



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální média
5. přednáška
Kampaně a sociální média



Výsledky učení

- **Kategorizovat sociální média**
- **Popsat vývojové tendence odvětví médií**
- **Porozumět fungování sociálních médií**
- **Umět rozhodovat o tom kdy a jak komunikovat**
- **Zakomponovat sociální média do kampaně**
- **Posoudit jak sociální média ovlivňují ekonomickou úspěšnost podniku**
- **Vést a spravovat profily na sociálních sítích**



Kampaň

- Kampaň je organizovaná série reklamních aktivit zaměřených na propagaci určitého produktu nebo značky.



Strategie

- Strategie na Instagramu
- Strategie na sociální sítě
- Strategie komunikace
- Marketingová strategie

27. října 2020

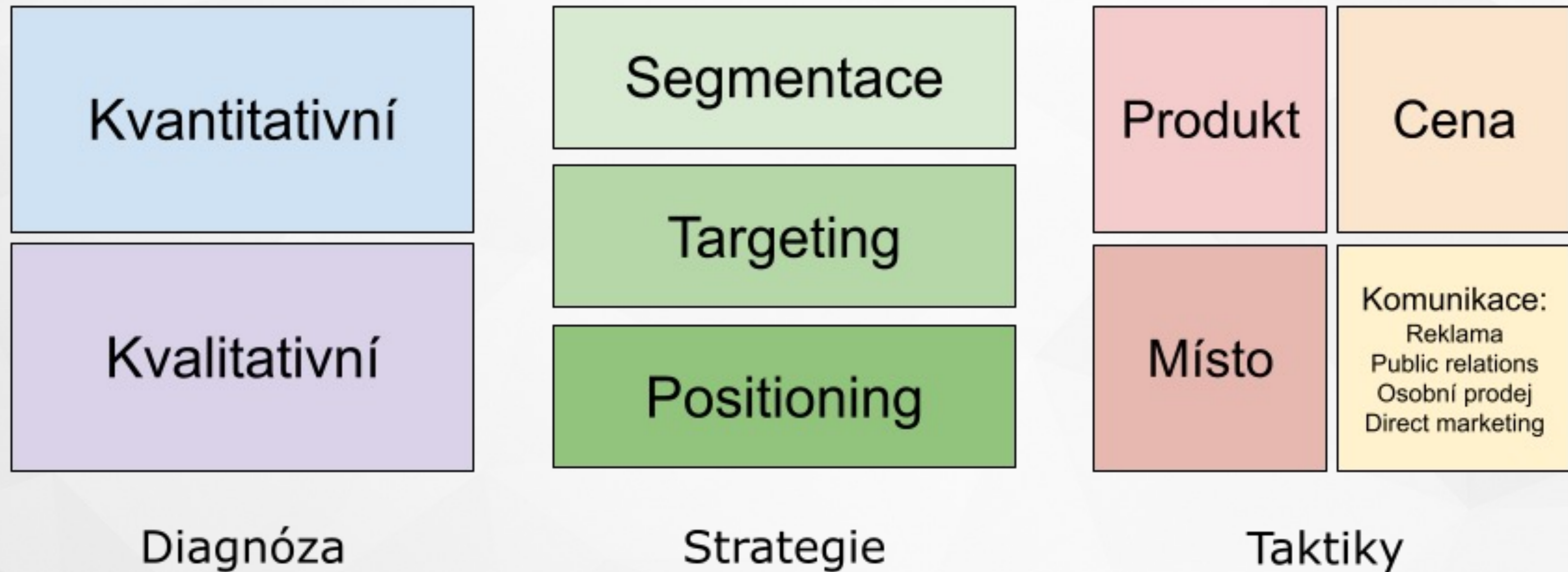
Přečtete za **16 minut**

Jak nastavit strategii pro marketing na sociálních sítích krok za krokem

Social Media



Strategie



Strategie

“The kernel of a strategy contains three elements: a diagnosis,¹ a guiding policy,² and coherent action.”³



Strategie a kampaň

- Business strategie
- Marketingová strategie
- Taktiky 4P
 - Marketingová komunikace
 - Reklama
 - Kampaně



Strategie a kampaň

- Cíle kampaně musí být **koherentní*** s marketingovou strategií.

*v souladu / sladěné



Úkol dvojice nebo trojice 5 minut

- Posouzení koherence cílů



5M Komunikace

- **Mission** – odpovídáme si jaký je cíl kampaně, co má reklama u zákazníka způsobit za změnu v postojích nebo chování.
- **Money** – kolik do kampaně investujeme vzhledem k životnímu cyklu produktu, podílu na trhu, konkurenci, požadované frekvenci reklamy.
- **Message** – zpráva kterou chceme zákazníkům předat, aby došlo k naplnění cíle kampaně.
- **Media** – volba média, které by mělo být využito k co nejefektivnějšímu naplnění cíle.
- **Measurement** – stanovení toho, podle jakých kritérií budou měřeny výsledky.

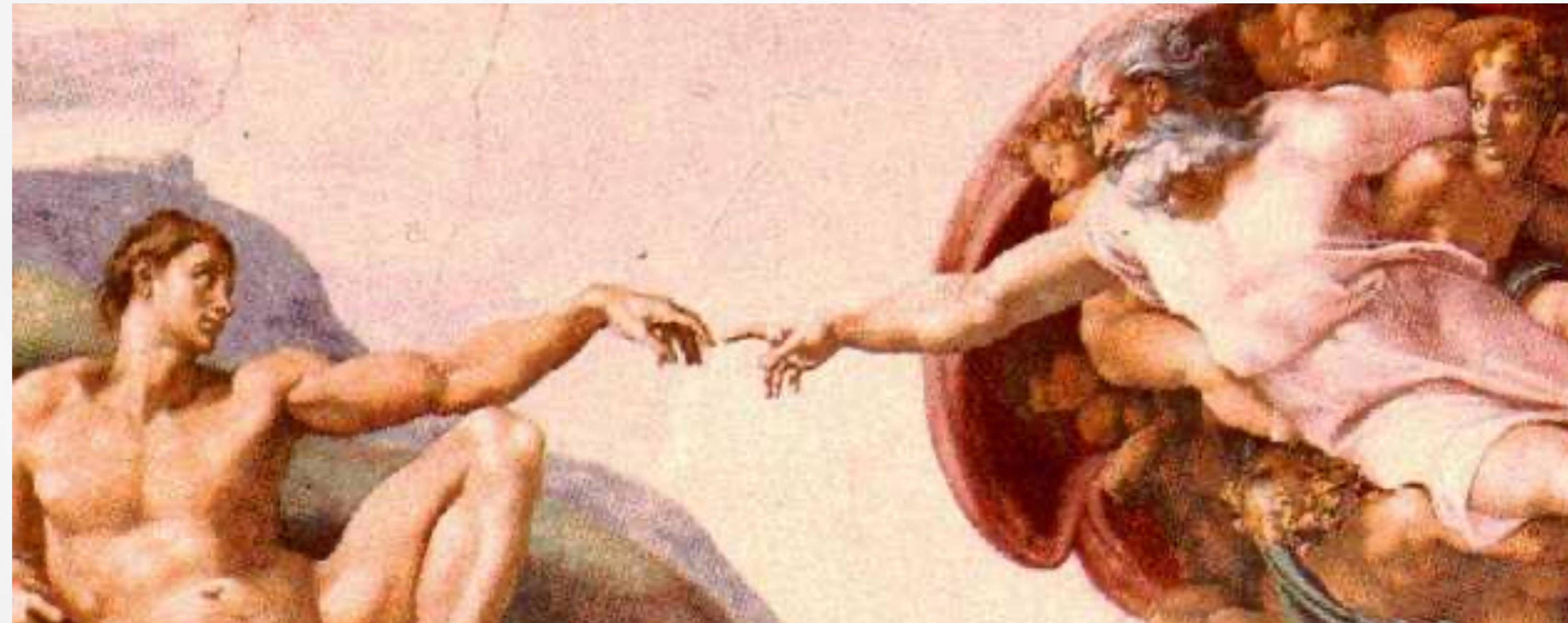


Kampaň

- Kampaň je organizovaná série reklamních aktivit zaměřených na propagaci určitého **produktu** nebo **značky**.



DOSAH = REACH



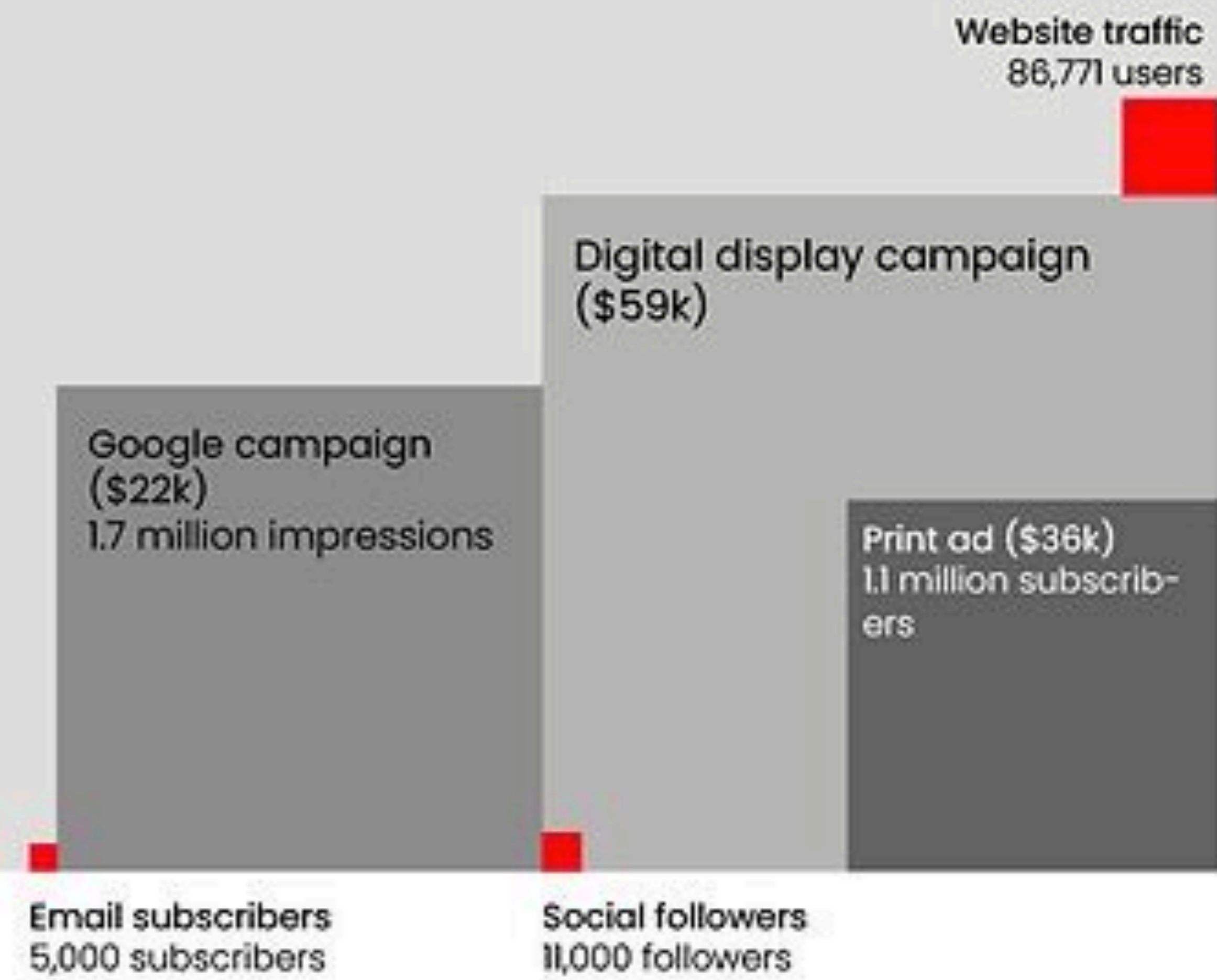
Organika je fajn...ale

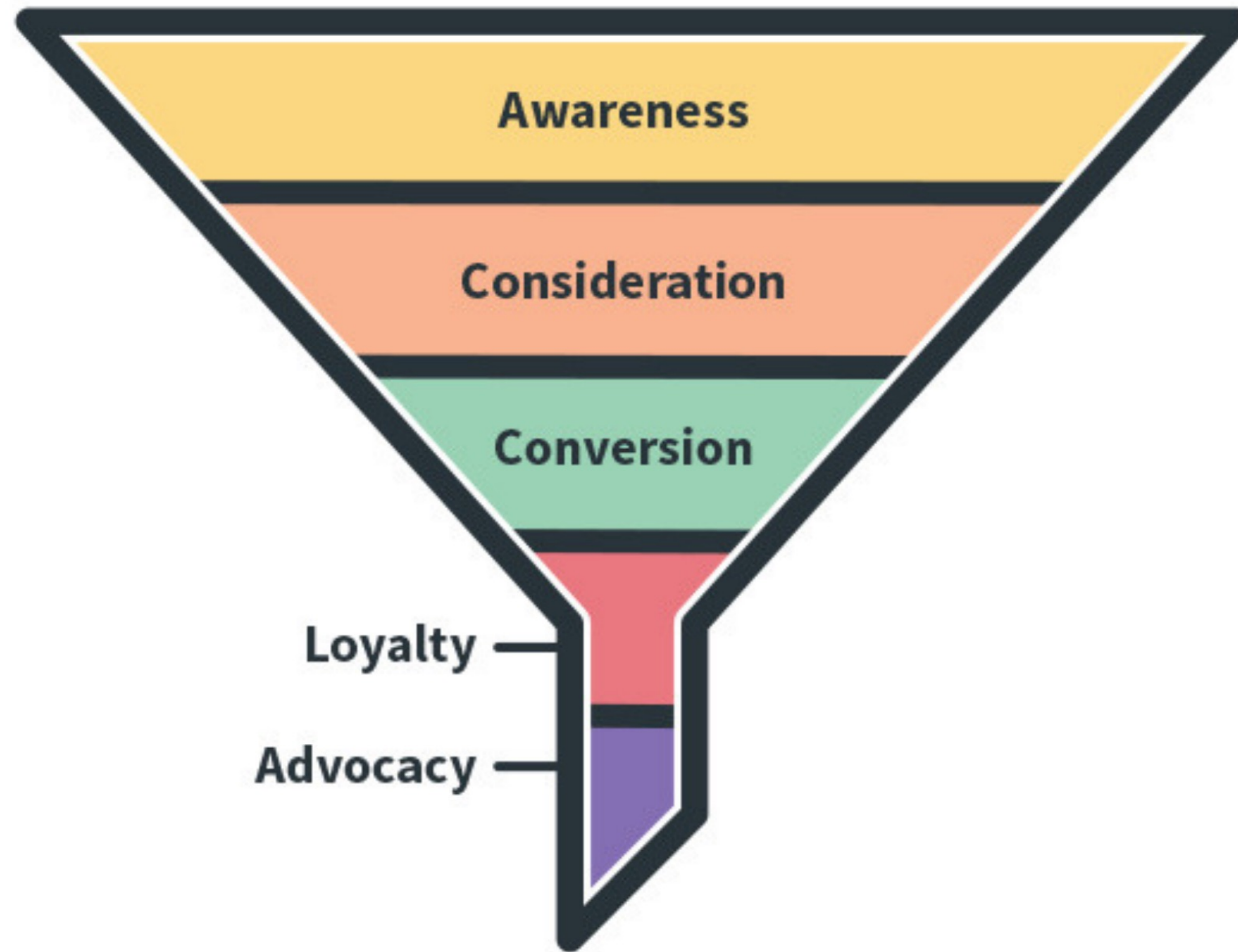
- Podle Brandwatch má průměrný účet na Twitteru 707 sledujících, což je zhruba 0,001 % celkového trhu.
- Ale jedná se o společnost se sociálním týmem, takže budu velkorysý a řeknu, že mají x15 sledujících více, než je průměr.
- To je 10 600 sledujících - pouhých 0,02 % amerických zákazníků a obchodů s účtem na Twitteru.
- Budou muset rychle zvýšit počet svých sledujících na sociálních sítích, aby smysluplně zvýšili povědomí a prodej.
- Jaký je však realistický cíl?
- Řekněme, že to jejich sociální tým zabije a za rok se dostane na 1 milion sledujících - což je 7 900% nárůst!
- To je obrovské číslo, ale stále jen 0,44 % celkového trhu a 2 % všech online firem a nakupujících s účtem na Twitteru.
- Pro kontext se podívejte na obrovské společnosti, jako je Apple (9,8 milionu sledujících) a Google (31,4 milionu sledujících). I technologičtí giganti mohou organicky oslovit pouze ~10 % amerických online nakupujících.
- Všimněte si, že Apple se organickými tweety vůbec nezatěžuje...
- I při nárůstu počtu sledujících o 7 900 % - což je nereálné očekávání - může většina společností očekávat, že pomocí organických sociálních médií zvýší povědomí v cílových segmentech maximálně o 2 %.
- Nezasáhnete 98 % cílové skupiny, bez ohledu na to, jak kvalitní je váš obsah.
- Proto jsou placené sociální sítě tak, tak důležité.

„Organic social media is a complete waste of time“ by Ian Barnard on LinkedIn



Target Audience
33.7 million people



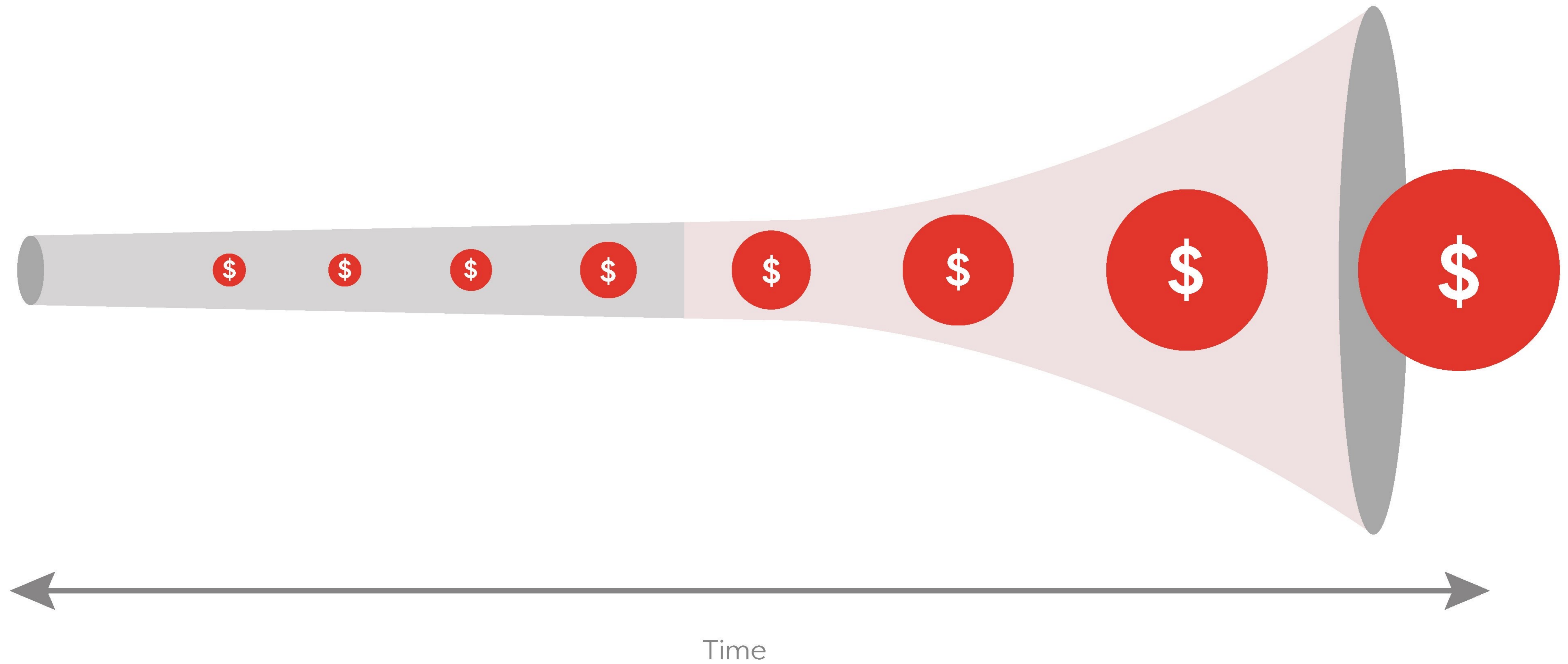


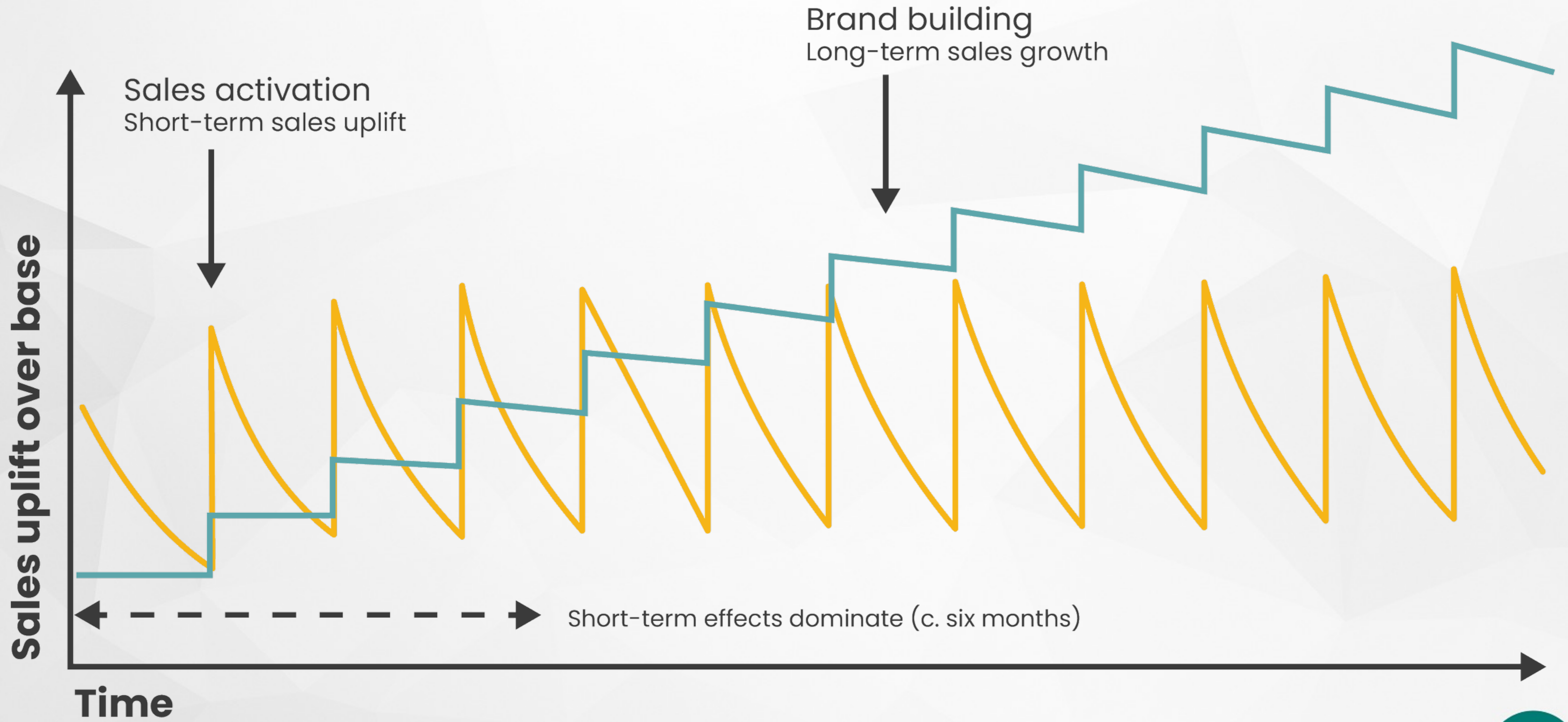
CREDIT: SPROUT SOCIAL



■ In-Market Buyers = 5%
Current Cash Flows

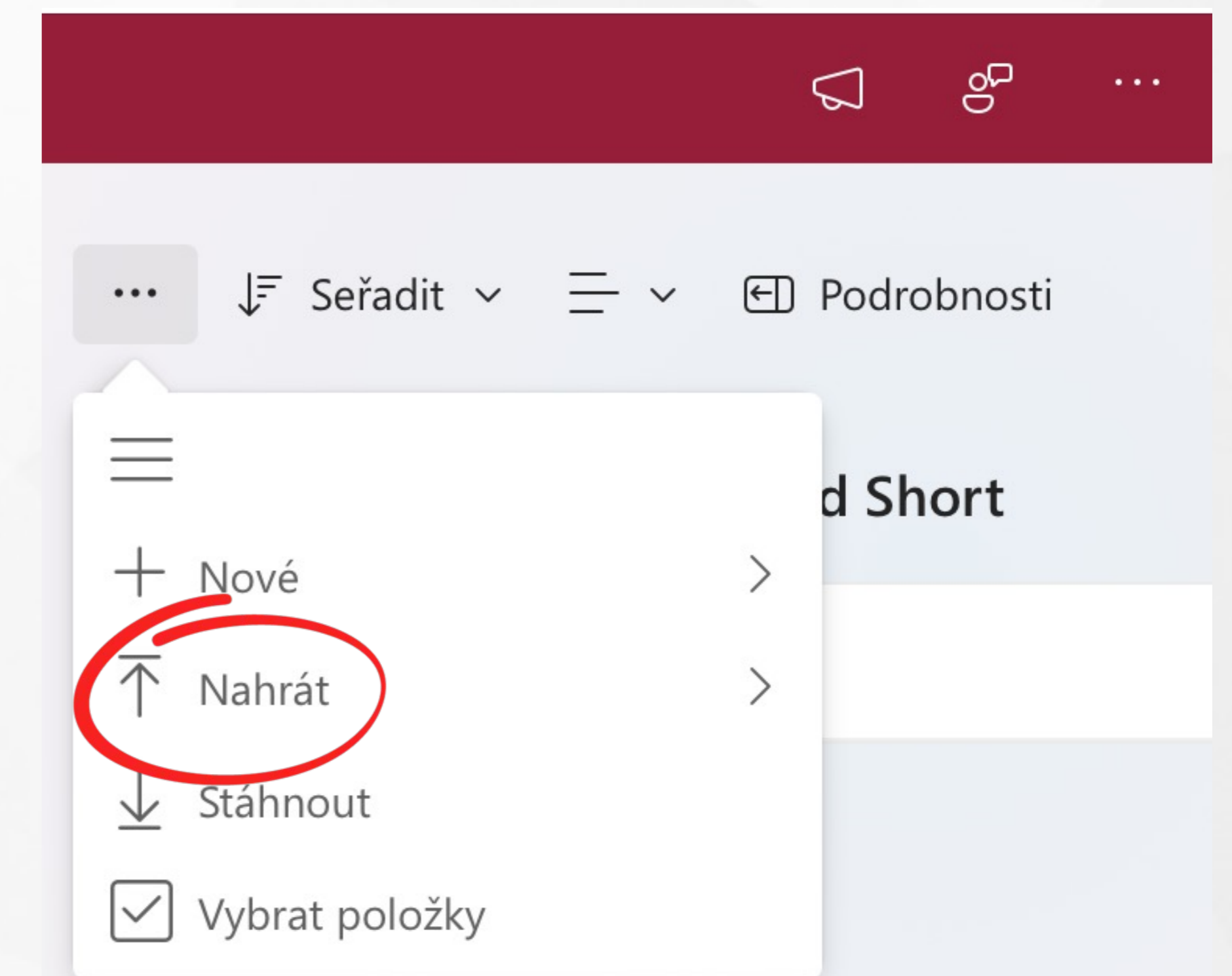
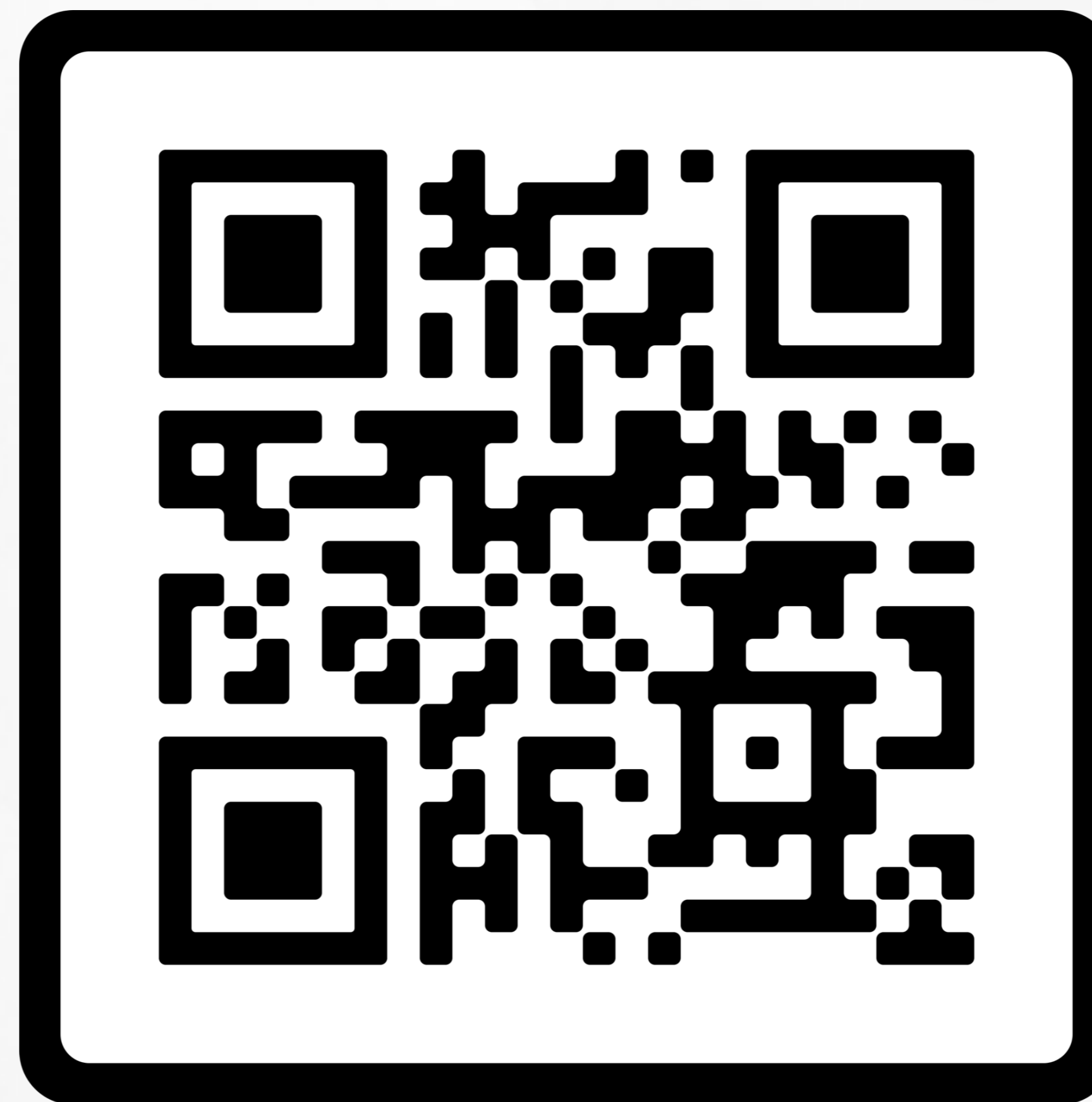
■ Out-Of-Market Buyers = 95%
Future Cash flows





Úkol pro jednotlivce 10 minut

- Najděte pomocí Facebook Ads Library nebo v reklamách na Instagramu značky, které mají v reklamách sady na podporu značky nebo produktové reklamy.
- Nahrajte screenshoty do složky na Onedrive (qrkód)
- Porovnejte a komentujte tyto způsoby komunikace.



Hotel San Francisco Leon
Hotel San Francisco Leon is located in the b...



With free cancellation, you can... [více](#)

 REZERVOVAT

S NOVÝM
PERWOLLEM



 KOUPIŤ



den_cz
váno

AL-KO
QUALITY FOR LIFE

alko_garden_cz
Sponzorováno

AL-KO
QUALITY FOR LIFE



[DALŠÍ INFORMACE](#)



[DALŠÍ INFORMACE](#)



alko_garden_cz
Sponzorováno

AL-KO
QUALITY FOR LIFE



[DALŠÍ INFORMACE](#)



alko_garden_cz
Sponzorováno

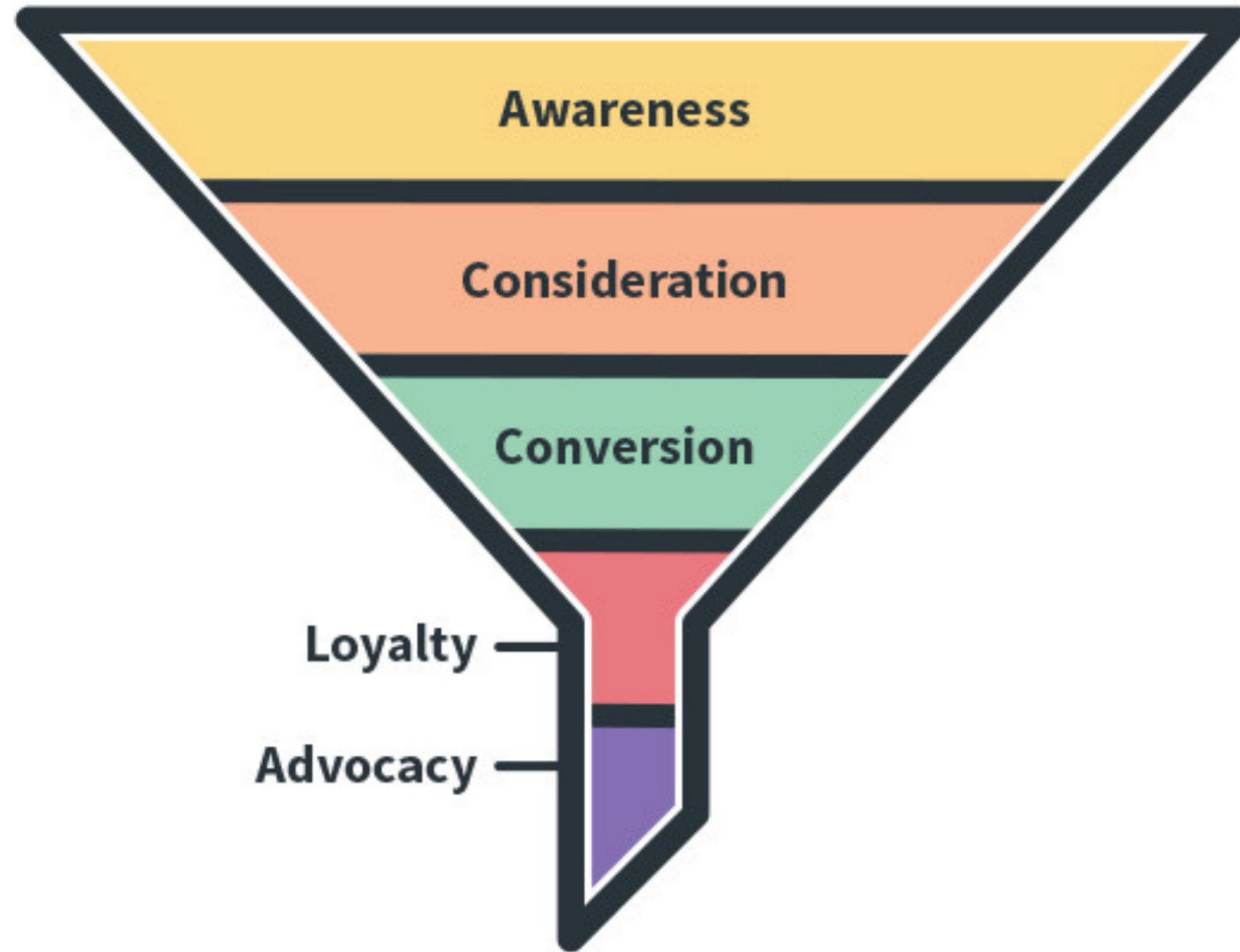
AL-KO 18V 
OSCH HOME AND GARDEN COMPATIBLE



[DALŠÍ INFORMACE](#)







CREDIT: SPROUT SOCIAL



Výsledky učení

- **Kategorizovat sociální média**
- **Popsat vývojové tendence odvětví médií**
- **Porozumět fungování sociálních médií**
- **Umět rozhodovat o tom kdy a jak komunikovat**
- **Zakomponovat sociální média do kampaně**
- **Posoudit jak sociální média ovlivňují ekonomickou úspěšnost podniku**
- **Vést a spravovat profily na sociálních sítích**



Děkuji za pozornost

