



ELEKTRONSKO POSLOVANJE

školska 2024/2025 godina

Vežba 10: Integracija društvenih mreža i prodaja putem istih

Društvene mreže su postale neizostavan deo digitalnog marketinga, ali i direktnog kanala prodaje. Platforme kao što su **Facebook** i **Instagram** više nisu samo prostori za oglašavanje, već omogućuju **direktnu prodaju**, sa prikazom proizvoda unutar postova, priča i oglasa.

Integracija WooCommerce prodavnice sa ovim mrežama omogućuje prikaz proizvoda tamo gde korisnici najviše provode vreme, čime se povećava verovatnoća kupovine. Takođe, povezuje marketinške kampanje sa konkretnim rezultatima, što olakšava merenje efikasnosti promocije.

Šta se podrazumeva pod integracijom sa društvenim mrežama?

Integracija podrazumeva sledeće komponente:

a) Povezivanje prodavnice sa Facebook i Instagram nalozima

- Kreira se povezanost između WooCommerce prodavnice i Meta Business naloga (Facebook + Instagram).
- Meta Business koristi **Commerce Manager**, centralizovani sistem za upravljanje katalozima, pikselima i oglasima.

b) Sinhronizacija proizvoda

- Svi proizvodi iz WooCommerce prodavnice se automatski prenose u **Meta katalog proizvoda**.
- Katalog omogućuje prikaz proizvoda na Facebook Shop-u i Instagram Shop-u.
- Redovna automatska sinhronizacija osigurava da su informacije o proizvodima uvek ažurirane.

c) Implementacija Facebook Pixel-a

- Pixel je alat za praćenje aktivnosti korisnika na sajtu.
- Omogućuje analizu ponašanja korisnika, kao i precizno targetiranje oglasa.
- Pruža uvid u korisničke putanje od prikaza oglasa do kupovine, što pomaže u optimizaciji marketinga.

d) Aktivacija funkcije "Kupovina" (Shop)

- Proizvodi se prikazuju direktno na Facebook stranici i Instagram nalogu.
- Korisnici mogu pregledati, kliknuti i završiti kupovinu.
- Omogućuje kreiranje kolekcija i personalizovanih ponuda unutar samih društvenih mreža.

Ključni alati za integraciju

Meta Business Suite

Meta Business Suite je **centralizovana platforma** koja omogućuje preduzećima da upravljaju svojim prisustvom na **Facebook** i **Instagram** nalogima sa jednog mesta. Namijenjena je timovima, agencijama i malim firmama koje žele da efikasno upravljaju komunikacijom, sadržajem i oglasima.

Ključne funkcije:

- **Upravljanje stranicama:** Dodavanje i uređivanje više Facebook stranica i povezanih Instagram profila, sa mogućnošću dodele različitih prava pristupa članovima tima.
- **Objavljivanje sadržaja:** Kreiranje, zakazivanje i objavljivanje postova, priča i reels-a na obe platforme istovremeno. Takođe nudi pregled kalendara objava i uvid u performanse svake objave.
- **Upravljanje porukama:** Centralizovani prikaz svih poruka i komentara sa Facebook-a, Instagram-a i Messengera, što olakšava brzu i efikasnu komunikaciju.
- **Upravljanje oglasima:** Kreiranje, optimizacija i praćenje oglasa sa mogućnošću preciznog izbora ciljeva (npr. saobraćaj ka sajtu, konverzije, engagement) i targetiranja publike.
- **Prikaz analitike:** Detaljan pregled ključnih metrika kao što su pregledi, klikovi, komentari i rast broja pratilaca za bolje donošenje odluka.

Commerce Manager

Commerce Manager je deo Meta Business platforme koji se koristi za vođenje online prodavnice direktno unutar Facebook-a i Instagram-a. Pruža detaljno upravljanje proizvodima i katalogima.

Ključne funkcije:

- **Upravljanje katalogima proizvoda:** Sinhronizacija proizvoda iz WooCommerce prodavnice sa Facebook/Instagram katalogima, uz automatsko ažuriranje cena, opisa i zaliha.
- **Upravljanje prodajom i narudžbinama:** Ako je omogućeno plaćanje unutar Facebook/Instagram platforme. moguće je pratiti sve narudžbine i njihove status.
- **Pregled prodajnih performansi:** Omogućuje analizu učinka proizvoda, uključujući broj prikaza, klikova i konverzija za svaki proizvod. Takođe omogućuje podešavanje kolekcija i grupisanje proizvoda po kategorijama.

Napomena: U Srbiji se checkout obično vodi na eksterni sajt (WooCommerce), ali katalog i prikaz proizvoda ostaju ključni za oglašavanje i promociju.

Facebook Pixel

Facebook Pixel je deo koda koji se postavlja na vaš sajt za praćenje ponašanja posetilaca. To je jedan od najvažnijih alata za **optimizaciju konverzija**, **retargeting** i **analizu publike**.

Ključne funkcije su:

- **Praćenje događaja:** Prati akcije koje korisnici preduzimaju na sajtu – na primer:
 - ViewContent: korisnik je pogledao proizvod
 - AddToCart: korisnik je dodao proizvod u korpu
 - Purchase: korisnik je završio kupovinu
 - InitiateCheckout: korisnik je započeo proces plaćanja
- **Kreiranje publike (retargeting):** Na osnovu poseta i ponašanja korisnika, mogu se kreirati **Custom Audiences** – npr. svi koji su gledali proizvod, ali nisu kupili. Njima se zatim može prikazati ciljano oglašavanje.
- **Analiza konverzija:** Pomaže u identifikaciji koji oglasi i proizvodi donose najviše prodaja i omogućuje optimizaciju kampanja za bolje rezultate.
- **Integracija sa WooCommerce:** Uz pomoć plugin-a **Facebook for WooCommerce**, Pixel se automatski postavlja i povezuje sa događajima iz prodavnice.

Katalog proizvoda

Katalog proizvoda predstavlja organizovanu bazu podataka o svim proizvodima iz vaše WooCommerce prodavnice, koja se sinhronizuje i koristi unutar Meta platformi kao što su Facebook i Instagram. Ovaj katalog sadrži sve bitne informacije potrebne za prikaz i promociju proizvoda na društvenim mrežama.

Podaci koje katalog sadrži:

- **Naziv proizvoda:** Jasno i precizno ime koje pomaže korisnicima da identifikuju proizvod.
- **Opis proizvoda:** Detaljan tekst koji objašnjava karakteristike, prednosti i namenu proizvoda.
- **Cena:** Aktuelna prodajna cena proizvoda, koja se automatski ažurira u katalogu prilikom promene u WooCommerce-u.
- **Fotografije:** Vizuelni prikazi proizvoda koji povećavaju zainteresovanost kupaca.
- **Link ka proizvodu:** Direktan URL ka stranici proizvoda na vašem sajtu, gde korisnik može detaljnije pregledati proizvod ili izvršiti kupovinu.
- **Informacije o zalihama:** Podaci o dostupnosti proizvoda, uključujući broj raspoloživih jedinica ili status "na stanju"/"nije na stanju".

Funkcije i primena kataloga:

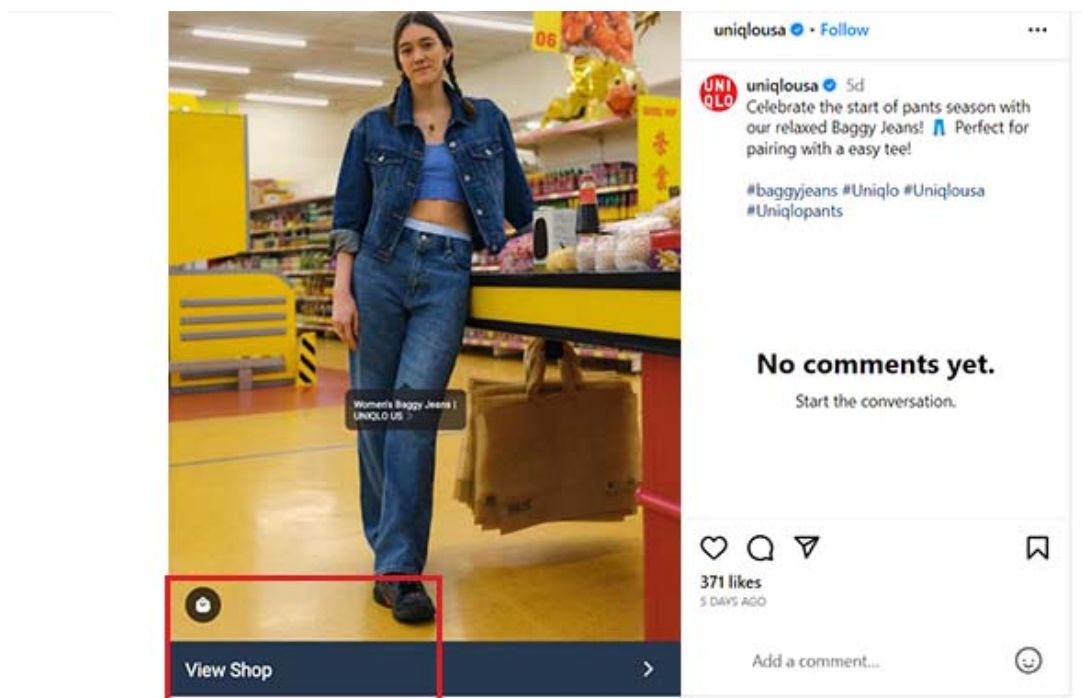
- **Prikaz proizvoda u Shop sekciji:** Katalog omogućuje da se proizvodi direktno prikazuju u posebnim prodajnim sekcijama na Facebook-u i Instagram-u, kao što su Facebook Shop i Instagram Shop. Korisnici mogu pregledati proizvode bez napuštanja društvene mreže, što povećava angažman i šanse za kupovinu.
- **Korišćenje u oglasima:** Katalog je osnova za dinamičke oglase (Dynamic Ads) koji automatski prikazuju relevantne proizvode korisnicima na osnovu njihovog ponašanja i interesa. Na primer, korisnicima koji su pregledali određeni proizvod može se prikazati baš taj proizvod ili slični proizvodi, čime se povećava efikasnost oglašavanja.
- **Automatska sinhronizacija:** Promene u WooCommerce prodavnici (npr. nova cena, dodavanje novog proizvoda, ažuriranje zaliha) se automatski reflektuju u katalogu na Meta platformama, što osigurava da su prikazi proizvoda uvek ažurni.
- **Kreiranje kolekcija:** Proizvodi u katalogu mogu se grupisati u kolekcije (npr. po kategorijama, sezonskim ponudama ili temama), što olakšava organizaciju i ciljanje oglasa ili promocija.

Instagram i Facebook Shop

Instagram Shop

Instagram Shop predstavlja poseban prostor unutar Instagram aplikacije gde brendovi mogu direktno prikazati i prodavati svoje proizvode korisnicima. Integracija sa WooCommerce prodavnicom omogućuje da se proizvodi prikazuju na interaktivan način.

- **Prikaz proizvoda u objavama i pričama:** Koristeći tzv. *product tags* (oznake proizvoda), prodavci mogu označiti proizvode direktno u postovima i Instagram pričama (Stories). Kada korisnik klikne na oznaku, otvara se detaljan prikaz proizvoda sa cenom i opisom, što podstiče interesovanje i olakšava kupovinu.
- **Shop sekcija na profilu:** Instagram profil prodavca dobija poseban tab „Shop“, gde su svi proizvodi iz kataloga prikazani na jednom mestu. Korisnici lako mogu pretraživati, pregledati i saznati više o proizvodima bez potrebe za dodatnim prelaskom na druge aplikacije.
- **Kupovina unutar aplikacije:** U nekim zemljama, uključujući SAD, korisnici mogu završiti kupovinu direktno u Instagram aplikaciji, bez potrebe za odlaskom na eksterni sajt.



Korisni vodič:

<https://www.marketingsrbija.rs/kako-povezati-instagram-shop-sa-woocommerce-sajtom/>

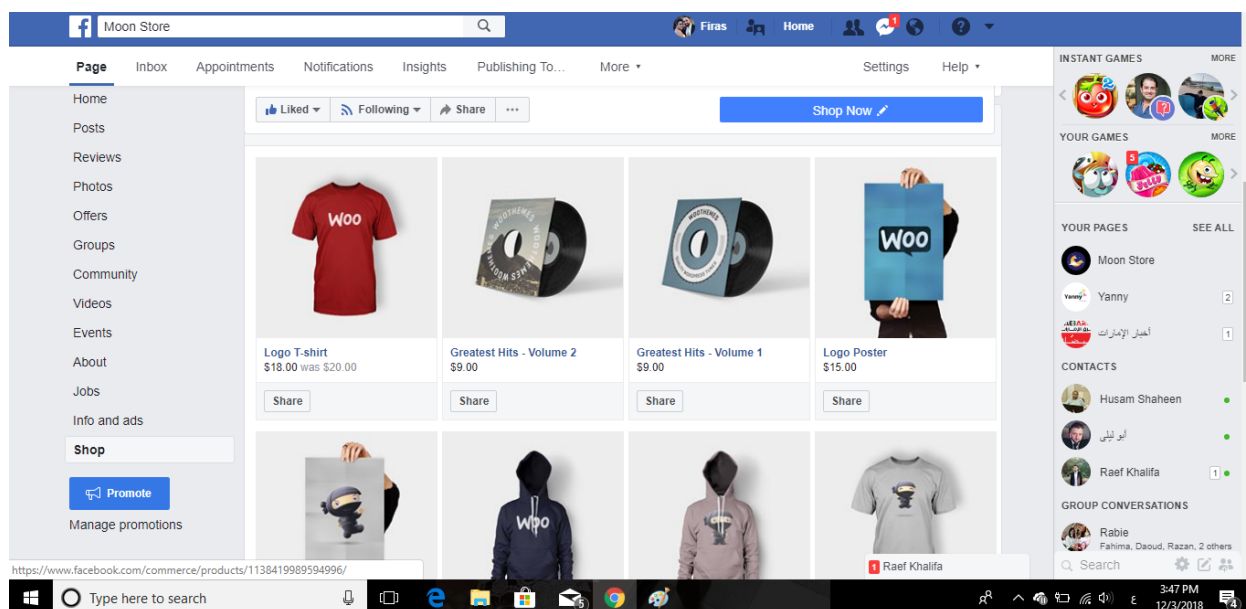
Facebook Shop

Facebook Shop funkcioniše kao digitalna prodavnica unutar Facebook stranice firme, koja kupcima omogućuje pregled i kupovinu proizvoda.

- **Vidljivost na Facebook stranicama:** Shop je integrisan kao nova sekcija na Facebook poslovnoj stranici, gde su proizvodi pregledno izloženi sa slikama, opisima i cenama.
- **Pretraga i filtriranje:** Kupci mogu lako pretraživati proizvode, koristiti filtere po kategorijama, ceni ili popularnosti, čime se olakšava pronalaženje željenih artikala.
- **Dugmeta za kupovinu:** Iako Facebook Shop prikazuje proizvode, većina kupovina u regionu EU i Srbije se završava na eksternim sajtovima (kao što je WooCommerce prodavnica). Dugmeta poput „Kupi sada“ vode korisnika direktno na vašu web prodavnicu radi finalizacije narudžbine.

Napomena:

U zemljama poput Srbije i većine EU, opcija kupovine direktno unutar Facebook i Instagram aplikacija (tzv. *checkout*) još nije široko dostupna zbog regulatornih i tehničkih razloga. Zato se najčešće koristi model u kome društvene mreže služe kao izložbeni prostor i kanal za privlačenje kupaca, dok se konačna kupovina obavlja na eksternom sajtu. Kao što je već napomenuto, u SAD i nekim drugim tržištima postoji mogućnost kompletne kupovine unutar aplikacije, što dodatno skraćuje put do konverzije i može povećati prodaju.



Korisni vodič:

https://www.youtube.com/watch?v=z5wD7_TlowQ

Analiza ponašanja korisnika

Korišćenjem Facebook Pixela i Meta Business Suite analitike, prodavci dobijaju dubinski uvid u ponašanje posetilaca svoje WooCommerce prodavnice. Ovi alati prate interakcije korisnika sa sajtom i pomažu da se bolje razume kako posetioci koriste prodavnicu, koje korake prave pre kupovine, kao i gde se gube potencijalni kupci.

Analitika u praksi uključuje:

- Koje stranice i proizvodi privlače najviše posetilaca i pažnje, što pomaže da se identifikuju najpopularniji artikli.
- Koliko korisnika dodaje proizvode u korpu, ali ne završava kupovinu (tzv. napuštena korpa), što je ključ za pravljenje ciljane strategije za povratak kupaca.
- Koje demografske grupe i interesi korisnika donose najbolje rezultate u vidu konverzija i angažmana.
- Praćenje toka posete sajtu i identifikacija potencijalnih prepreka u procesu kupovine.

Publika za oglašavanje:

- *Custom Audiences* omogućuje kreiranje publike na osnovu korisnika koji su već posećivali vaš sajt, što je idealno za retargeting i podsećanje na proizvode.
- *Lookalike Audiences* su publike koje dele slične karakteristike sa vašim postojećim kupcima, što pomaže u pronalaženju novih, potencijalno zainteresovanih kupaca.

Benefiti integracije za online prodavnicu

1. Povećana prodaja

Direktno ciljanje korisnika koji su pokazali interesovanje za proizvode značajno povećava šanse za kupovinu.

2. Povećan engagement

Kupci mogu lajkovati, komentarisati i deliti proizvode.

3. Veća vidljivost

Proizvodi se pojavljuju u pretragama, oglasima i preporukama.

4. Efikasnije oglašavanje

Precizno targetiranje publike pomoću podataka sa sajta.

Sigurnosne i pravne smernice

Prilikom implementacije Pixela i prikupljanja podataka o korisnicima, važno je da prodavac osigura usklađenost sa zakonskim propisima:

- Politika privatnosti mora biti ažurirana i jasno informisati posetioce o korišćenju kolačića i praćenju putem Pixela.
- U skladu sa GDPR regulativom, korisnici moraju biti obavešteni o prikupljanju podataka i imati mogućnost da daju ili odbiju saglasnost.
- Redovno proveravati podešavanja privatnosti i ažurirati ih prema najnovijim standardima i zahtevima.