



TAJEMSTVÍ 3 SOCIÁLNÍCH SÍTÍ PRO PODNIKATELE A JAK JE DOBÝT!

ANEB PO PŘEČTENÍ UCHOVAT A ŘÍDIT SE
DLE CHECKLISTU

napsala Polina Ševčíková
www.zijeme-online.cz

TAJEMSTVÍ 3 SOCIÁLNÍCH SÍTÍ A JAK JE DOBÝT

napsala
Polina Ševčíková



Moji vášní je online marketing a vytváření reklam. Baví mě vymýšlet a aplikovat strategie na sociálních sítích.

Tak pojďme na to ;)

PROHLÁŠENÍ: Tento materiál je informačním produktem. Jakékoliv šíření nebo poskytování třetím osobám bez souhlasu autorky je zakázáno a je porušením autorského zákona, které může být stíháno. Děkuji za pochopení a respektování tohoto sdělení.

Obsah

Úvod	04
O čem to celé bude	
Rodinka Ševčíkových	06
Kdo jsme a proč nás baví náš život a práce	
Facebook	10
Jeho potenciál a jak ho využít	
Instagram	15
Pro jaké typy podnikání se hodí a jak ho využít	
Pinterest	19
Tajná zbraň, připravena pouze pro Vás	
Závěr	21
Pojďme si shrnout, jak s nově získanými informacemi naložit	
Checklist	19
Jak na příspěvky rychle, efektivně a zábavně	

Úvod



Podnikatel musí umět všechno

Když člověk začíná podnikat, tak toho musí dělat hodně sám, protože nejsou peníze nazbyt. Proto se v takovou chvíli můžete cítit přehlcení tím, co všechno musíte stihnout - komunikace s klienty, vymyšlení strategie, aplikace všeho v praxi, účetnictví, web, marketing a mnoho, mnoho dalšího.

Jak to všechno zvládnout a nezbláznit se? A jak mezitím stihnout i vydělávat a vzdělávat se ve všem, co potřebujeme?

Je to takové balancování mezi tím, co se musí udělat hned a co může počkat, ale může přinést stabilní růst firmy.

Jedním z důležitých faktorů pro růst vašeho podnikání je přítomnost, a to AKTIVNÍ, na sociálních sítích.

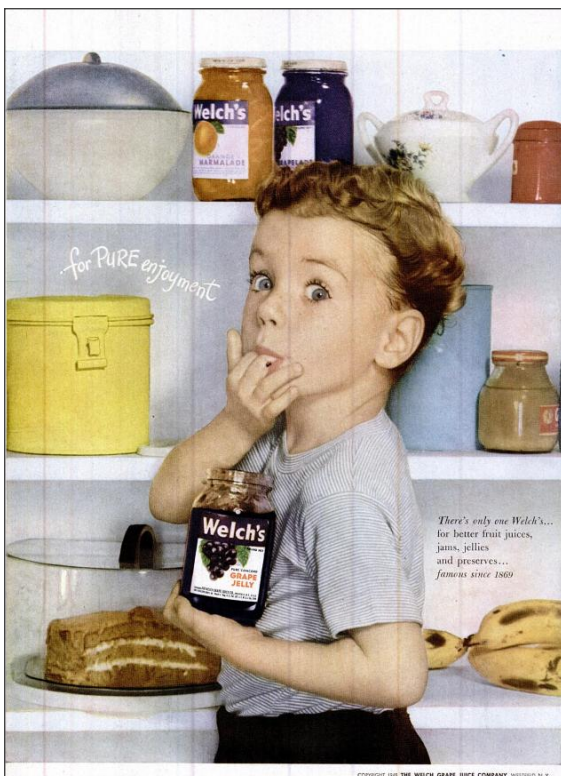
Já vím, zdá se to jako další zátěž navíc, ale představte si tyto sítě jako moře klientů. A sebe jako rybáře ;). Díky kvalitní a pravidelné práci si budete rozšiřovat svoji klientskou základnu a to tu nejvěrnější. Protože půjde o lidi, kterým budete zájmově blízko a kteří si VÁS VYBRALI a věnují čas tomu, aby vás sledovali.

Zažila jsem to na vlastní kůži

Sama jsem cítila stejné přehlcení před několika lety, kdy jsem nevěděla, kde sehnat informace, jak je aplikovat v praxi a jak vůbec ty sociální sítě správně uchopit, aby souzněly s mojí značkou a směrem podnikání.

Branding je základ úspěchu - ujistěte se, že v tom máte ucelenou představu a systém.

Je to náročný úkol, nebudeme si nic nalhávat. Ale, pokud si k tomu jednou sednete a sepíšete si, co všechno je tématicky blízké vaší značce a co všechno kolem toho by mohlo zajímat vaše klienty, tak ten zbytek už půjde díky tomuto e-booku jako po másle :).



Na dalších stránkách jsem pro Vás vybrala 3 skvělé sociální sítě, které vám pomohou v růstu.

Řekneme si nějaké statistiky, zvláštnosti a typy příspěvků, které tam můžete dávat.

Checklist pro usnadnění vaší práce a ucelenou strukturu vaší přítomnosti na sociálních médiích.

Poté je úplně dole checklist, který je velice důležitý, proto ho určitě nepřehlédněte. On vám dá strukturu, díky němu se v tom moři nebudete topit, ale postavíte pevnou a stabilní loď, ne-li koráb, díky němuž se budete v moři sociálních sítí plavit s radostí a skvělým pocitem z dobře odvedené práce.

Kapitola 1

Rodinka Ševčíkových

Tak to jsme my!



Jsme obyčejně neobyčejná z větší části česká rodina, která si jde za svým snem. Čekáme druhé dítě. A věřili byste, že to čekání nám převrátilo celý život naruby? Ale to převrácení stálo tedy za to! Teď si ale neumíme představit, že jsme někdy mohli žít jinak.

Ještě před rokem bych nečekala, že je to možné. Tou dobou už jsem se potýkala s absolutním vyhořením. S Míšou jsme byli uhnání, stále v poklusu, abychom všechno zvládli a přitom malá nemusela trpět naší nepřítomností. Uvědomila jsem si, že takhle už to dál nejde. Musím začít pomáhat Míšovi, smysluplně!

Změna je potřeba

Přestat dělat bez výdělku, podívat se reálně na svá podnikání a už nepokračovat v něčem, co je nekonečný koloběh, který nikdy nepřinese reálný příjem. Naopak raději využít své těžce nabitě znalosti a zkušenosti k vydělávání a seberealizaci, ale už ne na úkor rodiny.

Jakou práci může dělat máma?

Dalším přirozeným krokem bylo přijít na to, co můžu dělat, když musím dát malou ráno do školky na druhé straně města (bez auta), potom tedy někde a nějak pracovat a ve 3 hodiny už malou zase vyzvednout. Ha! Stejný nebo podobný problém určitě řeší každá máma. Já doteď děkuji všemu tam nad námi, že kromě mého muže mám v mém životě další dva úžasné chlapy.

Prvním z nich je Štěpán, ke kterému jsme šli pro radu, jako k dobrému kamarádovi a zároveň k skvělému podnikateli, mentorovi a headhunterovi. Ten mi řekl, že když mě baví svět online marketingu, tak bych se měla vydat tímto směrem a začít se na něco konkrétního specializovat. Velice rychle jsme došli k závěru, že nejlepší cestou budou PPC reklamy, protože mi dají svobodu pracovat z domu v tu dobu, kdy budu chtít.

Druhým chlapem je Filip, který mě v oblasti PPC reklamy vzal pod svá zkušená křídla - stal se mým mentorem a šéfem v jednom. Nejdříve jsem se lekla, protože mi hned na začátku nasdílel mraky odkazů se slovy „Tak tohle si všechno přečti.“ Naštěstí mě tím vším provedl, odpovídal na mé často šílené otázky a já ho obdivuji, že se ze mě nezbláznil. Ale největší dík mu patří za tu možnost dělat PPC reklamy naplno pro mnoho našich klientů.

Online marketing v našem provedení

A na závěr to nejlepší - můj manžel. Míša prošel taky velkou pracovní změnou. Dokonce bych to nazvala až hrdinstvím. Pamatuji si to přesně. Byl to začátek prvního trimestru, kdy jsem měla neskutečné bolesti, hodně jsem zvracela a byla celkově na tom špatně. V tuhle dobu si malá zlomila ruku. No a Míša tady nebyl, protože byl pracovně mimo město. V ten okamžik se rozhodl, že chce být více s námi, být tu více pro nás.

Rozhodl se, že kompletně obrátí svůj pracovní život naruby - v investicích se zaměřil pouze na správu svých klientů a vrhl se na svůj dávný koníček. Jaký? No... taky online marketing! Začal se v něm ještě více vzdělávat a díky tomu má v tomto oboru široký záběr od PPC reklam až po tvorbu marketingové strategie. Nejlepší na tom je, že ho to baví a hlavně tráví více času s námi.

Práce jako koníček je základem spokojenosti.

A jak je to tedy teď? Já a Michal pracujeme spolu, vytváříme PPC kampaně v AdWords, Skliku a Facebooku pro různorodé klienty a k tomu se dále vzděláváme v online marketingu. Míša si teď úspěšně absolvoval prestižní Digisemestr a já se teď zdokonaluji v tvorbě reklam na Yandexu (největší ruský vyhledávač).



Reklamy i marketing se tak z koníčku staly naším denním chlebem, ale i zábavou a dalším tématem k hovoru doma. Člověk to přeci musí občas doma okořenit a nebavit se jen o jídle, dětech, filmech a dalších věcech, ne :)?





Jak dlouho už se to učíme?

Dobrat se ale k těm znalostem, které máme teď, nebylo nic lehkého. Učili jsme se za pochodu při zakládání svých podnikání (jazyková škola, dětské centrum, školka, investice) a hlavním zdrojem informací byly zahraniční weby a webináře.

Naše studium online marketingu jako celku a poté přímo vytváření PPC kampaní a reklam, nebylo jednoduché a trvalo přes 4 roky. Já jsem měla na mateřské jen krátké chvíle v době spánku, kdy jsem mohla sednout k počítači nebo alespoň k telefonu na lavičce v parku   a číst si všechno o online médiích, jak fungují, jak je používat a jak se naučit přemýšlet jako můj klient a nabídnout mu to, co potřebuje.

Online nástroje = skvělá pomoc podnikatelům

Umět pracovat s online nástroji je ale nezbytnost pro všechny podnikatele – živnostníky a firmy všech velikostí. Sami určitě vidíte kolem sebe, že reklama už není výhradně pod monopolem velkých firem. Ale jak se v tom všem vyznat? Jak zvolit správnou cestu pro svoji firmu a poté neutratit své jediné výtěžky bezvýsledně? Tohle vše Vás můžeme naučit. Pomůžeme vám se v tom všem vyznat. A jak to uděláme? Za pomoci všech online nástrojů, které jsou třeba :).



Kapitola 2

Facebook

Co to je?



Facebook je nejpoužívanější a nejrozšířenější sociální síť na světě. Už jen tento fakt nám napovídá, že na něm nesmíme chybět a naše značka už vůbec ne. Ale pojďme se podívat na nějaká čísla, která nám ukáží, jak velký potenciál tu máme. Pouze v Čechách 3,1 mil lidí ho navštíví každý den přes mobil. 4,9 mil lidí v Česku tu má profil, což je 60% uživatelů internetu!

Jste vy sami na Facebooku? A co na něm děláte? Díváte se jen na to, co zveřejňují Vaši přátelé, komentujete jim to, lajkujete a zveřejňujete, co vás zajímá? Fotky, články a své zážitky? Nebo už jste "zkušenější" uživatel a jste členem Facebook skupin, která se týkají témat, která vás zajímají. K tomu také sledujete rozličné stránky firem, hvězd, blogů, novin a časopisů?

Čím víc se vžijete sami do Facebooku, tím lépe dokážete pochopit myšlení svého klienta, lépe ho dokážete zaujmout a vůbec najít ;). Pokud budete fungovat jen v okruhu svých přátel a neukážete se světu, tak ten svět nebudete znát. Bude pro vás nepřírozené se v něm pohybovat a v takovém případě pro vás bude i velice krkolomné vymýšlet obsah pro účely svého podnikání.

K čemu se dá využít?

Pojďme se ale podívat na to, jakými způsoby zde můžete prezentovat Vaši firmu.



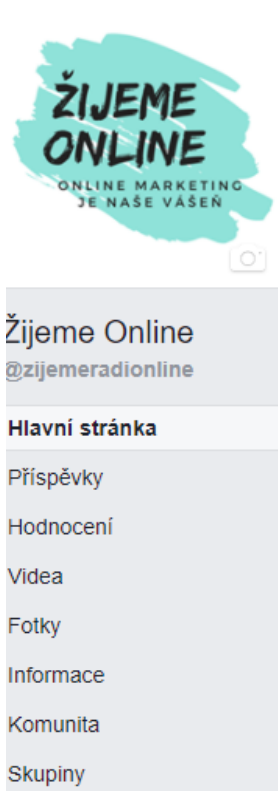
Facebook stránka, nebo-li FB Fan page

Když vytváříte svůj brand a web, tak stejnou důležitost přiřkládejte i vytvoření Facebook stránky vaší firmy. Ta bude vaší vizitkou v rámci celé této sítě, takže musí vypadat dobře, obsahovat co nejvíce informací a hlavně souznít s vaší značkou jako celkem.

Na této stránce budete zveřejňovat rozličné příspěvky a fanoušci je budou moci lajkovat, komentovat a sdílet. K tomu Vám budou moci napsat na zed' nebo do zpráv.

Co je třeba mít na své Facebookové stránce?

1. své logo
2. úvodní obrázek
3. informace o tom, co děláte/prodáváte
4. odkaz na web
5. telefon a email
6. otevírací dobu
7. adresu – pokud je důležitá v rámci vašeho podnikání
8. bonusem jsou vypsány služby či výrobky
9. příspěvky! :) mám pro vás tipy na typ obsahu, který zde sdílet, takže jen čtěte dál.



Facebook skupina

Pokud chcete větší interakci se svými potencionálními klienty, tak důležitým krokem je vytvoření vlastní skupiny, která bude propojená s vaší facebookovou stránkou.

Skupina funguje na jiných principech, protože všichni členové mohou zveřejňovat příspěvky, sdílet obsah atd., a podstatné je, že vy jste tu správcem, takže obsah můžete korigovat. Díky skupině si budujete bližší vztah s klientem, ale také je náročnější na správu.

Proto, pokud se na Facebooku teprve rozkoukáváte, tak se zatím jen sami zapojte do různých skupin a tam sdílejte obsah ze své firemní stránky.

Pokud se rozhodnete vytvořit vlastní skupinu, nezapomeňte na tyto důležité body.

Na této stránce byste měli mít následující informace

1. pravidla skupiny
2. informace k čemu skupina slouží
3. obě fotky
4. zajímavý název
5. nastaveno soukromí - ideálně na Uzavřenou skupinu
6. skupinu určitě propojte s vaší Fan Page

Skupiny spravované stránkou

[Vytvořit skupinu](#)[Připojit skupinu](#)

Žijeme Online

Uzavřená skupina
1 přítel · 4 členové

[Sdílet](#)

Facebook reklamy

To jediné co má ze začátku smysl platit na sociálních sítích ;)



Dalším velkým plusem Facebooku je fakt, že jde o hybrid. Můžete ho využívat pouze jako sociální síť, ale to byste přišli o další velký potenciál, který nabízí. Ten potenciál tkví ve Facebook reklamách.

Ty jsou na další celý kurz ;), protože jde o velice obsáhlé téma, vzhledem k mnoha formám, kterými lze reklamy tvořit. Na začátku vám bude stačit využívat základní nabídku.

Vytvářejte tedy reklamy na získání To se mi líbí stránky a Propagace příspěvků.

Na co nezapomenout při nastavování reklam

POZOR DŮLEŽITÉ!!!

- Text musí zaujmout a být zábavný, pořád je to sociální síť
- Určete si publikum, které je Vaší cílovou skupinou – věk, témata zájmu.
- Nezapomeňte určit, jestli chcete, aby reklamy běžely po celé republice nebo jen v určitém místě.
- Při vytváření reklamních obrázků potlačte pokušení psát hodně textu a držte se doporučení – 10% textu v poměru k obrázku. Pokud to nedodržíte, Facebook vás bude penalizovat a reklamu nebude zobrazovat.



Sociální sítě a reklamy vám budou s námi hned blíž a budou Vás bavit! :)



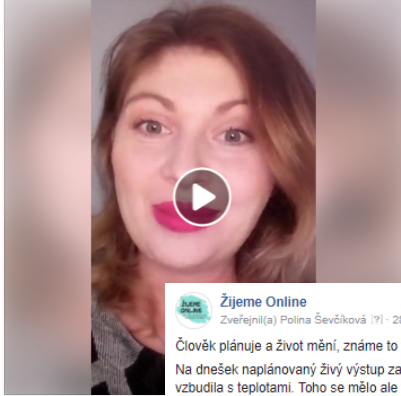
Jaké typy obsahu na Facebooku tedy zveřejnit?

- Vlastní články
- Aktuality
- Fotky z každodenního života/práce
- Inspirativní hesla
- Sdílejte zajímavé články, recenze, které se týkají vašeho tématu, ale jsou z jiných zdrojů
- Pořádejte soutěže
- Video a fotky svých klientů v akci (pokud jste například soukromý trenér)
- FB live videa – o tom se určitě ještě v budoucnu blíže pobavíme! Ale jde o Facebookem velice podporovanou formu sdílení obsahu a velice doporučuji si to zkusit a překonat strach ;).
- Fotky a videa svých produktů v akci
- Recenze svých produktů
- Vtipná videa, která jsou nějak blízka vašemu tématu (v naší jazykovce ráda sdílím vtipné útržky ze seriálu Přátelé nebo třeba recepty)

Názorné příklady z praxe

Žijeme Online vysílal(a) živě. Zveřejnil(a) Polina Ševčíková · 1 března v 17:37 · ©


Včera jsme mluvili o motoru co nás pohání, co se dnes podívat na to, co musíme překonávat. Jaké jsou vaše hranice, strachy, které musíte ve vašem podnikání překonat?



Žijeme Online Zveřejnil(a) Polina Ševčíková · 28 února v 10:15 · €

Člověk plánuje a život mění, známe to všichni 😊. Na dnešek naplánovaný živý výstup zatím odkládám, protože Emma se ráno vzbudila s teplotami. Toho se mělo ale týkat i živé vysílání, tak co si to probrat zatím v psané formě?

Proč uvažujete, že začnete podnikat nebo už podnikáte? Jaký je váš motor pro změnu myšlení a překonávání všech překážek a strachů, které s sebou podnikání přináší?... Zobrazit další



Osloveno 2 831 lidí [Boost Again](#)

Na co nezapomenout

- Příspěvky na FB jsou vždy úspěšnější pokud obsahují fotku či video.
- Pokud vás něco zajímá, nebojte se zeptat, protože nově můžete i na Fan page vytvořit anketu!
- Příspěvky kde lidé mají vyjádřit co mají radši palcem/srdíčkem a tak nejsou FB moc preferované.

Kapitola 3

Instagram



Co to je?

Instagram je sociální síť založená na sdílení fotografií. Zde také můžete sledovat pouze své přátele, ale není to tu moc obvyklé. Často zde sledujete různé osobnosti, které vám jsou něčím blízké a nebo značky, které vás zajímají.

I na Instagramu můžete být jako obyčejný uživatel nebo jako značka. Pokud teprve začínáte, tak si to nekomplikujte dvěma odlišnými profily a vytvořte si pouze ten firemní, kam budete sdílet fotky včetně textu příspěvků.

K čemu se dá využít?

Lidé se chodí na Instagram bavit a chtějí vidět hezké obrázky. Hlavně nechtějí, aby jim tu někdo něco prodával. Proto se hodí ne pro všechny typy podnikání.

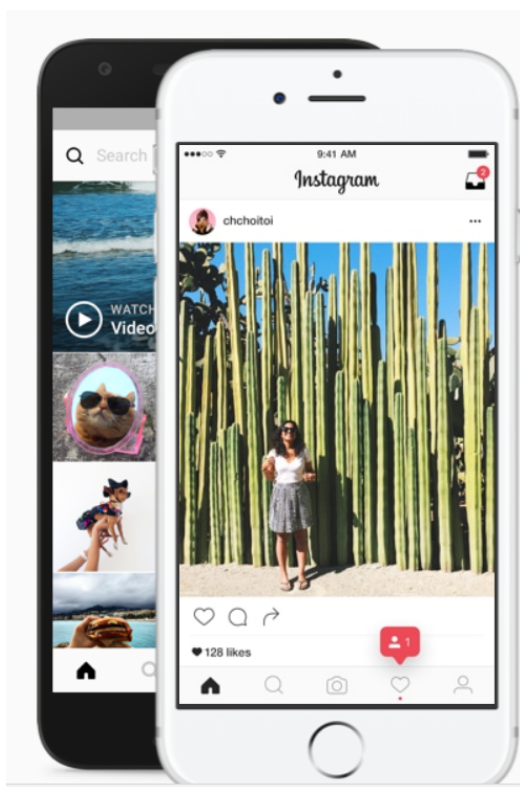
Pokud máte cokoli, co můžete sdílet prostřednictvím obrázků, tak se do toho určitě dejte. Čísla opět mluví za sebe.

V Čechách je již cca 1,8 mil uživatelů a 640 000 uživatelů na denní bázi. Jde o velice oblíbenou aplikaci, funguje totiž pouze na mobilu, a pomáhá firmám budovat pevnější a vřelejší vztah se svými zákazníky/sledujícími.

Pro koho se hodí?

Pro koho se například Instagram hodí? Protože jak už jsem řekla, nehodí se pro úplně všechny typy podnikání plošně, jako je tomu u Facebooku. Určitě zde mějte svůj profil, pokud:

- jste blogger
- prodáváte krásné výrobky
- tvoříte své výrobky
- jste v oboru módy, jídla, marketingu, koučingu



Zvláštnosti Instagramu

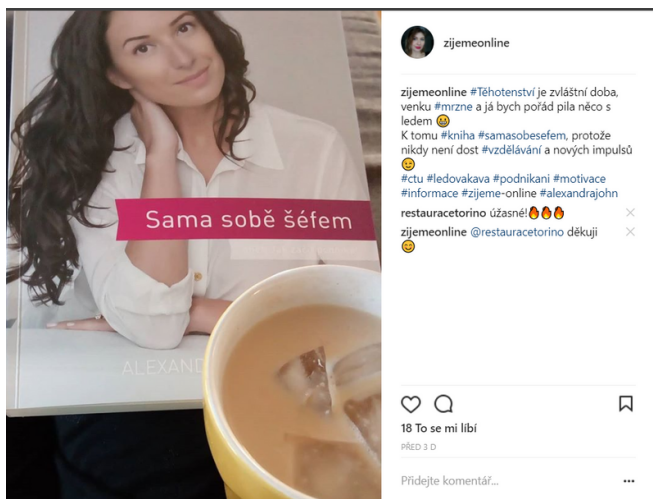
Instagram má další zvláštnosti, které vás mohou překvapit, nebo se vám zdát zbytečné a já vás chci vyvést z omylu. Zvláštnosti se totiž musí využívat ku prospěchu svému.

Vkládání odkazů

Když jsem s Instagramem před několika lety začínala, tak jsem byla nemile zklamaná z faktu, že do příspěvku nemůžu vložit odkaz na web. A to jsem tam zrovna napsala skvělý článek, nebo jsme vytvořili událost a chtěla jsem to co nejvíce rozkřiknout do světa.

Takže předejděme i vašemu zklamání a řekněme si rovnou, že tato cesta není možná. Do příspěvku nejde vložit odkaz, ale! Naštěstí je tu ale :). Odkaz můžete vložit do informací ve svém profilu a odkázat na něj v textu příspěvku slovy – odkaz najdete v biu. Tam ty odkazy tím pádem budete měnit dle potřeby a podle toho, kam chcete nejdříve poslat své fanoušky.

Hashtagy



Co s nimi? A jsou k něčemu? Hashtagy jsou přímo specialitou Instagramu, takže věřte mi, když říkám, že je musíte používat, bez nich to nepůjde.

Díky hashtagům se na instagramu vše propojuje, díky nim vás najdou lidé, které zajímá stejné téma a přitom o vás nikdy neslyšeli. Takže díky nim bude růst váš počet sledujících. Takže pod každý příspěvek dejte minimálně 5-10 hashtagů, které se budou týkat tématu příspěvku a fotky.

Komunita

Když někoho sledujete na Instagramu, tak to neznamena, že on sleduje vás. Není to jako na Facebooku, že jste propojeni obousměrně. Důvod je jednoduchý, vaše sledující si musíte zasloužit!

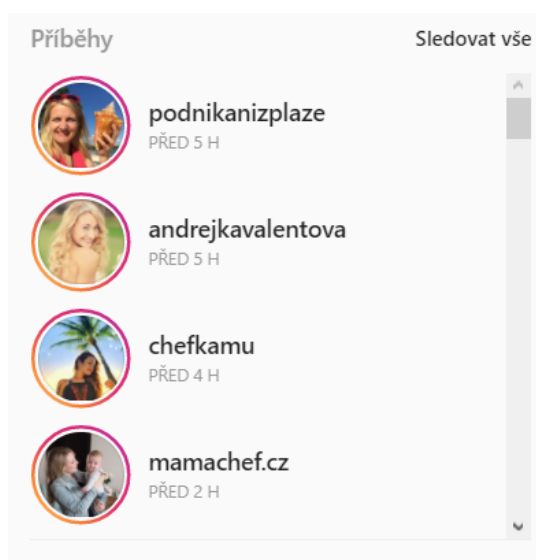
Instagram si tím zaručuje kvalitní obsah a aktivitu svých členů a od vás tím tu aktivitu vyžaduje. Ano, mohli byste jen sdílet příspěvky, házet tam hashtagy a tím skončit. I takhle by to šlo, ale, nevyužili byste celého potenciálu Instagramu.

Pamatujte, že interakce buduje důvěru, povědomí a upevňuje vztahy. Takže i vy vyhledávejte lidi, kteří vás zajímají, lajkujte jejich příspěvky a relevantně je komentujte. Díky tomu si vás budou moci všimnout a naoplátku vás také sledovat, pokud jim budete něčím sympatičtí.

Na tuto skrytou část instagramu nezapomínejte, protože jen díky ní budete mít kvalitní sledující. Budete si tím budovat vztahy, networkovat a určitě se i bavit a učit se mnoho nového :).

Jaké typy obsahu zveřejňovat?

- své fotky ze života – krásné prostředí, jídlo, vaše pracovní pomůcky
- fotografie produktů
- fotografie při práci, tvoření
- obrázky s citáty
- IG live videa týkající se vašeho tématu, života, zákulisí
- fotky z akcí – pracovních i soukromých
- IG příběhy složené z fotek a textu v nich (jsou to ta kolečka nahoře a po dni mizí)



Vždy mějte na paměti své téma, svůj okruh působnosti při vytváření příspěvků.

Ke všemu vždy přidejte komentář, který se bude týkat fotky a s ním propojte i sdělení, úvahu, či cokoliv důležitého či zajímavého, co chcete sdílet se světem, ale vždy mějte na paměti své téma, svůj okruh působnosti.

Tady se toho nemusíte držet tak přísně jako třeba na Facebooku, ale i tak to vypadá lépe.

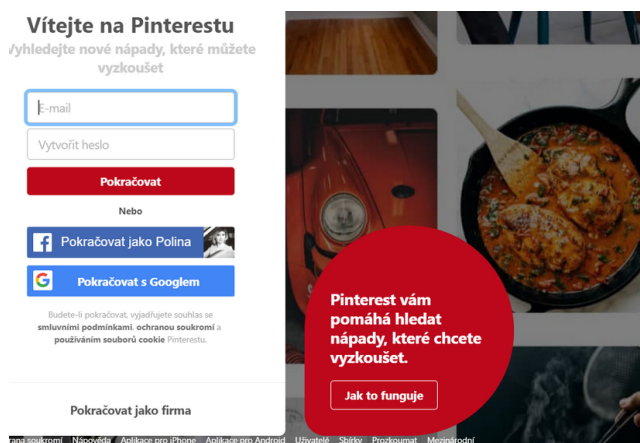
Pokud máte obecnější zaměření, tak budete omezení méně, pokud jste ale úzce zaměřeni, například na jógu. Tak se do takového profilu nebudou moc hodit vaše tipy na oblékání či účesy :). Ale naopak, když okořeníte fotky týkající se jógy nějakými tipy na lehká jídla nebo pohodlné oblečení na cvičení, tak to bude skvělé a hned bude váš účet zábavnější.

Kapitola 4

Pinterest

Co to je?

O Pinterestu už jsem psala zde v článku *Láska jménem Pinterest*. Ale opakování je matka moudrosti, že? Takže zde to důležité.



V Čechách už začíná být konečně známý cca ten poslední rok, ale já ho miluju a básním o něm už od minulého těhotenství, takže už 5 let. Už tehdy byl pro mě zdrojem inspirace a informací na všemožná témata.

Jako podnikatelé bychom ho měli alespoň znát, když už ne aktivně používat. A proč? Protože ve světě je Pinterest sociální síť obrovských rozměrů a tím, že se zaměřuje na obsah internetu, tak je také úžasným místem pro inspiraci.

Navíc tím, že jeho vliv v Čechách pomalu roste, tak můžete mít náskok, být připraveni na boom a mít tam už určité zázemí.

K čemu se dá využít?

Pinterest funguje na bázi tzv. nástěnek, kam si připínáte vše, co vás zajímá.



Nástěnek můžete mít kolik chcete a mohou být veřejné a nebo skryté. Já jich mám hodně, a to je normální :).

Vkládat odkazy na nástěnky můžete jak odkudkoliv z internetu nebo přímo z Pinterestu. Tam už také najdete neskutečné množství článků.

Pinterest pro podnikatele? Co tam?

Opět, mnoho zajímavého. Můžete mít vytvořen svůj firemní profil a na něm mít různé nástěnky plné tématicky zaměřeného obsahu z různých zdrojů, včetně vašeho webu.

Můžete tam publikovat své články, tipy, nápady a pomalu, nebo také velice rychle, tak rozšiřovat svou fanouškovskou základnu. Je zde však důležitá jedna věc a tou je, podobně jako na Facebooku, dávat lidem přidanou hodnotu, smysl, zajímavé informace na svých nástěnkách, jinak to nebude fungovat.




Jamie Oliver

232,597 Followers 34 Following

www.jamieoliver.com
 London / Hi guys, this is my official Pinterest page! All my delicious recipes & great foodie pics will be posted up here. JOx

Follow

Boards Pins

Tips, tricks and how-to's
195 Pins

Halloween treat recipes
55 Pins

Everyday Super Food
98 Pins

Závěr

Pojďme si shrnout jak s nově získanými informacemi naložit

A co teď, když jste si přečetli to hlavní?

Vrhněte se na to! :)

Plán je následující:

1. Promyslete co v rámci vaší značky bude mít smysl a vytvořte si profily na těch sítích, které chcete spravovat.
2. Vezměte si papír a tužku a vypište si, jaký typ obsahu byste mohli zveřejňovat (vyberte si z možností, které jsem vám navrhovala výše).
3. Vezměte si kalendář a na každý týden si napište jedno téma, celek, jemuž se budete všude věnovat. Díky tomu budete mít vytvořen určitý rámec a příspěvky budou konzistentní.
4. Každý den postupujte dle Checklistu, který najdete níže.

Denní checklist pro upracované podnikatele

Už víme co kde zveřejňovat a co teď?

Aby to mělo kýžený efekt je nutná pravidelnost a s tou vám chci pomoci tímto seznamem níže.

Jak používat checklist?

Každý den stačí následovat zde uvedené kroky.

Cílem je usnadnit vám práci v rámci sociálních sítí díky nimž si udržíte pravidelnost a vytvoříte z toho návyk.

Denní checklist

Facebook

- Odpovězte na komentáře, zprávy a dotazy
- Lajkujte nebo komentujte několik relevantních statusů
- Komentujte na 5 relevantních příspěvcích jiných stránek
- Sdílejte relevantní obsah do FB skupin
- Jestli běží reklamy - kontrola statistik a případná úprava
- Lajkujte relevantní FB stránku a začněte interakci
- Na začátku týdne naplánujte 3 příspěvky na týden

Ideální doba na sdílení příspěvku na své Fan Page

DNY: Čtvrtek, Pátek, Sobota, Neděle

ČASY: 9:00, 13:00, 15:00

Denní checklist

Instagram

- Sdílejte 1-2 příspěvky denně
- Sdílejte 1 příběh
- Lajkujte 1 příspěvek každému, kdo ho lajknul vám
- Vyhledejte dle hashtagů další účty, které můžete sledovat
- Jestli běží reklamy - kontrola statistik a případná úprava
- Komentujte příspěvky ostatních

**Ideální doba na sdílení příspěvku
na svém účtu**

ČASY: 17:00 - 18:00

Denní checklist

Pinterest

- Připněte 5 obrázků denně - mix vašeho obsahu a cizího
- Lajkujte 5 příspěvků denně
- Najděte 5 příspěvků na Pinterestu a připněte k sobě
- Zkontrolujte notifikace a poděkujte za sdílení
- Připněte do skupinových nástěnek pro rozšíření dosahu
- Upravte nástěnky nebo jejich názvy dle potřeby

Ideální doba na sdílení příspěvků

ČASY: 20:00 - 23:00