



USPOSABLJANJE ZA UPORABO DIGITALNIH KOMUNIKACIJ ZA BOLJŠE MEDSEBOJNO POVEZOVANJE ČLANIC MREŽE SUTŽO IN VEČJO PREPOZNAVNOST UTŽO V LOKALNEM OKOLJU

Prof. dr. Ana Krajnc
Petra Bališ
Robert Mlakar

Brezovica pri Ljubljani, 26. 3. 2019

Internet je v prvem četrtnetju 2018 uporabljalo

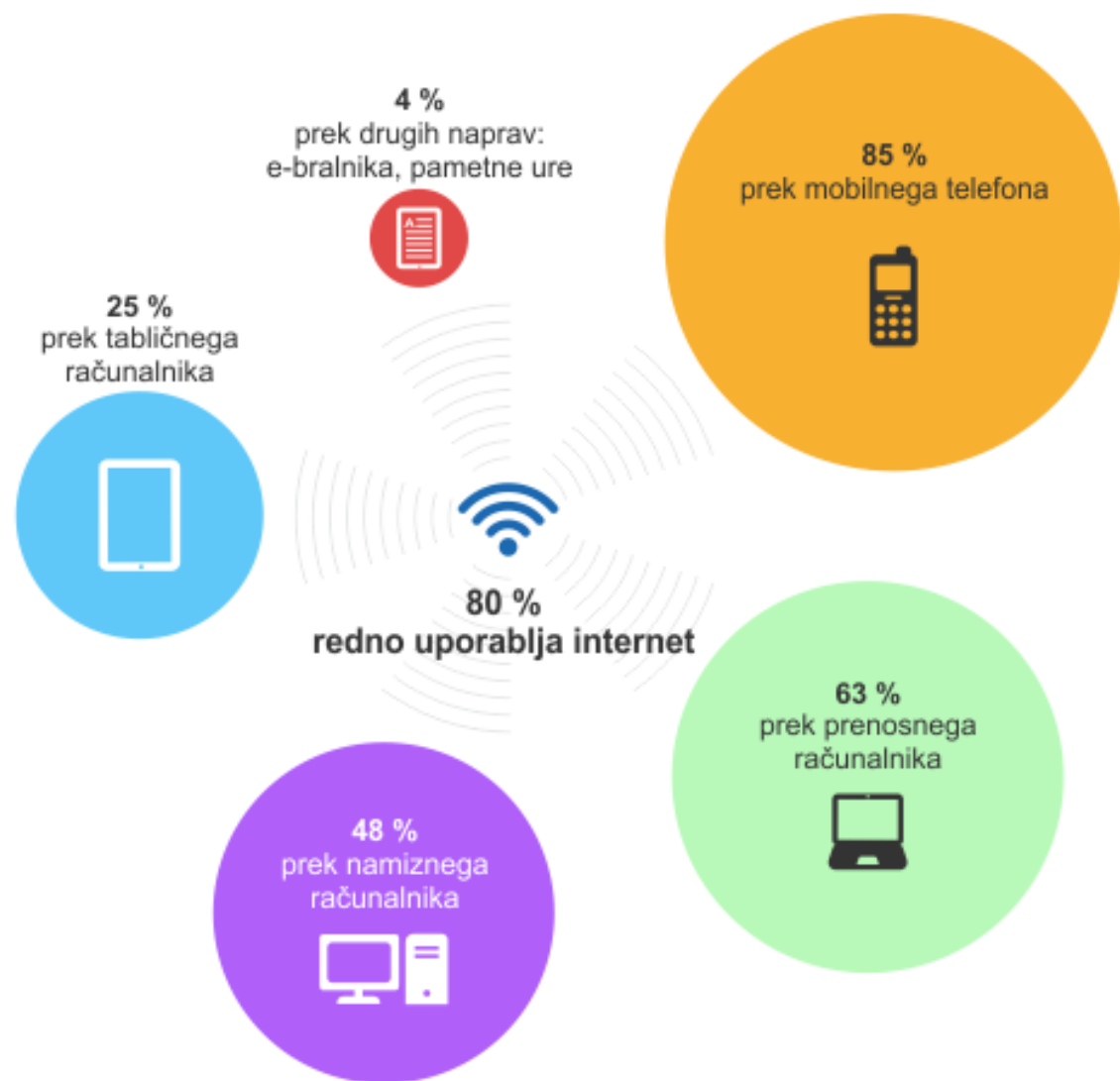


81 % Slovencev,



starih 16–74 let.

Delež rednih uporabnikov interneta (16–74 let) po načinu dostopa do interneta, Slovenija, 1. četrtnetje 2018



Vir: SURS

© SURS

Vir: SURS, **Pridobivanje veščin za uporabo računalnikov, programske opreme ali aplikacij**, dostopna na: <https://www.stat.si/StatWeb/news/Index/7811> (dostop 11. marca, 2019)

Status aktivnosti in uporaba interneta (1. četrtoletje, 2018)

- Učenci, dijaki ali študenti so internet uporabljali 100-odstotno,
- zaposleni in samozaposleni v 92 %,
- upokojenci v 51 %,
- druge osebe (npr. nezaposlene osebe, pomagajoči družinski člani, osebe, nezmožne za delo), pa v 73 %.

Vir: SURS, **Pridobivanje veščin za uporabo računalnikov, programske opreme ali aplikacij**, dostopna na:

<https://www.stat.si/StatWeb/news/Index/7811> (dostop 11. marca, 2019)

Starostne skupine uporabnikov interneta 2017

Mlajši od 25 let:

Uporablja ga 98 %.

25–34 let:

Uporabljajo ga skorajda vsi – 99 %.

35–44 let:

Uporablja ga 96 %.

45–54 let:

Uporaba pada, rednih uporabnikov v tej starostni skupini je 83 %.

55–64 let:

Rednih uporabnikov je 56 %.

65–74 let:

Rednih uporabnikov je 29 %.



Vedenje uporabnikov spleta

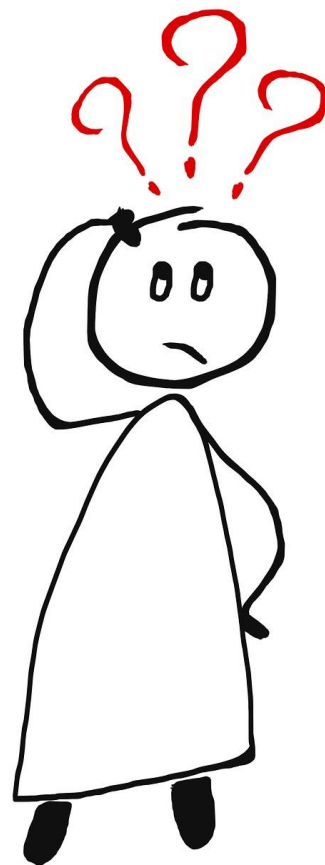
Za kaj Slovenci uporabljamo internet?

- Za iskanje informacij (81 %),
- za zabavo (66 %),
- za opravljanje dela (55 %),
- za dostopanje do vsebin (21 %),
- za pomoč drugim pri uporabi spleta (35 %),
- za spletno nakupovanje (55 %),
- za iskanje informacije o blagu in storitvah (81 %).

Najpogostejše dejavnosti so:

- uporaba iskalnikov (97 %),
- preverjanje elektronske pošte (95 %) in
- ogled videoposnetkov (89 %).

Je spletno stran res potrebno imeti?



Namen spletne strani

Organizacija brez spletne strani je kot računalnik brez interneta.



Spletna stran je osnovno komunikacijsko sredstvo na internetu.



Če te ni na spletu, ne obstajaš.



Je ključno orodje za povečanje prepoznavnosti v okolju, prodaje in uspešnosti organizacije.



Prisotnost na spletu je postala samoumevna.



Kaj pomeni kratica WWW?
World wide web

Vrste spletnih strani



Predstavitvene



Prodajne –
spletne trgovine



Promocijske –
za promocijo
storitev in izdelkov



Spletna vizitka



Spletni portali –
nudijo informacije,
novice ...



Osebna spletna stran –
npr. za freelancerje.



Blogi



Kakšen bo namen vaše
spletne strani?

Pregled spletnih strani članic mreže SUTŽO

51 članic mreže

- 18 članic ima svojo samostojno spletno stran
 - 7 članic nima svoje spletne strani
 - Kaj se dogaja z ostalimi 26 članicami UTŽO?
-
- 7 članic UTŽO nima nikakršne informacije o članstvu v UTŽO, programih ali o SUTŽO na splošno na svoji spletni strani.
 - Logotip SUTŽO ima objavljeno le 12 članic UTŽO.



Nekaj primerov

- <https://ciktrebnje.si/> (Trebnje)
- <http://www.univerzamorje.si/> (Izola)
- <http://utzo-ivancnagorica.si/> (Ivančna gorica)
- <http://www.lu-kocevje.si/univerza-za-tretje-zivljenjsko-obdobje/> (Kočevje)
- <https://kud.trubar.si/> (Velike Lašče)
- <https://www.knjiznica-celje.si/univerza-u30> (Celje)
- <http://www.drustvo-lipa.si/> (Domžale)
- <http://www.drustvou3.si/> (Trbovlje)

Kaj opažamo in bi želeli spremeniti?

- Informacije o UTŽO, programih so pomanjkljive, težko dostopne, zastarele, nepregledne ...
- Ne poenoteno poimenovanje Univerze za tretje življenjsko obdobje: U3ŽO, U3, Tretja univerza, Univerza, Univerza za tretje obdobje ...
- Na straneh ni objavljenih logotipov.

Kje se soočate s težavami?
Kako rešiti zadrege in težave urejanja spletne strani?

Kakšna je dobra spletna stran?

- Jasno sporočilo na domači strani
- Pregledna
- Struktura – meni
- Enostavna za uporabo
- Ažurirana
- Ustrezen slikovni material
- Dostopna
- Kakovostna vsebina

Predlog vsebine za spletno stran posamezne članice UTŽO:

- *Predstavitev SUTŽO*
- *Študijski programi*
- *O nas*
- *Vpis*
- *Dogodki*
- *Utrinki*

Elementi spletne strani

- Ustrezna domena
- Ustrezni URL-naslovi
- Navigacija
- Predstavitev – o nas
- Kontaktni obrazec
- Odzivnost – responsive
- Blog
- Poglobljene informacije
- FAQ
- Enoten grafični izgled
- CTA
- Prijava na novice
- Hitrost nalaganja
- Kakovostna vsebina
- Meta oznake
- Povezava do družbenih omrežij
- Priporočila
- V medijih
- Live chat

MIT: Izdelava spletne strani je zelo draga.



Razbijmo mit!

- Brezplačne predloge za izdelavo spletne strani (Wix, Themeforest, Webnode ...)
- Brezplačno gostovanje za društva, zavode in nevladne organizacije (Microsoft)
- Programi v računalniških skupinah za izdelavo spletnih strani
- Prostovoljci, študenti

Pogoste napake in moteči elementi spletne strani so:

- preveliko število informacij,
- nejasna struktura,
- nepremišljena vsebina,
- prenasičenost,
- preveč kompleksni registracijski obrazci,
- nerazumljivi/nehvaležni obrazci za povpraševanje,
- nedelujoče povezave,
- moteča „pop up okna“,
- težko dostopni kontakti,
- nečitljiva vsebina oz. premajhne črke,
- preveč moderen meni,
- počasno nalaganje slik.

Izkoristite moč družbenih medijev



Prepričljive FB-številke (april, 2018)

- > 2,20 milijarde mesečno aktivnih uporabnikov.
- > 307 milijonov uporabnikov v Evropi.
- 1,45 milijarde dnevno aktivnih uporabnikov (13 % več kot v letu 2017).
- 1,15 milijarde uporabnikov dnevno dostopa prek mobilnih naprav (23-% rast glede na leto 2017).
- Najbolj zastopana je starostna skupina od 25 do 34 let (29,7 % vseh uporabnikov).
- Vsako sekundo je ustvarjenih pet novih profilov.
- Povprečen čas obiska je 20 minut.
- 50 % uporabnikov, starih med 18 in 24 let, gre na Facebook takoj, ko se zbudijo.
- Vsako minuto je objavljenih več kot 510.000 komentarjev in 136.000 fotografij.

[VIR: www.zephoria.com](http://www.zephoria.com)

	Imajo svoj profil	Uporabljajo na tedenski ravni	Uporabljajo vsak dan
Facebook	833.500	767.500	594.500
Twitter	206.500	100.000	33.000
Instagram	180.500	126.500	62.000
LinkedIn	135.500	59.000	11.000
Snapchat	128.000	106.000	66.500
Pinterest	100.000	57.500	16.500
Tumblr	36.000	15.000	5.500
Flickr	17.500	5.500	< 1.000
Tinder	15.000	8.000	3.000
Forsquare	9.000	2.500	1.000
Swarm	4.500	1.500	< 1.000

Opomba: Osnova za izračun števila uporabnikov družbenih omrežij iz podatkov raziskave MEDIA+ je podatek o uporabnikih interneta v Sloveniji za leto 2015, kot ga navaja SURS.

Vir: Raziskava MEDIA+, Valicon. Maj/junij 2016, n=9.798

[http://www.valicon.net/files/Sporocilo%20za%20javnost%202016-06-23%20\(1\).pdf](http://www.valicon.net/files/Sporocilo%20za%20javnost%202016-06-23%20(1).pdf)

Zanimivosti

- Mladina se seli na Instagram, a FB ostaja najbolj priljubljeno družbeno omrežje.
- Na FB množično prihaja generacija starejših od 55 let, ki preko tega kanala spremljajo življenje svojih otrok in vnukov.
- Napoved: v letu 2019 bo generacija nad 55 let druga najštevilčnejša skupina FB uporabnikov.
- Število uporabnikov med 25. in 44. letom ostaja nespremenjeno.

Facebook – zakaj pa ne?

(Cenovno) dostopen kanal, ki vam omogoča:

- grajenje in prepoznavnost BZ;
- informiranje in ozaveščanje (potencialnih) kupcev;
- spreminjanje „mind seta“;
- „poceni“ prostor za predstavitev vašega podjetja, storitev, novosti;
- prodajni kanal;
- medij za grajenje baze;
- orodje za ohranjanje in gradnjo zvestobe kupcev;
- prostor za komunikacijo in interakcijo s strankami;
- (začasni) nadomestek za spletno stran;
- hitro odprtje brez ali z nizkimi stroški;
- mesto, kjer posamezniki doživijo pozitivno izkušnjo z vašim podjetjem;
- B2C in B2B.

Nepravilno ali površno vodena FB-stran:

- vzbuja nezaupanje;
- izkazuje neresnost;
- slabša oz. podira ugled podjetja;
- porablja dragocen čas;
- ne prinese učinka in
- prinese negativno izkušnjo.

Napačne predstave o Facebooku

- FB-stran odpreš in že delaš.
- Veliko število objav mi bo prineslo veliko število všečkov.
- Upravljanje FB-strani je „easy“ – to lahko delam „sproti“.
- Imam sina, ki mi lahko vodi FB-stran. On to zagotovo zna.
- Veliko število sledilcev pomeni uspeh in prodajo.
- Vsebina ni problem. Deliš dobro vsebino drugih FB-strani in to je to.
- Odprtje in upravljanje FB-strani je popolnoma zastonj.
- Hm, kritika na objavo? Eh, izbrišimo jo in zadeva je rešena.
- Prav vsaka dejavnost ima lahko svojo FB-stran.
- FB-osebni profil je enako kot FB-stran.

Facebook strani članic UTŽO

- <https://www.facebook.com/MOST-Univerza-za-tretje-%C5%BEivljenjsko-obdobje-Ajdov%C5%A1%C4%8Dina-922486534535041/>
- <https://www.facebook.com/utzo.celje>
- <https://www.facebook.com/Univerza-za-tretje-%C5%BEivljenjsko-obdobje-Celje-237041603024995/>
- <https://www.facebook.com/lipadomzale/>
- <https://www.facebook.com/univerza.morje> (UTŽO Izola)
- <https://www.facebook.com/lukrsko> (LU Krško)
- <https://www.facebook.com/univerzazatretjezivljenskoobdobjekras/> (UTŽO Kras)
- <https://www.facebook.com/utzo.lenart> (UTŽO Lenart)
- <https://www.facebook.com/univerza3/> (UTŽO Ljubljana)
- <https://www.facebook.com/jesenvU3/> (UTŽO Murska Sobota)
- <https://www.facebook.com/people/Dru%C5%A1tvo-Unitri-Nova-Gorica/100012317375407> (UTŽO Nova Gorica)