



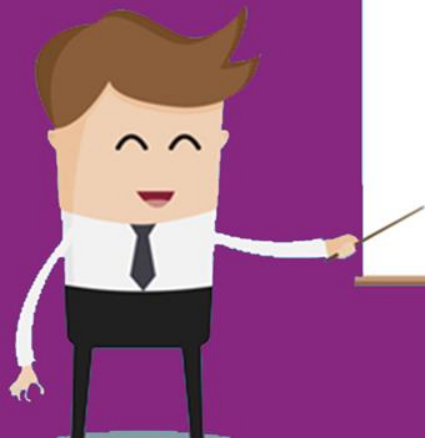
Jak zábavně a efektivně na firemní
sociální sítě?

Ondřej Macků

Obsah přednášky

- Instagram
- YouTube
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest

Instagram



Obecně

- Přes 1 200 000 českých uživatelů
- Patří Facebooku
- Mobilní sociální síť
- Sociální síť pro minulost
- Nový algoritmus řazení příspěvků
- Daleko lépe fungující hashtagy
- Nejlépe zde fungují koláže, jídlo, cestování, selfies, oblečení a zvířátka
- Organické posty nemají proklik => spíše brandová záležitost
- Nelze naplánovat příspěvky dopředu

Instagram



Instagram

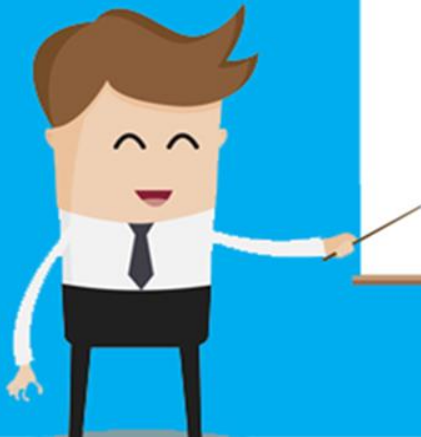
Zajímavé statistiky



Made up of 51% male users and 49% female users



More than 60%
of users log in daily



Zajímavé statistiky

Instagram

90% of users are under 35



On average, people miss over 70% of their feeds



The average Instagram engagement rate is 4.3%



Instagram

Zajímavé statistiky

INSTAGRAM'S ENGAGEMENT WITH BRANDS IS:



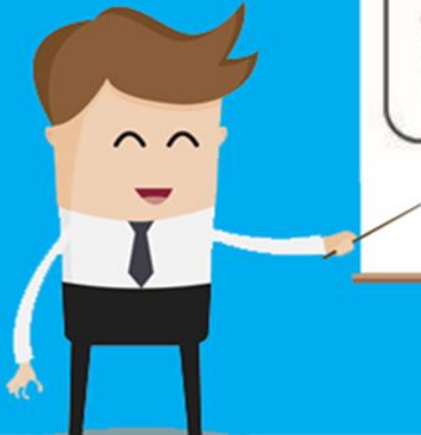
10 times higher
than Facebook



54 times higher
than Pinterest



84 times higher
than Twitter



Co funguje?

- Využití hashtagů => ideálně okolo 10 na příspěvek
- Krásné fotky (oči navádí)
- Výrazné barvy
- Využití filtrů => forma šablony
- Hra s kompozicí a se světlem
- Čtverec x obdelník?

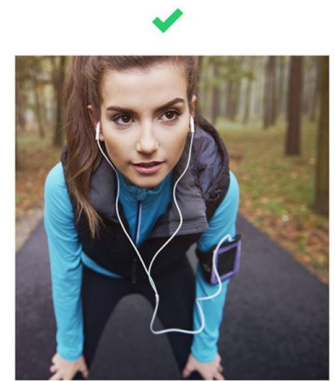
Instagram



Instagram

Co funguje?

- Ukazujeme příběh, ne produkt
- UGC => repostujte příspěvky svých followerů
- Otázky
- Tagování
- Video



Co funguje?

Instagram

60% of the top brands on Instagram use a consistent filter

The top brands post an average of 4.9x per week

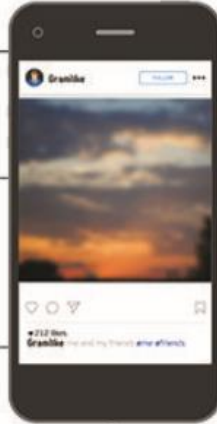
The best times to post on Instagram are Mondays and Thursdays at any time except between 3:00-4:00 p.m.

Images with faces receive 38% more likes

Posts with multiple hashtags perform better than average

Posts with a location tag have 79% higher engagement than posts without

Instagram posts that include both a hashtag and a location tag see even higher engagement



Instagram

Hlavní tipy strategií

- Vlastní obsah
- Pojdte jim naproti => Více než kdy dříve je důležité komunikovat s fanoušky
- Reklama
- Fotosoutěž
- Kreativní pojetí
- Zapojení opinion leaderů a celebrit

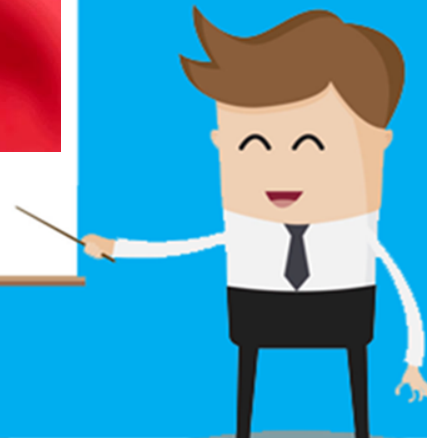


Reklama na Instagramu

- Instagram neumožňuje podporovat reklamou posty již vypublikované na stránce
- Umožňují proklik ven z Instagramu
- Propojené s reklamním systémem Facebooku
- Stejně možnosti cílení jako Facebook



Instagram





Instagram

Business profil

- Insights:
 - Informace o followerech
 - Informace o příspěvcích
 - Informace o hashtazích
 - Informace o filtrech
- CTA pro kontakt (Zavolat, Napsat, E-mail, Mapa)
- Možnost propagovat příspěvek přímo z Instagramu

Vlastní obsah – Lentilky

- https://www.instagram.com/lentilky_czsk/
- Skvělá práce s fotkami => barevnost, kompozice, hra s produktem
- Co dělají dobře?
- Co dělají špatně?

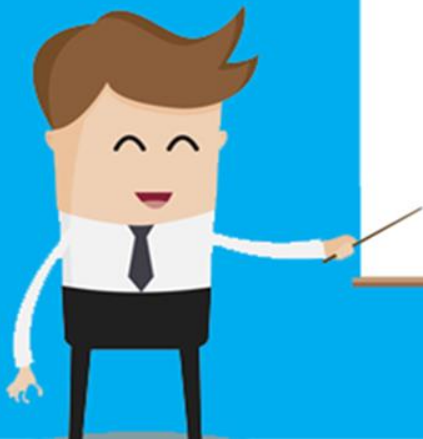
Jak to má vypadat?



Jak to má
vypadat?

Kreativní pojetí - Milka

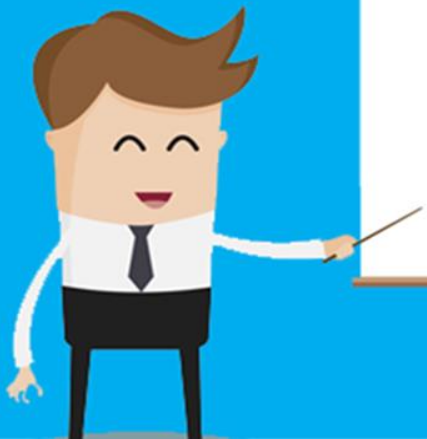
- https://www.instagram.com/milka_czsk/
- Skvělá práce s fotkami => barevnost, kompozice, hra s produktem
- Valentýn - #RekniToPoSvem => Soutěž o pralinky



Jak to má
vypadat?

Fotosoutěž - Tesco

- <https://www.instagram.com/tescorecepty.cz/>
- Společný hashtag #DobrotySTescorecepty
- Sezónní recepty
- Propojení s reklamou => obrovské možnosti cílení



Kreativní pojetí - BMW

- www.instagram.com/i3electricfeel
- Interaktivní příběh => vy jste jeho součástí
- Postupné předávání informací o benefitech
- Úkolem je najít výherní kód => velká cena
- Propojené na microsite – <http://www.electricfeel.cz/>
- Na microsite vše pohromadě a uživatelsky příjemné

Jak to má vypadat?



Zapojení Opinion Leaderů – Evropa 2

- <https://www.instagram.com/e2cz/>
- Využití silných jmen, které moderují jednotlivé pořady přímo na místě
- Momentky ze života Evropy 2
- Repostování z osobních profilů

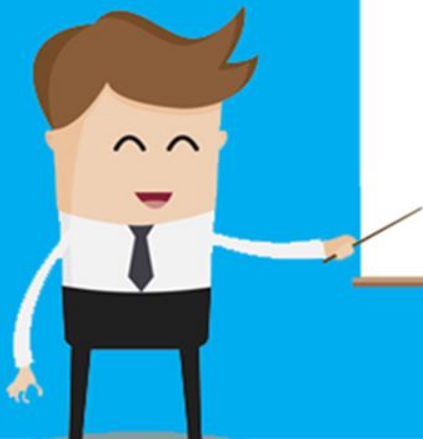
Jak to má vypadat?



Jak to má
vypadat?

Zapojení Opinion Leaderů - CocaCola

- <https://www.instagram.com/cocacolaczechrepublic/>
- Jednorázové kampaně doplněné o dlouhodobou komunikaci
- Neustálá práce s popiskem + hashtag #tastethefeeling
- Předávání profilu => Johny Machette + Teri Blitzen
- <https://www.instagram.com/p/BEX9E-RLjAX/>
- https://www.instagram.com/p/BE_tUN0huH4/



Zapojení Opinion Leaderů – Casey Neistat

- Casey Neistat - <https://www.instagram.com/caseyneistat/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=WxfZkMm3wcg>
Kampaň s Nike => dali mu peníze, ať natočí reklamu na téma „Make it count“ pro novinku na trhu (měření sportovního výkonu)
- Vykašlal se na ně a procestoval svět => fotil, natočil amatérské video
- 10 dní, 13 zemí, 16 měst, 34 000 mil, video má 25 mil. views

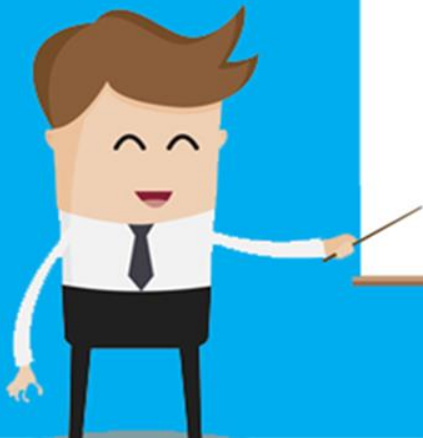
Jak to má vypadat?



Jak to má
vypadat?

Zapojení Opinion Leaderů - Kovy

- Kovy – https://www.instagram.com/kovy_gameballcz/
- Cestuje a fotí krásná místa
- Nenásilně prodává cestovní pojištění
- Hodně propojené s YouTube, kde je kampaň vedena primárně



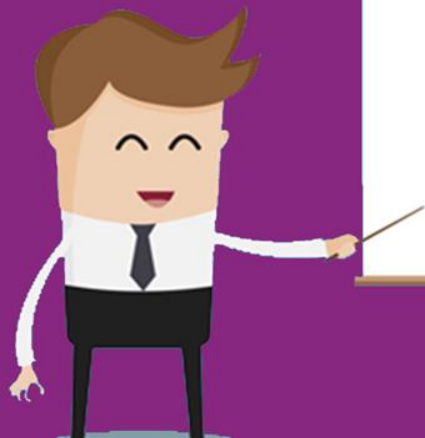


Instagram

Zajímavé odkazy

- www.obrazeni.cz => statistiky hashtagů
- www.top-hashtags.com => statistiky hashtagů
- www.later.com => alternativa plánovače příspěvků
- www.pro.iconosquare.com => statistiky zdarma
- www.sproutsocial.com => statistiky zdarma
- [https://www.popsugar.co.uk/tech/How-Repost-Instagram-41524875](https://www.popsugar.co.uk/tech/How-Repост-Instagram-41524875) => služby na repost příspěvků

YouTube



Obecně

- 4 600 000 českých uživatelů
- Druhý největší vyhledávač na světě => velice podceňovaný
- Patří Googlu => propojení s dalšími službami
- Druhá největší sociální síť v ČR
- Sociální síť pro minulost i budoucnost
- Video obsah je in => nejbližze skutečnosti
- Čím dál více mobilních přístupů

YouTube





YouTube

Základní pojmy

- Kanál
- Seznam videí
- Odběratel
- Shlédnutí
- Interakce
- Trendy
- Studio pro autory

Marketing na YouTube

- Firmy mají tři možnosti, jak využívat YouTube:
 - Tvořit vlastní obsah
 - Reklama skrze Google AdSense
 - Spolupráce s opinion leadery (YouTubers, celebrity)
- Strategie se určují na základě produktu/služby a testování
 - Jednorázová kampaň na podporu prodeje x dlouhodobý užitek
 - Máme unikátní obsah x nemáme co říct
 - Máme k dispozici kvalitní techniku x točíme jen amatérsky
 - Chceme odběratele x chceme zhlédnutí

YouTube





YouTube

Marketing na YouTubu

- Vše se dá propojovat do seznamů videí
- Všude jsou popisky a odkazy => dobré i pro SEO
- Video se dá jednoduše embedovat jinam
- Možnost přidávat interaktivních popisků a odkazů přímo do videa

Nastavení profilu

- Propojení přes účet G+
- Přidání nového kanálu
- Přidání dalšího správce
- Nastavení seznamů
- Nastavení “Upoutávky kanálu”

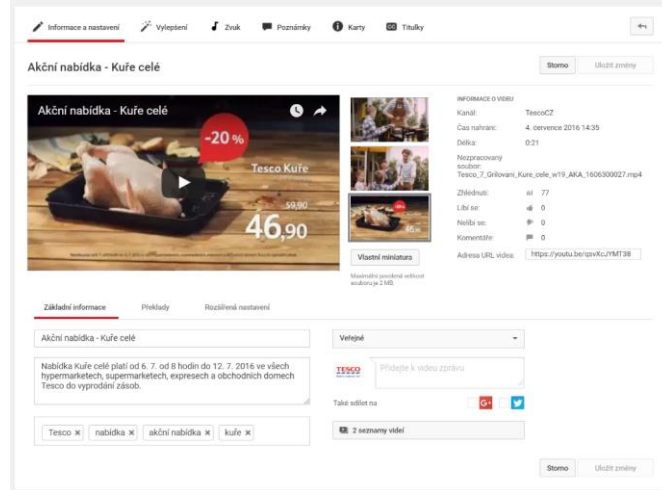
YouTube



YouTube

Nastavení videa

- Upload videa
- Základní informace:
 - Název videa
 - Popisek videa
 - Štítky
 - Viditelnost videa
 - Zařazení do seznamů
 - Náhledový obrázek



The screenshot shows the YouTube video settings interface for a video titled "Akční nabídka - Kuře celé". The video player shows a chicken with a "-20%" discount tag and a price of "46,90". The settings are organized into tabs: "Základní informace", "Příklad", and "Rozšířená nastavení".

Základní informace

- Název videa: Akční nabídka - Kuře celé
- Popisek videa: Nabídka Kuře celé platí od 6. 7. od 11 hodin do 12. 7. 2016 ve všech hypermarketech, supermarketech, expresích a obchodních domech Tesco do vyprodání zásob.
- Název videa: Tesco Kuře
- Popisek videa: 59,90 46,90
- Štítky: Tesco x nabídka x akční nabídka x kuře x

Rozšířená nastavení

- Vetěpě: Veřejně
- Právní upozornění: Přidejte k videu zprávu
- Také sdílet na: YouTube, Twitter
- Seznamy: 2 seznamy videí

INFORMACE O VIDEU

- Kanal: TescoCZ
- Čas nahrání: 4. srpence 2016 14:35
- Délka: 0:21
- Naznačovaný zdroj: Tesco_CZ_Ordovani_Kuře_celé_w19_AKA_160630027.mp4
- Zhlédnutí: 77
- Líbí se: 0
- Nelíbí se: 0
- Komentáře: 0
- Adresa URL videa: <https://youtu.be/gwKcZfMT28>



YouTube

Nastavení videa

- Rozšířená nastavení:
 - Komentáře
 - Věková omezení
 - Kategorie
 - Umístění videa
- Ostatní:
 - Vylepšení
 - Poznámky
 - Karty

Analytika

- Vždy analyzujeme:
 - Jednotlivá videa
 - Seznamy videí
- Důležité metriky:
 - Počet odběratelů
 - Počet interakcí
 - Počet zhlédnutí
 - Průměrná doba sledování
 - Průměrný zhlédnutý procentní podíl

YouTube



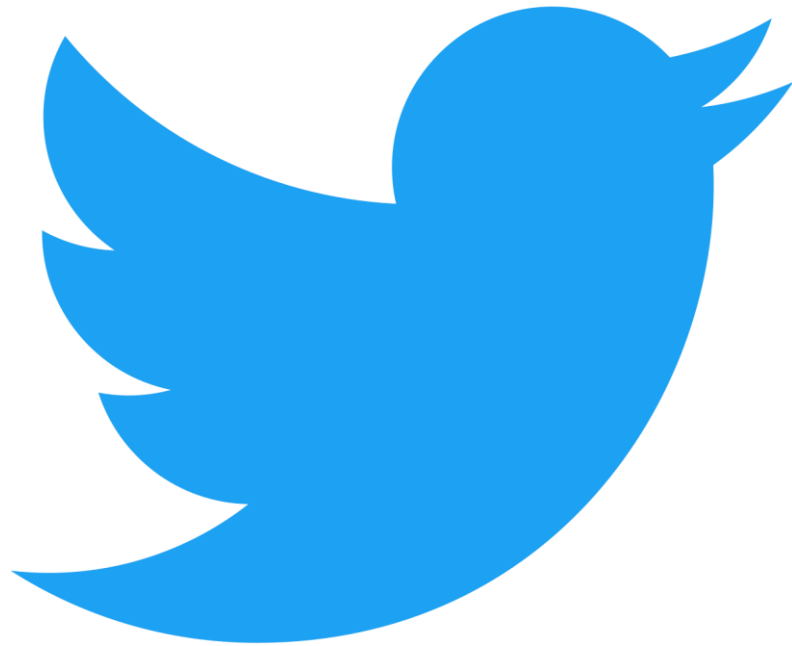


YouTube

Tipy a triky

- Komunikace s odběrateli
- Vybrané video
- Reklama kanálu
- Vodoznak
- Propojení s Google Analytics a Google AdWords
- Trends - www.youtube.com/trendsdashboard

Twitter



Úvod

- Využití
- Rychlý přehled o aktuálním dění (do 140 znaků)
- Všichni vidí vše - žádné omezení zobrazovaného obsahu uživatelům
- Customer care - ideální kanál pro rychlou komunikaci se zákazníky
- # fungují jako identifikátor tématu
- Rychlý informační kanál
- Myslíme mobilně - 80 % přístupů



Twitter



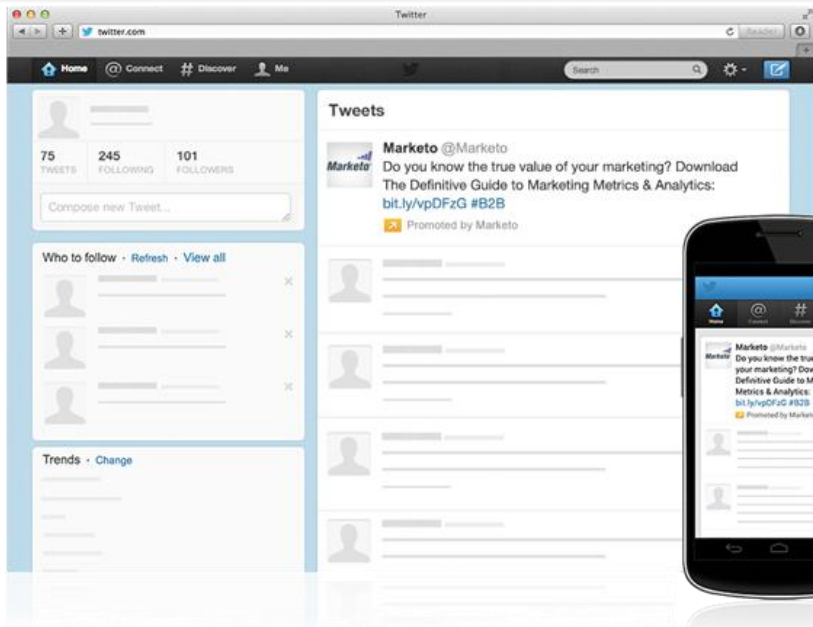
Twitter

Propagace

- Tweet
- Trend
- Account
- Cíle (video, leady)

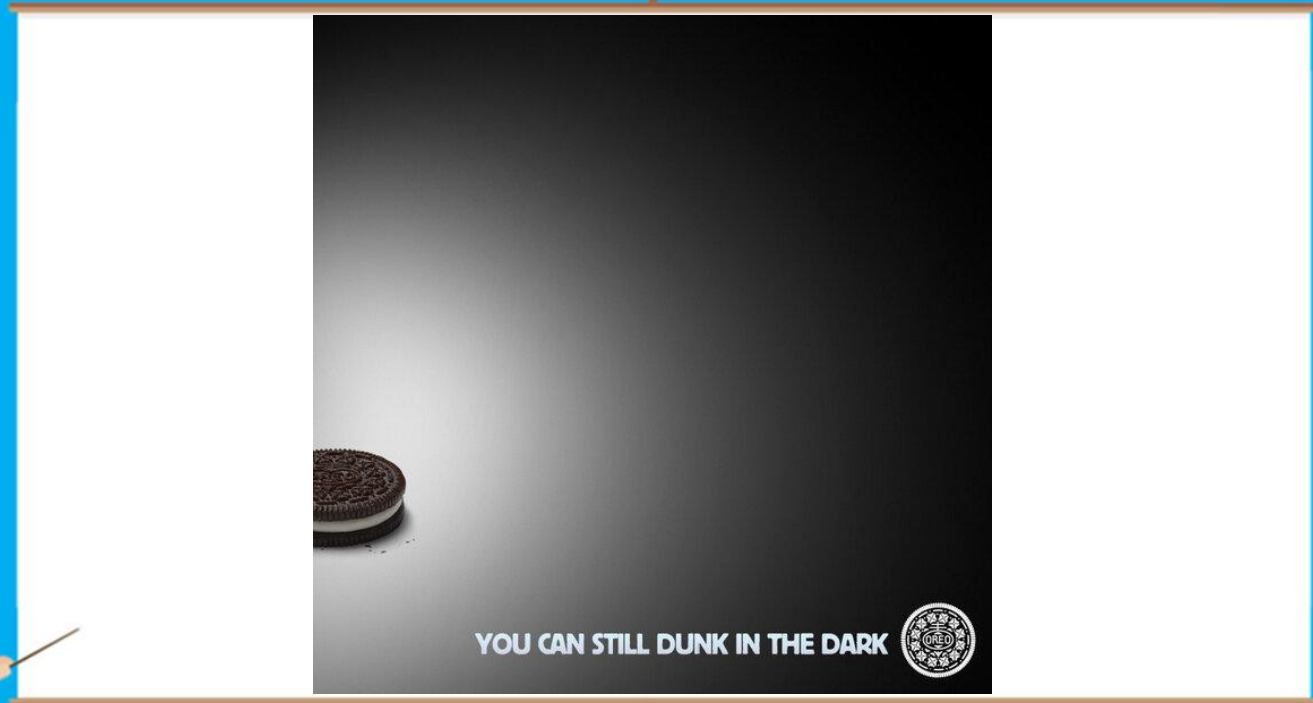
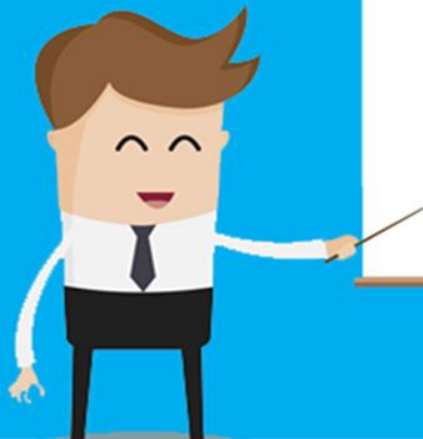
Propagovaný Tweet

Twitter



Twitter

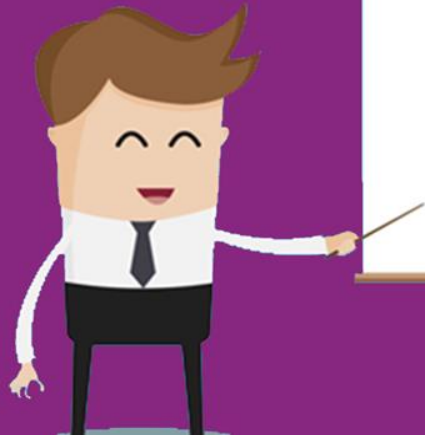
Real time



YOU CAN STILL DUNK IN THE DARK



LinkedIn



Obecně

- Profilován jako sociální síť pro profesionály
- Data o uživateli obsahují kromě základní demografie i informace o zaměstnání
- Identifikování a cílení komunikace na profesně profilovanou cílovou skupinu
- Kontinuální růst a časté úpravy profilů ze strany uživatelů z něj dělají silnou platformu

LinkedIn





LinkedIn

Obecně

- Stále roste
- Vytvořili Newsfeed
- Sofistikované CRM (emailing, notifikace, aplikace)
- Nebe pro B2B, ale i HR
- Koupili slideshare
- Microsoft koupil je

Statistiky

+3
MILLION
BUSINESSES
HAVE LINKEDIN
COMPANY PAGES

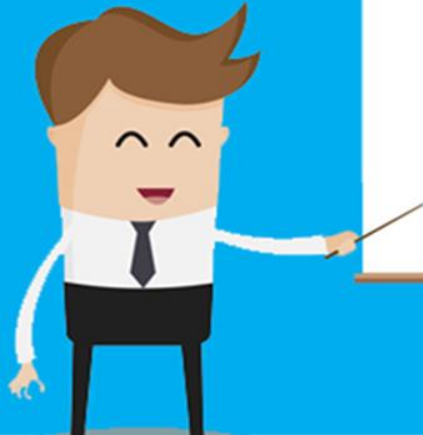
LINKEDIN DRIVES
MORE
TRAFFIC 
to corporate websites & blogs
THAN ANY OTHER SOCIAL NETWORK

LinkedIn



LinkedIn

Co firmy na LinkedInu dělají?



Obecně

2015 LinkedIn™ Stats - Growing

- LinkedIn has over 350 million members
- Average user has 240 "Connections"
- One degree from over 35,000 "Trusted Connections"
- Two degrees from over 3,200,000 "Trusted Connections"
- 160 million unique visitors a month
- 1 million new members added per week
- 17.8 million members belong to groups
- 1.2 million comments and posts to groups weekly
- 2 billion people searches annually
- 2 million companies have a company page

LinkedIn

OVER 1,000 to 1

LinkedIn





LinkedIn

Co funguje?

- Nepřemýšlejte o LinkedInu jako síti pro cloudové uložení CV
- LinkedIn investuje do rozšiřování služeb a reklamních možností
- Reklama je velmi drahá - nutný pohled na cenu za cílený zásah
- inShare button (sociální plugin, který umožňuje sdílení z webu/aplikace do platformy LinkedIn)

LinkedIn business page

- LinkedIn business page:
 - Má svůj newsfeed a může vytvářet obsah
 - Obsah se pak může propagovat
 - Zaměstnanci propojení se stránkou
 - Obsah se pak může šířit pulse platformou

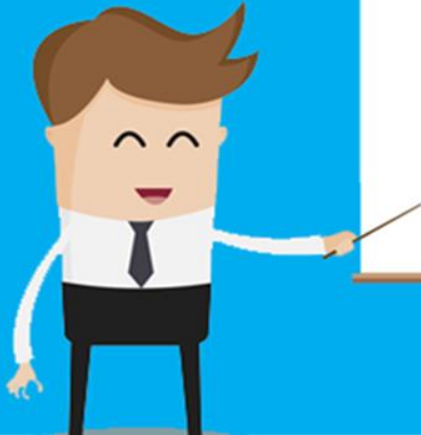
LinkedIn



LinkedIn

Jak cílit reklamu?

- Možnosti cílení:
 - Geografické
 - Věk, pohlaví
 - Název společnosti
 - Segmenty a specializace společností
 - Počet zaměstnanců
 - Pozice a typ (CFO / Poštovní služby)
 - Seniorita



Obecně

LinkedIn

Publishing on LinkedIn: how it works

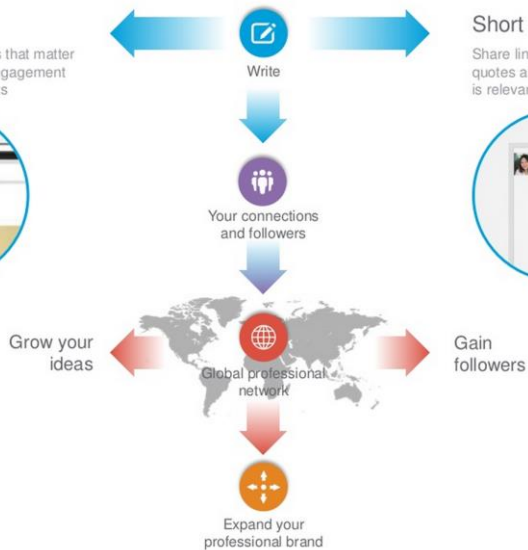
Long form

Deep dives on topics that matter to you, and watch engagement build in the comments



Short form

Share links, articles, images, quotes and other content that is relevant to your followers





LinkedIn

Co funguje?

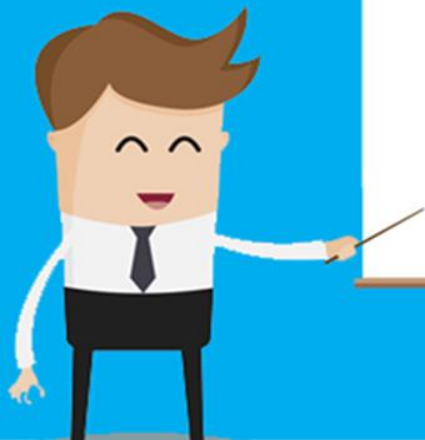
- Sponzorovaný obsah (publikované vs klasická display reklama)
- inMail (samostatně i jako součást placených profilů)
- Placený profil (premium vs social selling)
- Lead accelerator platforma
- Recruiter

LinkedIn



LinkedIn

Sales navigátor



Pinterest



Obecně

- 150 000 českých uživatelů
- Sociální síť pro ženy - 80 %
- 90 % přístupů je z mobile
- Sociální síť pro budoucnost
- Hlavním cílem je INSPIRACE
- Feed pinů od sledovaných profile
- Tvorba vlastních tematických nástěnek z Pinů
- Úplně jiný přístup => 84 % času pinování

Pinterest





Pinterest

Co funguje?

- Nejoblíbenější témata:
 - Jídlo a pití
 - Zdraví a krása
 - Příroda
 - Bydlení a design
 - Móda a umění
 - Sport a fitness
 - DIY
 - Citáty
 - Marketing

Co funguje?

- Hlavní marketingové možnosti:
 - Tvorba vlastních nástěnek => edukace nebo inspirace v oboru
 - Soutěže repinováním
 - Sdílení cizích Pinů => aktivní community management
 - Reklama na Pinterestu => zatím jen pro Ameriku a Británii
 - Dosah
 - Engagement
 - Proklik na web



Pinterest



Pinterest

Co funguje?

- Cinematic Pins =>
https://www.youtube.com/watch?time_continue=13&v=f5h1vNhoDig
- Prodej přímo přes Pinterest => Tlačítko “Buy it” -
<https://business.pinterest.com/en/buyable-pins>
- Rich Pins => více místa, více informací, přímo z našeho webu
- Tvorba infografik

Co funguje?

- Každý Pin funguje jako odkaz => je možno generovat leady
- Super pro SEO
- Piny přímo z webu
- Možnost embedovat Nástěnky nebo Piny
- Základní analytické možnosti pro vyhodnocování obsahu - <https://analytics.pinterest.com/>

Pinterest





Pinterest

Založení profilu

- Business account - <https://business.pinterest.com>
- Velikost fotek:
 - Profilová - 165 x 165 px
 - Cover fotka - 217 x 147 px
 - Pin ve feedu - 238 x yyy px
 - Zvětšený Pin - 735 x yyy px
- Důležitá je struktura nástěnek - největší pozornost mají první 2 sloupce
- Cover fotka každé nástěnky

Založení profilu

- Verifikace účtu:
 - Logo u každého Pinu
 - Prokliknutelný odkaz
 - Více analytických možností
 - Větší zvýraznění stránky ve vyhledávání
- Předpřipravený inspirativní obsah
- Důležité jsou i nebrandové okolní zájmy

Pinterest



Instagram

Zajímavé odkazy

www.bit.ly/ZajímavéOdkazy

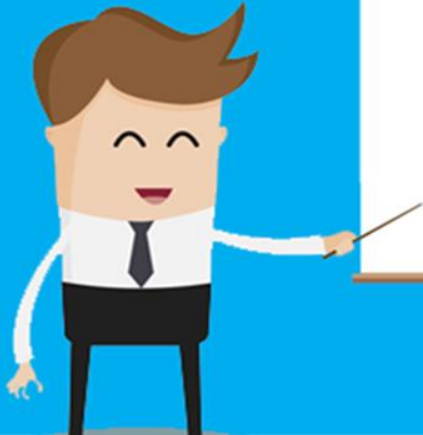
www.bit.ly/ZajímavéZdroje



Instagram

Soutěž

www.Kahoot.it



Reference

TESCO

O₂

LANCÔME
PARIS

EVROPA 2

ODS

Ulož.to

GIORGIO ARMANI

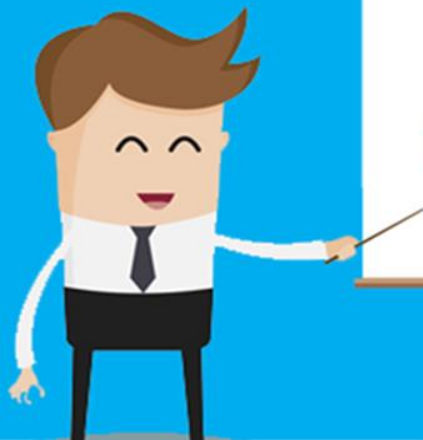
HANÁCKÁ
1854
TYSELM

dpd

BAYER

BIOThERM

ČERNÁ HORA
1854



Kontakty

Ondřej Macků

- Email - ondrej.macku@gmail.com
- Telefon - +420 730 854 510
- LinkedIn - <https://www.linkedin.com/in/ondrejmacku>
- Na volné noze - <http://navolnenoze.cz/prezentace/ondrej-macku/>

