

## Správa sociálních sítí

Co vám sociální sítě přinesou?



Brand awareness



Relevantní návštěvníky



Tržby



Komunitu

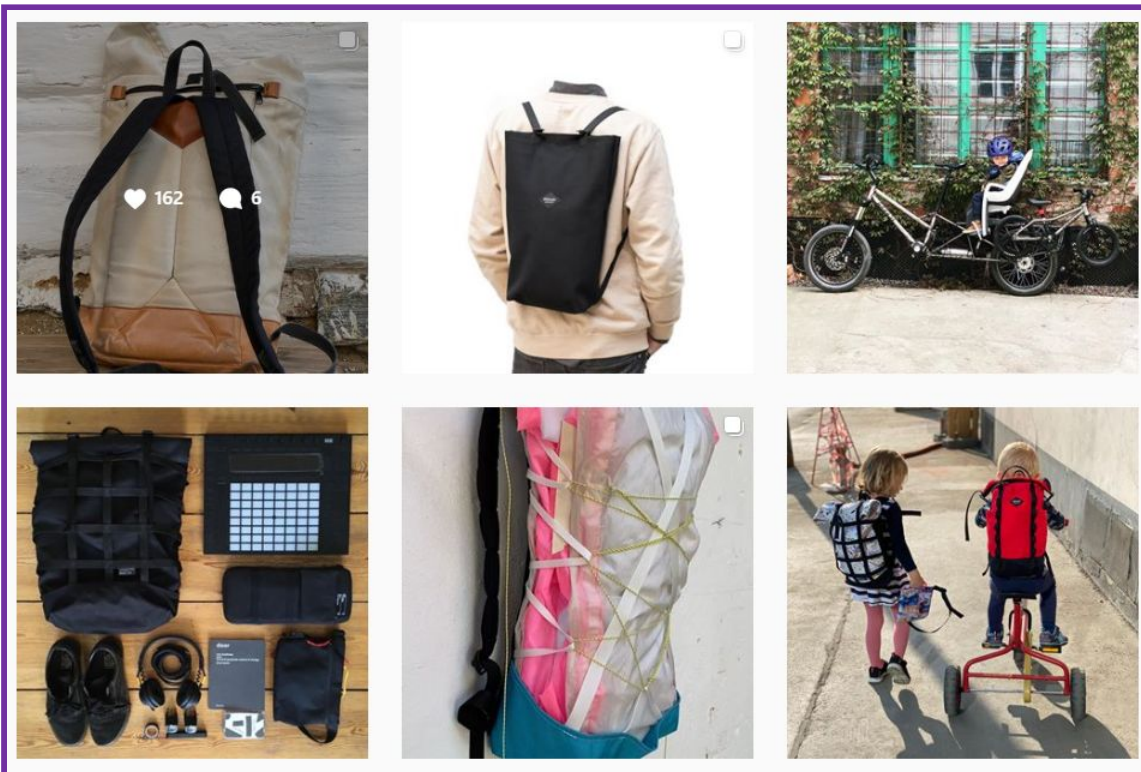
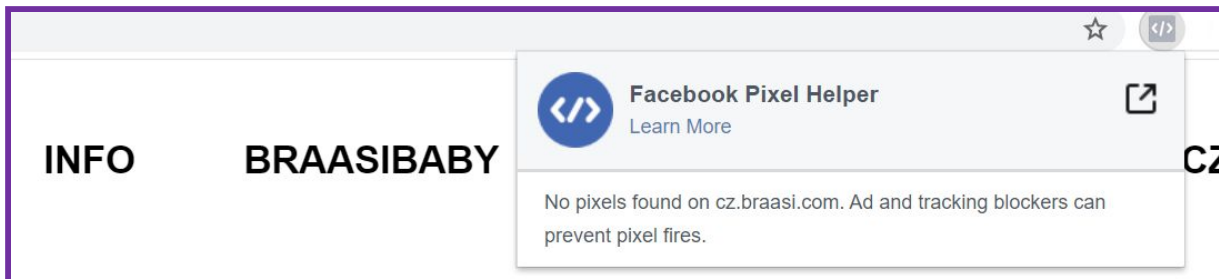
### Aktuální stav

Po vstupu na klientův profil **jsem byla ohromena úvodním videem** a musím přiznat, že jsem se u něj zasekla na několik minut a zbytek obsahu už byl po takovém intru v podstatě nezajímavý. **Opravdu skvělá práce.** Příspěvky klienta jsou autentické, **creativy vás okamžitě vtáhnou do prostředí industriálních Holešovic.** Fotografie i videa jsou vhodné, jak na instagram, kde klient krásně ladí feed, tak na facebook. **Na facebooku mě lehce iritují popisky,** ač to může působit nadčasově, tak publikum zde ještě není na takový styl komunikace připraven, **což je vidět i v interakcích.** Like příspěvky sice sbírají, ale komentáře a sdílení už bohužel tolik ne. Facebookový pixel (měřicí kód pro sběr rem. publik) na eshopu není nasazen. A v současné době není spuštěna žádná kampaň.

The screenshot shows the Instagram profile for 'braasi'. The profile picture is a yellow circle with a black diamond in the center containing the text 'BRAASI INDUSTRY'. The name 'braasi' is displayed with a blue 'Sledování' (Following) button and a three-dot menu icon. Below the name, it shows 'Příspěvky (700)', 'Sledující (7 934)', and 'Sleduji (552)'. The bio reads: 'BRAASI INDUSTRY Hand made urban backpacks & bikes manufactured in Prague. Since 2013. info@braasi.com, eshop braasi.com #braasi #braasiindustry #urbanessentials braasi.com'. At the bottom, it says 'Sleduje to klenotyaurumcz'.

The 'Komunita' section is titled 'Komunita' with a 'Zobrazit vše' (Show all) link. It lists community statistics: 'Vyzvěte přátele, ať se stanou fanoušky stránky' (Invite friends to become page fans), '5 344 lidem se to líbí' (5,344 people like this), '5 572 lidí to sleduje' (5,572 people follow this), and '109 oznámení polohy' (109 location tags).

The 'Reklamy od této stránky' section shows a notification: 'Vaše stránka v současnosti provozuje reklamy.' (Your page is currently running ads.)



## Strategie

První na co bych se zaměřila, tak **rozdělit obsah pro Instagram a Facebook**. Na Instagramu bych **vynechala produktové fotografie** a nechala **pouze lifestylové**. Na Facebooku bych dala příspěvkům malinko řád a pravidelnost publikace. Co se týče anglických popisků, naší cílové skupině by to nemuselo ani tolik vadit, ale většina z nás má v profilu nastavené automatické překládání a společně s velkým množstvím použitých hashtagů, to nemusí vyvolávat sympatie s výrobkem vyrobeným v našem městě.

Dodávka masek na obličej. Podívejte se na toto  
[https://www.youtube.com/watch?v=HhNo\\_IOPOtU#masks4all](https://www.youtube.com/watch?v=HhNo_IOPOtU#masks4all)

#emptystreets #charlesbridge  
#braasibikes #cargobikes #prototype #urbanessentials #urbanmobility  
#onelesscar #serosvit

⚙ · Zobrazit originál · Ohodnotte tento překlad

Klientovi bych doporučila zvážit, zda udělat ještě jeden profil a **rozdělit je pro český trh a globální**. Na Instagramu lze nechat pouze jeden mezinárodní profil, publikum tam informace přijímá více moderně. Co se týče množství hashtagů, tak **pro Facebook je ideální použít jeden - dva** pro zvýraznění textu, hashtagy mají stále spíše svou sílu na instagramu.

Do obsahu bych klientovi také doporučila jednoho malého **pomocníka pro budování brandu**, a to, najít si jeden styl a ladit v něm kreativy, viz můj návrh. Používat šablonu, která bude obsahovat logo a něco, co bude vystihovat klientův brand, např. hashtag. Fotografie by mohly mít i jednotný filtr.



V placené propagaci bychom se zaměřili, jak na budování brandu, tak na konverzní kampaně tvořené dynamicky z produktového feedu.

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. Do jednoho příspěvku doporučuji alespoň 200 - 300 Kč na propagaci.

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 (přátele přátel, kteří budou splňovat různé podmínky - například zájmy : design, moderní život, 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 maily, 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 ( 4 příspěvků/měsíc ) možno i ve větším rozsahu	6.000,- Kč
nebo školení obsahu sociálních sítí	9.500,- Kč

Služba	Navrhovaný kredit/měsíc
Výkonnostní kampaně na FB	min. 15.000,- Kč
Podpora obsahu na FB	5.000,- Kč