

ZADÁNÍ

8. Obsahová strategie pro další sociální sítě (bez Facebooku) Navrhněte obsahovou strategii pro sociální sítě (bez Facebooku), které považujete pro Studentské Brno za relevantní. Cílem je připravit návrh tonality komunikace, konkrétní příspěvky i nápady, jak by bylo možné obsah vylepšit (v případě, že na dané síti již funguje). Výstupem by měla být obecná strategie, jak komunikaci uchopit i návrh příspěvků po dobu jednoho měsíce alespoň pro dvě další sociální sítě. V úvahu berte i aktuální dění projektu.

Velmi dobře zpracovaná práce se zajímavými nápady. Zdařilý návrh s řadou originálních řešení. V textu pouze chybí , případně konkrétní návrh textu příspěvků a pár slov k tonalitě.

Obsahová strategie pro další sociální sítě pro Studentské Brno

V rámci sociálních sítí jsme pracovali se sítěmi, které jsou v současné době nejvíce využívány cílovými skupinami Studentského Brna (LinkedIn - potencionální partneři, Instagram - mladí lidé, studenti, etc.), vyjma Facebooku.

V této souvislosti je nutné podotknout, že by všechny sociální sítě měly být vzájemně propojené, veškeré příspěvky by měly spolu jistým způsobem korespondovat. Nespoléhat se pouze na facebookové stránky, ale pokusit se na sebe upozornit i na jiných sítích a zkusit si udělat hlavní základnu na svém webu - blogu.

Cílem následujícího měsíce a nastavení této komunikační strategie by mělo být představení samotného Studentského Brna, upozornit na sebe, upozornit na své projekty, které v současné době běží. Zároveň s tím by se měla pomocí kampaně oslovit jak cílová skupina - studenti, tak i partneři, kteří by mohli pomoci Studentského Brnu v jeho fungování/ budoucích projektech.

Plán & cíle na měsíc

- představení Studentského Brna jako takového, vznik samotného projektu ap.
- představit všechny projekty Studentského Brna, kterými se v současnosti zabývá
- oslovení i jiných VŠ - JAMU, i soukromé (např. Newton College), zkusit se neomezovat jen na veřejné vysoké školy
- získat nové sponzory/partnery skrze sociální kanály. To vyžaduje aktivitu na všech sociálních sítích, minimálně hodina času denně, zkusit sdílet různé zajímavé akce, které

se v Brně odehrají i pořádány jinými spolky/organizacemi, sdílet články vhodné pro studenty - může se jednat o kulturní akce, tipy jak si pronajmout byt aj.

- organizovat různé akce mezi všemi univerzitami - např.: házení balónků s vodou na Brněnské přehradě - klidně i do budoucna, na závěr semestru (například Muni vs. VUT, Muni vs. Mendel - přátelská utkání mezi univerzitami)
- celkově by měla být komunikace Studentského Brna na nových sítích během prvního měsíce co nejintenzivnější, snažit se nabrat followery, lidi, kteří je budou sledovat, budou je dále sdílet, budou se o jejich činnost zajímat, je proto nutné věnovat tomu více času.

Sociální sítě

Studentské Brno v současné době funguje jen na Facebooku. Přestože se jedná o nejrozšířenější formu sociální sítě, je nutné pokrýt i ostatní oblasti. Proto navrhuje, aby část své aktivity, svých projektů přesunulo i na tyto sítě:

- Twitter
- LinkedIn
- Instagram
- Blog
- YouTube

Aktivita na sociálních sítích

- Příspěvky na Instagramu a Twitteru by bylo vhodné přidávat každý den
- Články na webu/blogu přidávat 1 - 2x týdně
- YouTube kanál využít, jakmile se to bude hodit - různé spoty na akce, na projekty, případně video z akce, na které se podíleli (dle situace)
- nebát se propojit obsah i s ostatními spolky - odkazovat na zajímavé studentské akce (nemít pořád jen události pořádané Studentským Brnem) - snažit se o přátelský přístup, jednak upozornit na sebe, jednak i na jiný spolek (> čímž může vzniknout potencionální spolupráce)

Udělat setkání: na místech, kde probíhají změny v rámci projektů/kavárnách - zpropagovat sebe na sociálních sítích, vymyslet akce, které se budou konat offline, navazuje na možnost

spolupráce s jinými spolky - pořádat přednášky, zajímavé kurzy, které by byly pro studenty přínosné > v takovém případě se snažit neustále událost sdílet.

Twitter

Jedná se o trochu jinou stránku, pracující na jiných principech, než je Facebook. Obsah příspěvků by měl být stručnější, nebát se sledovat různé jiné studentské spolky, organizace, které by se daly v budoucnu nějak využít. Podstatné je sdílet příspěvky - jak své, tak i příspěvky ostatních, které se studentů dotýkají. Je nutné být aktivní.

Pro nového uživatele Twitteru je nutné ze začátku klást větší důraz na aktivitu, pokusit se přistupovat přátelským způsobem, podstatné je odkazovat na další sociální sítě, převážně na blog na webu. Postupně na Twitteru představit jednotlivé projekty, přidat popřípadě fotky, vlastní tvorbu (meme, vtipné obrázky - viz. Instagram). Dá se zde také založit veřejná anketa - lze využít různými způsoby.

Instagram

Skvělá platforma, na které lze zaujmout, převážně cílovou skupinu. Zde je nutné být aktivnější více, než na ostatních sociálních sítích, Instagram pracuje pouze s "lajky", na kterých lze vydělat. Je potřeba se nebát nových funkcí na Instagramu - funkce: Instastories, možnosti přidávání více fotek zároveň, které po 24 hodinách zmizí. Instastories se dají využít například pro informace z terénu - při práci na projektu, z porady, když se jde na místo, kde se pracuje na projektu. Nebát se využít i aplikaci "boomerang", dělat krátká "funny videa".

Fotky nemusí být jen z projektů, porad, může se jednat i o fotky partnerů, členů Studentské Brno, také si vytvořit vlastní memes (past na studenty) - anglické verze zkusit předělat na české, vymyslet si své vlastní, zaměřené na studenty. Využití nové funkce přidání více fotek zároveň by se dalo uplatnit obzvláště u jednotlivých projektů: například fotky "před" a "po". První příspěvky by měly být více přitažlivé, měly by zaujmout - rozjeté projekty, tváře Studentského Brna, fotky samotného Brna ze studentského pohledu - prostory na učení, které by mohli studenti využívat.

Blog (v rámci webu)

- popis projektů, aktuální dění, např.:
 - pítka: udělat mapu, jak a kde budou pítka umístěny, plus vyznačit zajímavé věci v okolí - odkazovat na různé lidi a aktivity, které by mohly být interaktivní, pro rodiny (nejen studenti, ale i rodiny sportují - aktivní maminky s dětmi)

- propagace spojena se všemi sociálními sítěmi, včetně FB
- k propagaci nalákat nějaká významnější, veřejně známé osoby
- při uskutečnění projektu - akce, která by pitka "otevřela" - slavnostní otevření
- odpadkobraní: použít všechny zmíněné sociální sítě k propagaci, spot na YT, Instagram - fotky: "coming soon", daly by se sem zakomponovat- opět zkusit nabídnout studentům friendly stylem
- podchod u fakulty: článek na blog, na Instagramu - fotky - jak to bylo ošklivé, jak to bude opravené, ap., spot na YT: před a po - to samé platí i pro Instagram
- základem je pravidelnost příspěvků, lze si například utvořit pravidelné týdenní rubriky, do kterých budou každý týden přibývat tematické texty
- web: udělat medailonky lidí, kdo za projektem stojí - může být přiložen mini dotazník odpovědi ve stylu "čaj nebo káva"/TOP 10/"ideální den podle XX" - popíšu ideální den v Brně, kam by zašli na jídlo, kam za zábavou ap. Tím vlastně dají tipy na dobrá místa v Brně.
- představení jednotlivých univerzit: udělat catchy, třeba i komixově
- projekt Hády: rozhovor s tím/tou, kdo vyhrál návrh na projekt s finální podobou parku Hády, vypracovat příspěvek o tom, co všechno lze v Hádách podniknout - zaujme především rodiny, ale také studenti, kteří na jaře/v létě parky vyhledávají

Youtube

Kanál, který se dá využít ke zpropagování jednotlivých projektů. Krátké spoty na blížící se události, představení jednotlivých členů vizuální formou, nebát se vyzkoušet si vlog, například z nějakého soustředění pro členy Studentské Brno. Lze využít i na nábor nových členů Studentského Brna. Oproti ostatním sítím nebude patřit mezi nejčastěji používané, ale nebát se rozšířit pole působnosti i na tuto stránku.

Web

Udělat web pro návštěvníky více friendly, používat přátelské a úsměvné fráze, jako třeba na Zootu, naučit se pracovat s důležitými daty v roce. např.: nějaký vtípek na Apríl, Vánoce, Valentýn, prázdniny/etc.(tematicky) - nebrat web moc vážně, zkusit vyhlásit studentskou "dobrovolnou" soutěž o nový vzhled, web by měl zaujmout (čemuž v současné době tak není).

Pro zvýšení efektivity navrhujeme vymyslet hashtag, pod kterým bude Studentské Brno na sociálních sítích fungovat a pomůže uživatelům lépe se orientovat na webu. Například: #StudujuBrno. Vymyslet i různé hastagy pro jednotlivé projekty.

Harmonogram příspěvků

V následující tabulce uvádíme naši představu harmonogramu příspěvků Studentského Brna na měsíc.

1	2	3	4	5	6	7
Uvést do provozu blog na webu, první příspěvek o představení Studentského Brna. Zároveň propagace na FB, první fotka na Instagramu - aktuální SB. První tweet.	YT - úvodní tipné video, které opět uvede do "společnosti"	Představení prvního projektu článkem na bloku, fotkou na IG, tweetem.	IG - vtipný obrázek pro pobavení	IG - fotka související s prvním uvedeným projektem.	TW - anketa	Oddechový článek na bloku - o členovi SB, o místech pro studenty v Brně, žádný náročný text. IG – FOTO člena týmu #pedstavujeme FB – LINK na článek o členovi týmu TW - LINK

8	9 Představení dalšího projektu.	10 Propagace projektu - IG, Twitter, zkusit zapojit i YT, udělat nějaký spot.	11	12 Oddechový článek - s osobností, o Bru, o univerzitě.	13	14 IG - vtipné meme
15 Představení dalšího projektu.	16 Následná propagace, držet se nově uvedeného projektu - Twitter, IG.	17 IG - meme	18 Článek shrnující dění ve Studentské m Brnu. Rozšíření základních informací.	19 TW a další sociální sítě - anketa o dalším dění, o dalším projektu.	20	21 Oddechový článek, forma jen bodů - TOP 10 míst podle...
22 Odkazovat se na článek - IG: fotky z míst, které byly zmíněny v textu	23	24 Článek, představení další osoby ze SB.	25 Představení dalšího projektu.	26	27 IG - meme	28 IG - zkusit zapojit do hry instastories, příspěvek z nějaké akce.
29 IG - koláž všech doposud představených projektů.	30 Představení projektu.	31				

Námi navržený harmonogram je čistě teoretický, při tvorbě příspěvků je nutné brát v potaz aktuální situaci a dění. Je nutné také brát v úvahu, že všechny sítě by spolu měly být propojeny, takže uvedení příspěvku na blogu by mělo být zpropagováno i jinde - FB, TW - odkazovat se dále. Během jednotlivých dní by bylo potřebné neustále kontrolovat probíhající akce, sdílet další události, v případě mimořádných událost by měl být člen SB připraven o tom ihned informovat rychlým tweetem - tím myslíme převážně události týkající se studentů a samotné organizace. S blížící se konkrétní událostí by se měla intenzita jejího zmiňování, upozorňování na ni zvyšovat. Například propagace majálesu - v současné době by stačily dvě zmínky během tří týdnů, poté upozorňovat každý týden, následně několikrát do týdne.

Vážnější příspěvky by se měli střídat s "méně vážnými" - příspěvky na odreagování, které by převedli ke SB další studenty, nicméně by neměly převládat.