

#JAK NA SÍTĚ

Jak se spravují sociální sítě v Česku

I přesto, že je v Česku na sociálních sítích už 5,7 milionů lidí, firmy správu svých profilů na sociálních sítích stále podceňují. Například téměř 70 % profesionálů, kteří se o profily starají, se péči o firemní profily nemůže věnovat naplno, protože se v rámci své pozice musí starat ještě o další oblasti, nejčastěji o PR, obchod nebo IT.

Tyto informace vyplývají z nového průzkumu, který provedly autorky knihy Jak na sítě Eliška Vyhnánková a Michelle Losekoot společně s agenturou Feedyou. „Během práce na knize Jak na sítě jsme se rozhodly udělat průzkum mezi správci sociálních sítí v ČR. Společně s agenturou Feedyou jsme představily světu chatbota Pepu, který správce zpovídal pomocí FB Messengeru. Průzkum běžel dlouhodobě, od prosince 2018 do září 2019,“ vysvětluje Eliška Vyhnánková.

Článek s výsledky výzkumu najdete na <https://jakn.site/clanekvyzkum>

#jaknasite

Co jsme společně s chatbotem Pepou zjistili?

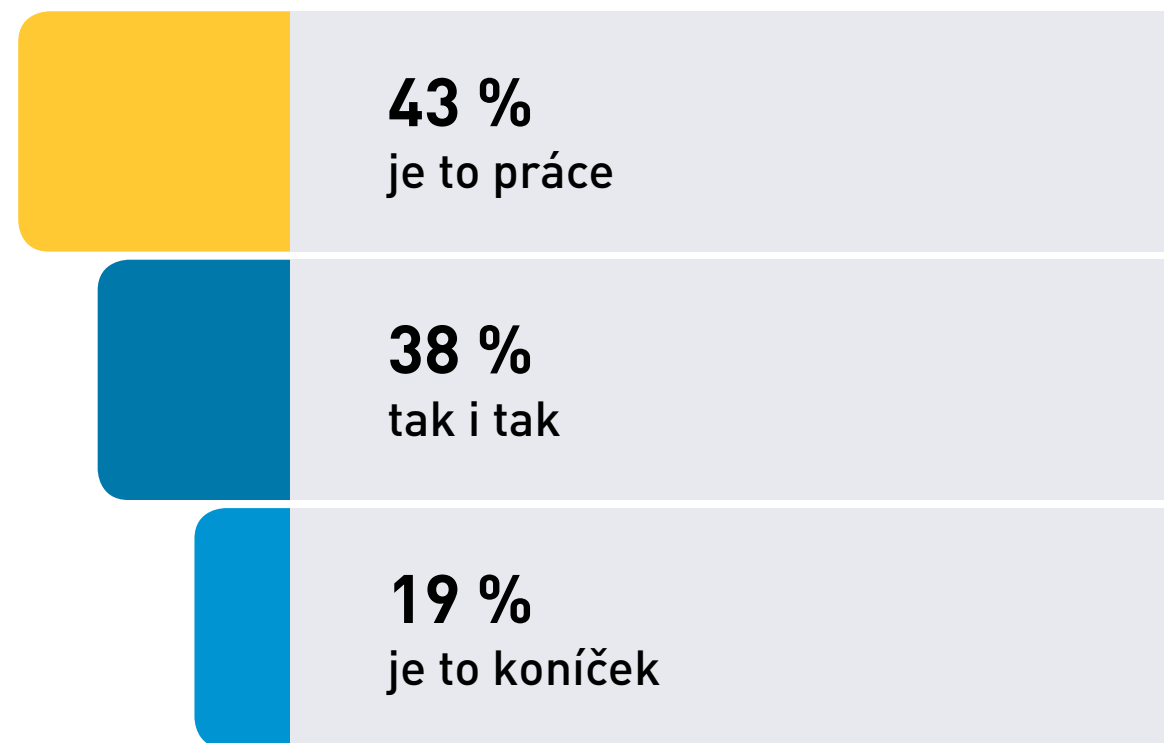
S chatbotem Pepou si povídalo 1175 uživatelů Facebooku, pouze 934 z nich ale byli správci sociálních sítí. Průzkum dokončilo 659 dotazovaných, kteří s Pepou zvládli konverzovat desítky minut (medián délky konverzace byl 19,6 minut, což je až neuvěřitelně dlouhá doba.). Chatbot uživatele bavil natolik, že měli chuť mu odpovídat na jeho zvědavé otázky mnohem déle, než je u podobných projektů zvykem, a proto nabídl zajímavý pohled do světa českých správců sociálních sítí.

Dotazovaní odpovídali na 24 až 41 otázek (struktura dotazů se často větvila podle zvolených odpovědí). Chatbot Pepa byl připraven na desítky různých variant odpovědí a nezapomněl ani na ty uživatele, kteří se sociálním sítím nevěnují:



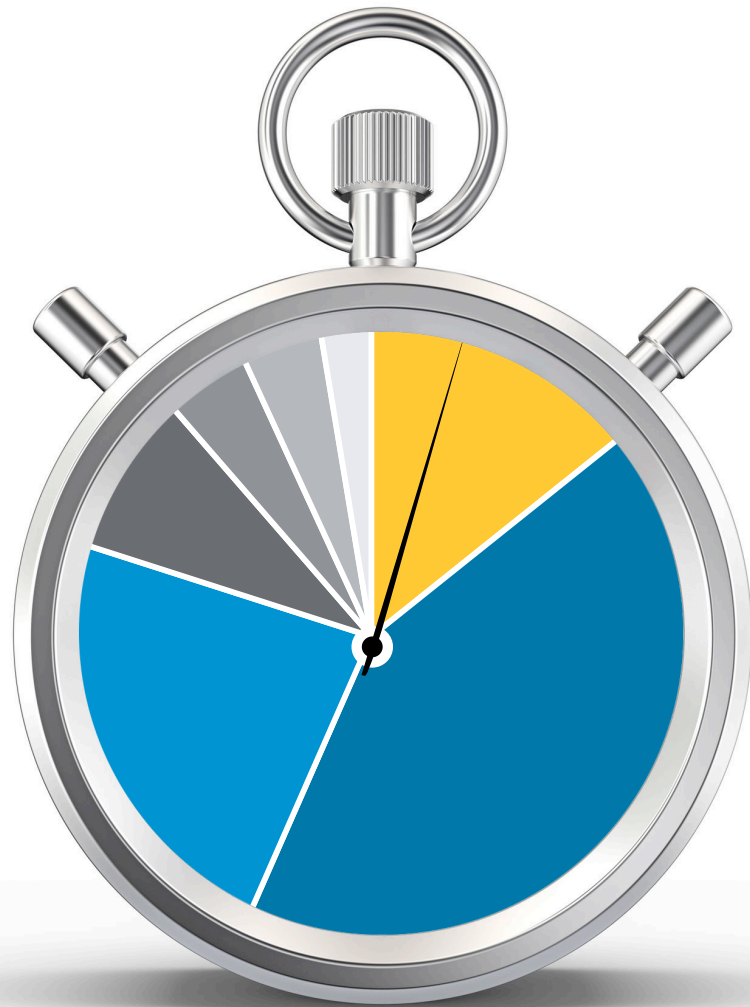
Je to práce, nebo koníček?

Jen 43 % dotázaných uvádí, že správa sociálních sítí je pro ně čistě pracovní záležitostí.



Kolik hodin denně jsou správci na sociálních sítích?

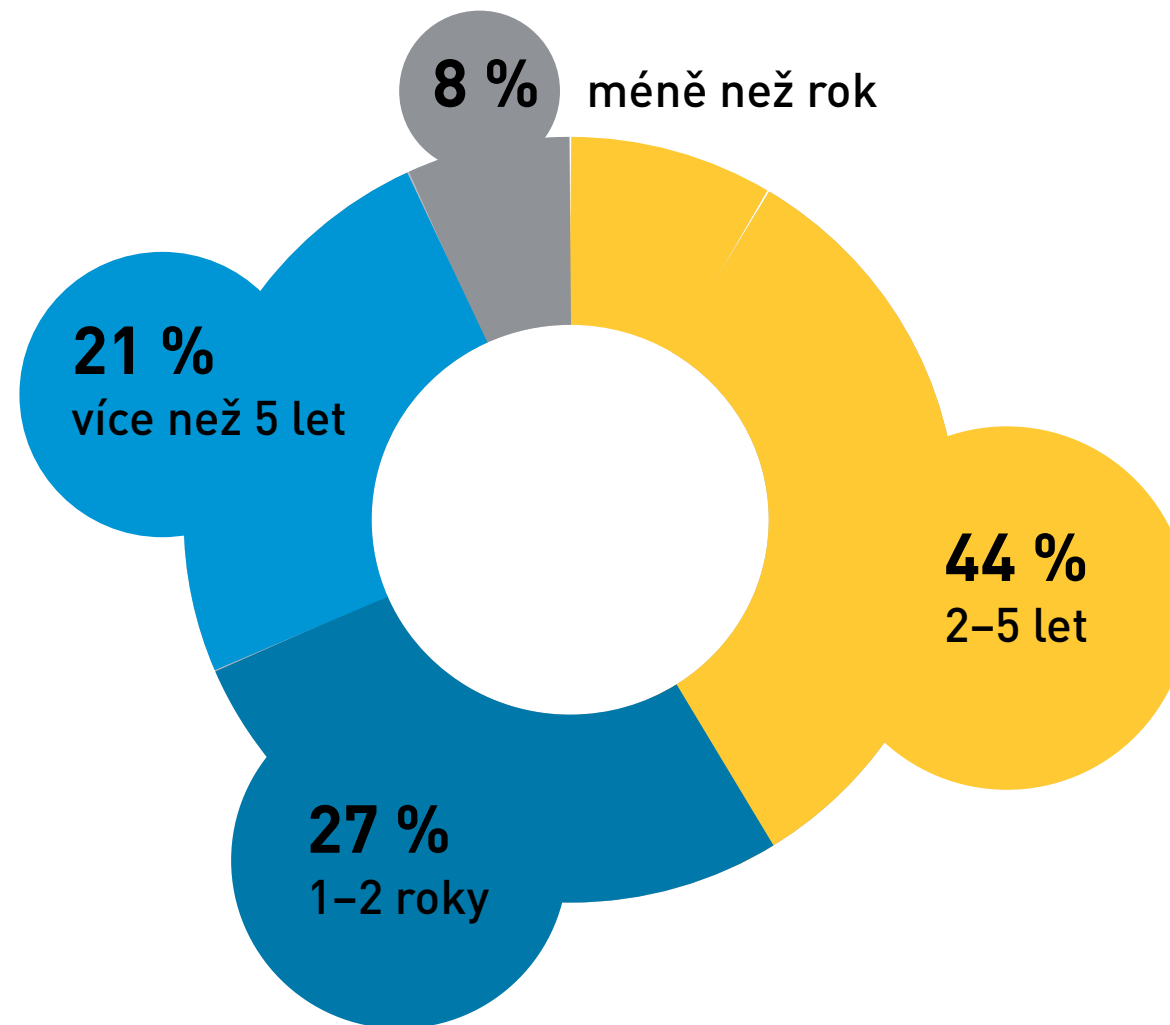
20 % správců tráví na sítích více než 6 hodin denně.



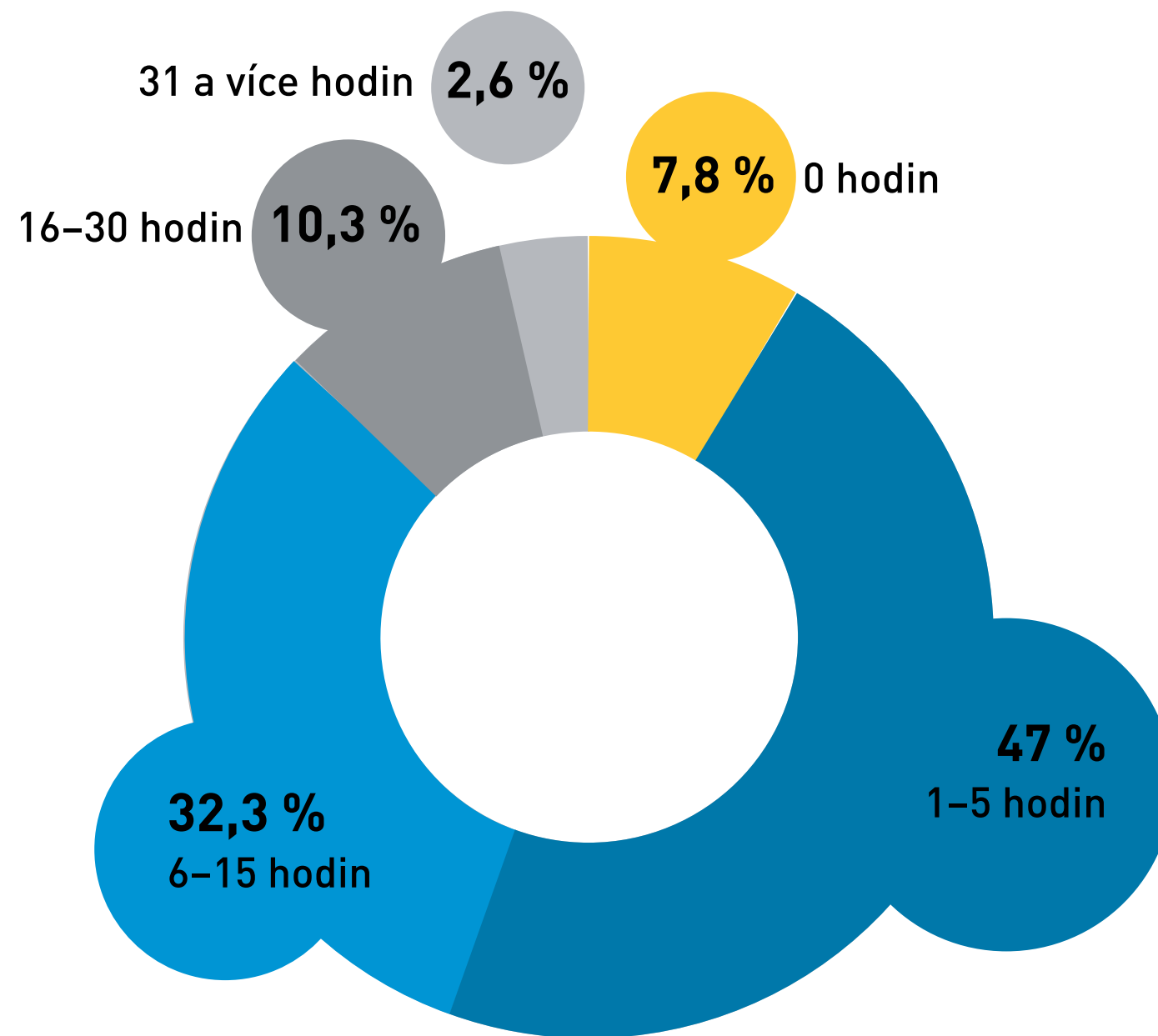
Hodin/den	%
2-4	40
4-6	25
< 2	15
6-8	11
8-10	5
10-12	3
> 12	1

Jak dlouho se sítím věnují?

Pouze 21 % správců má praxi v oboru delší než 5 let.

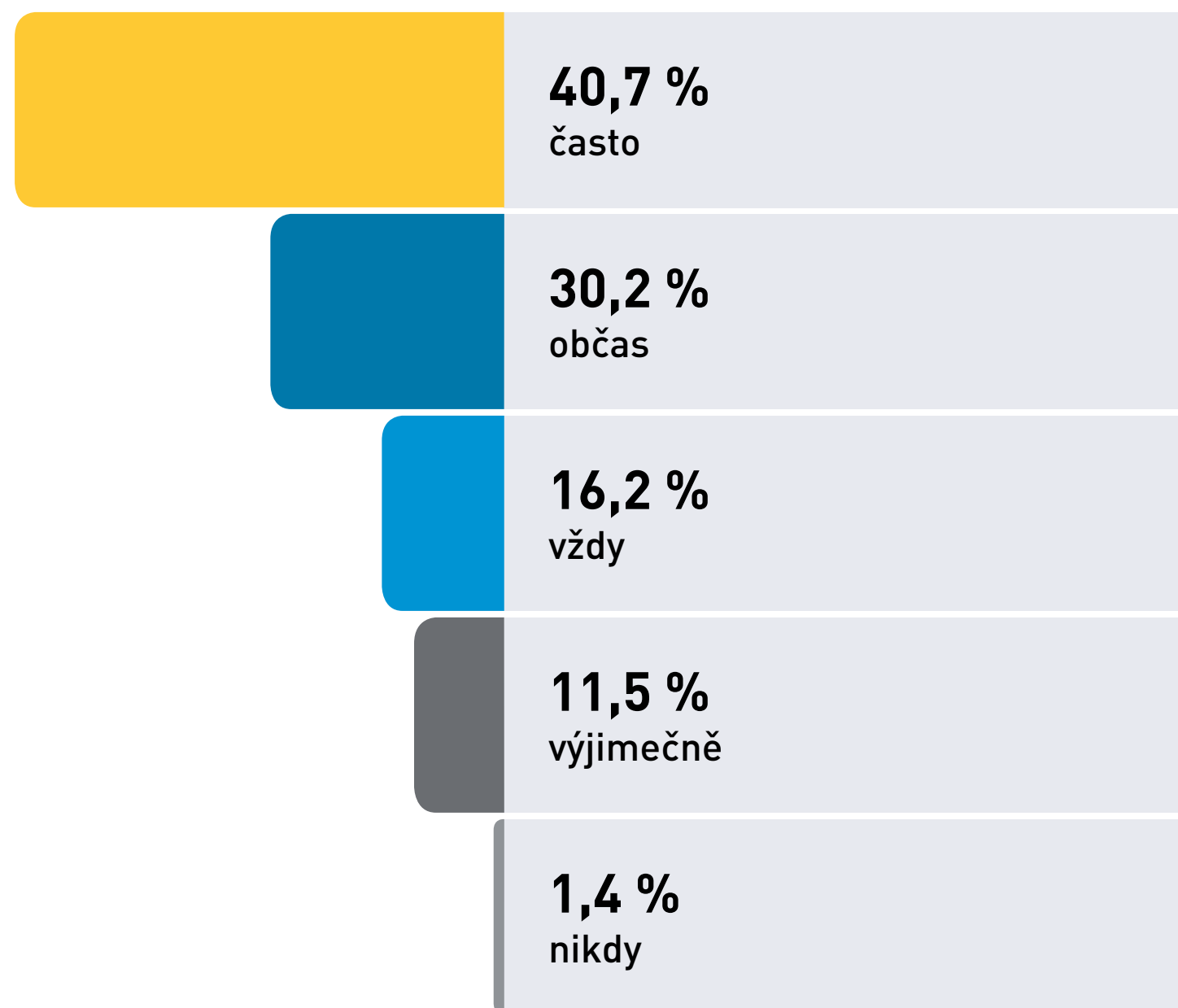


Kolik hodin měsíčně věnují vzdělávání v social media marketingu?



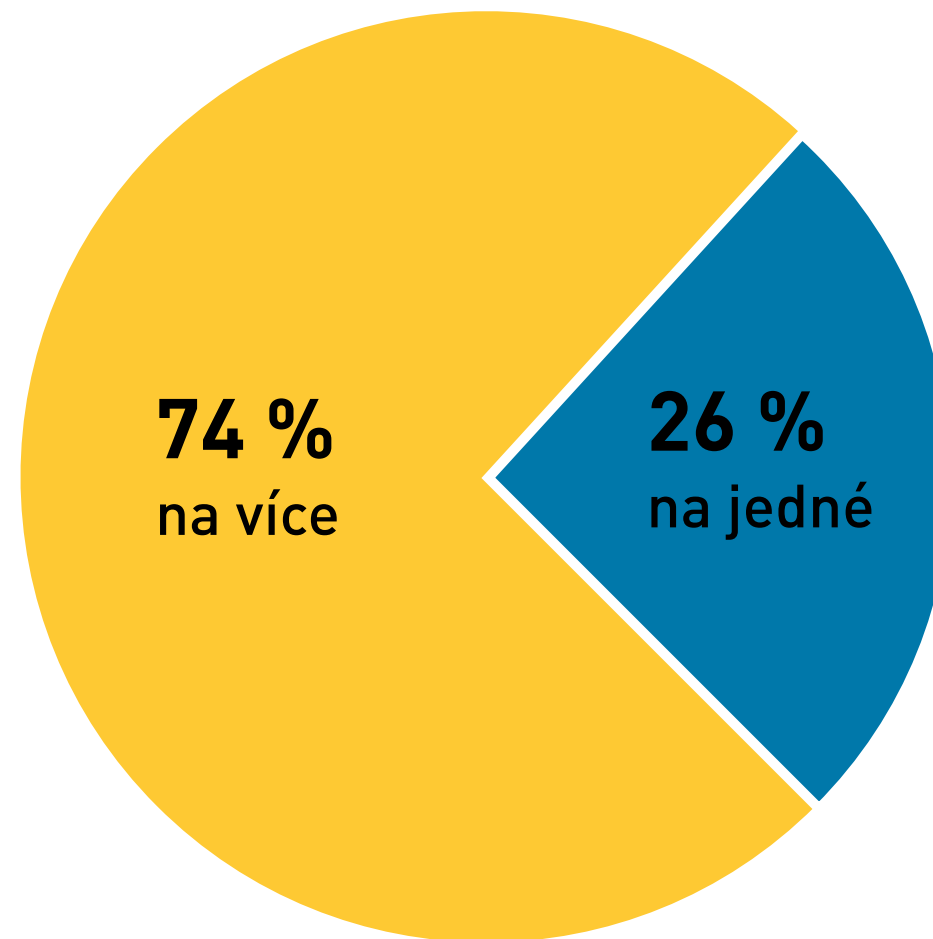
Pracují i ve volném čase?

57 % správců je zvyklých pracovat mimo pracovní dobu.
Dalších 30 % uvedlo, že k tomu občas dojde.



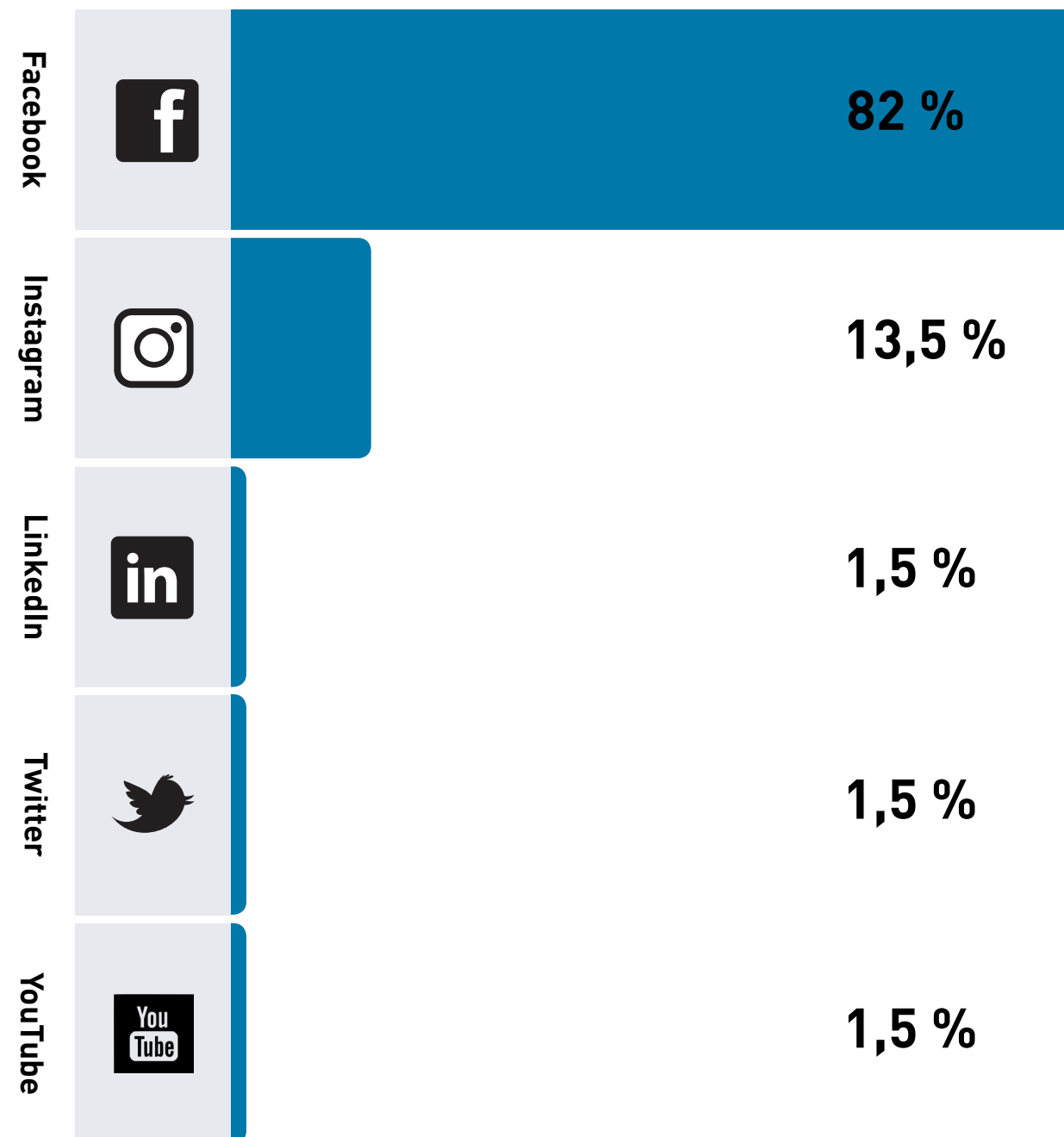
Spravují profily jen na jedné, nebo na více sociálních sítích?

Tři čtvrtiny správců spravují profily na více sociálních sítích.



Pokud jen na jedné síti, která to je?

Ti, kteří spravují profily pouze na jedné službě, v drtivé většině uvedli Facebook, na druhém místě pak Instagram. V průměru každý spravuje 2,5 profilu.



Pokud na vícero sociálních sítích, na kterých?

Ti, kteří spravují profily na vícero službách, se starají v průměru o 3,15 profilu. Nejčastější kombinace byla Facebook s Instagramem. Pro co nejpřesnější výklad jsme do tabulky zařadili průměr, nejmenší a největší udané hodnoty a medián v odpovědích. Následující tabulka zachycuje pouze data pro jednotlivé sítě, ne jejich kombinace.

Počty profilů	Průměr	Min.	Max.	Medián
Facebook	4,71	1	120	3
Instagram	2,92	1	45	2
Zapomenutá síť*	2,18	1	20	1
Youtube	2,04	1	15	1
LinkedIn	1,97	1	50	1
Twitter	1,74	1	15	1

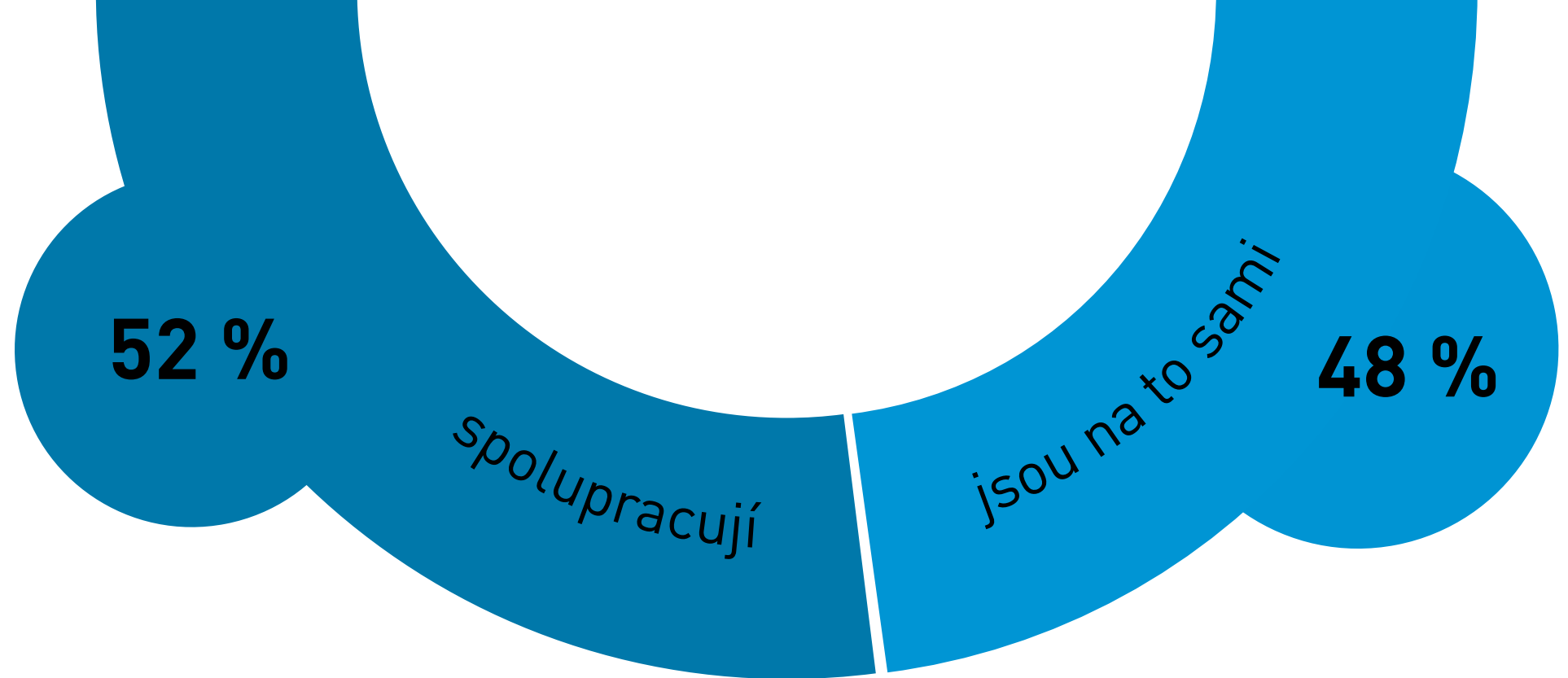
*chatbot Pepa se ptá: „Zapomněli jsme se zeptat na nějakou další síť?“

Mezi sociálními sítěmi, které správci zmiňovali jako neuvedené, se objevovaly Google+ a Google Places, Pinterest, TikTok, Vimeo, Foursquare, Sportnect, SoundCloud a Snapchat. Kromě Google služeb šlo ale o velmi nízké počty spravovaných profilů.

0 co všechno se starají?

Zeptali jsme se, co všechno správci v rámci své práce řeší. Jen 1 % správců sami vytvářejí grafiku. Zároveň je grafik nejčastější osoba, se kterou spolupracují (viz graf dále).

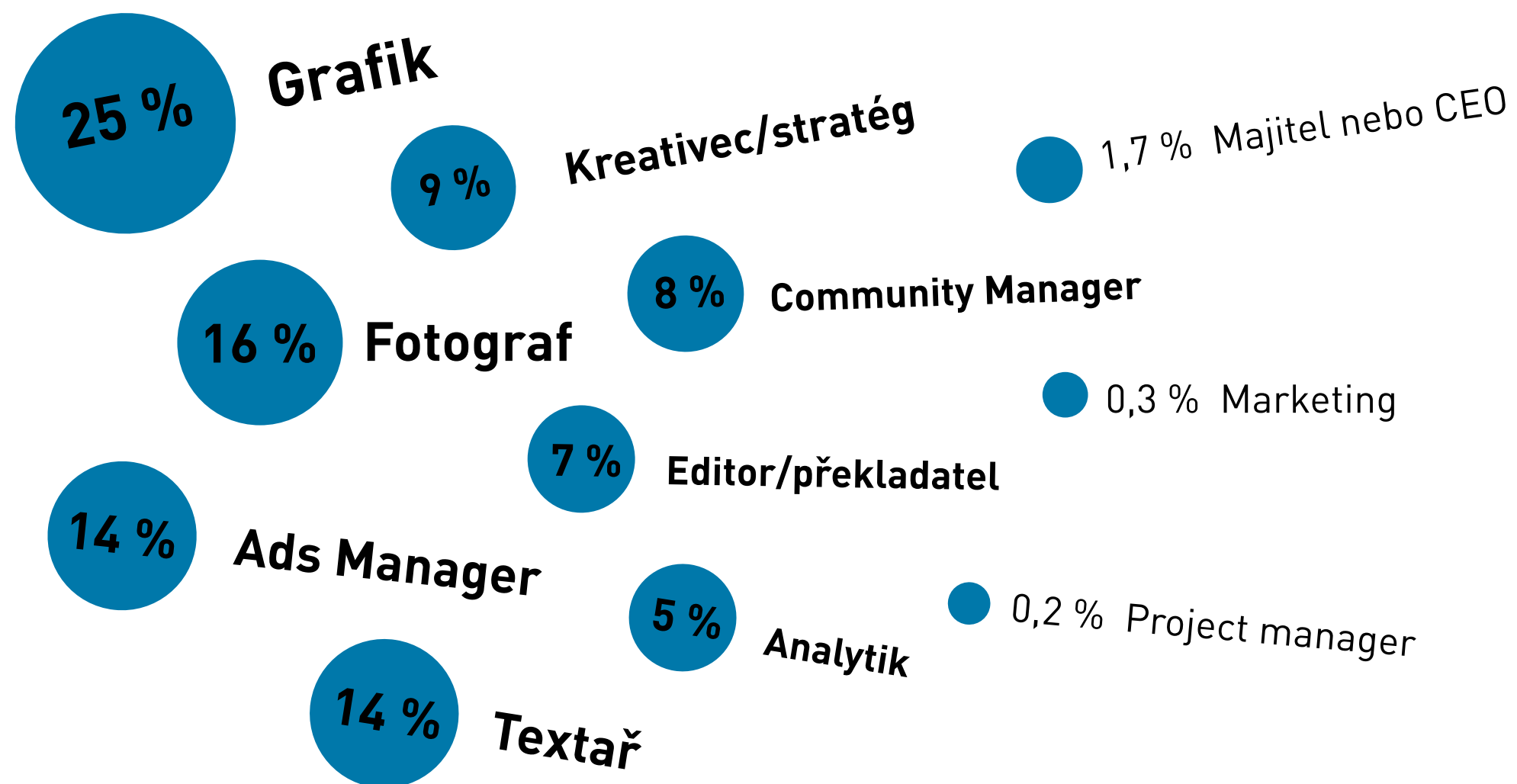
0 co dalšího se ještě starají?	Zastoupení v %
Strategie	73
Obsahový plán	64
Reklamní kampaně	63
Copywriting	55
Vyhodnocování	53
Úkolují ostatní	53
Audiovizuální obsah	51,5
Schvalování postů	51
Community management	44
Mediální plánování	44
Grafika	1
Všechno	0,2



Spolupracují s někým?

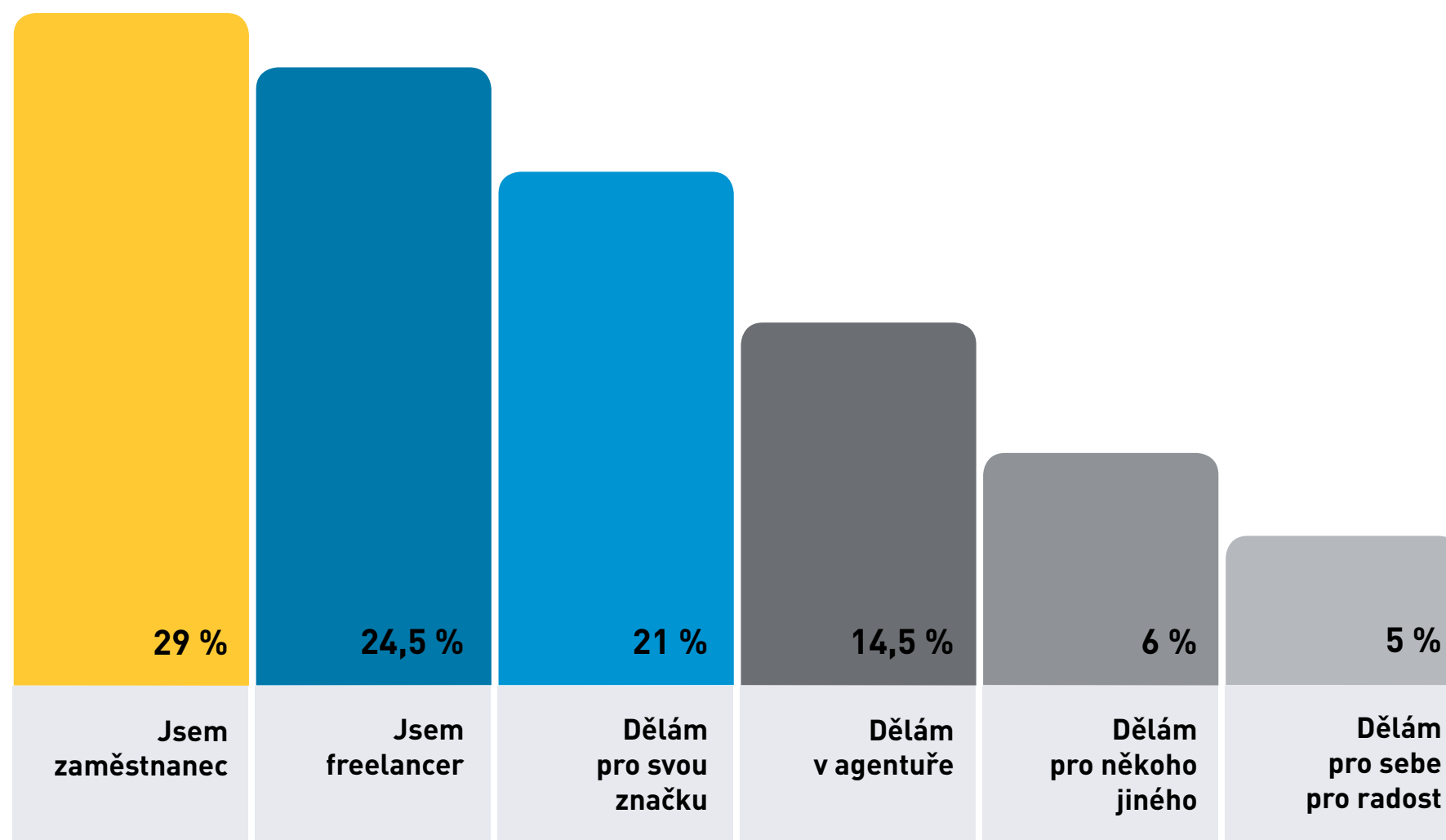
Téměř polovina dotázaných spravuje síť pouze vlastními silami. Ti, kteří spolupracují s ostatními, nejčastěji využívají pomoc grafika, fotografa a správce placených kampaní.

Pokud ano, s kým spolupracují?



Pro koho sociální sítě spravují?

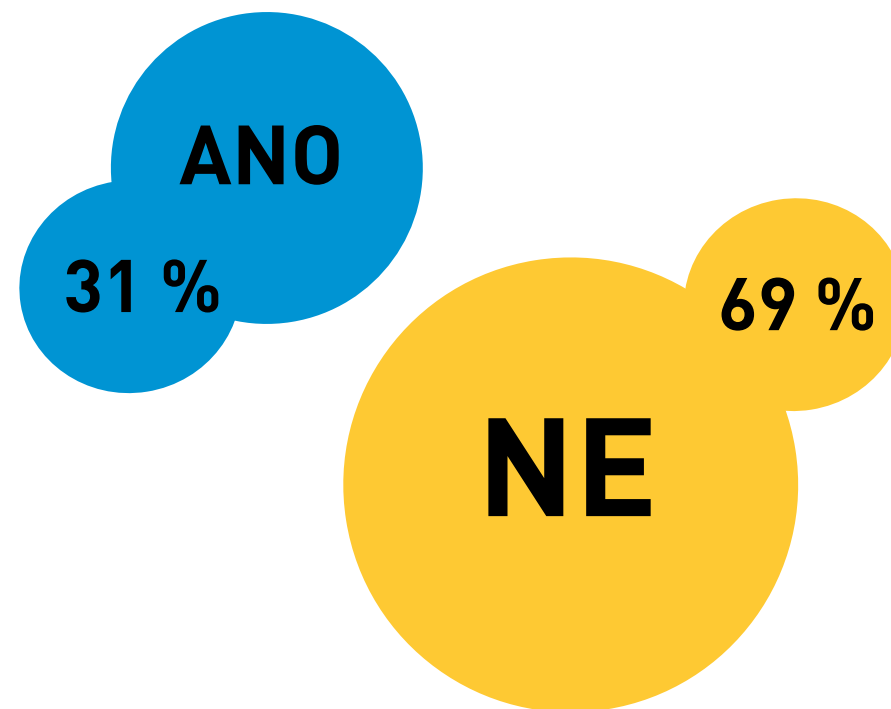
Skoro 30 % firem úkoluje správou sociálních sítí vlastní zaměstnanec. Těch, kteří uvedli, že jsou zaměstnanci, freelanceři anebo správu dělají pro sebe pro radost, jsme se ještě zeptali na dodatečné otázky uvedené níže.



Pokud jsou zaměstnanci, v jak velké firmě pracují?

Počet zaměstnanců	%
1–5	9,1
6–10	11,0
11–50	29,2
51–100	14,4
101–500	21,5
více než 500	14,8

Pokud jsou zaměstnanci, pomáhá jim externí firma nebo freelancer?



Pokud jsou zaměstnanci, jak důležitou součástí marketingu jsou u nich sociální sítě?

Důležitost sítí	%
Nejdůležitější	26,5
Spíše důležité	55,8
Spíše nedůležité	13,8
Okrajové	3,8

Pokud jsou zaměstnanci, kolik procent rozpočtu jde do sociálních sítí?

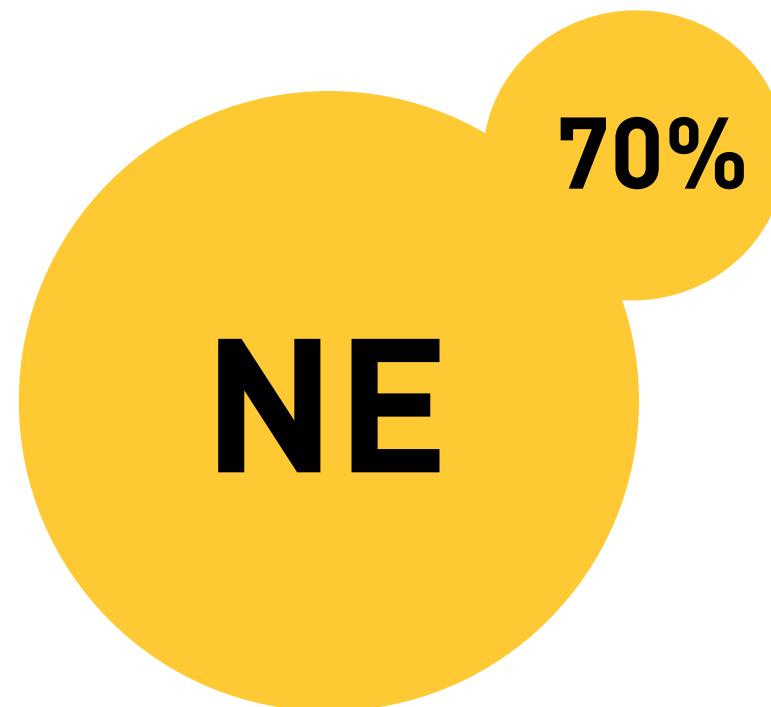
V součtu celých 31 % správců uvedlo, že mají nulový rozpočet, malý rozpočet, nelze ho určit, rozpočet nemají nebo nevědí jaký.

% z budgetu	zastoupení odpovědí v %
0	8
1–5	10
6–20	20
21–40	13
41–70	12
71–90	10
91–100	4
Málo	2
Nelze určit	2
Nemáme	8
Nevím	11

Pokud jsou freelanceři, pro koho nejčastěji pracují?

Pro koho nejčastěji pracují?	%
Firma	88,6
Agentura	6,3
Neziskovka	5,1

Pokud si dělají sítě jen tak pro radost, je jejich projekt ziskový?

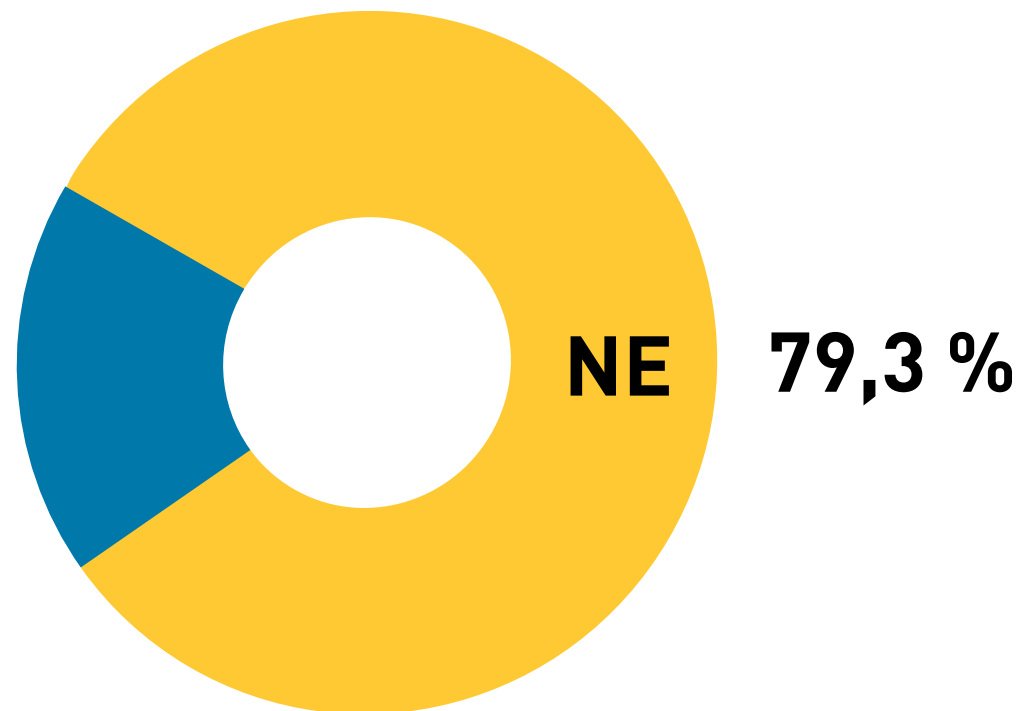


Jsou sítě hlavní pracovní náplní správců?

Jen 32 % správců uvedlo, že sociální sítě jsou jejich hlavní pracovní náplní. Ostatní se jim nemohou věnovat naplno, protože v rámci své pozice řeší i jiné povinnosti – nejčastěji ostatní marketing a PR, obchod, HR nebo IT. Celkem 53,3 % správců se věnuje sítím méně než 75 % svého pracovního času.

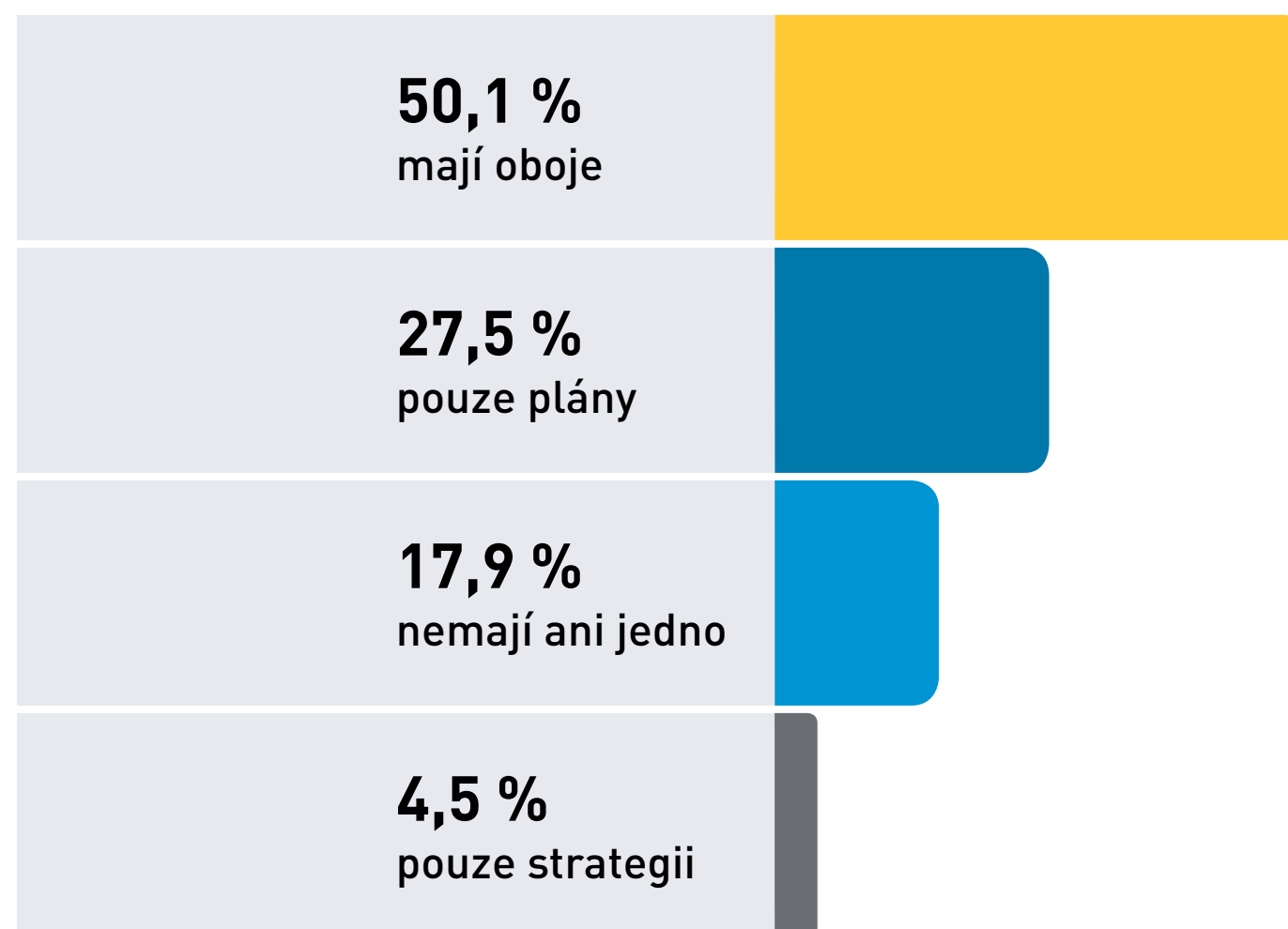


Pokud nejsou sociální sítě jejich hlavní náplní, věnují jim alespoň 75 % svého pracovního času?



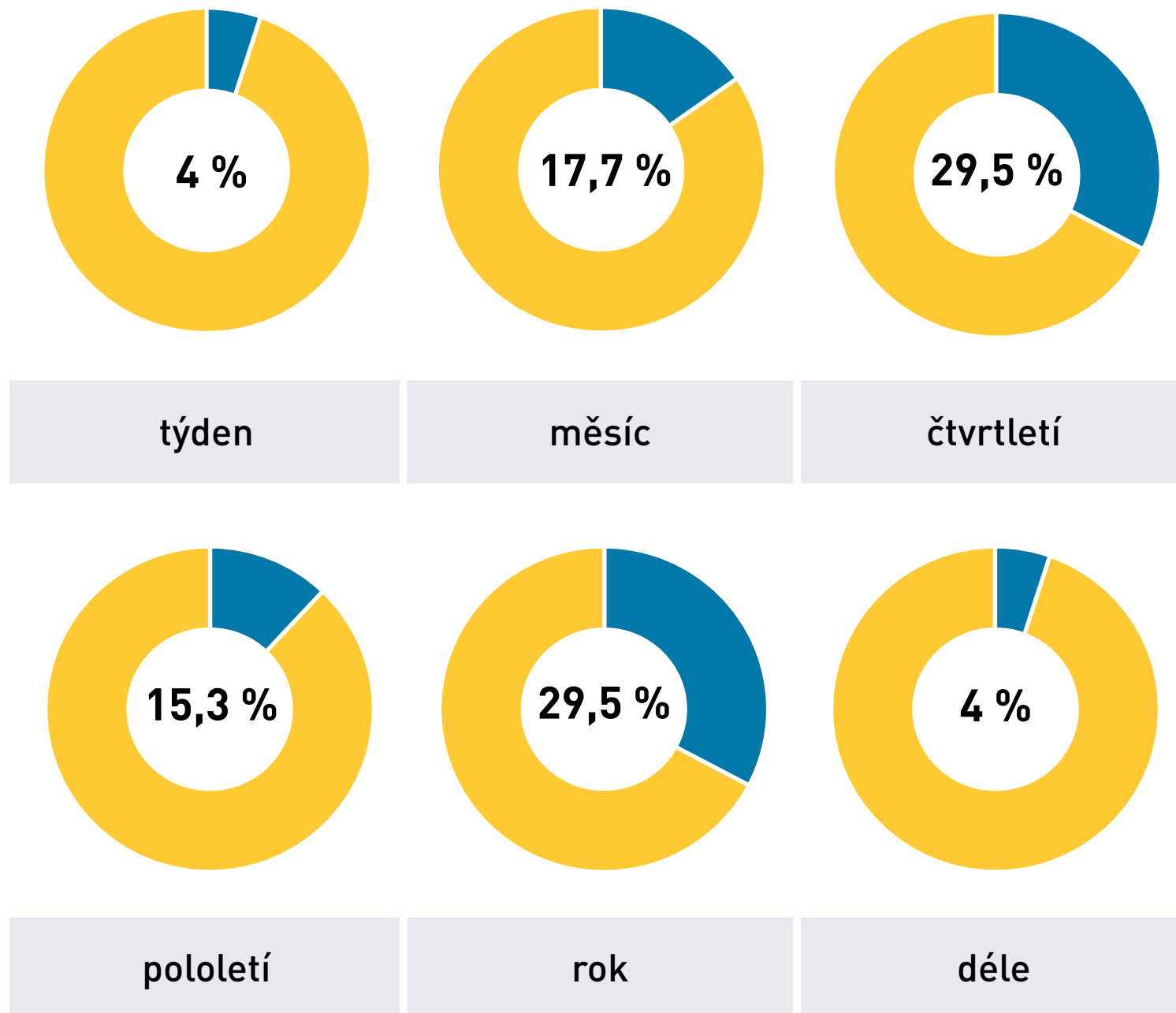
Řídí se správci předem vypracovanou dlouhodobou strategií, nebo krátkodobými plány?

Pouze polovina správců řídí síť strategicky a podle obsahového plánu.



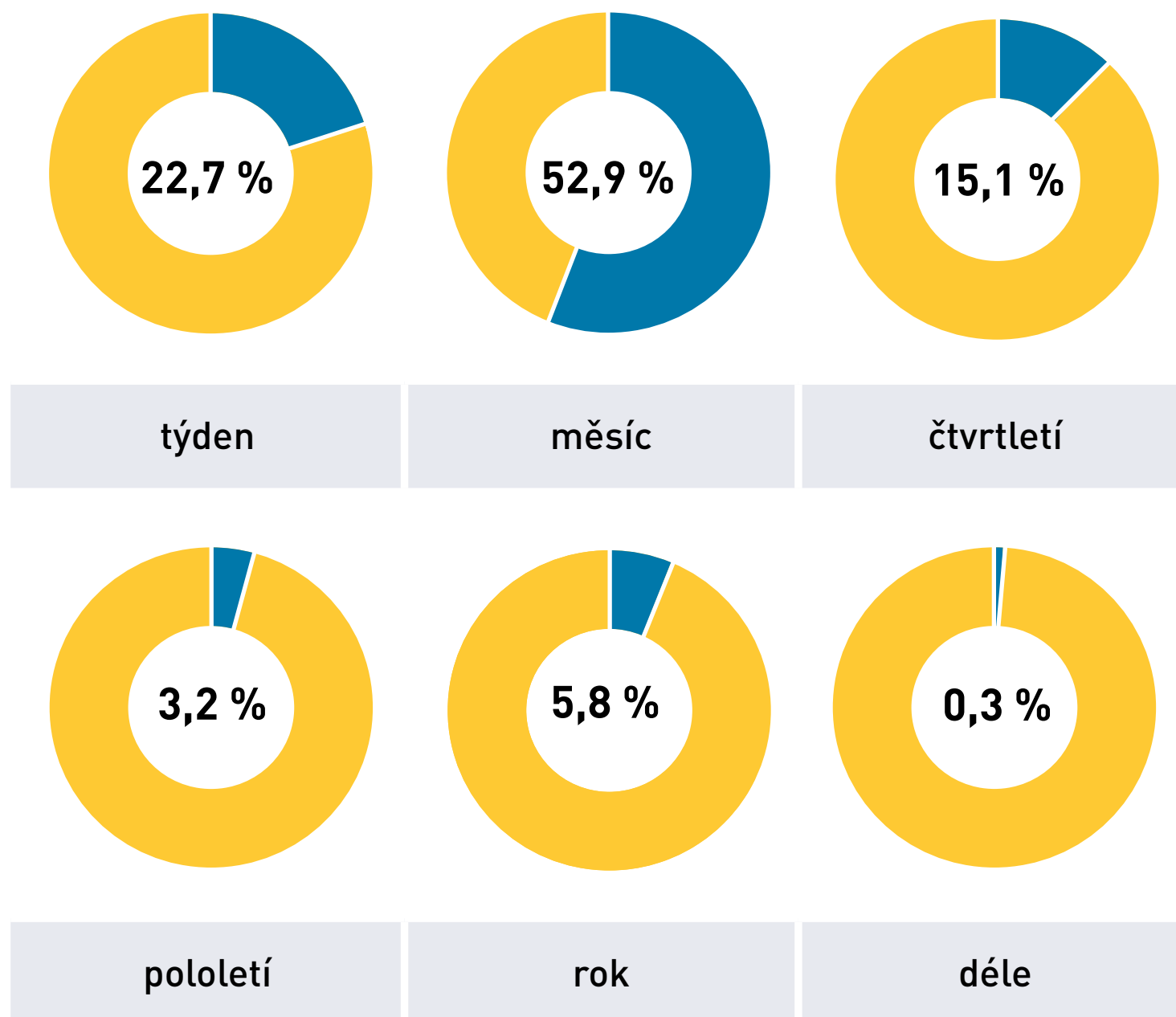
Na jak dlouho dopředu vytvářejí strategii?

Ti, kteří uvedli, že pracují se strategií, mají nejčastěji čtvrtletní a roční strategie.

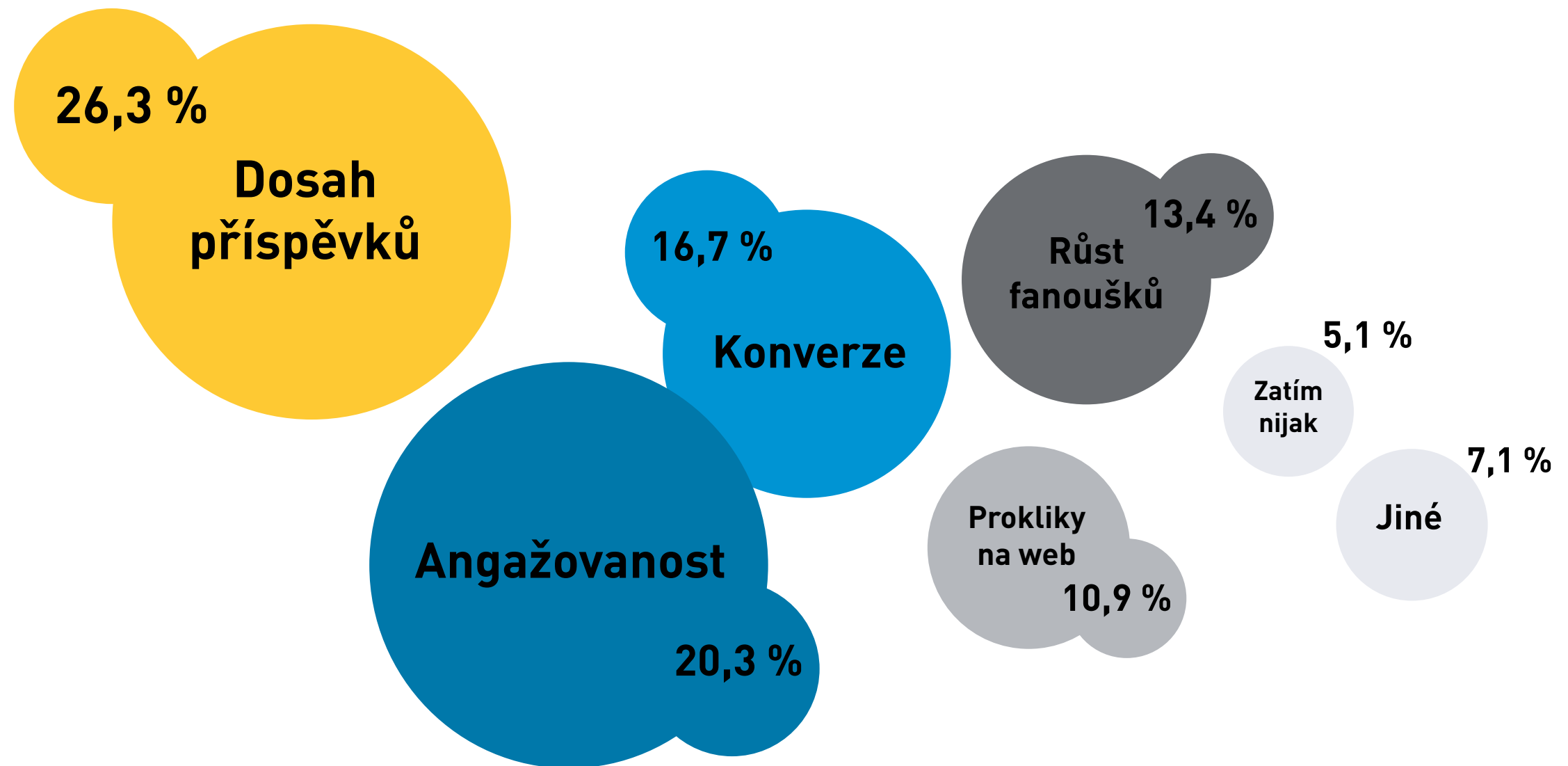


Na jak dlouho dopředu připravují plán?

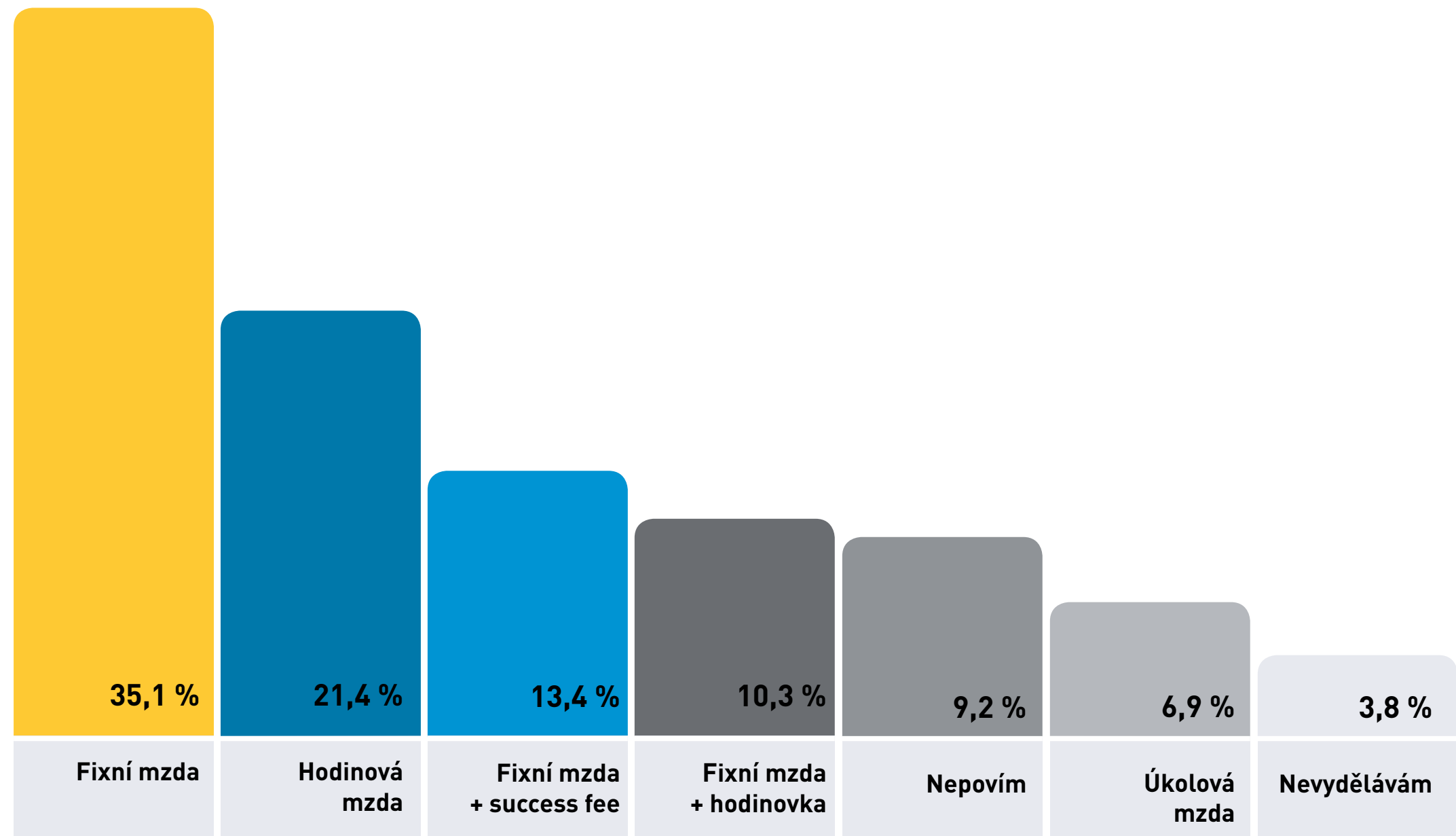
Pokud správci pracují s obsahovými plány, převahu má měsíční plánování.



Jak nejčastěji vyhodnocují úspěšnost?

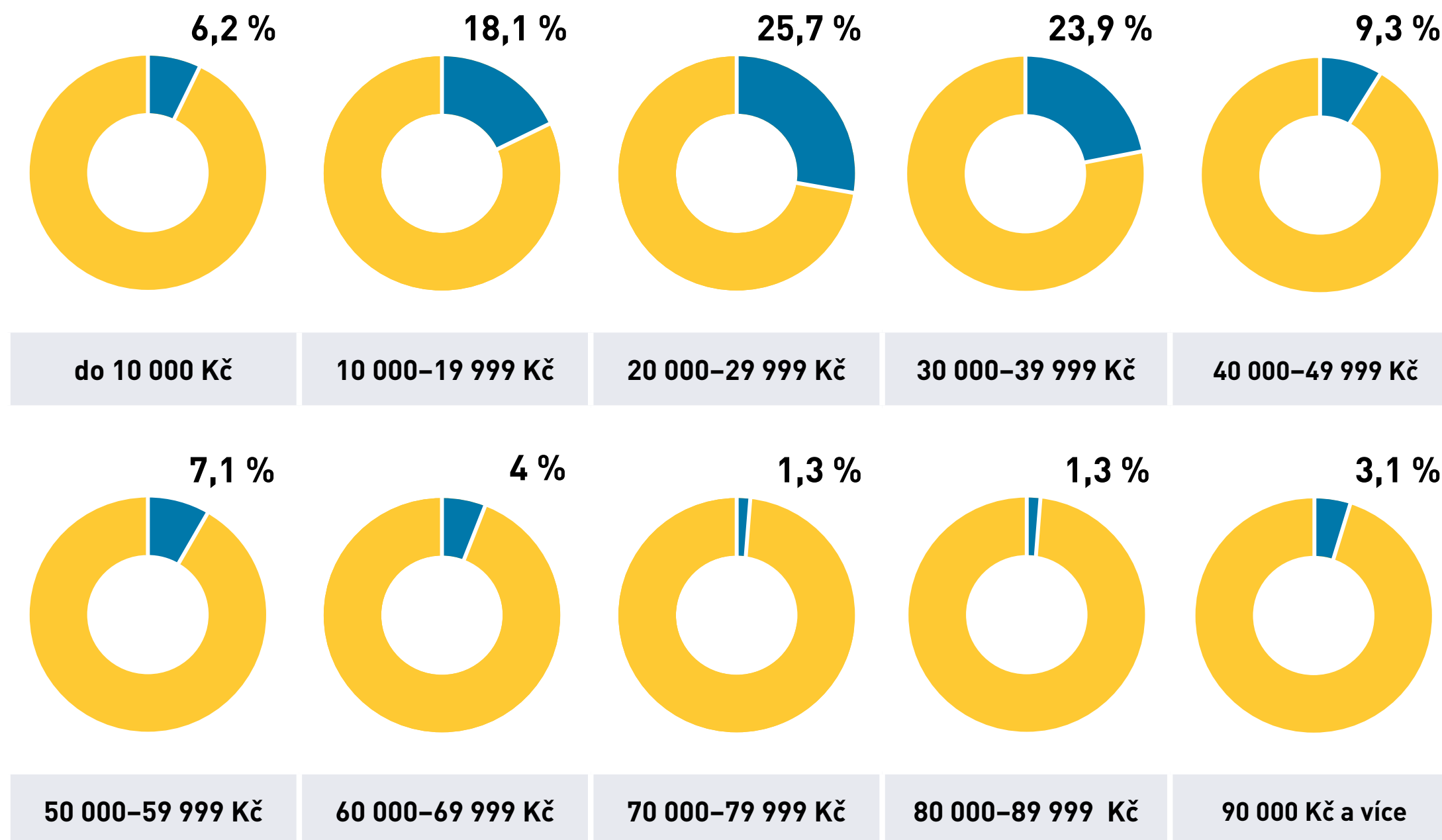


Jak jsou placeni?



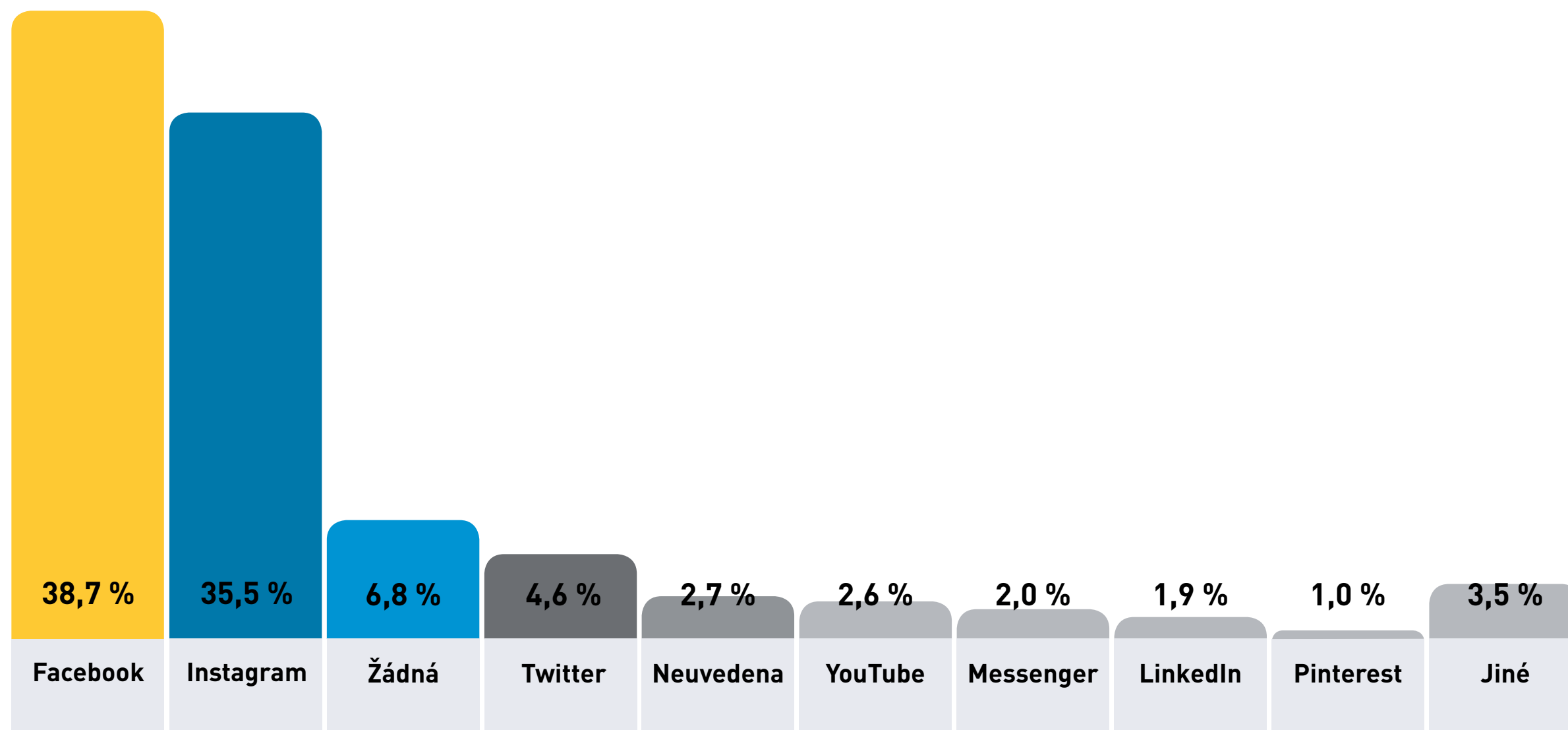
Jaký je jejich měsíční příjem?

Průměrný plat správců sociálních sítí je 33 700 Kč čistého.



Kterou síť by si vzali na opuštěný ostrov?

Chtěli jsme zjistit, kterou sociální síť správci považují za svou nejoblíbenější a nejpraktičtější. Tak jsme se zeptali, kterou by si vybrali, kdyby skončili na opuštěném ostrově a mohli si do mobilu nainstalovat jen jednu jedinou.



Proč právě tu?

Samozřejmě jsme byli zvědaví i na důvody výběru té které sociální sítě. Nejčastějšími argumenty pro **Facebook** byly kontakt s rodinou, šířka uživatelů, komplexnost a rozmanitost služby. U **Messengeru** a **WhatsAppu** byla také zmiňována rodina a přátelé, nejvíce kontaktů a možnost komunikace jeden na jednoho, u **Instagramu** jednoduchost, přehlednost, kreativita, pestrost, inspirace a pozitivita.

Na **LinkedInu** by si správci našli profíky, kteří jim z opuštěného ostrova pomůžou. **Pinterest** by jim usnadnil život na ostrově (DYI, návody, inspirace), případně poradil, jak se z něj dostat (vybudování lodi či letadla). Podobně dopadlo i **YouTube**, kde prý kromě návodů najdete i pestrý výběr obsahu pro zabíjení času. **Twitter** dotazovaní považují za stručný, informačně nejrelevantnější, rychlý, inteligentní a přínosný. Někteří uvedli, že by žádné sítě nechtěli – soustředili by se na přežití, měli by klid a žili si svůj život.

Nejvíc nás zaujaly argumenty pro **Pornhub** (získal 0,7 % odpovědí, stejně tak jako WhatsApp). Byly nekonkrétní, ale vcelku srozumitelné. Citujeme:

„Proč asi... :D“

„Ehm... proto! :D“

„To je zřejmé. :D“

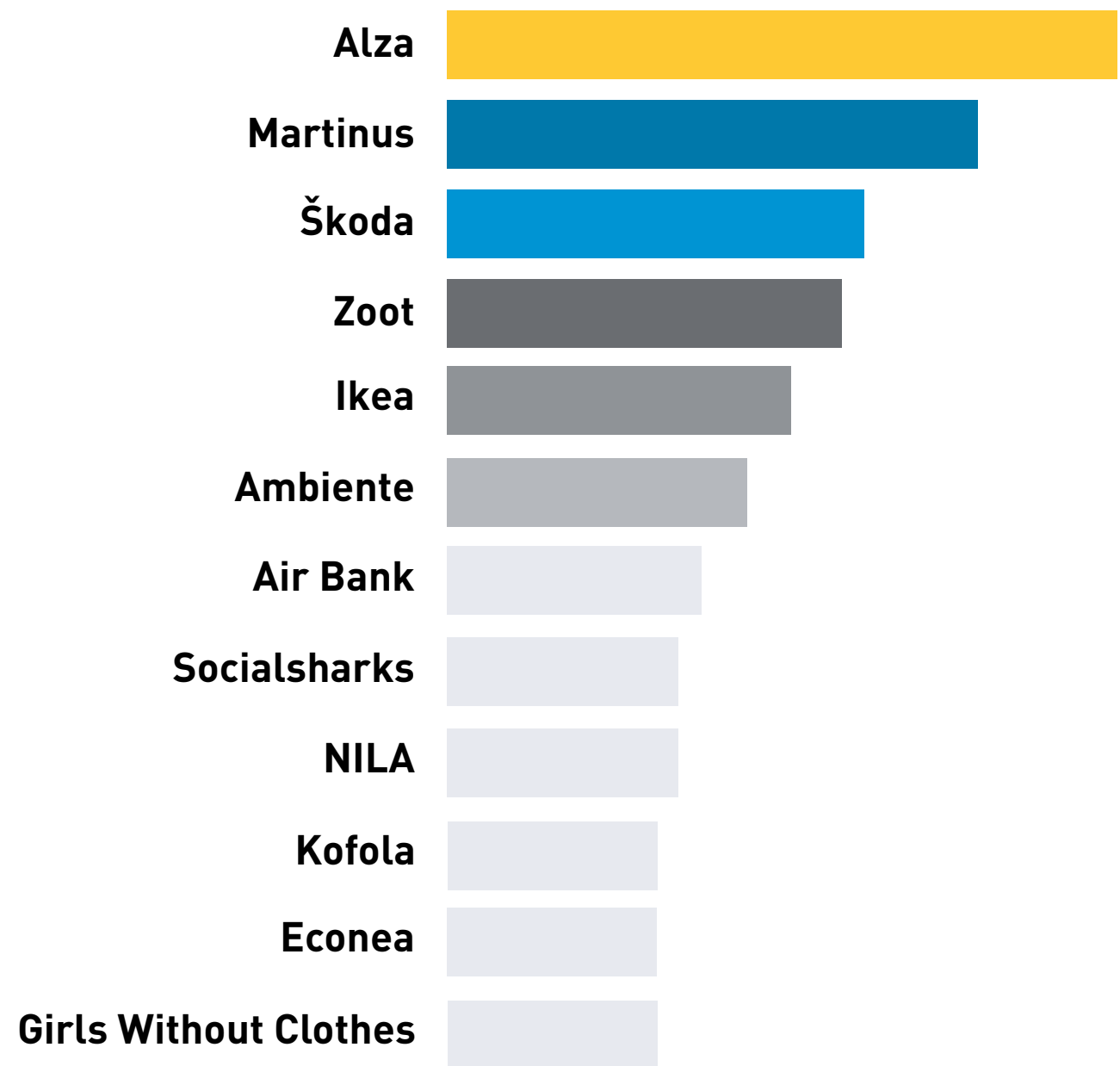
„Sám na opuštěném ostrově? Jakou jinou?“

„Asi není potřeba vysvětlovat.“

Která firma to dělá na sítích úplně nejlíp?

Které české firmy jsou vzorem pro správce sociálních sítí? I na to jsme se na závěr zeptali. Celkem dotazovaní zmínili 317 firem, z nichž ale jen 49 mělo 3 a více hlasů. Níže uvádíme 12 nejzmiňovanějších značek.

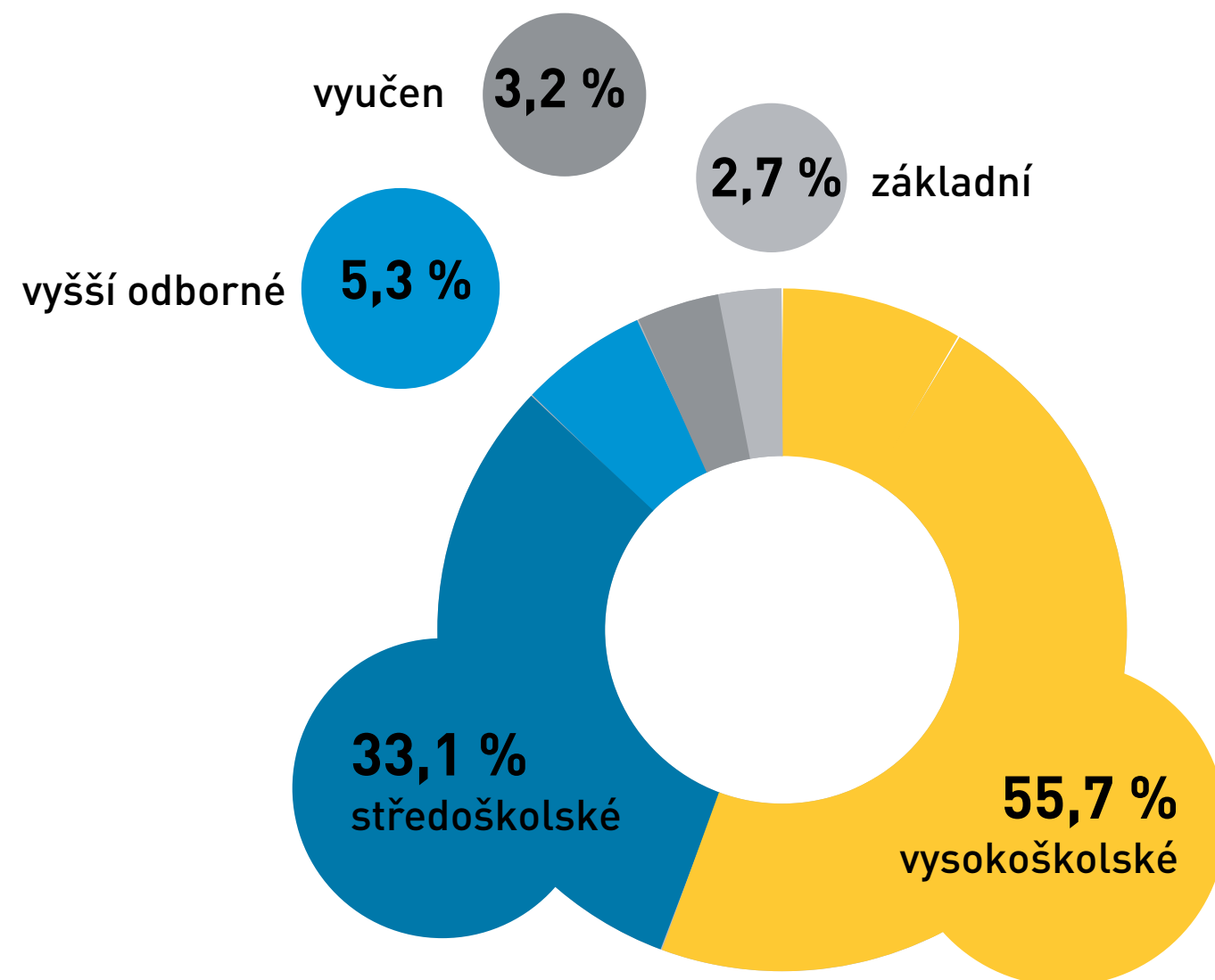




Z kterého kraje dotazovaní pocházelí?

Kraj	%
Hlavní město Praha	40,2
Jihomoravský	13,3
Středočeský	8,8
Moravskoslezský	7,1
Jihočeský	4,1
Liberecký	3,5
Pardubický	3,3
Plzeňský	3,3
Zlínský	3,3
Ústecký	2,9
Královehradecký	2,7
Olomoucký	2,7
Vysočina	2,3
Karlovarský	1,4
Zahraničí	1,1

Jakého nejvyššího vzdělání dosáhli?



Z jakého jsou oboru?

Obor	%
Obchod	15
Marketing, média, PR	11
Služby	10
Kultura, umění	9
IT, technologie	8
Vzdělávání, věda, výzkum	8
Gastronomie	7
Neziskový sektor	6
Cestování	5
Průmysl (strojírenství, energetika, zemědělství atd.)	5
Řemesla	5
Stavebnictví a reality	3
Státní a veřejná správa	2
Finance, pojišťovnictví	2
Personalistika	1
Zdravotnictví	1
Sport	1



Výzkum probíhal od prosince 2018 do září 2019 v messengeru facebookové stránky Eliška Vyhnánková. Chatbot byl vytvořen agenturou Feedyou ve spolupráci s autorským týmem knihy Jak na sítě. Výzkumu se zúčastnilo 934 správců sociálních sítí.

www.jaknasite.cz