

Tisková zpráva

Praha, 7. dubna 2016

Návod pro firmy: jak zaujmout fanoušky na Snapchatu?

Pokud jste doteď neslyšeli o sociální síti Snapchat, tak rozhodně pokračujte ve čtení – přestože je jedná o poměrně mladou sociální síť, roste obrovským tempem a její potenciál mohou pro své účely využít i šikovní marketéři. Celosvětově dnes Snapchat využívá více jak 100 milionů aktivních uživatelů, kteří zde přehrávají přes 6 miliard videí denně. Snapchat se navíc stal nejoblíbenější platformou pro uživatele ve věku 13-34 let. Například v USA [více jak 60% majitelů smartphonů](#) ve věku 13-34 let jsou uživatelé právě této platformy.

V České republice se o Snapchat a jeho rozšiřování mezi mladší ročníky mluví přibližně rok, a nyní se začíná dostávat mezi preferované sociální sítě, kterými lze zasáhnout především mladší generace. Počet českých uživatelů se odhaduje na několik desítek tisíc. Patří však mezi rychle rostoucí sítě, jako třeba Instagram.

Co je tedy tím, co je na Snapchatu tak zajímavé pro firmy?

Fakt, že uživatelé využívají sociální síť Snapchat zejména z důvodu, že jeden zasláný Snap je možné zobrazit maximálně 10 sekund, je velmi příznivý například pro společnosti, které tento kreativní systém mohou efektivně využít. Společnosti mohou budovat své sledovatele, nejen bez placené reklamy, skrze ostatní aktivní sociální sítě nebo přímo na Snapchat, ale následně s nimi komunikovat prostřednictvím rozesílání Snapů či vytváření Stories. Díky tomuto systému je tam interakce se značkou nejen technologicky prokázána, ale navíc i reálně – a to jak při kampaních, tak i v tzv. „běžném režimu“. Z našich zkušeností se uživatelé Snapchat velmi rádi spojují se značkami a velmi intenzivně s nimi komunikují (a to neustále). Jak ale tohoto docílit, abyste získávali uživatele a uměli je zaujmout?

1) Připravte si strategii a unikátní obsah

Pokud vyžadujete od uživatelů Snapchat jejich aktivitu, zapojení a šíření povědomí o značce, musíte jim nabídnout unikátní obsah, který nikde jinde neuvidí. Zapomeňte tedy na to, že budete rozesílat Snapy takové, které budou obsahovat stejné fotografie a sdělení jako na jiných sociálních sítích. Pokud chcete, aby váš fanoušek čekal na každý další Snap nebo vám nějaké posílal, musíte ho umět zaujmout. Velmi dobře tak fungují Snapy ze zákulisí značek a společností, tajné akce a eventy, limitované edice, atd. Prostě všechno, co mají vaši zákazníci rádi a vy jim chcete toto nabídnout v určité limitované formě pouze skrze tuto platformu. Podívejte se například na využití této platformy v [kampani Bubbleology](#).

2) Rozesílejte Snapy

Pokud máte připravený obsah, který chcete sdílet s vašimi fanoušky, musíte jim ho umět doručit. Nejjednodušší formou je vytvoření Snapu, který následně rozešlete všem uživatelům, se kterými jste se propojili na Snapchat. Právě propojení a navyšování sledovatelů (přátel) je důležité pro co největší zásah. Daným Snapem může být třeba fotografie přípravy nové kolekce oblečení na novou sezónu, kterou můžete doplnit textem, stickerem nebo jinak dobarvit a dokreslit a rozeslat na vybrané uživatele nebo na všechny. Následně můžete sledovat, kdo si Snap zobrazil a kdo si udělal printscreen. Daný Snap se může zobrazovat 3-10 sekund, dle toho co nastavíte. A co takhle poslat svým věrným voucher na nákup?:) Vyzkoušejte to a uvidíte, co to vyvolá za reakce.

3) Vytvářejte Stories

Máte příběh, o který se chcete podělit s fanoušky? Nebo plánujete kampaň a nevíte s jakou platformou a jak začít? Využijte rozhodně Stories. Díky nim můžete zobrazovat 24 hodin svoji story všem uživatelům, kteří jsou s vámi propojeni a můžete ji v průběhu času měnit – tzn. přidávat nové Snapy (fotografie a videa). Výhodou je, že mohou narozdíl od Snapu, prohlížet story vícekrát po sobě a opakovaně, dokud nezmizí. Pokud jako profil využijete „Live Stories“, mohou být vyhledány i dalšími uživateli, kteří nejsou s vámi propojeni. Důležité je, že „Stories“ mohou být editovány neustále (a tedy i mazány). Pokud chcete aktivovat své fanoušky, zapojte je do aktivity nebo akce skrze Snapování a komunikace na Snapchat – uvidíte tu sílu reakce.

4) Chatujte s uživateli

Víte, kteří uživatelé jsou vašimi nejvěrnějšími fanoušky nebo i zákazníky? Věnujte jim více času a komunikujte s nimi napřímo skrze chat. Tito uživatelé to většinou ocení a budou rádi pokud se jim za jejich věrnost odvděčíte svou pozorností nebo i drobnými dárky. Budou vás pak dále doporučovat a mluvit o vás.

Těm, kteří mají rádi data, je dobré říci, že Snapchat umožňuje zobrazování statistik v reálném čase. Zatím nejsou k dispozici statistiky průběžné ani skrze třetí strany, nicméně ve světě již existuje velké množství firem, které na této možnosti pracují. Pokud tedy děláte kampaň, ukládejte si průběžná data skrze printscreenování statistik. Uvidíte také, jak rychlé jsou reakce ve vazbě na časový horizont, a které Snapy jsou nejlepší a nejvíce zaujmou (zobrazení vs. printscreen).

Vojtěch Lambert, ředitel LCG New Media

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizitních kanálů a budování značky skrze sociální sítě. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držitelé certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelnová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více info na www.lcgnewmedia.cz/.
