

Vodič za društvene mreže (2025)

Dimenzije vizuala i zaglavlja

◆ Facebook

- Profilna slika: **180×180 px** (prikazuje se kao krug)
- Cover photo (zaglavlje): **820×360 px**
- Objave (slika): **1200×630 px**
- Story: **1080×1920 px**
- Video/Reels: **1080×1920 px (9:16)**

◆ Instagram

- Profilna: **320×320 px**
- Feed objava (kvadrat): **1080×1080 px**
- Feed objava (portret): **1080×1350 px** (najefikasnije)
- Story / Reel: **1080×1920 px (9:16)**
- Cover za Reel: **420×654 px**

◆ YouTube

- Profilna: **800×800 px**
- Cover (banner): **2560×1440 px** (sigurna zona za tekst/logotip 1546×423 px)
- Thumbnail: **1280×720 px (16:9)**
- Shorts: **1080×1920 px (9:16)**

◆ TikTok

- Profilna: **200×200 px**
- Video: **1080×1920 px (9:16)**
- Thumbnail: **1080×1920 px**

◆ LinkedIn

- Profilna (lični nalog): **400×400 px**
- Cover (lični): **1584×396 px**
- Cover (company page): **1128×191 px**
- Objave (slike): **1200×627 px**
- Video: **1080×1920 px (9:16)** ili **1920×1080 px (16:9)**

Najbolja vremena za objavljivanje (2025 trendovi)

- **Facebook:** Utorak i četvrtak, **13–15h**
 - **Instagram:** Ponedjeljak, sreda i petak, **11–13h i 18–20h**
 - **YouTube:** Četvrtak i nedjelja, **18–21h**
 - **TikTok:** Svaki dan, najbolje **11–13h i 19–22h**
 - **LinkedIn:** Utorak – četvrtak, **7–9h i 16–18h**
 - **Stories/Reels (FB & IG):** Najbolje ujutro (8–10h) i uveče (20–22h)
-

Ciljne grupe po mrežama i šta traže

◆ Facebook

- Publika: **25–45 godina**, porodični ljudi, lokalne zajednice, male firme
- Traže: praktične savete, popuste, akcije, lokalne događaje

◆ Instagram

- Publika: **18–34 godine**, vizuelni tipovi, influenceri, mladi brendovi
- Traže: inspiraciju, lifestyle, estetiku, proizvode sa storytelling-om, kratke Reels-e

◆ YouTube

- Publika: **širok spektar (15–55)**, edukacija i zabava
- Traže: tutorijale, recenzije, long-form sadržaj, dokumentarne i edukativne priče

◆ TikTok

- Publika: **16–30 godina**, mladi, trendseteri, kreativci
- Traže: zabavu, izazove, kratke savete, viralne sadržaje, “behind the scenes”

◆ LinkedIn

- Publika: **25–50 godina**, stručnjaci, B2B, profesionalci, preduzetnici
- Traže: stručne savete, studije slučaja, poslovne priče, networking, ponude za saradnju

◆ Reels (FB & IG)

- Publika: **18–40 godina**
- Traže: brzo rešenje problema, motivaciju, zabavne formate, pre/post transformacije

◆ Stories

- Publika: **16–40 godina**
- Traže: autentičnost, trenutne ponude, “iza kulisa”, ankete i interakciju

Content Calendar – Primer (1 mesec)

Nedelja 1

- **Ponedeljak**
 - IG Story: anketa („Šta ti je veći izazov – online prodaja ili marketing?“)
 - LinkedIn post: edukativni mini tekst (1 savet za bolju prodaju)
 - **Utorak**
 - TikTok video (30s): „3 greške na landing stranici“
 - **Četvrtak**
 - FB post: promo vizual + CTA („Rezerviši svoju landing stranicu + Reels“)
 - **Petak**
 - IG Reel: pre/post primer dizajna stranice
-

Nedelja 2

- **Ponedeljak**
 - YouTube Short: brzi savet o storytelling-u (30s)
 - IG Story: iza kulisa (rad na projektu)
 - **Sreda**
 - LinkedIn: case study („Kako je klijent X povećao prodaju 40% uz landing stranicu“)
 - **Petak**
 - TikTok: zabavan format – trend + edukativna poruka
-

Nedelja 3

- **Ponedeljak**
 - FB Story: „Na čemu trenutno radimo“ (behind the scenes)
 - **Utorak**
 - IG Reel: tip za Reels strategiju (hook + CTA)
 - **Četvrtak**
 - YouTube video (3–5 min): tutorial – „Kako napraviti prodajnu landing stranicu“
 - **Subota**
 - LinkedIn: inspirativna objava o radu s klijentima
-

Nedelja 4

- **Ponedeljak**
 - TikTok: „Before/After“ Reels transformacija (loša vs. dobra prezentacija)
 - **Sreda**
 - IG Story: Q&A – pozovi pratioce da postavljaju pitanje
 - **Petak**
 - FB post: testimonijal (slika + citat klijenta)
 - **Nedelja**
 - YouTube Short: motivaciona poruka o digitalnoj prodaji
-

Struktura po mrežama mesečno:

- **Instagram:** 4 Reels, 6–8 Story-a, 2 posta
- **Facebook:** 2–3 posta, 4 Story-a
- **TikTok:** 3–4 kratka videa
- **LinkedIn:** 2–3 posta (edukacija + case study)
- **YouTube:** 1 duži video, 2 Shorts

Cilj:

- Da klijent vidi tvoj **kontinuitet i strategiju**, a ne samo ad-hoc objave.
- Kombinacija **edukacija + zabava + promocija + društveni dokaz (testemonijali)**.