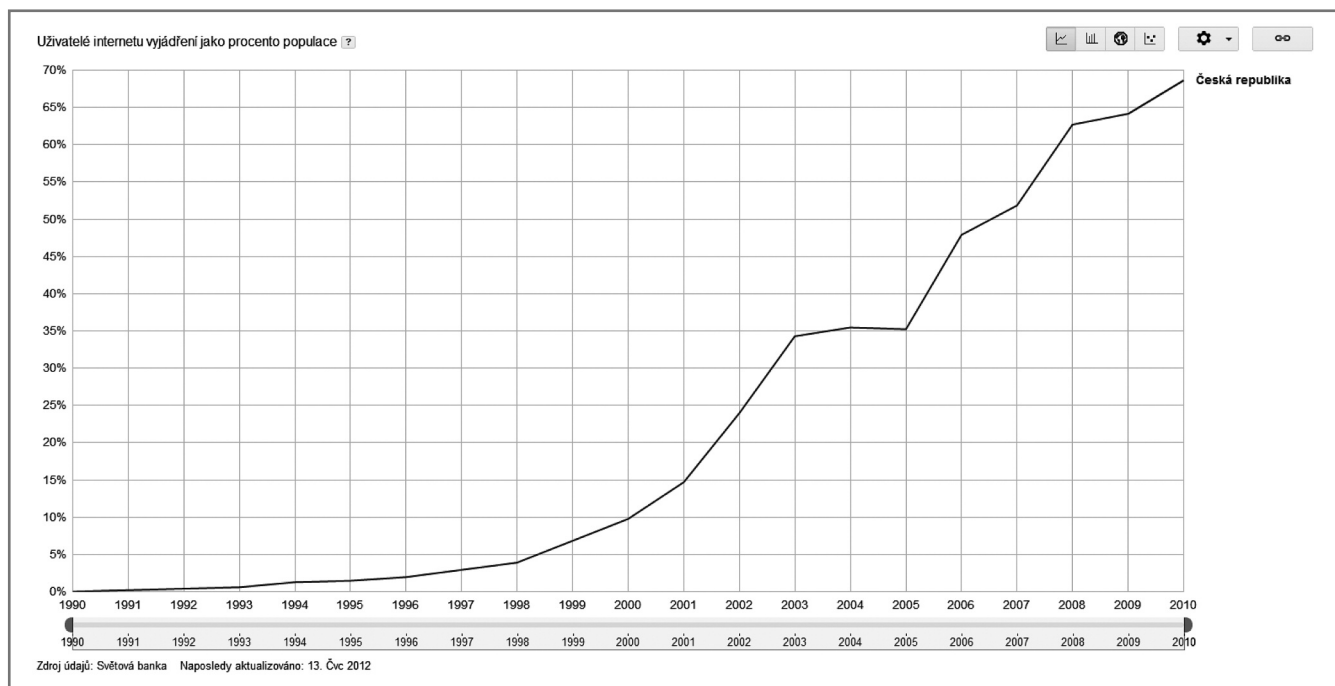


## Firmy v sociálních sítích

Sociální sítě tvoří páteř komunikace internetové populace. Zpravodajské servery implementovaly prvky sociálních sítí do svých článků. Velice často najdete místo klasických komentářů sociální plugin pro Facebook komentáře a už zažitým standardem je možnost dát článku „Líbí se mi“ na Facebooku nebo „+1“ na Google+. Weby si uvědomují sílu sociálních sítí, a proto u každého portálu najdete možnost sdílet články na Facebook, Twitter nebo Google+. Pokud sečteme počty českých uživatelů sociálních sítí<sup>1</sup>, dostaneme se k číslu více než 4 200 000 uživatelů. Což z celkového počtu uživatelů internetu (7 238 774 uživatelů<sup>2</sup>) činí 58%. Ano, téměř 60% uživatelů internetu využívá sociálních sítí a tento nárůst bude nadále pokračovat.



Obr. 1 Uživatelé internetu vyjádření jako procento populace a jejich nárůst v čase

Ani v porovnání se sousedními státy nijak zásadně nezaostáváme. Proto je třeba se zamyslet, zdase pro firmy vyplatí být na sociálních sítích (obr. 2).

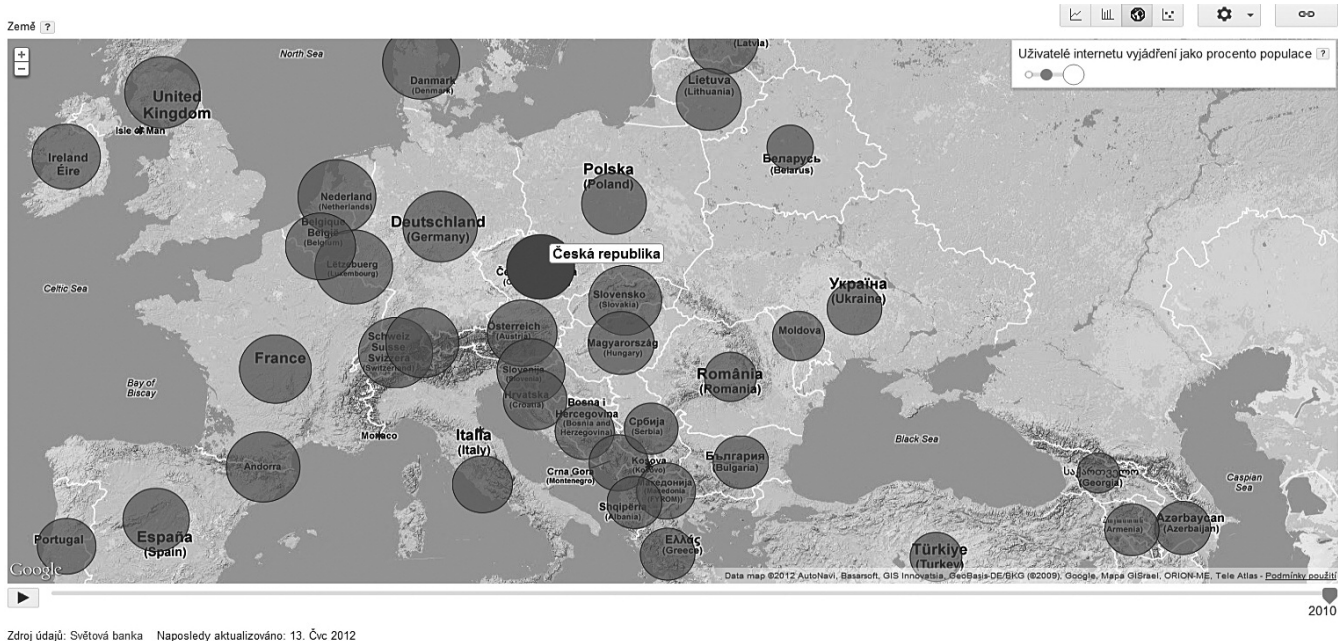
### Sociální sítě nejsou prodejní kanál

První, co bychom měli vědět, je, čím mohou být sociální sítě pro nás přínosné. Přivádí na váš web návštěvníky ze sociálních sítí a vytváří určité povědomí o vaší firmě na sociálních sítích. A tady z toho plyne první otázka, kterou by si měl každý majitel webu položit. Jsou pro můj obchod a návratnost investic důležité návštěvníci z internetu a sociálních sítí? Pokud je odpověď ne, je vaše aktivita na sociálních v takovém případě zbytečná.

Stejně tak je třeba si uvědomit, že sociální sítě nejsou prodejní, ale marketingový kanál. Přes Facebook nebo Twitter neprodáte, ani neuskutečíte objednávku. Rozhodně ale můžete zaujmout, a to až tak, že lidé začnou chodit na váš

<sup>1</sup> Slideshare: Optimalizace profilu a obsahu sociálních sítí nejen pro vyhledávače. Pavel UNGR. H1.CZ. *Upload & Share PowerPoint presentations and documents* [online]. 2012. vyd. Praha: H1.cz, 2012 [cit. 2012-07-20]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/PavelUngr/optimalizace-profilu-a-obsahu-sociálních-st-nejen-pro-vyhledvae>

<sup>2</sup> World Development Indicators: Uživatelé internetu vyjádření jako procento populace. GOOGLE. *World Development Indicators (ukazatele světového rozvoje) - Průzkumník veřejných údajů Google* [online]. 2012. vyd. 2012, 201207-13 [cit. 2012-07-20]. Dostupné z: [http://www.google.cz/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9\\_&met\\_y=it\\_net\\_user\\_p2&idim=country:CZE&dl=cs&hl=cs&q=po%C4%8Det+u%C5%BEivatel%C5%AF+internetu#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nslm=h&met\\_y=it\\_net\\_user\\_p2&scale\\_y=lin&ind\\_y=false&rdim=country&idim=country:CZE&ifdim=country&tstart=648424800000&tend=1279576800000&hl=cs&dl=cs&ind=false](http://www.google.cz/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&met_y=it_net_user_p2&idim=country:CZE&dl=cs&hl=cs&q=po%C4%8Det+u%C5%BEivatel%C5%AF+internetu#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nslm=h&met_y=it_net_user_p2&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=country&idim=country:CZE&ifdim=country&tstart=648424800000&tend=1279576800000&hl=cs&dl=cs&ind=false)



Obr. 2 Porovnání uživatelů okolních internetu v okolních státech

web, budou objednávat a doporučovat dalším. To, že hybnou silou uskutečněného prodeje je pozitivní reference, asi není třeba opakovat. Sociální sítě si toto silně uvědomují a je jim jasné, kde mají svou sílu. Největší slovenský e-shop s knihami Martinus.sk si ověřil<sup>3</sup>, že uživatelé twitteru více nakupují a vyskytují se tam opravdu vlivní lidé, kteří mohou pozitivně i negativně ovlivnit vaši cílovou skupinu.

**Titulek**

Homeopatická poradna Modrý had

**Popisek**

Úvod Homeopatická poradna Modrý had poskytuje své služby klientům v Praze. Jmenuji se Jana Balušíková a jsem klasický homeopat, absolvent Homeopatické fakulty Brno. Nabízím poradenství a homeopatickou léčbu i pomocí Bachových květových esencí nebo tkáňových solí. Poskytují pomoc i vašim zvířátkům.

Otevírací doba	Pondělí	9:00–17:30
	Úterý	9:00–17:30
	Středa	9:00–17:30
	Čtvrtek	9:00–17:30
	Pátek	9:00–17:30

Webové stránky [www.modryhad.cz](http://www.modryhad.cz)

**Další odkazy**

- Homeopatická poradna Modrý had na Facebooku
- Homeopatická poradna Modrý had na Twitteru
- O homeopatii
- Veterinární homeopatie
- Přednášky nejen o homeopatii
- Kurz homeopatie (nejen) pro rodiče 2012

**Firmy - stránky**

[www.modryhad.cz](http://www.modryhad.cz)

**POLEČNÉ KONTAKTY: 1**

**Další odkazy**

1 V JEJICH KRUIZICH

Homeopatická l... [Sledovat](#)

Obr. 3 Analýza klíčových slov

<sup>3</sup> Mediář: Osm doporučení jak komunikovat na Twitteru. In: UNGR, Pavel. Mediář: Denně o médiích, reklamě a marketingu [online]. 2012, 2012-07-09 [cit. 2012-07-20]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/osm-doporuceni-jak-komunikovat-na-twitteru/>

## Vyberte si správně

Nelze všechny sociální sítě hodnotit stejným způsobem a totožně na nich komunikovat. Rovněž se nedá ani říci, že pro každý web jsou vhodné všechny sociální sítě stejně. Je třeba poznat vaši cílovou skupinu, zjistit, jak přemýšlí a co na ně může zapůsobit nejvíce. Jestli vybrat masový Facebook, obchodně, marketingově a technologicky více zaměřený Twitter nebo spíše vizuální Pinterest a Instagram. Tohle jsou všechny otázky, které si správný marketér musí klást a bez odpovědí nelze marketing na sociálních sítích realizovat. Poznejte své zákazníky, zjistěte, co a jak chtějí, jak spolu komunikují a co se jim líbí.

## Oslovte správné lidi

Pokud už jste na sociálních sítích, cílem je oslovit ty, kteří vás ještě neznají, a udržet lidi, které vás už znají. Proto je dobré mít správnou obsahovou strategii, která vychází z analýzy klíčových slov. Analýza klíčových slov je hodně inspirovaná důsledným poznáním oboru webu i cílové skupiny. Na základě toho pak zjistíte, co vaše cílová skupina hledá a co už není středem jejího zájmu. Každý web, každý profil na sociální síti by takovou analýzu měl mít zpracovanou, protože se od ní odvíjí jak obsahová strategie, tak celá strategie online marketingu.

Z analýzy vám vzejdou základní vzory i skupiny klíčových slov, které je pak nutné implementovat jednak do vašeho profilu sociální sítě, ale také se jimi inspirovat ve vašich příspěvcích.

Stejně tak je třeba si uvědomit, že ačkoliv sociální sítě jsou marketingový kanál, je třeba psát pro lidi, pro živé bytosti a ne s důrazem na klíčová slova a marketing. Proto nikdy nepište žádné SEO texty, ale piště tak, abyste zaujali a sdělovali věci zásadní s ohledem na vaši cílovou skupinu.

## Co dělat na sociálních sítích v bodech

1. Zjistěte, zda sociální sítě potřebujete.
2. Poznejte vaši cílovou skupinu.
3. Vyberte správnou sociální síť.
4. Vytvořte analýzu klíčových slov.
5. Vytvořte obsahovou strategii.
6. Piště pro lidi.
7. Zaujměte!

**Pavel Ungr**

*pavel.ungr@bloxxter.cz*

