



OBSAH

NA LINKEDIN

*VIP Spolujízda na LinkedIn
září 2023*

STRATEGIE

PROFIL

perfektně vyplněný profil

klíčová slova

hashtagy

popisuji, co dělám

aktuální banner

střídám sekci Vybrané

dovednosti

sbírám reference

KONTAKTY

rozšiřuji síť

vím, koho hledám

lokalita

profese

(věk, pohlaví)

univerzita

společnost

jazyk profilu

OBSAH

jsem aktivní

komentáře

příspěvky

zprávy

svátky

KOMUNIKACE

JSEM FREELANCERKA

Výhody:

Prezentuji sebe sama.

Odpadá schvalování.

Mluvím za sebe, mám svobodu.

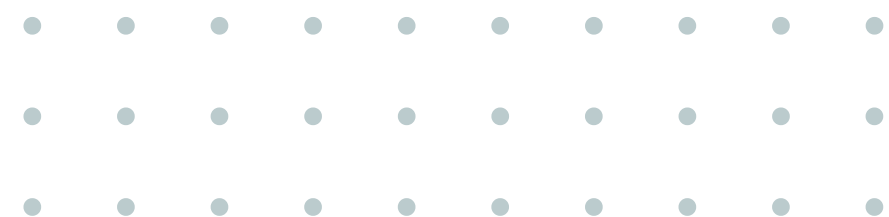
Nevýhody:

Jsem na všechno sám/sama.

Na grafiku, texty, kontaktování.

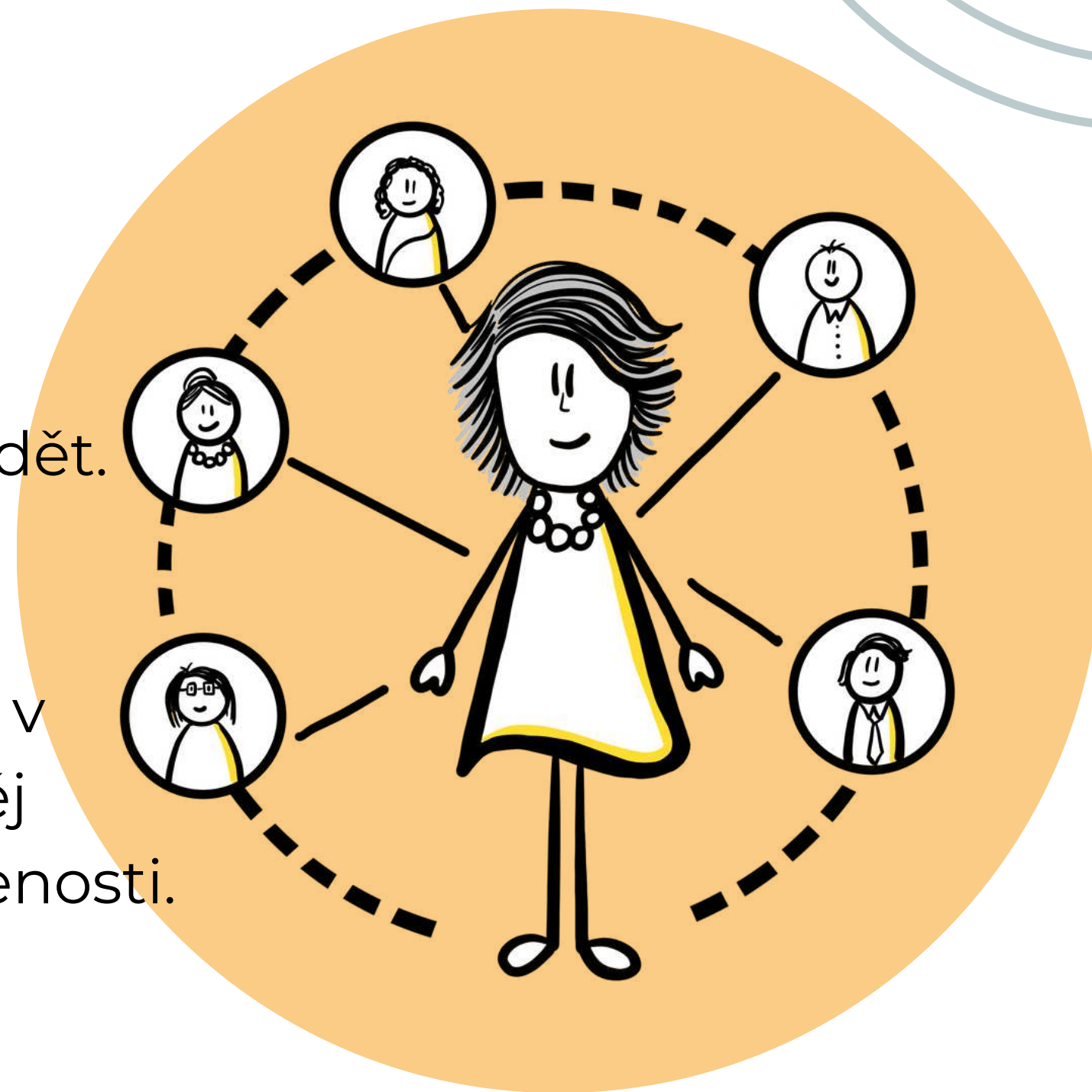
Já a obsah na LinkedIn:

Potřebuji **získat pozornost**,
udržet si ji, vzbudit emoce,
dostat se do povědomí!



POZORNOST

- Bojujeme o pozornost.
- Nejvíce se lidem líbí to, co vidí nejčastěji.
- Nejúspěšnější jsou ty značky, které se připomínají.
- Neodlišovat se od konkurence, ale být vidět.
- Emoce hrají důležitou roli.
- Emoce umí udržet pozornost a znásobit.
- Budovat značku znamená založit si účet v emocionální paměti lidí a snažit se na něj ukládat co nejpříjemnější zážitky a zkušenosti.

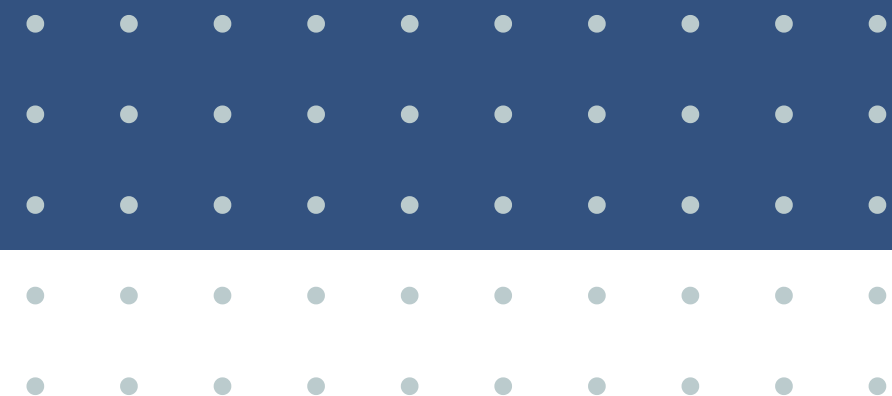


Filip Kahoun, Boj o pozornost



CO BY SE MĚLO

- publikovat **příspěvky** na osobním profilu;
- **střídat** obsahové formáty;
- využívat nástroje a **Zpravodaj**;
- sledovat **obsah** na LinkedIn, lajkovat a komentovat;
- spravovat **firemní profil** a postovat;
- být **aktivní ve skupinách**, zapojovat se do diskusí;
- přát k narozeninám, **výročím** atd...

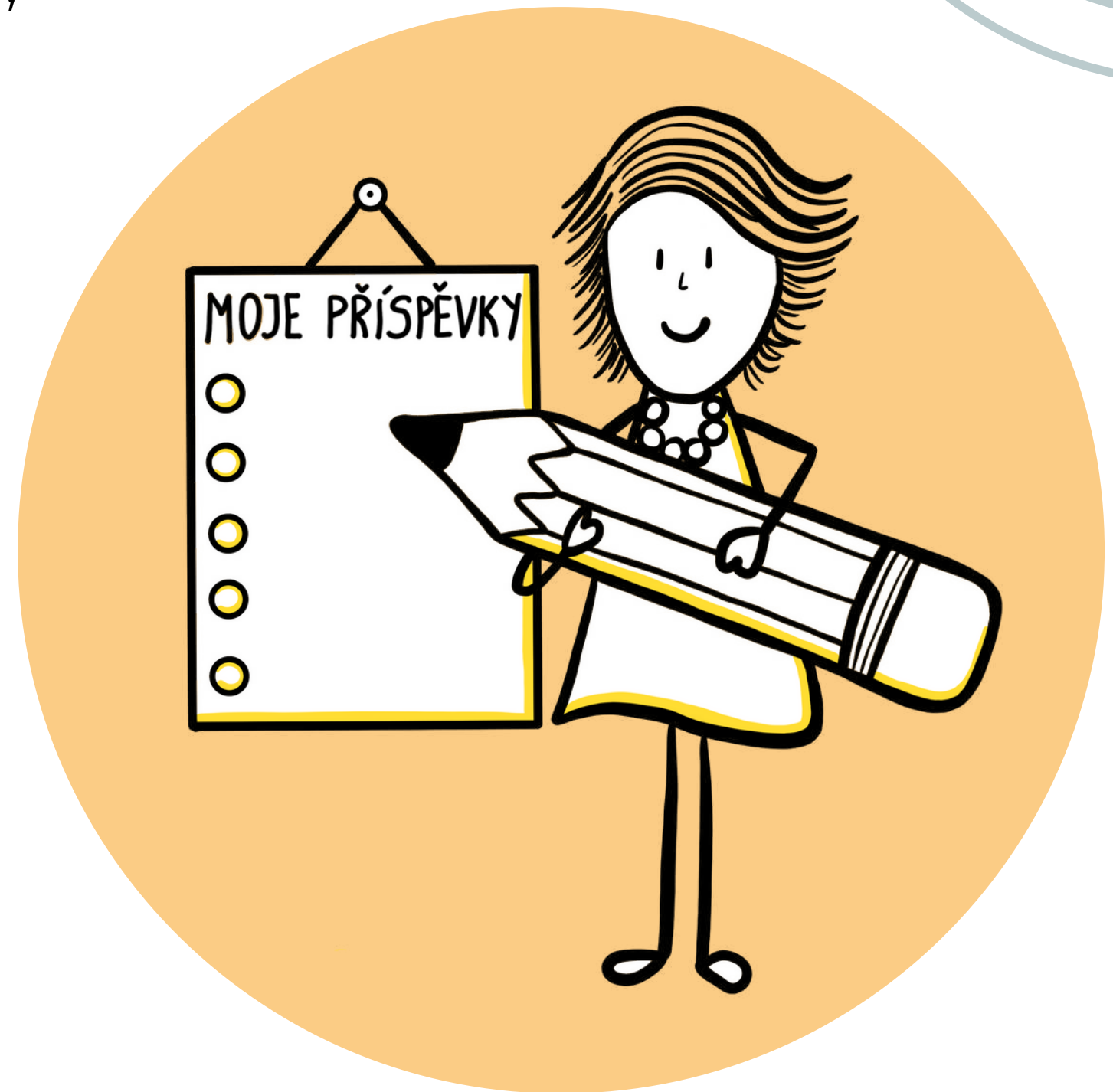
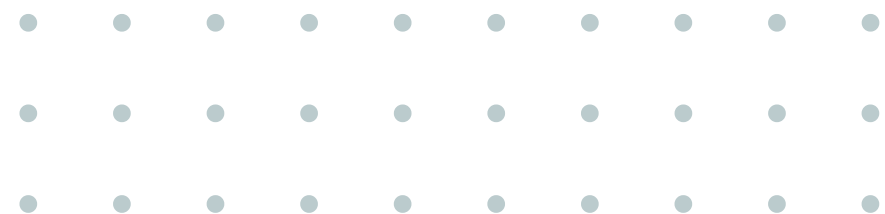


BÝT SOUČÁSTÍ 99% TICHÉ KOMUNITY?

- mějte vyladěné **položky** osobního profilu
- věnujte pozornost nastavení **klíčových slov**
- dobře nastavte **hashtagy**, sbírejte reference
- navazujete **trpělivě** kontakty
- posílejte **přání k narozeninám**
- poděkujte za **propojení** ve zprávě
- zapojujte se do **dění ve skupinách**
- pokud to jde, **komentujte!**

TÉMATATA:

- Informace ze zákulisí vašeho podnikání;
- návody, rady;
- vaše zkušenosti a doporučení;
- případové studie;
- statistiky a grafy;
- názory
- seznamy výhod a recenze;
- odpovědi na nejčastější otázky;
- infografiky;
- odkazy na blogové články;
- oborové i firemní novinky;
- videa;
- tipy a ankety;
- prezentace a různá shrnutí.

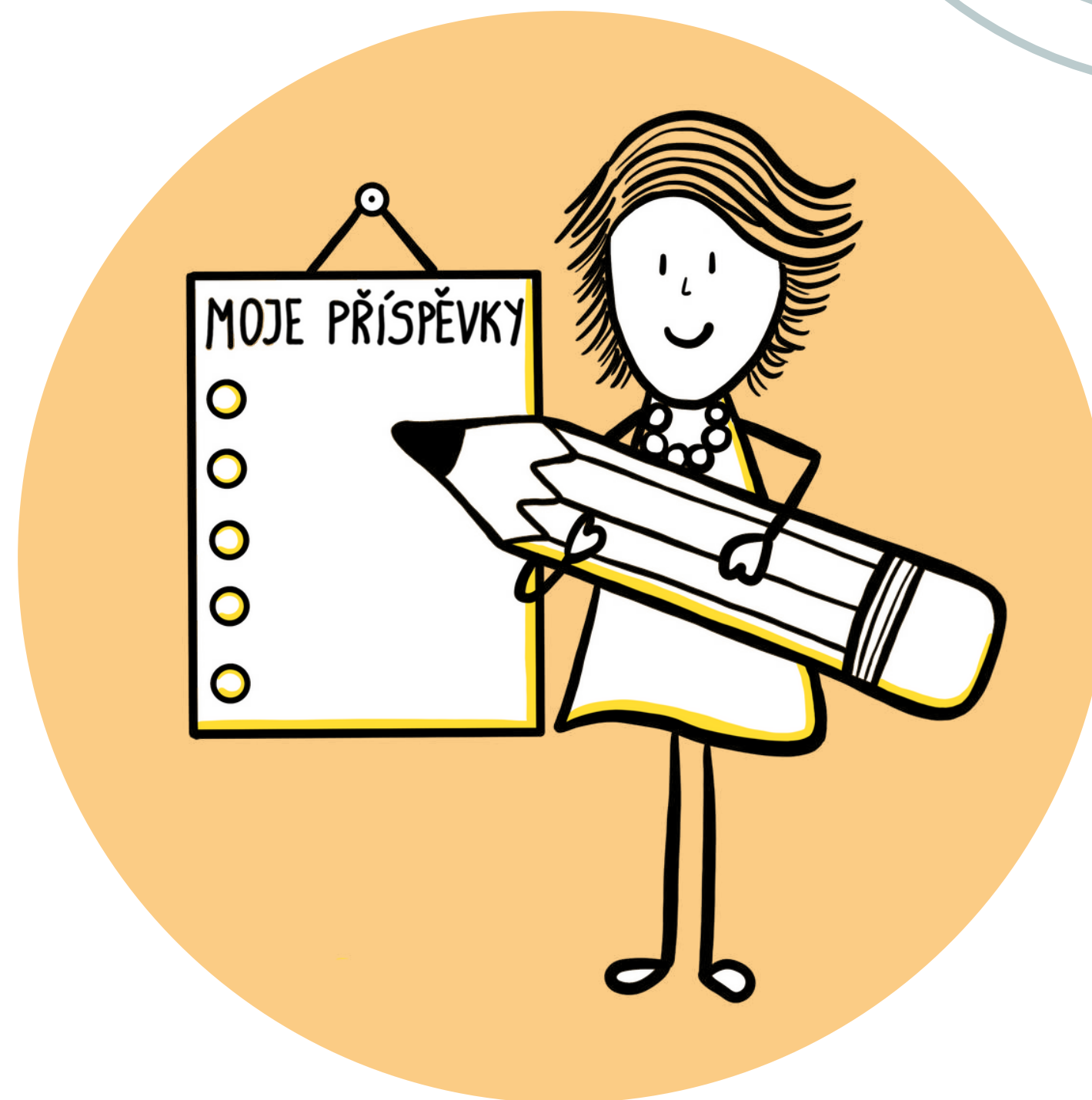
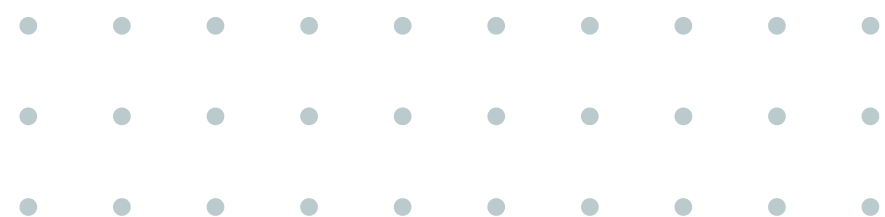


CO MOHU RECYKLOVAT?

- Obsah e-mailů z e-mailingu
- Články na blogu
- Příspěvky z jiných sítí
- Nechat si přepsat rozhovory

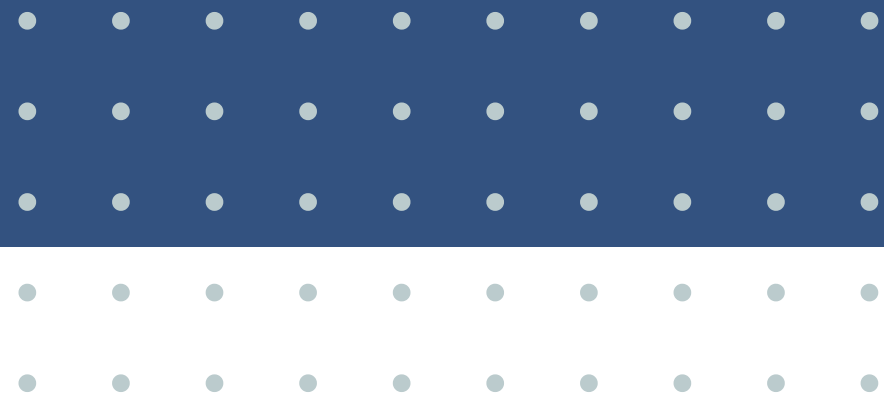
CO MI POMŮŽE?

- Nebát se!
- Na nic si nehrát!
- Být sama sebou, autentická!
- Vytrvat, nevzdávat se.



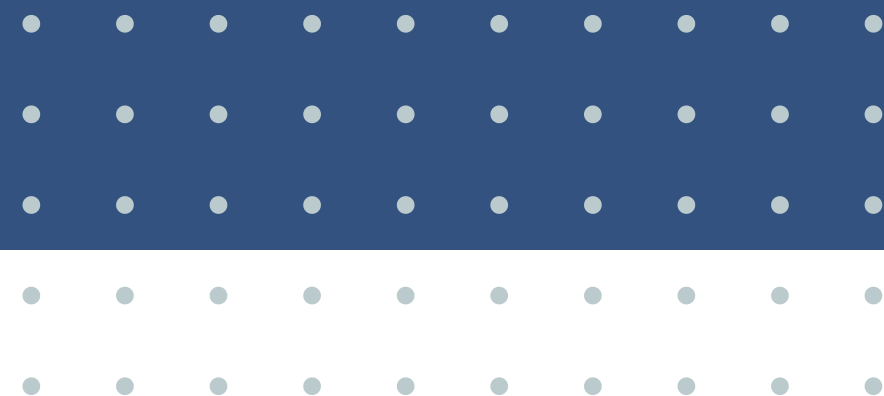
PŘÍSPĚVEK: 1. HEADLINE

- první tři řádky, někdo je nazývá jako háček
- může to být nadpis nebo tři odrážky
- může zde být otázka
- použít emotikony a grafické prvky
- číslovky poutají pozornost
- jeden nebo dva řádky?
- headline napsat až na konec :-)



PŘÍSPĚVEK: 2. TĚLO ZPRÁVY

- na osobním profilu JÁ, na firemním MY
- používat slovesa v druhé osobě, abychom vtáhli čtenáře
- nepoužívat záporny
- vzbuzovat kladné emoce
- být co nejvíc konkrétní, vykat, psát o sobě?
- pracovat s šoky, vyvracet mýty, bulvární šokující slova
- používat odrážky, rozdělit do odstavců



PŘÍSPĚVEK: **CALL TO ACTION**

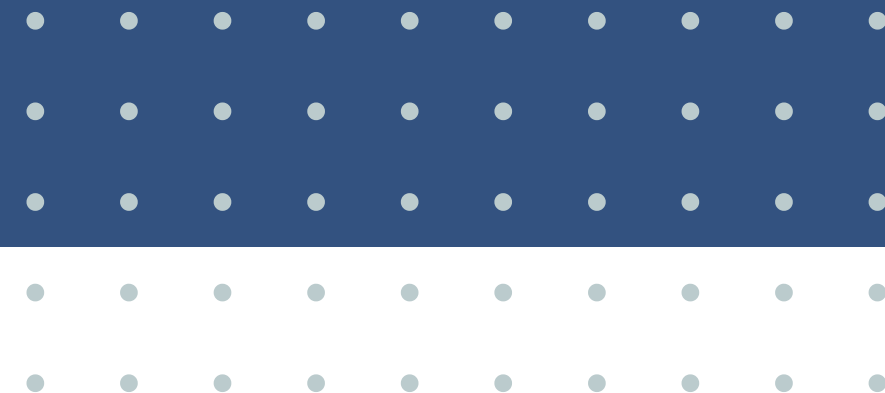
- způsob, jakým navedete čtenáře na to, co má udělat
- CTA mají být co nejkonkrétnější:
- Přihláste se
- Kontaktujte mě
- Zaregistrujte se nyní
- Zjistěte více
- Zjistěte, jak...
- **EXTERNÍ ODKAZY** (ne obrázek, ano příspěvky)

PŘÍSPĚVEK: **PODPIS**

- zopakování toho, co děláme
- hashtagy
- vizuální prvek poutá pozornost
- propojujeme se s tématem

GRAFIKA

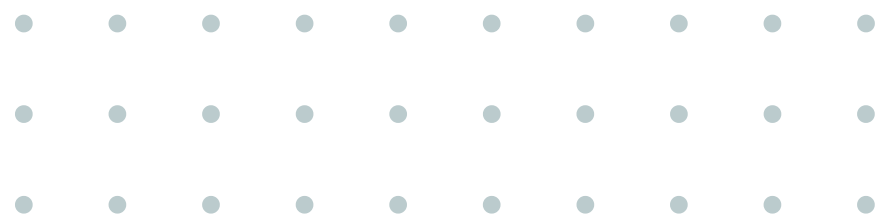
- je naší vizitkou
- na fotkách lepší osoby než věci



KDE TO NEJČASTĚJI SKŘÍPE:

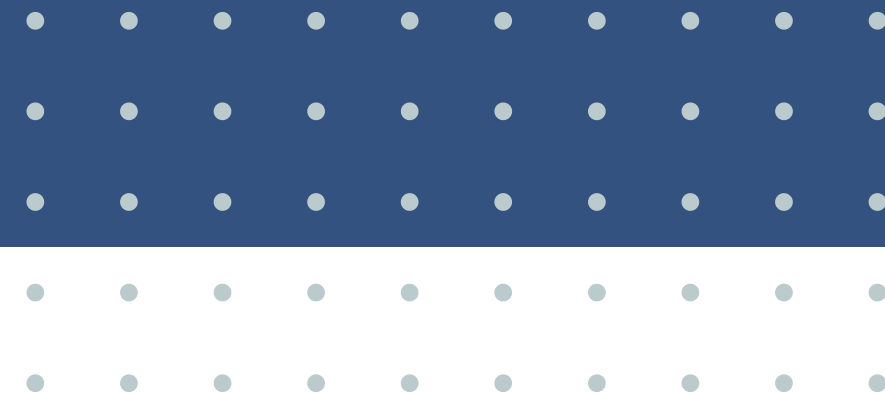
- Přílišný fokus na značku
- Minimum osobních postů
- Postování v množném čísle
- Absence osobních fotek a videí
- Nedostatek reálných příběhů
- Nejsou reference
- Nulový užitek pro publikum
- Posty neřeší problémy zákazníků
- Výrazná tematická roztržitost
- Pořád dokola stejný formát

Radka Legerská, CopyNoty 2023



PRAVIDLA SKVĚLÉHO OBSAHU

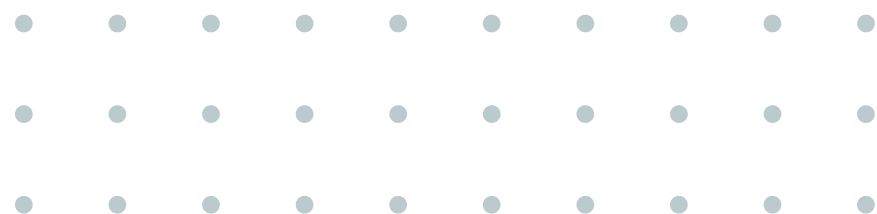
- jeden příspěvek, **jedno téma**
- **střídat** formáty
- **čísla** a data
- rychlé tipy a **rady**
- příběhy a **emoce**
- formátování **čtivě**
- ne moc dlouhé texty



JAK ZVÝŠIT DOSAH PŘÍSPĚVKU:

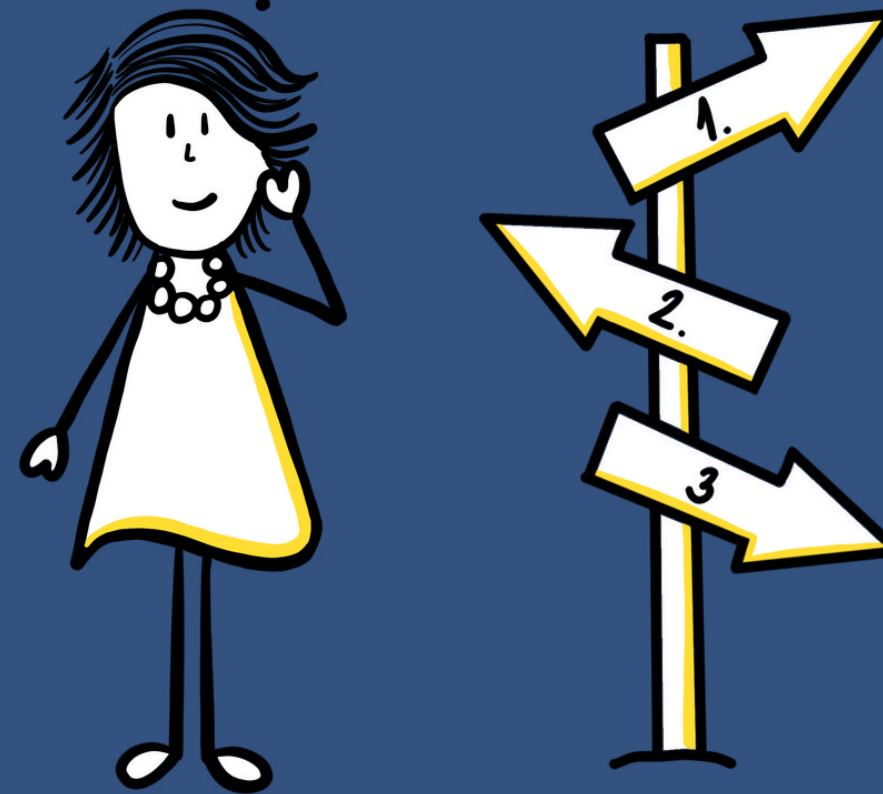
- zvyšujte počet sledujících;
- odpovídejte na všechny komentáře pod příspěvkem v prvních 60 minutách;
- po publikování vydržte a okomentujte i další příspěvky;
- zvyšujte Social Seeling Index;
- algoritmus si pamatuje výkon posledních 10-15 příspěvků a odmění vás dosahem, když máte rostoucí zapojení sledujících;
- publikujte pravidelně;
- lidé, kteří sdílí váš obsah, vám pomohou získat výrazně vyšší dosah;
- zapněte si autorský mod, váš dosah to zvýší o 15 - 30 %.

Richard van der Blom



RŮZNÉ FORMÁTY OBSAHU:

- obrázky a galerie
- Zpravodaje
- karusely
- videa
- události
- live stream



PŘEJI VÁM
ÚSPĚCH
NA LINKEDIN!

