



Sociální média a odborové organizování

Obsah




01 Důležitost sociálních médií

02 Online nástroje

03 Rady ohledně sociálních médií

04 Facebook



Kylie Jenner 

Wash

Number of posts: 6,410

Followers: 181m

Following 146

Kylie 

@kyliecosmetics @kylieskin

kylieskin.com



Kylie Jenner vydělá jediným příspěvkem na Instagramu asi 1,2 milionu amerických dolarů

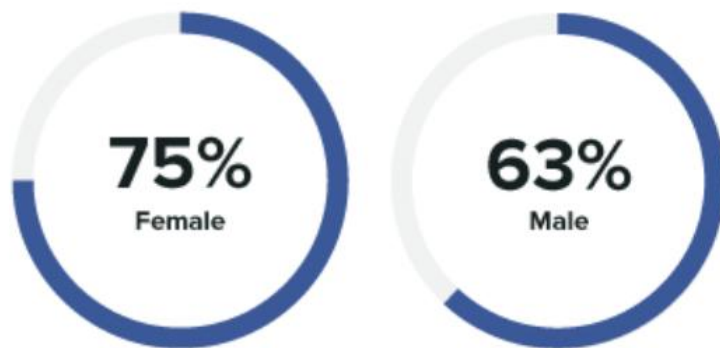


#	Název sítě	Počet uživatelů (v milionech)	Země původu
1	Facebook	2,498	 United States
2	YouTube	2,000	 United States
3	WhatsApp	2,000	 United States
4	Facebook Messenger	1,300	 United States
5	WeChat	1,165	 China
6	Instagram	1,000	 United States
7	TikTok	800	 China
8	QQ	731	 China
9	Qzone	517	 China
10	Sina Weibo	516	 China
11	Reddit	430	 United States
12	Kuaishou	400	 China
13	Snapchat	398	 United States
14	Twitter	386	 United States
15	Pinterest	366	 United States
16	Baidu Tieba	320	 China
17	LinkedIn	310	 United States
18	Viber	260	 Israel

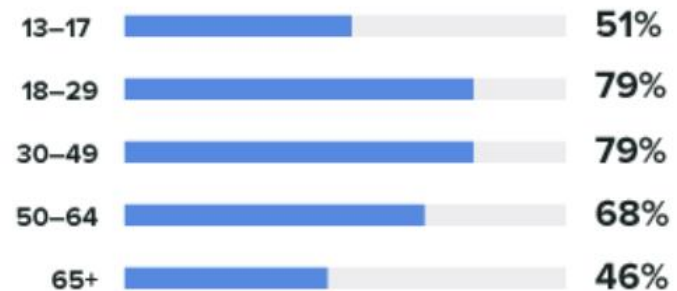


Uživatelé Facebooku podle hlavních demografických parametrů (pohlaví / věk / příjem / vzdělání)

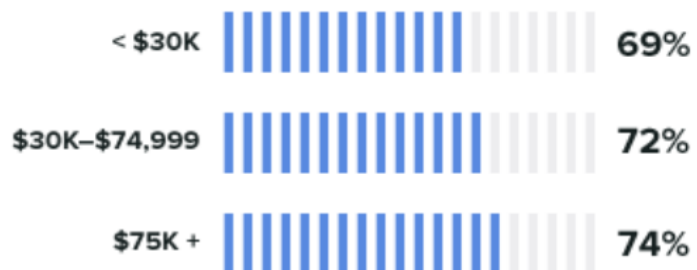
Gender



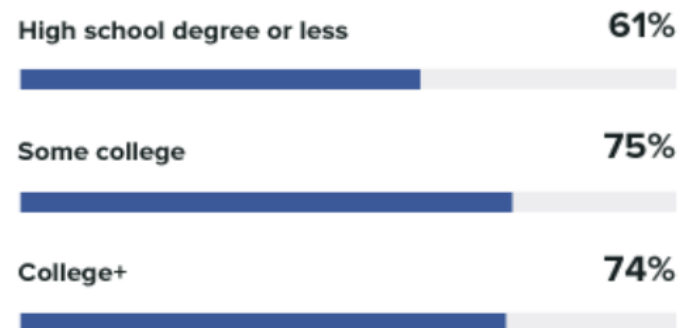
Age



Income



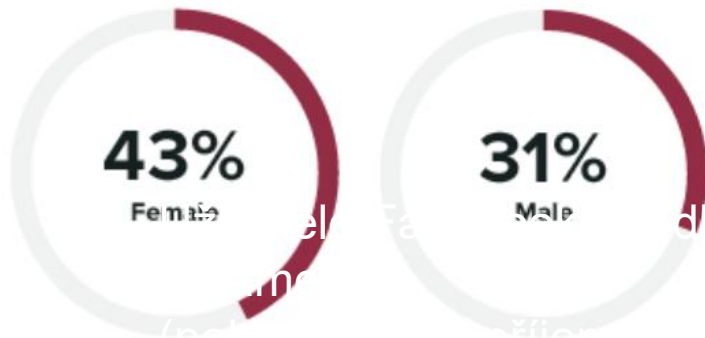
Education



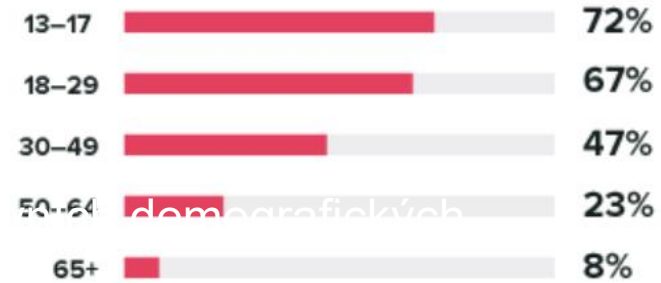


Uživatelé Instagramu podle hlavních demografických parametrů (pohlaví / věk / příjem / vzdělání)

Gender



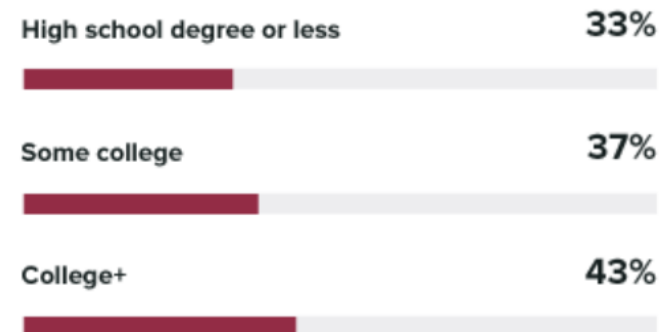
Age



Income



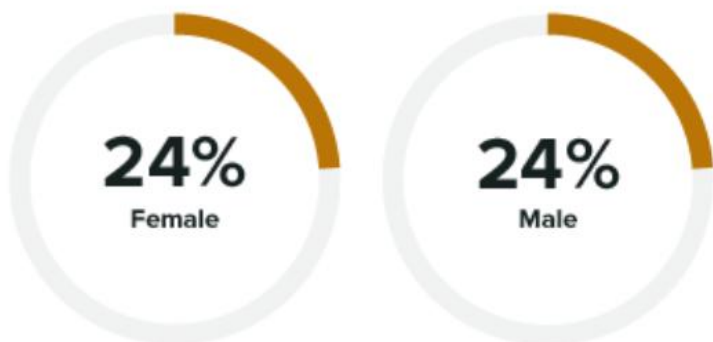
Education



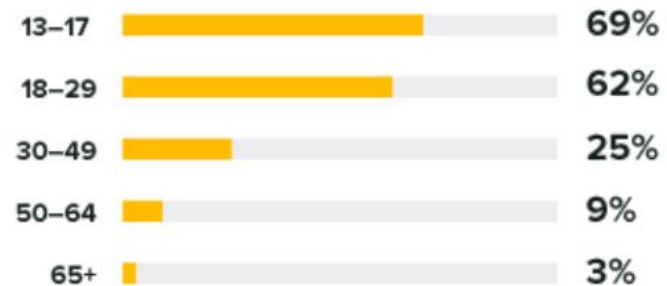


Uživatelé Snapchatu podle hlavních demografických parametrů (pohlaví / věk / příjem / vzdělání)

Gender



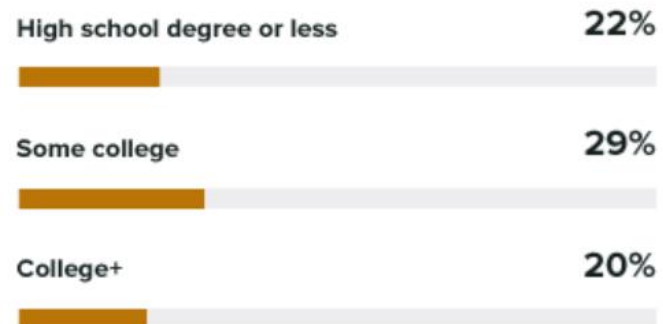
Age



Income



Education



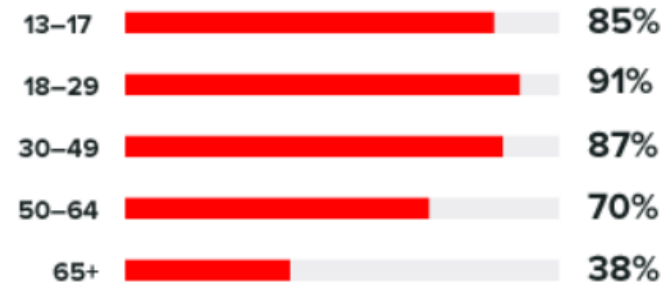


Uživatelé YouTube podle hlavních demografických parametrů (pohlaví / věk / příjem / vzdělání)

Gender



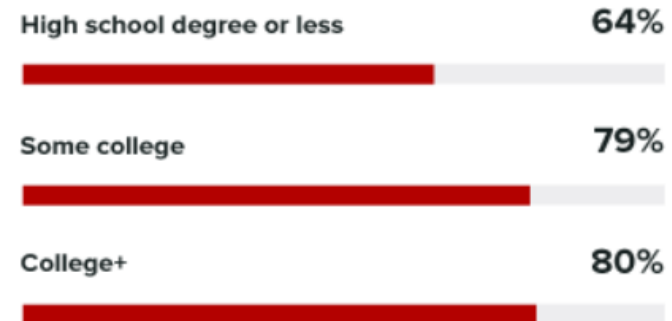
Age



Income



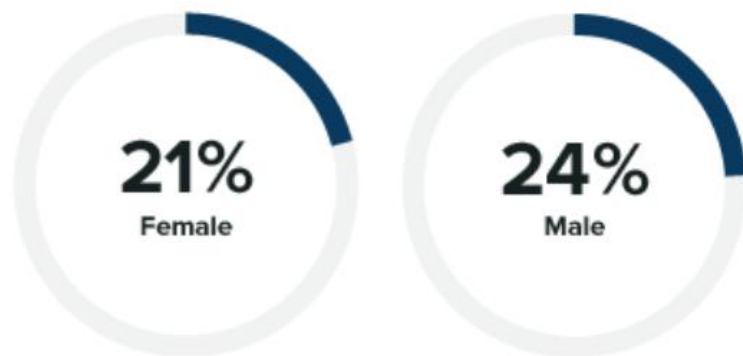
Education



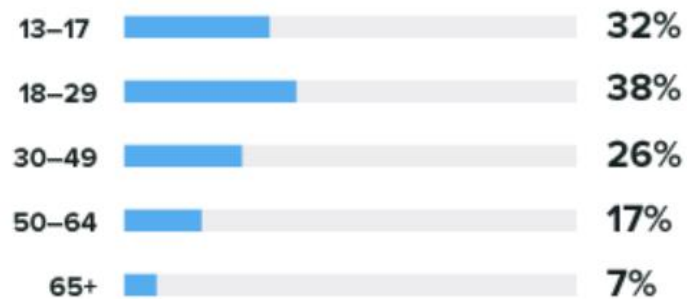


Uživatelé Twitteru podle hlavních demografických parametrů (pohlaví / věk / příjem / vzdělání)

Gender



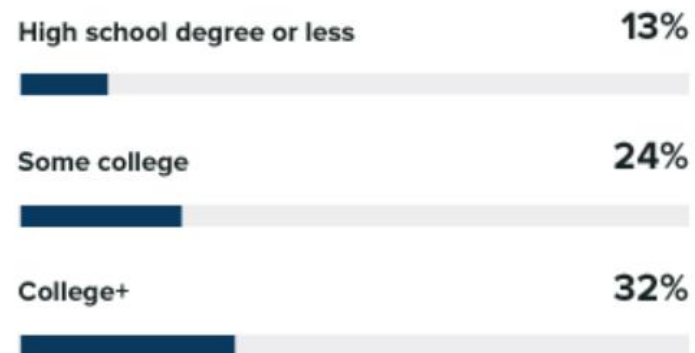
Age



Income



Education



Proč by měly odborové svazy používat sociální média

- Posilování komunikace s členskou základnou
- Lepší komunikace s širokou veřejností
- Oslovení potenciálních nových členů



Online nástroje pro odbory



- E-mail
- Facebook
- Whatsapp, Viber...
- Twitter, Instagram

Rady ohledně používání sociálních médií

- Sociální média a sociální prvky „Webu 2.0“ charakterizuje konverzace, participace, otevřenost a komunitní pospolitost.
- 1. Zapojte se do konverzací
- 2. Buďte aktivní a zapojení v online komunitách
- 3. Sociální sítě si pečlivě vybírejte
- 4. Otevřete odbory sociálnímu kontaktu

Čtyři pilíře sociálního networkingu

- 1. Žádné okamžité řešení neexistuje
- 2. Buďte vytrvalí a konzistentní
- 3. Sdílejte příspěvky jiných odborových svazů a organizací
- 4. Zásadní je důvěra

Osvědčené postupy pro Facebook

- **Používejte fanouškovské stránky (fan pages), ne skupiny nebo osobní profily**
- **Smyslem Facebooku je interakce (zapojení) uživatelů**
- **Používejte statistické údaje (Insights) svých stránek**
- **Propagujte svou facebookovou stránku**
- **Aktuality musejí být vždy relevantní**
- **Přinášejte originální, osobní myšlenky týkající se záležitostí odvětví vašeho odborového svazu**
- **Sdílejte fotografie akcí rychle**

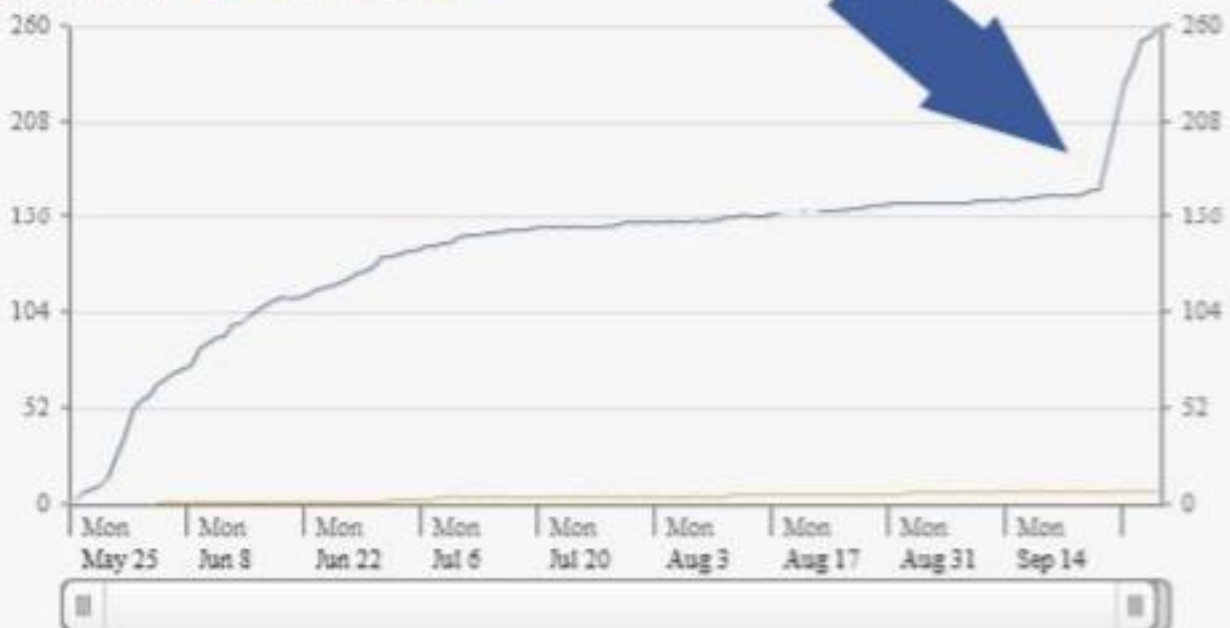
Statistiky stránek Facebook (insights)

All Fans of CreativeUnions.org

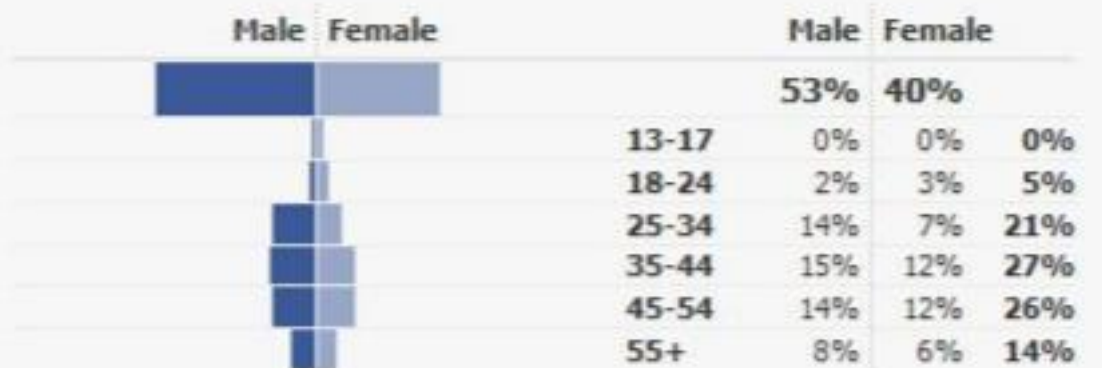
All Fans Over Time [Learn more](#)

Choose a graph: Total Fans / Unsubscribed Fans

Total Fans Unsubscribed Fans



272 Total Fans on Oct 05 ↑ **13** Since Oct 02



Top Countries	Top Cities	Top Languages
Australia	99 Sydney	English (US)
	40	167

[View All](#)

Please allow 48 hours for data to be available for a daily report.

Fan growth for Creative Unions.

Nebezpečí Facebooku

- Facebook jako podnikání
- Spamming
- Přesycení informacemi
- Narušitelé

Twitter – LinkedIn

- Politická sdělení
- Odkazy na reporty
- Lobbování
- Určitá míra polemiky
- Novináři



Děkuji

