

# DIGI.JOB.ID

## Unit 3 – Spletni ugled & osebno znamčenje

### Primeri dobre prakse

**DIGI.JOB.ID.**  
Digital Job Identities

## Uredniške informacije:

Ta kolekcija materialov za usposabljanje je bila razvita v okviru ERASMUS+ projektnega partnerstva [digi.job.id](https://digi.job.id), [digijobid.eu](https://digijobid.eu), koordiniranega s strani BFI OÖ.

Enaip Veneto I.S. je bila odgovorna organizacija za razvoj te učne enote.

Kontakt:

Enaip Veneto I.S.

Via Ansuino da Forlì, 64/A, Padova - Italy

Tel. +39 049 865892, [international@enaip.veneto.it](mailto:international@enaip.veneto.it)



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.



# Najboljše prakse spletnega trženja

## GOOGLE PLATFORMA: Zgodba o Alecu Brownsteinu

Alec je bil le 28 letni tekstopisec v veliki mednarodni oglaševalski agenciji, ki je želel delati v "resnično ustvarjalnem podjetju za resnično ustvarjalne [kreativne direktorje]."

Medtem, ko je googlal svoje najljubše kreativne direktorje, je Brownstein opazil, da ni bilo nobenih sponzoriranih povezav povezanih z njihovimi imeni. Ker je Brownstein pogosto googlal tudi sam sebe, je domneval, da to počno tudi kreativni direktorji sami, zato se je odločil za nakup njihovih imen na Google AdWords.

Brownstein pojasnjuje: "Vsi se googlajo. Tudi če tega ne priznajo. Hotel sem izkoristiti tisti skriti, egoistični trenutek, ko so [kreativni direktorji, ki sem jih občudoval] najbolj ranljivi."

Ker je bil Brownstein edina oseba, ki je želel zakupiti imena petih kreativnih direktorjev, ki jih je najbolj občudoval, mu je uspelo, da je dobil najboljše pozicije iskanja za pičlih 15 centov na klik. Vsakič, ko je nekdo pogooglal eno od imen kreativnih direktorjev, se je na vrhu strani pojavilo naslednje sporočilo: "Pozdravljen, [ime kreativnega direktorja]: Googlanje samega sebe je zelo zabavno, zaposlitev mene pa je prav tako zabavna," s povezavo na Brownsteinovo spletno stran [www.alecbrownstein.com](http://www.alecbrownstein.com).

V naslednjih nekaj mesecih, je Brownstein prejel klice od vseh kreativnih direktorjev, katerih imen je kupil, razen enega. Na koncu leta je od dveh prejel ponudbo za delo: Scott Virtrone in Ian Reichenthal iz Y & R New York.

Celotna kampanja ga je stala 6 ameriških dolarjev.

Vendar pa se nagrade Brownsteinovo ustvarjalnost še niso končale. Prejel je nagradi v kategoriji za samo-promocijo na dveh velikih oglaševalskih oddajah, The One Show in The clios.

Povezava: [https://dl.dropboxusercontent.com/u/1426712/GOOGLE\\_JOB\\_EXPERIMENT.mov](https://dl.dropboxusercontent.com/u/1426712/GOOGLE_JOB_EXPERIMENT.mov)

## **BLOG: Modna zgodba Chiare Ferragni**

Chiara Ferragni se je rodila v Cremoni (Italija) leta 1987. Strast za modo in fotografijo je podedovala po mami, in že kot najstnica je postala priljubljena na prvih spletnih skupnostih, kjer je delila svoje fotografije s prijatelji. Leta 2009, ko še blogi niso bili takšen pojav, kot so danes, je z namenom izražanja same sebe začela pisati blog [TheBlondeSalad.com](http://www.theblondesalad.com).

Njen blog je razvila v podjetje tako, da je vedno ostala zvesta sebi. Če je Chiara slika všeč, bo jo objavila, čeprav vsi ostali menijo, da je grozna. To je tisto, kar jo naredi tako edinstveno in ljubljeno s strani svojih oboževalcev. Preden je odprla svojo spletno stran, je dajala njene izglede na Flickr in Lookbook.nu in dobila veliko pozitivnih povratnih informacij. Takrat, v letu 2009, se je odločila, da bo odprla svojo spletno stran in jo razvila v podjetje. Spletno stran je ustanovila za 10 \$. Večina blogerjev ne prične s svojimi blogi z namenom, da iz njih naredijo posel, vendar pa je Chiara to storila. Že od vsega začetka je poskušala biti profesionalna – še en razlog, zakaj je bila tako uspešna v samo petih letih.

The Blonde Salad je danes veliko več kot le blog, je pravi vir navdiha in stila za milijone ljudi v Italiji in drugod po svetu. Chiara Ferragni danes sodeluje z glavnimi modnimi hišami, pojavlja se v najbolj branih revijah, je kreativna direktorica lastne blagovne znamke čevljev, ki so v celoti izdelani v Italiji, in modna podjetja so jo imenovala kot eno od najbolj vplivnih osebnosti v mednarodnem modnem svetu.

Z več kot 3 milijoni sledilcev na Instagramu, oboževalci po vsem svetu, 14 zaposlenimi in pričakovanimi prihodki nad 9 milijonov \$ v letu 2015, je dokaz, da je bloganje resnično lahko poklic s polnim delovnim časom.

Povezava: <http://www.theblondesalad.com/>

## KREATIVEN ŽIVLJENJEPIS: Kreativna zgodba

### Robbyja Leonardija

Robby Leonardi je multidisciplinaren oblikovalec. Dela ilustracije, grafično oblikovanje, animacije in programiranje. Je tudi navdušenec nad tehniko in oboževalec NBA lige. Po tem, ko je videl eno spletno stran s kreativnim življenjepisom, jo je želel imeti tudi sam. Odločil se je, da bo to naredil, in začel ustvarjati svojo spletno stran s kreativnim življenjepisom. Hotel je edinstven življenjepis, ki bi izstopal iz množice. Želel je tudi zabaven življenjepis, saj je rad zabaval uporabnike.

Po tem, ko je nekaj časa razmišljal, je prišel do ideje, da bi njegov življenjepis izgledal kot video igra. Nikoli še ni videl, da bi nekdo uporabil to kombinacijo, zato bi bilo to zelo edinstveno. S kombinacijo vizualnih elementov video igre in življenjepisa je poenostavil informacije. Najprej je povezal sovražnike iz video igre z grafi v življenjepis. Sovražnike iz igre je namestil drug ob drugega, tako da so izgledali kot palični grafikoni v življenjepis. Sovražnike je tudi tako oblikoval, da jim je v telesa vstavil krožne diagrame. Prihranil je veliko prostora in zmanjšal vizualno število elementov, tako da je izgled bil preprost. Prav tako je povezali ravni igre z odseki v življenjepis. 10. oktobra 2013 je objavil svojo spletno stran s kreativnim življenjepisom. Spletno stran je delil na Facebooku in preko Twitterja. Nato je svojo spletne strani prijavil na več dizajnerskih natečajev. Še kakšen teden so bile stvari nespremenjene. "Spomnim se, da sem se zbudil in prestrašil, ko sem videl na stotine novih e-poštnih sporočil v mojem nabiralniku. Da sem bil omenjeni v nekaterih nagradnih spletnih straneh, ima zagotovo veliko opraviti s tem. "

Objave in komentarji drugih ljudi na družbenih omrežjih so prav tako pomagali širiti novice. Verižna reakcija v družbenih medijih že dovolj zrastle in je pomembno vplivala.

"To me je zelo veselilo, dokler se ni moja spletna stran nekega dne sesula. Izkazalo se je, da moj ponudnik gostovanja ni mogel zagotavljati toliko prometa. Bil sem v paniki, ker sem bil sredi dizajnerskega natečaja. Hitro sem se preselil na drugega ponudnika gostovanja in moja spletna stran je bila ponovno vzpostavljena. Novica se je še vedno širila in stvari so po tem postale boljše. Mediji so poročali o moji spletni strani. Pojavljam se v domačih in mednarodnih revijah."

Povezava: <http://www.rleonardi.com/interactive-resume/>

## LINKEDIN: Uspešna zgodba Jess Ratty

LinkedIn zgodba Jess Ratty:

"Iz 16-letne natakaraica do 30-letne lastnice podjetja in vodje blagovne znamke neverjetne spletne strani za skupinsko financiranje - in tega ne bi mogla doseči brez neverjetnih ljudi iz mojega LinkedIn omrežja.

Odraščala sem v Cornwallu, na jugu Anglije. Od zgodnjega otroštva, sem vedela, da pripadam sem. Kljub domu v majhnem obmorskem mestu v Cornwallu, sem imela ambicijo, da dokažem, da lahko pustite velik vpliv, ne glede na vašo lokacijo.

To je bila težka pot, vendar sem hvaležna ljudem okoli mene, ki so mi to omogočili. Prvi je bil moj oče. V šoli mi ni bila lahko: Nisem bila najbolj kul otrok. Želela sem čim prej končati s šolo in začeti z delom. Spomnim se, da je moj oče rekel: "Delaj tisto, kar imaš rada. Ne rabiš narediti tega, če nočeš." Zapustiti formalno šolanje pri 16 je bilo grozno, vendar pa sem imela podporo svojega očeta pri sledenju svojim sanjam, kar mi je zelo dosti pomenilo. Počutila sem se, kot da lahko dosežem nemogoče.

Ko sem pustila šolo, sem se prijavila za delo natakaraice v Eden Project. Dobila sem službo in se prvič v življenju takoj počutila kot doma. Všeč mi je bilo. V naslednjih nekaj letih sem napredovala v oddelek za odnose z javnostjo in komunikacijo. To je bilo moje prvo pisarniško delo, ki je prišlo z mojo prvo pisarniško mizo. Bila sem tako ponosna, da sem jo vsak večer polirala!

Najboljša stvar v Ednu je bila, da je bilo tam ogromno navdihujočih ljudi, in začela sem se zavedati, da morda bi lahko velike stvari dosegla tudi sama.

Moja ambicija narediti nekaj več, nekaj imeti v lasti, je rasla. Ko sem zanosila, sem imela zdaj ali-nikoli trenutek. S partnerjem Benom sva se odločila za nakup dveh avtodomov, jih obnovila, in jih dala v najem - in tako se je rodil Cornwall Camper Company. Avtodoma sta sicer hitro razpadla, saj sta bila v zelo slabem stanju. Banka nama ni želela pomagati in namesto tega je predlagala, da gremo v stečaj. To ni bil dober začetek!

K sreči sem poznala veliko ljudi, ki so želeli pomagati. Začela sem uporabljati LinkedIn za povezovanje z vsemi čudovitimi ljudmi, ki sem jih spoznala pri delu v Ednu. Zdelo se je, kot pravi trenutek za navezovanje stikov. Ko gledam na širino mojih povezav, imajo za sabo leta in leta izkušenj. Dali so mi znanje, ki sem ga potrebovala za vzpostavitev in uspešno ter trajno vodenje podjetja - od računovodstva do zamenjave delov motorja. Končno smo usposobili naša prva dva avtodoma. Potem je poslovanje samo rastle in sedaj imamo štiri avtodome v obtoku, štiri za prenovu in še več na poti. Ljudje v mojem LinkedIn omrežju so mi pomagali priti do sem, kjer sem danes in zdaj želim s svojo izkušnjo pomagati drugim doseči svoje sanje. Ponudili so mi delovno mesto vodje blagovne znamke na Crowdfunderju, vodilni platformi za skupinsko financiranje v Veliki Britaniji, ki pomaga ljudem s financiranjem njihovih idej."

Na Crowdfunderju smo od pričetka v letu 2012 zbrali več milijonov za podjetja, dobrodelne organizacije, socialna podjetja in skupnosti. Odlično je delati za podjetje, ki mi daje možnost, da pomagam drugim dobiti sredstva za lastna podjetja, saj sem imela sama velike težave pri financiranju, ko sem ustanovila Cornwall Camper Company.

Moj nasvet? Idite v svet, spoznavajte ljudi in gradite odnose. Naredite trajne vtise in vzpostavite povezave, ki bodo vodile do priložnosti v prihodnosti. Tukaj lahko pomaga LinkedIn."

Povezava: <https://blog.linkedin.com/2014/09/19/small-town-big-impact-how-people-helped-get-me-here>

# Poznate spletni bonton?

## Poglobljeno: kaj je spletni bonton?

Spletni bonton so pravila vedenja, ki se uporabljajo pri komuniciranju preko računalniških omrežij, predvsem na internetu. Ker se internet hitro spreminja, se njegov spletni bonton prav tako, vendar še vedno ponavadi temelji na zlatem pravilu. Potreba po spletnem bontonu se pojavi predvsem pri pošiljanju ali distribuciji e-pošte, objavljanje v Usenet skupinah ali klepetanju.

[Vse informacije, ki jih potrebujete, da postanete idealni uporabnik interneta, najdete na tej povezavi](#)

## Drugi zanimivi viri informacij

Več informacij o temah v tej enoti lahko najdete na naslednjih spletnih straneh:

<https://www.privacyrights.org/node/1400>

<http://www.bestcolleges.com/resources/manage-your-online-reputation/>

<http://www.onlinereputation.com/the-dos-and-donts-of-reputation-management/>

<http://www.reputation.com/images/en/pp/reputationdefender/ReputationDefender-dos-donts.pdf>

<http://doughayassoc.com/managing-online-reputation-dos-donts/>

<https://www.reputationdefender.com/reputation/what-online-reputation>

## ... IN PROSIM BODITE POZORNI

Oglejte si ta video:

<https://www.youtube.com/watch?v=F7pYHN9iC9I>





Izvedba tega projekta je financirana s strani Evropske komisije. Vsebina publikacije (komunikacije) je izključno odgovornost avtorja in v nobenem primeru ne predstavlja stališč Evropske komisije.