

Koncept i materijali za digitalno oglašavanje uljare Oliveri kroz video i fotografski sadržaj na društvenim mrežama

Petrovski, Antonio

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Academy of Applied Arts / Sveučilište u Rijeci, Akademija primijenjenih umjetnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:279:141004>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-10**



University of Rijeka
Academy of
Applied Arts

Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Academy of Applied Arts - Repository APURI](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
AKADEMIJA PRIMIJENJENIH UMJETNOSTI

Prijediplomski sveučilišni studij
Grafički dizajn i vizualne komunikacije

ZAVRŠNI RAD

Koncept i materijali za digitalno oglašavanje uljare
Oliveri kroz video i fotografski sadržaj na
društvenim mrežama

Mentor:

Izv. prof. art. Marko Koržinek

Studentica:

Antonio Petrovski, 0336034403

Rijeka, lipanj 2024.

Sadržaj

1. Uvod	3
2. Društvene mreže.....	4
2.1. Digitalni marketing.....	4
3. Izrada završnog rada.....	5
4. Zaključak.....	10
5. Literatura.....	11
6. Popis slika	12

1. Uvod

U današnjem digitalnom dobu, društvene mreže postale su ključni alat za promociju proizvoda i usluga. S obzirom na njihovu sveprisutnost i utjecaj, uspjeh mnogih poslovnih subjekata uveliko zavisi od njihove sposobnosti da učinkovito komuniciraju i angažiraju ciljanu publiku putem ovih platformi. U tom kontekstu, digitalno oglašavanje predstavlja jednu od najvažnijih komponenti marketinških strategija modernih poduzeća.

Ova tema istražuje koncept i materijale za digitalno oglašavanje uljare Oliveri, fokusirajući se na upotrebu video i fotografskog sadržaja na društvenim mrežama. Uljara Oliveri, kao proizvođač visokokvalitetnog maslinovog ulja, suočava se s izazovima isticanja na zasićenom tržištu.

Digitalno oglašavanje kroz video i fotografski sadržaj omogućava uljari Oliveri da na kreativan način predstavi svoje proizvode, procese proizvodnje i jedinstvene vrijednosti koje nudi. Video sadržaj, zbog svoje dinamičnosti i sposobnosti da ispriča priču, postaje sve popularniji oblik oglašavanja. S druge strane, fotografski sadržaj pruža mogućnost detaljnog prikazivanja proizvoda, njihove teksture, boje i kvaliteta, što je od ključne važnosti za proizvode poput maslinovog ulja.

Završni rad izrađen je u formi fotografija, video sadržaja, redizajna društvenih mreža u potpunosti snimljenih od strane autora.

2. Društvene mreže

Društvene mreže su web stranice i aplikacije koje korisnicima i organizacijama omogućuju povezivanje, komunikaciju, dijeljenje informacija i stvaranje odnosa. Ljudi se mogu povezati s drugima u istom području, obiteljima, prijateljima i onima s istim interesima. Društvene mreže jedna su od najvažnijih upotreba interneta danas. Kroz prilagođeni sadržaj i mogućnosti za ciljano oglašavanje, društvene mreže su postale ključni alat za promociju i brendiranje proizvoda i usluga. U kontekstu uljare Oliveri, korištenje društvenih mreža za digitalno oglašavanje putem video i fotografskog sadržaja može značajno povećati prepoznatljivost brenda, angažman korisnika i lojalnost kupaca, pružajući vizualno privlačne i sadržajno bogate materijale koji efikasno komuniciraju jedinstvene vrijednosti i kvalitete proizvoda.¹

2.1. Digitalni marketing

Digitalni marketing jedan je od najpopularnijih i najmoćnijih načina za stvaranje svijesti, interesa i prodaje za vaše proizvode ili usluge. Kao što naziv implicira, digitalni marketing se provodi putem digitalnih puteva, uključujući društvene medije, web stranice, tražilice, e-poštu i tekstualne poruke. Digitalni marketing u kontekstu ovog završnog rada odnosi se na korištenje digitalnih kanala i tehnologija za promociju uljare Oliveri i njenih proizvoda na internetu. To uključuje strategije i taktike za kreiranje, dijeljenje i optimizaciju sadržaja na društvenim mrežama, kao što su Facebook, Instagram i Twitter, s ciljem povećanja prepoznatljivosti brenda, angažmana korisnika i prodaje. U ovom specifičnom slučaju, fokus je na upotrebi video i fotografskog sadržaja kao ključnih alata za vizualno privlačnu i efektivnu komunikaciju vrijednosti i kvaliteta proizvoda koje uljara Oliveri nudi.²

¹ TechTarget, <https://www.techtarget.com/whatis/definition/social-networking>, (pristupljeno: 20. lipnja 2024.)

² Forbes, <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-digital-marketing/>, (pristupljeno: 20. lipnja 2024.)

3. Izrada završnog rada

Sama izrada završnog rada krenula je kreiranjem mape inspiracije koja je sadržavala fotografski sadržaj kao referent dobrog digitalnog marketinga. Također se uz kreiranje mape inspiracije trebalo odlučiti na ciljanu publiku za koju kreiramo digitalni sadržaj, odnosno koji nam je „target“ publike. Ja sam se odlučio da to bude mlađa populacija ljudi u rasponu od osamnaeste do tridesetpete godine. Na temelju te činjenice se temeljio cijeli koncept izrade foto i video materijala.

Prvi ciklus fotografija jesu studijske fotografije samog proizvoda uljare Oliveru, u ovom slučaju bočica za maslinovo ulje. Studijske fotografije su namijenjene ponajviše za prvi prikaz proizvoda i eventualna kasnija korištenja i rezanja za razne reklame i kampanje. Taj ciklus čine fotografije na crnoj pozadini uz studijsko umjetno osvjetljenje.

Zatim drugi ciklus fotografija jesu fotografije nastale u jednom sunčanom i vedrom okruženju s temom piknika na travi. U samoj izradi sudjeluju muški i ženski model koji se smijehom i druženjem uz hranu i maslinovo ulje zabavljaju ispod stabla masline.

Treći ciklus fotografija nastao je u samome masliniku gdje sam htio dočarati proces berbe i održavanja samih stabala maslina. U glavnome fokusu je također mladi muški model koji izvršava potrebne poslove kako bi kvalitetan plod stigao u preradu i zatim u bočice maslinovog ulja.

U posljednjem ciklusu fotografija, posebna pažnja je posvećena prikazivanju proizvoda uljare Oliveri u autentičnom i atraktivnom okruženju. Fotografije su snimljene u restoranu uz more, što omogućava savršeno uklapanje proizvoda u ambijent koji odiše mediteranskim duhom. Restoran uz more evocira svježinu, prirodnost i kvalitetu, vrijednosti koje uljara Oliveri želi prenijeti svojim potrošačima. Fotografije su pažljivo kadrirane kako bi maslinovo ulje bilo centralni element, prikazano uz delikatna mediteranska jela i morski pejzaž u pozadini.

Ovaj vizualni pristup fotografijama ne samo da prikazuje proizvod u njegovom prirodnom kontekstu već i inspirira korisnike da zamisle kako bi sami mogli koristiti ulje Oliveri u svojoj svakodnevnici.



1. Studijske fotografije



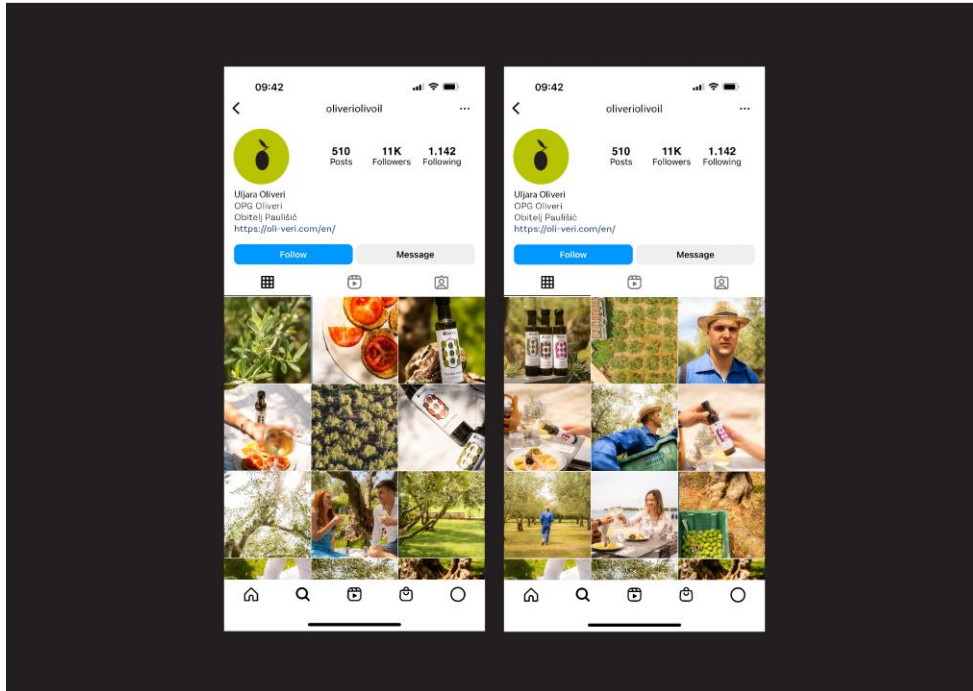
2. Piknik fotografije



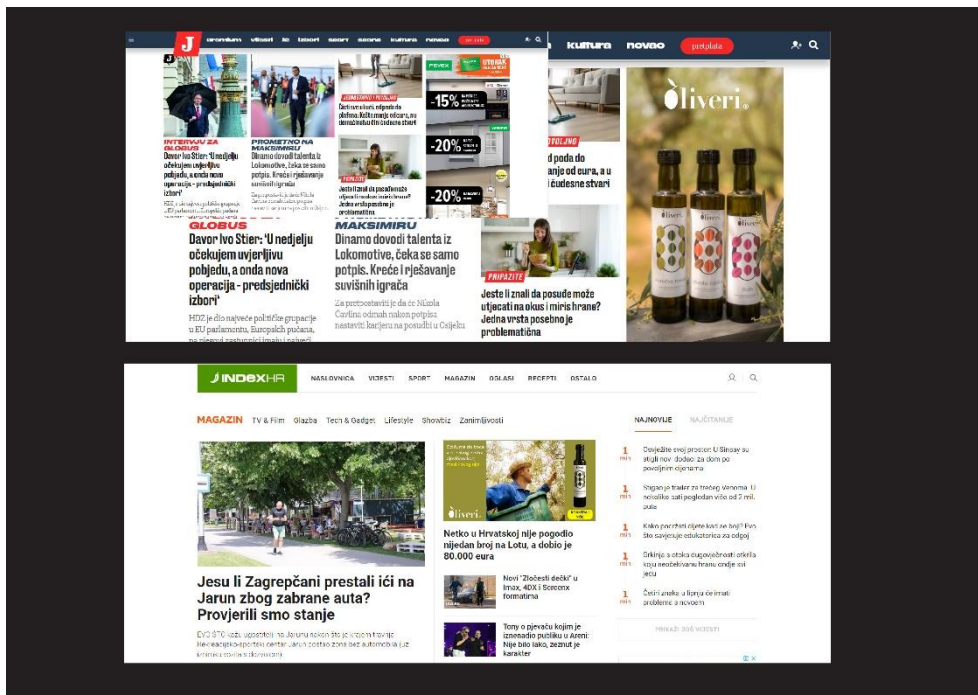
3. Maslinik fotografije



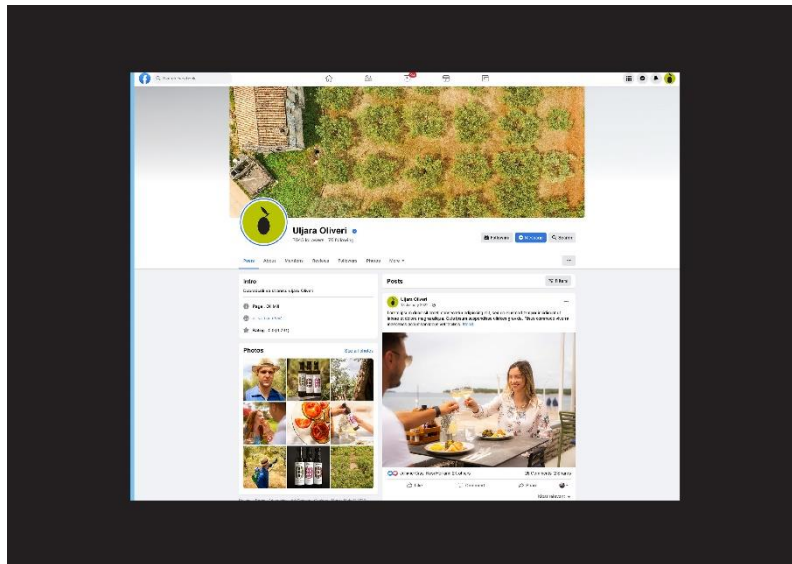
4. Restoran fotografije



5. Fotografije koncepta izgleda Instagram profila



6. Fotografije koncepta izgleda reklama na društvenim portalima



7. Fotografija koncepta izgleda Facebook profila



8. Kadrovi koncepta promo videozapisa za društvene mreže

4. Zaključak

Zaključak ovog završnog rada je da učinkovito korištenje digitalnog marketinga, posebno kroz video i fotografski sadržaj na društvenim mrežama, može značajno doprinijeti uspjehu uljare Oliveri. Fotografije snimljene u autentičnom mediteranskom ambijentu, poput restorana uz more, i kreativni videozapisi koji prikazuju proces proizvodnje i jedinstvene vrijednosti proizvoda, stvaraju emocionalnu povezanost s potrošačima i potiču njihovu angažiranost. Ovaj pristup ne samo da povećava vidljivost brenda već i jača njegovu reputaciju kao proizvođača visokokvalitetnog maslinovog ulja. Preporučene strategije i alati za digitalno oglašavanje omogućuju uljari Oliveri da se istakne na tržištu, privuče nove kupce i održi lojalnost postojećih, što će doprinijeti njenom dugoročnom poslovnom uspjehu.

5. Literatura

1. TechTarget, <https://www.techtarget.com/whatis/definition/social-networking> ,
(pristupljeno: 20. lipnja 2024.)
2. Forbes, <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-digital-marketing/> ,
(pristupljeno: 20. lipnja 2024.)

6. Popis slika

Slika 1. Antonio Petrovski, Studijske fotografije, stranica 6, fotografija, 2024.

Slika 2. Antonio Petrovski, Piknik fotografije, stranica 6, fotografija, 2024.

Slika 3. Antonio Petrovski, Maslinik fotografije, stranica 7, fotografija, 2024.

Slika 4. Antonio Petrovski, Restoran fotografije, stranica 7, fotografija, 2024.

Slika 5. Antonio Petrovski, Prikaz fotografija na Instagram profilu, stranica 8, fotografija, 2024.

Slika 6. Antonio Petrovski, Prikaz fotografija na Internet portalima, stranica 8, fotografija, 2024.

Slika 7. Antonio Petrovski, Prikaz fotografija na Facebook profilu, stranica 9, fotografija, 2024.

Slika 8. Antonio Petrovski, Kadrovi koncepta promo videozapisa, stranica 9, fotografija, 2024.