

Pracovní sešit

SocialSprinters
academy





20 BRILANTNÍCH NÁPADŮ
NA PŘÍSPĚVKY, KTERÉ VŽDY FUNGUJÍ

1

Ukažte zákulisí

Co na Facebooku funguje zaručeně, je 100% autenticita. Díky autenticitě se i vaše firma může zařadit mezi přátele vlastních zákazníků – alespoň v rámci jejich přehledu novinek.

Dejte lidem nahlédnout pod pokličku příprav nové kampaně, produktu či služby nebo do zákulisí firmy a její každodenní činnosti. Takové příspěvky získávají mnohonásobně více reakcí než scény „nastrojené“ z fotografií stažených z fotobanky.



2

Nastiňte problém a zeptejte se na řešení

O něčem ve firmě diskutujete? Zapojte do diskuze fanoušky. Lidem dnes nestačí být „jen“ zákazníkem. Chtějí být součástí procesu. Zapojte je proto do hledání řešení. Ať už se jedná o výběr nového loga, triček na firemní akci nebo něčeho úplně jiného a pro koncového zákazníka možná ještě důležitějšího.



3

Zeptejte se fanoušků, co je nejvíce trápí ohledně tématu, které váš produkt nebo služba řeší.

Pomozte jim problém vyřešit přímo v komentářích pod příspěvkem

Feedback je pro růst firmy důležitý stejně, jako je voda důležitá pro růst rostliny. A lidé rádi dávají zpětnou vazbu, pokud jim pro to dáte prostor.

4

Vytvořte soutěž

Každý miluje soutěže, obzvlášť pokud jsou vtipné, zábavné nebo zajímavé. Přitom není nutné soutěžit o drahé ceny. Jednoduché soutěže můžete pořádat přímo na timeline stránky. Ty, kde vám jde například o sbírání e-mailových adres nebo možnost opakovaného oslovení a propracovanější soutěžní mechaniku, je nutné pořádat v aplikacích. Aplikace buď můžete vyvíjet od nuly, nebo můžete využít již připravené soutěžní koncepty a pouze si je na potřebnou dobu pronajmout.

5

Sdílejte relevantní články a aktuality z oboru

Nemáte nápad nebo možnost vytvořit vlastní článek? Sdílejte článek z jiného zdroje. Naservírujte fanouškům čerstvý relevantní obsah z různých zdrojů. Oni to ocení, uvidíte.

6

Skvěle fungují ankety

Ankety jsou skvělé nejen pro vytváření diskusí, ale také pro získání cenných poznatků od cílového publika.

Sdílejte výsledek ankety v samostatném příspěvku

Pokud vaše anketa shromáždila odpovědi, které jsou zajímavé i pro publikum, sdílejte výsledky v samostatném příspěvku. Jsou výsledky ankety natolik atraktivní, že po nich vaše publikum prahne?





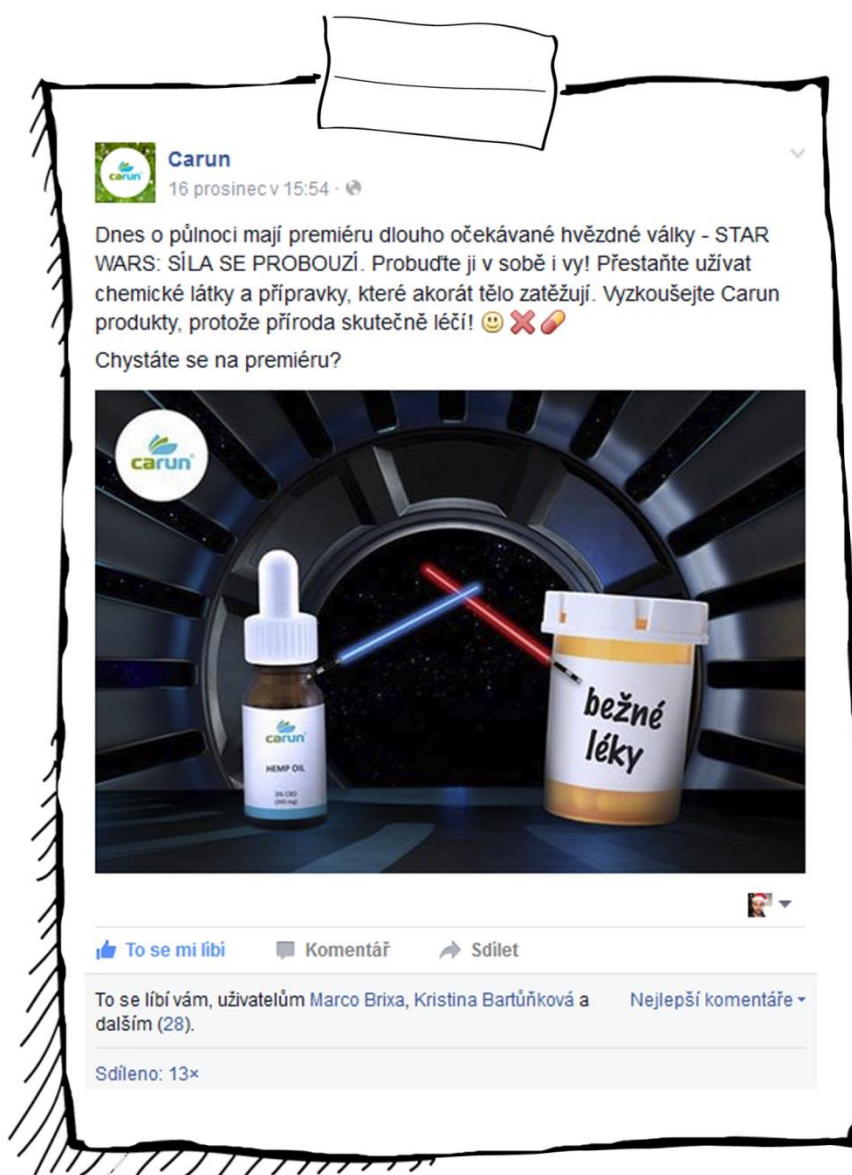
Sdílejte inspirativní obrázky a citáty

Recyklujte obsah z blogových článků, e-booků nebo jiných materiálů. Vytáhněte jednu zásadní inspirativní myšlenku, zpracujte ji do obrázku a ten publikujte. Takové příspěvky mají zpravidla velmi vysoké zapojení uživatelů. Vy díky recyklaci již vytvořeného obsahu získáte přístup ke spoustě materiálu v podstatě „bez práce“.



Pište sezónní příspěvky

Nejen Vánoce, Velikonoce, Valentýn, ale také třeba prázdniny, významné sportovní akce nebo očekávané filmové novinky způsobují ve společnosti rozruch. Přemýšlejte, jak těchto událostí využít ve prospěch své značky. Aktuální příspěvky mají mnohem větší šanci na úspěch. Sledujte, kam v průběhu roku směřuje pozornost lidí, a vždy se jim snažte obsah přizpůsobit.





Citujte články z blogu

Když odkazujete na článek na webu nebo jinde mimo Facebook, ukažte lidem, co na ně v článku čeká za poklad, a dejte jim neodolatelný důvod na odkaz kliknout. Pro inspiraci nemusíte chodit daleko. Stačí si otevřít kterýkoliv bulvární web a podívat se, jak tvoří titulky. Každý z nich má jediný cíl – vyvolat ve vás zvědavost a donutit článek rozkliknout.

Vzájemně se propagujte s někým významným z oboru

Hledejte a budujte významná partnerství. S firmou z oboru, s výrazným člověkem, který přímo z oboru není, ale má vliv na vaše zákazníky, atd. Partnerství je jedinou povolenou zkratkou. Urychlí vaši cestu za důvěrou fanoušků a skvělými výsledky v relativně krátkém čase. Vezměte si papír a tužku a napište 5 osobností/firem/organizací, se kterými si přímo nekonkurujete, a proto si můžete vzájemně vypomocet ve sdílení publika.



Vyzvěte fanoušky k akci

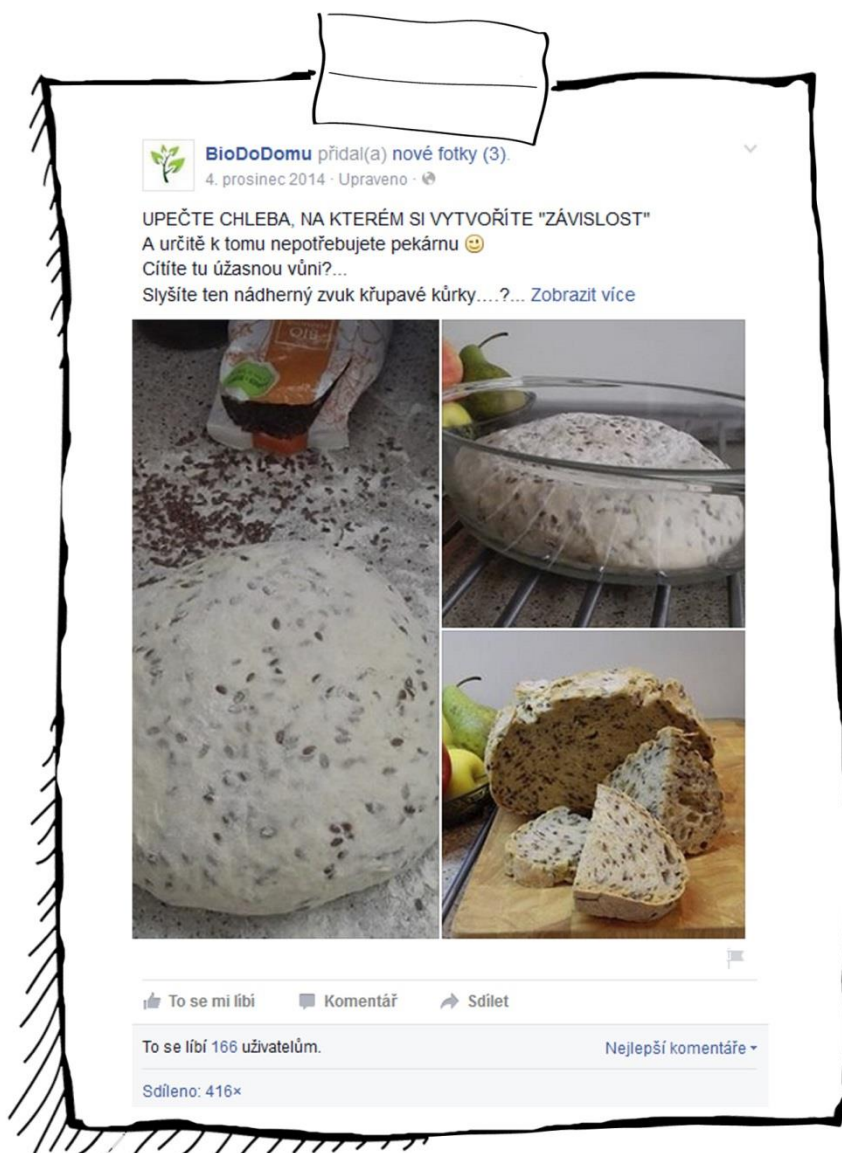
Challenge, neboli výzva, je skvělý způsob, jak fanoušky přímo zapojit. Pověřte je zajímavou výzvou, kterou budou muset splnit a její splnění doložit. Následně je můžete odměnit nebo pochválit. Důležité je, aby byla výzva dostatečně zajímavá. To znamená, že člověk, který se do ní má zapojit, se musí cítit cool a součástí komunity. Musí mít potřebu se výsledkem pochlubit přátelům, případně dalším účastníkům.

Já například pomocí výzvy pro naše fanoušky získal ukázky úspěšných příspěvků pro tuto knihu.



Zveřejněte odkaz na návod nebo postup, jak...

Jak nejčastěji začínají otázky, které píšeme do vyhledávače? Pravděpodobně slovem „jak“. Právě tyto návody mají znějící sílu zákazníky přitáhnout. Pište a publikujte takových článků a textů co nejvíce. Vzdělávejte své zákazníky.



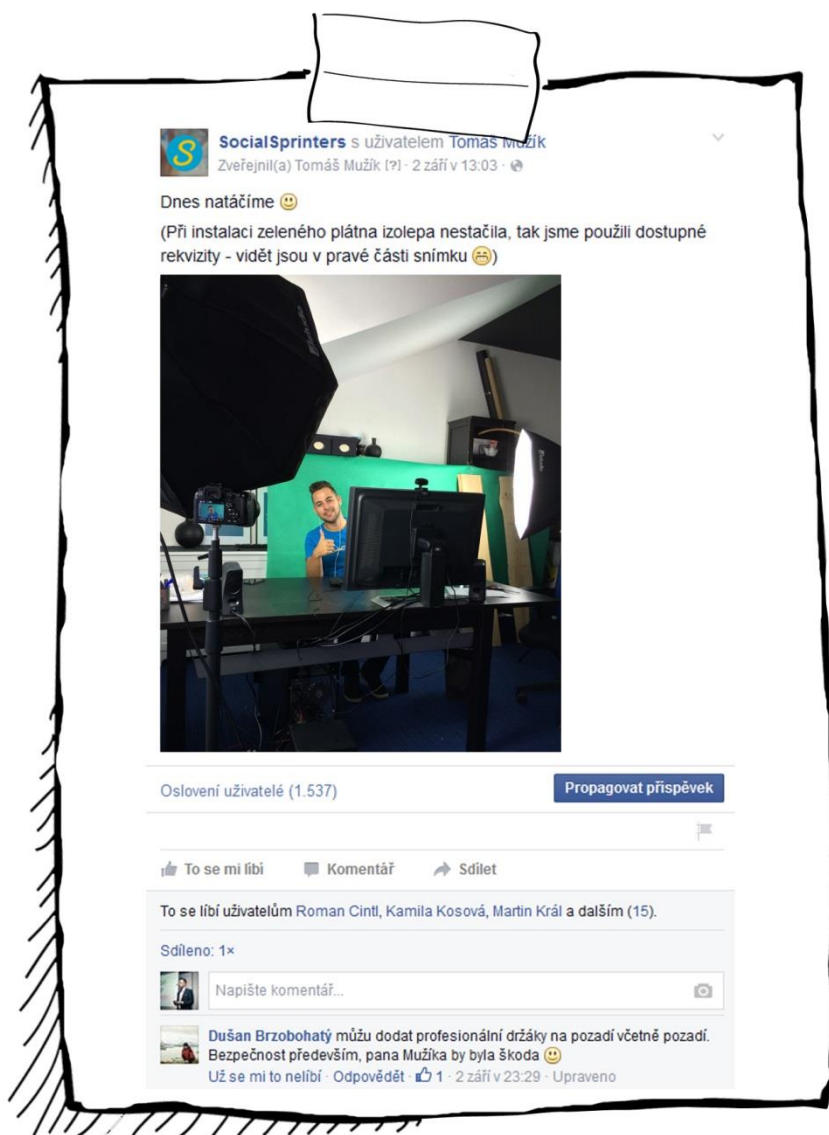
Něco se vám osvědčilo nebo naopak neosvědčilo? Sdílejte expertní tip a ušetřete zákazníkům čas či peníze. Vy jste si tím prošli za ně, takže nemusejí opakovat vaše chyby.



14

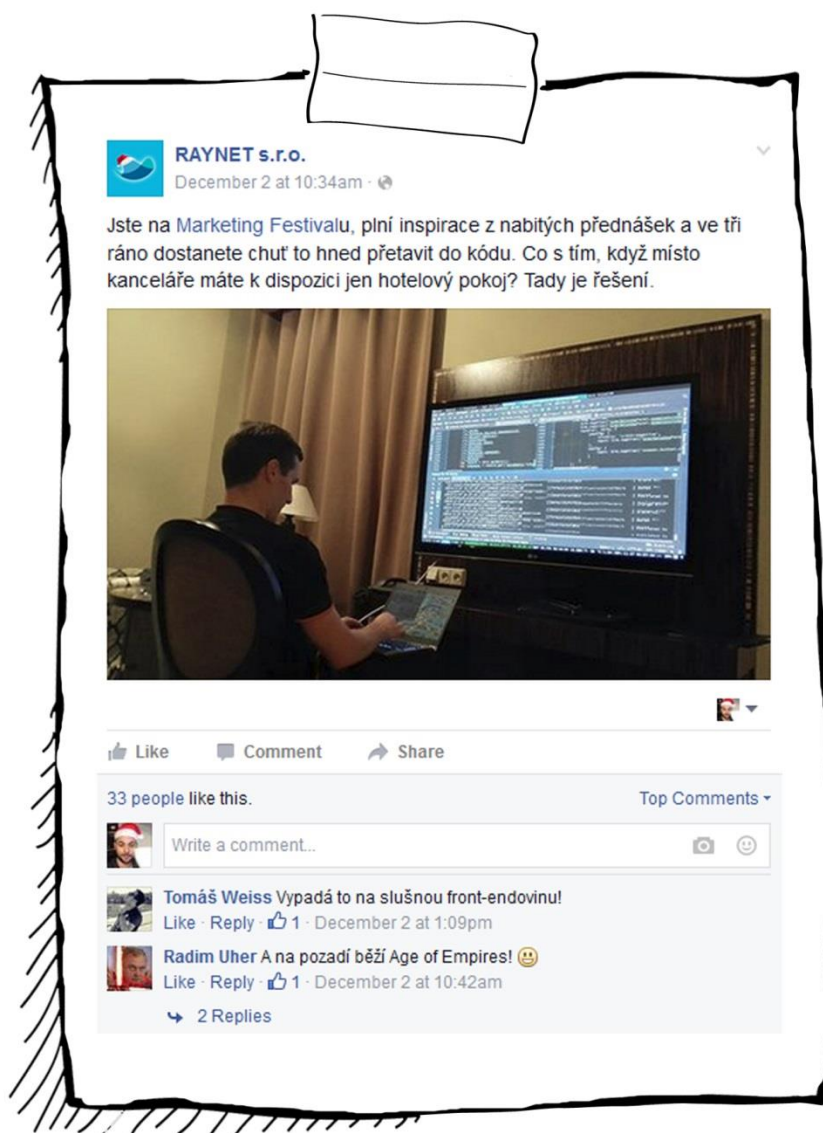
Poukažte na svou nedokonalost

Něco se pokazilo, ale už teď na zlepšení dané situace pracujete? Přiznejte to. Tím, že fanouškům budete průběžně sdělovat své drobné neúspěchy, zajistíte, že vás nebudou vnímat jako bezchybnou autoritu. Role autority se vám může vymstít, pokud nastane větší problém. Ukažte, že jste také jen lidé, kteří se mohou mýlit.



Ukažte fotografie kanceláře, výroby či zaměstnanců

V této knize hodně hovořím o důvěře. A právě příspěvky, na kterých ukážete své zaměstnance, kanceláře nebo jiný pohled do zákulisí značky, důvěru budují a posilují.



Uvolněte atmosféru. Je v pořádku vystupovat seriózně, ale není od věci čas od času ukázat, že máte smysl pro dobrý humor. Udělejte si legraci ze sebe nebo z konkurence. Vtipné příspěvky jsou jedny z nejsdílenějších.



Sdílejte recenze nebo vyjádření uživatelů

Píší vám lidé pozitivní komentáře, recenze nebo reference? Podělte se o ně s fanoušky. Tím, že budete sdílet názory svých zákazníků, máte moc ovlivnit, jak vás budou fanoušci vnímat.



**18**

Sdílejte vlastní předpovědi

Chystají se ve vašem oboru změny? Připravte predikci a podělte se o ni s fanoušky. Řekněte jim, na co se připravit a na co si dát pozor, až změna nastane.

**19**

Natočte video

Videa, videa a zase videa. V dnešní době „zlatý důl“ pro všechny marketéry a majitele firem. Natočte video o svém byznysu. Sdílejte skrze video své konkurenční výhody, rozhovory se spokojenými zákazníky či klienty nebo čerstvé informace od majitele firmy. Videoobsah dostává na internetu čím dál větší prostor a je na čase, abyste ho začali brát vážně i ve svém podnikání.

Ukažte spokojené zákazníky

Tím, že na stránce budete publikovat fotografie svých zákazníků (případně od nich), zvyšujete míru tzv. „social proof“. Mnoho lidí se totiž o koupi rozhoduje čistě dle toho, co o produktu či službě „říkají“ druzí. Dojem, který na návštěvníka facebookové stránky díky fotografiím uděláte, velmi silně ovlivňuje, jak bude vaše značka do budoucna vnímána v očích nového zákazníka.



