, kafanu, piljaru, pozorište, humanitarnu organizaciju, udruženje građana – kako ćete ga promovirati na Facebooku?

Ako do sada niste znali da se podsjetimo – na Facebooku možete kreirati 3 stvari:

1. Lični profil
2. Grupu
3. Fan stranu

2.2.1. Lični profil

Ovo je osnova Facebooka – lični profil. U pravilima Facebooka čak piše da ne smijete objavljivati nikakve lažne informacije, kao i da lični profil ne smijete koristiti u komercijalne svrhe. Zamišljeno je da jedan čovjek ima jedan profil – lice (face), kao i da svako samo za sebe otvori profil. Činjenica je da ima mnogo onih koji imaju više profila, kao i da ima mnogo onih koji otvore i neki lažni. Facebook zna sankcionirati ovakve stvari tako što jednostavno ukine profil koji imate. Vrlo je teško, skoro nemoguće, vratiti profil ako vam se desi tako nešto.

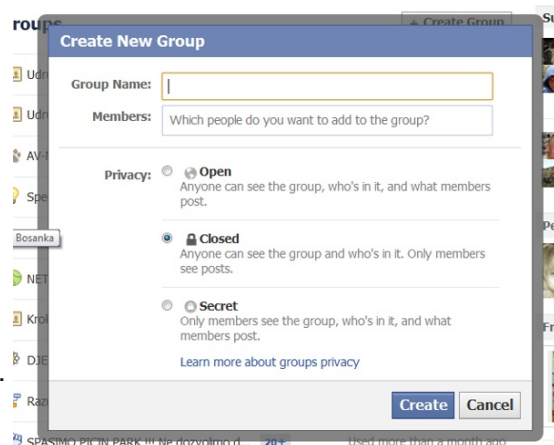


Lični profil ima ograničenje jer maksimalno možete imati 5000 prijatelja. Malo li je? Da ih sve zovnete na kafu? Postoji veliki broj ljudi koji za svoje firme, radnje i razne druge ustanove pokrenu upravo lični profil. Ja volim misliti da se to dešava zato što ne znaju razliku i ne znaju šta je bolje da urade. Ne volim takve imati među prijateljima na Facebooku jer nikako ne mogu zamisliti da budem prijatelj sa npr bankom. Mogu biti možda prijatelj sa nekim iz banke ali sa bankom ne.

Obavijesti koje u vidu statusa pišete na ličnom profilu pojavljuju se na News Feedu vaših prijatelja. Takođe možete sve prijatelje kontaktirati porukom

2.2.2. Grupa (Group)

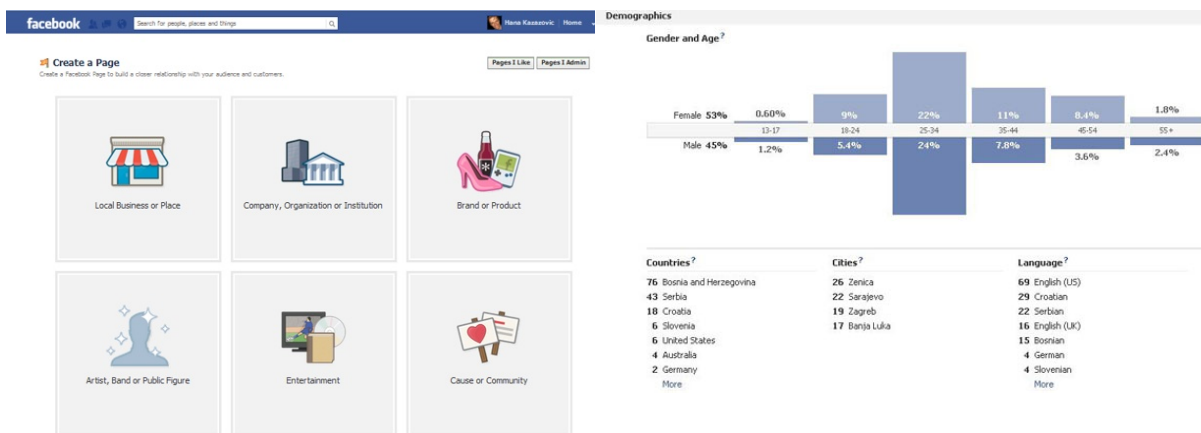
Grupa je malo bolja varijanta za promociju, ali je njena osnovna svrha da okupi ljude koji imaju zajednička interesovanja ili ideje. Jedan od dobrih primjera za korištenje grupe na Facebooku je grupa koja okuplja ljubitelje životinja organizovane u udruženje. Omogućava im da međusobno komuniciraju porukama (administratori grupe mogu poslati poruke svim članovima). Obavijesti koje pišu kod sebe na statusu se ne pojavljuju na News feedu prijatelja. Ako želite vidjeti šta pišu morate otići konkretno na stranicu grupe.



Grupa je takođe ograničena na 5000 ljudi. Grupe mogu biti tajne, otvorene i zatvorene i to vam omogućava da sami birate koga ćete pustiti unutar njih.

2.2.3. Fan strana (Page)

Ovo je ono što je predviđeno za promociju biznisa, posla, ličnosti, stranice, TV emisije i bilo čega drugog što u sebi ima komercijalno ili masovno. Fan strana nema ograničenja, možete imati milione fanova. Fan strana se pojavljuje na News Feedu svih koji je "lajkaju" – na taj nači se postaje fan strane. Na taj način šaljete obavijest – komunicirate sa svim svojim fanovima – obožavateljima. Vaši fanovi vas mogu kontaktirati na privatnu poruku, ali vi njih ne možete. I to je dobro jer potreba vaših prijatelja da čitaju poruke koje se tiču vašeg biznisa je obrnuto proporcionalna vašoj potrebi da ih šaljete. Kada imate lični profil ili grupu, pa svako malo prijateljima ili članovima grupe šaljete poruke u inbox vrlo je vjerovatno da će mnogi od njih navijati da skupite više od 5000 članova. I prestanete ih maltretirati. Ja jesam, priznajem.



Fan strane su dobre i zbog toga što u sklopu njih imate statistiku. Možete pregledati aktivnosti fanova, možete pratiti koliko imaju godina, kojeg su pola, odakle su, na šta reaguju (imate statistiku da li im se više sviđa kad stavljate videa ili fotografije i sl.)

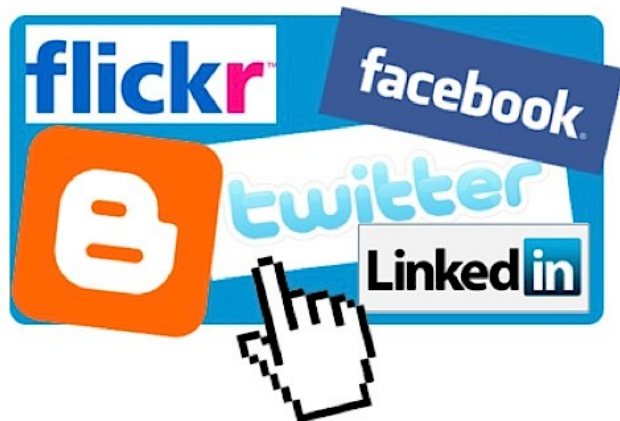
Ukratko – ko se prihvati ozbiljnog promovisanja svog posla ili sebe lično na Facebooku koristeće Fan stranu.

Pomirite se sa tim da u tom slučaju ne možete nikome poslati Zahtjev za prijateljstvo ili poziv da se priključi grupi. Moraćete biti dovoljno zanimljivi i interesantni da ljudi požele da vas prate, moraćete im ponuditi neku “vrijednost”.

Ali tako vam je i u stvarnom životu, zar ne?

11. Internet “alati” koji vam mogu pomoći da postanete vidljivi

Osim Facebooka koji je, za sada, najdominantnija društvena mreža postoji još dosta društvenih mreža, alata i platformi koje vam mogu pomoći u životu na razne načine. U nastavku ću predstaviti neke od njih koje lično koristim ili sam koristila.



Twitter

Mnogi za njega kažu da je to “isto kao Facebook samo sa kratkim statusima”. Twitter je ipak mnogo više od toga, mreža koja vam omogućava da se povežete sa mnogim zanimljivim ljudima koje i ne znate, te da pratite šta oni pišu, rade, kuda se kreću i sl. Na raspolaganju vam je 140 karaktera i to u principu znači da morate biti originalni i zanimljivi da bi vas neko primijetio i počeo pratiti. Ono što je takođe važno – twitter je komunikacija, te samo tako ima smisla i samo ako ga tako koristite biće vam zanimljiv.

Tumblr i Posterous

Nisam slučajno skupa navela ove dvije platforme. Obe omogućavaju da pišete blog bez vlastitog kutka na internetu i to potpuno besplatno. Moderni su, jednostavni za korištenje i imaju značajan broj korisnika. Možete ih koristiti za predstavljanje sebe i svojih razmišljanja, svojih radova, a možete se “uvezati” i sa ostalim korisnicima ovih platformi. To je dobro ako niste sigurni da želite krenuti sa vlastitim blogom jer ovdje možete testirati koliko vas na primjer privlači pisanje i koliko možete biti istrajni u tome.

Blogger i WordPress

Ovo su dvije platforme za bloganje koje možete koristiti čak i sa svojom internet adresom. Ako nju nemate vaša adresa će biti *nešto.blogspot.com* ili *nešto.wordpress.com*. Ništa strašno, opet za početak super način da sebe testirate i vježbate kao blogera.

Flickr

Ovo je jedno od mjesta na kojem možete objavljivati svoje fotografije. Možete to raditi još na mnogo načina, o tome ću malo kasnije, ali Flickr je namijenjen samo fotografijama. Tu svi objavljuju samo fotke, postoji mogućnost komentaranja od strane drugih korisnika, povezivanja sa drugim korisnicima i slično. U svakom slučaju ovo je globalni kutak za ljude koje zanima fotografija ili koji imaju potrebu da svoje fotografije negdje jednostavno objave a da bude lako vidljivo svima ostalim.

Youtube i Vimeo

Platforme za objavljivanje vaših video uradaka. Youtube sigurno već uveliko poznajete a ni Vimeo nije loš. Oba su prilično jednostavna za korištenje i besplatna.

Svoj Youtube kanal možete koristiti za posao, za sve ono što ne možete napisati ili predstaviti slikom. Skoro svaki mobitel sada može snimiti video koji možete prebaciti na internet a to znači da u nekoliko koraka možete, na primjer, postupak pravljenja glazure od čokolade predstaviti cijelom svijetu. Naravno, ako mislite da u tome ima nešto zanimljivo :)

LinkedIN

Najčešće ga zovu profesionalna društvena mreža. Tu možete predstaviti svoju profesiju, postaviti svoju biografiju (CV) i predstaviti sebe u tom profesionalnom smislu – šta radite, gdje radite, šta znate da radite i sl. Nije rijedak slučaj da se baš tu pronalaze poslovi i zaposlenici, činjenica na našim prostorima ne u velikoj mjeri, ali nikad se ne zna.

Pinterest

Društvena mreža koja najjednostavnije objašnjeno izgleda kao vaša tabla na koju kačite zanimljive sličice koje nađete na internetu. Te sličice mogu biti tematski povezane (moda, kuhinja, putovanja i sl.). Pratite na njemu ljude koji su vam zanimljivi i čije vam se sličice sviđaju.

Foursquare

Društvena lokacijska mreža. Radi na principu da se prijavite u neki lokal ili restoran (pozorište, kino, stadion ili bilo koji drugi objekt) i tu eventualno ostavite utiske o tome kako vam se sviđa ili šta vam se tu sviđa. Svi koji se prijavljuju kasnije na isto mjesto to mogu pročitati, a osim toga može se desiti da se sa prijateljima prijavite na istoj lokaciji u isto vrijeme i da tako, neplanirano, skupa popijete kafu. U svijetu sve češće na primjer kafane daju popuste za goste koji se prijave na njihovoj lokaciji. Naravno, najviše se koristi putem mobilnih telefona.

Instagram

Društvena mreža koja se takođe koristi putem telefona, a na njoj se postavljaju isključivo fotografije sa različitim filterima. Koristi je preko 100 miliona ljudi iz čitavog svijeta.

Dakle, ako želite:

1. Pisati blog – tu su wordpress.com, blogger.com, tumblr.com, posterous.com

2. Predstaviti fotografije cijelom svijetu:

- Flickr, Instagram

- Možete ih predstaviti i na svim ovim platformama za blog – wordpress, blogger, tumblr, posterous – sve imaju istu mogućnost i od svakog možete napraviti i foto blog

- Možete ih smjestiti i na Facebook i podesiti da ih vide svi ili samo prijatelji

3. Predstaviti video – Youtube, Vimeo

- Takođe ih možete postavljati i na Tumblr, Posterous, Facebook...

4. Postaviti muziku, neke svoje audio radove

- My Space, Soundspace – ima i drugih ali ih nisam koristila pa ne znam

Ima tu još mnogo drugih alata i platformi koje nisam lično koristila ali u svakom slučaju uvijek možete naći nešto što odgovara vašim potrebama i što će vam omogućiti da u nekoliko koraka i potpuno besplatno postanete vidljivi cijelom svijetu. Jednostavno – šta god da vas zanima ukucajte u Google i vrlo brzo ćete sigurno naći zadovoljavajuće rješenje za vaše potrebe.

Internet za početnike u 13 lekcija

12. Zašto se odnosi s javnošću teško mogu odvojiti od interneta

Odnosi s javnošću ili PR su pojam koji se mnogo koristi u posljednje vrijeme, posebno na internetu. Znam mnogo onih koji na spominjanje pojma PR prevrnu očima uz komentar kako je to “novotarija” ili naziv za radna mjesta kadrovima bez kojih se navodno ne može. Činjenica je da u svakom žitu ima kukolja i da postoje oni koji se zovu PiaRovci a sa tim poslom baš i nemaju veze. Ali nije moje da pišem o njima.



Lično o ovoj temi znam samo ono što sam učila zbog sebe te se u svakom slučaju ne mogu nazvati stručnjakom. Ono što želim sa ovim tekstom jeste da na jednostavan način pokažem kako svi mi vrlo često imamo potrebu da radimo neke stvari koje inače spadaju u Odnose s javnošću – kao pojedinci ili kao mali privatnici, preduzetnici, aktivisti u udruženjima i sl, a da nismi ni svjesni toga. Posebno ako koristimo internet.

Lični odnosi s javnošću

Ako na bilo koji način gradite brend od sebe (svoje ličnosti, profesije, interesovanja, znanja) onda vam je veoma važno kakvu sliku i mišljenje o vama ima javnost. Pretpostavka je da u tom kreiranju ličnog brenda koristite internet – jer je jeftin, svima pristupačan, nema granica i pruža velike mogućnosti. Šta je vaša javnost sa kojom komunicirate?

Blogeru javnost čine svi njegovi čitaoci. Svi koji dođu na blog da pročitaju šta je napisao imaju neko mišljenje o njemu ili će ga tek steći. U zavisnosti od tekstova mišljenje može ići od pozitivnog do negativnog, a može se i mijenjati. Svaka vidljiva aktivnost blogera utiče na kreiranje slike o njemu.

Međutim, ono što je važno reći jeste da je pojam javnosti u današnje vrijeme vrlo relativan. I ne možete uvijek imati pod kontrolom šta će se o vama pojaviti “u javnosti”. Možda ste frizerka koja nema web stranicu, ne oglašava se nigdje i samo radi svoj posao. I desi vam se da od mušterije napravite ovcu sprživši joj kosu mini valom. Ta nesretnica ne mora imati ništa više od profila na Facebooku da bi vam obezbijedila vrlo negativnu reklamu. Dovoljno je da fotografiju svoje nove frizure postavi na Facebook uz komentar gdje je i kako dobila taj

grm na glavi i priča počinje. Uz dijeljenje i kopiranje fotografija vrlo brzo mnogo vaših potencijalnih ili stalnih mušterija će vidjeti šta ste napravili. Još ako ste bili drski? I ako vas nema na Facebooku ili nemate način da svim svojim klijenticama saopštite svoju stranu priče? Belaj.

Primjer broj dva – stvarni slučaj. Taxista Ferid koji živi i radi u Zenici sigurno nema web stranicu niti se negdje reklamira. On radi svoj posao – vozi ljude. I šta se desilo jedno veče? Povezao je mene lično do kuće. Ja sam, vrlo zadovoljna uslugom, sjela i **napisala post o tom svom iskustvu**. Za 3 i po mjeseca je post pročitao preko 1600 ljudi, a do danas već preko 2200. Obzirom da je najveći broj čitatelja Zenica-Online iz Zenice ne treba biti mnogo pametan pa skontati kako je ovo bila besplatna i vrlo dobra reklama za Ferida. A šta da je napisano nešto loše?



Šta hoću da kažem ovim? Čak i ako nemate namjeru da budete u javnosti, na internetu, ne možete imati pod kontrolom hoćete li se tamo pojaviti. Posebno ako u svom radu dolazite u kontakt sa ljudima, ako radite bilo šta što ima veze sa ljudima (a šta nema, pitam se).

Neljubazna ste kasirka u prodavnici? Možda neko napiše post o tome, o vama i o vašem radnom mjestu. Kako će vlasnik reagovati? Doktor ste kojeg pacijenti čekaju po 6 sati za pregled? Možda neki od pacijenata sjedi u čekaonici i na Facebook uživo postavlja slike i piše o tome kako vas nema?

Danas je sve javno i ako radite bilo šta, htjeli ili ne htjeli vi svakako imate neke **“odnose s javnošću”**. I možete uraditi samo dvije stvari po pitanju toga. Prva je da uvijek budete savršeni i da nikad ne pravite greške, te da tako smanjite, odnosno ukinete mogućnost da se u negativnom kontekstu pojavite “u javnosti”. Da li je to moguće?

Druga mogućnost je da budete tu prisutni, da zauzmete svoj komadić javnog prostora i da komunicirate – sa javnošću.

Šta dobijate time?

Recimo da ste ona frizerka sa početka teksta. Radite dobro, kvalitetno, imate svoje stalne i vjerne mušterije. Imate svoju web stranicu i Facebook stranicu i koristite ih za komunikaciju sa svojim mušterijama. Jedno jutro ustanete na lijevu nogu i sve vam krene naopako. Klijentici koja je inače džangrizava stvarno napravite “ovca” frizuru. Ona poludi i na Facebooku napiše post o tome sa fotografijama. Šta vi radite u tom slučaju? Na svojim

kanalima – web stranici i Facebook stranici priznate grešku, napišete da je sve istina i da “ovca” frizuru mušterije ne dobijaju uvijek nego vam se to desilo iz tog i tog razloga. Uputite izvinjenje, poklonite nesrećnici pola godine besplatno friziranje, javno joj se izvinete. U svemu tome će se sigurno javiti i vaše zadovoljne mušterije koje će stati uz vas, koje će razumjeti da se greške dešavaju i koje će potvrditi da znate raditi svoj posao. Situacija u ovom slučaju izgleda puno bolje, slažete se?

A to sve možete uraditi samo ako ste inače navikli ljude da sa njima komunicirate, da znaju gdje će vam se i kako obratiti ako vam žele reći nešto. Oni će svakako pričati, bili vi tu ili ne. A samo ako ste tu moći ćete reći i svoju priču.

Kako još možete komunicirati sa javnostima?

Nedavno sam prošla svojim gradom i ugledala novootvoreni fast food u koji je vlasnik uložio prilično novca. Gradio ga je mjesecima i znam sigurno da je nemoguće finansijski preračunati svu energiju i vrijeme koji su, osim novca, uloženi u stvaranje tog mjesta na kojem bi ljudi u budućnosti trebali jesti. I dok sam prolazila razmišljala sam kako je sve dobro napravio osim tog finalnog dijela. Zašto? Pa, ko zna da je otvoren taj objekat? Samo njegovi prijatelji, saradnici i slučajni prolaznici. Nije uložio u reklamu, nije podijelio letke, nije objavio nigdje to otvaranje. Ljudi nemaju pojma o tome i moraće proći mnogo vremena da bi se zakotrljao posao do isplativosti.

A šta je mogao uraditi?

Mogao je uložiti još jednu količinu novca i platiti:

1. Reklamu u lokalnim novinama u Zenici – 2 komada
2. Lokalne radio stanice – 4 komada
3. Lokalna televizija – 1 komad
4. Internet portali – nekoliko komada
5. Uraditi 1000 letaka bar i podijeliti po gradu

Pošto se radi o objektu koji će raditi lokalno dovoljno bi bilo da je iskomunicirao samo ove lokalne medije. I za sve to mu ne bi trebalo previše novca jer cijene u njima nisu prevelike. Međutim, realno, koliko je efikasno to sve i da li bi se isplatilo? Ne znam. Ali znam šta se još moglo uraditi.

Napraviti događaj od otvaranja fast fooda?

Svi oni novci koji bi se inače uložili u reklamu su se mogli potrošiti na pravljenje besplatne hrane koja će biti podijeljena na otvaranju. Isplanirati otvaranje objekta, zakazati dan i satnicu i uputiti poziv svim medijima.

Znam, vlasnik objekta će vjerovatno pomisliti – a zašto bi novinari došli i napravili vijest o otvaranju nekog fast fooda?

Reći ću vam moguće razloge:

- Lokalni su novinari i ako im zakažete događaj u vrijeme kad inače nemaju nekog posla doći će da se druže i da pojedu nešto džaba

- U vremenu u kojem ima pola miliona nezaposlenih vi zapošljavate 2 – 5 ljudi. Mislite da to nije važno?

- Mrtva je sezona a u gradu inače nema nekih pretjerano velikih događanja. Doći će da popune prostor u svojim medijima.

I sada ono što još ne rade ljudi kod nas a time propuštaju veliki potencijal. Nemojte zvati samo novinare i medije. Zovite blogere, ljude koji su inače aktivni na internetu, ljude koji imaju puno prijatelja na Facebooku. Pošaljite im poziv skupa sa ostalima i dočekajte ih kao sve ostale. Neka budu tu, neka probaju vašu hranu, neka svojim očima vide šta ste to otvorili.

Pitate se čemu sve to? Pa recimo, možda će neko od blogera napisati post o tome kako ima super novi fast food u kojem je hrana odlična. Pa će taj post pročitati 200 – 300 njegovih čitalaca. Ili će neko od njih napisati na Facebooku kako je bio na otvaranju super fast fooda pa taj status vidi njegovih 1500 prijatelja. Ne moraju oni zvanični novinari napisati ni slova ako se desi ovako nešto, vjerujte. Već imate priču među običnim ljudima a to je dovoljno. Dalje samo treba da pravite super sendviče :)

Jedino što morate imati na umu jeste da isforsiran status na Facebooku ili naručen post od blogera nemaju ni blizu isti efekat. A čak i ako to nije jasno označeno vidi se – ljudi to osjete. Impresionirajte ljude i oni će dalje sami pisati i pričati o vama.

E to su vam sve “odnosi s javnošću”, onako kako ih ja vidim. Moguće da na ovaj način i nemaju puno veze sa onim pravim.

Ali ono što morate uvijek imati na umu jeste da je u ovim današnjim vremenima sve javno. I da u tim odnosima s javnošću često caruje Marfi. Tako da ono što vi ne želite da dođe u javnost tamo završi vrlo brzo. A ono o čemu biste vi voljeli da narod priča i da zna nikako da se tamo probije. Ko uspije da izbalansira ovo dvoje – da nađe način da se u javnosti priča o dobrim stvarima a da se one malo manje dobre drže pod kontrolom taj valjda i jeste savršen PiaRovac.

13. Kako se snaći na internetu i izbjeći prodavanje magle

Pretpostavka je da ste pročitali prethodnih 12 lekcija i da već imate malo širu sliku o internetu i njegovim prednostima i manama. Međutim, dok se ne uhodate i ne počnete internet koristiti stalno moguće da ćete imati strah od toga da nešto ne uradite pogrešno. Kako greške smanjiti na najmanju moguću mjeru? Kako izbjeći vojsku “stručnjaka” koji će u vašem neznanju prepoznati idealnu priliku za zaradu, posebno ako ste firma? Postoji nekoliko načina za to.

Šta kada vam treba web stranica?

Ako ste odlučili da za posao (ili sebe lično) napravite web stranicu na kojoj ćete predstaviti sebe i svoje usluge prvi korak vam je da pronađete nekoga da vam uradi tu web stranicu.

Kako ga naći?

- Sistem preporuke – ako imate prijatelje i poznanike koji su to već radili zamolite ih da vam daju kontakte ljudi koji su taj posao obavili njima
- Google – u pretraživač ukucajte pojmove – izrada web stranica
- Facebook – priupitajte i ovdje da vam preporuče nekoga
- Twitter – ako imate nalog i ovdje pitajte

Kada iskontaktirate sve do kojih možete doći tražite im ponudu – da vidite šta mogu uraditi, šta su radili i kakve su im cijene. U ovom koraku već trebate imati u glavi bar okvirno šta vama treba. Na osnovu toga tražite ponudu. I tražite nekoliko ponuda da možete birati i praviti poređenja.

Obratite pažnju na ono što stoji kao referensa ljudima koje ste kontaktirali. Vrlo vjerovatno ćete među tim stranicama naći nešto što vam se sviđa i što odgovara vašim zahtjevima.

Kada izaberete izvođača detaljno definišite postupak, cijenu, plaćanje. I zapamtite – cijene zaista mogu biti različite za razne nivoe složenosti stranica pa je bolje ako već koliko toliko poznajete materiju. Bar da znate da web stranica rađena u WordPressu sa besplatnom temom ne može/ne smije koštati previše. Probajte naći nekoga u koga imate povjerenja i ko će vam pomoći da odaberete najbolje za vas.

Šta kada hoćete da koristite društvene mreže za posao?

Treba vam neko ko će vam pomoći oko Facebooka i Twittera? Neko ko će vas uputiti kako da to radite, ko će vam objasniti postupke pa da vi to nastavite sami ili da taj neko dalje sve radi za vas?

Prva i osnovna stvar – morate imati razlog zbog čega hoćete da koristite Facebook u poslu. Nije dovoljno dobar razlog “svi su tamo”. Facebook je samo jedan od kanala koji možete koristiti nakon što odlučite da “uspostavite bolju komunikaciju sa klijentima” na primjer.

Stručnjak će vam objasniti ili napraviti Fan stranu na Facebooku. Ako ste čitali prethodne lekcije znate da za posao trebate imati Fan stranu a ne Lični profil ili Grupu. Lažnog stručnjaka možda već ovdje prepoznati – ako vam predloži iz bilo kojeg razloga da je bolja grupa ili profil.

Opet isti sistem pronalaska i “provjere” možete iskoristiti – preporuka, Google, Facebook itd. Tražite da vam pokažu prethodne rezultate i referense. Fan strana sa velikim brojem fanova koji ne komuniciraju na njoj nije dobra referensa. Kad su društvene mreže u pitanju bitniji je kvalitet u odnosu na kvantitet. Bitno je da su fanovi tu zato što ih zanima šta imate da kažete, da im ponudite, zato što žele da budu u toku sa vašim aktivnostima.

Osnovni način za procjenu ljudi na internetu

Zapamtite samo jednu riječ – **Google**. Postoji i Bing, Yahoo, pa i Facebook ima svoj pretraživač ali za sada je Google broj jedan.

Ako želite da radite bilo kakav posao za internet ili na internetu uz pomoć Googla provjerite osobu sa kojom namjeravate raditi. Kako? Jednostavno – ukucajte njeno ime u tražilicu i iščitajte rezultate koje ste dobili.

- Ne može vam kvalitetnu web stranicu napraviti osoba/firma koja sama nema za sebe kvalitetnu web stranicu.
- Ne može vam kvalitetnu uslugu o komunikaciji na internetu ili bilo čemu vezanom za internet ponuditi osoba o kojoj Google ne zna ništa ili zna jako malo. U ovom slučaju ne važi pravilo da je “kod majstora uvijek najlošija kuća”.
- Ne trebam posebno naglašavati da vam Google može o toj nekoj osobi otkriti čak i neke stvari koje možda ne idu njoj u prilog.

U svakom slučaju dodatna opreznost i istraživanje nije nikada višak. Posebno ako je besplatno kao što jeste kada je u pitanju internet.

Internet za početnike u 13 lekcija

Zaključak

I to bi bilo sve za sada. Ako ste krenuli od nule i pročitali sve lekcije onda imate neka osnovna znanja o internetu i vrlo vjerovatno ste stekli uvid u to kako internet funkcioniše.

Sada se sigurno sami možete snaći i istraživati ovaj nepregledni izvor informacija. I ono što je najbitnije – svi odgovori su vam na dohvat ruke. Sve što ne znate i što vam nije jasno možete brzo saznati, znate gdje tražiti odgovore, koga i kako pitati. Kada nakon ovog sjednete za računar imate početak od kojeg ćete krenuti.

A ako bilo gdje “zapnete” i niste sigurni kuda dalje, slobodno pitajte i mene. Ako ja lično ne znam odgovor vjerovatno znam nekoga ko zna.

Internet za početnike u 13 lekcija

O autoru



Hana Kazazović je blogerica poznata i pod pseudonimom Cyber Bosanka.

Svijet interneta je "otkrila" 1996. godine i od tada ga ne prestaje istraživati.

Nešto više od 10 godina se bavila privatnim biznisom kao vlasnik male reklamne radionice, a zatim trgovine suvenirima i poklonima. Tu samostalnu preduzetničku karijeru je napustila 2011. godine i posvetila se internetu. Trenutno radi kao Community Manager u agenciji Prime Digital.

Osim bloga Cyber Bosanka (www.bosanka.net) koji je njena kuća na internetu, 2009. je sa mužem pokrenula i internet magazin Zenica Online (www.zenica-online.com) .

Rođena i živi u Zenici. Još uvijek.

Kontakt:

Blog: www.bosanka.net

Email: hanakazazovic@gmail.com

Twitter: [@cyberbosanka](https://twitter.com/cyberbosanka)

Facebook: www.facebook.com/Bosanka.net

Knjiga "Internet za početnike u 13 lekcija" je pisana u periodu oktobar 2010.g. - mart 2011.g. kao serija tekstova na blogu Cyber Bosanka. Zbog preglednosti i lakše dostupnosti prebačena je u pdf oblik i dostupna na blogu za besplatno preuzimanje na adresi www.bosanka.net/internet-za-pocetnike/

Nije dozvoljeno njeno kopiranje i dijeljenje bez navođenja autora.