

LinkedIn - reklama a obsah v roce 2019

LinkedIn zažívá v poslední době jednu velkou změnu za druhou. Za poslední rok můžeme vidět nejen velký počet změn v reklamní části, ale také poměrně velkou aktivitu uživatelů. Jaké jsou tedy novinky, čísla a tipy pro práci s firemními profily? Článek zpracoval Vojtěch Lambert z agentury LCG New Media.

Čísla pro Českou republiku k červenci 2019

Aktuálně naleznete na LinkedIn 1.6 milionu profilů v anglickém jazyce a 1.2 milionu profilů v českém jazyce (tzn. že při cílení dávejte ideálně vždy angličtinu, výběrem češtiny zásah omezíte).

Poměr mužů a žen je cca 52 % vs. 48 %.

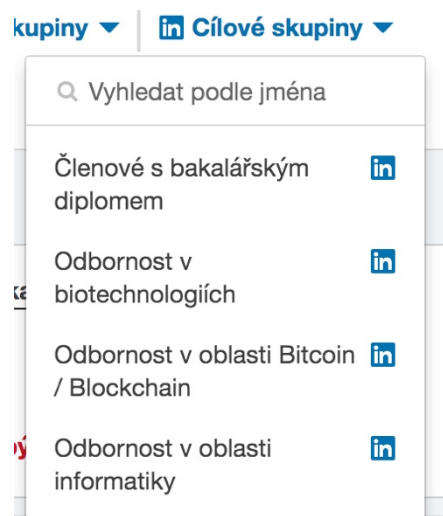
Dle věku můžete cílit na celkem 1/3 uživatelů, ti jsou pak rozděleni následovně:

- 18-24 let celkem 110 tis. (16 %)
- 25-34 let celkem 320 tis. (47 %)
- 35-54 let celkem 220 tis. (32 %)
- 55+ let celkem 37 tis. (6 %)

Dramatická změna za poslední rok

LinkedIn hodně zapracoval na možnostech reklamy. K dispozici nabízí celou paletu pokročilého cílení. Postupně se tak vyrovnává Facebooku, kdy můžete velice efektivně vynakládat reklamní prostředky a optimalizovat stanovené cíle (skrze novinku – [Objective Based Advertising](#)). Lze nastavovat konverze, generovat leady skrze formuláře či optimalizovat na likes. Při nastavování reklam můžete také pracovat s pokročilým cílením. Právě v cílení došlo hned k několika změnám.

- 1 Cílové skupiny – LinkedIn nově nabízí skupiny lidí, které sdružuje nějaký konkrétní zájem/profese. Můžete si tak vybrat z přednastavených Audience Templates.



- 2 Vlastní skupiny – po možnosti vytvoření vlastní audience na základě návštěvníků webu skrze Insight Tag (obdoba pixelu na Facebook), můžete vytvářet Podobné skupiny (tzv. Lookalike audiences). Pokud vyčerpáte vlastní publika, LinkedIn nabídne možnost rozšíření na lidi jim podobné. Můžete také cílit na seznamy kontaktů nebo konkrétních účtů. V neposlední řadě i nastavit integraci dat.

+ Přidat vyhovující cílovou skupinu

Vytvořit cílovou skupinu z návštěvníků webu

Znovu zacílte na nedávné návštěvníky svého webu

Seznamy pro nahrání

Zacílte na známé účty nebo kontakty

Nebo nastavit **integraci dat**

- 3 Zájmy – nově LinkedIn umožnil také cílení na zájmy konkrétních uživatelů LinkedIn nebo skupin uživatelů. V případě, že začínáte a nemáte dostatečná data pro vlastní nebo podobné audience, může to být dobrý start.

Zahrnout Lidé, kteří mají **interoukoli** z následujících vlastností

Zájmy člena

Finance a ekonomie X

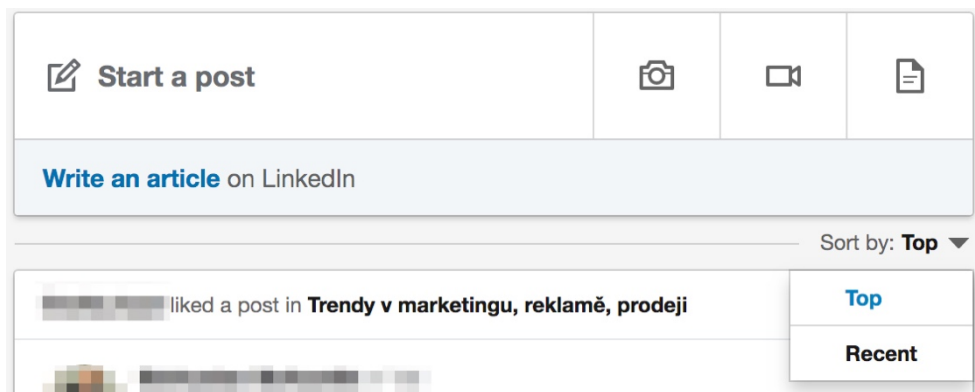
Zájmy člena > Finance a ekonomie 🔍 Vyhledat

<input checked="" type="checkbox"/> Finance a ekonomie >	<input type="checkbox"/> Bankovníctví
<input type="checkbox"/> Marketing a inzerce	<input type="checkbox"/> Daně
<input type="checkbox"/> Podnikání a management	<input type="checkbox"/> Globální ekonomika
<input type="checkbox"/> Politika a právo	<input type="checkbox"/> Obchod
<input type="checkbox"/> Prodej a maloobchod	<input type="checkbox"/> Osobní finance
<input type="checkbox"/> Společnost a kultura	<input type="checkbox"/> Pojištění

Veškeré možnosti cílení pak najdete přehledně na tomto odkaze: [linkedin.com](https://www.linkedin.com)

Důležití fanoušci!

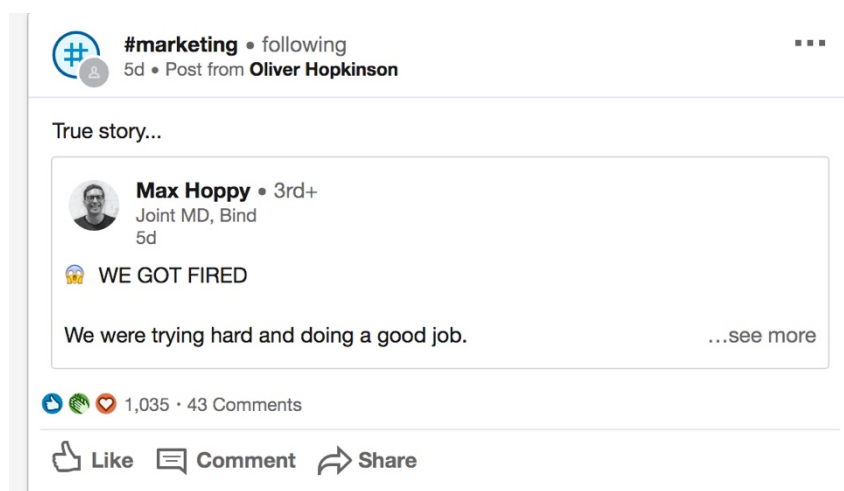
Na rozdíl od jiných sociálních sítí, na LinkedIn je stále velmi důležité kolik followerů má stránka, kterou spravujete. To určuje, jaký dosah bude mít publikovaný obsah organicky. LinkedIn nemá jiné omezení v rámci zobrazování než to, kolik si člověk prohlédne příspěvků během návštěvy LinkedIn poté, co zveřejníte příspěvek. Pokud má uživatel nastavené, aby se mu zobrazovaly jen „TOP“ příspěvky, tak mu algoritmus bude nabízet příspěvky ne podle času zveřejnění, ale podle relevance.



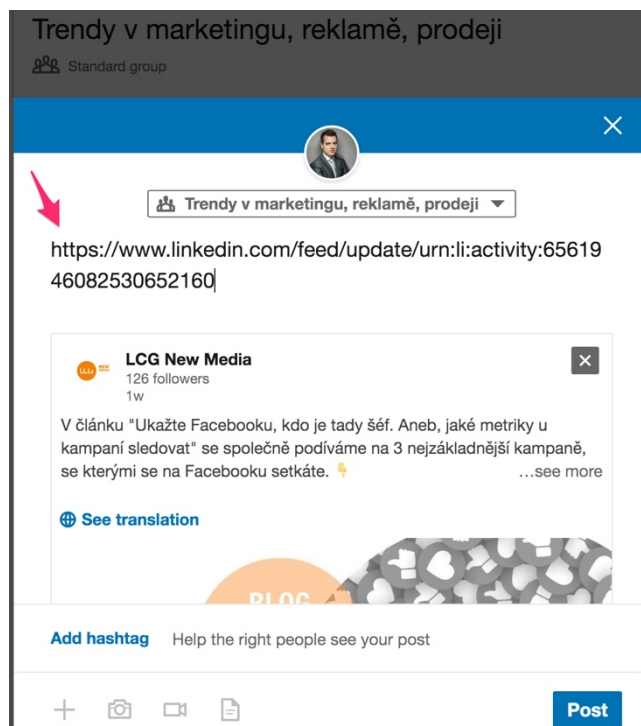
Tipy jak zvyšovat počet followerů najdete přehledně tady: [linkedin.com](https://www.linkedin.com)

Další tipy

Má také smysl se zaměřovat na vkládání hashtagů do příspěvků. Pokud si projdete svůj feed na LinkedIn, zjistíte, že sem tam se tam ukáže příspěvek, jako je tento níže. Ten ukazuje úspěšný post, který má v těle právě uvedený hashtag. Tím zvyšujete šanci zobrazení vlastního obsahu.



Další metoda, jak dostat příspěvky stránky k více lidem je najít odpovídající skupiny a v nich sdílet zajímavé články nebo texty ze stránky, kterou chcete zviditelnit, viz ukázka níže. Stačí zkopírovat odkaz a vložit do skupiny. Pozor ale na to, že ne všechny skupiny tuto aktivitu uvítají. Snažte se nespamovat, ale opravdu sdílet zajímavý a edukativní obsah.



A poslední tip na závěr. Klíčoví jsou lidi! Čím více lidí bude sdílet příspěvek na svůj profil, tím větší dosahy zdarma dostanete. Proto se doporučuje, aby všichni zaměstnanci firmy nebo spolupracující se podíleli na sdílení a interakci s vlastním obsahem. Tím multiplikujete efekt šíření.

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/.
