

## Správa sociálních sítí

Co vám sociální sítě přinesou?



Brand awareness



Relevantní návštěvníky



Tržby



Komunitu

### Aktuální stav

Klient vlastní profily na sociálních sítích s poměrně silnou fanouškovskou základnou. **Kreativy kampaní i příspěvků jsou kvalitní, atraktivní a vystihující klientův brand. Popisky jsou psány velmi pěkně a poutavě. V obsahu bych vytkla délku popisků a nezáměr o interakce našich fanoušků, což je bohužel u nepropagovaných příspěvků také vidět.** Obsah není rozdělen a na facebook jsou příspěvky předšlány z profilu na instagramu vč. hashtagů, které na facebooku nemají v takové míře význam. Stories udržuje aktuální.

Ve výkonnostní části má klient spuštěny převážně bannerové kampaně, nepoužívá ovšem bannery, ale pouze kreativy použité i v obsahu. Navíc spouští současně propagaci příspěvků a tu samou kreativitu jako konverzní kampaň. **Za propagaci příspěvku pouze utrácí kredit za like a propagaci příspěvku, tak považuji za zbytečnou. Jelikož má klient k dispozici opravdu velmi pěkné kreativy, bylo by potřeba také zapracovat na grafickém vizuálu.**

🟢 Aktivní  
Běží od 23. 11. 2020  
ID: 131325468497936

**norskamoda.cz**  
Sponzorováno

no Malá vesnička Dale je zasazena mezi fjordy, břízy hájí svůj život přichycené na strmých horských stěnách a vodopády tečou proudem dolů z hor... 🏔️ Přesně na toto kouzelné místo přijel v roce 1879 Petr Jepsen z Bergenu a byl zcela okouzlen okolní krajinou 🌄

V místních zdrojích rychle rozpoznal potenciál pro budoucí vodn...

Zobrazit podrobnosti o reklamě

🟢 Aktivní  
Běží od 23. 11. 2020  
ID: 732753930662618

**norskamoda.cz**  
Sponzorováno

no Přivítejte chladné období nádhernými, hřejivými a tradičními norskými svetry Dale of Norway. Tradice a kvalita. ❤️

[NORSKAMODA.CZ](#)  
Svetry Dale of Norway  
na našem e-shopu v novém kabátku!

Koupit

Zobrazit podrobnosti o reklamě

🟢 Aktivní  
Běží od 24. 11. 2020  
ID: 3543129219076270

**norskamoda.cz**  
Sponzorováno

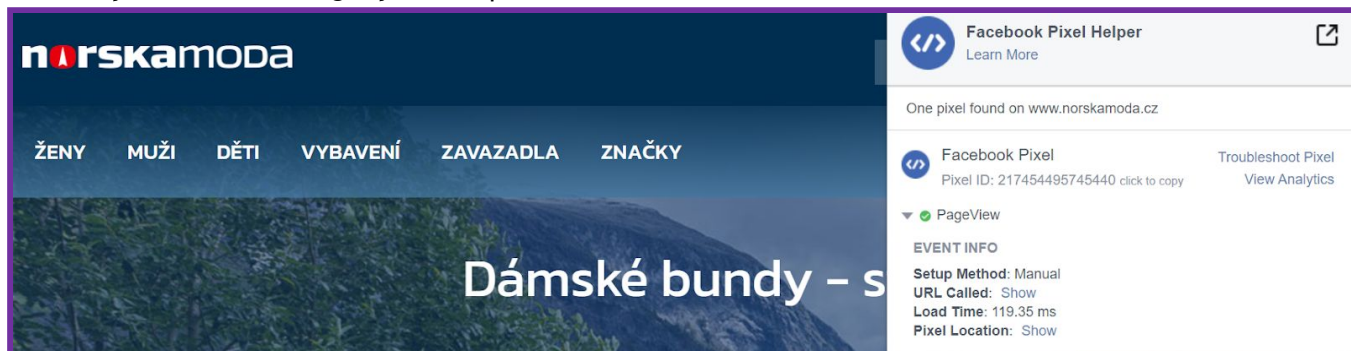
no Přivítejte chladné období nádhernými, hřejivými a tradičními norskými svetry Dale of Norway. Tradice a kvalita. ❤️

NORSKAMODA.CZ  
Svetry Dale of Norway  
na našem e-shopu v novém kabátku!

Koupit

Zobrazit podrobnosti o reklamě

Klient má nasazen facebookový pixel. Kampaně jsou aktuální, avšak žádná z nich není spuštěna dlouhodobě a schází mi obvyklá struktura účtu pro reklamu tvořena od základních produktových, brandových a remarketingových kampaní.



The screenshot shows the norskamoda website with a Facebook Pixel Helper overlay. The website header includes the logo 'norskamoda' and navigation links: ŽENY, MUŽI, DĚTI, VYBAVENÍ, ZAVAZADLA, ZNAČKY. The main content area features a banner for 'Dámské bundy – s'. The Facebook Pixel Helper overlay indicates that one pixel is found on www.norskamoda.cz. It shows a Facebook Pixel with ID 217454495745440 and a PageView event. The event info includes: Setup Method: Manual, URL Called: Show, Load Time: 119,35 ms, and Pixel Location: Show.

## Strategie

Jak jsem již zmínila, ve výkonnostní části bych se zaměřila více na grafickou tvorbu poutavých bannerů, vložení loga do kreativy a výstižného textu, **aby potencionální zákazníci si kampaň dokázali ihned spojit s klientovou značkou**. Pro produktové kampaně a příspěvky v obsahové části navrhuji vytvořit šablony, které atraktivitu kreativ zvýrazní a na první pohled upoutají.



Jelikož klient nabízí sortiment pro bonitnější zákazníky, je také potřeba správně pracovat s publikem, jeho zúžováním a vylučováním nerelevantních zájmů. Dále oslovení lookalike publika a především remarketingového, cílit na návštěvníky webu a na zákazníky, kteří opustili objednávku před ukončením. Klient zmínil, že do sociálních sítí nyní investuje cca. 40tis. a chce dosáhnout PNO 10 %, což při správném nastavení a optimalizace produktových kampaní doplněných o poutavé a sezónní bannery lze dosáhnout.

V obsahu bych doporučila se držet požadovaného rozměru kreativy 1080x1080 a **rozdělit obsah pro instagram a facebook**, aby fanoušci měli důvod sledovat profily na obou dvou kanálech. Krom prezentace svého zboží lze do obsahu i zapojit různé výzvy, nechat nahlédnout více zákazníky pod pokličku výroby, sdílet příběh značky a také reagovat na aktuální mezinárodní dny.

My můžeme klientovi nabídnout poutavější obsah, vyzdvižení konkurenceschopnosti, vytvoření tváře firmy na sociálních sítích a vytvoření silné fanouškovské základny. Vytváření správného obsahu podporují i výkonnostní reklamy na FB i IG.

Sociální sítě v tomto případě vidím jako **výkonnostní kanál, který z dlouhodobého hlediska podpoří brand, prodej i upevňování vztahu se současnými zákazníky**. Budeme vycházet ze strategie **See-Think-Do-Care**, kdy vytvoříme kampaně na jednotlivé fáze nákupního procesu.

## Reklamní strategie pro B2C

### Cílení:

- **Prospectingové** - unikátní návštěvníci, budeme pracovat s vylučování remarketingového publika
  - **Vlastní cílení** - na základě zájmu uživatelů - **vytvoření persony s klientem**
  - **Lookalike** - to jsou podobní uživatelé z konkrétního vzorku dat, například podobní uživatele jako ti, kteří u vás již nakupují. Zaměříme se na různá lookalike publika, relevantní je pro nás lookalike z uživatelů, kteří odebírají newsletter, lookalike ze zákazníků a z uživatelů, kteří na webu tráví nejvíce času, z fanoušků Facebooku a Instagramu.
  - **Přátelé fanoušků vašeho FB** - můžeme zacílit na přátele vašich fanoušků (přátelé přátel, kteří budou splňovat různé podmínky - například zájmy : móda, luxusní zboží, aj.)
- **Remarketing** - na základě nasbíraných dat
  - **Remarketing z webu** - vytvoříme remarketing na uživatele, kteří byli na webu a prohlíželi si katalog s produkty, následně je opětovně oslovíme a budeme usilovat o dokončení konverze. Uživatelé si **dělíme do různých skupin podle délky rozhodovacího procesu**.
  - **Remarketing z databáze klienta** - spárujeme vaše data s reálnými uživateli. Stačí dodat mail, telefonní čísla apod. Vše s ohledem na GDPR. Pokud děláte emailingové kampaně, tak je můžeme propojit s kampaněmi na sociálních sítích a **zvýšit tak open rate emailu**.

### Typy kampaní:

- **Click to website kampaně** - různé typy cílení se záměrem přivést kvalitní návštěvnost na web. Tato kampaň podporuje výkon i ostatních kanálů jako jsou direct, Google Ads a Sklik.
- **Konverzní kampaně** - kampaně s cílem získání nákupu na webu nebo podle nastavených událostí v pixelu ( prohlédnutí zboží / nabídky služeb, přidání do oblíbených, kontaktní formulář)
- **Product Ads** - carousely produktů. Používáme rozšířené nastavení, kde si vytvoříme brandový template, který u produktů zobrazujeme. (spojení výkon+brand)
- **Brandové** - poutavé video kampaně, brandové bannery s cílem zvýšit povědomí o značce

Reklamy umisťujeme na Facebooku a Instagramu, kde se vždy volíme vhodný poměr podle výsledků kampaní. V případě, že je prostor využit i jinou sociální sítí, nastavujeme kampaně také na Pinterestu, LinkedInu, Twitteru, Spotify,...

## FACEBOOK

- hlavní kanál příspěvků - nejvýkonnější umístění
- messenger - reklama přímo v aplikaci, reklama ve zprávě = vyšší pozornost uživatele
- marketplace - platforma pro prodej bazarového zboží
- facebookové skupiny
- ostatní umístění (příběhy dne, pravý sloupec, audience network, facebook vyhledávání, nativní reklama v síti Facebook partnerů a v aplikacích)

## INSTAGRAM

- hlavní kanál příspěvků
- instastories

## Doplňkové služby

- **4h produktové focení** (ateliér včetně vybavení a aranžmá 2.400 Kč + 9.000 Kč focení a postprodukce) celkem 20-30 upravených produktových fotek
- **Videoprodukce**
- **Správa influencerů** naceníme dle potřeby



## Cenová nabídka:

Služba	Cena/měsíc
Správa výkonnostních kampaní na FB a IG	12.000,- Kč
Správa obsahu na FB ( 6 příspěvků/měsíc ) možno i ve větším rozsahu	9.000,- Kč
nebo školení obsahu sociálních sítí	9.500,- Kč

Služba	Navrhovaný kredit/měsíc
Výkonnostní kampaně na FB	min. 25.000,- Kč
Podpora obsahu na FB	5.000,- Kč

Grafické podklady ke kampaním dodává klient sám nebo můžeme vytvořit za 4.500 Kč/jednorázově (3-4 sady pro sociální sítě)