

Tisková zpráva

Praha, 24. září 2020

Stejný post na různé sítě? Nedělejte to, příspěvky je potřeba připravit na míru, radí marketéři

Zkopírovat jeden příspěvek napříč platformami většinou není podle odborníků optimální. Různé sociální sítě mají různé publikum, a tedy i různé požadavky na texty a vizuály. Svůj post byste proto měli pro každou ze sítí alespoň trochu upravit. Práce navíc se vám vrátí v lepším dosahu a větším počtu reakcí, doporučuje Petr Koubek z agentury LCG New Media, která se mimo jiné specializuje na budování značky skrze sociální sítě. Jak tedy příspěvek pro jednotlivé platformy upravit?

1. Obsah a text postu na míru publiku

Na Facebooku lze dát několik nejdůležitějších slov přímo do vizuálu k postu. Na Instagramu ale lépe funguje vizuál čistý, takže to nejdůležitější musíte říct v první větě popisku. Na Twitteru je omezený počet znaků. Na Instagramu by neměly chybět hastagy, které v postu na Facebooku mít nechcete. Na LinkedInu zvažte jinou tonalitu, ale možná i obsah. K profesionálům nad třicet budete mluvit jinak, než k mladým na TikToku. Různá publika od vás budou chtít slyšet něco jiného. Zkrátka se zamyslete, kdo na které síti je a co ho na vašem produktu bude pravděpodobně zajímat. Podle toho pak upravte textace svých příspěvků. Často stačí i drobná změna.

2. Post připravte na míru sítě

Už asi přibližně víte, „co“ budete říkat a jak to sepíšete. Teď je na čase se u každé sítě zvlášť zamyslet, „jak“ to budete říkat. Instagram je především obrázková síť, Twitter naopak textová. Na LinkedInu chcete dát na první místo informace a fakta. Možná dojdete k tomu, že se na některou síť tento post nehodí vůbec – a tak je to v pořádku.

Řekněme, že vaše prodejna prošla rekonstrukcí. Na Twitter dáte jasnou informaci o tom, že máte přestavěno a fotku, jak to teď u vás vypadá. Na Instagram můžete dát časosběrné video, jak rekonstrukce probíhala – video využijete i do Instastories. Na LinkedIn zkusíte třeba napsat blog, proč jste se rozhodli do rekonstrukce investovat, a jak se to projevilo na tržbách nebo spokojenosti zákazníků. Vždycky mluvíte o tom samém, pokaždé ale trochu jinak podle toho, na které sociální síti zrovna komunikujete.

3. Grafiku upravte podle požadavků

Každá síť má jiné požadavky na formát obrázků nebo videa. Připravujte vizuály tak, aby šly upravit do všech potřebných formátů, nebo si totéž nafotíte víckrát. Pěkný vizuál, který nese jasnou informaci, je základ. A nechcete mít přece to nejdůležitější na fotce mimo záběr.

4. Call to action pokaždé jinak

Na každé síti budete po lidech chtít něco jiného. Ať už to bude lajk, follow, sdílet, retweetnout nebo pin. Ale i odkaz na vaše stránky bude vypadat trochu jinak – na FB a Twitteru lidé kliknou na odkaz, ale třeba na Instagramu budou muset jít na váš profil, případně swipovat. Call to action upravte podle toho, na jaké síti post je. Toto se zdá jako

naprosto jasné, ale divili byste se, jak často některé firmy chtějí po lidech třeba sdílet post na Instagramu.

Správně volený vizuál, text a call to action bude na vaše publikum působit přirozeným a zároveň důvěryhodným dojmem. Uvidíte, že stačí drobné změny a fanoušci či sledující se vám odvděčí vyšší mírou zapojení.

LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Mezi aktuální klienty patří BAYER, STOCK, HONOR (Huawei), CinemaCity, Schuelke, festivaly HradycZ, MAPO Group, Nemocnice Šumperk, Loterie Korunka, Festo, Grandhotel Pupp, Bondster, Perrigo a další firmy. V referencích má agentura společnosti jako Omega Pharma, OC Harfa, Bubbleology, Edenred, BTL, Tour Espana, ERV pojišťovna, ERGO, BigBoard nebo Ferring. Více informací najdete na www.lcgnewmedia.cz.

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/.
