



Základy online komunikace brandu na sociálních sítích - 4. hodina

17. března

Bára Kheler

Bc. David Humpolík

Píšeme texty pro sítě - osnova

- úvod - jak a proč píšeme
- typy textů na sociální sítě a další typy marketingových textů
- základní pravidla psaní
- inspirace a zkušenosti
- TOP content aneb “co bude fungovat vždy”
- obsahový plán
- výzva do budoucna
- úkol

Úvod - jak a proč píšeme

- text je nosičem informace
- informaci chceme předat cílové skupině
- cílová skupina pak (ideálně) udělá to co chceme
- máme opravdu krátkou chvíli pozornosti - 3 sekundy (i méně)
- proto musí být náš text fakt TOP
- musíme zaujmout, vzbudit zájem, předat informaci a vyzvat k akci

Typy textů

Facebook

- text příspěvku
- popisky videa, fotek v albu
- eventy
- informace o stránce
- komentáře
- hodnocení stránky
- zprávy



Instagram

- text příspěvku
- hashtagy
- bio účtu
- komentáře
- zprávy



Další marketingové texty

- analýza a strategie
- blogy
- mailing
- letáky
- webovky
- produktové popisky
- newsletter
- PR články
- “potřebovali bychom napsat X a Y”

Základní pravidla psaní textů

- Napřed myslí, pak piš - nebo naopak
- Půjčuj si, ale nekopíruj
- Piš stručně a jasně - pokud to není dobrá story

Základní pravidla psaní textů

- Piš pro lidi, co nečtou
- Piš o tom, co lidi opravdu řeší
- Mluv o výhodách, ne o vlastnostech

Základní pravidla psaní textů

- Řekni to přímo a na rovinu
- Vím málo, píšu málo
- Buď konkrétní - chcete psát o tom, že máte něco dobrého?
Napište že máte něco dobrého!

Základní pravidla psaní textů

- Piš tak, aby ti lidi věřili
- Nemachruj, starej se o čtenáře - lidi řeší v první řadě sebe
- Nezametej věci pod koberec

Základní pravidla psaní textů

- Neutluč čtenáře terminologií
- Baha na termíny, piš lidsky
- Neutíkej k marketingovým žvástům

Základní pravidla psaní textů

- Nepřibarvuj si reakce zákazníků
- Superlativy si schov do komiksů
- Šetři přídavnými jmény a slovesy

Základní pravidla psaní textů

- Zkratky nech vědcům a pubertákům
- Zkontrolujte si to po sobě, přečtete si to po sobě nahlas
- A hlavně se za chvíli vrať a seškrtej to
- A pak si to zkontroluj ještě jednou

Inspirace a zkušenosti

- najděte si lidi a stránky, které podle vás píšou dobře i špatně
- inspirujte se, půjčujte si, nechte se okouzlit
- škrtejte, pište, plánujte
- zapojte další členy týmu i své okolí
- zapojte klienta!
- přečtěte si to po sobě 3x

TOP obsah

- chcete emoce - ty prodávají
- chcete vyprávět příběhy - ty lidi zajímají
- chcete nabídnout něco extra - lidi se rádi cítí výjimeční
- chcete se starat - lidi se rádi nechají opečovávat
- chcete být struční - lidi nemají čas
- chcete aby vás to bavilo - pište o tom, co milujete - lidi to poznají

Obsahový plán - nejlepší přítel agentury

- pořádek dělá přátelé, spokojenou agenturu i klienta
- mít připravený příspěvky dopředu je základ
- aktuality taky mají místo, schválení ad hoc s klientem
- týden, 2 týdny, max měsíc dopředu (větší kampaně)
- můžete mít svůj, nebo použít [náš draft](#)

Výzva do budoucna

- pište do šuplíku
- čtěte knihy i články
- pro inspiraci zabruste občas do bulváru (nej titulky)
- udělejte si kurz kreativního psaní ([jsou teď i online zdarma](#))
- pokud vám nejde psaní teď, dělejte chvíli něco jiného
- nenechávejte to na poslední chvíli

Úkol

- připravte si obsahový plán,
- naplňte ho do pondělí 4 příspěvky pro IG a a 4 příspěvky pro FB klienta,
- text musí být ready, ale klidně jen ilustrační fotky,
- termín a proces hlídá projekták,
- Témata “Humans of váš klient”, “ze zákulisí”, “něco extra” a “novinka”.
- Pokud bude stejný post na FB a IG (např. Stejný člověk jako Humans of váš klient), musí se lišit vizuálem i textem.

Děkujeme za pozornost.

Kdo má otázku, sem s ní!

Použité obrázky: <https://pixabay.com/cs/>