

Pripovedujte dobre zgodbe.



S pravim partnerjem.

Naša zgodba

Kdo?

1

Ekipa profesionalcev z bogatimi vsebinskimi izkušnjami s področja video produkcije, digitalnega in multimedijskega razvoja, organizacije strokovnih dogodkov in festivalov, gverilskih akcij in promocije. Izkušeni pripovedovalci zgodb - nekdanji časopisni, radijski, televizijski in spletni urednik z managerskimi znanji, nekdanji novinar s poglobljenim znanjem multimedijske produkcije, na mednarodnem marketinškem trgu izbrušeni tekstopisec, vloger in tehnološki navdušenec generacije Z, milenijska digitalna omreženka, kreativno in umetniško izpopolnjeni snemalec in montažer ...

Gigodesign

Dobre zgodbe so obenem tudi naši dobri sosedge, sodelovanje z njimi pa več kot dobro. Ne samo zato, ker se lahko veliko večino stvari zmenimo mimogrede, na kavi ali sprehodu okoli hiše, ampak predvsem, ker so odzivni, hitri in iznajdljivi, prijazni in hkrati strokovni, vedno pripravljeni na akcijo. Vidi se, da vedo, kaj delajo, saj naše sodelovanje presega odnos naročnik-izvajalec. S svojimi predlogi in znanjem konstruktivno nadgrajujejo naše predloge, prispevajo k izvirnosti rešitev in odličnosti projektov za naše naročnike ... ter nam sem in tja z večernimi delovnimi akcijami rešijo kožo. Kot direktorici projektov mi je pomembno, da mi izvajalci in partnerji, s katerimi sodelujemo, dela ne otežijo, ampak olajšajo ... in ekipi Dobrih zgodb gre to odlično od rok.

Mojca Piko Šalehar / direktorica projektov

Kaj?

2

Uredništvo za tretje tisočletje. Brand newsroom, ki v ospredje postavlja zgodbe naročnika, vsebinske rešitve pa oblikuje za vse razpoložljive kanale - družbene medije in ostale digitalne platforme, sejemske predstavitve, strokovne dogodke, tiskovine, klasične medije, interne podjetniške komunikacije ...

43 sekund

traja obisk povprečne spletne strani

5 minut

in več traja obisk spletne strani, ki učinkovito uporablja video in podobne, inovativne rešitve

Brand newsroom ...

- je sodobna, vsebinska in bolj trajnostna marketinška rešitev
- združuje več doslej ločenih ali celo prezrtih pristopov k širitvi zavedanja o blagovni znamki
- ozavešča in obvešča ne le o blagovni znamki, proizvodu ali storitvi, ampak tudi o skupnosti in vrednotah, ki jih blagovna znamka zastopa
- skozi filozofijo blagovne znamke spodbuja pozitivne družbene trende in odgovornejši odnos do okolice in okolja
- potrošnike brez trikov pretvarja v skupnost, zveste potrošnike pa v vplivne posameznike

90%

vseh razpoložljivih digitalnih podatkov na svetu
je človeštvo ustvarilo v zadnjih dveh letih

60.0000x

hitreje od pisanega besedila povprečen
zemljan predela vizualno vsebino

Na Kamniški ulici 49 v Ljubljani, po želji in potrebi pa uredništvo postavimo tudi na vašem strokovnem dogodku ali vam svetujemo, kako ta vse bolj razširjeni globalni marketinški pristop vzpostaviti v svoji organizaciji.

Slovenski državni gozdovi

Dobre zgodbe nikakor niso klasična marketinška agencija ampak »brand newsroom«. Zgodb se lotevajo uredniško poglobljeno, angažirano, inovativno in z veliko mero prilagodljivosti vsakokratni situaciji na terenu. Največji poudarek pri pripravi materialov za objavo na družbenih omrežjih dajejo vsebini in se ne ukvarjajo samo s formo, kot v želji biti všečen pogosto počnejo strokovnjaki za digitalni marketing. Za naročnike, ki želimo na družbenih omrežjih promovirati svojo dejavnost, je ta »poklicna deformacija« bivših novinarjev, ki so se združili pod streho Dobrih zgodb, vsekakor dobrodošla novost na trgu tovrstnih storitev.

Suzana Rankov / korporativno komuniciranje

Kdaj?

4

Prisegamo na kakovost in poglobljene vsebinske rešitve, a smo kljub temu odzivni in hitri. Zaradi preteklih izkušenj smo vajeni dnevne produkcije in kratkih rokov. Za nas je “news deadline” vedno znova izziv, ne breme.

50%

in več prometa na mobilnih napravah predstavlja iskanje video in ostalih vizualno privlačnih vsebin

60%

dobro pripravljenih video zgodb digitalna skupnost deli s svojimi krogi prijateljev ali sledilcev

Kako?

5

Za začetek lahko poskusimo z enim od naših štirih paketov za nastop na družbenih omrežjih, zahtevnejšim naročnikom pa na podlagi prvega svetovalnega sestanka oblikujemo tudi posebej ukrojene vsebinske rešitve (definiranje ključnih ciljnih skupin in komuniciranja z njimi na internih, strokovnih, konferenčnih in povsem unikatnih dogodkih, sejnih, na klasičnih in unikatnih digitalnih platformah, pri medijskih nastopih).

Evropski parlament

Dobre zgodbe so zaupanja vreden partner, ki k rešitvam pristopa celostno in poglobljeno. Pomembno nam je, da kot uredništvo v ospredje postavljajo vsebino, a nikoli na račun forme. Prav zaradi tega so njihovi izdelki hkrati vsebinsko dodelani in vizualno atraktivni. Njihovo delo jasno kaže, da ekipo sestavljajo izkušeni (multi)medijski strokovnjaki. So odzivni in hitri, a kljub temu prisegajo na kakovost, sporočilnost in poglobljenost; ne glede na kanal ali okoliščine sporočanja.

Manja Toplak / vodja Pisarne za stike v Sloveniji

Paket ČRTICA**400 €***

uredniško urejanje največ ene objave dnevno oziroma sedmih objav tedensko na družbenih omrežjih iz posredovanih naročnikovih vsebinskih smernic (osnutka besedila, fotografije ali/in že izdelane vizualne rešitve)

Paket NOVELA**600 €***

samostojno upravljanje največ treh profilov na družbenih omrežjih

osnova analitika objav, spremljanje trendov in svetovanje pri proračunu za sponzorirane objave (ni vključen v ceno paketa)

priprava največ treh vizualnih (preprostih video ali grafičnih) zgodb tedensko iz posredovanih materialov naročnika glede na analizo objav

Paket PRIPOVEDKA**900 €***

pet ur producenta zgodb mesečno za pripravo digitalnih in ostalih zgodb naročnika

priprava tedenskih video novic iz posredovanih materialov naročnika glede na analizo objav

Paket ROMAN**1.200 €***

dve svetovalni uri mesečno za celostno vsebinsko komuniciranje naročnika

en snemalni dan mesečno in priprava štirih vsebinsko unikatnih zgodb za družbena omrežja ali ostale platforme

* Vse cene so brez DDV in ne vključujejo proračuna za sponzorirane objave oziroma spletno oglaševanje ter stroškov morebitnih terenov na lokacije izven Mestne občine Ljubljana v višini 0,37 EUR/km.

Zakaj?

6

Zato, ker dobre zgodbe nadomeščajo vsebinsko izpraznjeno oglaševanje. Ker samo dobre zgodbe in - kar je najbolj pomembno - ljudje za njimi veljajo. Ker v ekipi Dobrih zgodb znamo svetovati in raziskati, kdo, kaj, kje, kdaj, kako ... in zakaj se lotiti drugačnega komuniciranja z interno, strokovno, odločevalsko javnostjo, mediji in (potencialnimi) strankami.

Zato, ker nam zaupajo že SAP, Philip Morris, NLB, Evropski parlament, IEDC - Poslovna šola Bled, Slovenski državni gozdovi, Spintec, Gigodesign, AmCham, Društvo SOS telefon ...

Društvo SOS telefon


Glede na specifiko svojega dela potrebuje Društvo SOS telefon partnerja, ki je pripravljen poslušati in slišati, na koncu pa predvsem – razumeti. Prav tako potrebuje partnerja, ki je inovativen, proaktiven, hiter in se drži dogovorov. No, Dobre zgodbe so vse to. Zato so naš partner pri načrtovanju vseh projektov, ki smo se jih lotili v zadnjih letih.

Špela Veselič / vodja programov

več o dobri ekipi,
dobrih projektih in dobrih naročnikih

www.dobrezgodbe.si

DOBRE ZGODBE



Dobre zgodbe, d.o.o.
Komuniciranje za tretje tisočletje
Kamniška ulica 49
SI-1000 Ljubljana

info@dobrezgodbe.si
+386 51 331 444