MICHELLE LOSEKOOT
& ELIŠKA VYHNÁNKOVÁ

#JAK NA SÍTĚ

OVLÁDNĚTE 4 PRINCIPY ÚSPĚCHU NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Jan Melvil publishing

„Pravděpodobně nejkomplexnější a nejsrozumitelnější manuál k byznysovému úspěchu na sítích.“
— Tomáš Jindřišek, zakladatel, agentura Dark Side

„Jak na sítě je knížka praktická, laskavá k nám síťovým neumětelům, je vtipná a vypráví příběhy. Knížka, která vám ušetří čas, nervy a nakopne vaše sociální sítě.“
— Margareta Křížová, mentor začínajících podnikatelů

„Člověk se celý život učí, tak proč se neučit od těch nejlepších?“
— Jonáš Čumrik aka Johny Machette, youtuber a rapper

„Konečne strategický a zároveň praktický pohľad na „socky“! A keď si ju všetci prečítajú, naše feedy budú lepším, krajším a príjemnejším miestom.“
— Petra Jankovičová, Co-Founder, agentura Triad

„Kniha, která jde srozumitelně k jádru věci – k samotné podstatě komunikace. Navíc se čte jako napínavý román.“
— Richard Stiebitz, Chief Creative Officer, agentura Wunderman Thompson

„Neskutečně osvěžující protiklad instantních mouder, technicistních návodů a motivačního prázdna.“
— Martin Brablec, majitel, Obsahová agentura

„Konečně kniha, která čtenáře seznámí se základy marketingu na sociálních sítích a pomůže mu pochopit, jak nad nimi přemýšlet.“
— Jiří Rostecký, mladypodnikatel.cz, Forbes 30pod30

„Každý z mého teamu tuto knížku ode mne dostane jako dárek a zároveň povinnou četbu.“
— Dorota Kajfoszová, Online Channels and media, O2

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Michelle Losekoot a Eliška Vyhnánková
JAK NA SÍTĚ
Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Copyright © Michelle Losekoot a Eliška Vyhnánková, 2019.
Illustrations © Karolína Urbánková, 2019. All rights reserved.

V edici Žádná velká věda vydalo nakladatelství Jan Melvil Publishing v Brně roku 2019. Žádná část této knihy nesmí být nijak použita či reprodukována bez písemného svolení, s výjimkou případů krátkých citací jako součásti kritických článků a recenzí.

Odpovědná redaktorka Vladimíra Škorpíková
Šéfredaktor Marek Vlha
Redakční spolupráce Tomáš Baránek, Marek Vlha, Vít Šebor
Oponenti Michal Kašpárek, Kateřina Ráčková, Adam Zbiejczuk, Jirka Chomát, Dorota Kajfoszová, Daniel Gamrot, Petra Bučková
Grafická úprava a sazba David Dvořák
Ilustrace Karolína Urbánková
Obálka Pavel Junk
Jazyková korektura Vilém Kmuníček
Tisk a vazba PBtisk, a. s., Příbram

Vydání první
Jan Melvil Publishing, 2019
melvil.cz

Chyby a připomínky: melvil.cz/erratum
Pochvaly a recenze: libisemi@melvil.cz nebo uzvim@jaknasite.cz
Diskutujte o knize s hashtagem #jaknasite
Kniha vyšla také elektronicky.

ISBN 978-80-7555-084-2

Obsah

Zahoďte návody a naučte se o sítích přemýšlet 11

Od rádia k selfie fotkám 14
Síla webu 2.0 14
Introvert hvězdou sociálních sítí 16
Čtyři klíčové dovednosti 17
Trocha štěstí a WiFi nestačí 19
Opravdu sociální sítě nic nestojí? 22
Důvěra prodává 22
Co potřebujete k úspěchu? 25

ZAUJMI – Jak to funguje?

Proč chodíme na sítě 31
Seznamte se s Karlem 31
Onlinový svět 34

Jak se na sítích chováme 37
Nejcennější artikl: pozornost 38
Nové způsoby čtení 41
Kouzlo vizuálního sdělení 42
Co chceme na sítích najít 43
Sítě se mění, tužby lidí nikoliv 47
Vytáhněte z rukávu další trumfy 49
Co si z toho mám odnést pro firemní komunikaci na sítích? 50

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Magie založená na datech 53
Facebook 56
Inventory (dostupné příspěvky) 58
Signals (signály) 59
Predictions a Relevancy Score (předvídání a skóre relevantnosti) 61
Instagram 63
Twitter 64
LinkedIn 66
YouTube 67
Teď už tomu rozumíte 68
Co si z toho mám odnést pro firemní komunikaci na sítích? 70

Značky na sociálních sítích 71
S Prahou na síti 71
Jak vnímáme značky 72
Všichni se zajímáme jen sami o sebe 74
Tajemství úspěchu značek na sítích 77

NASLOUCHEJ – Co musím vědět, než začnu?

Bez plánování to nejde 89
Nebuďte spoďároví skřítci! 90
Jak přesvědčit a namotivovat tým? 95
Správná strategie dává odpovědi 97

Strategie 99
První krok: zamyslete se nad tím, kdo jste a co děláte 99
Sepište si, na co jste přišli 119
Druhý krok: ujasněte si své cíle 120
Třetí krok: naplánujte si strategii pro sociální sítě 124
Načrtnutí všech možností 126
Jaké sociální sítě využijeme? 126
Facebook 128

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Instagram 132
Twitter 133
LinkedIn 135
YouTube 136
Osobní značky na sítích 139
První kroky s nově založeným profilem 142
Kdo se bude o sítě starat? 143
Bezpečnost především 144
Kolik nás to bude stát? 148
Bez harmonogramu ani krok 148

VYPRÁVĚJ – Co tam mám dávat?

Obsahový marketing 153
Konec nesmyslného obsahu 154
Tři cesty ke skvělému obsahu 157
Co už vám fungovalo? 159
Jak vám pomohou uživatelé? 159
Jak vymýšlet nový obsah? 160
Sestavte si tematické okruhy 165
Jak to vypadá v praxi 171
Jak děláme sociální sítě Dolleru? 172
Jak děláme Facebook? 174
Jak děláme Instagram? 175
Tipy a triky nejúspěšnějších značek na sítích 176
Neprodávejte, pomáhejte 176
Hrajte si 178
Občas mlčte 179
Hledejte jiný úhel pohledu 180
Sdílejte pikošky 182
(Za)bavte je 183
Zapojte zaměstnance 184
Zapojte influencery 185
Jak vybrat influencera v praxi? 187
Držte se ve stejné smečce 188

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Reagujte na aktuální události 190
Pište to pro Karla 192
Ujasněte si, co píšete 193
Popisujte benefity, ne vlastnosti 194
Čechrejte ego 200
Mluvte s lidmi 202
Připravte se na hejtry 204
Inspirace 206
Dejte o svých sítích vědět i mimo sítě 208
Myslete mimo zajeté koleje 209
Budujte komunitu 211
#Naučtesepoužívathashtagy 212
Využijte rychlosti a bezprostřednosti sítí 219
Předcházejte průšvihům 221
Stůjte si za svým 224
Zapojte fanoušky 226
Buďte transparentní 227
Jak nám sítě pomohly 228
Naučte se hledat příběhy 229
Spojte s někým síly 230
Buďte autentičtí a využívejte Stories 230
Pomozte si širokou paletou nástrojů 234
Udělejte si plán 237
Nezblázněte se z toho 241

VYHODNOCUJ – Jak poznám, že to funguje?

Zpětná vazba 249
Nejhorší metrika na světě 251
Ne všechno můžete změřit 254
Co tedy měřit jde? 256
Zajímá-li vás, jak dobře jste vidět 256
Chcete-li vědět, jak se vám daří zapojovat uživatele 257
Chcete-li sledovat zájem o vás a vaše služby 257
Míra zapojení, aneb zjistěte, jestli to děláte dobře 259

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Pro každého je důležité něco jiného 263
Inspirace pro hračičky 266
Nástroje: bezplatné i s předplatným 268
Facebook Analytics a Audience Insights 268
Nepotřebujete být datoví mágové 270
Starý dobrý Google Analytics 271

Potřebuji placenou reklamu? 273
Na koho budu cílit? 276
Cílení podle demografie 276
Remarketing aka vlastní okruhy uživatelů 278
Podobné okruhy – nechte sítě zacílit za vás 282
Co můžeme propagovat a kde to uživatelé uvidí? 283
Kolik si mám připravit peněz? 285
Kvalita vaší propagace 286
Účel kampaně 288
Konkurence 288
Co za své peníze můžeme očekávat? 289
Vydělali jsme na tom? 292
Pár slov o Business Manageru 294
Nepodceňujte pohled do zpětného zrcátka 297
Vezměte to od základů 297

ZÁVĚR

A co teď? 303

Doporučené studijní materiály 305
Poznámky 312
Předlohy ilustrací 322
Zdroje infografik 323
Poděkování 324

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Zahoďte návody a naučte se o sítích přemýšlet

John seděl u svého fyzioterapeuta. Zatímco většina lidí fyzioterapeuta navštěvuje kvůli bolavým zádům a zatuhlému krku, Johna trápil jiný problém: ochablá ruka. Ale nestěžoval si. Od dětství byl zvyklý překonávat překážky.

Už jako malý se rozhodl, že se stane spisovatelem. Ze školy ale nosil tak mizerné známky, že se jeho plán zdál stejně nedosažitelný jako snění spolužáků o tom, že se stanou kosmonautem nebo prezidentem. Učení mu zkrátka nešlo. K jeho výsledkům nepřispívala ani obsedantně-kompulzivní porucha, kterou mu později diagnostikovali.

Johnova matka často plakala. Synův chabý prospěch ale nebyl tím hlavním, co ji trápilo. Stejně jako pro jakoukoliv jinou milující matku pro ni bylo zdrcující pozorovat, jak jejího syna ve škole spolužáci šikanují. Situaci se snažila několikrát řešit, vedení školy ale stálo za svým: nedá se nic dělat, John to prostě musí vydržet.

A tak John zatínal zuby. Stejně jako o třicet let později, v čekárně u fyzioterapeuta. Nestěžoval si. Navíc mu tentokrát bylo jasné, čím si problém s rukou přivodil. Právě podepsal prvních 150000 výtisků své knihy, která se ještě před vydáním

vyšplhala na první místo v žebříčcích Amazonu i knihkupecké sítě Barnes & Noble.[1] Jak se něco takového mohlo stát? Stačilo, aby John přečetl první dvě kapitoly na svém YouTube kanálu.[2]

John Green, kdysi šikanovaný kluk s bídným prospěchem a obsedantně-kompulzivní poruchou, se podle časopisu *Time* stal jedním ze sta nejvlivnějších lidí na téhle planetě.[3] Dosud se už prodalo přes 24 milionů výtisků jeho knih přeložených celkově do 55 jazyků.

Vypadá to jednoduše, že? Jeden by řekl, že vám dnes k tomu, abyste se stali slavnými, úspěšnými a bohatými, stačí jen trocha štěstí a rychlé internetové připojení.

V posledních osmi letech jsme pomáhaly malým i velkým firmám se sociálními sítěmi a konzultovaly značky všech možných oborů i velikostí. Mámy na mateřské, korporáty, lidi hledající práci, srdcaře na volné noze, menší rodinné firmy, neziskovky, nadnárodní společnosti s miliardovými obraty i státní úřady. S mnoha z nich jsme spolupracovaly dlouhodobě, některým jsme vytvořily strategie a pečovaly o jejich online komunity, dalším jsme pomohly úspěšně spustit kampaně. Sáhly jsme si na produkty i služby, od časopisu pro děti až po firmy z velké čtyřky. A za tu dobu, co se sociálním sítím věnujeme, jsme přišly na jednu důležitou věc: *Být úspěšný na sítích zase tak jednoduché není.* Tisícům lidí brouzdajících po sociálních sítích musíte dát důvod vás sledovat. Potřebujete je při jejich bezbřehém skrolování zastavit, zaujmout, donutit *vám* věnovat pozornost a nakonec udělat to, co po nich chcete. Což bývá často věda, za kterou je spousta práce.

Všichni, se kterými jsme se setkaly, řeší, jak vyždímat ze sítí maximum. A málokdo z nich dokáže potenciál sociálních sítí opravdu využít. Ne proto, že by někdo ještě nevěděl, jak si založit profil a do kterého políčka co vyplnit. Tyto technické záležitosti si všichni můžeme během pár vteřin vygooglit. Firmy a freelanceři tápou v úplně jiných věcech, které se dají shrnout do jednoho jediného problému: Neumějí nad sítěmi přemýšlet.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Nerozumějí jejich samotné podstatě, nerozumějí lidem, kteří se na nich pohybují, neumějí zaujmout, strategicky přemýšlet a nevědí, jak dosáhnout svých byznysových cílů.

V této knize tedy nedostanete technický návod na používání sociálních sítí. Místo toho vás naučíme o sítích přemýšlet tak, abyste už žádné návody nikdy nepotřebovali.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Od rádia k selfie fotkám

Síla webu 2.0

Doba se mění. Lidé jako John Green už nejsou závislí na vydavatelských domech, televizních stanicích, nakladatelstvích a klasických médiích. Síla, kterou donedávna vládli producenti, nakladatelé a redaktoři, je teď v rukou každého z nás. Svých pět minut slávy dnes může díky jednomu videu na YouTube, článku na blogu, statusu na Facebooku či fotce na Instagramu zažít každý. A pokud vám pět minut strávených ve světle reflektorů nestačí, můžete si sami začít budovat komunitu fanoušků z celého světa. Stačí vědět, jak na to.

Už nemusíme v předepsaném čase čekat u obrazovek na svůj oblíbený pořad, nový díl seriálu nebo na zprávy ze světa. Už dávno nejsme nuceni běžet jednou týdně do trafiky, abychom se dozvěděli víc o rybaření, mateřství nebo pletení. Internet nám poskytuje možnost vstřebávat i tvořit cokoliv a kdykoliv. Sami si řídíme své vzdělávání, zábavu i podnikání.

Stali jsme se centrem svého internetového vesmíru.

Za posledních patnáct let, kdy takzvaný *web 2.0* umožnil uživatelům snadno a masově spoluvytvářet i sdílet online obsah, se proměnil nejen internet, ale také celá moderní společnost. Po výjimečných osobnostech jako papež Jan Pavel II. nebo

Martin Luther King byl v roce 2006 za osobnost roku časopisu *Time* vyhlášen obyčejný člověk: Vy (YOU). Na titulní stránku časopisu se tak dostali všichni uživatelé, kteří každý den tvoří internetový obsah, ať už na Facebooku, YouTube, MySpace nebo třeba Wikipedii.[4]

Posun v myšlení zrcadlí i slovutný slovník *Oxford Dictionaries*. Sedm let po vydání zmíněné legendární obálky vyhlásil slovem roku slovo „selfie".[5] Pomyslné světlo reflektorů se zaměřilo na každého z nás, na naše přání, sny a životy.

Sociální sítě nám daly do rukou ještě více síly. Každý z nás může dnes být zpravodajem, spisovatelem, hercem nebo zpěvákem. Každý z nás se může k čemukoliv vyjádřit a strhnout na sebe pozornost celého světa. Nemusí sice uspět, ale má k tomu všechny potřebné nástroje.

Nenápadný kluk v kšiltovce, který si na lavičce v parku hraje s mobilem, může mít na Twitteru nebo Instagramu víc sledujících než filmové hvězdy. Úspěšný bloger dnes dovede docílit větší čtenosti než celostátní noviny a youtubeři více zhlédnutí než televizní seriál v hlavním vysílacím čase. Za posledních několik let se změnil celý koncept celebrit. Slávy a vlivu může poprvé v historii dosáhnout každý, kdo má přístup k internetu a ví, jak s novými nástroji pracovat. Každý jsme svou vlastní PR agenturou a tvůrcem vlastní image.

Na sociálních sítích je dnes 45 procent světové populace.[6] Z téměř 4,4 miliard lidí, kteří mají na světě přístup k internetu, jsou skoro 3,5 miliardy na sociálních sítích.[7] To je za tak krátkou dobu jejich existence naprosto fascinující posun v dějinách mezilidské komunikace.

Aniž bychom si toho možná všimli, právě dospěla první generace, která je víc než polovinu svého života online. Její příslušníci vyrůstají s mobilem v kapse, seznamují se na internetu a jejich rodiče nechápou, čím se jejich děti vlastně živí. Tato generace prožila dospívání v době neuvěřitelného zrychlování, kde lidé na svých obrazovkách odskrolují devadesát metrů

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

denně.[8] Rádiu trvalo 38 let nasbírat padesát milionů posluchačů. Televize už to zvládla za třináct let. Instagram to ale stihl za pouhý rok a půl.[9]

Introvert hvězdou sociálních sítí

Když Michal Souček uprostřed jednoho říjnového dne roku 2012 otevřel oči, zjistil, že leží v sanitce. Poslední, co si pamatoval, byly pohledy jeho kolegů z kanceláře. Ještě půl hodiny předtím totiž vedl pracovní poradu.

Michalovi nebylo ani dvaatřicet. Před čtyřmi lety si vzal za ženu dceru svého obchodního společníka a začal budovat rodinnou firmu zabývající se správou realit. Jeho nasazení neslo ovoce: za krátkou dobu zvládl z jedné firmy vybudovat firmy čtyři, nicméně řízení takového kolotoče mu dávalo zabrat. Pracoval třináct hodin denně, nejedl, moc nespal, a aby to všechno unesl, pil. Tělo to dlouho nevydrželo.

Když se po kolapsu začal vracet zpátky do života, věděl, že musí svůj život od základů změnit. „Uvědomil jsem si, že jsem vyčerpaný a hrozně nešťastný," vzpomíná Michal. Krátce nato odešel z rodinné firmy i od své ženy. A stál před velkým rozhodnutím: Co teď budu dělat? Jistě věděl jen jednu věc. Že už nikdy nechce být bezejmenným a snadno nahraditelným pěšákem ve velké firmě. Rozhodl se, že využije své dvanáctileté zkušenosti s realitami a začne podnikat sám na sebe jako realitní makléř.

Na českém trhu se pohybuje víc než 15000 realitních makléřů. V tak obrovsky konkurenčním prostředí rozhodně není místo pro všechny. Pověst realitních makléřů Michalovi do karet také nehrála. Všimli jste si, že když se někdo představí jako realitní makléř, kouč nebo finanční poradce, začíná hned v zápětí vysvětlovat, že není „klasický makléř, kouč a poradce"? Jako by se za své povolání tak trochu styděl. I ti nejlepší z nich totiž vědí, že pověst jejich branže je žalostná. V představách lidí se realitní makléři řadí někam mezi veksláky a vykonavatele nějaké naprosto zbytečné profese. „Jenomže já jsem věřil, že to

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

jde dělat dobře. A že když budu realitní byznys dělat pořádně, ušetřím někomu spoustu peněz, času a energie," říká Michal.

Zapomněly jsme vám o Michalovi říct ještě jednu důležitou věc: Michal je stydlivý introvert. Z představy, že by měl podobně jako ostatní realitní makléři obvolávat neznámé lidi, kteří zrovna prodávají byt, mu naskakovala husí kůže.

Věděl, že jeho praxe bude fungovat jen tehdy, když se mu lidé začnou ozývat sami. Jenomže za deset let, co se pohyboval v realitách, se mu nikdy nikdo sám od sebe neozval. Dokonce ani jeho přátelé mu za celé roky nedohodili jedinou realitní zakázku. Když se Michal pídil po důvodu, proč jej nikdo z přátel nežádá o pomoc v oboru, zjistil šokující věc: nikdo pořádně nevěděl, co přesně dělá. A co bylo důležitější: nikdo z jeho okolí nevěděl, jak to dělá. Nikdo to nikdy neviděl.

V dubnu 2017 jsme Michala Součka potkaly na našem školení Jak na sítě. V té době už vedle svého osobního brandu MichalSoucek.com budoval i komunitu reklamních makléřů Qara a vzdělávací projekt Makléři makléřům. Na kontě měl tři knihy a zprostředkování obchodů v hodnotě stovek milionů korun. Ale především se už opíral o vybudované dobré jméno. Když jsme se zeptali lidí z našeho okolí, často mluvili o zkušenosti s Michalovými službami v superlativech nebo aspoň věděli, co dělá. To pro nás bylo vzhledem k Michalově branži velmi překvapivé zjištění. (Promiň, Michale!)

Jak to, sakra, udělal? Jak zvládl za tak krátkou dobu vyniknout mezi tisíci dalšími makléři a získat si důvěru spousty lidí včetně našich známých?

Čtyři klíčové dovednosti

Celkově jsme proškolily na různých seminářích a workshopech už víc než dvanáct tisíc lidí. Díky školením a konzultacím máme zcela výjimečnou pozici: ročně nahlížíme pod pokličku stovkám firem. Na pár hodin, dnů, týdnů či měsíců jsme pomyslné členky jejich bojového týmu a pomáháme jim zvítězit. A setkaly jsme se

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

samozřejmě s těmi nejúspěšnějšími, i s takovými, kterým sítě zatím moc nejdou. V čem se tyto dvě skupiny od sebe liší? Budete se divit, ale neliší se rozpočtem. Víc než na penězích záleží na něčem úplně jiném. Vypozorovaly jsme, že značky, ať už firmy či jednotlivci, které na sociálních sítích slaví úspěch, spojují čtyři zásadní dovednosti:

1. **Umějí zaujmout**
   Znáte takové ty lidi, kteří jsou středobodem každého večírku? Zamýšleli jste se někdy nad tím, jak to dělají? Většinou nejsou ani nejhezčí, ani nejchytřejší ze všech přítomných. Mají ale jakýsi faktor x, který lidi přitahuje. Dokážou na sebe strhnout pozornost. Čím? Tím, že vědí, co, kdy, jak a komu říct. Rozumějí prostředí, v němž se pohybují. A stejné je to se značkami. Ty nejlepší se umějí pohybovat v různých prostředích, znají pravidla i místní triky a využívají je ve svůj prospěch.

2. **Umějí naslouchat**
   Když se Tino Hrnčiar ve své talkshow INSP.EAT ptal Michala Pastiera, zakladatele agentury Zaraguza a jednoho z nejkreativnějších a nejúspěšnějších lidí z reklamní branže, jaké slovo ho nejlépe vystihuje, odpověděl Michal bez váhání: naslouchání.[10] „Mnoho lidí si neumí povídat, protože chtějí mluvit. Nejdřív je potřeba mlčet a poslouchat. Jakmile začnete mluvit, ovlivňujete velmi mnoho. Jakmile někomu řeknete názor, svedete ho z cesty. Potlačit své ego, neřešit, vyslechnout, zpracovat a pak se ptát. Naslouchat, naslouchat, naslouchat," doplnil.

   Úspěšné značky dlouhou dobu poslouchají. A teprve pak mluví. Věnují dostatek času tomu, aby rozuměly svým zákazníkům, a až poté chtějí, aby někdo rozuměl jim.

3. **Umějí vyprávět**
   Představte si, že se vrátíte z dovolené, a vaše matka, nejlepší kamarádka a šéf se vás postupně zeptají, jak jste se měli.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Vsadíme se, že neodpovíte všem třem úplně stejně. Ani jednomu sice nebudete lhát, ale každému řeknete trochu jinou verzi, v níž vždy zdůrazníte, vynecháte nebo naopak rozmáznete jiné informace a možná i trochu jinak vystavíte pointu. Prostě přizpůsobíte obsah a způsob svého vyprávění cílové skupině. Protože jen pak vás budou máma, kamarádka a šéf rádi poslouchat. A některé značky jsou v umění vyprávět naprostí mistři.

4. **Vyhodnocují**
   Ti nejlepší, se kterými jsme se setkaly, používají sítě velmi efektivně. Nemají sítě jen proto, že tam jsou všichni. Nespolupracují s youtubery jen kvůli tomu, že to dělají všichni. Čas, peníze a energie, které do sociálních sítí vkládají, mají pro firmu přínos, ať už v rámci budování povědomí o jejich značce, vytváření komunity nebo v prodejích. Úspěšné značky umějí svůj úspěch měřit a vyhodnocovat. Mají strategii, plán a sledují ty správné metriky.

   Zaujmout, naslouchat, vyprávět a vyhodnocovat. Dobré značky dělají na sítích vlastně to, co dobrý společník na prvním rande. To by vám mělo jít, ne?

Trocha štěstí a WiFi nestačí

Povedlo se Johnu Greenovi, jehož příběhem naše vyprávění začalo, vybudovat několikamilionovou komunitu nerdů z celého světa a prodat přes 24 milionů knih jen díky tomu, že umí zavalet na prvním rande? Ne. John, stejně jako mnoho dalších úspěšných osobností a značek na internetu, dal své komunitě ještě jednu, daleko důležitější věc.

John nebyl špatný student. Jen mu zkrátka chybělo inspirativní a ke studiu podněcující prostředí. Jakmile totiž nadšenou komunitu chytrých lidí našel, začalo ho učení bavit přímo náramně, což mu vydrželo po celou dobu střední školy i na vysoké. Když mu v rané dospělosti začala komunita opět chybět, prostě si ji vytvořil. Online.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Po vydání svých prvních dvou knih, jejichž prodeje nebyly nijak závratné, spustil začátkem roku 2007 se svým bratrem Hankem projekt *Brotherhood 2.0*. Oba sourozenci se zavázali, že spolu budou komunikovat pouze prostřednictvím videí na jejich YouTube kanále *VlogBrothers*. Žádné e-maily, žádné SMSky, jen videa. Celý jeden rok.

Jelikož John a Hank vyrůstali odděleně, chtěli dohnat všechno, co jim během dospívání uteklo, a lépe se poznat. Jejich videa pokrývala široké spektrum témat. V jednom John během pojídání toaleťáku rozebírá politickou situaci v Nepálu, v dalším Hank vysvětluje fungování autorského práva a jindy John vybírá nejlepší urážky ze Shakespeara.

Vlog na sebe postupně nabalil komunitu mladých zvídavých nadšenců, kteří si podle jednoho z Johnových videí začali říkat Nerdfighters. Komunita kolem bratrů Greenových se mohutně rozrůstala a díky tomu získali John a Hank dokonce finance na edukativní projekty.[11] Začali například natáčet vzdělávací pořady *Crash Course*, *SciShow*, *100 days* nebo *Mental Floss*, pořádat pro online video tvůrce konferenci VidCon nebo organizovat komunitní charitativní hnutí Project for Awesome.

Krátce po spuštění kanálu *Crash Course*, v lednu 2012, vyšla kniha *Hvězdy nám nepřály*, u níž John podepsal celý první náklad, oněch 150000 výtisků, o kterých už byla řeč. Román *Hvězdy nám nepřály* byl sice už jeho šestou knihou, ale zároveň první, z níž se stal celosvětový bestseller. Díky čemu? Protože na ni už čekali fanoušci po celém světě ještě předtím, než ji John vůbec dopsal. Mimochodem byla společně s knihou *Papírová města* také zfilmována; z obou se staly kasovní trháky po celém světě.

A jaká byla tedy ta tajná ingredience, se kterou John ovládl srdce milionů sledujících? John dal své komunitě pocit sounáležitosti. Dodal milionům mladých lidí z celé planety pocit, že být nerdem je skvělá věc, že má smysl zkoumat svět, lačnit po vědomostech a nebýt u toho povýšenecky sarkastický nebo ironický.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Vybudoval kolem sebe to, co jemu samotnému v dětství tolik chybělo. A tak se z kluka, kterého na vysoké nevzali do kurzu tvůrčího psaní, vyklubal nejprodávanější autor young adult literatury, který podle některých literárních kritiků nastolit novou éru realistické literatury pro mládež.

Na to, abyste byli úspěšní na sociálních sítích, nemusíte mít za zády miliony nadšených teenagerů po celém světě. Potřebujete ale, aby o vás věděli *lidé, kteří o vás vědět mají*. A musíte také vědět, co jak kdy a proč jim máte říct. Zní to podezřele jednoduše?

Michal Souček nemá na kontě statisíce sledujících a rozhodně nechrlí jedno video za druhým jako John Green.[12] Ale přesně ví, co jeho lidé potřebují slyšet a vidět, aby se stali jeho fanoušky a následně zákazníky. (Nebo je to naopak?) Michal jednoduše ví, proč na sítích je a co na nich hodlá dělat. A díky tomu mu dnes 70 procent zakázek chodí ze sociálních sítí.

Opravdu sociální sítě nic nestojí?

Než vůbec začnete, důkladně si rozmyslete, proč byste měli věnovat peníze, čas a energii sociálním sítím. A nemyslíme tím rozhodně tyto důvody, které od lidí v našem okolí (nebo od klientů před zahájením školení) slýcháme až příliš často:

Mýtus	Skutečnost
Nic to nestojí	Vytváření obsahu a jeho distribuce stojí peníze
Nemusím na to nic umět	Je třeba ovládat alespoň základy devíti různých profesí*
Konkurence má taky socky	Záleží jen na tom, jestli je tam vaše cílovka, ne konkurence
Mladej na to dohlídne	To je jako pasovat svého syna na finančního ředitele firmy, protože už měl někdy v ruce peníze
V televizi říkali, že je to in	Ne vše, co říkají v televizi, je in, natož pravda

* Obsahový stratég, copywriter, fotograf, grafik, komunitní manažer, reklamní expert, analytik, account manažer, kameraman

Důvěra prodává

Proč se Michal Souček začal věnovat sociálním sítím? Stanovil si jasný cíl: potřeboval, aby se mu lidé, kteří chtějí prodat nebo koupit nemovitost, ozývali sami. Potřeboval, aby mu lidé důvěřovali. Jeho obsah tedy musel odpovídat na otázky:

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Na co se lidé ptají	Co lidi ve skutečnosti zajímá
Co vlastně Michal dělá?	Co může udělat pro mě?
Jak to vlastně dělá?	Dá se mu věřit?
Jaké věci už dělal?	Zvládne to?
O čem a jak mluví?	Budeme si rozumět?
Kdo ho zná?	Neobere mě?

Michal si byl jistý, že všechny tyto obavy dovede rozptýlit velmi jednoduše prostě tím, že lidem ukáže, co a jak dělá. A tak dal na svém soukromém i fanouškovském profilu na Facebooku nahlédnout pod pokličku. Začal psát o své práci, koníčcích, klientech i rodině. Jednou u něj najdete fotku, jak si hraje s dcerou, podruhé video z prohlídky, potřetí selfie z natáčení. Od té doby, kdy Michal začal ukazovat svému okolí, co dělá, přijde každá čtvrtá zakázka od jeho přátel nebo známých.

Nejvíce se však Michalovo podnikání rozjelo až potom, co v roce 2016 začal na Facebook a YouTube umísťovat videoprohlídky nemovitostí ze své nabídky. Nejenže se díky tomu razantně zkrátila doba, za kterou byl schopen nemovitost prodat, ale videoobsah přinesl i další benefity:

1. **Láká nové zákazníky.** Michalovi se začali ozývat lidé, kteří chtěli, aby stejně profesionálním způsobem odprezentoval a prodal i jejich byt nebo dům.

2. **Šetří čas.** Méně lidí si vyžádalo prohlídku bytu, protože ho už viděli na sociálních sítích. Na místo přišli vždy jen vážní zájemci. Realitní turisté neměli proč jezdit.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

3. **Buduje vztah s klienty.** Jestli si s Michalem sednete, nebo ne, zjistíte z pár online videí. Nemusíte kvůli tomu na kafe. Díky tomu, že si ho klienti online okamžitě „nacítí", přivádějí mu videa relevantní klienty, s nimiž už má na první schůzce vybudovaný elementární vztah.

4. **Pracuje 24 hodin denně.** Michalův čas je omezený, ukazovat byty a domy může jen v pracovní dny a v jednom okamžiku zvládne být jen na jedné lokaci. Oproti tomu jeho videoprohlídky za něj pracují 24 hodin denně 7 dní v týdnu. Díky nim může ukazovat všechny nemovitosti komukoliv, kdykoliv, kdekoliv, aniž by u toho musel být fyzicky přítomný.

I přesto je Michal stále jen jedním z mála realitních agentů, kteří se poctivě opřeli do marketingu na sociálních sítích. Proč? Protože i když jeho prezentace může na první pohled vypadat jednoduše, stojí za ní spousta vložené energie a času. Vytvoření strategie, napsání scénáře k videu i samotné spuštění nové reklamní kampaně – to všechno vyžaduje mnoho dobře a poctivě odvedené práce. Možná právě proto slaví Michal svými profily na sociálních sítích takové úspěchy. Jak lidsky, tak byznysově.

Když jsme se ho ptali, v čem spočívá jeho strategie, řekl bez otálení: Nikdy neprodávám. To nefunguje.

Co potřebujete k úspěchu?

Na to, abyste byli úspěšní na sociálních sítích, nepotřebujete předem davy fanoušků ani službu, myšlenku nebo produkt, kterou už lidi milují. Potřebujete ale vědět, jak zaujmout, naslouchat, vyprávět a vyhodnocovat. (A kdoví: možná vám to pomůže i na dalším prvním rande.)

Napsaly jsme tuto knihu proto, abyste se už nikdy nemuseli potit nad vymýšlením dalšího facebookového příspěvku, který pravděpodobně nepřinese nic ani vám, ani vašim fanouškům. Napsaly jsme ji proto, abyste nezveřejňovali příspěvky jen

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

proto, že je zrovna středa. Abyste si sítě uměli obhájit u šéfa nebo kolegů. Abyste věděli, co na ně dlouhodobě dávat, jak vyhodnocovat výsledky a kolik utrácet. A aby vás už nikdy nenatáhl žádný konzultant nebo agentura. Napsaly jsme ji proto, abyste o sítích uměli strategicky i kreativně přemýšlet.

Jeden příklad za všechny: Michalova videa mají takový úspěch, že když v létě 2016 prodával rodinný dům v Chuchli, reagovali na propagaci nejen zájemci o koupi domu, ale i třicet nových zákazníků, kterým se prezentace tak líbila, že Michala následně požádali o prodej vlastních nemovitostí.

Porovnáme-li náklady na tvorbu videa a jeho následnou distribuci k cílovým skupinám s čistým výnosem, který Michal získal na základě této jediné zakázky, zjistíme, že výnos v tomto případě činí 41,5násobek nákladů, tzn. návratnost investic (ROI) je 4150 %. Ano, náklady představovaly pouze 2,4 % ze zisku.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

„Nejdůležitější je vědět, co chci lidem na sítích předat. Než si založím profil, musím se zamyslet, jestli jsem schopen ho kontinuálně plnit obsahem, aby to dlouhodobě dávalo smysl."
— Marek Bouška, zakladatel, Brandmark Boutique

Na následujících stránkách vám chceme ukázat vše, co jsme se za ty roky v online světě naučily. Ukážeme vám, proč je tak zásadní zaujmout, naslouchat, vyprávět i vyhodnocovat, a že pokud některou fázi vynecháte, nebude to fungovat.

V kapitole *Zaujmi* se ponoříme do samotného principu sociálních sítí: proč na ně lidé vlastně chodí, jak se na nich chovají a jak sítě fungují. Odpovědi na tyto otázky potřebujete znát, abyste dokázali člověka sedícího u obrazovky zastavit a zaujmout.

V kapitole *Naslouchej* se detailně podíváme na to, kdo jste vy, a zjistíme, co a komu chcete sdělovat. Sestavíme si společně strategii, která vás bude provázet sítěmi. Jen si to představte: budete naprosto přesně vědět, co, kdy a proč máte sdílet.

V kapitole *Vyprávěj* si ukážeme, jakým obsahem můžete své sítě plnit. Abychom vám toho předaly co nejvíc, vyzpovídaly jsme přes padesát nejúspěšnějších značek z českého internetu a vytáhly z nich jejich tajné tipy a triky. Mluvily jsme s těmi nejlepšími marketéry u nás – a v této kapitole od nich uslyšíte spoustu praktických rad a ukázek.

A jakmile budete umět zaujmout, naslouchat a vyprávět, vrhneme se na poslední krok: naučíme se vše vyhodnocovat. Po dočtení kapitoly *Vyhodnocuj* konečně porozumíte všem metrikám a zjistíte, které jsou důležité zrovna pro vás, jak je monitorovat a jak je následně vyhodnocovat.[13]

Trochu to připomíná autoškolu. Kapitolu za kapitolou, lekci za lekcí, budete postupně získávat širší a hlubší znalosti o nástroji, s nímž nakonec můžete vyrazit na cestu kolem Česka, Evropy či celého světa. Budeme se snažit vám předat všechny

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

ZAUJMI

JAK TO CELÉ VLASTNĚ FUNGUJE?

NASLOUCHEJ

CO POTŘEBUJU VĚDĚT, ABYCH MOHL ZAČÍT?

VYPRÁVĚJ

CO TAM MÁM POŘÁD DÁVAT?

VYHODNOCUJ

JAK POZNÁM, ŽE MI TO FUNGUJE?

znalosti potřebné k tomu, aby vás jízda bavila a abyste co nejdříve dojeli do vysněného cíle.

Možná si teď myslíte, že to bude snadné, protože jste na sítích už nějaký ten pátek a znáte je jako své boty. Jenomže to, že sítě používáte pro zábavu, ještě neznamená, že je budete umět využívat pro svou značku. Proto je tato kniha zároveň průvodcem a rádcem na cestě přerodu běžného uživatele v dobrého marketéra na sociálních sítích.

K tomu potřebujeme nejdřív porozumět celému principu fungování sítí. Připravte se tedy na porci nezbytné teorie, bez níž se žádný dobrý marketér na sociálních sítích neobejde.

Volně šiřitelná ukázka z knihy JAK NA SÍTĚ – Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích

Kupte si papírovou nebo elektronickou verzi knihy
za skvělou cenu na
www.melvil.cz