

Sociální sítě - ostatní

Soušly sem, soušly tam, co já na nich
udělám?



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.
E-marketing

- **1 Instagram**
- **2 LinkedIn**
- **3 YouTube**
- **4 X (Twitter)**
- **5 Reddit**
- **6 Discord**
- **7 Twitch**





- Všem jde o naši pozornost.
 - Proč?
 - Protože čím déle zůstaneme, tím více reklam nám mohou zobrazit = mají větší zisk. Nekonečný feed, místo jen pár postů od přátel.
 - Přitahuje to pak „nekalé živly“ – spam, hate, botnet, trollí farmy, nebo i „obyčejné“ trendy typu videa s překvapením na konci (dívej se dlouho, ať víc vydělám).
 - Cesta ven – předplatné?
-

1 Instagram



- *„Instagram je bezplatná aplikace pro sdílení fotek a videí, která je dostupná pro zařízení iPhone a Android. Lidé mohou do naší služby nahrát fotky a videa a pak se o ně podělit se svými sledujícími nebo s vybranou skupinou přátel. Můžou si taky prohlížet, komentovat a označovat jako To se mi líbí příspěvky, které na Instagramu zveřejnili jejich přátelé. Účet si může vytvořit kdokoli starší 13 let. Stačí zaregistrovat e-mailovou adresu a vybrat uživatelské jméno.“*
 - Druhá sociální síť skupiny Meta od 2012.
 - Zaměřena **vizuálně – foto, video.**
-

Co je jiné?



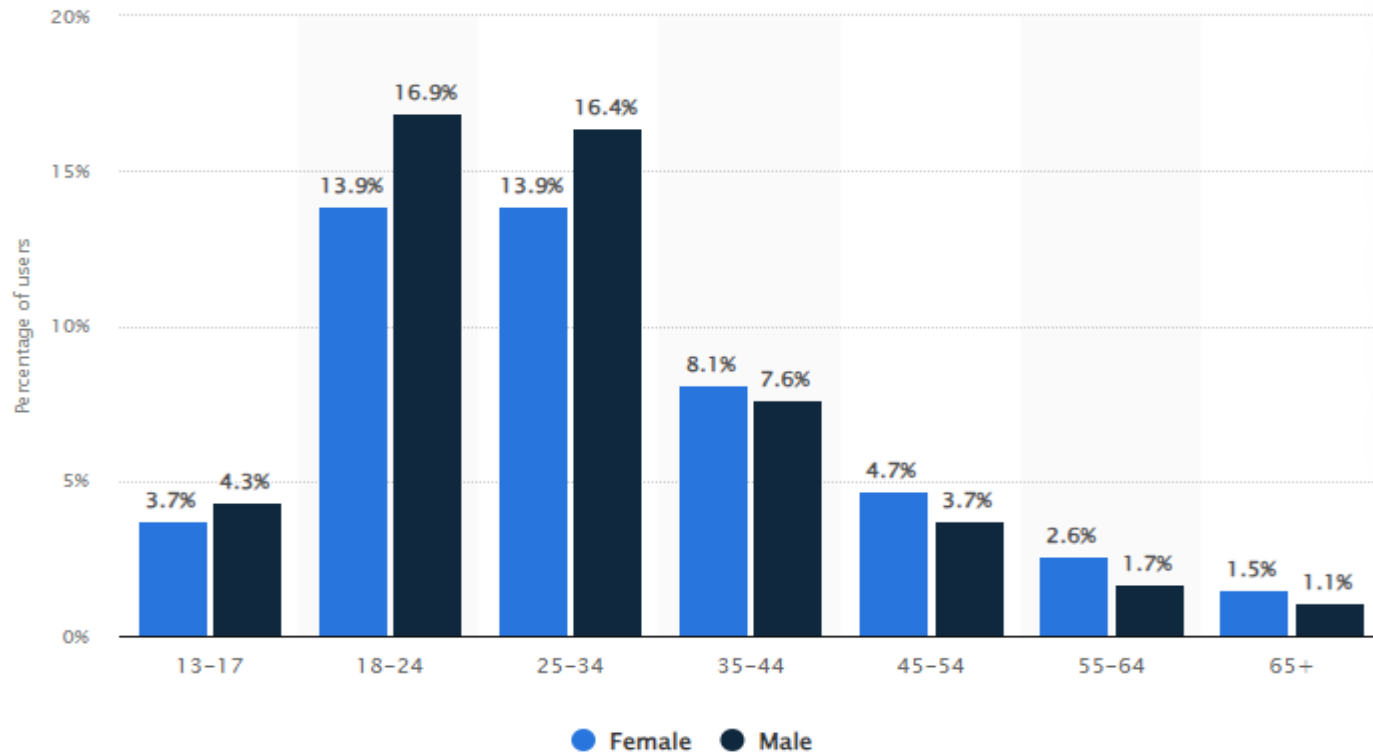
SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Instagram je pouze vizuál + trochu textu, Facebook má klidně pouze text, pocity a jiné.
 - Profilům dáváme Follow.
 - Instagram filtry, editace foto a video.
 - Feed (jiný algoritmus), Stories (zmizí), Reels (krátká videa ala TikTok), Live. Zprávy, Shop, Discover.
 - Oproti Facebooku je Instagram více zaměřený na lidi a jejich interakci, snadné sdílení (nereálných) vizuálů. Přitahuje jinou cílovku.
 - Liší se tedy typy příspěvků a publika = jiné nástroje.
-

Instagram demografie



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ





- Mladší cílovka – komunikuji jiné věci, komunikuji jinak.
 - Jiný typ obsahu – méně textu, skupin, marketplacu, více vizuální zábavy, funguje brand building, vizuály produktů.
 - Jiný engagement – reakce, komentý, sdílení, CTR, strávený čas. (save post, tap on profile)
 - Vhodné pro trochu jiná odvětví – tzv. „Instagram ready produkty“, zdraví a krása, móda a doplňky, jídlo a gastro, cestování.
 - Reklamní platforma je propojená – můžu mít kampaň na obou platformách zároveň.
-

2 LinkedIn (Linkedin, Linkdin, Linkin, Linked...)



- *„[LinkedIn](#) je celosvětově největší profesní síť na internetu. Na LinkedIn můžete najít tu správnou práci nebo stáž, navázat a posílit profesní vztahy a získat dovednosti, které potřebujete, abyste uspěli ve své kariéře.“*
 - Vlastní Microsoft. Primárně profesní síť – ne zábavní!
 - Starší cílová skupina. Špičky daných oborů, majitelé společností, manažeři, specialisti, freelanceři, HR, profily „zaměstnanců“.
 - Profil ale máme i pokud chceme změnit zaměstnání, studenti hledající brigádu, pokud hledáme práci po rodičovské dovolené apod.
-



- Chceme se „prodat“ – vybíráme relevantní informace!
 - Jiný profil, než na zábavních sítích – vyplňujeme více informací – endorsement (v podstatě potvrzení) od kontaktů, že máme určitou schopnost, zkušenost apod. Jiný počet kontaktů oproti zábavním sítím.
 - **Zkušenosti** - současná a minulé zaměstnaní.
 - **Aktivita** – moje aktivita typu příspěvky, komentáře apod.
 - **Dovednosti** – naše schopnosti, v čem jsme dobří, co umíme.
 - **Vzdělání** – absolvované školy, certifikáty, školení apod.
 - **Jazyky** – úroveň jazykových schopností.
 - **Zájmy** – profily společností, které sledujeme.
 - **Vybrané** – co se nám povedlo.
-

LinkedIn specifika



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Jsme tady za jiným účelem - jiný profil, jiné kontakty.
 - Tvoříme a sledujeme jiný obsah – na síti je mnoho chytrých lidí, kteří tam hledají kvalitní informace. Vykáme, gramatika, stylistika.
 - Nechceme tady fotky z dovolené či oslav, staré známé kontakty.
 - Propojení 1., 2. a 3. stupně – přes primární kontakt máme kontakty kontaktů 😊
 - Prémiový účet – InMail i když nejsme propojeni, kdo mě prohlížel, více dat v Insights, tutoriály v Learning, prohlížení až do 3. stupně atd.
 - Skupiny – komunitní diskuzní fórum – není to můj veřejný profil - vzdělávací e-knihy, cílené otázky, novinky z oboru, infografiky a podobně.
 - Práce s profilovkou - LION (LinkedIn Open Networker), Open to – finding a new job, hiring, providing services.
-

- Profesionální profilová fotka – první dojem.
 - Zajímavý titulek – spolu s fotkou informace, které dostaneme první.
 - About – popište kdo jste a co děláte.
 - Activity – ano, vidí i aktivitu, takže žádný hate, ale pečlivě spravujeme.
 - Experience – relevantní zkušenosti – brigády? Krátké práce?
 - Skills – chceme endorsement od relevantních osob.
 - Recommendations – ditto, chceme od relevantních osob.
 - Languages – co doopravdy umíme a na jaké úrovni – certifikáty.
 - Interests – spravujeme, jaké informace o nás uvidí – relevantní pro obor.
-

- Vytvořím si firemní profil nebo svůj profil jako manažera?
 - Profily lidí fungují lépe v algoritmu, aktivně se mohu spojovat (push).
 - Firemní profily mají lepší správu reklam, ale jsou pasivní – čekám (pull).
 - Řešíme profily, reklamní kampaně, obsah.
 - Obsah na profilech – profesionálně informujeme, co děláme.
 - Skupiny – šance udělat si jméno v komunitě, připnout na profil, data mining, kopírování a sdílení.
 - Sběr zpětné vazby.
 - Recruiting, partnerství, OSVČ, leady - zakázky.
-



- Podobné, jako známe z Mety.
 - Back-end vypadá [takto](#), podobné metriky a logiky.
 - Boost příspěvků, sponzorovaný messaging, dynamické reklamy, textové reklamy.
 - Cíl kampaně – awareness, consideration – traffic, engagement, views, conversions – leads, web ctr, recruitment.
 - Publika –
 - Ad format – sponsored Content, Message Ads, Dynamic Ads, Text Ads, or a mix of all four.
 - Budget and schedule – daily budget, bidding.
-
- Measure and optimize.

3 YouTube



- YouTube [ju:tu:b] je největší internetový server pro sdílení videosouborů. Agresivní algoritmus.
 - Založen 2005 – myšlenka sdílet domácí videa. Od 2008 v češtině. Od 2015 placená Premium verze.
 - Hlavní zdroj příjmů je reklama.
 - YouTube Music. Shorts. Odběry vs. Domů.
 - YouTube uživatelé mohou nahrát videa, zhlédnout je, hodnotit, sdílet, komentovat, streamovat atd.
 - YouTube nabízí videoklipy, TV klipy, hudební videa, trailery k filmům a další jako například video-blogy, krátká originální videa nebo vzdělávací videa apod.
-

- Po domácích videích najednou narostly videohry (Minecraft nakopl nejednu hvězdu), hudba, vzdělávací videa, recenze, filmy apod.
 - Vznikly první velké hvězdy – youtubeři typu [PewDiePie](#) (Red Diamond Play Button za 100 mil.).
 - Až jsme se dostali do stavu, kdy při koupi produktu jdeme skoro vždy na YT recenze. Když řešíte DIY. Vzdělávání. Atd.
 - Reklamy – všude, nepřeskočitelné, několik, dlouhé, mnoho ve videu.
 - Tvůrci – blokace obsahu, demonetizace, příjem dle země, těžké budování komunity v začátku.
-



- Oficiální rozcestník kanálů s informacemi je [zde](#).
 - YT pomáhá při hledání na Googlu – SEO – prioritizuje vlastní platformu.
 - Firma může dělat obsah pro zákazníky – věčný, celosvětový, monetizace.
 - Spolupráce s youtubery – ne/placené.
 - Reklamní kampaně – podobná logika jako Meta/GoogleAds. Založíme si GoogleAds účet – vyplníme profily, nalinkujeme web, videa, platební kartu, nastavíme údaje, publika – zájmy, spárujeme s YT a GA.
-



- Cíl: sales, leads, web traffic, product consideration, brand awareness and reach, app promotion, local store promotion, without goal.
 - Typ kampaně: search, display, shopping, video, app, smart, local, discovery.
 - Sub-typ kampaně: custom video (skippable in-stream, bumper, video discovery), non-skippable in-stream, outstream (mobilní mimo videa), drive conversions (na interakce), ad sequence, shopping.
 - Budget, čas, typ účtování (CPV/CPM), networks – YT search, YT videa, mimo YT; jazyk, inventory type – jak moc jsou videa, u kterých bude moje reklama, sexuální/sprostá/násilná.
-



- Dále vylučujeme, u jakého obsahu bude moje video, na jakých místech.
 - Konverze – tahá globální nastavení účtu/cíle, nebo volím specifické.
 - Další nastavení – devices, frequency capping, day schedule atd.
 - Publika – gender, age, parental status, household income, ZÁJMY (afinita k něčemu), klíčová slova, topics, placements (mohu vybrat specifické kanály).
 - Budget.
 - Tvorba videa – vyberu video, jméno, titulek, CTA, URL atd.
 - Tvorba kampaně – čekáme na schválení, pak měření a optimalizace.
-

4 X (bývalý Twitter)



- Twitter je poskytovatel sociální sítě a mikroblogu, který umožňuje uživatelům posílat a číst příspěvky zaslané jinými uživateli, známé jako tweets, po rebrandingu nazvané jako post.
 - Krátké příspěvky – mohou mít text, foto, video. Delší texty se kouskují.
 - Známé pro svou geolokaci (USA a UK), politiku, finance, hádky.
 - Dávám lidem follow a ten obsah pak vidím. Ale mění se to – reklamy.
 - Koupil Musk – obrovská kontroverze, rebranding, změna obchodního modelu – předplatné, změna obsahové politiky (algoritmu), změna příspěvků (přidány počty shlédnutí), od/banování za jiná témata (svoboda slova, Trump, Kanye, ale některá témata banuje). Twitter mu dal sílu ovlivňovat politiku (Ukrajina) i obchod (ceny akcií jeho firem).
-

5 Reddit



- Reddit je otevřenou internetovou sociální sítí, založenou na principu předkládání obsahu uživateli a jeho následného hodnocení pomocí hlasování.
 - Název je anglickou slovní hříčkou ze slovního spojení „I read it“, ale TL;DR 😊
 - V podstatě skupiny spravované moderátory.
 - Uživatelé tvoří obsah a hlasují pro vlákna.
 - Málo reklamy, hodně obsahu.
 - Hodně textu, ale funguje i foto a video.
 - Feed z mých skupin.
-



6 Discord



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Discord je komunikační platforma pro komunity. Je alternativou Skypu, TeamSpeaku, ICQ a ostatních služeb.
- Discord nabízí podporu botů pro hudbu, správu práv a jiných záležitostí.
- Funguje pro komunikaci (psané zprávy v kanálech, DM, hlasová komunikace), sdílení obsahu.
- Přidávám si servery podle zájmů.
- Servery mají moderátory. Nastavené kanály.
- Bez reklam, ale Nitro a obchod (kosmetiky).

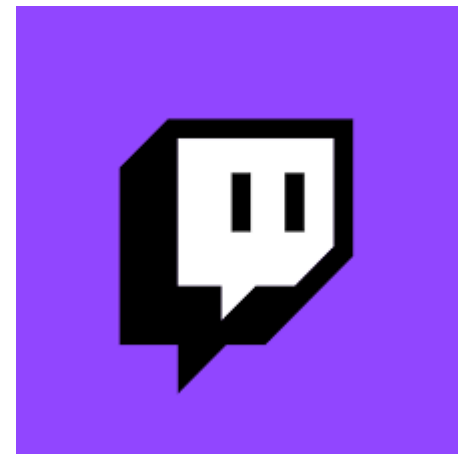


7 Twitch



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Twitch je platforma pro živé vysílání. Založena 2011, koupil Amazon. Zaměřeno především na videohry, eSports a další akce s herním účelem, ale i hudbu, umění, či Talk Show (Pools a Hottubs).
- Sledované kanály, doporučené kanály, sledované kategorie.
- Živý stream - interakce, záznamy streamů, videa.
- Reklamy, drops, spolupráce, Prime, subs, donate.



Konec prezentace



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkuji za pozornost 😊

- Použijte [Facebook Ad Library](#)
 - Najděte reklamy 3 různých firem a:
 - a) uveďte, na koho cílí
 - c) jaký byl dosah reklamy (postup viz obrázky na dalších slidech)
 - Vytvořte vlastní reklamu (grafika + text) – můžete použít z předchozího úkolu.
 - U reklamy určete, na koho bude cílená (Věk, pohlaví, zájmy, povolání, atd.).
 - Dále určete, jaký bude cíl reklamy (návštěvnost webu, povědomí o značce, nákup na e-shopu, získání kontaktu).
 - Volbu následně krátce zdůvodněte.
-

Úkol na seminář



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Česká rep... ▾



Všechny reklamy ▾

🔍 Alza.cz

~440 výsledků

Vyberte kategorii reklam

- Všechny reklamy
- Problematika, volby nebo politika
- Bydlení
- Zaměstnání
- Úvěry

Spuštěno: říjen 2023

ID knihovny: 351038044584

✓ Aktivní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy

ID knihovny: 243847652024884

rní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy

Úkol na seminář



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Meta

[Knihovna reklam](#)

[Reporty Knihovny reklam](#)

[Ad Library API](#)

[Brandovaný obsah](#) ☰

Česká rep... ▼



Všechny reklamy ▼



Uložená hledání

~440 výsledků



Filtry

Uložit hledání

Spuštěno: říjen 2023

ID knihovny: 3510380445841770

Aktivní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy

Tato reklama má několik verzí.

Transparentnost v EU

[Zobrazit podrobnosti o reklamě](#)



Alza.cz

Sponzorováno

Nechte se vtáhnout přímo do děje filmu s televizory a soundbary LG.



ALZA.CZ

LG QPS

Soundbar - výkon 320 W, bezdrátový subwoofer, HDMI (1x vstup, 1x výstup), optické digi audio, Bluetooth, ARC, dálkový...

[Shop Now](#)

ID knihovny: 243847652024884

Aktivní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy

Tato reklama má několik verzí.

Transparentnost v EU

[Zobrazit podrobnosti o reklamě](#)



Alza.cz

Sponzorováno

Black Friday je tu!
Vyber si z tisíců zlevněných produktů od mobilů až po hračky.



ALZA.CZ

Alza.cz

[Shop Now](#)

ID knihovny: 877205957395352

Aktivní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy

Tato reklama má několik verzí.

Transparentnost v EU

[Zobrazit podrobnosti o reklamě](#)



Alza.cz

Sponzorováno



ALZA.CZ

[Shop Now](#)

ID knihovny: 1025179342036453

Aktivní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy

Tato reklama má několik verzí.

Transparentnost v EU

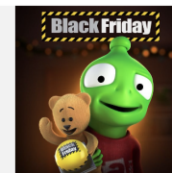
[Zobrazit podrobnosti o reklamě](#)



Alza.cz

Sponzorováno

Black Friday? Naše excelentní disciplína! Vypouštíme tisíce mega slev na mobily, hračky, notebooky a další. Hrrr na ně!



[Learn More](#)

Podrobnosti o reklamě

ID knihovny: 3510380445841770

✔ Aktivní

Běží od 30. 10. 2023

Platformy  

Tato reklama má několik verzí. 



Alza.cz

Sponzorováno

ID knihovny: 3510380445841770

...

Nechte se vtáhnout přímo do děje filmu s televizory a soundbary LG. 



Věk

18 – 65 + let

Inzerent může zvolit minimální a maximální věk okruhu uživatelů, na který reklamou cílí.

Pohlaví

Všechna

Inzerenti si můžou vybrat pohlaví, na která budou cílit.

Doručování reklam v EU





Dosah

1 222

Počet účty v Centru účtů v EU, které tuhle reklamu viděly aspoň jednou. Dosah se liší od zobrazení, která můžou zahrnovat několik zobrazení vaší reklamy stejnými účty z Centra účtů. Tahle metrika je [odhadovaná](#).

Dosah podle polohy, věku a pohlaví

Rozdělení demografických údajů účty v Centru účtů v EU, které viděly tuhle reklamu.

Lokalita 	Věkové rozpětí 	Pohlaví 	Dosah 
Česká republika	25-34	Neznámé	4
Česká republika	25-34	Muž	286