# Jak na online média

**Klasická versus online média**

* V podstatě **neomezené množství prostoru**, což přináší rizika i výhody (vaše informace se snadno publikuje, ale také ztrácí)
* Do jisté míry jste „**sami novinářem**“ (obsah v online světě můžete spolutvořit i vy sami)
* Může být komplikované **najít správnou cílovou skupinu** (pamatujte, že ne veškeré potencionální publikum zde najdete, a proto je potřeba dobře vyvážit všechny formy propagace; záleží to ale zejména na typu akce či produktu)
* Uklidňující fakt: **Co nezvládnete cestou klasických médií, snadno doženete v online světě!**

**Jak se (ne)propagovat online**

* Klasické **bannerové kampaně** (hodí se pouze pro velmi malé procento produktů; slouží spíše pro posílení brandu velkých společností; bannerová slepota; pokud banner, tak výjimečný)
* **Standardizované PR články** (vyhněte se článkům předem označeným jako PR, v online médiích jsou větší hrozbou než v tisku – web snese všechno)

**Jak se propagovat online**

* Kvalitní webové stránky
* Online média
* Sociální sítě v čele s facebookem
* PPC reklama (facebook, google,…)

**Kvalitní webové stránky:**

* Základ pro online propagaci (pamatujte, že v online světě musíte vždy někam odkazovat)
* V jednoduchosti a stručnosti je síla
* Můžete fungovat pouze na facebooku (přesto se vyplatí platit si doménu)

**Online média:**

* Vyhlídněte si **online magazíny a weby s potřebným zaměřením** a spolupracujte s nimi dlouhodobě (nepodceňujte zdánlivě hloupé weby)
* Prostor je méně omezený, pokud zaujmete, pravděpodobně o vás napíšou
* I sem samozřejmě **posílejte TZ** podle daných pravidel (Připravte text tak, aby s ním nebyla práce - fotky, přímá řeč a důležité odkazy jsou základem) - **Pokud to bude mít editor webu bez práce, máte vyhráno!**
* Online média mají zpravidla dobře fungující stránky na **sociálních sítích**. Pokuste se o to, aby se informace objevila i tam.
* Něco jim **nabídněte** (mediální partnerství, volné vstupenky,…)
* Vymyslete **dlouhodobé spolupráce**
* Příklady webů: Treking.cz, Vyletnik.cz, kudyznudy.cz, Pohora.cz,…

**Facebook:**

* **Nepodceňujte** ho, ale ani **nepřeceňujte** (Najdete zde jen část své cílové skupiny)
* Naučte tam své fanoušky chodit **pravidelně** (každé pondělí tip na výlet, kvalitní fotky, osobní přístup, vytvořte lidem vztah)
* Stránky na facebooku versus **skupiny** a **akce**
* Facebook lze taky používat jako „zákaznickou podporu“

**Další působení na sociálních sítích:**

* **Instagram** (druhá nejsilnější síť po facebooku, příklad TIC Brno)
* Mějte práci rádi a sdílejte své výsledky
* **„Zosobněte“** své projekty, lidé by si vás měli pamatovat jménem

**Placené reklama facebook/google**

* Perfektní cílení
* Největší efektivita
* Velký úspěch za málo peněz
* Občas je lepší zadat nastavení kampaně odborníkům

**Tři rady na závěr**

* **Na internetu nenajdete celé své publikum, ale stále ho přibývá!**
* **Pamatujte i na jiné možnosti propagace!**
* **Buďte online!**