

Jak na úspěšnou firemní komunikaci a prezentaci

na sociálních sítích



Diana Zadáková
Social Media Manager



Kristýna Bartoňová
PPC Manager

“We don’t have a choice on whether we **DO social media, the question is how well we **DO** it.”**

– Erik Qualman



Kristýna Bašusová

PPC manager

basusova@evisions.cz

www.evisions.cz



Diana Zadáková

Social media manager

zadakova@evisions.cz

www.evisions.cz





I. část



II. část

1. Úvod do sociálních sítí – charakteristika, data
2. Čtyři principy úspěchu na sociálních sítích



I. část

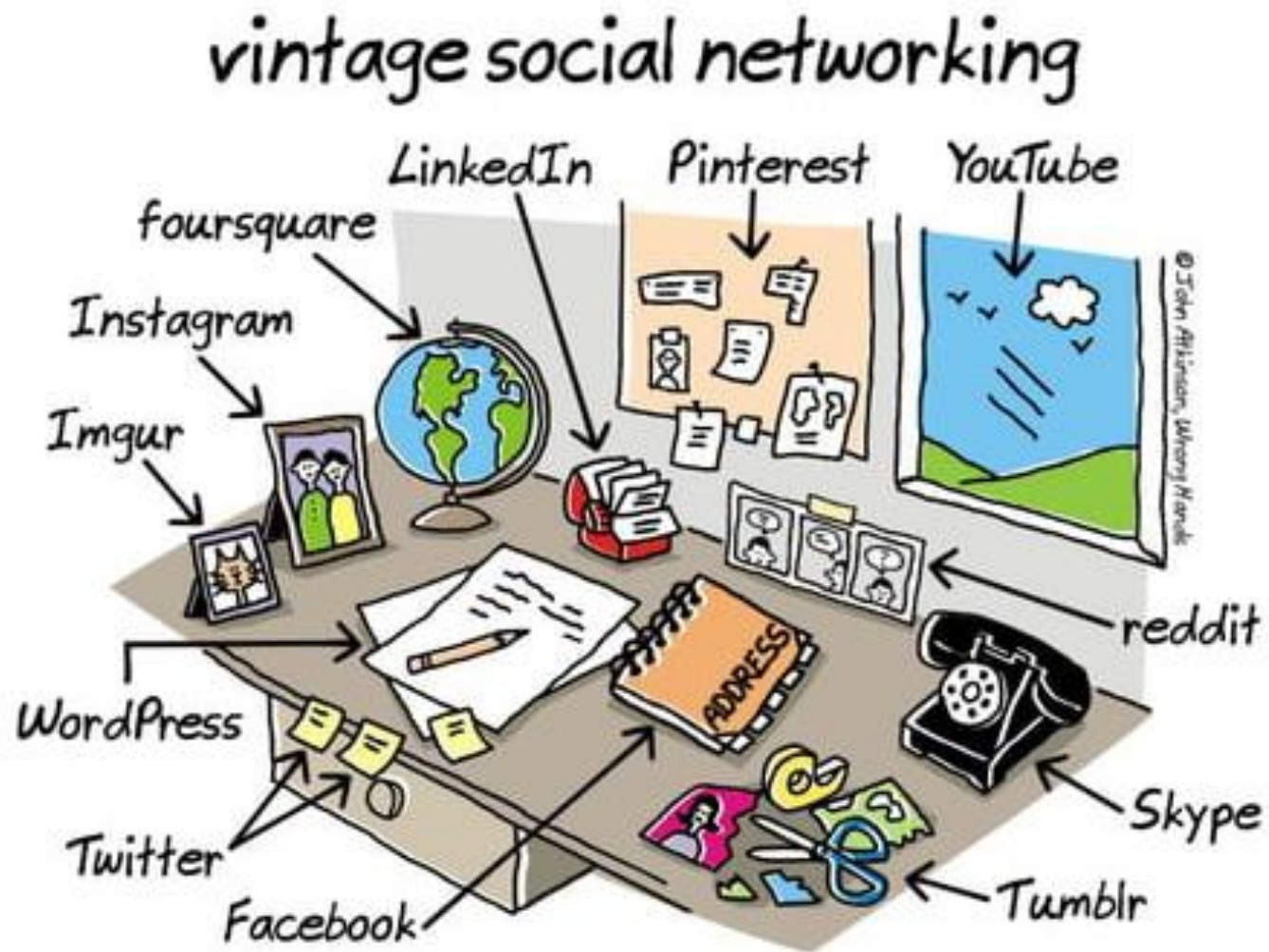


II. část

1. Kdy a jak investovat do reklamy na sociálních sítích?
2. Sociální sítě a jejich využití pro B2C a B2B firmy
3. Sociální sítě a možnosti reklamy
4. Reklama na Facebooku, Instagramu a LinkedInu

1. Sociální sítě – charakteristika, data





Social media explained with coffee



I like coffee.



I am drinking
#coffee.



I am good
at drinking coffee.



Watch me as
I drink coffee.



Follow my feed
full of #coffee.



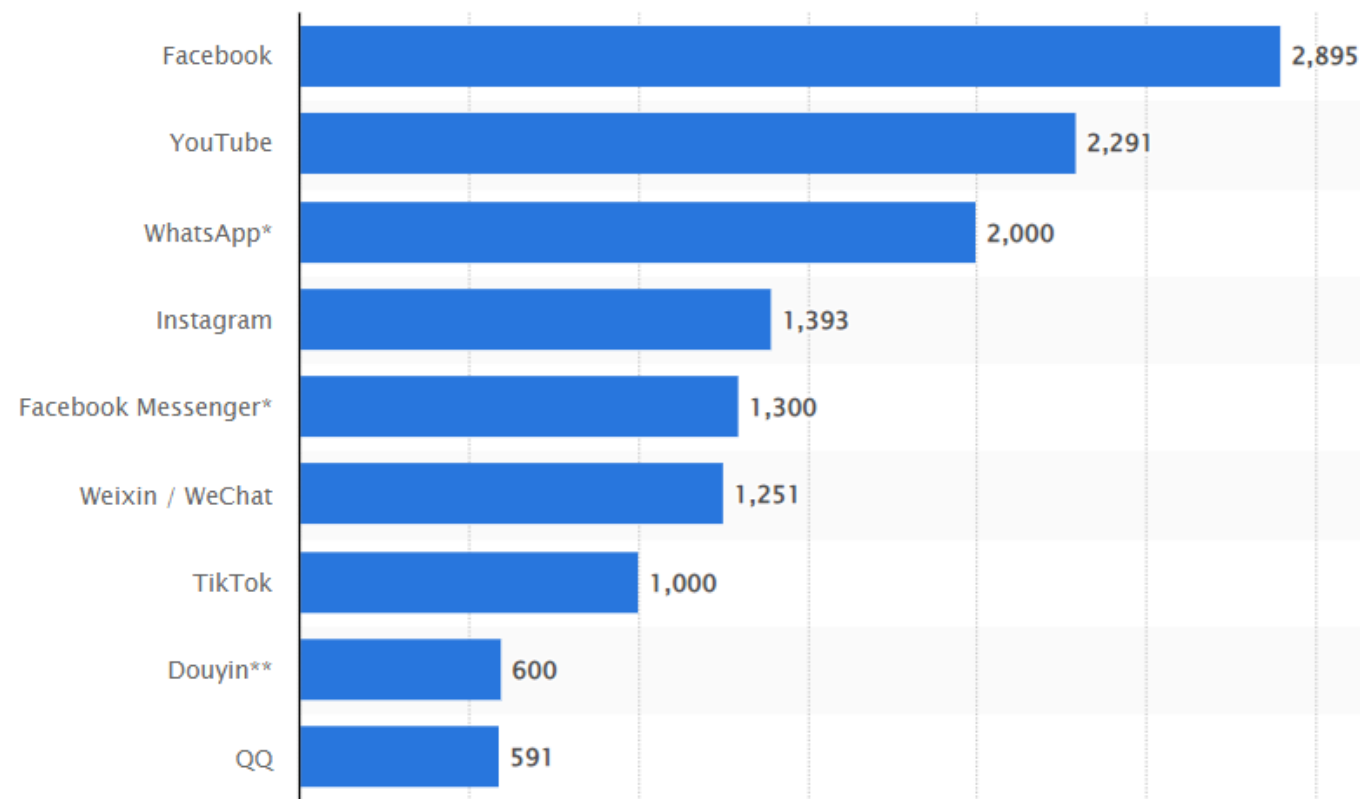
Watch me dancing
while drinking coffee.

Nejpopulárnější aplikace celosvětově

App	Downloads 2021
TikTok	656 million
Instagram	545 million
Facebook	416 million
WhatsApp	395 million
Telegram	329 million
Snapchat	327 million
Zoom	300 million
Facebook Messenger	268 million

Zdroj: [Apptopia](#)

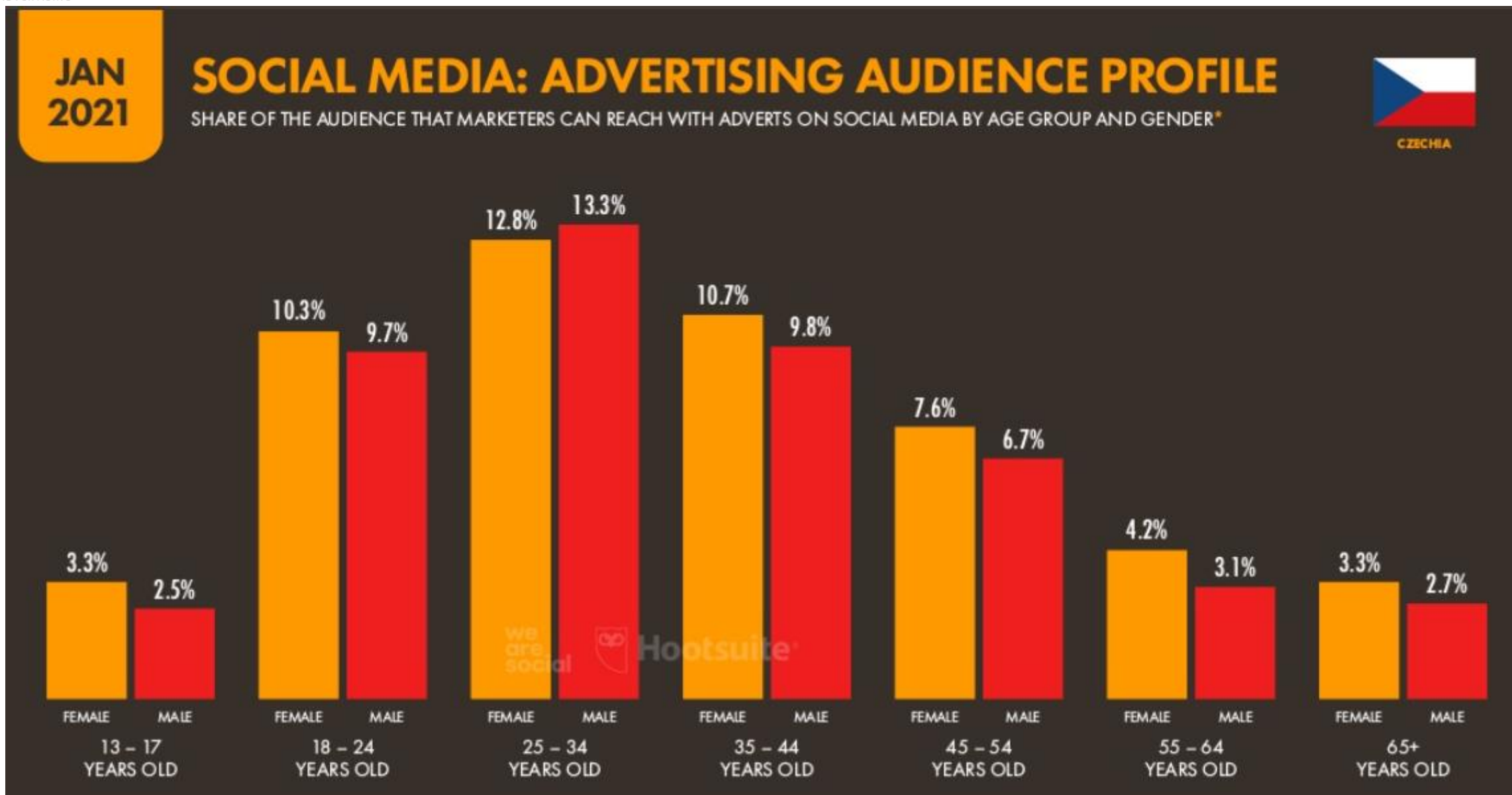
Počet uživatelů soc. sítí v milionech



Zdroj: Statista



Zdroj: Data Reportal 2021



Zdroj: Data Reportal 2021

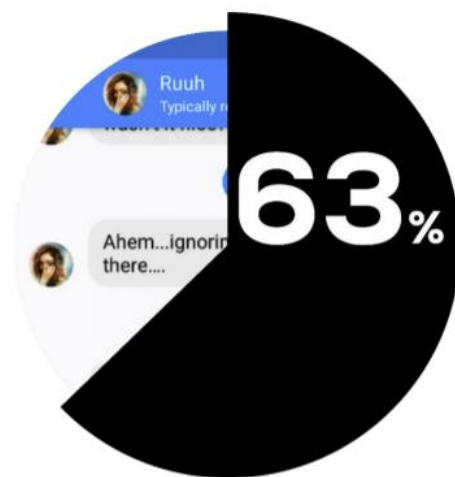


- Češi tráví na sítích v průměru více než **2,5 hodiny denně**
- Zhruba 16 % lidí více než **4 hodiny denně**
- Díky soc. sítím **neztrácíme své slabé sociální vazby** (každý náš *like* je signál: vím o tobě a pořád se s tebou chci kamarádit)
- Na sociálních sítích komunikujeme „**many-to-many**“



Sociální sítě v ČR

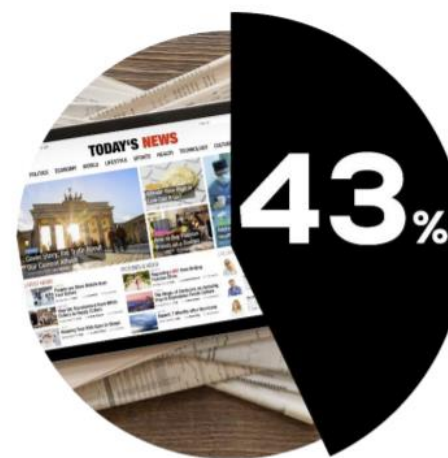
- Proč Češi tráví na sítích dvě a půl hodiny denně?



KONTAKT
S PŘÁTELI



ZÁBAVA



ZDROJ
INFORMACÍ



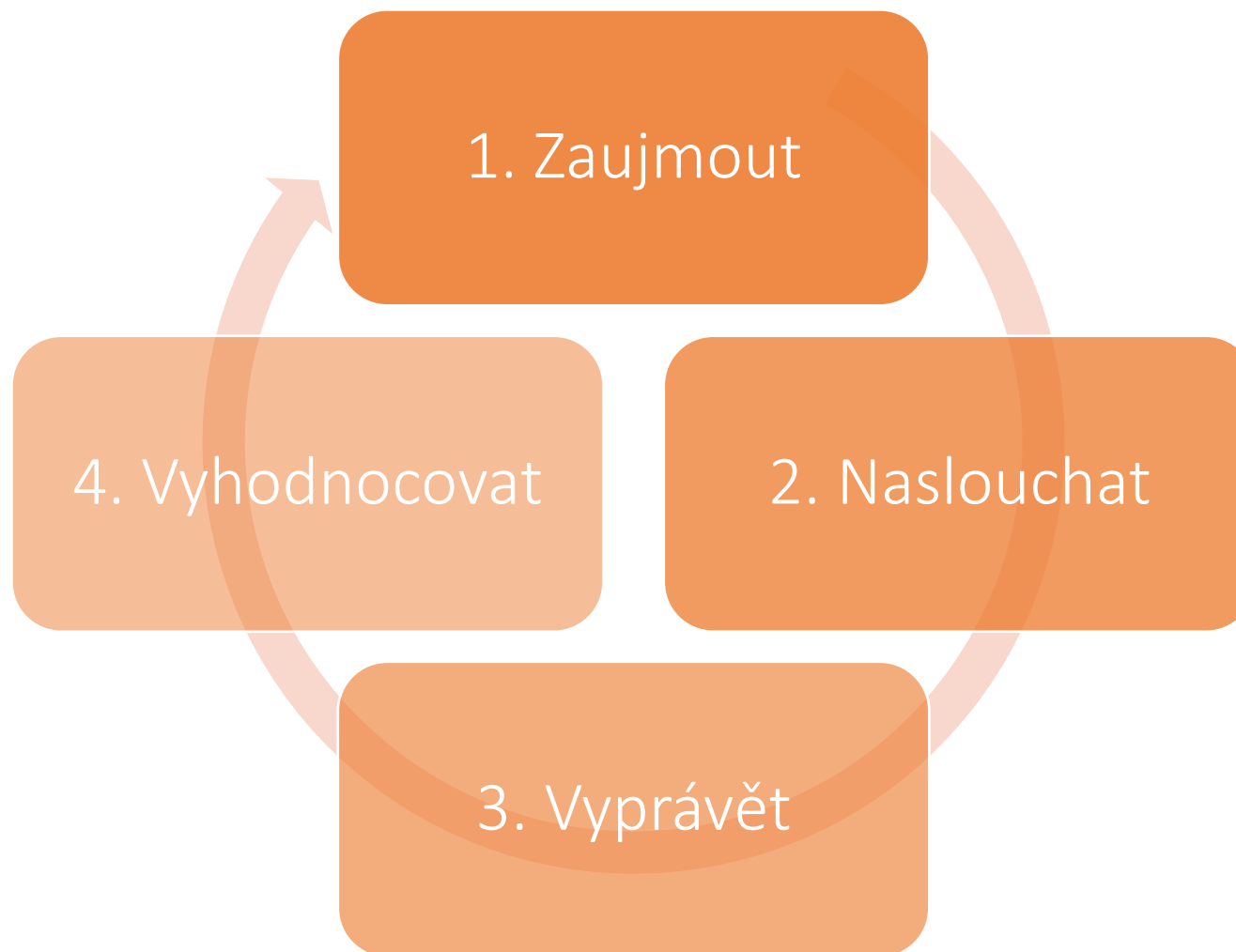
- ✓ Čím dál větší počet lidí na sociálních sítích
 - ✓ Čím dál více stráveného času na sociálních sítích
 - ✓ Facebook stále vede
 - ✓ Potenciál je ale i na jiných platformách
 - ✓ Generace Z stárne, potenciál oslovit starší věk. skupinu
- Čím dál větší konkurence
 - Větší bannerová slepota
 - Čím dál nižší organický dosah
 - Nutná strategie
 - Důraz na kreativitu

2. Čtyři principy úspěchu na sociálních sítích





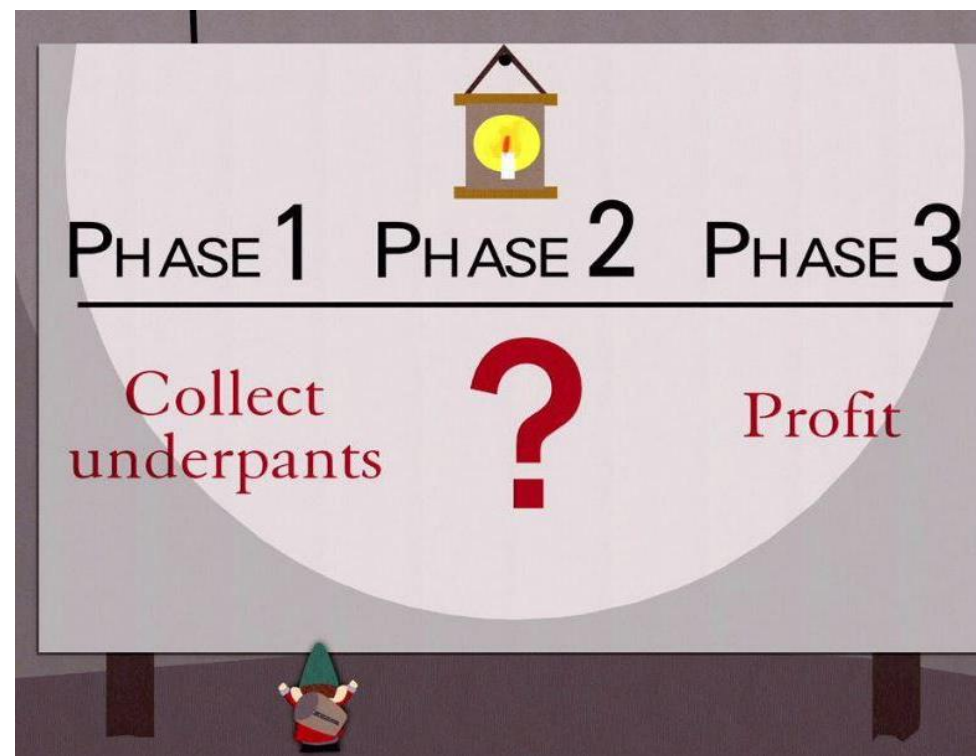
Úspěšné značky na sociálních sítích umí:





Rozmohl se nám tu takový nešvar...

- Mnozí si myslí, že sociální sítě = hon za fanoušky
- Progresivní si myslí, že čím víc lajků, tím víc Adidas
- Oboje je blbost 😊
- Fanoušci vám kasu nezaplní
- Soutěže vaší FB stránku nespasí
- Většina firem je na socialu, ale neví proč
- Dost často **neměří** svůj (ne)úspěch
- Stále je to více **monolog** než dialog
- Cílovka jsou všichni
- Bez strategie na social nelez

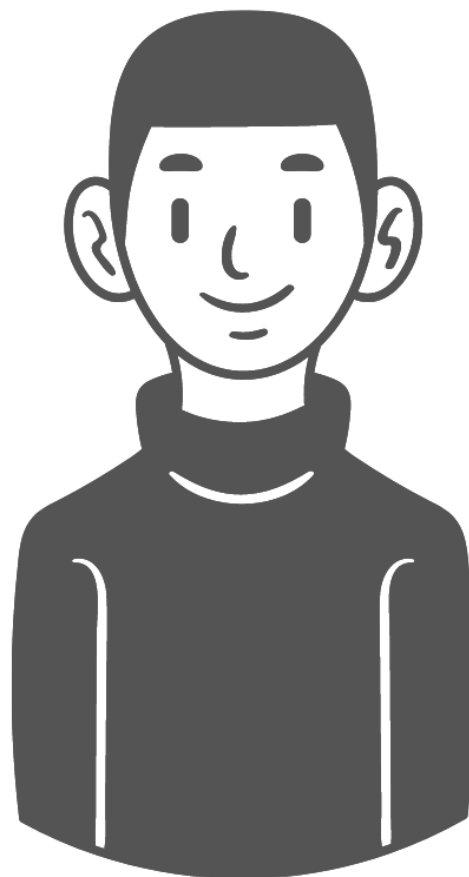


Být na socialu? ANO! Protože lidé vás tam budou hledat...



Jak se chová běžný uživatel sociálních sítí (Karel)

- Jde mu jen o sebe.
- Je zmatený.
- Je líný.
- Je roztěkaný.
- Je nepozorný.
- Je znuděný.
- Je zmlsaný.
- Nevěří vám.
- Všechno už viděl.
- Nemá čas.



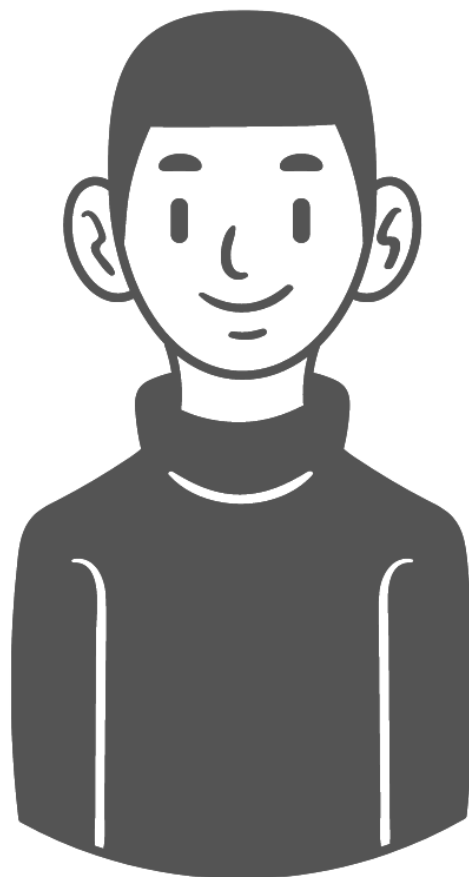
Karel

Úkol: Zaujmout Karla!



Proč Karel chodí na sociální sítě?

- Chce zůstat v obraze. (FOMO)
- Buduje obraz sám sebe.
- Buduje smečku (fanbase).
- Rozšiřuje obzory.
- Chce se bavit.



Karel

Umění zaujmout
=
získat pozornost

Zdroj: Jak na sítě (Michelle Losekoot, Eliška Vyhnánková)



Lidé postřehnou ty příspěvky, které:

- a) souvisí s jejich aktuálními potřebami,
- b) vyvolají v nich silné emoce,
- c) výrazně se odlišují od ostatních.

Bageterie Boulevard
May 6 at 8:57 PM · 🌐

Máme svého vítěze 🏆! Přesněji vítězku Pavlínou, která po Petrovi a Pavlovi vyhrála MasterChef Česko výzvu o tu nejlepší bagetu 🥖. A všichni už jistě víte, co to znamená 😊. Vítěznou bagetu Kuře & salsa podle Pavlíny, která si získala i přísné porotce, můžete ochutnat už zítra u nejbližšího BB výdejového okénka nebo si ji objednat s rozvozem na bbdomu.cz. My už ji ochutnali a je opravdu na co těšit 🍷.



👍👎👍 7.1K 4.8K Comments 331 Shares



Co si odnést pro firemní komunikaci?

1. Neustále se ptejte „Dá to Karel?“
2. Na social se **chodíme bavit**.
3. Lidé chtějí **být v obraze**, vědět věci první, určovat trendy!
4. Nechte lidi vyprávět **příběhy**.
5. Dejte lidem příležitost **někam patřit**.
6. Lidé chtějí budovat **lepší obraz sami sebe**. Jak jim s tím pomáháte?
7. Nemluvte reklamštinou. Ve feedu musí váš příspěvek „zapadnout“ do komunikace mezi dvěma přáteli.
8. Nepublikujte na všechny sítě stejný obsah. Každá si zaslouží **jinou verzi příběhu...**

Než začnete lovit zákazníky, měli byste si ujasnit, **co chcete a jak toho dosáhnete.**

Štěstí přeje těm, kteří myslí strategicky!

Jak se tvoří strategie pro sociální sítě?

Firemní strategie

Obchodní a marketingová strategie

Social media strategie

Co musíte vědět, než začnete tvořit social media strategii

1. **CO** - Kdo jste, co prodáváte, jaké jsou vaše hodnoty
2. **KOMU** - Kdo jsou vaši zákazníci, jaké jejich potřeby váš produkt řeší
3. **PROČ** - Kdo jsou vaši konkurenti, vaše USP, kdo je váš benchmark, kdo vás inspiruje
4. **JAK** - Jaké máte dlouhodobé a krátkodobé cíle, jaká je vaše marketingová / obchodní strategie
5. **KDE** - Na jakých sociálních sítích chcete být vidět a za jakým účelem

Co by měla obsahovat social media strategie

1. Analytická část

- Analýza současného stavu profilu na sociálních sítích
- Analýza prezentace konkurence na sociálních sítích

2. Strategická / business část

- Návrh vhodných cílů pro sociální sítě, metrik a KPI
- Popis cílové skupiny a možné způsoby jejich oslovení skrze sociální sítě
- Identifikaci klíčových marketingových sdělení pro jednotlivé platformy sociálních sítích a zakomponování USP

3. Obsahová a komunikační strategie

- Doporučený tone of voice pro komunikaci značky na sociálních sítích
- Návrh kreativní strategie
- Vizuální obsah - práce s fotkami, grafikou a videi – doporučené formáty (příspěvků), rozměry, atraktivita, relevance
- Určení frekvence publikace

4. Strategie placené propagace (tj. pro reklamy na sociálních sítích)

- Návrh vhodného cílení kampaní
- Návrh rozpočtu a odhad výkonu

5. Akční plán



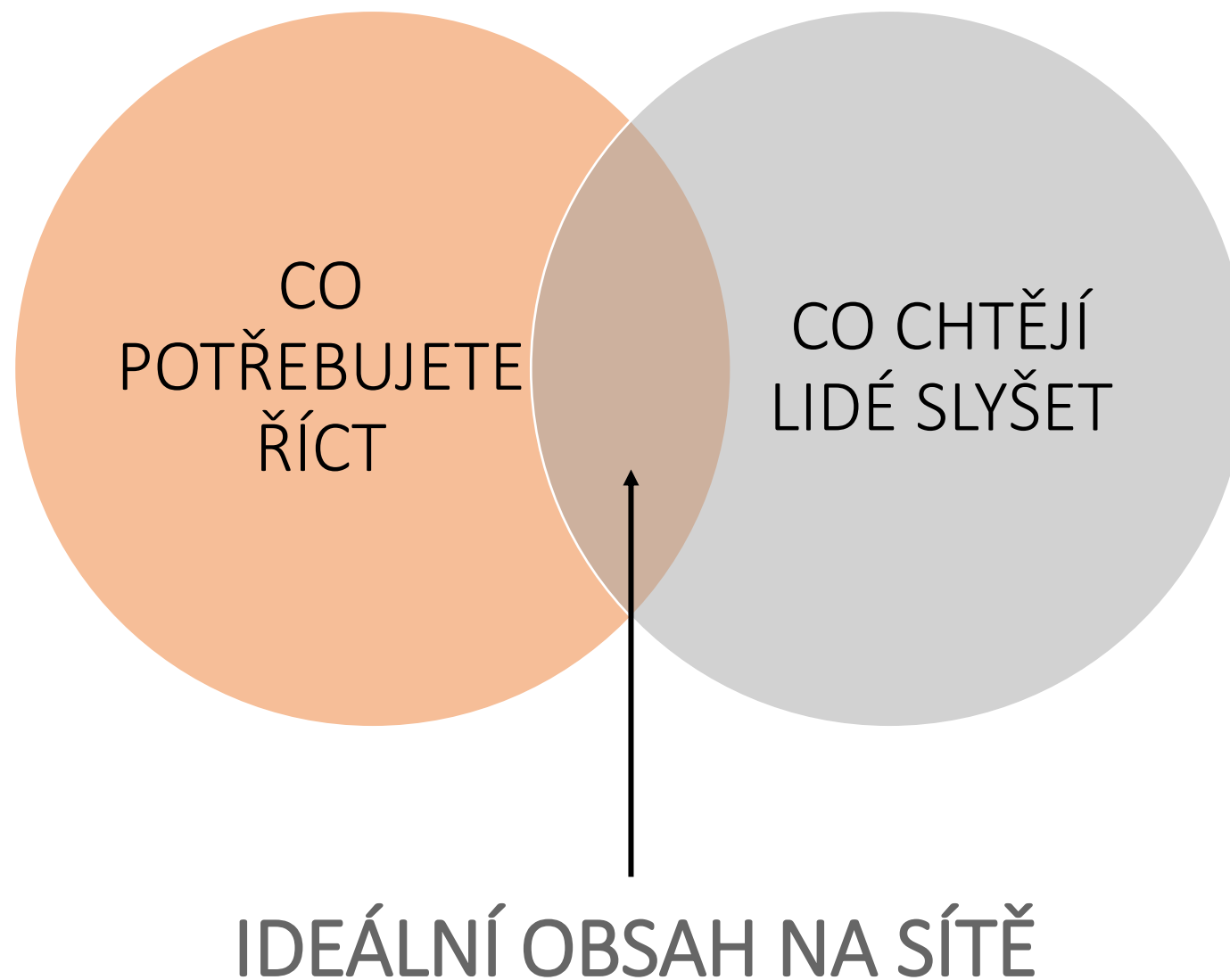
Ukázka: vycpávkový post

Zdroj: Jak na síť (Michelle Losekoot, Eliška Vyhnánková)



„Přemýšlejte kriticky nad trapností svých příspěvků.“

- Pavel Fuchs, zakladatel Mangoweb & Goodlok





Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava

IKEA 30 September 2020 · 🌐

I když zrovna nevykopete auto a nebude z vás milionář, pořád se můžete stát vášnivým zahrádkářem. 🌱 V IKEA máme květináče pro všechny druhy zeminy.

Aby při hledání pokladu nepřišla hlína nazmar

DAIDAI
Květináč, 9 cm
39,-

Click to view products

4.4K 94 comments 100 shares

MIXIT.cz - NAMÍCHEJ SI SVOJE MÜSLI 13 December 2020 · 🌐

Věštecká SOUTĚŽ o 3 poukazy. Hlasujte, jestli budou Vánoce na sněhu nebo bez sněhu. Určitě ale budou plné dobrot! 😊

Vánoční nadílka Mixit 🎁 🌲 <http://mix.it/vanoce-s-chuti>

P.S.: Mixit jede na plné obrátky a vaše balíčky předáváme dopravcům již 1 den od zaplacení! 😊... See more

VÁNOCE:
NA SNĚHU **BEZ SNĚHU**

0:07 / 0:10 S CHUTÍ MIXIT

954 423 comments 31 shares



Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava

2. Vzdělání a inspirace

TOP 3 knihy o sociálních sítích

Jak na sítě
(M. Losekoot, E. Vyhnánková)

Ovládněte 4 principy úspěchu na sociálních sítích. Značky musí umět zaujmout, naslouchat, vyprávět a vyhodnocovat.

**Milion sledujících:
Jak získávat nové followery na sociálních sítích**
(B. Kane)

Jak rychle získat velké množství sledujících, jak vytvářet osobní, unikátní a hodnotný obsah a budovat svoji značku skrze populární platformy?

Digitální minimalismus
(C. Newport)

Zkroťte návykové technologie a získajte zpět svůj čas a koncentraci.

@diankaella

Jak si oblíbit běh, když tě nebaví?

Najdi si parťáka **Sleduj svůj progres v appce** **Zpomal tempo**

Běhej s hudbou **Střídej trasy** **Připomínej si „proč“**



Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava
2. Vzdělání a inspirace
3. Zákulisí



Tomáš Červenka and 507 others 106 comments 3 shares





Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava
2. Vzdělání a inspirace
3. Zákulisí
4. Prodej

MIXIT.cz - NAMÍCHEJ SI SVOJE MÜSLI
6 February at 14:02 · 🌐

🍓❤️ Nejprve se vám na jazyku rozpustí osvěžující jahodový prach, který zjemní bílá čokoláda s jogurtem 🍌 <http://mix.it/zamilovane-mandle>

MIXIT.CZ
Pražené mandle s jogurtem a jahodami Shop Now

835 131 comments 33 shares

Alza.cz
Sponsored · 🌐

Právě teď k myčkám Bosch tablety Finish Quantum ultimate na šest měsíců ZDARMA! 🍀

ALZA.CZ
S myčkami Bosch vždy sázíte na jistotu. Společnost Bosch přichází s výhodnou akcí, ve které můžete získat ke každé z... Shop Now

183 16 comments 1 share



Už víte, jaké okruhy sdílet. Nyní přichází na řadu forma.

- Návody
- Case studie
- Grafy
- Komiksy
- Recenze
- Soutěže
- Ilustrace
- FAQ
- Webináře
- Infografiky
- Rozhovory
- Mindmapy
- Meme
- Články
- Hry
- Aplikace
- Fotky
- Video
- Výzkumy
- Kvízy
- Citáty
- Vlogy
- Události
- Názory
- Seznamy
- Checklisty
- Tipy a triky
- Upoutávky
- Gify
- Galerie
- Ankety
- Podcasty
-



Metriky vybírejte dle cílů

Co vás zajímá?	Metrika	Co to znamená?
Jak dobře jsme vidět	Dosah (reach)	Počet oslovených uživatelů
	Zobrazení (impressions)	Počet zobrazení uživatelům
	Zhlédnutí (video views)	Počet uživatelů, kteří viděli alespoň 10s
	Návštěvy profilu (profile visits)	Počet návštěv profilu
Jak se daří zapojovat publikum	Zapojení (engagement)	Počet liků, komentářů, sdílení, kliknutí
	Engagement Rate	Kolik % lidí z těch, co obsah viděli, na něj zareagovalo
	Uložení (savings)	Počet uložení příspěvku
Jaký je zájem o produkty/služby	Kliknutí (link clicks)	Počet prokliků na odkaz / web
	Konverze, leady	Počet / výše konverzí a leadů ze sociálních sítí



Shrnutí

1. Facebook jako průkopník sociálních sítí.
2. Potenciál je i na jiných platformách.
3. Lidé vás budou na sociálních sítích hledat!
4. Úspěšné značky na sociálních sítích umí: zaujmout, naslouchat, vyprávět a vyhodnocovat.
5. Zaujmout = umění získat pozornost (Karla).
6. Naslouchat = pochopit cílovou skupinu, začít strategií.
7. Přizpůsobte vyprávění sociální síti, vytvořte si obsahový plán.
8. Vyhodnocujte, a podle toho upravujte další obsah.

II. část: Reklama na sociálních sítích



Reklama

1. Kdy a jak investovat do reklamy na sociálních sítích?
2. Sociální sítě a jejich využití pro B2C a B2B firmy – důležité jsou cíle
3. Sociální sítě a možnosti reklamy
4. Reklama na Facebooku, Instagramu a LinkedInu

1. Proč a kdy investovat do reklamy?





Kam investovat?

- Jaká sociální síť je nejlepší pro reklamu?
- Nejlepší pro B2C/B2B firmy?
- Nejlevnější?





Důležité jsou cíle

- Co jsou hlavní obchodní cíle?
- Kdo je naše cílová skupina?
- Jakým způsobem ji budeme náš produkt/ službu nabízet? Jak budeme komunikovat?

Strategie





Two ways marketing works



Source: Binet & Field 2013



Cíle reklam





Také metriky vybírejte dle cílů

Co vás zajímá?	Cíl	Co to znamená?
Chceme být vidět	Dosah (reach)	Počet oslovených uživatelů
	Zobrazení (impressions)	Počet zobrazení uživatelům
	Zhlédnutí (video views)	Počet uživatelů, kteří viděli alespoň 10s
	Návštěvy profilu (profile visits)	Počet návštěv profilu
Chceme prodávat	Navštívení webové stránky	Kolik lidí se prokliklo na stránku
	Prohlížení produktových stránek / konkrétní stránky	Kolik lidí navštívilo stránky a prohlédlo si produkt/stránku
	Přidání do košíku	Kolik lidí přidalo produkt do košíku
	Konverze	Počet konverzí (nákupů/vyplnění formuláře)
	PNO/ ROAS / ROI	Návratnost investic

Analýza konkurence


Knihovna reklam


Knihovna reklam je cesta ke zvýšení transparentnosti reklam, jelikož se jedná o komplexní prohlédávatelnou sbírku všech v současnosti běžících reklam napříč všemi aplikacemi a službami Facebooku, a to včetně Instagramu.



Vyhledat reklamy

Vyberte kategorii a začněte hledat.

 **Problematika, volby nebo politika**

 **Prohledat všechno**

Hledejte reklamy od kandidátů na post veřejného činitele a reklamy týkající se voleb, lidové iniciativy nebo sociální problematiky.

 Hledejte reklamy podle klíčového slova nebo jména inzerenta



Sociální sítě

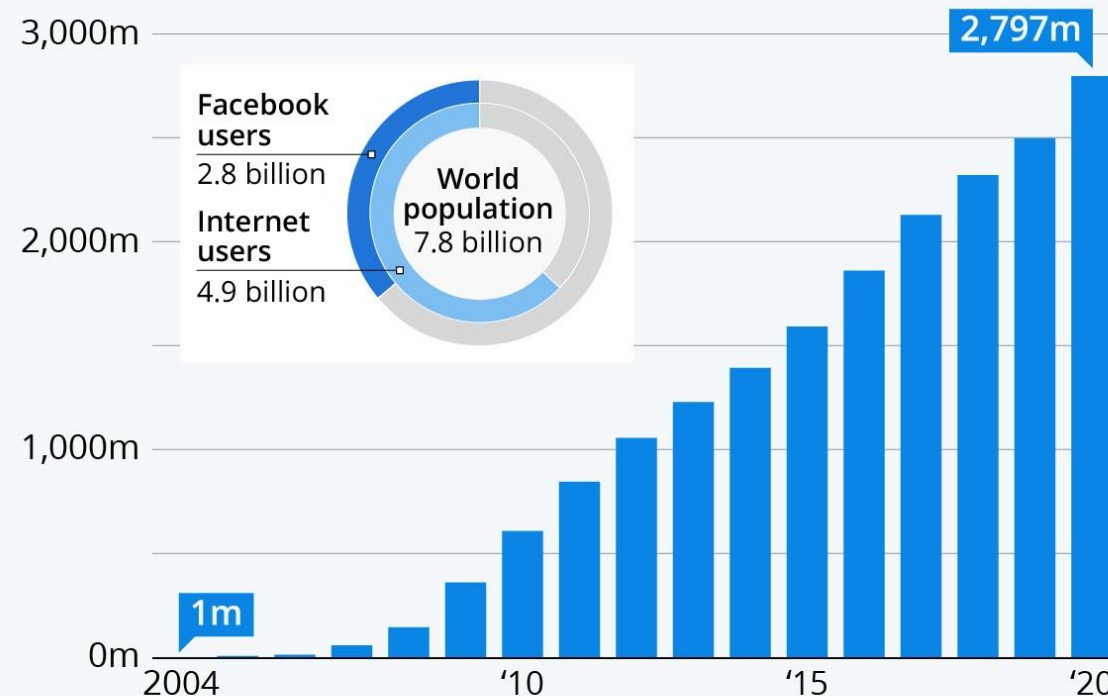


Facebook

- Stále rostoucí síť
- Nejlepší cílení (nejen na zájmy)
- Umožňuje cílení na zařízení
- Precizní měření (Facebook Analytics)

Facebook Keeps On Growing

Number of monthly active Facebook users worldwide



Facebook users as of the end of the respective year;
world population and internet usage estimates as of Dec. 31, 2020

Sources: Facebook, Internet World Stats



LinkedIn

- Kvalitní publikum
(vhodné pro HR kampaně)
- Možnost zacílení na firmy
- Nákladnější (vyšší CPC)



Instagram

- Správa reklam přes Business Manager
- Stejné možnosti cílení jako Facebook Ads



Další možnosti

- Tik Tok
- Pinterest
- Twitter



Jak na reklamu na Facebooku a Instagramu



Business Manager



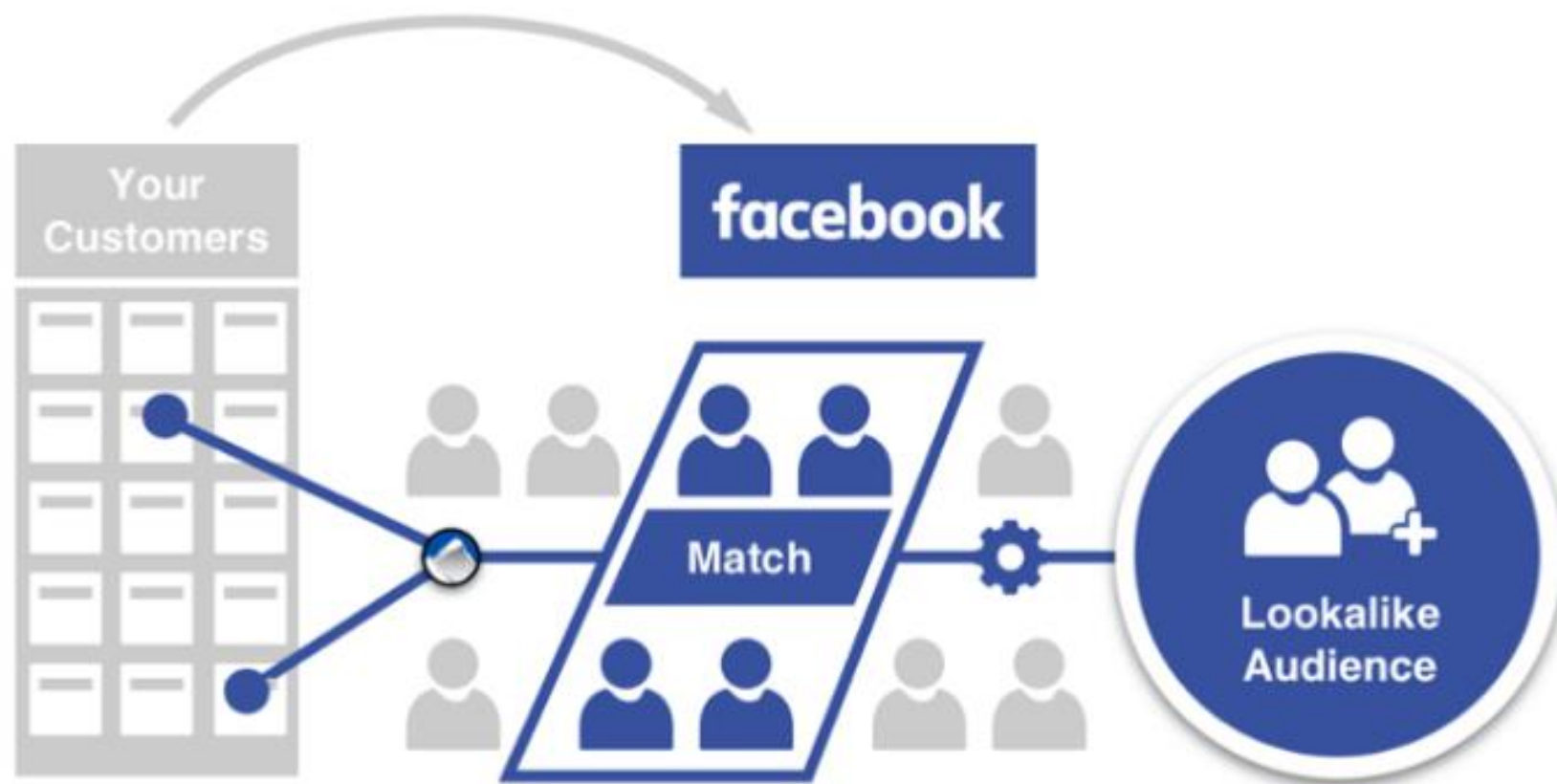
Nezapomínejte na měření

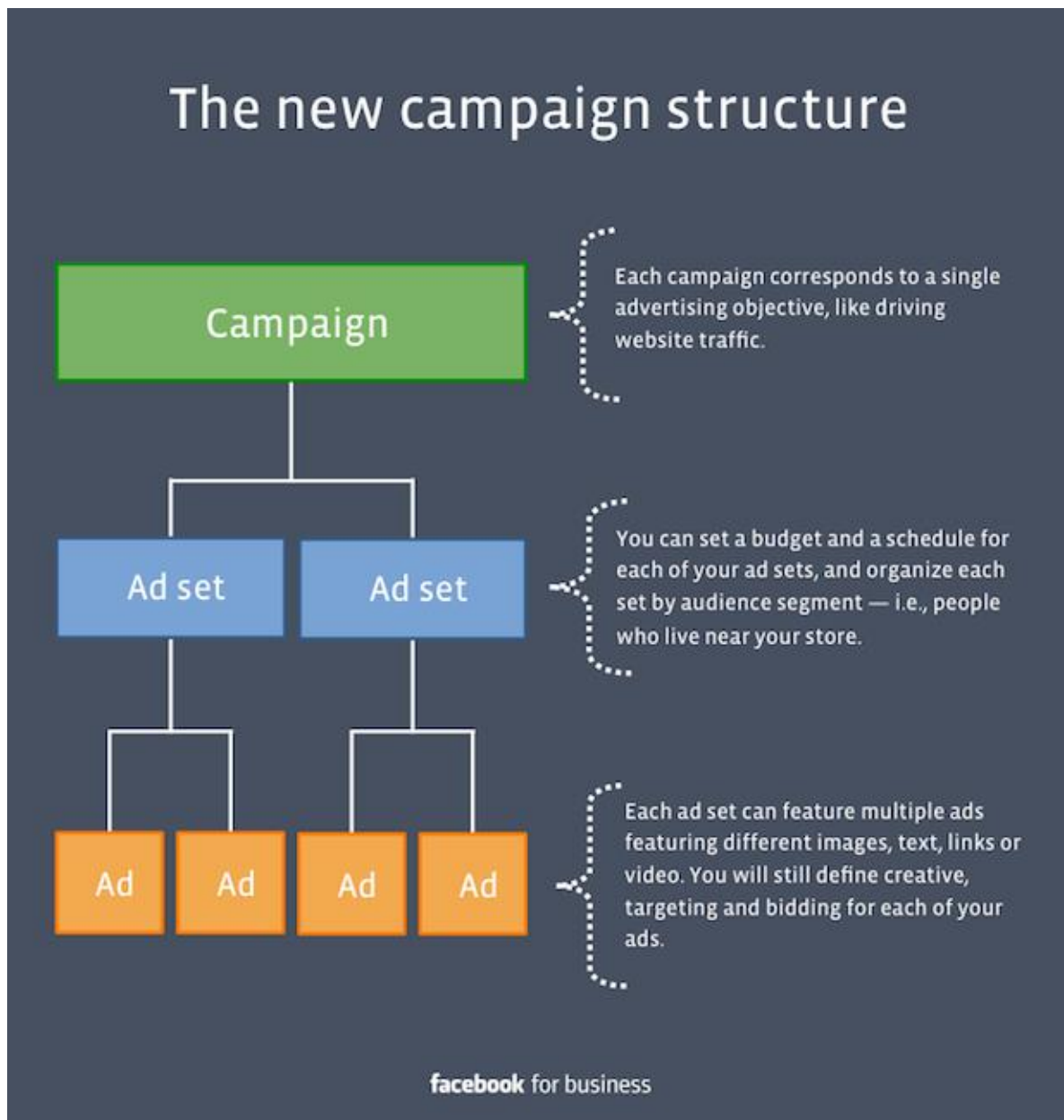
- JS script implementovaný na webových stránkách
- Díky němu získáváme data o uživateli a můžeme s nimi dál pracovat
 - pomáhá v cílení reklamy - využití algoritmu
 - Segmentovat uživatele dle navštívených stránek
 - Segmentovat dle nákupní fáze (contentView, addToCart, Purchase)





Příprava publik







Formáty reklam

Jasper's Boutique
Sponsored · 🌐

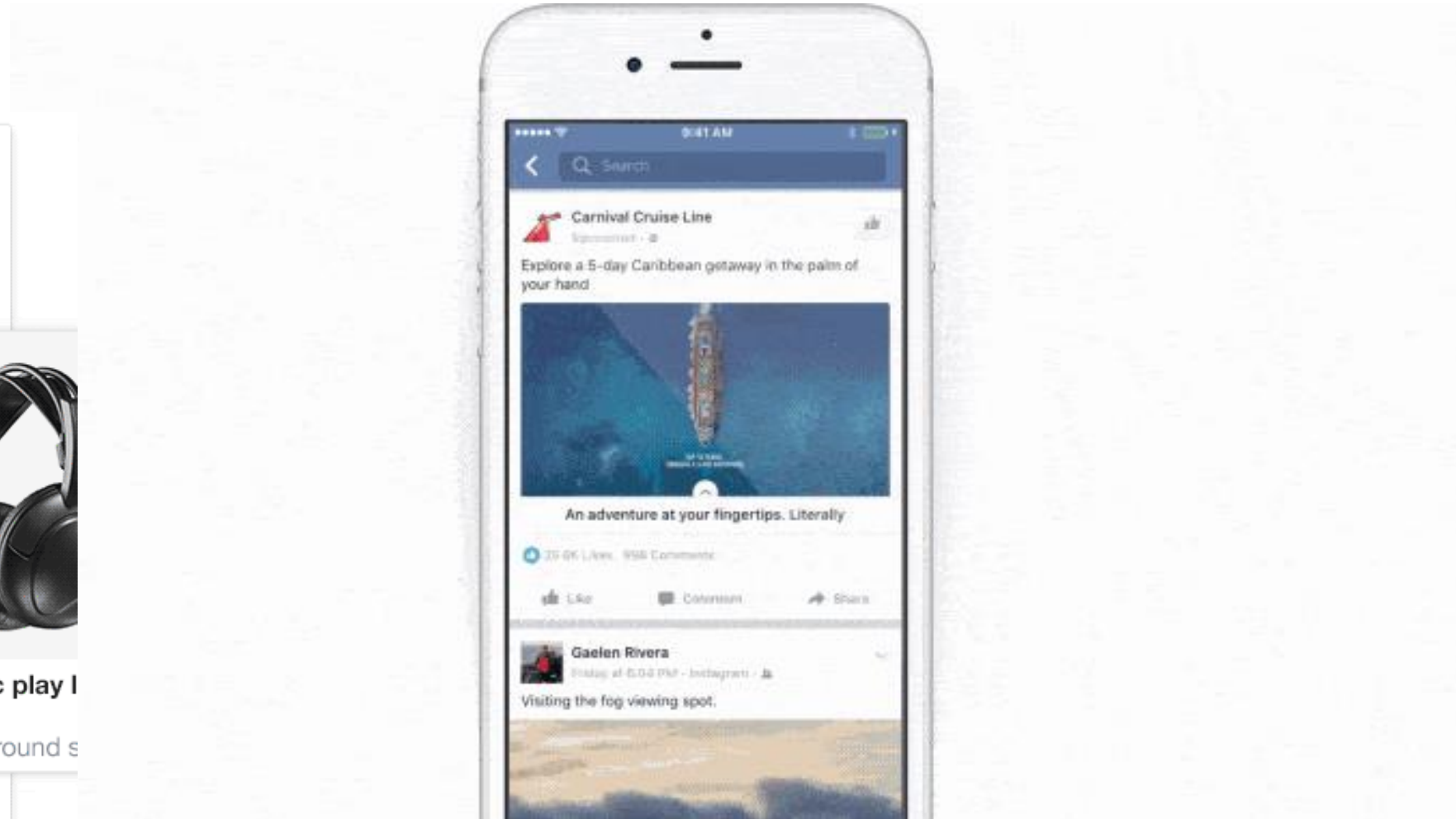
Explore the new season of goodies! We offer a wide range of gift ideas for friends, family, or yourself!

Get ready for the rain in color.
The high quality, sturdy frame...

Let the music play clear.
Complete surround s...

2.2K Likes 28 Comments 195 Shares

Like Comment Share



Vyhodnocení a optimalizace kampaní



- CTR
- CPC
- CPM + frekvence
- Engagement rate ranking
- Quality ranking (LP exp.)
- Conversion rate ranking

- Bounce rate
- čas na stránce
- % prokliků na produkt, ...

- % prokliků přidaní do košíka
(konkurenceschopnost produktu)

- % propadu v 2. kroku
objednávacího procesu
(neviditelné tlačítka, ...)

- % propadu v 2. kroku
objednávacího procesu
(možnosti dopravy/platby, ...)

- CPA
- ROAS (PNO)

Reklama na LinkedInu



Campaign manager

- Rozhraní pro tvorbu inzerce

The screenshot shows the LinkedIn homepage interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, Me, and Work. The 'Advertise' button, located in the top right corner of the navigation bar, is highlighted with a red rectangular box. Below the navigation bar, the main content area features a search bar, a central post creation area with options for Photo, Video, Event, and Write article, and a right-hand sidebar with recommendations for Google Small Business, #socialmediamarketing, and Kunal Shah. The left-hand sidebar shows the profile of Denis Capko, a PPC Specialist, with statistics on profile views and post views.

<https://www.linkedin.com/campaignmanager/>



Insight Tag

- Měřicí kód – nutné implementovat na stránky

The screenshot shows the LinkedIn Ads interface for managing Insight Tags. The top navigation bar includes 'CAMPAIGN PERFORMANCE', 'WEBSITE DEMOGRAPHICS', and 'ACCOUNT ASSETS'. A dropdown menu is open under 'ACCOUNT ASSETS', listing 'Insight Tag', 'Conversions', 'Matched Audiences', 'LinkedIn Audience Network', 'Asset History', and 'Lead Gen Forms'. Below this, the 'Website tracking' section indicates '1 domain is sending a signal'. The 'Tagged domains' tab is active, showing a table with the following data:

<input type="checkbox"/>	Domain name ↕	Last signal received ↕	Signal permission	
<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="Search by domain name"/>		<input type="text" value="All"/>	
<input type="checkbox"/>	measure2bim.eu	● 13 minutes ago	Allowed	⊘

A small badge with the number '1' is visible at the bottom right of the table area.

<https://business.linkedin.com/fr-fr/marketing-solutions/insight-tag>





Struktura kampaní

Účty - Accounts

- Skupiny kampaní - Campaign Groups
 - Kampaně - Campaigns
 - Reklamy - Ads

Kdo je vaše cílová skupina?

Vyhledejte atributy nebo profesionály, které chcete oslovit, a vytvořte si cílovou skupinu Zavřít	
<input type="text" value="Vyhledat"/>	Více informací o kritériích cílení
 Cílové skupiny Použijte svá data pro opětovné cílení na návštěvníky webu, nebo oslovte známé kontakty a účty	Společnost Demografická data Vzdělání Pracovní zkušenosti Zájmy a rysy
 Atributy cílové skupiny Přidejte kritéria cílení, jako jsou pracovní titul, obor nebo dovednosti >	



Lead Ads

evisions

Kontaktní informace

Níže nám zadej tvé kontaktní informace a ozveme se ti co nejdříve

Pošleme tyto informace společnosti eVisions Advertising v souladu s jejich **zásadami ochrany soukromí**

E-mailová adresa
anna.smith@example.com

Telefonní číslo
5555555555

Jméno
Anna

Příjmení
Smith

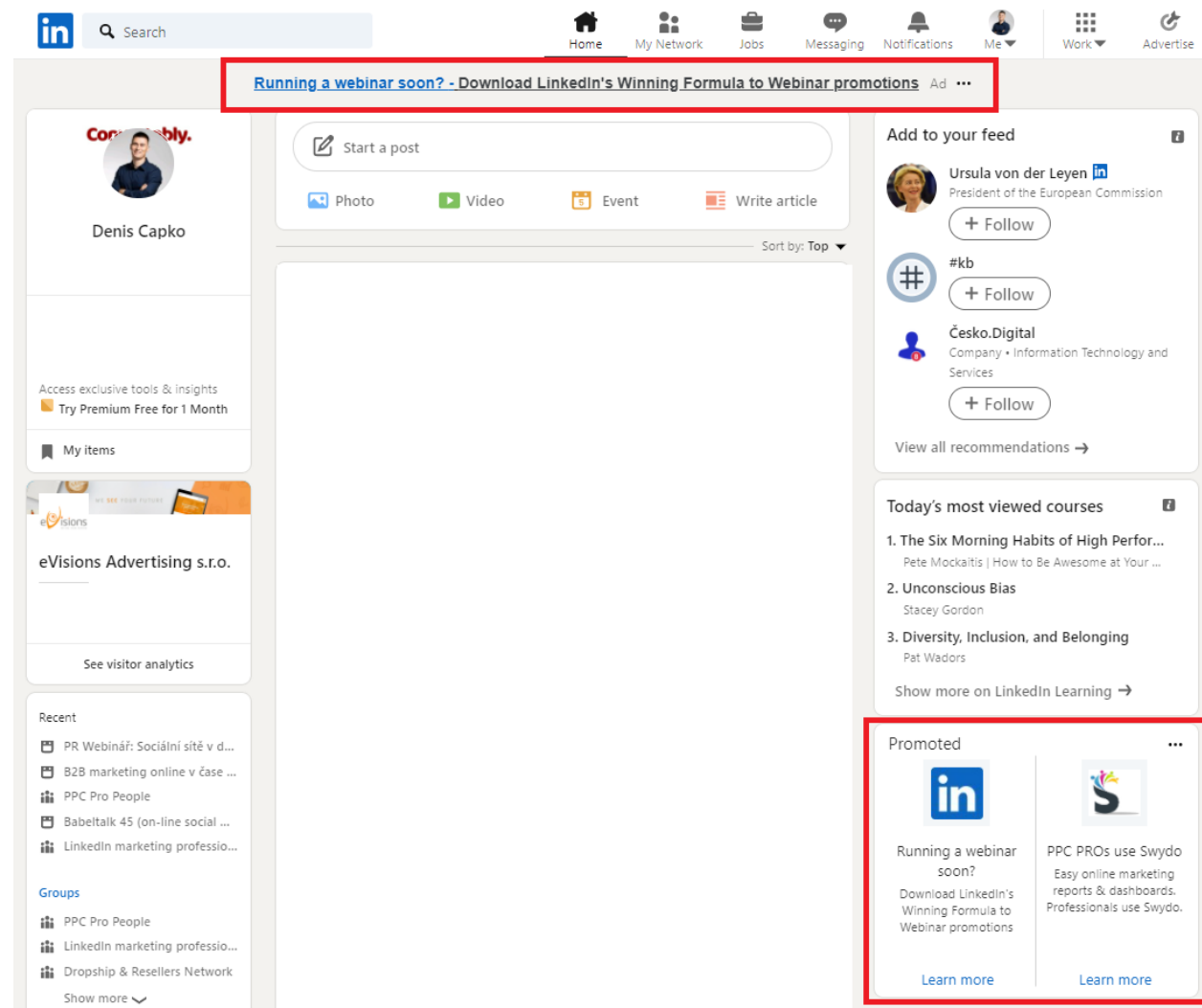
Ve všech záležitostech, které souvisí se zpracováním Vašich osobních údajů, je k dispozici pověřenec pro ochranu osobních údajů, kterého můžete kontaktovat na info@evisions.cz.

Odeslat

Text ads & follower ad



Teorie | LinkedIn Ads



Carousel & Job ads

Fudan MBA Program
5,935 followers
Promoted

Ready to leap? Prepare for change and pursue your #MBA at Top University in China with full #scholarship of 100% tuition fee offered by Fudan-MIT IM ...see more

Ready to leap? Click to learn more [Learn more](#)

Ready to leap? Click to learn more [Learn more](#)

Like Comment Share Send

John Smith likes this

Fixdex
248 followers
Promoted

Join our engineering team at Fixdex! You will play an active role in building backend components and distributed cloud services for the Fixdex platform.

Software Engineer
Fixdex · Chicago, IL

12 3 Comments

Like Comment Share

Ad ...

Jane, explore internal roles at eVisions Advertising s.r. that match your skills

Software Engineer
Somewhere, USA

Audit Associate
Somewhere, USA

Copywriter Intern
Somewhere, USA

[Careers at eVisions Advertising s.r.](#)

Jsmetady pro vaše dotazy



Spojte se s námi nejen na sociálních sítích



[Diana Zadáková](#)

[Kristýna Bašusová](#)



zadakova@evisions.cz

basusova@evisions.cz



www.evisions.cz