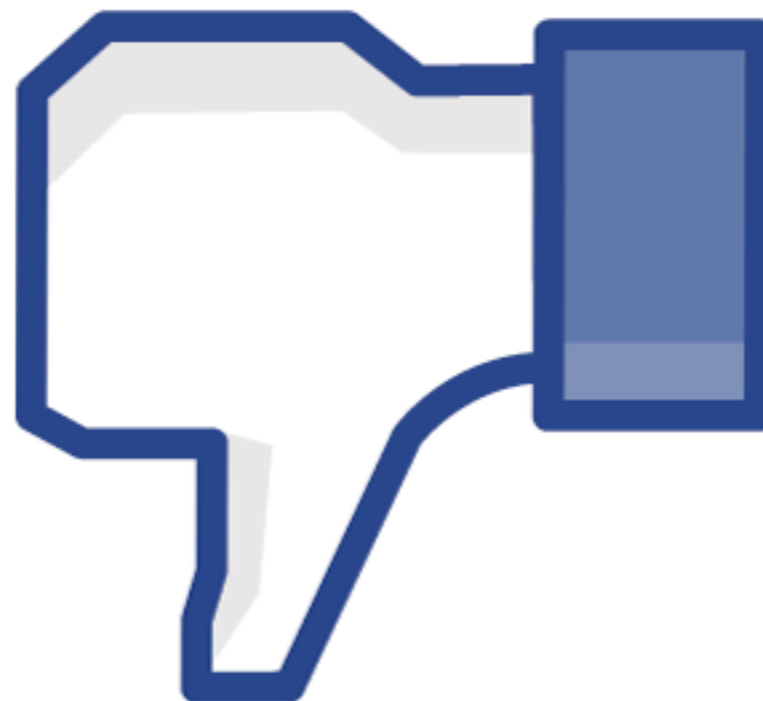
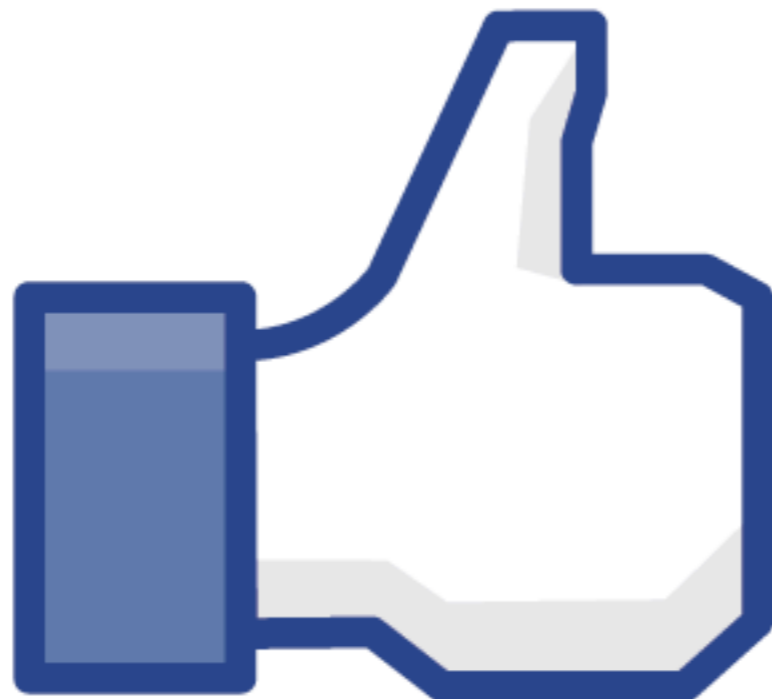


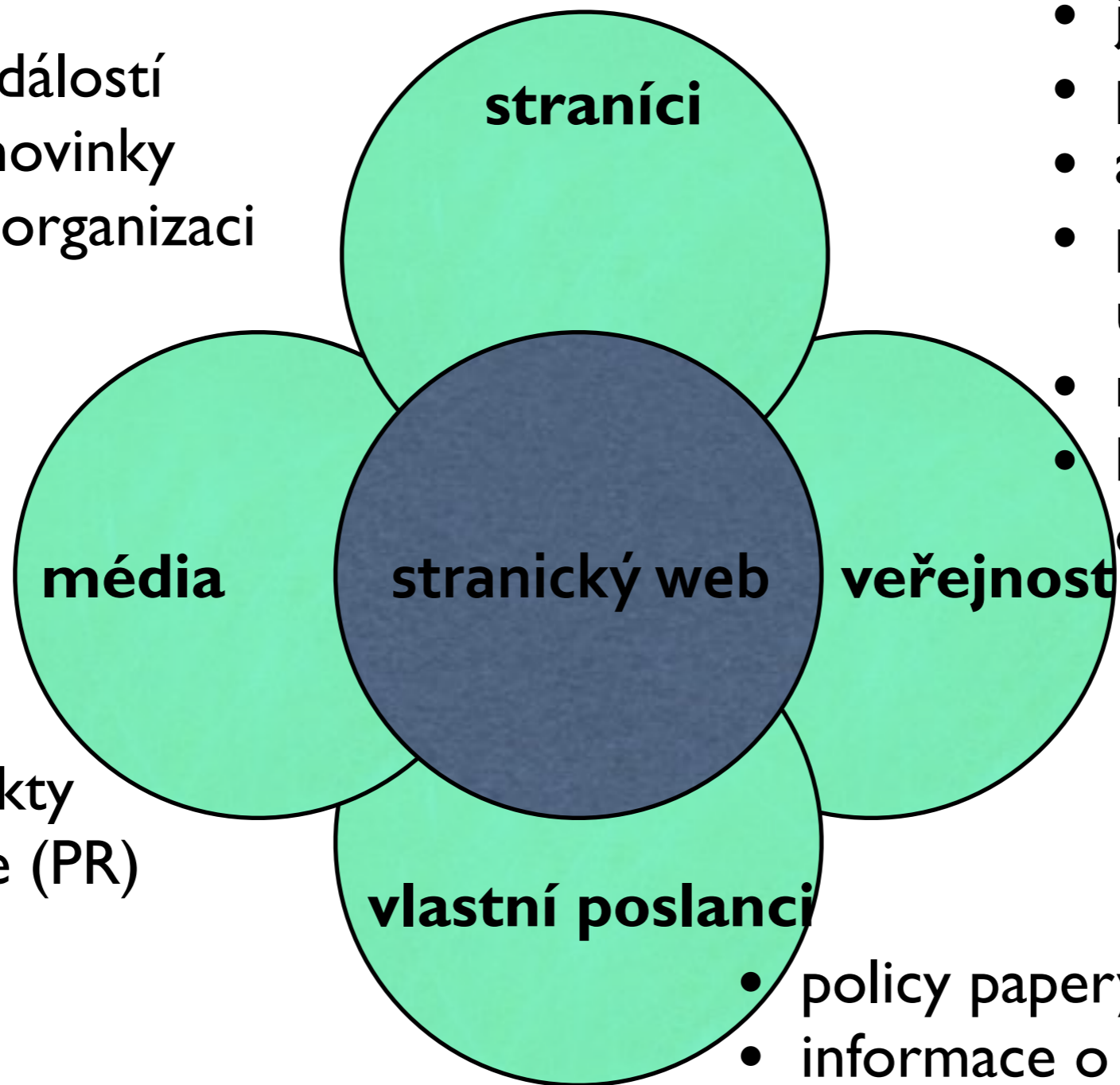
KDO JE CÍLOVÉ PUBLIKUM?

CO MÁ BÝT CÍLEM KOMUNIKACE?



JAKMILE TO VÍM, MOHU HLEDAT  
VHODNÝ KOMUNIKAČNÍ KANÁL  
A VÉST KOMUNIKACI ŠITOU NA  
MÍRU

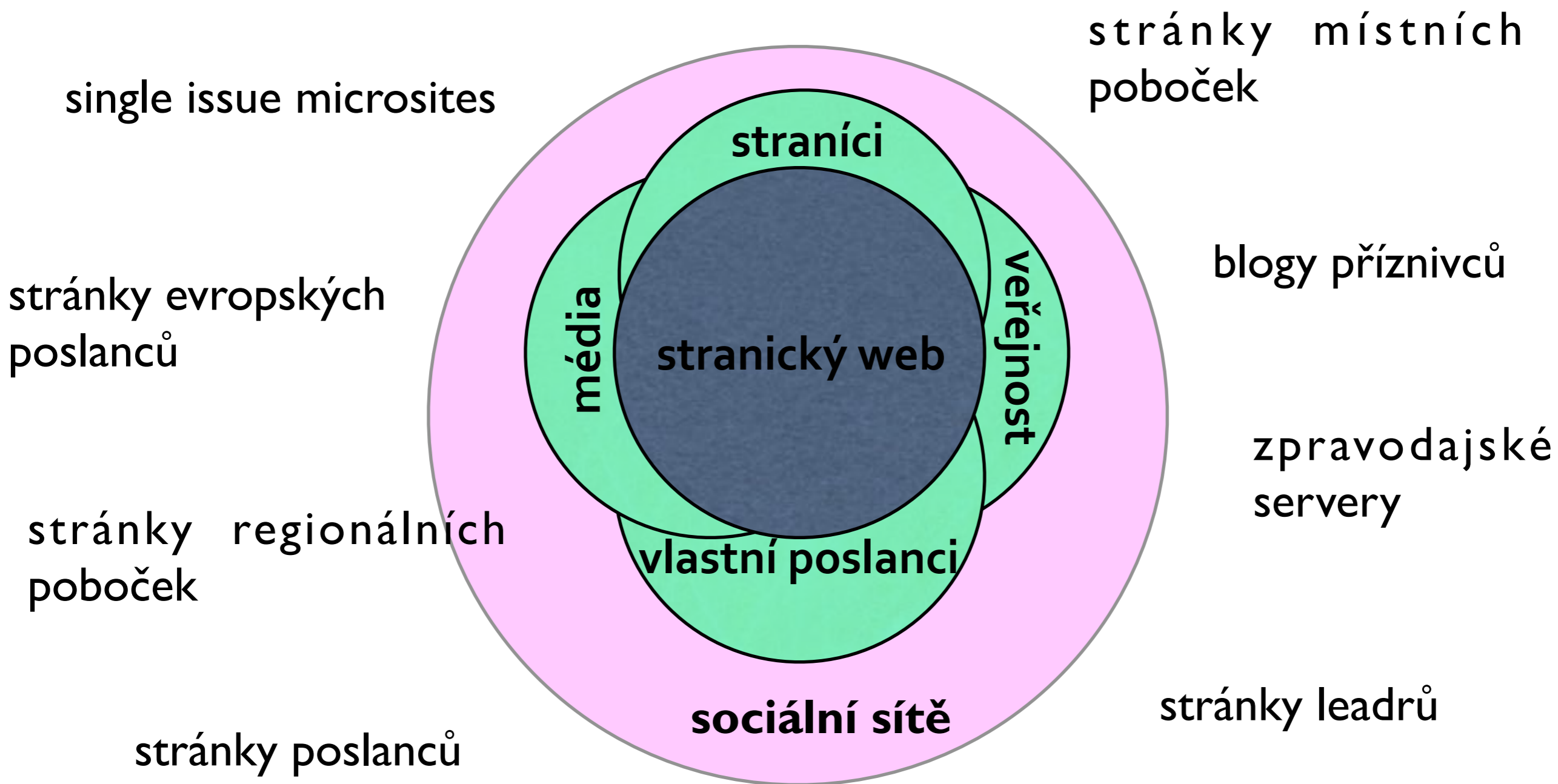
- kalendář událostí
- stranické novinky
- nástroje k organizaci



- jasné vymezení cílů
- profily leaderů
- aktuální komentáře
- pozice strany k určitým tématům
- možnost podpory
- kontakt na místní organizace

- archiv TZ
- detailní kontakty
- HQ fotografie (PR)
- archiv řečí

- policy papery
- informace o kampaních
- archiv stranických dokumentů





**WEB 2.0**  
DYNAMICKÝ A PROMĚNLIVÝ  
STŘEDOBODEM JE UŽIVATEL

DECEMBER 25, 2006 / JANUARY 1, 2007

www.time.com

TIME

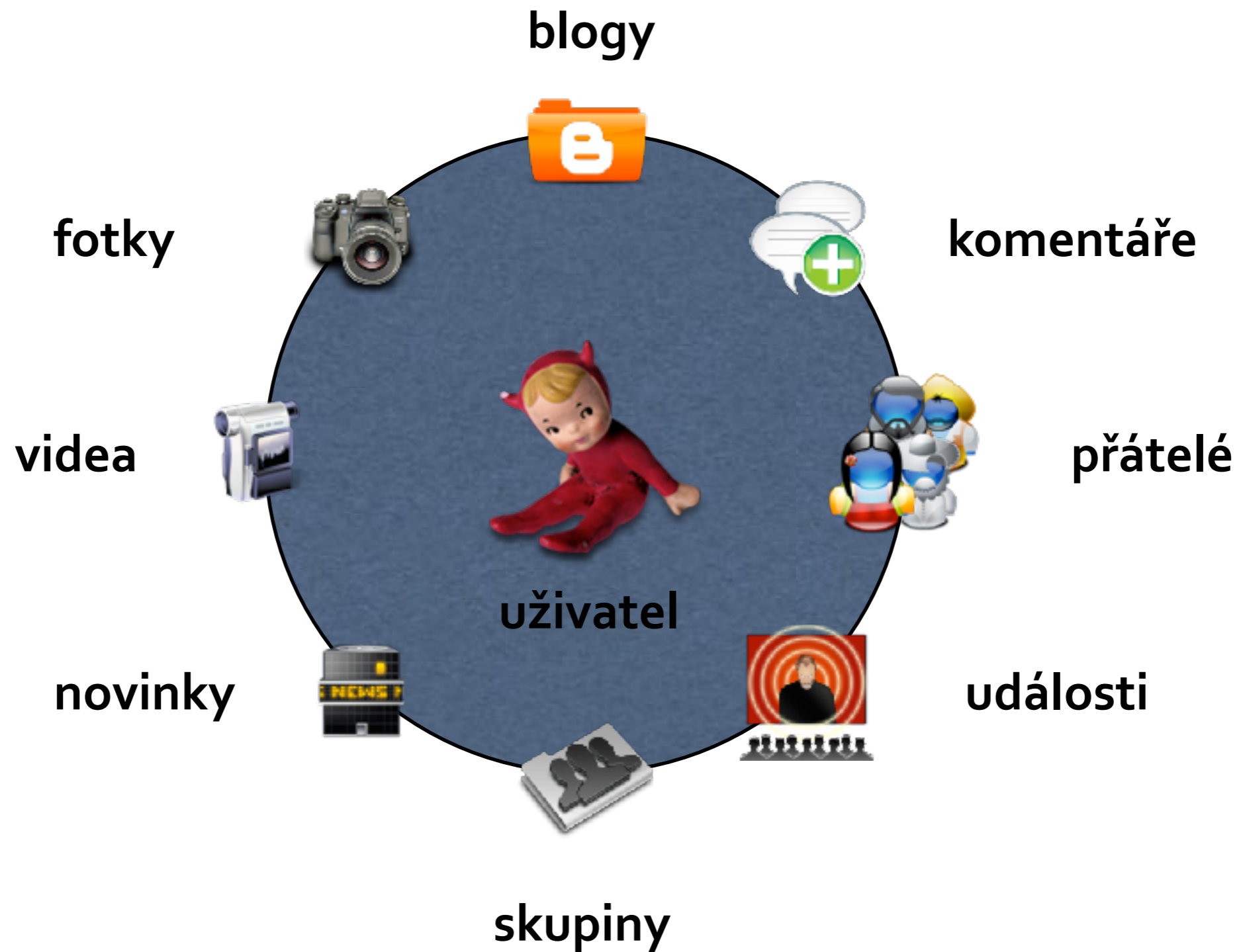
PERSON OF THE YEAR



Yes, you.  
You control the Information Age.  
Welcome to your world.



# WEB 2.0





**15 MOŽNOSTÍ  
INTERAKCE SE  
STRÁNKOU**

# MARKETING A KOMUNIKACE VE SVĚTE 2.0

A+Ω:

- AKTIVNÍ PARTICIPACE A VYTVÁŘENÍ OBSAHU
- SDÍLENÍ A VÝMĚNA INFORMACÍ
- DIALOG



ZTRÁTA KONTROLY NAD OBSAHEM - PROBLÉM?

UŽIVATELÉ MAJÍ MOŽNOST POSOUVAT (VÝZNAMY) SDĚLENÍ

**ASTROTURFING**

KAMPAŇ MASKOVANÁ ZA NÁZORY UŽIVATELŮ





MARKETING

A+Ω:

- AKTIVNÍ
- SDÍLENÍ
- DIALOG

ZTRÁTA K  
UŽIVATELŮ

Bankovní účty   Spoření   Půjčky   Pojištění   Investování   Daně   Mzdy a důchod

Finanční produkty

Měšec.cz ▶ Bankovní účty ▶ Osobní účty ▶ „Raiffeisenbank z nás dělá pitomce, ztratil jsem v ni důvěru“ ▶ [Názory](#) ▶ [Vlákno](#)

## Vlákno názorů k článku „Raiffeisenbank z nás dělá pitomce, ztratil jsem v ni důvěru“

Lucie Jemná (neregistrovaný) [...ebanka.cz](#)

Dnes 13:36



### RB...moje zkušenost

Zdravím. Poté co mi dorazil domů dopis se změnou ceníku jsem okamžitě volala své bankovní poradkyni a žádala vysvětlení. Domluvily jsme se na osobní schůzku a ona se mnou celý ten zmatený ceník probrala. Vyděsily mě výběry z bankomatu, ale ty se mě naštěstí netýkají, protože vybírám jen z debetky a né z kreditky (nejsme blázen). Ani ostatní poplatky mě neohroží, ač to vypadalo opravdu ostře :o) Já na štěstí mám příjem nad 25tis, takže si na přístup banky a poplatky stěžovat nemůžu. Moje poradkyně je na mobilu i o víkendy (což nevím, jestli najdete u mBank nebo ČSOB, zhodnotte si sami) a mám už 5 let tutéž, což je pro mě záruka kvality.

Jestli někoho trápí zdražení převodů, tak já to otočím: kolik vám vaše banka DÁVÁ? Myslím, kolik peněz vám měsíčně přijde od banky? Mě 20,-CZK. A protože hojně využívám k placení karty (které mám mimochodem taky zdarma), kde za platby neplatíte nic, převodů mám v měsíci 6. Na to mi ta 20 od banky stačí. Shrnuto – já neplatím nic :o)

Chápu, že kdybych měla příjem nižší, asi bych se taky ozvala. Takhle ale nemám pocit, že by na českém trhu fungovala lepší banka než je RB.



Odpovědět



NI

IVATELŮ







*American Red Cross*

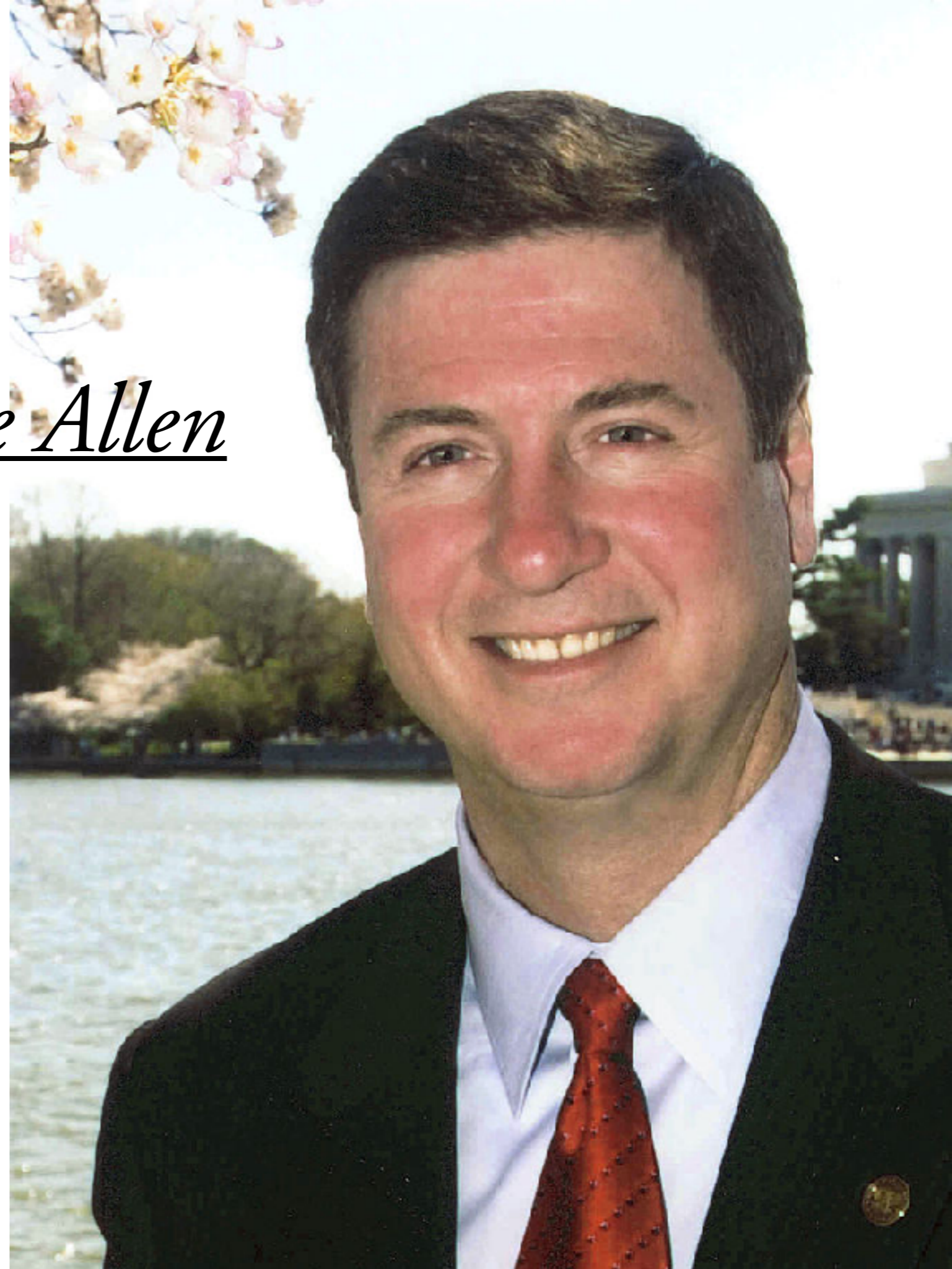


**American  
Red Cross**

*EA Sports*



*senátor George Allen*



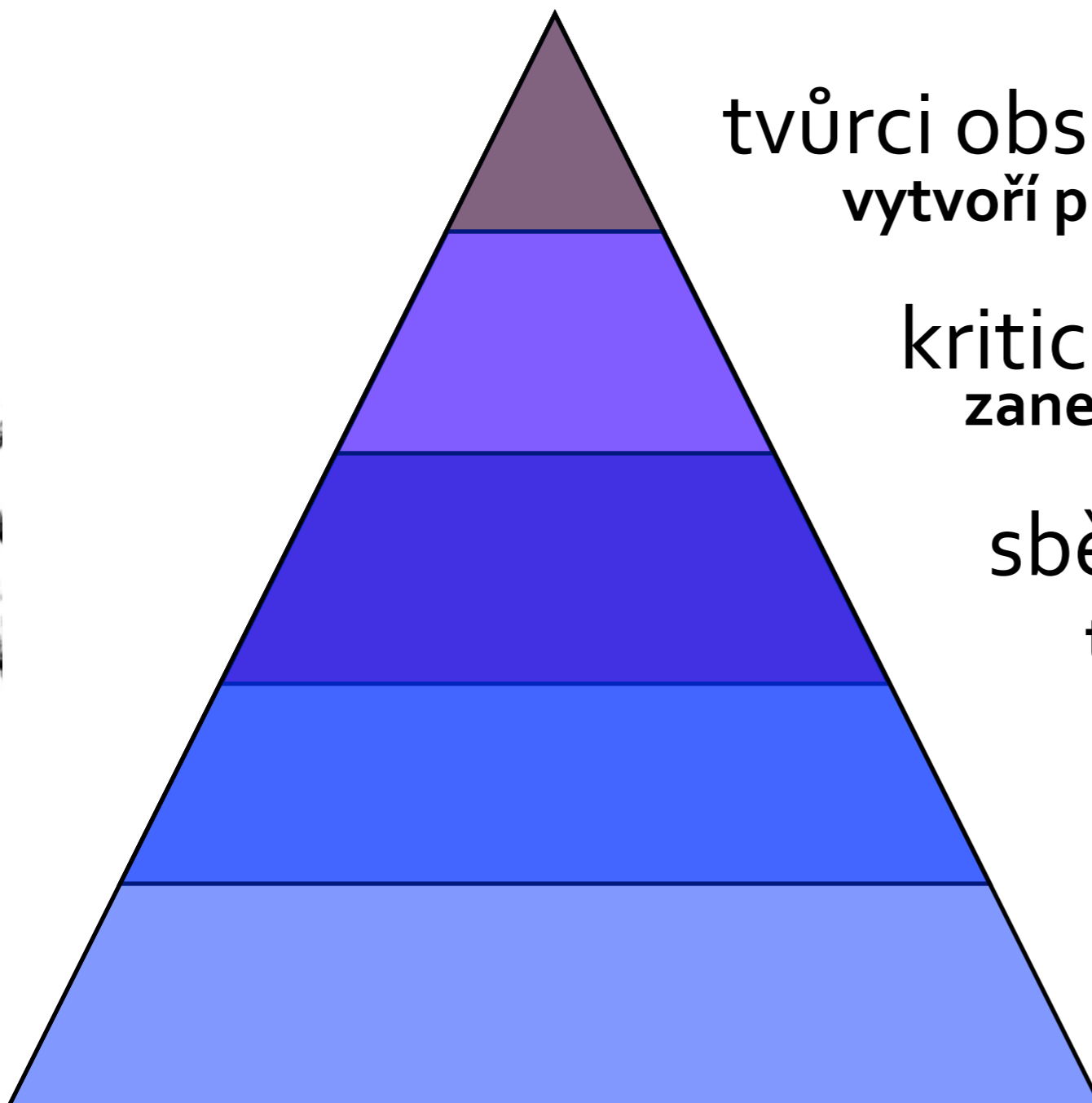


*Matěj Hollan*



## KOMUNITA

- komunita nikdy není o tobě, produktu nebo o čemkoliv, co je přímo spojeno s tvým cílem (pokud neslouží přímo zájmu komunity)!
- komunita kolem tebe je dárek pro tebe - i když nejsi přímo organizátorem, raduj se, máš prostor k rozvinutí možností
- na místě je vždy pokora - nezapomínej, že jsi součástí komunity, ne jejím vlastníkem
- naslouchej hlasu, kterým komunita hovoří.
- nestaň se závislý na jednom kanálu (FB). komunita je na médiu nezávislá a může se snadno a rychle přestěhovat
- nemluv jen o sobě a svém produktu, mluv se členy komunity o jich samých, jejich úspěších
- komunita pomáhá v “prodejním cyklu”!



tvůrci obsahu  
vytvoří příspěvek na svém blogu

kritici  
zanechají komentář

sběratele  
tagují, používají RSS, účastní se anket

joiners  
jsou členy sociální sítě

couch surfers (pasivní)  
čtou blogy/uživatelské recenze

společenství/komunita





# UNIVERZÁLNÍ RECEPT NA ÚSPĚCH?

**NEEXISTUJE!**

- naslouchat publiku
- transparentnosti a čestnosti
- převedení kontroly
- respektu pro jednotlivce
- zapojení se do debaty originálním a zajímavým obsahem
- pozitivní komunikaci - spokojení zákazníci a zaměstnanci jsou nejlepšími agenty

- odpadnutí po jedné negativní reakci
- falšování. přijde se na to. brzy.
- cenzuře. na tu se přijde taky.
- spamování - lidé ignorují to, co je obtěžující (např. příliš mnoho zpráv)
- nenechat stránky “usnout”
- nenechat se zatáhnout do vulgárního dialogu

# UNIVERZÁLNÍ RECEPT NA ÚSPĚCH?

**NEEXISTUJE!**

## JAK ZAČÍT?

- naslouchat tomu, co se děje
- zjistit, kde se cílová skupina nachází
- zjistit, co cílová skupina chce
- rozhodnout se, zda je dobré se k nějaké komunitě připojit, nebo se pokusit nějakou vybudovat. nebo obojí.
  
- *představ se. pozvi je k participaci. vyprávěj příběh a společně s nimi vytvoř pokračování*
- *ptej se jich na jejich cíle a přání, poděl se s nimi s tvými tužbami*
- *nezapomeň na ně a mluv s nimi stále dokola*