



# Sociální sítě a marketing

Případové studie, kreativa, tvorba obsahu



# Obsah

1. **Opakování - činnosti a obsah v rámci správy sociálních sítí**
2. **Případová studie - Jak propsat positioning do komunikace?**
3. **Případová studie - Jak vytvářet interakce se zákazníky?**
4. **Případová studie - Jak vytrollit trolly. Community management liftago**
5. **Týmový úkol - tvorba obsahu**
6. **Týmový úkol - odpověď na komentáře**

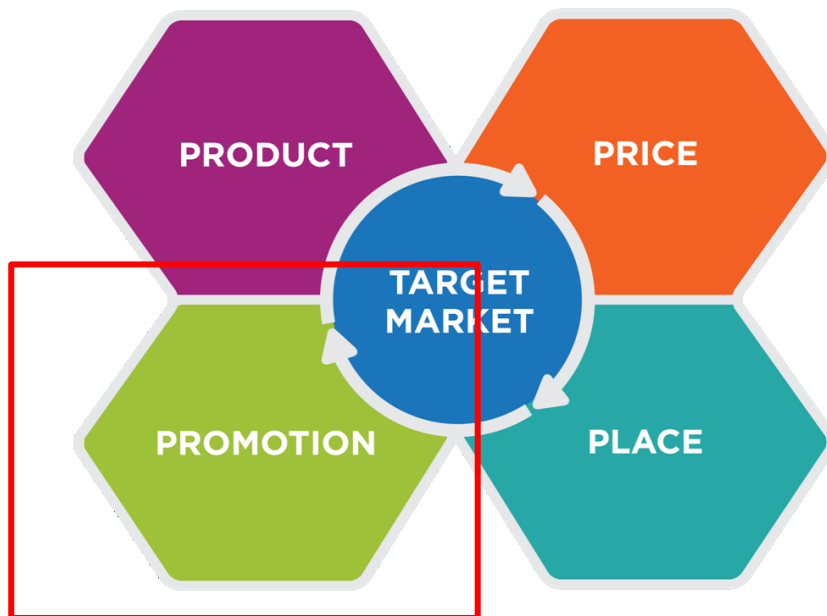


# Role sociálních sítí v marketingu

- **Sociální sítě tvoří cca 1/100 marketingu**
- **Aktivity na SS se musí přizpůsobit a vycházet z celkové marketingové strategie**
- **Komunikace musí být koncepční a konzistentní - často je to v praxi spíše “Co dáme zítra na FB?” nebo “Mají to všichni, tak my taky.”**
- **Než se vydáte na sociální sítě, musíte znát své zákazníky, jejich potřeby a těmto přizpůsobit marketingový mix, pak teprve řešíme, jak tomuto budou sloužit sociální sítě**



# Role sociálných sítí v marketingu





# Role sociálných sítí v marketingu



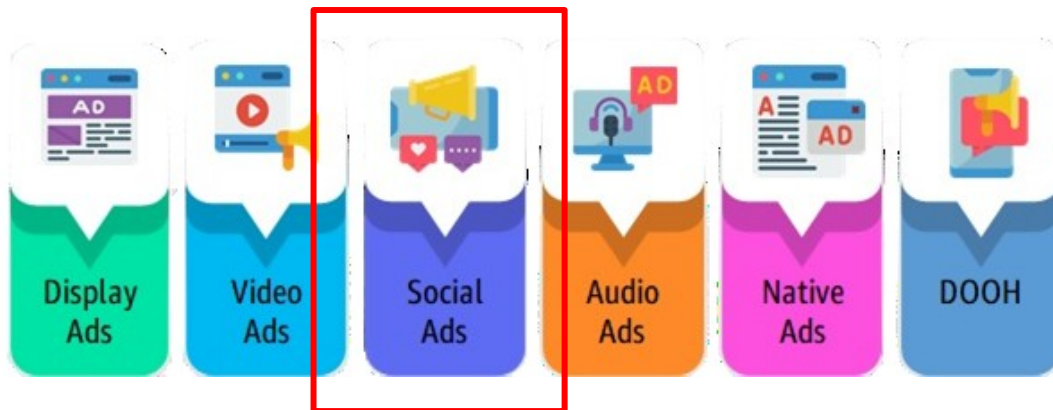


# Role sociálních sítí v marketingu

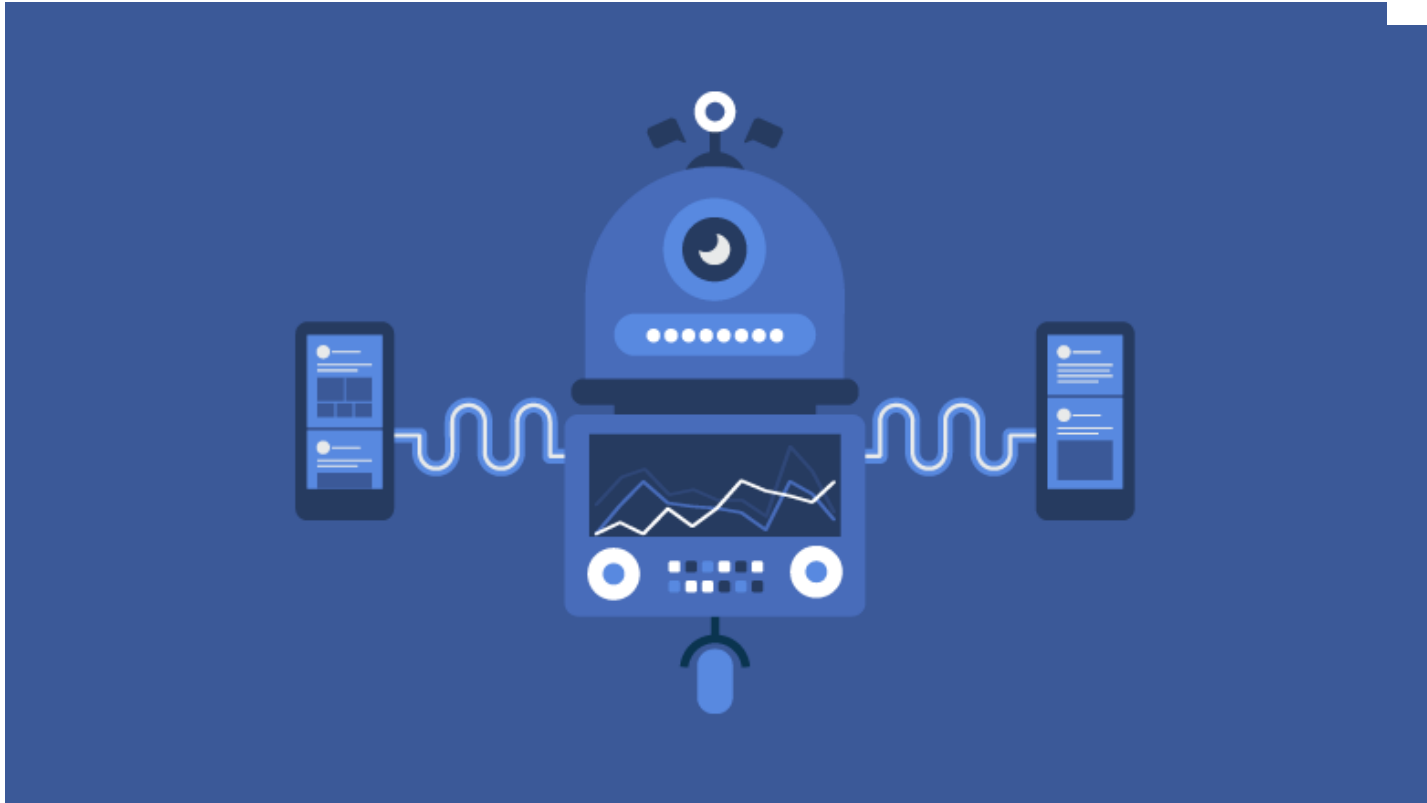




# Role sociálních sítí v marketingu



# Algorithmus





# Algorithmus



**„Shows you stories that are meaningful and informative.“**



# Algoritmus

## 1. KDO SDÍLÍ?

**Uvidíte primárně obsah od zdrojů (stránek, lidí), se kterými jste pravidelně v interakci (reakce, sdílení, komentáře, čas u postu)**

# Algoritmus



## 2. FORMÁT OBSAHU

**Uvidíte takový formát obsahu, na který nejčastěji reagujete.**

# Algoritmus



## 3. CELKOVÝ POČET INTERAKCÍ

**Feed prioritizuje post s největším počtem interakcí.**



## 4. INTERAKCE ZNÁMÝCH

**Feed prioritizuje posty, u kterých měli interakci vaši blízcí známí.**

**Největší prioritu mají posty, kde se rozvíjí konverzace mezi reagujícími lidmi.**

# Algoritmus



## ROZUMĚJTE SVÉMU PUBLIKU

- **obsah, na který lidé reagují – na základě historického chování a charakteristiky**
- **nový a potenciálně zajímavý obsah - aktuality, bulvár, trendy**



## AUTENTICKÝ A “NEZÁVADNÝ” OBSAH

- **SPAM a nepravdivý obsah postu/článku je penalizován**
- **důraz na soulad nadpisu a obsahu článku**
- **FB rozpoznává click-bait a senzacechtivý obsah**
- **odkaz na fake news apod. stránky je penalizován**
- **obsah “na hraně” - alkohol, hubnutí, léčba, výhry, apod.**
- **deepfake dostává red flag**

# Algoritmus



## INTERAKCE PUBLIKA

- **snažte se vyvolat interakce vašeho publika**
- **reagujte na komentáře fanoušků**
- **motivujte lidi ke vzájemné interakci**





# Sociální síť a strategie

## 1. Strategie

### a) Segmentace

- Stanovit zákaznické segmenty - kdo jsou mí zákazníci?
- Zvolit kritéria - demografická, geografická, zájmy, behaviorální.
- Určit velikost segmentů - kolik lidí je v daném segmentu?

### a) Targeting

- Na který segment/segmenty se zaměřím?
- Jaká je jejich priorita? Podle toho je seřadíme.
- Napsat důvody prioritizace.



# Sociální sítě a strategie

## ZÁKAZNÍCI



**ZAČÁTEČNÍCI**



**CESTOVNÍ ENDURO  
NAKED BIKE**



**CHOPPER**



**SPORT**



**BAŤUŽKY  
ŽENY**



**CROSS**



**DĚTI**

## ZÁKAZNÍCI



**ZAČÁTEČNÍCI**



**CESTOVNÍ ENDURO  
NAKED BIKE**



**CHOPPER**



**SPORT**



**BAŤUŽKY  
ŽENY**



**CROSS**



**DĚTI**



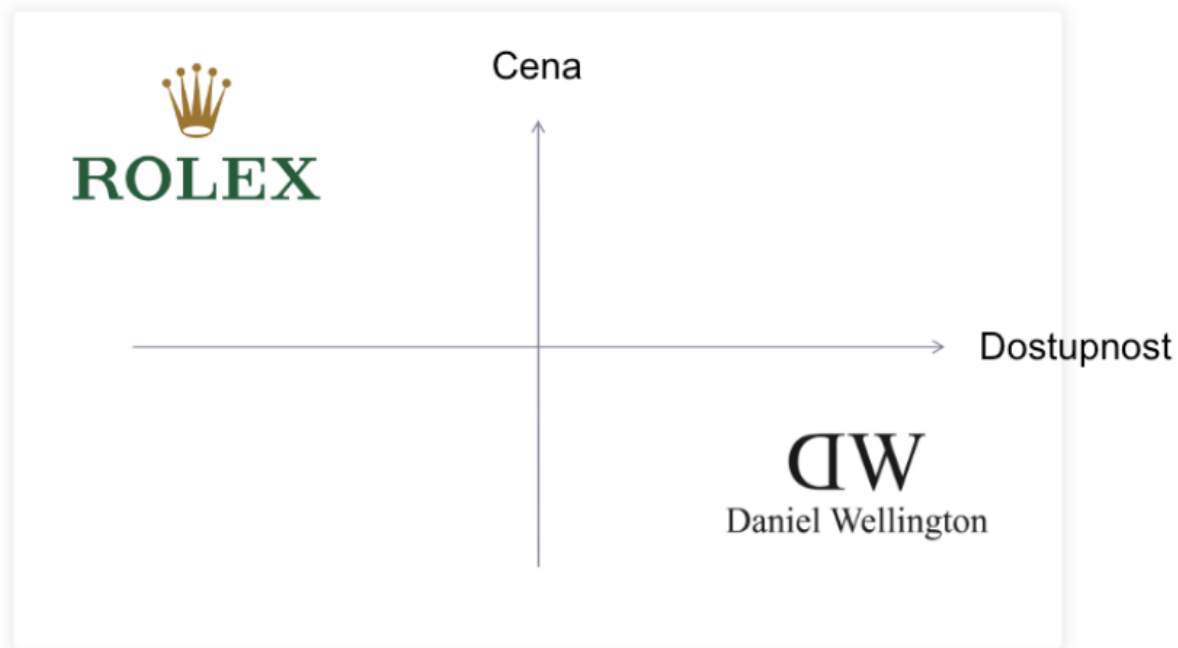
# Sociální síť a strategie

## 1. Strategie

### c) Positioning

- **Jaké jsou benefity mého produktu? Co zákazník získá?**
- **Jaké mám výhody oproti konkurenci? Kdo je konkurent?**
- **Čím je má firma charakteristická? Image, historie, vznik, background.**
- **Jakou mám image? Konzervativní, průkopnická, drsná, přátelská, ...**
- **Jaká je má pozice oproti konkurenci? Percepční mapa**
- **Jaká je message komunikace? Slogan, catchphrase, motto**

# Sociální síť a strategie



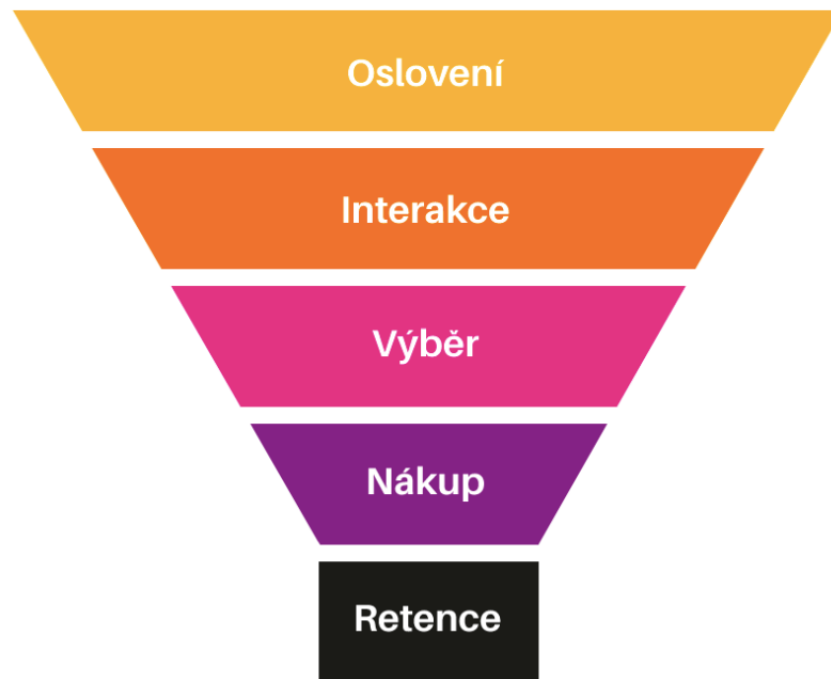


# Sociální síť a strategie

## 2. Nákupní proces

- Určení fází nákupního procesu
- Definice cílů jednotlivých fází
- Volba kanálů pro jednotlivé fáze
- Charakteristika cílení
- Návrh obsahu
- Stanovení metrik

# Opakování



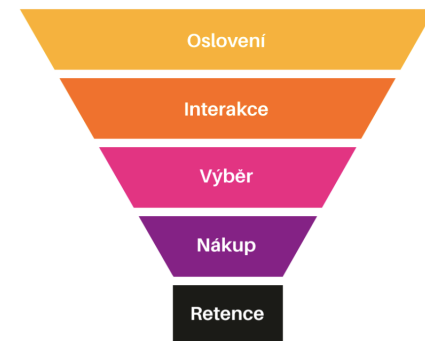


# Obsah pro fáze nákupního procesu

## 2. Nákupní proces

### a) Oslovení

- Získat pozornost nových zákazníků
- Akviziční kanály - např. FB nebo IG
- Cílení dle pohlaví, věku, zájmů (ženy, 20- 40, motorky)
- Atraktivní foto se zapojením produktu
- Počet oslovených lidí



# Obsah pro fáze nákupního procesu



MotoZem

10. 10. 2022 16:08 · 🌐

Máme tady nějaké motorkářky? 🇨🇪  
Nestyďte se a dejte o sobě vědět. 😊

Pro motoženy máme na e-shopu celou sekci a na prodejnách samozřejmě taky. ❤️

CZ: [bit.ly/CZ\\_ZENY](https://bit.ly/CZ_ZENY)

SK: [bit.ly/SK\\_ZENY](https://bit.ly/SK_ZENY)



Total reach	41 849	<a href="#">i</a>
Total reach (unique)	41 755	<a href="#">i</a>
Reactions	455	<a href="#">i</a>
Comments	267	<a href="#">i</a>
Shares	5	<a href="#">i</a>
Post clicks	6 841	<a href="#">i</a>
Engagement	7 568	<a href="#">i</a>
Engaged users	4 469	<a href="#">i</a>
Engagement rate	10,68%	<a href="#">i</a>



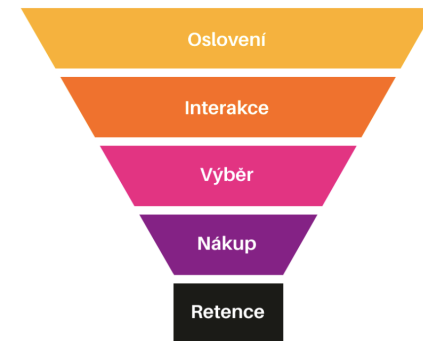


# Obsah pro fáze nákupního procesu

## 2. Nákupní proces

### b) Interakce

- **Zapojit lidi do komunikace, získat obsah**
- **Feed na FB**
- **Cílení dle pohlaví, věku, zájmů (ženy, 20- 4 0, motorky)**
- **Výzva k akci**
- **Počet interakcí a komentářů**



# Obsah pro fáze nákupního procesu



MotoZem

5. 10. 2022 17:14 · 🌐

Co si takhle udělat malou přehlídku motorek? 😊  
Když bude v komentářích aspoň 100 strojů, tak pro vás uděláme soutěž.



Total reach	84 868	i
Total reach (unique)	83 445	i
Reactions	532	i
Comments	2 003	i
Shares	14	i
Post clicks	9 303	i
Engagement	11 852	i
Engaged users	7 899	i
Engagement rate	9,31%	i

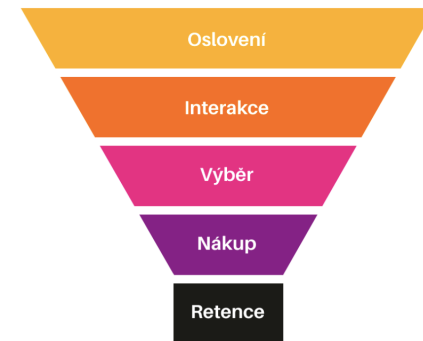


# Obsah pro fáze nákupního procesu

## 2. Nákupní proces

### c) Výběr

- **Prezentace produktů zákazníkům**
- **Feed na FB nebo IG / stories**
- **Cílení na návštěvníky webu nebo interakce na FB**
- **Vlastnosti produktu, odkaz na e-shop**
- **Počet kliknutí na odkaz v příspěvku**



# Obsah pro fáze nákupního procesu



MotoZem

26. 4. 2022 18:47 · 🌐

Česká značka Street Racer si zakládá na precizním zpracování a každý model je vyšperkovaný do posledního detailu. 😊

Přesvědčte se sami 🏎️ [bit.ly/StreetRacer\\_GPR](https://bit.ly/StreetRacer_GPR)



Total reach	21 805	
Total reach (unique)	20 287	
Reactions	277	
Comments	1	
Shares	5	
Post clicks	2 089	
Engagement	2 372	
Engaged users	1 615	
Engagement rate	7,41%	

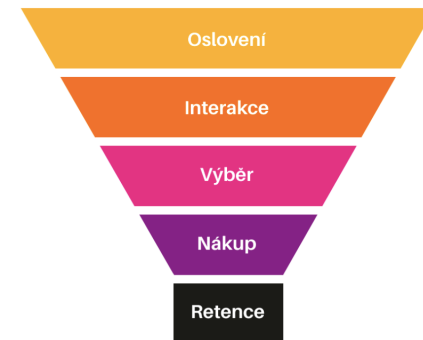


# Obsah pro fáze nákupního procesu

## 2. Nákupní proces

### d) Nákup

- **Dynamický remarketing**
- **Feed na FB nebo IG**
- **Cílení na zhlédnutí produktů za poslední 3 dny**
- **Produkt + odkaz**
- **Nákupy, tržby, cena za nákup**






# Obsah pro fáze nákupního procesu




MotoZem

Sponsored (demo) · 🌐

Hledáte vybavení na motorku? Na našem e-shopu najdete celou řadu ověřených produktů. 🏍️



Pás na nádrž Yamaha XV 750/1100 Virago...  
1,099 Kč [Shop now](#)



Kožená rolka na motorku...  
799 Kč [Shop now](#)

Kož mot  
799

Like Comment Share

Purchases	Purchases Conversion Value	Cost per purchase
72 [2]	€8,898.34 [2]	€4.13 [2]
72 [2] Total	€8,898.34 [2] Total	€4.13 [2] Per Action



# Obsah pro komunikaci

## 3. Témata komunikace

### Jak vybrat co budu komunikovat?

- a) Produkt - vlastnosti, výhody, kategorie, velikost portfolia, návody ...
- b) Výroba - výrobní postup, suroviny, stroje, technologie, ...
- c) Firma - vznik, vývoj, aktuality, poslání, vize, cíle, ...
- d) Lidé - zaměstnanci, majitelé, vztahy, spokojenost, představení, ...
- e) Positioning - image, konkurenční výhody, benefity, odlišení, ...
- f) Obor - co se děje v odvětví, trendy, vize, výzvy, novinky, tipy, ...
- g) Zákazníci - reference, **UGC**, užívání produktu, příběhy, ...
- h) PR - akce, sponsoring, CSR, charita, ...



# Obsah pro komunikaci

## 4. Tvorba obsahu

### Co obsahuje příspěvek?

- a) **Myšlenka / cíl**
- b) **Foto / video / grafika**
- c) **Text**
- d) **Nadpis, popisky**
- e) **Odkaz**



# Obsah pro komunikaci



**MotoZem**

Published by Michal Ptak · 5 October at 14:58 · 🌐



V MotoZemi najdete vše, co potřebujete, abyste si mohli užít bezpečnou a komfortní jízdu na mašině. 🏍️



**Motorkářské bundy**

Sháníte vybavení na moto...

[Shop now](#)



**Motorkářské kalhoty**

Sháníte vybavení na moto...

[Shop now](#)



**Mot**

Shán



36

1 comment 4 shares



# Jak propsat positioning do komunikace?

## Definice prvků positioningu

1. Jaké jsou benefity mého produktu? **Brambůrky - oblíbená chuťovka**
2. Jaké mám výhody oproti konkurenci? **Výrobní postup - odstředění - chuť**
3. Čím je má firma charakteristická? **Morava, Strážnice, Hobžka - jméno**
4. Jakou mám image? **Tradiční moravská firma**
5. Jaká je má pozice oproti konkurenci? **Nižší cena, odlišení výrobou**
6. Jaká je message komunikace?

**Nejsme chipsy, jsme brambůrky, brambůrky z Moravy**



# Jak propsat positioning do komunikace?

## Témata komunikace

- a) **Produkt - tradiční brambůrky z Moravy**
- b) **Výroba - odstřed'ování, technologie, postup, stroje, automatizace, statistiky**
- c) **Firma - od roku 1988, rodiče začali u kina, české brambory, tradiční receptura**
- d) **Lidé - nízká fluktuace, stálí zaměstnanci, navzdory automatizaci nepropouštíme**
- e) **Positioning - viz předchozí slide**
- f) **Zábava - obsah určený pro zabavení lidí a zapojení do komunikace**
- g) **Zákazníci - co nám píšou lidé do zpráv a komentářů?**
- h) **Soutěže - vysoký dosah, odměna pro vítěze - krabice brambůrků**

# Jak propsat positioning do komunikace?



## Produkt - tradiční brambůrky z Moravy



Hobžovy Strážnické brambůrky

24. 3. 2022 19:17 · 🌐

Brambůrky děláme už přes 30 let, pořád se učíme, pořád nás to baví. 🍟



Total reach	6 671	<a href="#">i</a>
Total reach (unique)	6 671	<a href="#">i</a>
Reactions	70	<a href="#">i</a>
Comments	6	<a href="#">i</a>
Shares	1	<a href="#">i</a>
Post clicks	62	<a href="#">i</a>
Engagement	139	<a href="#">i</a>
Engaged users	123	<a href="#">i</a>
Engagement rate	1,84%	<a href="#">i</a>

# Jak propsat positioning do komunikace?



## Výroba - odstředování. technologie. postup. stroje. automatizace. statistikv



Hobžovy Strážnické brambůrky

18. 7. 2022 17:09 · 🌐

Od pánve u letního kina až po plně automatizovanou výrobu, která denně zpracuje až 60 tun brambor. 🤖

Tak to dopadá, když se do práce pustí zlaté moravské ručičky. 🙌



Total reach	6 752	
Total reach (unique)	6 752	
Reactions	92	
Comments	9	
Shares	1	
Post clicks	290	
Engagement	392	
Engaged users	308	
Engagement rate	4,56%	

# Jak propst positioning do komunikace?



**Firma - od roku 1988, rodiče začali u kina, české brambory, tradiční receptura**



Hobžovy Strážnické brambůrky

9. 9. 2022 17:17 · 🌐

PTÁTE SE HOBŽŮ

Zajímalo vás, kde se vzal nápad začít s výrobou poctivých českých brambůrek. 🤔

Prvotní myšlenka sahá až do roku 1988, kdy naši rodiče provozovali malý bufet u letního kina. 🍿

Na trhu jim ale chyběly křupavé brambůrky, které nejen u sledování filmu nesmí chybět, a tak se rozhodli začít si je smažit doma. 🍷

Schválně nám do komentářů napište, kdy jste je ochutnali poprvé vy. 😊



Total reach	5 222	i
Total reach (unique)	5 222	i
Reactions	29	i
Comments	15	i
Shares	0	i
Post clicks	294	i
Engagement	338	i
Engaged users	273	i
Engagement rate	5,23%	i



# Jak propst positioning do komunikace?



**Lidé - nízká fluktuace, stálí zaměstnanci, navzdory automatizaci nepropouštíme**





## Hobžovy Strážnické brambůrky

11. 7. 2022 15:36 · 🌐

Abychom měli dost brambůrků pro všechny milovníky Strážnických, pořádně jsme zapracovali na výrobních procesech a povedlo se nám celou výrobu plně automatizovat. 🙌

Asi se tady nabízí dvě otázky – Co bude s našimi zaměstnanci a budou Strážnické stejné jako dřív? 😊

S radostí můžeme říct, že nikdo z našich lidí o práci nepřijde a může u nás pracovat tak dlouho, jak bude chtít. 😊

A co se týče chuti, právě automatizace zaručí, že bude každá brambůrka chutnat přesně tak, jak má a jak ji máte rádi. ❤️



Total reach	6 175	<a href="#">i</a>
Total reach (unique)	6 175	<a href="#">i</a>
Reactions	79	<a href="#">i</a>
Comments	14	<a href="#">i</a>
Shares	0	<a href="#">i</a>
Post clicks	212	<a href="#">i</a>
Engagement	305	<a href="#">i</a>
Engaged users	246	<a href="#">i</a>
Engagement rate	3,98%	<a href="#">i</a>

# Jak propstát positioning do komunikace?



Positioning



## Hobžovy Strážnické brambůrky

30. 9. 2022 15:30 · 🌐

Někdy se v práci cítíme jako na dovolené, obzvlášť když procházíme okolo našich Hobžopádů. 😊

Zdravíme ze Strážnice a přejeme všem krásný víkend. ❤️



Total reach	5 003	
Total reach (unique)	5 003	
Reactions	62	
Comments	13	
Shares	0	
Post clicks	127	
Engagement	202	
Engaged users	140	
Engagement rate	2,80%	

# Jak propsat positioning do komunikace?



**Zábava - obsah určený pro zabavení lidí a zapojení do komunikace**



## Hobžovy Strážnické brambůrky

15. 6. 2022 18:57 · 🌐

Co takhle dnes oprášit jednu starou hru, abychom si zkrátili dlouhou chvíli a trochu se pobavili? 😊

Filmy a brambůrky jsou asi nejlépe fungující dvojice pod sluncem, tak si s nimi pojďme trochu pohrát. 😁

Osolte mozkové závity a doplňte slovo „brambůrky“ do názvu filmu. 🧠

Vykopáváme – S tebou mě baví brambůrky. ❤️

Teď je řada na vás. Doufáme, že se ve Strážnici pořádně zasmějeme. 😄



Total reach	47 317	📄
Total reach (unique)	47 317	📄
Reactions	172	📄
Comments	430	📄
Shares	14	📄
Post clicks	4 932	📄
Engagement	5 548	📄
Engaged users	4 460	📄
Engagement rate	9,43%	📄





# Jak propsat positioning do komunikace?

## Zákazníci - co nám píšou lidé do zpráv a komentářů?

VAŠE VZKAZY OD SRDCE

U poslední soutěže jste nám napsali spoustu krásných vzkazů a my bychom pár z nich rádi sdíleli. 🥰

„Můj přítel Jirka stejně jako já miluje vaše nej octovky.“ Ája

„Já je miluji a spousta kumpánů z hospody.“ Petr

„Celá naše rodina miluje Strážnické brambůrky mňam, mňam.“ Kateřina

„Milujeme je celá rodinka ta chuť je prostě nepopsatelná a za nás určitě nejlepší brambůrky co známe.“ Michael

„Strážnické brambůrky miluje můj syn Honzík i se svojí nejbližší kamarádkou Májou.“ Gabča

„Neznám většího milovníka brambůrek než můj syn Daneček.“ Lenka

„Já je miluju a moje děti jsou po mamince.“ Dagmar

Udělal jste nám velkou radost a proto už zanedlouho uděláme další soutěž o krabici Strážnických. ❤️



# Porovnání s konkurencí






Cíl: Interakce

Rozpočet: ???

Pages performance

Show detailed reactions



Page	No of posts	Interactions ↓	Comments	Shares	Reactions
 Hobzovy Strážnické brambůrky	9	3 615	2 225	136	1 254
 Křupky Secalo - tradiční československé zlato	7	2 866	1 305	157	1 404
 Bohemia Chips	2	2 597	1 447	152	998
 Tyčinky Havlík	22	156	7	6	143
 Lay's CZ & SK	0	0	0	0	0



# Jak vytvářet interakce se zákazníky?

## Proč by měla firma budovat interakce se zákazníky?

- a) Budování vztahu
- b) Povědomí - Top of mind
- c) Zapojení do komunikace - pocit sounáležitosti
- d) Tvorba publik pro cílení reklamy
- e) Podpora výsledků - více interakcí = větší dosah (viz algoritmus - minulá přednáška)
- f) Brand salience - Vybavení při nákupním záměru
- g) Získání autentického obsahu pro komunikaci (UGC)





# Jak vytvářet interakce se zákazníky?

## Jak získávat interakce?

- a) **Otázky na zákazníky v kontextu produktu - kolik jste ujeli kilometrů?**
- b) **Výzva k poslání fotografie - sdílejte s námi zážitky.**
- c) **Názor na vybrané téma - máte radši kožené nebo riflové bundy?**
- d) **Rady a tipy - pošlete nám tip na trasu pro motorkáře.**
- e) **Zapojit do obsahu - viz doplňte brambůrky do názvu filmu.**
- f) **Spokojenost - napište názor na produkt.**
- g) **Soutěže - laciné, někdy kontraproduktivní.**
- h) **Odkaz na známé - označte motorkáře.**
- i) **Pochlubení se - ukažte mašinu!**
- j) **Statistiky v rámci firmy - kolik vyrobíme brambůrků?**



## Hobžovy Strážnické brambůrky

21. 6. 2022 19:18 · 🌐

### HLEDÁME JMÉNO

Náš vysokozdvizný vozík je jeden z nejpracovitějších členů týmu. 🙌

Proto si říkáme, že si zaslouží trochu úcty a rádi bychom mu dali jméno.

Pár nápadů máme, ale vy beztak vymyslete něco lepšího. 😊

Jak byste ho tedy pojmenovali? 😊



Total reach	30 042	i
Total reach (unique)	30 042	i
Reactions	187	i
Comments	360	i
Shares	14	i
Post clicks	3 120	i
Engagement	3 681	i
Engaged users	2 741	i
Engagement rate	9,12%	i



MotoZem

8. 7. 2022 15:22 · 🌐

Když jsme tohle řešili u nás na základně, nejvíce lidí začínalo na pionýru.



Co jste poprvé nastartovali vy? 📷



Total reach	22 563	<a href="#">i</a>
Total reach (unique)	22 106	<a href="#">i</a>
Reactions	90	<a href="#">i</a>
Comments	348	<a href="#">i</a>
Shares	3	<a href="#">i</a>
Post clicks	1 405	<a href="#">i</a>
Engagement	1 846	<a href="#">i</a>
Engaged users	1 516	<a href="#">i</a>
Engagement rate	6,72%	<a href="#">i</a>



MotoZem

5. 8. 2022 15:25 · 🌐

### KRÁSKY NA DVOU KOLECH

Tuhle parádu, kterou nám poslal Jiří Hess, jsme prostě museli sdílet. 🙌

Fotky motorek nikdy neomrzí, tak ukažte i vaši mašinu. 😊



Total reach	50 559	i
Total reach (unique)	49 560	i
Reactions	2 827	i
Comments	341	i
Shares	96	i
Post clicks	4 020	i
Engagement	7 284	i
Engaged users	5 446	i
Engagement rate	10,77%	i



Workout do škol

Sponsored (demo) · 🌐



Všechny tyto školy se zapojily do projektu Workoutdoškol.cz a už mají svá workoutová hřiště!



Označte do komentáře školu, ve které byste taky chtěli hřiště, na němž děti přirozeně lezou, šplhají, přitahují se a ani neví, že tím cvičí a rozvíjí své pohybové dovednosti. 🦋



WORKOUTDOSKOL.CZ

Vraťme naše děti zpátky na hřiště! | Workout do škol | WODOŠ

[Learn more](#)





Sbeerka

7. 6. 2022 11:00 · 🌐

👉 POZOR, POZOR, zveme vás na náš legendární burger! 🍔

Cítíte se jako profi food kritik nebo byste prostě jen rádi zakousli dobrotu z naší kuchyně? Ozvěte se nám pod příspěvkem a my vybereme hned 50 z vás, na které u nás bude netrpělivě čekat tahle šťavnatá pochoutka z hovězího masa. 🍔

A co dál? Podělte se o svůj zážitek ze Sbeerky na sociálních sítích, ať víme, na čem dále pilovat. 😊

Těšíme se na vás! 😊



Total reach	806	
Total reach (unique)	806	
Reactions	25	
Comments	61	
Shares	3	
Post clicks	378	
Engagement	467	
Engaged users	213	
Engagement rate	26,43%	



Diamantové svíčky

29. 12. 2021 11:00 · 🌐

Pochlubte se v komentářích vašimi šperky z Diamantových svíček! 🎁 😊

A pokud vám doma ten váš ještě chybí, mrkněte na náš e-shop a udělejte si radost 🛒 [bit.ly/DIAMANTOVE\\_SVICKY](https://bit.ly/DIAMANTOVE_SVICKY)



Total reach	42 678	i
Total reach (unique)	42 678	i
Reactions	432	i
Comments	218	i
Shares	11	i
Post clicks	5 190	i
Engagement	5 851	i
Engaged users	3 444	i
Engagement rate	8,07%	i



# Reklamy na Facebooku

1. ÚČEL
2. NASTAVENÍ ZOBRAZOVÁNÍ
3. KREATIVA





# Reklamy na Facebooku

1. **POVĚDOMÍ - DOSAH A POČET ZOBRAZENÍ**
2. **TRAFFIC - NÁVŠTĚVNOST WEBU**
3. **INTERAKCE - REAKCE NA POSTY, EVENTY, VIDEO**
4. **LEADY - SBĚR E-MAILOVÝCH A TELEFONNÍCH KONTAKTŮ**
5. **PROMO APLIKACÍ**
6. **PRODEJ - PRODUKTOVÉ KAMPANĚ, KONVERZE, DNM RMK**



# Reklamy na Facebooku

Campaign	Delivery ↑	Results
CZ + SK   Konverze   Výprodej	● Active	55 Website adds to cart
SK   PLA   NEW	● Active	13 Website purchases
SK   Remarketing	● Active	349 Link Clicks
CZ   Kariéra	● Active	210 Post engagements
CZ   Remarketing	● Active	382 Link Clicks
SK   DNM RMK	● Active	5 Website purchases
CZ+SK   Engagement   Post	● Active	3,713 Post engagements
CZ+SK   Engagement   Video	● Active	16,566 ThruPlays
CZ   PLA	● Active	19 Website purchases
CZ   DNM RMK	● Active	5 Website purchases



# Reklamy na Facebooku

1. DOBA TRVÁNÍ - OBDOBÍ NEBO NEOMEZENĚ
2. ROZPOČET - DENNÍ, DLOUHODOBÝ, MINIMÁLNÍ, MAXIMÁLNÍ
3. PUBLIKUM - DALŠÍ SLIDE
4. UMÍSTĚNÍ - FB, IG, FEED, STORIES, REELS, VIDEO, ČLÁNEK, APPKA - V ČR VELMI OMEZENÉ MOŽNOSTI
5. OPTIMALIZACE DLE VYBRANÉ METRIKY



# Reklamy na Facebooku

1. GEOGRAFICKÉ
2. JAZYK
3. DEMOGRAFICKÉ - VĚK, POHLAVÍ, PRÁCE, MATEŘSTVÍ, ATD.
4. ZÁJMY - NA ZÁKLADĚ AKTIVITY NA INTERNETU
5. KONTAKT - NÁVŠTĚVA WEBU, SHLÉDNUTÍ VIDEO, INTERAKCE S OBSAHEM, NÁKUP - AŽ 365 DNÍ

\*Možnost vzájemně vylučovat publika - byli na webu, ale nenakoupili a zároveň viděli dané video, ale nejsou fanoušci

# Reklamy na Facebooku



## Budget & schedule

### Schedule ⓘ

#### Start date

6/10/2022

🕒 14:38

Prague Time

#### End

Set an end date

[Hide options ▾](#)

#### Ad set spend limits

##### Minimum

€2.00 daily

We can't guarantee that this amount will be spent. ⓘ

## Detailed targeting

Include people who match ⓘ

[Interests](#) > [Additional interests](#) > [Motorcycle racing](#)

Motorcycle racing

[Interests](#) > [Additional interests](#) > [Motorcycle sport](#)

Motorcycle sport

[Interests](#) > [Additional interests](#) > [Motorcycling](#)

Motorcycling

## Custom Audiences

Create new ▾

INCLUDE [people](#) who are in at least ONE of the following

🔍 Search existing audiences

EXCLUDE people who are in at least ONE of the following

### Website

CZ | Purchase 30

WCA 30 CZ

🔍 Search existing audiences

### \* Locations

Location:

- Czech Republic

### Age

18 - 65+

### Gender

All  Men  Women

## Optimisation and delivery

### Optimisation for ad delivery

Conversions

### Cost per result goal ⓘ

\$X.XX

Meta will aim to spend your entire budget and get the most purchases using the highest volume bid strategy.

[Show more options ▾](#)

# Reklamy na Facebooku



## Placements

▼ | **Feeds**

Get high visibility for your business with ads in feeds

Facebook Feed

Instagram feed

Facebook Marketplace

Facebook video feeds

Facebook right column

Instagram Explore

Instagram Shop

Messenger inbox

Facebook Business Explore

▼ | **Stories and Reels**

Tell a rich, visual story with immersive, full-screen vertical ads

Instagram Stories

Facebook Stories

Messenger Stories

Instagram Reels

Facebook Reels

▼ | **Apps and sites**

Expand your reach with ads in external apps and websites

Audience Network native, banner and interstitial

Audience Network rewarded videos

Audience Network in-stream videos

▼ | **In-stream**

Quickly capture people's attention while they're watching videos

Facebook in-stream videos

▼ | **Overlay and post-loop ads on Reels**

Reach **people** with sticker, banner or video ads as they watch reels

Facebook Reels

▼ | **Search**

Get visibility for your business as people search on Facebook

Facebook search results

▼ | **Messages**

Send offers or updates to **people** who are already connected to your business

Messenger sponsored messages

▼ | **In-article**

Engage with **people** reading content from publishers

Facebook Instant Articles



# Reklamy na Facebooku

1. **FORMÁT - FOTO, VIDEO, CAROUSEL, LINK, POST**
2. **TEXT**
3. **VIZUÁL**
4. **ODKAZ**

# Reklamy na Facebooku



**MotoZem**

Published by Daniel Kvíčala · 4 d · 🌐

V MotoZemí najdete vše, co potřebujete, abyste si užila bezpečnou a komfortní jízdu. 😎

Mrkněte na e-shop a vyberte si, co vám padne do oka. 😎

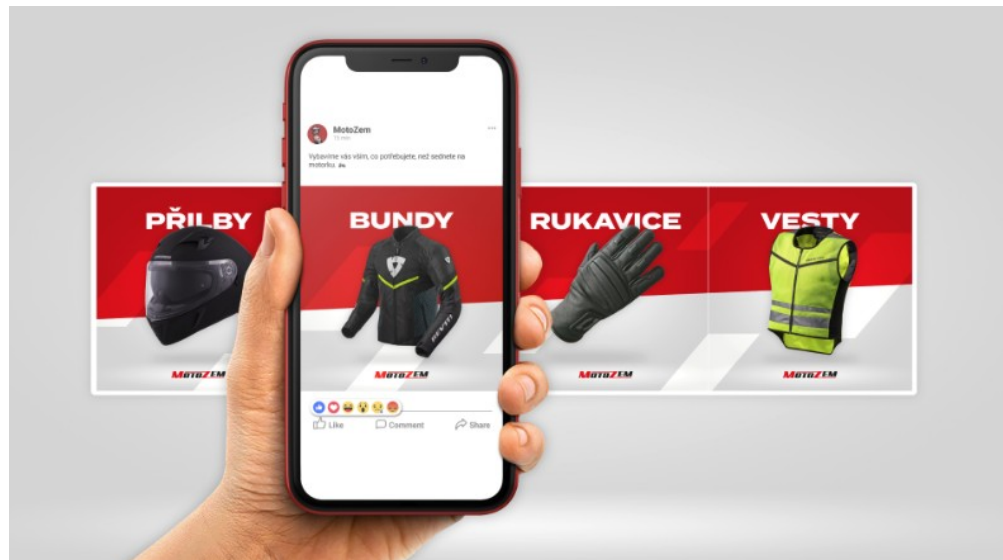


MOTOZEM.CZ

**MotoZem | Pro ženy**

Moto oblečení a doplňky

Shop now







# Reklamy na Facebooku

**Dosah**

**CPC - cena za kliknutí**

**Zobrazení reklamy**

**CPM - cena za 1 000 zobrazení**

**Engagement**

**CTR - míra prokliku**

**Kliknutí na odkaz**

**CPA - cena za akci (nákup)**

**Frekvence**

**PNO - podíl nákladů na obratu**

**Přehrání videa**

**CP 1000 reach - cena za oslovení 1 000 lidí**

**Nákupy**

**CP Thru play - cena za přehrání videa**

**Tržby**

**CP Engagement - cena za interakci**



# Jak se trollí trollové? (Navíc)

- Firma Liftago se připojila k solidaritě vůči Ukrajině.
- Odpůrci jejich krok “hlasitě” a velmi nevybíravě hejtovali.
- Komentáře byly často nenávistné a sprosté.
- Liftago mohlo tyto komentáře nahlašovat nebo skrývat, jelikož byly v rozporu s pravidly Facebooku.
- Namísto toho se rozhodli na komentáře vtipně reagovat a zesměšnit hatery.
- Tento krok byl v souladu s firemní komunikační strategií a celkovou image.
- Odpůrci s největší pravděpodobností nebyli potenciální zákazníci, tudíž si firma obchodně neuškodila.
- Naopak svou činností značně zvýšila dosah příspěvků a tím i počet oslovených lidí a povědomí obecně.
- Zároveň tím podpořila image značky a naklonila si potenciální zákazníky.
- Dosah se kromě SoMe rozšířil i do celé řady online a offline médií.
- Souhrn nákladů (hodiny strávené komentováním) a přínosů (viz výše) byl nesrovnatelný nesrovnatelný.
- Zároveň tímto vyslali message široké veřejnosti a podpořili “dobrou věc”.

# Jak se trollí trollové?



 Viktor Malej Hurt  
Co to máte za barvy ,humus 🤔

To se mi líbí   Odpovědět   2 t




Autor

Liftago

Viktor Malej Hurt Zdravíme, Viktore, zde jsme vám je přehledně popsali, kdybychom mohli ještě s něčím pomoci, dejte vědět. Hezký den! 😊



Foto: Liftago

 Michal  
Pošlete peníze Českým rodinám sundejte ten hadr dejte Českou vlajku jsme totiž v Čechách pamatují si vaše začátky tohle co teď děláte je pro řidiče i klientka zlodějina hlavně že vám jdou poplatky za 🙄🙄🙄

To se mi líbí   Odpovědět   2 t



Autor

Liftago

Michal Dobrý den, Michale, asi vám vypadly čárky, které by zde u nás v Česku v českém jazyce správně měly být 😊 Tady jsou: .....

To se mi líbí   Odpovědět   2 t



Michal

Liftago jj umírající se stébla chytá 🙄🙄🙄

To se mi líbí   Odpovědět   2 t



Autor

Liftago

Michal Super, také rádi komolíme česká přísloví! 🇨🇪

Tady jsou naše oblíbená:

- Lepší sýkorka v hrsti než holub na střeše.
- Tak dlouho se chodí se džbánem k lávě, až se ucho utrhne.
- Kdo jinému jámu hrabe, sám do ní pade.
- Jak si kdo ustele, tak si sedne.
- Čistota – dvě třetiny zdraví.
- Bez práce nejsou buchty.
- Lež má krátké ruce.
- Mlčeti chrom.

Mějte fajn den! 😊

To se mi líbí   Odpovědět   2 t

# Jak se trollí trollové?



 **Josef**  
Srovnejte se prosím 😬👍 7  
To se mi líbí   Odpovědět   3 t



Autor

**Liftago**

**Josef** Dobrý den, Josefe, bohužel nevíme, kam tímto komentářem míříte. Ale kdybyste zamířil někam po městě, moc rádi vás svezeme 😊  
Mějte fajn den!



To se mi líbí   Odpovědět   3 t



**Karen Novak**

Zmnte vlajku na českou

1 d To se mi líbí   Odpovědět   Zpráva   5 😬👍



Autor

**Liftago (Výchozí)**

**Karen Novak** Dobrý den, Karen, máme zavolat manažera? 😊

19 h To se mi líbí   Odpovědět   3 😬

# Jak se trollí trollové?



**Karen Novak**

Ukrajinske liftago běžte do prdele

1 týd. To se mi líbí Odpovědět Skrýt 24 😡



Autor

**Liftago (Výchozí)**

**Karen Novak** Dobrý den, Karen, zdraví vás české Liftago a.s. se sídlem v České republice 😊 Po pečlivém procházení mapových podkladů jsme našli jen Řitku. I tam vás naši řidiči rádi spolehlivě a bezpečně odvezou 🙌

1 týd. To se mi líbí Odpovědět 168 😡👍❤️



Liftagem už nikdy, jedinež procesky taxi.

2 t To se mi líbí Odpovědět Skrýt 19 😡👍

Zobrazit 10 předchozích odpovědí...



Autor

**Liftago (Výchozí)**

Přesnou definici slova „pročeský“ neznáme, ale pokud to zahrnuje česky mluvící řidiče, kvalitní službu a projekty pomáhající lidem v nouzi nebo přednášky o podnikání v českých školách, tak se s námi můžete v klidu svést, protože (nejen) tohle všechno děláme 😊 Hezký den!

2 t To se mi líbí Odpovědět 18 👍



# Úkol (možno vybrat na seminární práci)

1. Vyberte libovolnou firmu
2. Definujte zákaznické segmenty
  - a) **Kdo jsou zákazníci? Kritéria - demografická, geografická, zájmy, behaviorální.**
  - b) **Určit velikost segmentů - kolik lidí je v daném segmentu?**
    1. **Na který segment se zaměříte a proč?**
    2. **Kdo je váš hlavní konkurent?**



# Úkol (možno vybrat na seminární práci)

## 5. Positioning

- Na jaký produkt nebo kategorii se zaměříte?
- Jaké jsou benefity produktu? Co zákazník získá?
- Jaké má výhody oproti konkurenci? Kdo je konkurent?
- Čím je firma charakteristická? Image, historie, vznik, background.
- Jakou má image? Konzervativní, průkopnická, drsná, přátelská, ...
- Jaká je message komunikace? Slogan, catchphrase, motto



# Úkol (možno vybrat na seminární práci)

## 6. Navrhněte témata komunikace (aspoň 3)

### Jak vybrat co komunikovat?

- a) Produkt - vlastnosti, výhody, kategorie, velikost portfolia, návody ...
- b) Výroba - výrobní postup, suroviny, stroje, technologie, ...
- c) Firma - vznik, vývoj, aktuality, poslání, vize, cíle, ...
- d) Lidé - zaměstnanci, majitelé, vztahy, spokojenost, představení, ...
- e) Positioning - image, konkurenční výhody, benefity, odlišení, ...
- f) Obor - co se děje v odvětví, trendy, vize, výzvy, novinky, tipy, ...
- g) Zákazníci - reference, **UGC**, užívání produktu, příběhy, ...
- h) PR - akce, sponsoring, CSR, charita, ...





# Úkol (možno vybrat na seminární práci)

## 7. Navrhněte příspěvek pro každé téma


### Co obsahuje příspěvek?

- a) Myšlenka / cíl
- b) Pro jakou fázi nákupní procesu je? (Oslovení, interakce, výběr, nákup)
- c) Foto / video / grafika - stáhnout z Googlu / FB nebo nakreslit
- d) Text
- e) Jak byste zacílili reklamu? (Zájmy, věk, pohlaví, povolání, remarketing)



# Samostatné cvičení (Navíc)

## 8. Napište reakci na komentář

 **Hobzovy Strážnické brambůrky**  
Published by Kontentino · 19 September at 16:38 · 🌐

### BRAMBŮRKY V PÍSNÍČCE

My Češi umíme už od nepaměti skládat krásné písničky. 🎵

Pojďte si zahrát malou hru – doplňte do vaší oblíbené písničky slovo "BRAMBŮRKY", beztak potom bude ještě hezčí. 🍷

Začínáme: „Ty brambůrky jsem koupil kvůli tobě.“ ❤️



**Tonda Ševčík**

Jestli se budete nádále prezentovat těmito přiblblými žryndy, 🤢 že tu só všichni Češi. Tak si u Vás hodně dlóho NIC nekópím. 🙅



Like Reply Hide 2 w





## Samostatné cvičení (Navíc)

### 8. Napište reakci na komentář



Kajel Vobot

a vy sem vozíte ty ukrajince nebo jaký je smysl té reklamy?

1 d

To se mi líbí  
Skrýt

Odpovědět

Zpráva



# Samostatné cvičení (Navíc)

## 8. Napište reakci na komentář - Pride pochod



**[REDACTED]** Dostanu taky dotaci na uspořádání pochodu heterosxuálů?

To se mi líbí · Odpovědět · 4 d

