10. DEŇ

Úloha:

Vyberte si miesta (kanály), kde budete svoju kampaň zdieľať.

Vysvetlenie:

Dnes si vyberieme miesta, kde všade budeme zdieľať informácie o kampani.

Premýšľajte, kde budete počas kampane komunikovať. Teda na ktorých platformách svoj obsah zverejníte.

Môže ísť o sociálne siete (Instagram, Facebook, Pinterest, TikTok, Youtube). Tiež emailový newsletter, web. Alebo aj offline kanály (napríklad letáčik do balíka s objednávkou pred spustením kampane).

Výber záleží na tom, **ktoré miesta už teraz používate**. Niekto môže používať iba jednu sociálnu sieť, niekto štyri. Všetko je v poriadku.

Dôvod prečo je potrebné si miesta naplánovať je ten, že každá platforma má iný formát (veľkosť príspevku a pod.).

Ako úloha zapadá do celkového procesu?

- V predchádzajúcich úlohách ste si určili čo budete hovoriť (téma, cieľ, obsah).
- Teraz si stanovíte **kde to budete hovoriť.** Aby ste kampani dali jasný plán.
- V ďalších úlohách sa budete venovať konkrétnej tvorbe obsahu a plánovaniu jeho publikácie.

10. DEŇ

Vaša úloha:

- Napíšte si zoznam všetkých kanálov, na ktorých chcete kampaň komunikovať.
- Pri každom kanáli si ujasnite, čo tam chcete zverejňovať (príspevky, stories, reels, články, emaily...).
- Zvážte aj to, koľko energie zvládnete do jednotlivých kanálov investovať. Radšej menej, ale kvalitne, než sa roztrieštiť.

Ako nad tým uvažovať?

- Napríklad **napíšte podrobný článok** / články, ktoré postupne umiestnite na váš blog alebo blog handmade portálov.

- **Z článkov vytvoríte emailový newsletter**. Ako odkaz na článok alebo časť textu, ako propagáciu smerujúcu na eshop.

- Článok rozdelíte na menšie časti. A úpravou **z nich vytvoríte príspevky, carousel alebo videá**.

Hlavné myšlienky budú **vaše body zo stratégie obsahu** (úloha č.7).

Nemusíte vytvárať úplne nové texty na rôzne mieste. **Iba ich prispôsobíte konkrétnej sociálnej sieti**.

Niekto radšej číta články, iný sleduje videá alebo obrázky. Použitím viacerých kanálov a formátov pokryjete viac typov zákazníkov.

10. DEŇ

Nebudete uverejňovať všetko naraz, ale s odstupom, v inom čase alebo v inej časti kampane. To pomáha udržať konzistentnú komunikáciu a opakovane pripomínať tému bez pocitu spamu.

Príklady:

- Instagram: reels, stories, carousel príspevky.
- Facebook: reels, stories, odkazy na eshop (obchod na handmade portáli), príspevky v skupine, platené reklamy.
- Pinterest: idea piny a klasické piny s odkazom na web.
- Newsletter: séria 3 emailov počas kampane.
- Web / Eshop: článok na blogu a banner na úvodnej stránke.
- Článok na handmade portáloch.

Ak niečo z toho nemáte, pracujte s tým, čo ste doteraz používali.

10. DEŇ

Poznámky: