

STARTINGUP

ZÁŘÍ/ŘÍJEN 2018 | 5. ROČNÍK

NA VLASTNÍCH NOHÁCH



♥ 300 000 Kč PRO VÍTĚZNÝ PROJEKT

**ZÍSKEJTE GRANT NA SVŮJ
PODNIKATELSKÝ NÁPAD**



REÁLNÁ BANKA PRO REÁLNÝ ŽIVOT

LEAN CANVAS

NÁŠ ZÁKAZNÍK, NÁŠ PÁN

JAK NA SOCKY

FACEBOOKEM TO NEKONČÍ

FIREMNÍ KULTURA

VŠICHNI NA STEJNÉ LODI

JAK NA SOCKY

DÍL 4: FACEBOOKEM TO NEKONČÍ - KTERÉ SÍTĚ VYUŽÍT K PROPAGACI?

„NENÍ HANBOU ČESTNÝ NEÚSPĚCH, ALE STRACH Z NEÚSPĚCHU.”

HENRY FORD



Řekne-li se „sociální sítě“, většině lidí pravděpodobně okamžitě vytane na mysli Facebook, nebo možná Instagram. Sociálních sítí je ale nepřeberné množství, a proto se tentokrát podíváme na to, jaké další sítě můžete využít při propagaci vašeho podnikání nebo značky.

VELKÁ TROJKA – FACEBOOK, YOUTUBE A INSTAGRAM

Facebook je (asi nepřekvapivě) největší sociální síť, kterou u nás v ČR používá měsíčně okolo 5,1 milionu uživatelů¹. Pro firemní propagaci je také velmi dobře uzpůsoben, nabízí velké množství reklamních formátů, firemní stránky, skupiny a další možnosti propagace. Jeho výhodou je v tom, že zde díky obrovskému počtu uživatelů zasáhnete prakticky kohokoliv, na koho se rozhodnete cílit. Možnosti zacílení jsou navíc velice pestré a své sdělení tak můžete velmi přesně zaměřit na ty, pro které bude skutečně relevantní. Navíc zde na propagaci nepotřebujete žádný závratný rozpočet.

Druhou příčku co do počtu měsíčně aktivních uživatelů pak u nás v Česku drží YouTube se 4,9 miliony uživatelů². Zde už nejsou možnosti pro firmy tolik rozmanité jako u Facebooku, můžete zde ale taktéž

dělat reklamní kampaně a vybírat si z mnoha reklamních formátů. Zde ale kromě rozpočtu na podporu musíte počítat i s rozpočtem na tvorbu profesionálně vypadající videoreklamy, což u malých značek bývá často kámen úrazu.

Trojka na českém trhu, Instagram, patří Facebooku a možnosti placené reklamy jsou zde velmi podobné jako u tohoto modrého giganta.

V České republice údajně Instagram používá kolem 2,2 milionu měsíčně aktivních uživatelů³. Zároveň se jedná o nejprogresivněji rostoucí sociální síť. Instagram je pro propagaci vaší značky vhodný hlavně v případě, že máte hodně vizuální produkt nebo jste schopni tvořit zajímavý vizuální obsah. Díky nově spuštěné platformě IGTV, kam se dají nahrát až hodinová videa, se dá dobře použít i pro audiovizuální obsah.

LINKEDIN A TWITTER ZAOSTÁVAJÍ

Profesionální síť LinkedIn má v ČR údajně okolo 1,4 milionu uživatelů⁴ – čísla ale nehovoří o měsíčně aktivních uživatelích jako u ostatních sítí, ale o počtech účtů. Na přelomu let 2016 a 2017 koupil LinkedIn Microsoft a stále není úplně jasné, kam se bude síť dále ubírat. LinkedIn sice nabízí možnost založit si firemní stránku, možnosti u osobních účtů jsou ale zdaleka pestřejší než na stránce

VYHRAJTE 300 000 Kč NA ROZJEZD PODNIKÁNÍ

a většina firem tedy proto na LinkedIn působí spíše prostřednictvím osobních profilů svých manažerů, CEOs a dalších členů managementu. Stejně tak i nově představené funkce LinkedInu bývají všechny zaměřené na osobní profily a stránky firem jsou v tomto případě spíše opomíjeny. Na této síti taktéž můžete spouštět kampaně, zde ale počítejte s tím, že už budete muset sáhnout poněkud hlouběji do kapsy.

Twitter je sociální síť, která tak trochu neví co se sebou a celosvětově spíše stagnuje. Počty uživatelů raději nezveřejňuje, ale v ČR má údajně okolo 400 000 uživatelů⁵. Hojně ho u nás využívají novináři pro hledání a získávání nových informací, proto se dá poměrně dobře využít pro tento účel. Jde ale spíše o menší, okrajovější sociální síť, kde můžete najít různé profesní skupiny (marketéry, ajťáky apod.), ale nezasáhnete zde masové publikum tak jako třeba na Facebooku.

Ještě se krátce zmíním o Pinterestu, který u nás má údajně pouze 200 000 uživatelů⁶. Tato síť slouží víceméně jako taková nástěnka pro inspiraci a nápady. Každý uživatel si zde může založit své vlastní tematické nástěnky a připínat si na ně obrázky a videa, která ho zaujmou.

Oproti převládajícímu dojmu, že zde nejvíce frčí svatby, bytové doplňky a podobné „holčičí“ záležitosti má



ale Pinterest co nabídnout i mužům, kteří zde nacházejí inspiraci pro DIY projekty; najdete tu ale i inspiraci pro grafiku či webařinu, návody na práci s nejrůznějším softwarem a tak dále. Pinterest navíc také stále přidává další možnosti pro firmy, jako je možnost přidávat k pinům cenu a proklik do e-shopu, pokročilejší analytika, reklamy a podobně. Máte-li tedy možnost tvořit okolo své značky inspirativní obsah a cílíte-li i na mezinárodní publikum (protože český rybníček je na Pinterestu zatím ještě poměrně malý), může být tato síť pro vás zajímavou volbou.

GEOLOKAČNÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ A RECENZE

Pomalu se teď přesuneme k několika skupinám sociálních sítí, které jsou určeny konkrétnímu účelu. Jednou z nich jsou takzvané geolokační sociální sítě, které využívají lokality uživatele a umožňují tak uživatelům například hodnotit restaurace či další podniky v okolí. U těchto sociálních sítí je proto pro propagaci vaší značky, respektive podniku, klíčové nezapomínat na komunikaci s lidmi, řešit pochvalné i kritické recenze a lidem se na těchto sítích věnovat. Právě díky tomu můžete s jejich pomocí snadno zazářit mezi konkurencí.

Určitě vám asi nemusím představovat vůdce tohoto oboru, sociální síť TripAdvisor. Ta slouží především turistům, kteří pomocí ní hledají hotely, restaurace, bary či památky v místě, kam jedou. Kromě zaregistrování vlastního podniku (nebo nárokování si již existujícího záznamu) zde můžete také dělat i placené kampaně, TripAdvisor také zasílá podnikům s převahou pozitivních recenzí certifikáty k zarámování a nálepky na dveře. Tato sociální síť je uznávaná prakticky po celém světě, takže zvlášť podnikáte-li v cestovním ruchu nebo pohostinství, neměli byste ji podceňovat.

Dalšími zástupci této kategorie je například Foursquare a Swarm. Tyto aplikace bývaly dříve jedna, od rozdělení slouží Foursquare pro hodnocení podniků a Swarm pro nahlašování polohy (check-iny) v nich. I zde si můžete zaregistrovat/nárokovat svou firmu a psát jejím jménem tipy či tvořit seznamy míst nebo dělat placené reklamy, nemáte tu ale možnost reagovat na uživateli zveřejněné recenze. Celkově jsou tyto dvě sítě spíše menší a v ČR je již používá pouze hrstka uživatelů.

Podobně je na tom i Yelp, konkurence TripAdvisoru, jejíž hlavní misí bylo ne sdružovat recenze od turistů jako TripAdvisor, ale soustředit se spíše na místní. Tedy jste-li někde jako turista a chcete vědět, co doporučují

ZÍSKEJTE GRANT NA SVŮJ PODNIKATELSKÝ NÁPAD

místní, podívejte se na Yelp. Narozdíl od ostatních sociálních sítí tak Yelp v každé zemi, kde byla síť aktivní, měl svého zaměstnance, community managera, který měl za úkol budovat tamější komunitu, organizoval události ve spolupráci s podniky a celkově pracoval na rozšiřování Yelpu online i offline. Bohužel však Yelp od tohoto postupu v roce 2016 upustil a rozhodl se soustředit více na svou domovinu USA, takže všechny community managery propustil a česká komunita, založená v roce 2013, tak spíše chřadne.

Na českém trhu ale nalezneme také přímo české sítě pro pohostinství, jako je Zomato nebo Restu.

Do byznysu těchto geolokačních sítí ale pomalu vstupuje také Google se svými Místními průvodci. Přes aplikaci Google Maps umožňuje uživatelům také hodnotit prakticky jakékoli body zájmu, které jsou v mapách uvedeny. Pro firmy je tedy hodně důležité registrovat se do Google My Business a vytvořit si firemní zápis v Google Mapách. Jen pozor – pro ověření vyžaduje Google zadání kódu, který vám může poslat poštou nebo zavolat telefonem. Radši nezkoušejte zasílání poštou, protože kódy dlouhodobě nechodí nebo jsou po cestě poztráceny. Raději vždy ověřujte e-mailem nebo telefonicky.

Spolu s registrací v Google My Business vám Google zpravidla založí

také profil na Google+. Tento pokus o sociální síť je ale podle mého názoru spíše nad hrobem, nemá téměř žádné aktivní uživatele a proto se pro značku či podnik nevyplatí do tvorby obsahu na této platformě vkládat jakýkoliv čas.

SOCIÁLNÍ SÍTĚ PRO PROFESNÍ SKUPINY

Další sortou sociálních sítí jsou ty nějakým způsobem specializované – například sociální sítě pro grafiky jako je Behance nebo Dribbble, kde si mohou grafici, designéři, fotografové či UXáci vytvořit své portfolio, získávat zpětnou vazbu od zkušenějších kolegů nebo také získávat nové zakázky a klienty. Tato možnost je zajímavá zvláště pokud jste grafik/designér či designerské studio a rádi byste získali mezinárodní klientelu.

Mám-li jmenovat další profesně zaměřené sociální sítě, může to být například GitHub, zaměřený na softwarové inženýry. Na svůj profil zde mohou vývojáři ukládat kód, který napsali, diskutovat nad ním, získat od kolegů pomoc či radu a podobně. Pokud tedy pracujete v tomto oboru, může pro vás být GitHub skvělým nástrojem, kde ukázat své know-how a zkušenosti. Podobně může fungovat i sociální síť StackOverflow, která je vlastně takovým fórem pro odborníky z IT, kde mohou pokládat otázky a získávat na ně odpovědi od znalců

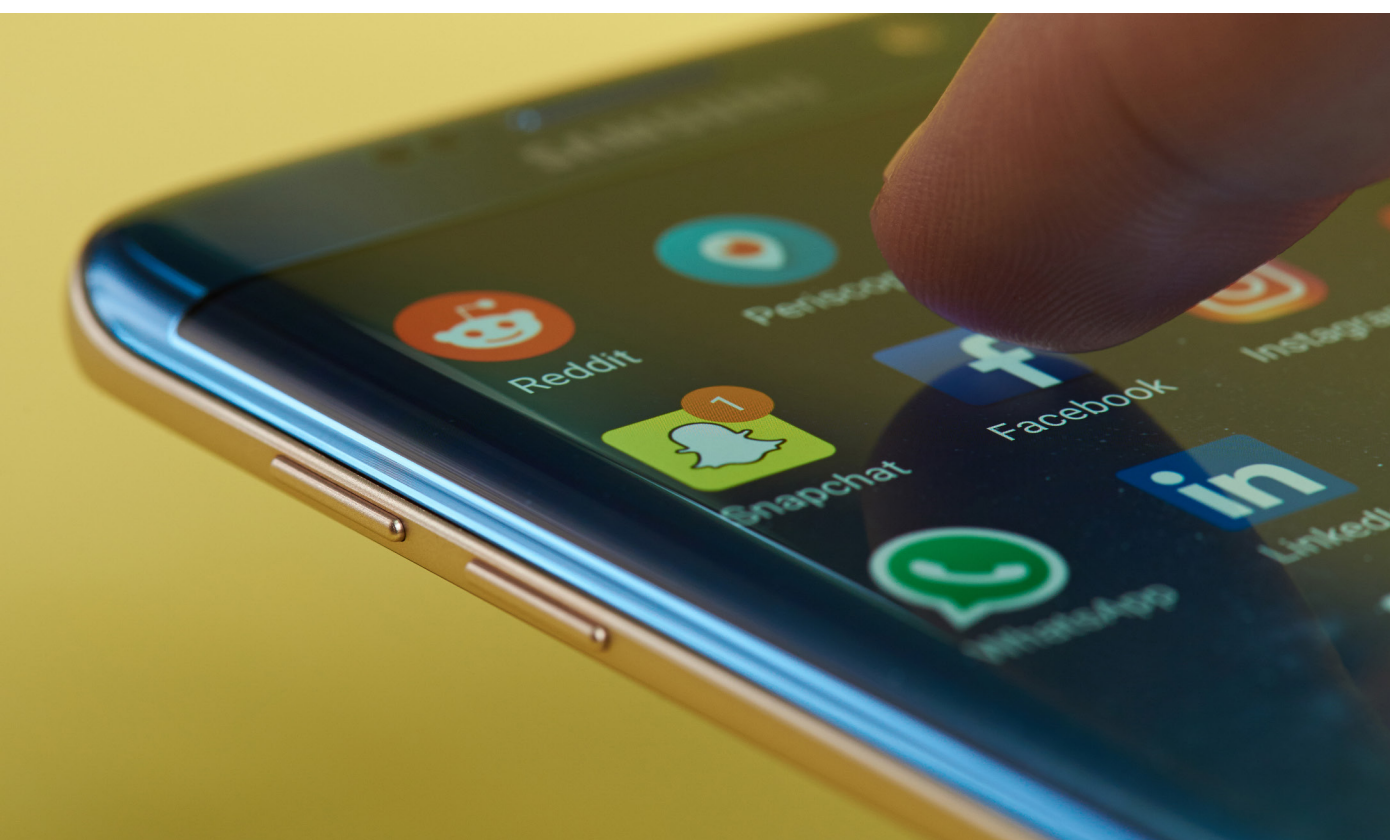
z oboru. Na podobném principu pracuje také Quora, která ale není zaměřená jen na IT, ale pokrývá velmi široké spektrum dotazů a know-how.

Na trh se sociálními sítěmi teď vstoupila také úplně nová aplikace pro všechny možné kreativce, která má název Daisie. Za touto aplikací stojí herečka Maisie Williams, kterou můžete znát jako Aryu Stark ze seriálu Hra o trůny. Aplikace má sloužit jako „hřiště pro kreativní spolupráci“, je ale ke stažení teprve několik týdnů a vstup do ní je na pozvánky, takže zatím těžko říct, zda se jí podaří udělat do světa sociálních sítí díru, nebo ne.

CROWDFUNDINGOVÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Poslední ze skupin sítí, kterou zde zmíním, jsou sociální sítě umožňující komunitě, aby vás finančně podpořila. Nejznámější crowdfundingovou sítí je Kickstarter, stejně funguje také IndieGoGo, na českém trhu máme Startovač nebo HitHit. Máte-li dobrý nápad, který si myslíte, že by se mohl líbit i dalším lidem, můžete tedy zkusit spustit kampaň na některém z těchto serverů a vybrat tak peníze od těch, které vaše myšlenka také nadchne. V případě, že ale nenaplníte stanovenou cílovou částku, peníze se všem lidem vrátí a vy nedostanete nic.

Na podobném principu funguje také síť Patreon, která získává popularitu



hlavně mezi YouTubery a podobnými tvůrci obsahu. Pokud si vytvoříte profil na této síti, uživatelé, kteří mají rádi obsah, který tvoříte, vám mohou přispět drobným obnosem a nebo vám mohou posílat malou částku každý měsíc. Přes Patreon pak můžete například zpřístupňovat speciální VIP obsah jen pro ty, kdo vás podporují, diskutovat s nimi o tom, co by chtěli dál vidět a podobně. Je to tedy jakási vylepšená podoba služby Flattr, která fungovala před pár lety tak, že jste si mohli na web přidat tlačítko Flattru a lidé vám přes PayPal mohli zaslat malou částku. Flattr se ale alespoň v ČR reálně nikdy moc neuchytil, a stejně tak i Patreon jsem zatím zaznamenala hlavně u zahraničních tvůrců.

Jak je nejen z tohoto článku patrné, sociálních sítí je nepřeberné množství. Pokud tedy začínáte s propagací své značky nebo podniku nebo se chystáte vstoupit na nový trh, s nímž nemáte příliš mnoho zkušeností, doporučuji se určitě obrátit na zkušenější kolegy, kteří vám budou schopni poradit, co jim fungovalo a co ne. Pro tento účel vám mohou skvěle pomoci Facebook Skupiny – stačí trochu zapátrat a věřím tomu, že nějakou skupinu místních z oboru najdete. Získáte tak hodně důležitý náhled, který vám může pomoci neplýtvat časem na něco, co nefunguje. ■

KLÁRA MOUCHOVÁ



Klára Mouchová se věnuje marketingu na sociálních sítích od roku 2012. Za tu dobu spolupracovala jak s malými místními podniky, tak s akademickou sférou, neziskovkami i velkými firmami jako je například Kofola, Nestlé, Philips ČR nebo SAZKA. Od podzimu 2016 pracuje jako správce sociálních sítí na volné noze.

Kromě trvalé správy profilů či kampaní pro své klienty poskytuje Klára také školení a konzultace.

Na její stránce www.jaknasocky.cz najdete každý den nový tip, jak na efektivní správu a používání sociálních sítí.

Kontaktovat ji můžete na e-mailu klapi@klapi.cz.

PŘIDEJTE SE!

K FACEBOOKOVÉ SKUPINĚ
ZAČÍNÁJÍCÍ PODNIKATELÉ
A PODNIKATELKY