





SOČIÁLNÍ SÍŤE PRO B2B FIRMY - ZA KAŽDOU FIRMOU HLEDEJ ČLOVĚKA




A screenshot of a tweet from Avinash Kaushik (@avinash) on Twitter. The tweet text reads: "OH: Social media is like teen sex. Everyone wants to do it. No one actually knows how. When finally done, there is surprise its not better." The tweet has 119 retweets and 130 favorites. The interface includes a profile picture, name, handle, a 'Follow' button, and interaction icons for Reply, Retweet, Favorite, and More. A row of user avatars is visible below the statistics. At the bottom, there is a text input field for replying to the tweet.

 **Avinash Kaushik** 
@avinash  

OH: Social media is like teen sex. Everyone wants to do it. No one actually knows how. When finally done, there is surprise its not better.

 Reply  Retweet  Favorite  More

119 RETWEETS **130** FAVORITES 

8:39 PM - 2 Mar 09

Reply to @avinash

Adam Zbieczuk (influencer.cz) 8.10.2015

Než začneme: nejsem guru...

- ▶ 1997: HTML
- ▶ 2000: blog
- ▶ 2006: Facebook
- ▶ 2007: Web 2.0
- ▶ 2007-9: mBank
- ▶ 2009-11: Ataxo/H1.cz
- ▶ 2012: BabelGuide
- ▶ 2012: BMW ČR
- ▶ 2013: BabelCamp
- ▶ 2014: ROI Hunter



..a neslibuji nesplnitelné

- ▶ Většina (velkých a středních) firem používá soc. média – protože „prý se to teď dělá“. Platí i pro B2B.
- ▶ Většina je přinejlepším na „kladné nule“.
- ▶ Dobré příklady jsou výjimky potvrzující pravidlo.
- ▶ Výsledky se málokdy měří.
- ▶ Nejčastější problémy?
 - vypadávající kostlivci ze skříní
 - ukáže se, že zaměstnanci nejsou srdcaři
 - chybí plán a propojení s byznysem
 - je to k uzoufání nudné

Revoluce?

- ▶ Internet byl před 10-15 lety jedna velká seznamka, virtuální a opravdová identita byly dvě různé věci. Dnes jsme do značné míry rozkročení napříč: on-line nebo off-line, už na tom tak nesejde...
- ▶ Díky soc. sítím neztrácíme své slabé sociální vazby, každý náš like je signál: vím o tobě a pořád se s tebou chci kamarádit
- ▶ Skutečná komunikace „many-to-many“



Kdo je uživatel Facebooku

13 – 17 let: 8,5 %

18 – 24 let: 22,4 %

25 – 34 let: 29,1 %

35 – 44 let: 21,1 %

45 – 54 let: 9,9 %

55 a víc let: 9 %



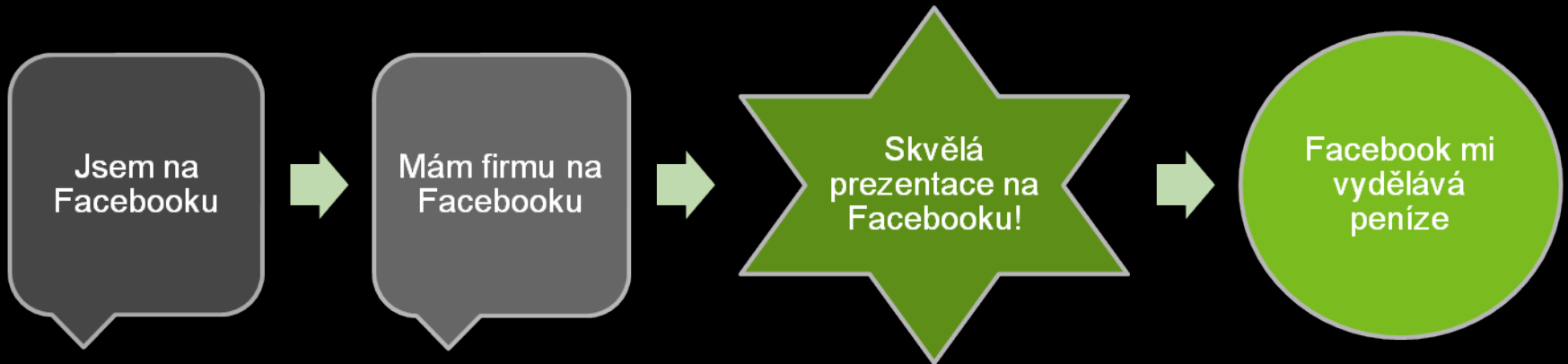
ženy : muži

52,3 : 47,7



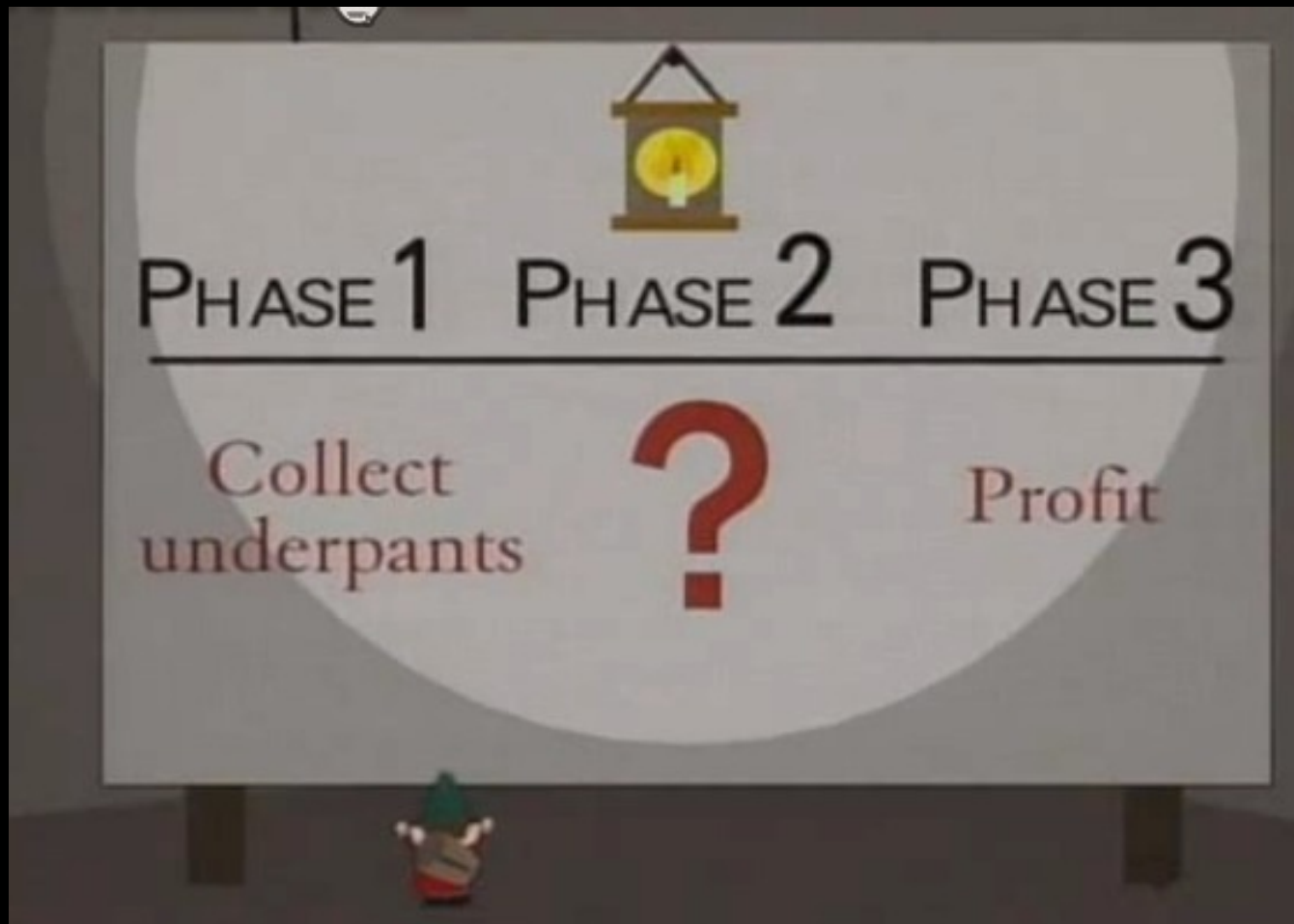
(zdroj: Facebook, říjen 2015)

Od osobního k firemnímu



▶ Vydělává peníze znamená:

- prodej, leady
- ušetřené náklady (customer care)
- brand awarness
- loajalita (net promoter score)



Mnoho firem si myslí, že social media = „sbírání fanoušků na Facebooku → ? → profit“

Tzv. „nulová varianta“ pro FB

- ▶ Lidé vás budou na Facebooku hledat
 - ▶ Co když najdou nějakou neoficiální stránku?
 - ▶ Co když jim nikdo neodpoví na jejich dotaz?
 - ▶ Co když neodhalíte včas nebezpečnou stížnost?
- ▶ Pro nulovou variantu není potřeba velké kreativity: pár příspěvků měsíčně a nazdar
- ▶ Vždy je ovšem nutné stránku monitorovat a co nejrychleji odpovídat na dotazy / příspěvky / komentáře
- ▶ Nepřináší „zisk“, ale snižuje riziko ztrát
- ▶ Je to levné
- ▶ Nemít ani nulovou variantu = jako nemít web

Proč jsou sociální sítě vhodné

- ▶ Za každou firmou jsou ve finále lidé – ale v případě B2B to platí obzvlášť. Strategie je tedy podobná – liší se taktiky. V případě B2B byste totiž měli být ještě osobnější:
 - ▶ Větší důležitost osobních profilů (FB/TW/LinkedIn)
 - ▶ Větší personalizace
 - ▶ Leader v oboru
- ▶ Vaše FB page je pravděpodobně naprosto nudná
- ▶ Ale Content marketing je i pro vás klíčový – je jen potřeba uvědomit si, koho zajímá a kde své publikum najdete
- ▶ Jde vám o český nebo zahraniční trh?

Fáze 1: Monitoring

- ▶ Ať už jste B2B nebo B2C – nejprve naslouchejte. Kde se o vás mluví, jak a proč?
- ▶ Podle toho budete lépe tušit, kam zaměřit svou pozornost (koho zapojit, co měřit)
- ▶ Pro začátek použijte... Google!
- ▶ TW: Klaboseni.cz
- ▶ Placené nástroje: SocialInsider.cz nebo SentiOne
- ▶ Výstupem by měla být analýza:
Témata, konkurence, slabé a silné stránky, influenceri v oborové konverzaci...



Fáze 2: Zapojení

► Kdo se může zapojit?

- Marketing – propojte se stávajícími aktivitami!
On-line i off-line – synergie je potřebná!
- PR – hledejte influencersy a novináře, partnery,
prodlužte své off-line aktivity do on-line prostředí
- HR – můžete použít FB k vytvoření komunity,
která ukáže, že pracovat právě u vás je skvělé
- Sales – udržujte svoje kontakty a získávejte nové

- Výkonnostní marketing – reklama na sociálních
sítích (FB, LinkedIn) má výhodu velmi přesného
cílení, čímž může být enormně efektivní!

Fáze 3: Makáme

► A co tedy dělat?

- Skvělý obsah – vykašlete se na nahánění lajků. Méně může být více, použijte tedy FB jako místo pro poskytování skvělého obsahu (třeba bude ve vašem případě lepší skupina než stránka – buď vlastní, nebo již existující)
- Sledujte podstatné lidi – udělejte si Interest listy a zařadte tam svoje pracovní kontakty a influencersy a buďte jim nápomocní
- Video: i v B2B bude vliv videa nadále růst (FB i YT) – nepodceňte tento kanál a naopak jej podpořte

Nákup fanoušků? Leda za trest...



Facebook-Fanoušci.cz

Domů

Kontaktujte nás

Facebook kupon

Uspějte na sociálních sítích

V dnešní době je propagace produktů, služeb nebo firmy na sociálních sítích nedílnou součástí marketingu. Jak uspět na sociálních sítích? Jedním z nejdůležitějších aspektů je počet fanoušků, který udělá na potenciálního zázanika velký dojem.

Získáme pro Vás nové fanoušky, kteří slouží zároveň jako potenciální zákazníci.

[Podívejte se na naši nabídku](#)



Rychlé dodání

Plnění fanoušků zahájíme obratem po přijetí platby. Plníme průměrnou rychlostí 500 fanoušků denně.



Realní fanoušci z ČR

Fanoušci jsou pouze reální uživatelé z České republiky. Nejedná se o umělé, ani zahraniční profily.



Profesionální servis

Pro naše klienty jsme k dispozici každý den v 8:00 - 22:00. Neváhejte nás kdykoli kontaktovat.

Facebook (i LinkedIn) prodává

- ▶ Cílení reklam, které vám nikdo jiný nedá :)
- ▶ FB: cílíme na
 - návštěvníky webu (případně konkrétních stránek)
 - e-mailové kontakty / telefony (klidně až na úroveň jednotlivců)
 - fanoušky konkurence
 - aktivity (např. „utrácejí na FB“, „často klikají“)
 - Novinka: FB Lead Ads – ideální pro Case studies
- ▶ LinkedIn:
 - zaměstnance konkrétní firmy
 - lidi na určitém stupni managementu
 - specialisty v určitém oboru / členy skupin
 - expaty

Díky!

<http://www.zbiejczuk.com>

<http://www.influencer.cz>

<http://www.babelguide.com>

adam@zbiejczuk.com

<http://www.zbiejczuk.com/skoleni>

Najdete mě také zde:

