**Tisková zpráva**
Praha, 26. února 2020

# Jak na spotřebitelské soutěže na Facebooku

**Se soutěžemi na sociálních sítích se v poslední době doslova roztrhl pytel. Firmy, především z módního a drogistického průmyslu, je často využívají pro svou propagaci a zvýšení sledovanosti. Co ale pořadatel soutěže může a co ne? Jak se dívá na zadání soutěží Facebook po svém konstantním upravování algoritmů a pravidel? Podrobnosti sepsala Petra Vrbová z agentury LCG New Media.**

## Předmět soutěže

Jak je už dnes asi obecně známo, soutěže mohou značně napomoci virálnímu a organickému šíření za poměrně malý peníz v porovnání se standardním finančně podpořeným postem. Než začnete soutěž vymýšlet, dobře si ujasněte, kdo je vaše cílovka a co jsou její specifika. O co se vaše cílovka zajímá? Jaká výhra by je zajímala? Na základě toho a budgetu, který máte k dispozici vymyslete výherní předměty a také zformulujte zadání soutěže.

## Zadání soutěže

Obecně by soutěž neměla být nijak složitá. Jasná otázka, požadujete od soutěžících jasnou odpověď. Tečka! Zbytečně nic nekomplikujte. Jde vám primárně o navýšení povědomí o vaší značce a také o značeném virálním a organickém šíření. Ne o to, aby správnou odpověď ve finále tipli 3 lidé.
POZOR velké POZOR (!!!) na to, abyste pro každou soutěž měli předem sestavená jasná pravidla, která jste si nechali rovněž odsouhlasit právníkem.
Po častých úpravách pravidel a algoritmu na Facebook je důležité zadání tvořit na základě několika jednoduchých principů (inspirováno shortstack.com):

** Ne, že by toto Facebook nedovoloval. Nelze ale přesně dohledat, jestli ten daný uživatel Facebook zalajkoval stránku prostřednictvím soutěže, nebo nikoli.*

Nezapomeňte do zadání připsat, do kdy se soutěží, kdy vyhlásíte výherce a ideálně také specifikujte, jakým způsobem výherce technicky vyberete.

**Jak kontaktovat výherce soutěže**
Facebook dovoluje kontaktovat výherce následujícími způsoby:

- Zveřejnit vítěze v příspěvku
- Zveřejnit vítěze v komentáři pod soutěžním postem
- Poslat výherci email, pokud ho předem uvedl
- Poslat výherci soukromou zprávu
- Zveřejnit vítěze na vašem blogu nebo webové stránce

Věřte nebo ne, ale spotřebitelské soutěže jsou poměrně „tricky". Nešijte si na sebe zbytečně bič, pokud si nejste jisti se zadáním, pravidly apod. Vše si důkladně zkontrolujte, prověřte i s právníky, otestujte na nezávislých lidech, kteří soutěže nevymýšleli a pak soutěž vypusťte. Pak už jen kontrolujte, jak se skvěle post šíří. Pokud se nešíří okamžitě, nezoufejte. Existuje řada stránek, kde jsou zveřejněny aktuálně probíhající soutěže. Češi jsou národem soutěživým, a proto očekávejte boom do několika hodin.

**Kontakt pro média:**

**Martin Eckstein**
PR Consultant
Tel.: 731 46 48 46
Mail: martin@eckstein.cz

---

**O LCG NEW MEDIA:**

*LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na www.lcgnewmedia.cz/.*

---