



Sociální sítě se staly doslova fenoménem současné doby. Jedná se de facto o novodobý komunikační prostředek nahrazující de facto e-mail, SMS a donedávna populární instant messaging i blogy, prostředek sebe prezentace jednotlivců, ale čím dál častěji také firem. Jak se vyznat v sociálních sítích a jak je využít pro komunikaci se zákazníky?

### Co jsou sociální sítě

Pokud byste měli vysvětlit, co jsou sociální sítě někomu, kdo o tom v životě neslyšel, pak by asi nejpřesnější definicí bylo, že se jedná o webovou stránku, ke které přistupují dnes již stovky milionů uživatelů denně. Ti si zde zakládají vlastní tzv. profil, kde uvedou dle svého uvážení své osobní údaje, informace o tom, co mají rádi, kde pracují, čím se zabývají, atd. Následně pozvou další uživatele stejné sociální sítě, aby se s nimi tzv. propojili – tj. navzájem si zpřístupnili své profily. Do profilů se často přidávají také vlastní fotografie či videa a uživatelé, kteří jsou navzájem přáteli spolu mohou prostřednictvím sociální sítě komunikovat podobně jako například e-mailem. Potud je trojice celosvětově nejznámějších sociálních sítí v zásadě stejná.

### LinkedIn

LinkedIn je nejstarší z trojice známých sociálních sítí. Byla spuštěna v květnu 2003 a od té doby slouží především pro navazování kontaktů mezi profesionály. Vše se zde tedy točí okolo vašich pracovních pozic. LinkedIn je velice často využíván pro navazování obchodních vztahů a headhunting. U každé pracovní pozice můžete od vašich „přátel“, které jsou tady označeny slovem connection neboli spojení, doporučení. Tato doporučení přitom zvyšují pravděpodobnost, že si vás headhuntingová agentura všimne. Pro firemní využití zde existují tzv. skupiny. V rámci těchto skupin lze diskutovat s jejich členy, odesílat členům hromadné zprávy a nabízet zde volné pracovní pozice. Kromě bezplatného členství v LinkedIn existují i členství placená, která nabízejí možnost posílat přímo zprávy i lidem, které nejsou přímo vašimi přáteli. LinkedIn v České republice využívají v korporátním prostředí spíše komunitně zaměřené projekty (např. [CSPC](#)), existují zde také skupiny sdružující zaměstnance velkých nadnárodních firem (např. [Vodafone](#)), spolužáky ze středních a vysokých škol (např. [ČVUT](#)) apod.

Hlavním komunikačním jazykem je zde angličtina.

### Facebook

Facebook je oproti LinkedInu o něco mladší sociální síť a staví především na rezidenčních uživateli. Facebook byl založen už v roce 2004, jeho cesta do Evropy, zejména pak za hranice Spojeného království však trvala o poznání déle než u konkurenčního LinkedInu. Facebook oproti LinkedInu zavádí důležitou funkcionalitu jménem status. Do statusu ve svém profilu uživatelé zapisují to, co se jim zrovna honí hlavou. A to činí Facebook právě atraktivním – Facebook je de facto online zpravodajství ze života vašich přátel. Víte co dělají, jak se cítí, kde jsou, podle fotek a videí také kde byli, na jaké akce se chystají, atd. Facebook také umožňuje komunikace s přáteli v reálném čase pomocí vestavěného chatu. Z podstaty je tak Facebook stavěný coby stránka, kterou má uživatel ve svém prohlížeči načtenou celý den a na které komunikuje se svými přáteli. Na Facebooku mohou mít svou stránku i firmy, a to hned ve dvou formách – ve formě skupiny anebo ve formě profilové stránky podobné té, kterou mají jednotlivci. Funkcionality obou možností se od sebe mírně odlišují. Facebook se na rozdíl od LinkedInu uchytil i mezi českými firmami, které jej užívají různými způsoby. Najdete zde například telekomunikační operátory ( [O2](#) , [T-Mobile](#) , [Vodafone](#) ), internetové obchody využívající Facebook pro aktivní podporu prodeje (např.

[Fluky](#)

) i firmy, které využívají Facebook k formování veřejného mínění (např.

[Student Agency](#)

). Facebook oproti zbylým dvěma sociálními sítěmi je přitom plně v českém jazyce a v České republice z této trojice má nejvíce uživatelů.

### Twitter

Zejména ve světě se stala populární také síť Twitter, která byla založena teprve v roce 2008. Twitter je charakteristický tím, že je založen téměř výhradně na posílání statusů, které jsou navíc omezeny délkou 140 znaků. Podobně jako na Facebooku, tak i zde mohou na vaše statusy reagovat jiní uživatelé. Namísto přátel zde existují tzv. followers neboli následovníci, kteří sledují váš Twitter účet. Váš Twitter účet může být buď viditelný úplně komukoliv anebo jen schváleným uživatelům. V České republice se Twitter zatím příliš neuchytil, nicméně mezi rezidenčními uživateli si pozvolna získává popularitu a pokusy o jeho prosazení do firemní sféry existují. V USA je však Twitter extrémně populární a využívají ho i firmy. Kupříkladu americký výrobce počítačů Dell díky svému Twitter účtu informujícím o akčních nabídkách údajně získal za rok 6,5 milionu USD v prodejkách (viz [tento článek na Živě.cz](#) ).

### Než začnete se sociálními sítěmi ve firmě, začněte u sebe

V tomto článku jsme si stručně představili tři celosvětově nejvýznamnější sociální sítě. U každé z nich přitom platí, že je můžete pro svoji firmu využít čistě sami. Nepotřebujete na to žádnou

specializovanou firmu a vše je dostupné zdarma. Je však důležité, abyste se v dané sociální síti uměli orientovat. Než začnete uvažovat o jejím využití pro firmu, tak se s ní sami seznámte. Založte si v ní profil, projděte si stránky jiných firem (zejména mimo ČR) a pak zvažte, na kolik a jak jste připraveni danou sociální síť využít. Teprve až pokud se nedostaví kýžené efekty, je na čase pozvat si konzultační firmu, která vám s tím poradí. Začínat větší finanční investicí však bez adekvátního strategického plánu nemá příliš význam.

### **Použitá literatura a další zdroje**

[1] Wikipedia : LinkedIn [online]. 2009 [cit. 2009-12-15]. Dostupný z WWW:  
<<http://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>>.

[2] Wikipedia : Facebook [online]. 2009 [cit. 2009-12-15]. Dostupný z WWW:  
<<http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>>.

[3] Wikipedia : Twitter [online]. 2009 [cit. 2009-12-15]. Dostupný z WWW:  
<<http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>>.