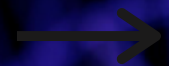


MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC

Digitální marketing

SOCIÁLNÍ SÍTĚ A JEJICH VYUŽITÍ V MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI



Facebook

- Relevantní dle zásahu, nejširší spektrum aktivit
- Široká škála formátů
- Obrázky
- Video
- 360 videa
- Ankety
- Stories
- Význam skupin (namísto feedu)
- Customer care – možnost psát na messengeru
- Nejpropracovanější reklamní systém



Instagram

- Mladší generace – 18-34 let
- Zcela vizuální platforma
- Velký boom Stories, Reels – pro mnoho uživatelů primární kanál
- Stejné možnosti cílení a retargetingu
- Funkční hashtagy – na rozdíl od Facebooku



LinkedIn

- Business orientace
- Možnost nahrát prezentaci
- Odkazy ke stažení
- Unikátní možnosti cílení – pozice, seniorita, velikost společnosti
- HR funkce!



Twitter

- Novináři
- Politici
- Marketéři
- Podnikatelé
- Omezený rozsah příspěvku
- Minimum stabilně aktivních v ČR – řádově desítky tisíc
- Doplnkový kanál



Komunikační mix a social media

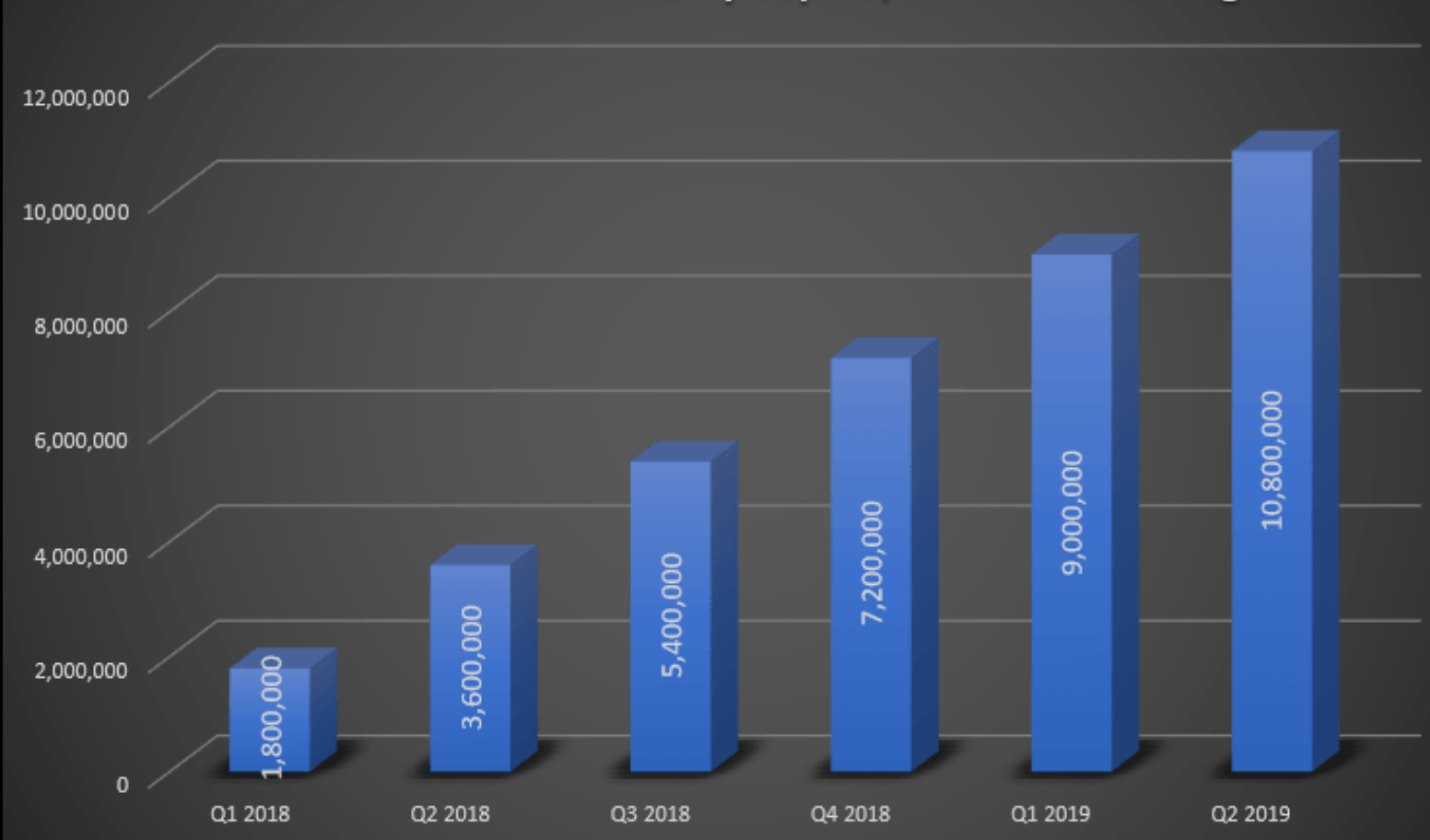
- Social jako masová media
- TV prime time - 3,5 mil. diváků x Social – 5,7 mil. pravidelných uživatelů (denně)
- Masový zásah? TV nebo Social?
- FB – lidé přes 65 let tvoří 15% publika
- FB je silná platforma – roste počet příspěvků ze strany značek – větší přetlak ve feedu
- 1 člověk na FB dokáže denně zkonsumovat 300 příspěvků
- Denně na FB vnímáme 2000 příspěvků



Komunikační mix a social media

- Větší přetlak
 - Výběr dle relevance
 - Více obsahu – menší engagement
 - Přesun do skupin/odklon od masové komunikace
- 1,5 mld. uživatelů v rámci skupin
- 1,3 mld. na Messengeru
- Jak s tím pracovat?

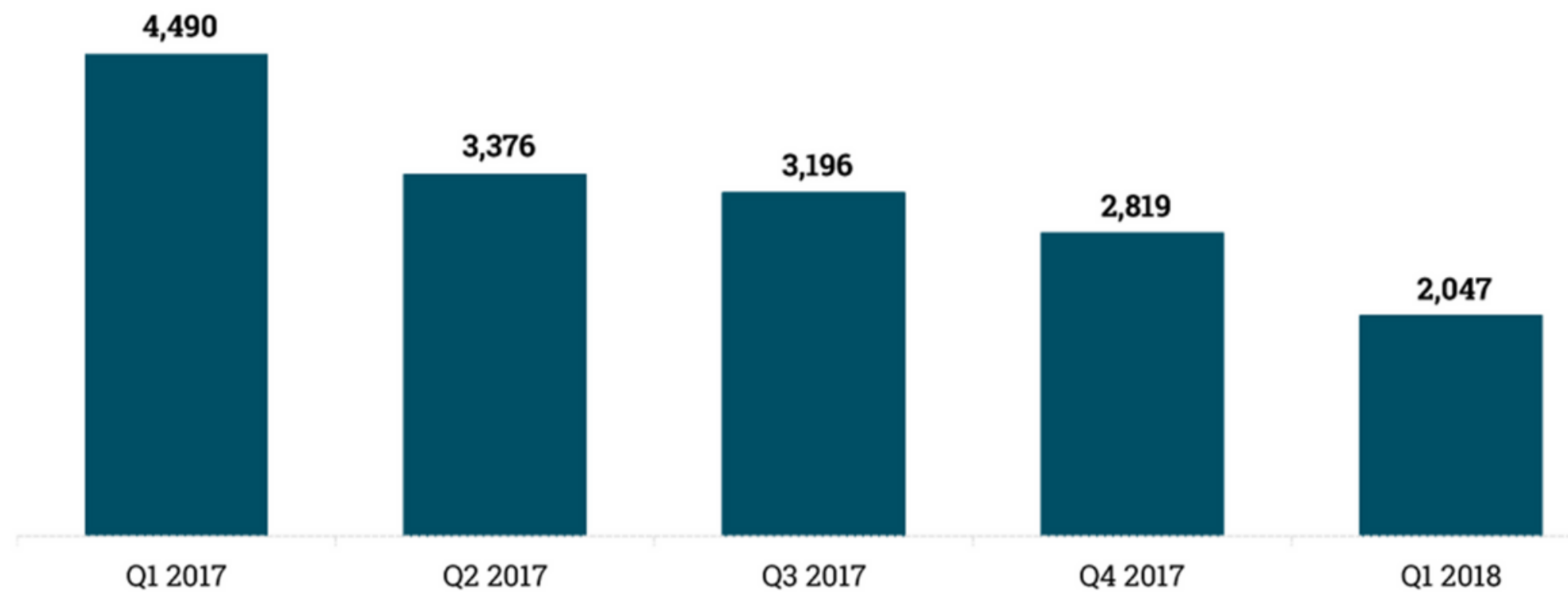
Volume of Facebook Posts By Top 20,000 Facebook Pages



Komunikační mix a social media

Number of Facebook Interactions per Post
(Among the top 20,000 brands on Facebook)

marketing
charts



Published on MarketingCharts.com in August 2018 | Data Source: Buffer / BuzzSumo

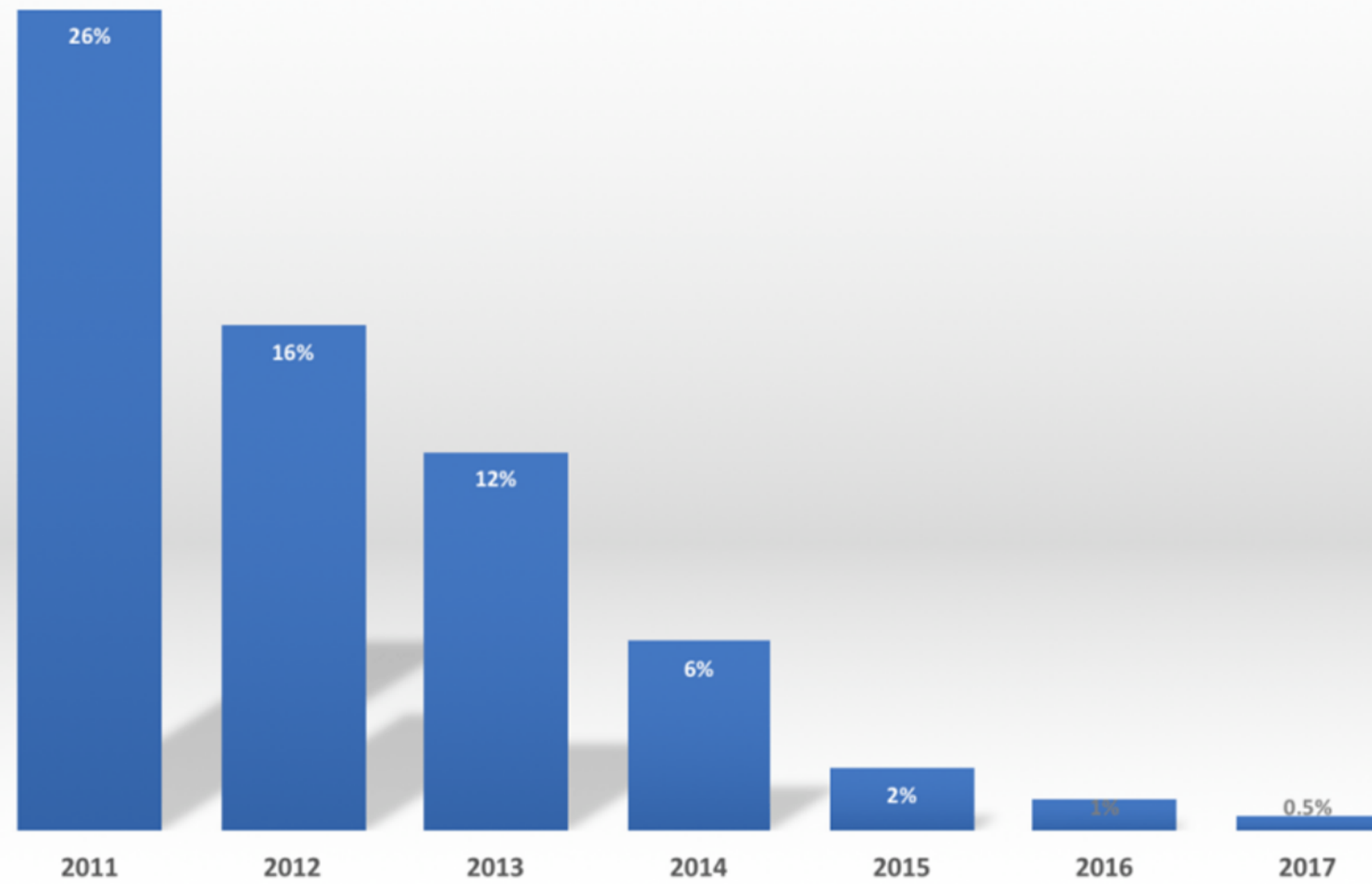
Based on an analysis of 43 million Facebook Business Page posts from the top 20,000 brands on Facebook



**Jak se podílí organický traffic na
budování businessu?
Jsou organické posty dostatečné?**



Average Facebook Organic Reach - Business Page





Komunity

Skupiny jako nástroj pro rozvoj businessu

- Beta testing
- Budování loajality
- Organické povědomí v komunitě





Jak pracovat se SM

Jaké otázky si klademe při tvorbě strategie?

- Proč být v social media?
 - Jsou tam všichni...je to důvod?
- Jaký je cíl?
- Jaká je cílová skupina?
 - Jak se chová?
- Jak by měl vypadat můj obsah?
- Jak vyhodnotit působení na social?





Social media

Povědomí o značce - AUDI

- TV spot + social
- Celý spot na TV/Segmenty na socialu
- Segmenty jako prvek podpory zapamatování si reklamy
- Nárůst vybavení klíčového sdělení





Social media

Traffic na web

- Awareness (předsegmentace)+akvizice
- Video se sdělením + při splnění parametrů aktivizace
- Výhoda?
 - Efektivní přilákání cílové skupiny



Social media

Generování leadů

- Lead add
 - Uživatel vidí post – sleva?
 - Klíči a ušetří....
 - Možnost předvyplnění údajů na základě registrace na FB
 - Poslání kontaktu
 - Možnost oslovení call centrem/přes newsletter...
- Výhody?
 - Zvýšení návratnosti investic
 - Zvýšení počtu nákupů/uzavření smluv/dojednaných schůzek....





Social media

Podpora offline prodeje – KFC

- Poloha + zájem = reklama
- KFC – 2,5 milionu návštěv – cena 50 centů za návštěvu (cca 13 Kč)
- Snapchat kampaň – 19 milionů zobrazení, 15 milionů využití filtru.





Co by nemělo být cílem?





Sběr fanoušků



Vetší engagement





Co chtějí lidé na sociálních sítích?



Co chtějí lidé na sociálních sítích?

Co chtějí?

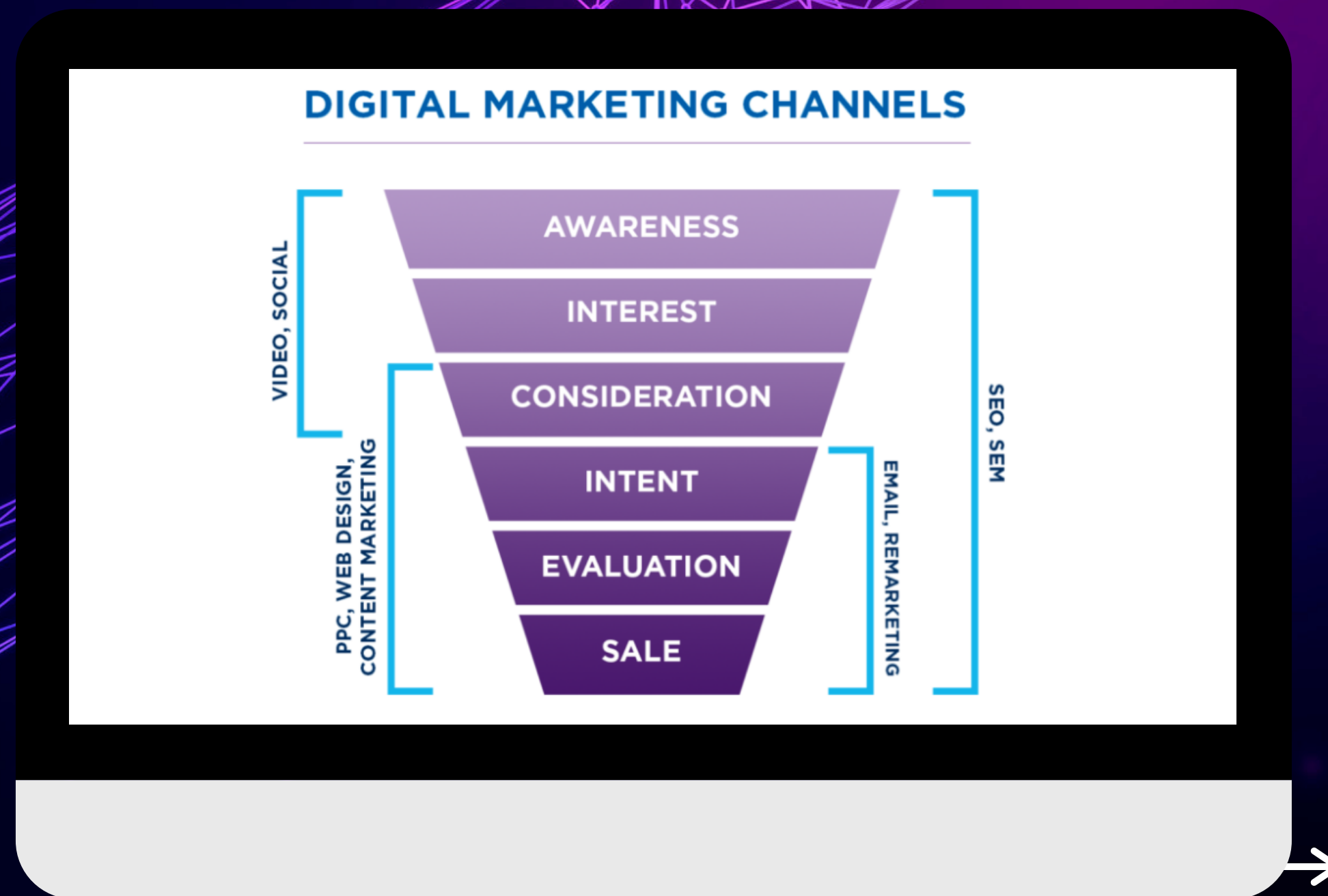
- kontakt
- sledování aktuálních novinek
- zábava
- sdílení zájmů
- hledání inspirace
- vzdělávání

Chtějí vidět reklamu?



Marketingový funnel

Každá cesta
má své místo
v marketingové
strategii



Možnosti cílení

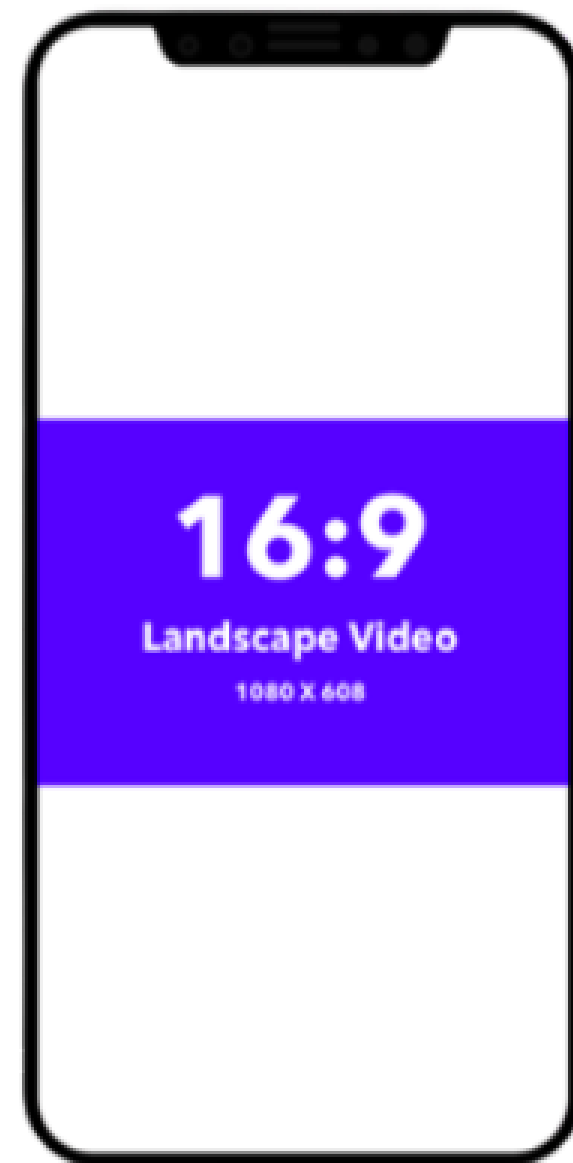
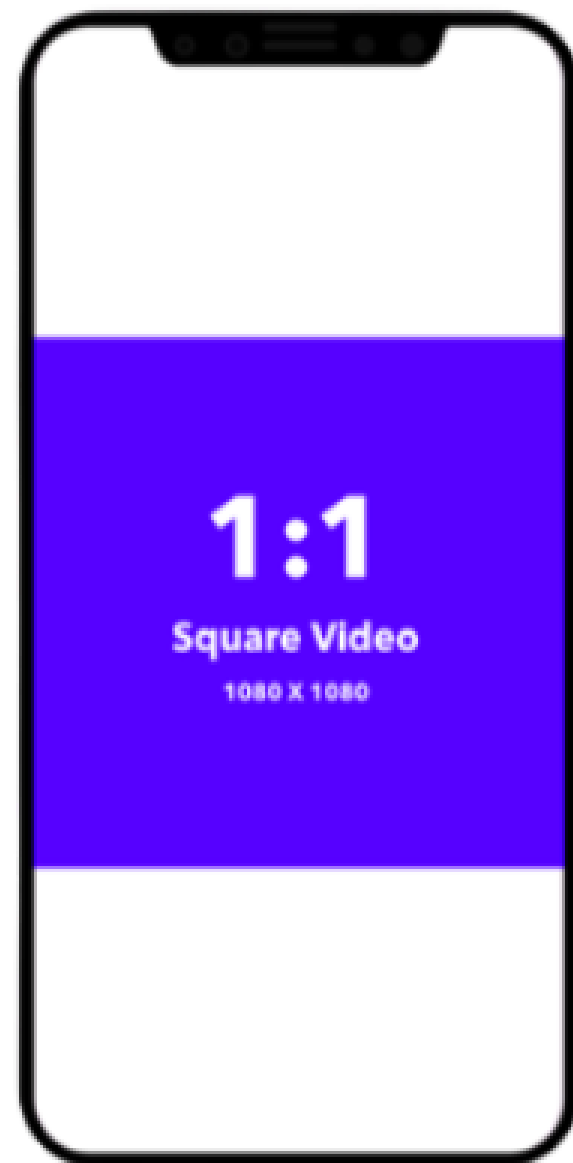
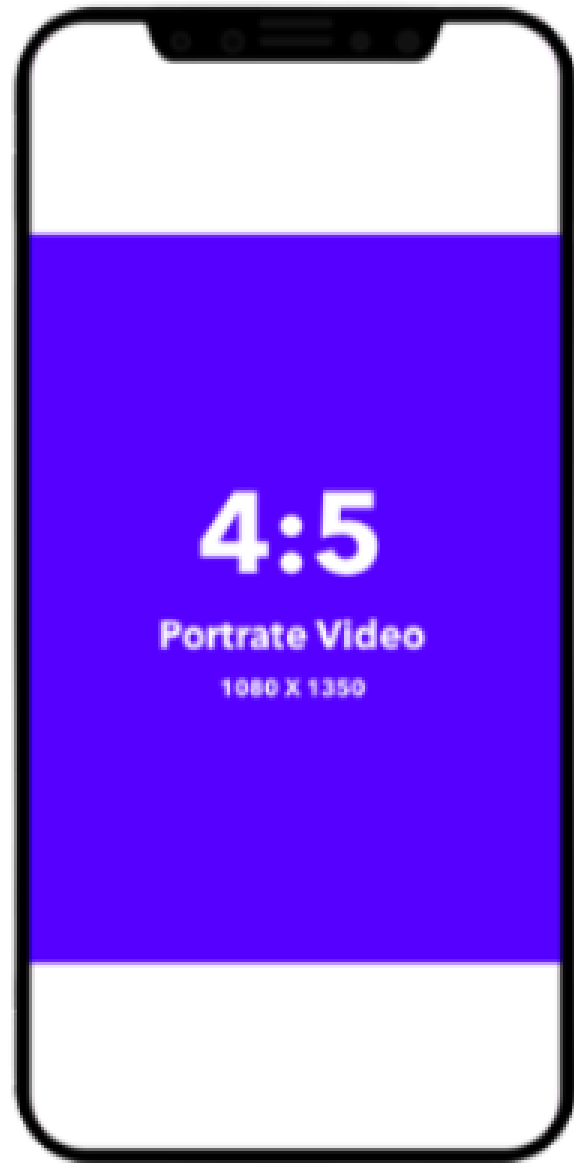
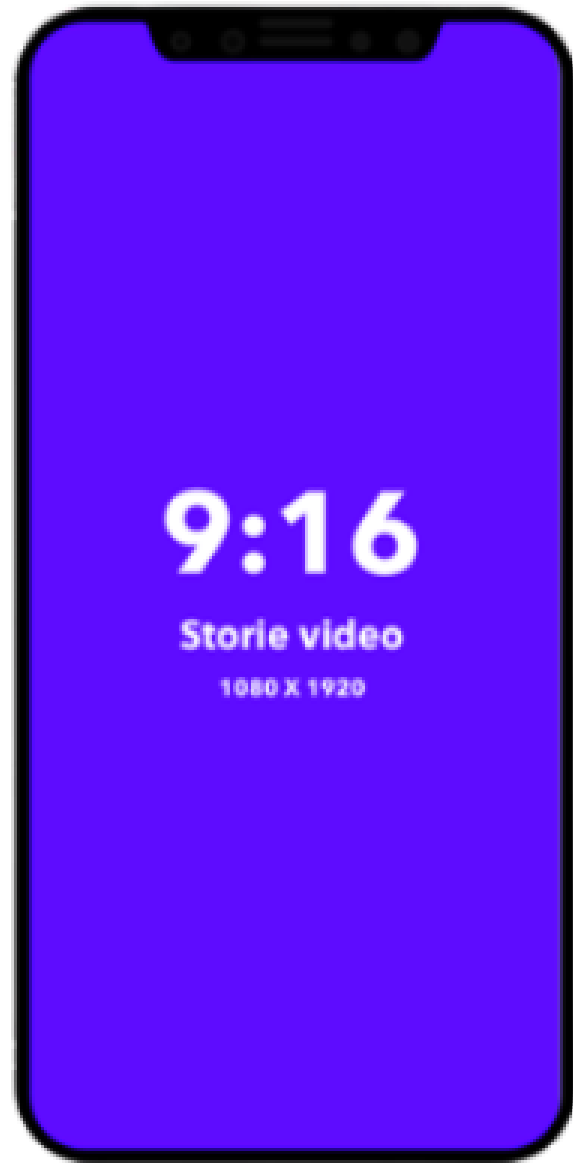
- Core-audience – nabídka FB – věk, zájmy, chování...
- Custom audience
 - Vlastní seznam – tvorba publika na základě e-mailu – problém GDPR?
 - Návštěva webu
 - Interakce s obsahem
- Lookalike audience
 - Jaké „kvality“ se opakují u vašich zákazníků?



Tvorba obsahu

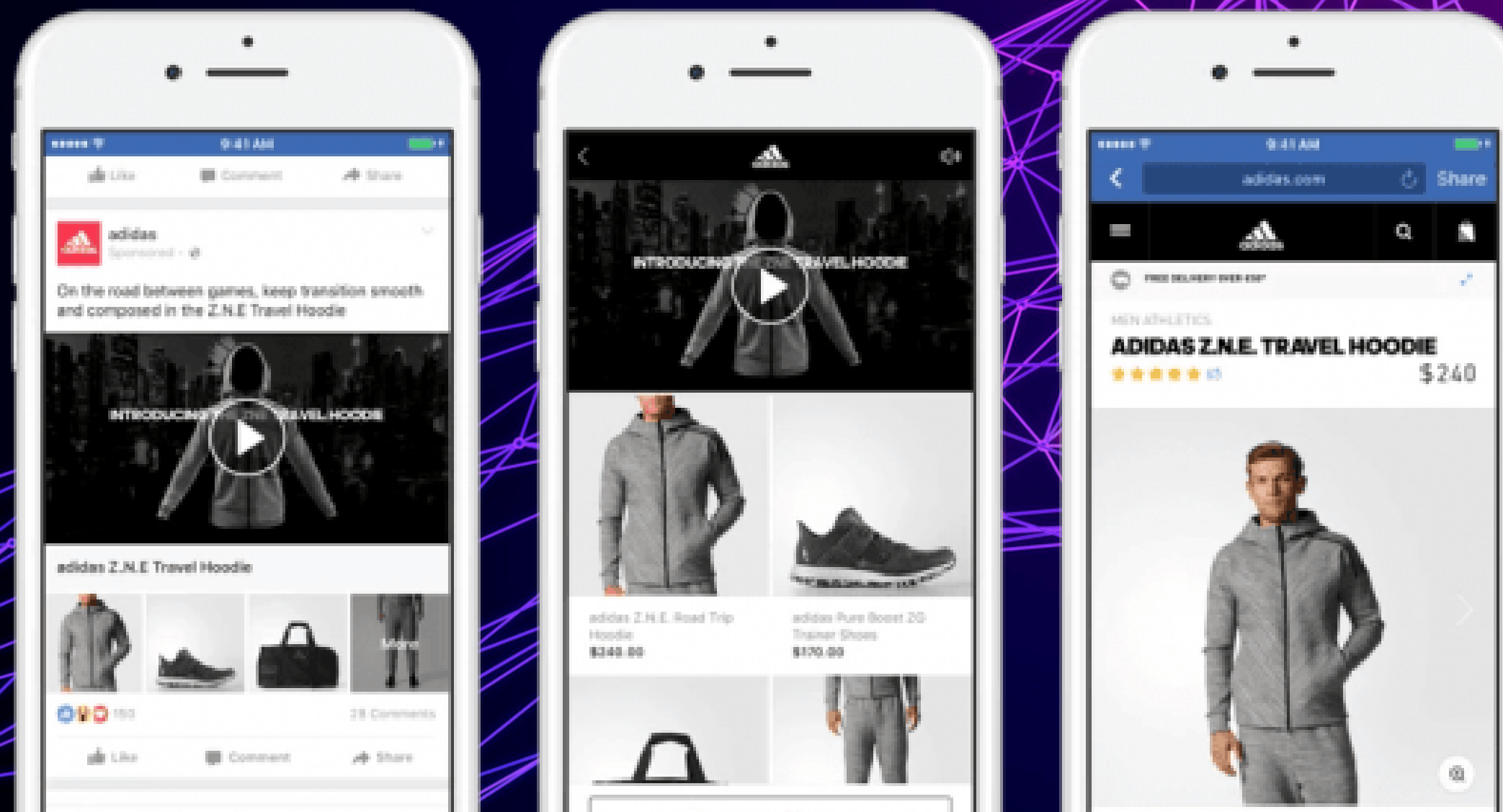
Obsah je král, forma je královna





Content TIP - Instant experience

prezentace/landing page přímo ve FB



New blog post: An open letter to my coworkers:

An open letter to my coworkers
Dear fellow employees of Stitch Fix,
jonathandean.com

68 Likes 12 Comments

Share

 **Joseph Gordon-Levitt**
Yesterday at 8:21 AM

"inlove/evolve" - <http://www.hitrecord.org/records/1816704>



37.2K Likes 196 Comments

Like Comment Share



Hodnocení reklam

- Neexistuje spojitost mezi počtem fanoušků a liků a povědomím a businesssem
- Zásah a frekvence (cca 11-12)
- Návštěvy na webu / Instant experience
- Získávání leadů/prodejů



Social / Online

- Spolupracují spolu
- Sdílí publika
- Možnost retargetovat v jiných prostředích



Social pro ATL

- Inkrementální reach – zásah lidí, kteří nepoužívají televizi/radio/noviny
- Zvýšení povědomí u lidí, kteří ATL kanály používají



**Dá se využít Tinder v rámci
marketingové komunikace? A jak?**





Deadpool, 39

1 mile away

Semi-professional bad guy "un-aliver," chimichanga connoisseur, and frequent patron of Sister Margaret's School for Wayward Girls.



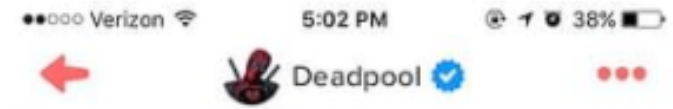
Check out Deadpool, starring Ryan Reynolds, in theaters Friday, February 12.



Deadpool, 39

1 mile away

Semi-professional bad guy "un-aliver," chimichanga connoisseur, and frequent patron of Sister Margaret's School for Wayward Girls.



YOU MATCHED WITH DEADPOOL ON 2/2/16

Deadpool here. Get a load of The World's Greatest Icebreaker. When it works for you, take your match to see my movie! Fox.co/deadpool



Do you believe in love at first swipe?



Message

Send



Úkol

A co TikTok?

- Podívejte se na TikTok for Business
- Okomentujte, jak se tvoří reklama
- Vyberte si nějaký z příběhů, které TikTok ukazuje jako inspiraci

