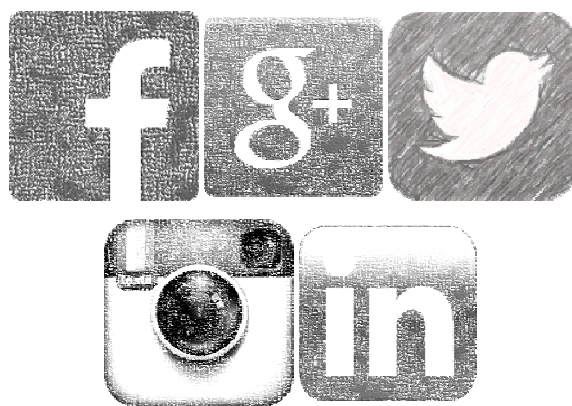


TEXTY PRO SAMOSTUDIUM

SOCIAL BUSINESS IDEA



IDENTIFIKACE PROJEKTU: CZ.1.07/3.2.11/03.0072

Obsah

1	ÚVOD.....	4
2	TIPY NA KOMUNIKACI S FANOUŠKEM.....	5
2.1	Buďte milí a vstřícní.....	5
2.2	Sledujte své cíle.....	7
2.3	Vyřešte problémy zákazníků.....	7
2.4	Navažte a rozprouděte konverzaci.....	7
2.5	Sledujte, co lidé říkají.....	7
2.6	Uzpůsobte komunikaci své značce.....	7
2.7	A na závěr shrnutí toho, co rozhodně nedělat:.....	7
3	KRIZOVÁ KOMUNIKACE.....	8
3.1	Příklady z praxe.....	8
4	ROSTOUCÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	9
4.1	Viddy.com.....	9
4.2	Ghost.org.....	9
4.3	Days.am.....	9
4.4	Medium.com.....	9
4.5	Conversations.....	10
5	ECHO IHNED – NOVINKY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH.....	10
5.1	Facebook.....	10
5.2	Twitter.....	11
5.3	LinkedIn.....	11
6	LITERATURA.....	12

SEZNAM OBRÁZKŮ..... 12

1 ÚVOD

Následující materiál slouží pro samostudium. Čtenář zde najde doplňující informace k hlavním vzdělávacím skriptům.

V první části je rozšířeno základní rozdělení cílových skupin o další dva segmenty – odborná veřejnost a příjemci. Následně je zde doplněna ukázka mediaplánu pro konkrétní projekt vytvořený firmou Group M. V poslední části zde čtenář může nalézt základní přehledný vývoj médií za posledních 200 let.

2 TIPY NA KOMUNIKACI S FANOUŠKEM

Je důležité mít na paměti několik zásad pro komunikaci se zákazníkem – „fanouškem“ na sociálních sítích:

2.1 Bud'te milí a vstřícní

Odpovídat s chladnou hlavou! V případě, že člověk vystupuje za značku nebo firmu na sociálních sítích, musí mít stále na paměti, že se nesmí nechat vytočit. Nesmí být arogantní, sarkastický nebo nezdvořilý. Jak již bylo zmíněno v hlavních skriptech, pro někoho je to hra a nemůžeme vědět, zda se za napsanými slovy neskrývá někdo z konkurence, která nás chce jen poškodit.

Ukázka, jak se to nemá dělat:

Obrázek 1: Ukázka špatné konverzace

Restaurant & Hudebni Klub Bejzment · To se mi líbí (960)
Před 52 minutami · 🌐

Chybí nám asi 42 like do 1000 tak s tím něco udělejte...jsme nejlepší burgrárna v Praze a Dish, který zůstal bez medaile má více lajknutí...? To je fakt jako dost divný 😊...
Svolejte rodiny, příbuzné, kočky, psy, veškerou havět a lajkujte...)))

To se mi líbí · Přidat komentář · Sdílet

👍 Toto se líbí uživatelům Davídek Grudl a dalším (3). Nedávná aktivita

Napište komentář...

Restaurant & Hudebni Klub Bejzment Ano pane Jiří, máte pravdu Jsme pouze Bejzment, vítěz Burgerfestu 2013 ve 2 kategoriích. Měl byste vědět, že díky konkurenci se nejen my, ale i další restaurace snaží být na vrcholu pyramidy..Letos je vrchol nás, příští rok může být Dish nebo úplně jiní burgrárny. Jde o to, že všichni děláme svoji práci s láskou a jen tupci a omezenci to nechápu. Krásný večer a dobrou noc
To se mi líbí · Odpovědět · 🗨️ 1 · Před 31 minutami

Jirka Chomát Děkuju! Na toho tupce a omezence jsem tu čekal 😊 Krásný vrchol pyramidy.
To se mi líbí · 🗨️ 1 · Před 28 minutami

Honza Salsa Tak do Bejzmentu už nikdy nejdu.
Už se mi to nelíbí · 🗨️ 2 · Před 5 minutami

Vítězslav W. Ivičič Nezmizel náhodou můj komentář "Nazývat zákazníky tupci a omezenci je skvělý marketing." nebo se špatně dívám?
Už se mi to nelíbí · 🗨️ 1 · asi před minutou

Jirka Chomát Mazání nepomůže, to zásadní je tady <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10202580097773465>
To se mi líbí · před několika sekundami

Napište odpověď...

Davídek Grudl Vítěz Burgerfestu 2013 ve 2 kategoriích? A na Zborovské? Super, musím vás někdy zkusit.
Už se mi to nelíbí · Odpovědět · 🗨️ 1 · Před 3 minutami

Jirka Chomát Jistě, zbytečný byl váš pokus otřít se o konkurenci.
To se mi líbí · Odpovědět · 🗨️ 2 · Před 36 minutami přes mobil

Michal Vitásek :-))) hehe, to se nepovedlo...
To se mi líbí · Odpovědět · Před 11 minutami

Jirka Chomát Ale fuji! Dish (fine burger bistro), který má rozhodně lepší burgery než vy, vás taky pomlouvá?! WTF!
To se mi líbí · Odpovědět · Před 51 minutami

Restaurant & Hudebni Klub Bejzment Závist, že mají víc like??? Okopávání kotníků?? Nevím dle čeho soudíte, ale myslím, že jste totálně mimo mísu. My nemáme potřebu komu co závidět. Je nás v Praze více než 20 burgráren a každý má svého favorita. Takže považuji tuto konverzaci za naprosto zbytečnou.
To se mi líbí · Odpovědět · 🗨️ 1 · Před 41 minutami

Restaurant & Hudebni Klub Bejzment Vážený Jiří, pokud byste si pořádně přečetl co jsme pověsili na zeď tak si všimnete, že o pomlívách zde není ani zmínka. Takže at si nás Dish pomlouvá jak chce..WTF)))
To se mi líbí · Odpovědět · Před 47 minutami

Jirka Chomát Okopávání kotníků, závist... Tak určitě.
To se mi líbí · 🗨️ 1 · Před 46 minutami

Napište odpověď...

Zdroj: <http://bit.ly/1uEEH33>

2.2 Sledujte své cíle

Důležité je stanovit si cíle, kterých na sociálních sítích chceme dosáhnout. Jediným cílem by neměl být prodej našeho produktu. Je zapotřebí zvolit si strategii, která umožní budovat vztah mezi námi (naší značkou) a zákazníkem (fanouškem).

2.3 Vyřešte problémy zákazníků

Sociální sítě se v dnešní době stále více stávají pro zákazníky jakousi rychlou „zákaznickou podporou“. Nenechme je v tom. Z celkového pohledu je nejlepší všechny problémy co nejrychleji řešit. Je dobré svoji chybu přiznat. V případě, že řešení není v naší kompetenci, měli bychom požádat o pomoc kolegy. Je zapotřebí problém řešit a pokud možno vyřešit. Příprava dělá divy.

2.4 Navažte a rozprouděte konverzaci

Strohé odpovědi nic neřeší. Zákazníky zajímá zájem, proto je nutné bavit se nimi – rozpoutat konverzaci. Například Facebook, čím více komentářů bude daná konverzace mít, tím větší zajistí dosah. Lidé mají rádi zájem.

2.5 Sledujte, co lidé říkají

„Monitorujte klíčová slova a relevantní hashtagy“. Je zapotřebí sledovat nejen komentáře na našich stránkách, ale také to, co se řeší za dveřmi. Důležité je také vědět, jak je na tom konkurence.

2.6 Uzpůsobte komunikaci své značce

Kdo je naše cílová skupina? Odpověď na tuto otázku je klíčová. Podle toho je nutné komunikovat produkt.

2.7 A na závěr shrnutí toho, co rozhodně nedělat:

- Nemažte komentáře (pokud nejsou vulgární)!

- Odpovídejte na všechny dotazy!
- Žádné sarkasmy!
- Žádné korporátní formulace! (Reinöhl, 2013)

3 KRIZOVÁ KOMUNIKACE

3.1 Příklady z praxe

„Za rozbitou kytaru 14 milionů diváků negativního videa. Když v roce 2008 muzikant David Carroll letěl z Halifaxu do Omahy v Nebrasce, našel svoji kytaru za víc než 70 tisíc korun po přistání rozbitou. Obsluha na letišti mu ale nepomohla. Když vznesl později stížnost později v Chicagu, kde mělo k celému incidentu dojít, dozvěděl se, že volá pozdě – měl na to jen 24 hodin. David Carroll začal z Aerolinek různými způsoby dolovat nápravu, ale jediné k čemu se United Airlines zmohla, byl 1200dolarový (26 tisíc korun) voucher na další lety. V tu dobu mu došla trpělivost. Pomsta byla promyšlená a sladká... a bez reakce.

Jako muzikant neváhal Carroll o svých pocitech natočit písničku. Video se rychle stalo virálním, a ve výsledku ho vidělo přes 14 (!) milionů lidí. Trochu ostuda.

Aerolinky na něj ale pro jistotu vůbec nereagovaly. Až po roce pochopily, že se takového problému mlčením nezbyví. Společnost se mu tedy konečně veřejně omluvila, nicméně viralita videa ze světa nezmižela. Komentáře u něj přibývají dodnes.

Video se stalo natolik oblíbeným, že se na něm dokonce přižívovali výrobci kytar.“ (Brejlová, 2014)

Příklad ukazuje, že mlčení se nevyplácí. Jedná se o selhání lidského fakturu, které je z 98% příčinou všech chyb.

Odkaz na video: <https://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo>

4 ROSTOUCÍ SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Vznikají stále nové a nové sociální sítě, avšak jen málokterá z nich dokáže vydržet delší dobu. Řada z nich se na svém začátku tváří jako objev století, ale během krátkého časového období už o ní nikdo neví.

Následujících pět sociálních sítí bojuje o své přežití v roce 2014:

4.1 Viddy.com

Je možné ji chápat jako „videoverzi Instagramu“. Uživatel díky ní může sdílet videa o maximální délce 15 sekund. Umožňuje využívat řady zlepšujících nástrojů, díky kterým může uživatel obratem sdílet video na sociální síti Facebook či na Tumblr.

4.2 Ghost.org

Autorem této sítě je John O’Nolan, bývalý manažer WordPress. Jedná se o „open-source aplikaci“, díky které může uživatel snadno spravovat blog. Ta mu umožňuje aktivně se zaměřit pouze na blogování a neřešit věci kolem.

4.3 Days.am

Další ze sítí, která zpracovává fotografie. Na rozdíl od Instagramu ale Days řadí fotografie k jednotlivým dnům v kalendáři a tvoří tak časovou osu. Days tak dává ucelený přehled jednotlivých aktivit v každodenním životě uživatele. Umožňuje také tuto osu rozesílat emailem.

4.4 Medium.com

Bývalí zaměstnanci Bloggeru a Twitteru Evan Williams a Biz Stone uplatnili své zkušenosti, které se během 13 let naučili u úspěšné firmy a vytvořili sociální síť Medium.

Jejich snahou je zkombinovat všechny úspěšné sociální sítě (Twitter, Pinterest, Instagram a Tumblr) a celý obsah lépe zorganizovat. Uživatelé mají vědět jen to, co je zajímavá. Jedná se o takový opak Facebooku.

4.5 Conversations

Nejedná se ani tak o sociální síť jako o vylepšenou e-mailovou komunikaci. Oblibu si získává například u zaměstnanců větších firem. Úryvky z konverzace je možné sdílet na Facebooku či Twitteru.

Zadarmo je možné si ji vyzkoušet pouze na 30 dní. Dále je zdarma jen pro týmy do pěti lidí. Jinak Conversations vyžaduje měsíční platby.

Zaujala i Vás v poslední době nějaká nová sociální síť? Podělte se o Vaše zkušenosti s lektorem na kurzu. (Marketup.cz, 2014)

5 ECHO IHNEDE – NOVINKY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

5.1 Facebook

Novinkou je plánování postů, které je možné nejen dopředu, ale i zpětně. Dále Facebook nabízí „přehlednější přepínání mezi komentováním pod svým osobním profilem a vystupováním jménem stránky“. Facebook spouští novou aplikaci Rooms, která nápadně připomíná Reddit. Aplikace láká uživatele na ozkoušená diskuzní fóra s možností změnit si identitu. Není tedy propojena s přáteli na Vašem účtu. Umožňuje diskutovat, přidávat fotky, videa a odkazy. Vstup do místnosti je možný na pozvánku.

Výzkum ukazuje, že Facebook je pro Američany druhým nejdůležitějším zdrojem informací o politickém dění (lokální televize (49%), následuje Facebook (48%) a až za něj se řadí CNN (44%), Fox News (39%) a NBC News (37%).

Do této doby Facebook pozoroval navštěvované stránky uživatelů a na tomto základě nabízel reklamy. „Nyní budete facebookové ads vidat i na jiných webech a také na svém telefonu. Co to znamená pro vaše osobní data a soukromí?“

5.2 Twitter

Twitter slibuje, že nás zbaví hesel. Uživatelé mají v mobilní aplikaci s jejich psaním problém, zapomínají je, čímž nahrávají tím heckerům. Ověřování bude probíhat pomocí telefonního čísla a ověřovacího systému Digits.

„Po americkém prezidentovi, indickém premiérovi a papežovi tweetuje i britská královna. Oficiální účet zatím nemá, ale svůj první tweet odeslala z londýnského Muzea vědy údajně sama (ačkoliv o tom byly pochybnosti). Podpis? Elizabeth R.“

5.3 LinkedIn

Tato síť se nově začíná zaměřovat i na studenty. Nástroj University Finder pomáhá uživatelům najít školu. Zohledňuje u toho i požadavky studentů, kde chtějí žít, studovat či pracovat. Nedílnou součástí je i hodnocení univerzit pro správný výběr. (Ihned.cz, 2014)

6 LITERATURA

BREJLOVÁ, Iva. Krizová komunikace na sociálních sítích: jak zvládnout průser?. *Tyinternety.cz/* [online]. 7.10.2014 [cit. 2014-10-28]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/socialni-site/krizova-komunikace-na-socialnich-sitich-jak-zvladnout-pruser/>

Ihned.cz [online]. 2014 [cit. 2014-10-29]. Dostupné z: <http://ihned.cz/>

(Mailový odběr: echo@ihned.cz)

5 rostoucích sociálních sítí, které budeme sledovat v roce 2014. *Marketup.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-10-29]. Dostupné z: <http://www.marketup.cz/cs/blog/5-rostoucich-socialnich-siti-ktere-budeme-sledovat-v-roce-2014>

6+1 tipů pro community management. REINÖHL, Filip. *Mngsocial.com/* [online]. 2013 [cit. 2014-10-28]. Dostupné z: <http://mngsocial.com/cs/blog/129-6-1-tipu-pro-community-managment>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Ukázka špatné konverzace 6