

Jak na úspěšnou firemní komunikaci a prezentaci

>>>

na sociálních sítích

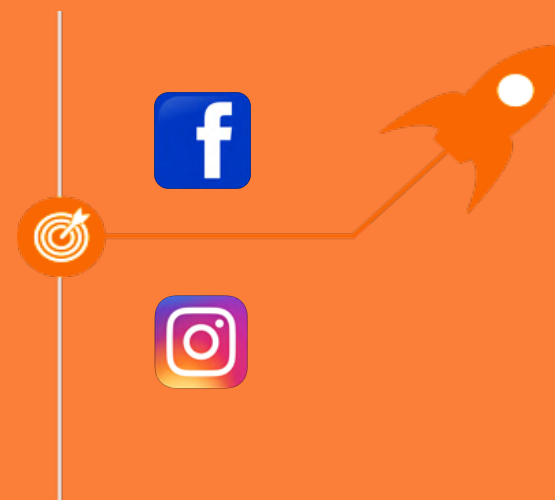
23.03 | 10:00
a 13.04 | 12:00



Diana Zadáková
Social Media Manager



Kristýna Bartoňová
PPC manager



“We don’t have a choice on whether we **DO social media, the question is how well we **DO** it.”**

– Erik Qualman



Kristýna Bartoňová

PPC manager

bartonova@evisions.cz

www.evisions.cz



Diana Zadáková

Social media manager

zadakova@evisions.cz

www.evisions.cz





I. část



II. část

1. Úvod do sociálních sítí – charakteristika, data
2. Čtyři principy úspěchu na sociálních sítích
3. Prezentace na FB, Instagramu, LinkedIn prakticky



I. část



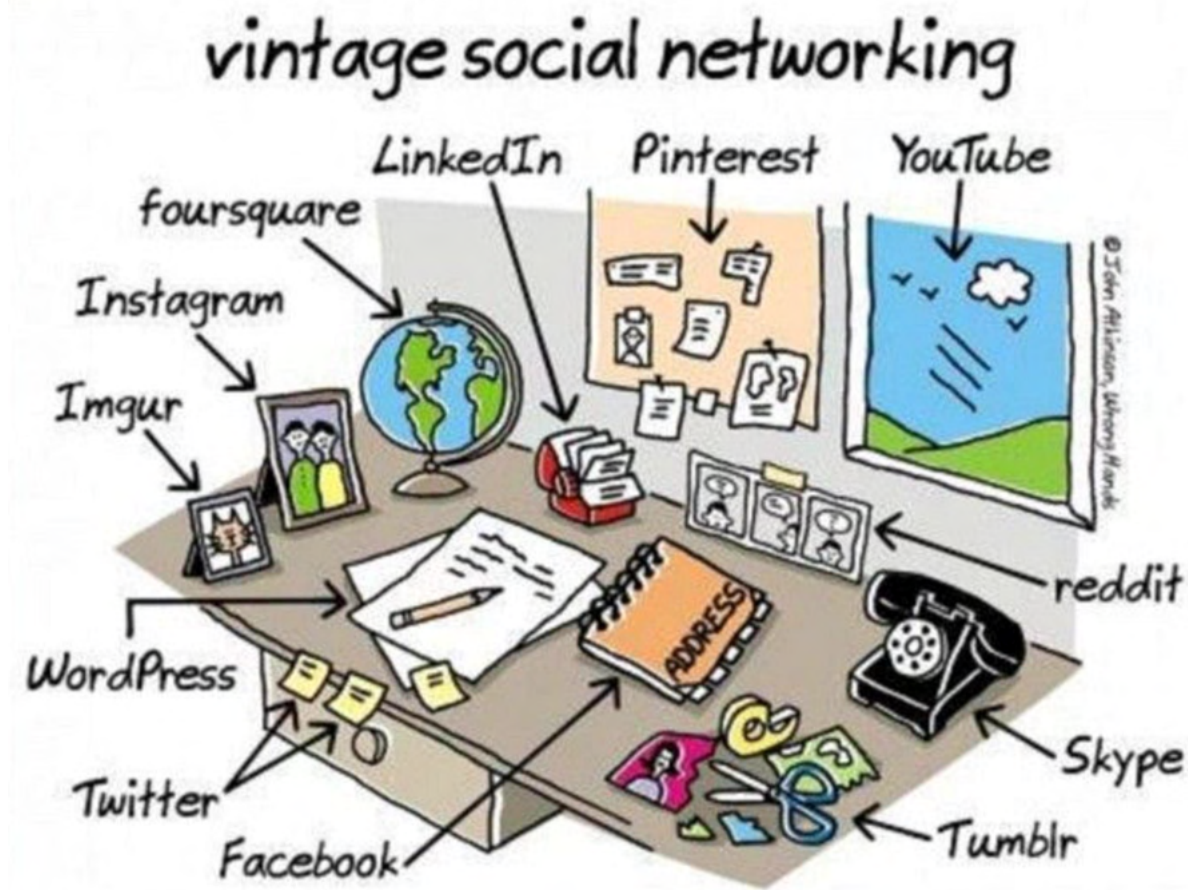
II. část

1. Kdy a jak investovat do reklamy na sociálních sítích?
2. Sociální sítě a jejich využití pro B2C a B2B firmy
3. Sociální sítě a možnosti reklamy
4. Reklama na Facebooku, Instagramu a LinkedInu

1. Sociální sítě – charakteristika, data



Bylo nebylo... SVĚT BEZ INTERNETU



Nejpopulárnější platformy sociálních sítí.

V čem se liší?



Social media explained with coffee



I like coffee.



I am drinking #coffee.



I am good at drinking coffee.



Watch me as I drink coffee.








Follow my feed full of #coffee.



Watch me dancing while drinking coffee.

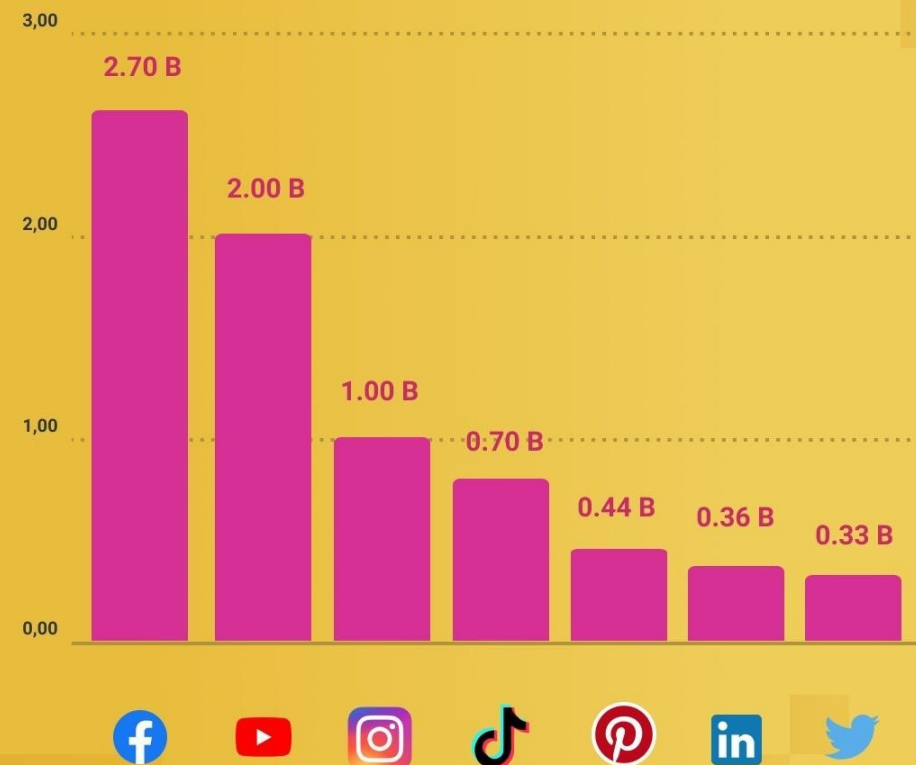
@diankaella

- 1  TikTok
- 2  Facebook
- 3  WhatsApp
- 4  Zoom
- 5  Instagram

V roce 2020 se stal TikTok celosvětově nejstahovanější mobilní aplikací.

 socialpark

Social Media Networks Ranked by Number of Monthly Active Users in Billions



Source: Platform Data
Date Range: October 2020

 socialbakers

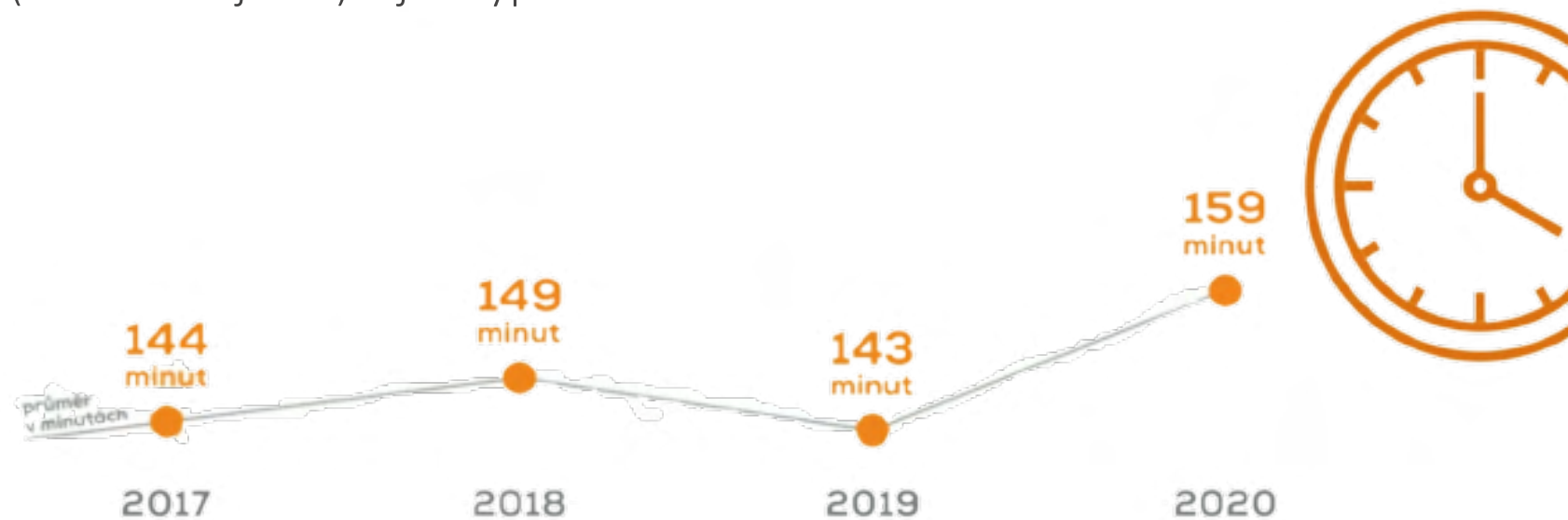


	Facebook	YouTube	Instagram	LinkedIn
Demographic	All ages, 53 % female	All ages, 62 % male	Most 18-29	Most 25-54, 56 % male
Format	Text, image, video	Video	Image, video	Text with video
Great for	Promoting, building community, branding	Solving problems with tutorials, fun	Branding, making personal connections, promoting	B2B lead generation, recruiting
Challenge	Low organic reach	Time and resource intensive	Creativity required	Get followers on business profile
Marketing goals	Build community, branding, sales	Attract new customers, customer care	Connect with (potential) customers	Become thought leader

Zdroj: Socialmediatoday

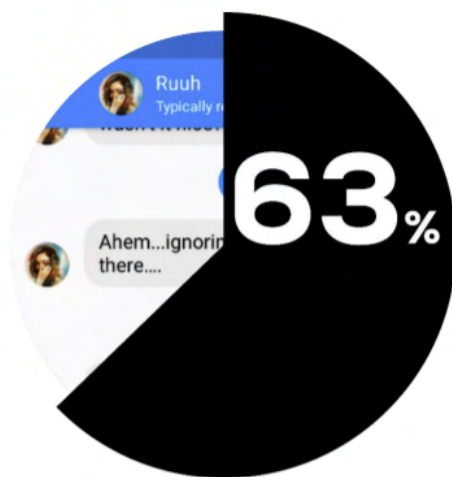
Sociální sítě v ČR

- Češi tráví na sítích v průměru více než **dvě a půl hodiny denně**, 16 % lidí více než 4 hodiny denně
- Díky soc. sítím **neztrácíme své slabé sociální vazby**, každý náš like je signál: vím o tobě a pořád se s tebou chci kamarádit
- Na sociálních sítích komunikujeme „many-to-many“
- Každý má takový Facebook, jaký si zaslouží (Adam Zbiejczuk) – jak vypadá ten váš?



Sociální sítě v ČR

- Proč Češi tráví na sítích dvě a půl hodiny denně?



KONTAKT
S PŘÁTELI



ZÁBAVA



ZDROJ
INFORMACÍ

Příležitosti a výzvy

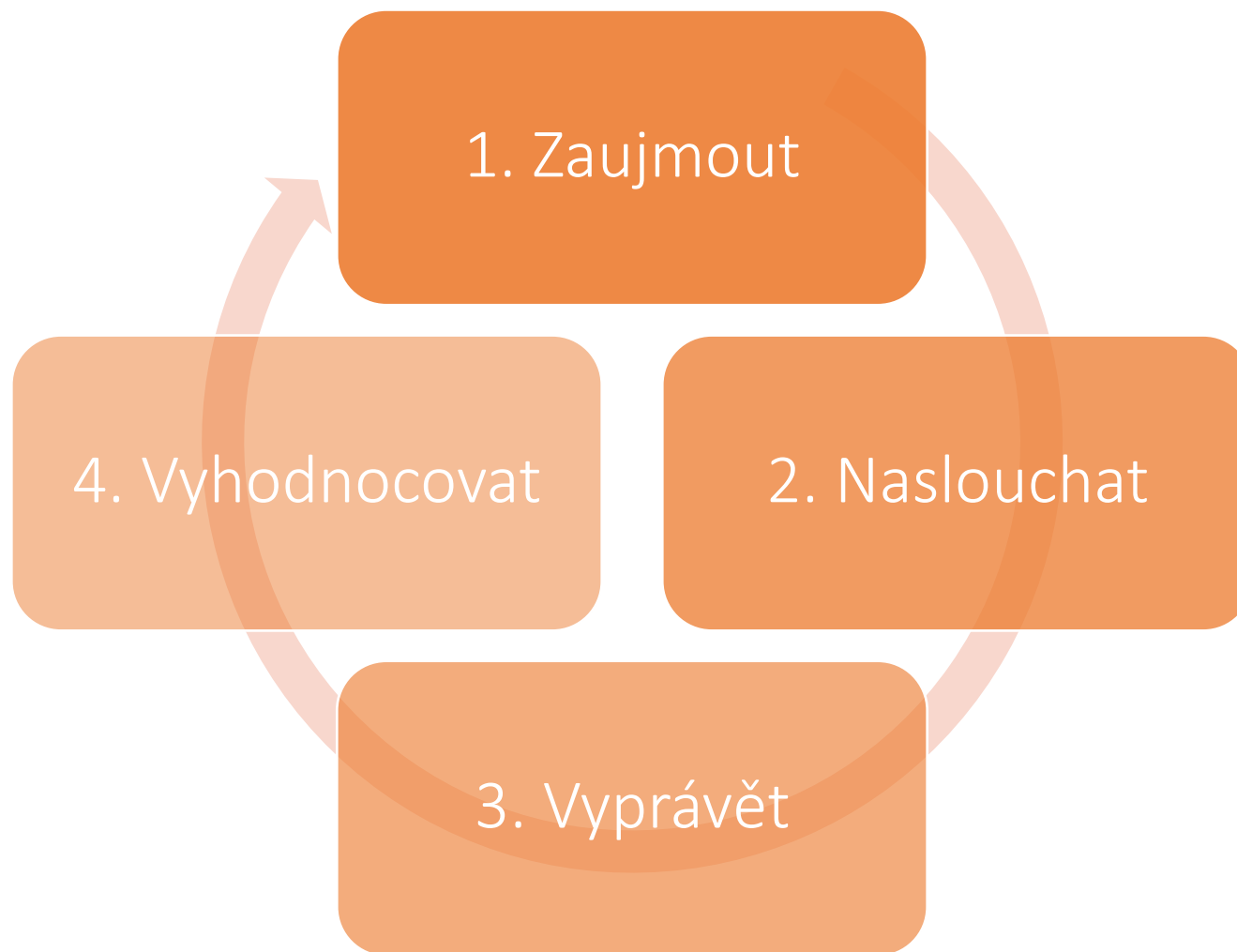
- ✓ Čím dál větší počet lidí na sociálních sítích
 - ✓ Čím dál více stráveného času na sociálních sítích
 - ✓ Facebook stále vede
 - ✓ Potenciál je ale i na jiných platformách
 - ✓ Generace Z stárne a roste její nákupní potenciál
- Čím dál větší konkurence
 - Větší bannerová slepota
 - Čím dál nižší organický dosah
 - Nutná strategie
 - Důraz na kreativitu

2. Čtyři principy úspěchu na sociálních sítích





Úspěšné značky na sociálních sítích umí:

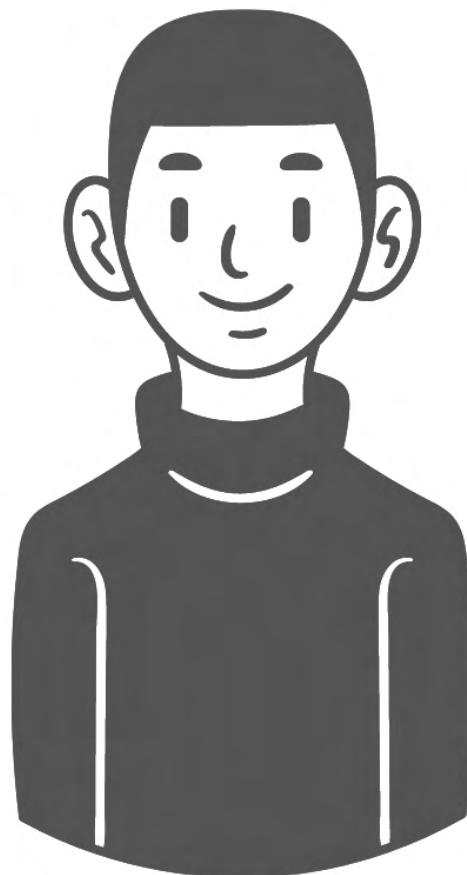


Zdroj: Jak na sítě (Michelle Losekoot, Eliška Vyhnánková)



Jak se chová běžný uživatel sociálních sítí (Karel)

- Jde mu jen o sebe.
- Je zmatený.
- Je líný.
- Je roztěkaný.
- Je nepozorný.
- Je znuděný.
- Je zmlsaný.
- Nevěří vám.
- Všechno už viděl.
- Nemá čas.



Karel

Úkol: Zaujmout Karla!



Proč Karel chodí na sociální sítě?

- Chce zůstat v obraze. (FOMO)
- Buduje obraz sám sebe.
- Buduje smečku (fanbase).
- Rozšiřuje obzory.
- Chce se bavit.



Karel

Umění zaujmout
=
získat pozornost

Zdroj: Jak na sítě (Michelle Losekoot, Eliška Vyhnánková)



Co si odnést pro firemní komunikaci?

1. Neustále se ptejte „Dá to Karel?“
2. Na social se **chodíme bavit**.
3. Lidé chtějí **být v obraze**, vědět věci první, určovat trendy!
4. Nechte lidi vyprávět **příběhy**.
5. Dejte lidem příležitost **někam patřit**.
6. Lidé chtějí budovat **lepší obraz sami sebe**. Jak jim s tím pomáháte?
7. Nemluvte reklamštinou. Ve feedu musí váš příspěvek „zapadnout“ do komunikace mezi dvěma přáteli.
8. Nepublikujte na všechny sítě stejný obsah. Každá si zaslouží **jinou verzi příběhu...**

Než začnete lovit zákazníky, měli byste si ujasnit, **co chcete a jak toho dosáhnete.**

Štěstí přeje těm, kteří myslí strategicky!

Jak se tvoří strategie pro sociální sítě?

Firemní strategie

Obchodní a marketingová strategie

Social media strategie

Co musíte vědět, než začnete tvořit social media strategii

1. **CO** - Kdo jste, co prodáváte, jaké jsou vaše hodnoty
2. **KOMU** - Kdo jsou vaši zákazníci, jaké jejich potřeby váš produkt řeší
3. **PROČ** - Kdo jsou vaši konkurenti, vaše USP, kdo je váš benchmark, kdo vás inspiruje
4. **JAK** - Jaké máte dlouhodobé a krátkodobé cíle, jaká je vaše marketingová / obchodní strategie
5. **KDE** - Na jakých sociálních sítích chcete být vidět a za jakým účelem

Co by měla obsahovat social media strategie

1. Analytická část

- Analýza současného stavu profilu na sociálních sítích
- Analýza prezentace konkurence na sociálních sítích

2. Strategická / business část

- Návrh vhodných cílů pro sociální sítě, metrik a KPI
- Popis cílové skupiny a možné způsoby jejich oslovení skrze sociální sítě
- Identifikaci klíčových marketingových sdělení pro jednotlivé platformy sociálních sítích a zakomponování USP

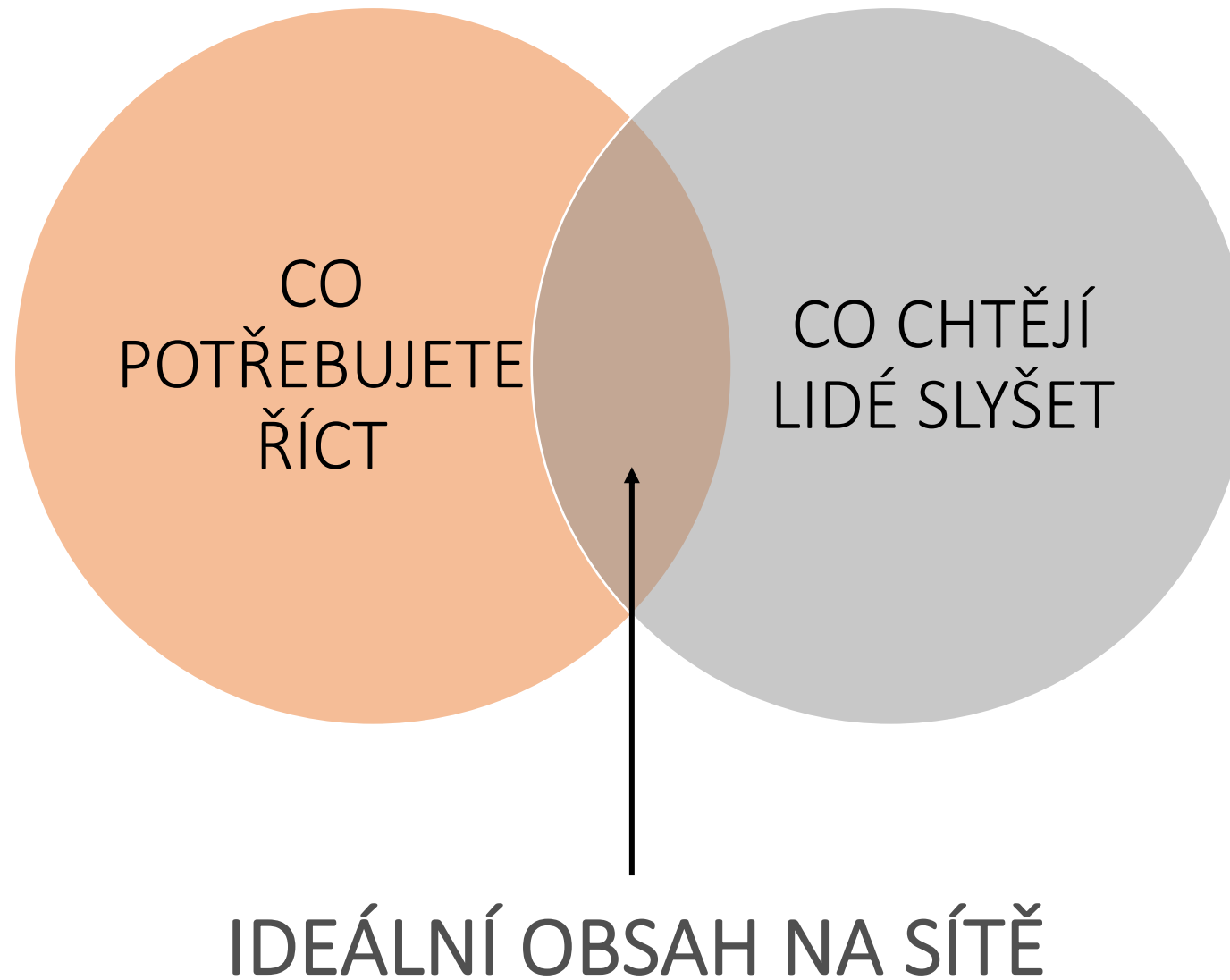
3. Obsahová a komunikační strategie

- Doporučený tone of voice pro komunikaci značky na sociálních sítích
- Návrh kreativní strategie
- Vizuální obsah - práce s fotkami, grafikou a videi – doporučené formáty (příspěvků), rozměry, atraktivita, relevance
- Určení frekvence publikace

4. Strategie placené propagace (tj. pro reklamy na sociálních sítích)

- Návrh vhodného cílení kampaní
- Návrh rozpočtu a odhad výkonu

5. Akční plán





Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava

IKEA 30 September 2020 · 🌐

I když zrovna nevykopete auto a nebude z vás milionář, pořád se můžete stát vášnivým zahrádkářem. 🌱 V IKEA máme květináče pro všechny druhy zeminy.

Aby při hledání pokladu nepřišla hlína nazmar

DAIDAI
Květináč, 9 cm
39,-

Click to view products

4.4K 94 comments 100 shares

MIXIT.cz - NAMÍCHEJ SI SVOJE MÜSLI 13 December 2020 · 🌐

Věštecká SOUTĚŽ o 3 poukazy. Hlasujte, jestli budou Vánoce na sněhu nebo bez sněhu. Určitě ale budou plné dobrot! 😊

Vánoční nadílka Mixit 🎁🌲 <http://mix.it/vanoce-s-chuti>

P.S.: Mixit jede na plné obrátky a vaše balíčky předáváme dopravcům již 1 den od zaplacení! 😊... See more

VÁNOCE:
NA SNĚHU **BEZ SNĚHU**

S CHUTÍ MIXIT

0:07 / 0:10

954 423 comments 31 shares



Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava

2. Vzdělání a inspirace

TOP 3 knihy o sociálních sítích

Jak na sítě
(M. Losekoot, E. Vyhnánková)

Ovládněte 4 principy úspěchu na sociálních sítích. Značky musí umět zaujmout, naslouchat, vyprávět a vyhodnocovat.

**Milion sledujících:
Jak získávat nové followery na sociálních sítích**
(B. Kane)

Jak rychle získat velké množství sledujících, jak vytvářet osobní, unikátní a hodnotný obsah a budovat svoji značku skrze populární platformy?

Digitální minimalismus
(C. Newport)

Zkroťte návykové technologie a získejte zpět svůj čas a koncentraci.

@diankaella

Jak si oblíbit běh, když tě nebaví?

Najdi si parťáka **Sleduj svůj progres v appce** **Zpomal tempo**

Běhej s hudbou **Střídej trasy** **Připomínej si „proč“**



Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava
2. Vzdělání a inspirace
3. Zákulisí



Tomáš Červenka and 507 others 106 comments 3 shares





Co na ty sítě pořád dávat?

1. Zábava
2. Vzdělání a inspirace
3. Zákulisí
4. Prodej

MIXIT.cz - NAMÍCHEJ SI SVOJE MÜSLI ✓
6 February at 14:02 · 🌐

🍓❤️ Nejprve se vám na jazyku rozpustí osvěžující jahodový prach, který zjemní bílá čokoláda s jogurtem 🙌 <http://mix.it/zamilovane-mandle>

MIXIT.CZ
Pražené mandle s jogurtem a jahodami Shop Now

835 131 comments 33 shares

Alza.cz
Sponsored · 🌐

Právě teď k myčkám Bosch tablety Finish Quantum ultimate na šest měsíců ZDARMA! 🌟

ALZA.CZ
S myčkami Bosch vždy sázíte na jistotu.
Společnost Bosch přichází s výhodnou akcí, ve které můžete získat ke každé z... Shop Now

183 16 comments 1 share



Už víte, jaké okruhy sdílet. Nyní přichází na řadu forma.

- Návody
- Case studie
- Grafy
- Komiksy
- Recenze
- Soutěže
- Ilustrace
- FAQ
- Webináře
- Infografiky
- Rozhovory
- Mindmapy
- Meme
- Články
- Hry
- Aplikace
- Fotky
- Video
- Výzkumy
- Kvízy
- Citáty
- Vlogy
- Události
- Názory
- Seznamy
- Checklisty
- Tipy a triky
- Upoutávky
- Gify
- Galerie
- Ankety
- Podcasty
-



Metriky vybírejte dle cílů

Co vás zajímá?	Metrika	Co to znamená?
Jak dobře jsme vidět	Dosah (reach)	Počet oslovených uživatelů
	Zobrazení (impressions)	Počet zobrazení uživatelům
	Zhlédnutí (video views)	Počet uživatelů, kteří viděli alespoň 10s
	Návštěvy profilu (profile visits)	Počet návštěv profilu
Jak se daří zapojovat publikum	Zapojení (engagement)	Počet liků, komentářů, sdílení, kliknutí
	Engagement Rate	Kolik % lidí z těch, co obsah viděli, na něj zareagovalo
	Uložení (savings)	Počet uložení příspěvku
Jaký je zájem o produkty/služby	Kliknutí (link clicks)	Počet prokliků na odkaz / web
	Konverze, leady	Počet / výše konverzí a leadů ze sociálních sítí



Shrnutí

1. Facebook jako průkopník sociálních sítí.
2. Potenciál je i na jiných platformách.
3. Lidé vás budou na sociálních sítích hledat!
4. Úspěšné značky na sociálních sítích umí: zaujmout, naslouchat, vyprávět a vyhodnocovat.
5. Zaujmout = umění získat pozornost (Karla).
6. Naslouchat = pochopit cílovou skupinu, začít strategií.
7. Přizpůsobte vyprávění sociální síti, vytvořte si obsahový plán.
8. Vyhodnocujte, a podle toho upravujte další obsah.

3. Praktická část – FB, Instagram, LinkedIn





Dva základní modely, jak (na Facebooku) prorazit:

1. Organicky



- Nutný kvalitní obsah
- Umět naslouchat, vyprávět
- Důraz na community

2. Výkonnostně



- Placená inzerce
- Nutné znalosti o FB ads, analytice
- Různé možnosti cílení



Formáty příspěvků na FB:

- Fotografie
- Videá
- Fotoalba
- Carousel
- Pool (kvízy)
- Živá vysílání
- Události a nabídky
- Texty
- 360° obsah
- 3D posty
- Link posty
- Stories



Jak funguje lidské oko aneb co zaujme?

1. Fotka
2. Copy (textace)
3. Značka, které to sdílela
4. Počet komentářů, liků atd.



D.A.S. ČR
53m · 🌐

Není pro nás podstatné, zda spíte na zádech, nebo na břiše. 😬 Ale máme radost, když díky nám spíte klidně a bez starostí! 🇨🇪



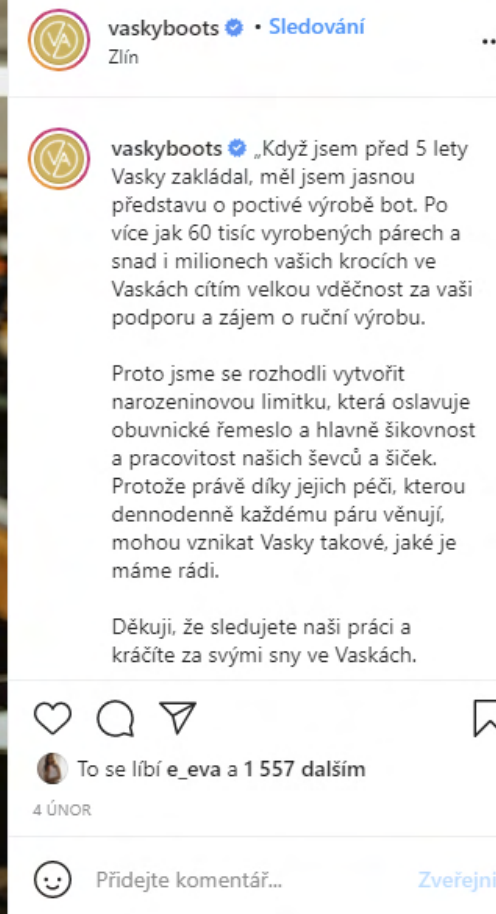
👍👎😬 Maki Kuchynková and 64 others

9 comments 4 shares



Charakteristika Instagramu

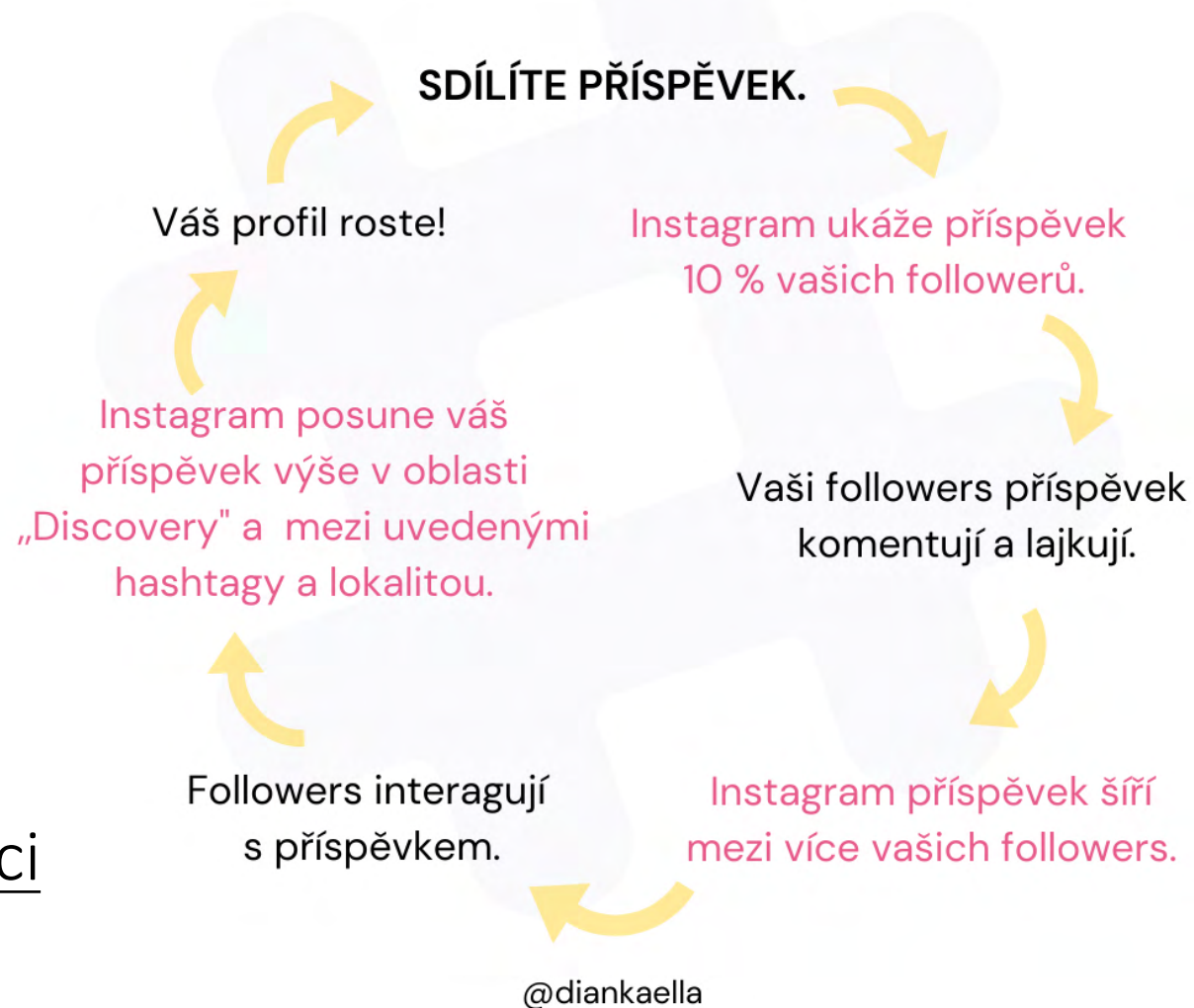
- Inspirujte
- Ukazujte krásné fotky, cool videa
- Poodhalujte zákulisí
- Vyprávějte svůj příběh
- Bavte
- Dělejte radost
- Motivujte



! Dejte lidem důvod, proč vás sledovat!



Jak zjednodušeně funguje algoritmus Instagramu?



bit.ly/instagram-sledujici



	Feed post	Stories	IGTV	Reels
Content Type	Evergreen	Ephemeral	Evergreen	Ephemeral and ephemeral
Media Format	Square or vertical images / videos	Vertical images / videos	Vertical and Landscape videos	Vertical Video
Length	Video max 1min	Max 15s	Max 15 min (from mobile) Max 60 min (from web)	Max 30s
Perfect for	Regular content	Behind-the-scenes	Long videos (educational)	Short (funny/cool) videos
Great way to engage	Current and new audiences	Current Audience Base	Current and new audiences	New Audiences



#1 Vytvořte firemní stránku na LinkedIn

Vytvořit stránku LinkedIn

Udržujte spojení se svými zákazníky, zaměstnanci a profesní komunitou na LinkedIn. Pro začátek zvolte typ stránky.

- Malé podniky**
Méně než 200 zaměstnanců
- Střední a velké podniky**
Více než 200 zaměstnanců
- Stránka produktu**
Podstránky spojené se stávající stránkou
- Vzdělávací instituce**
Školy a vysoké školy

<https://www.linkedin.com/company/setup/new/>



#2 Vyplňte potřebné údaje

Logo

Přidejte logo vaší firmy a úvodní foto – dejte firmě „tvář“.

Přehled

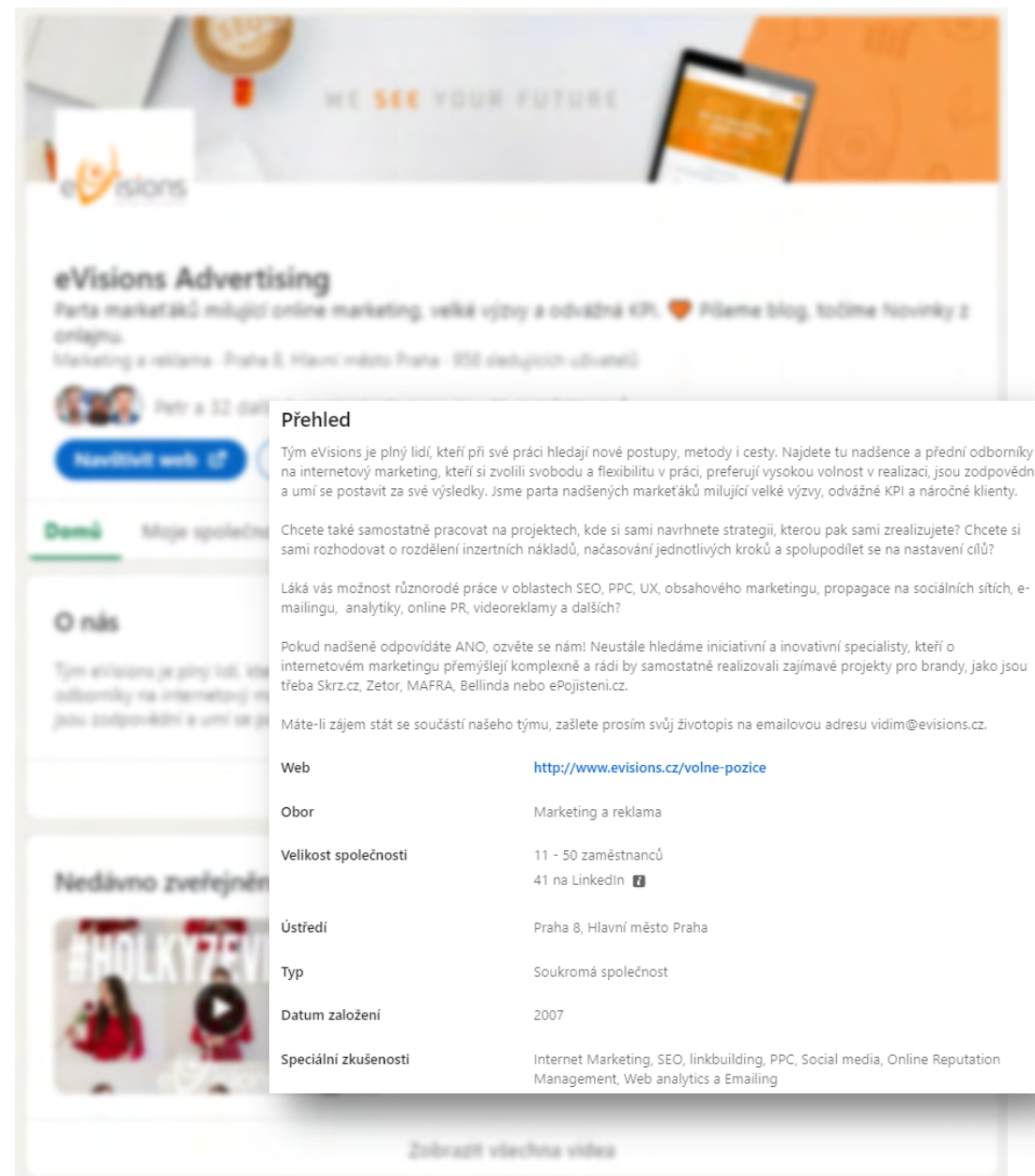
Použijte relevantní výrazy a fráze, které popisují poslání a účel vaší organizace (členové LinkedIn mohou vyhledávat podle klíčových slov).

Informace o organizaci („O nás“)

Zadejte adresu URL svého webu, vyberte odvětví, velikost společnosti.

Tlačítko výzvy k akci

Přizpůsobte si tlačítko tak, aby odpovídalo vašim cílům.





#3 Konzistentně komunikujte

- ✓ Edukativní posty – thought leadership
- ✓ Blogové příspěvky
- ✓ Zmínky v médiích
- ✓ Novinky, aktuality ze společnosti
- ✓ Sdílení nových zaměstnanců nebo otevřené pozice

eVisions Advertising
958 sledujících uživatelů
1 týden • 🌐

Chcete se dozvědět více o tom, jak svoji firmu co nejlépe prezentovat na sociálních sítích? 📺 Tak byste si neměli nechat ujít **CzechTrade** přednášku od našich manažerek, **Diana Zadáková** a **Kristýna Bartoňová**. ❤️ <https://lnkd.in/dy3Au58>

evisions | CzechTrade | ONLINE SEMINÁŘ

Jak na **úspěšnou firemní komunikaci a prezentaci**
na **SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH**

23.03 | 10:00
a 13.04 | 12:00

Diana Zadáková
Kristýna Bartoňová
PPC manager

Otagovaní: Vy a 2 další

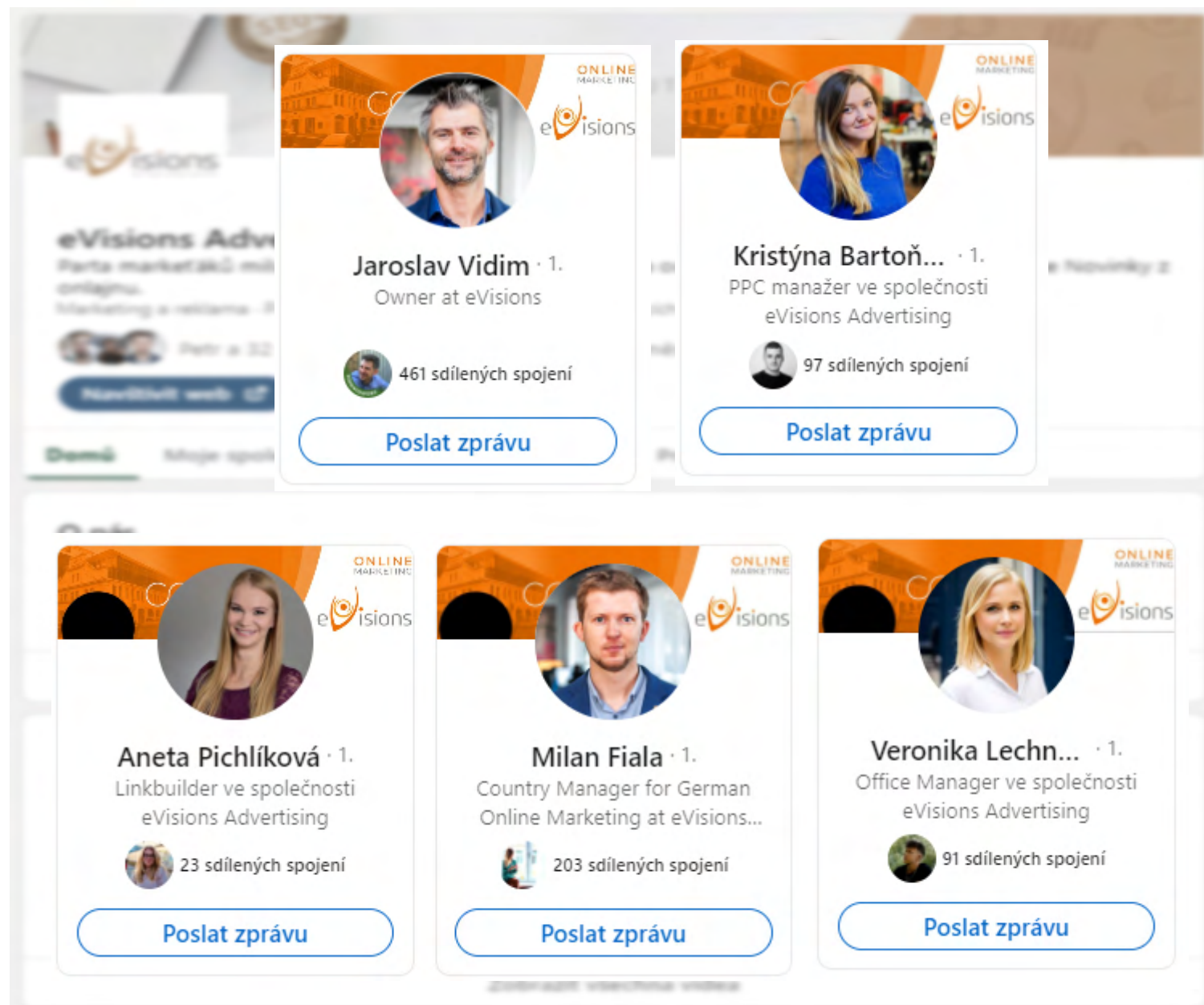
17 · 5 komentářů

👍 Líbí se 🗨️ Komentář ➡ Sdílet 📧 Odeslat



#4 Zapojujte zaměstnance

- ✓ Za každým B2B je ve skutečnosti C2C 😊
- ✓ Vysoký organický dosah
- ✓ Osobní branding
- ✓ Networking
- ✓ Employer branding



II. část: Reklama na sociálních sítích



Reklama

1. Kdy a jak investovat do reklamy na sociálních sítích?
2. Sociální sítě a jejich využití pro B2C a B2B firmy – důležité jsou cíle
3. Sociální sítě a možnosti reklamy
4. Reklama na Facebooku, Instagramu a LinkedInu

1. Proč a kdy investovat do reklamy?





Kam investovat?

- Jaká sociální síť je nejlepší pro reklamu?
- Nejlepší pro B2C/B2B firmy?
- Nejlevnější?





Důležité jsou cíle

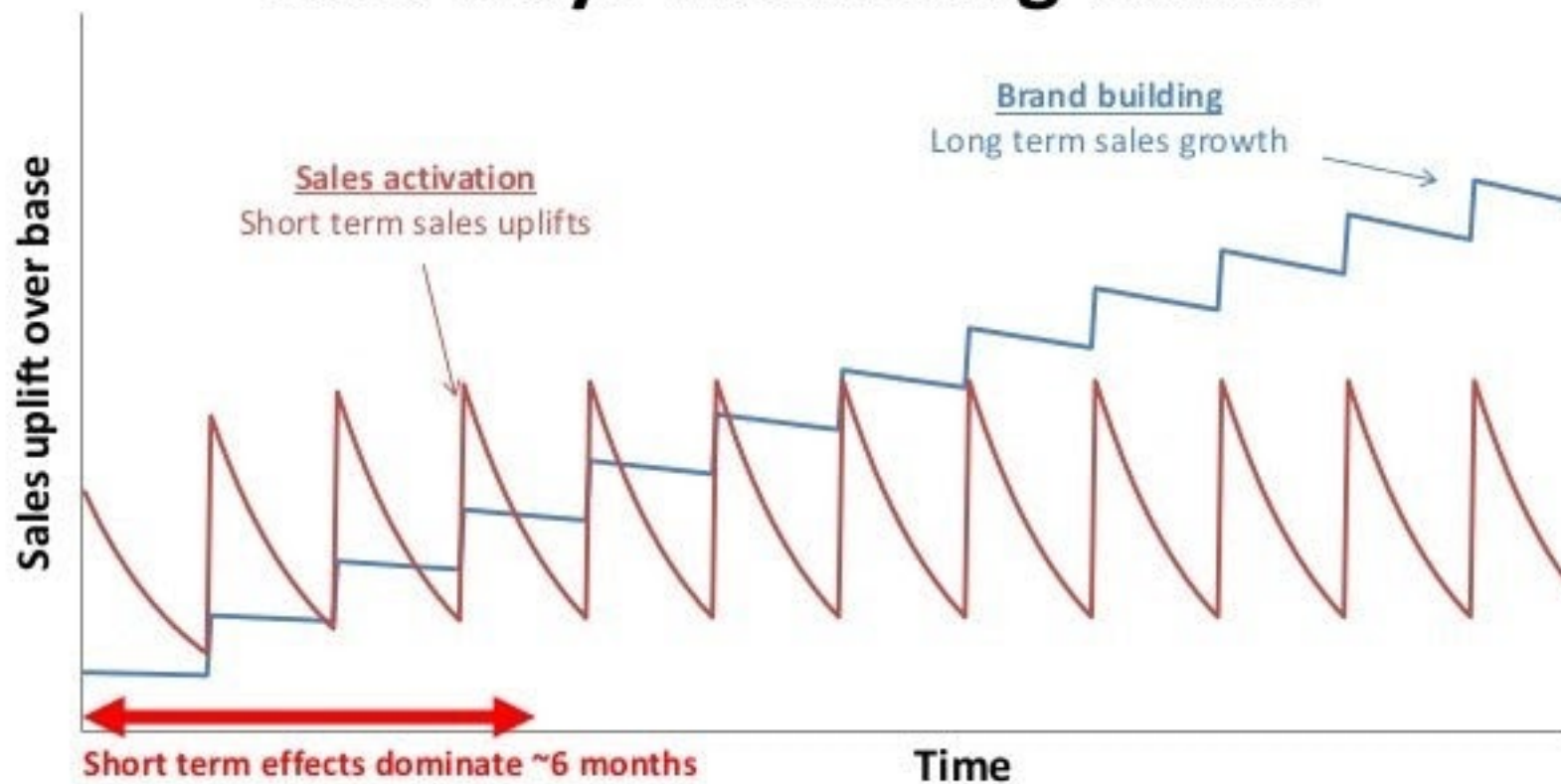
- Co jsou hlavní obchodní cíle?
- Kdo je naše cílová skupina?
- Jakým způsobem ji budeme náš produkt/ službu nabízet? Jak budeme komunikovat?

Strategie





Two ways marketing works



Source: Binet & Field 2013

Zdroj: Mark Ritson



Zdroj: Mark Ritson

Cíle reklam





Také metriky vybírejte dle cílů

Co vás zajímá?	Cíl	Co to znamená?
Chceme být vidět	Dosah (reach)	Počet oslovených uživatelů
	Zobrazení (impressions)	Počet zobrazení uživatelům
	Zhlédnutí (video views)	Počet uživatelů, kteří viděli alespoň 10s
	Návštěvy profilu (profile visits)	Počet návštěv profilu
Chceme prodávat	Navštívení webové stránky	Kolik lidí se prokliklo na stránku
	Prohlížení produktových stránek / konkrétní stránky	Kolik lidí navštívilo stránky a prohlédlo si produkt/stránku
	Přidání do košíku	Kolik lidí přidalo produkt do košíku
	Konverze	Počet konverzí (nákupů/vyplnění formuláře)
	PNO/ ROAS / ROI	Návratnost investic

Analýza konkurence

FACEBOOK

Česká republika

Kristýna

Knihovna reklam

Knihovna reklam je cesta ke zvýšení transparentnosti reklam, jelikož se jedná o komplexní prohledávatelnou sbírku všech v současnosti běžících reklam napříč všemi aplikacemi a službami Facebooku, a to včetně Instagramu.



Vyhledat reklamy

Vyberte kategorii a začněte hledat.

Problematika, volby nebo politika

Prohledat všechno

Hledejte reklamy od kandidátů na post veřejného činitele a reklamy týkající se voleb, lidové iniciativy nebo sociální problematiky.

Hledejte reklamy podle klíčového slova nebo jména inzerenta

Zdroj: www.facebook.com/ads/library

The image shows a LinkedIn profile for eVisions Advertising. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network, Work, Messages, and Notifications. Below this is a banner image with the text "WE SEE YOUR FUTURE" and the eVisions logo. The profile name "eVisions Advertising" is followed by a description: "Parta marketáků milující online marketing, velké výzvy a odvážná KPI. ❤️ Píšeme blog, točíme Novinky z onlajnu." and location information: "Marketing a reklama · Praha 8, Hlavní město Praha · 958 sledujících uživatelů". Below this, it says "Diana a 31 dalších spojení zde pracuje · 41 zaměstnanců". There are buttons for "Navštívit web", "Sledujete", and "Více". A navigation menu below the profile includes "Domů", "Moje společnost", "O nás", "Příspěvky", "Práce", "Lidé", and "Videa". Under "Příspěvky", there are filters for "Vše", "Obrázky", "Dokumenty", "Videa", and "Reklamy", with a red arrow pointing to the "Reklamy" tab. The main content area shows a post from eVisions Advertising, marked as "Propagováno", with the text: "Víte co je tzv. klam přeživších? A jak to souvisí se špatným vyhodnocováním dat u marketérů? 🇮🇹 O tom se s námi v článku podělil náš CEO Jarda Vidim. 📄". Below the text is a banner image of a man with his hands on his head, looking distressed, with the eVisions logo in the bottom left corner.

Zdroj: linkedin.com

Sociální sítě

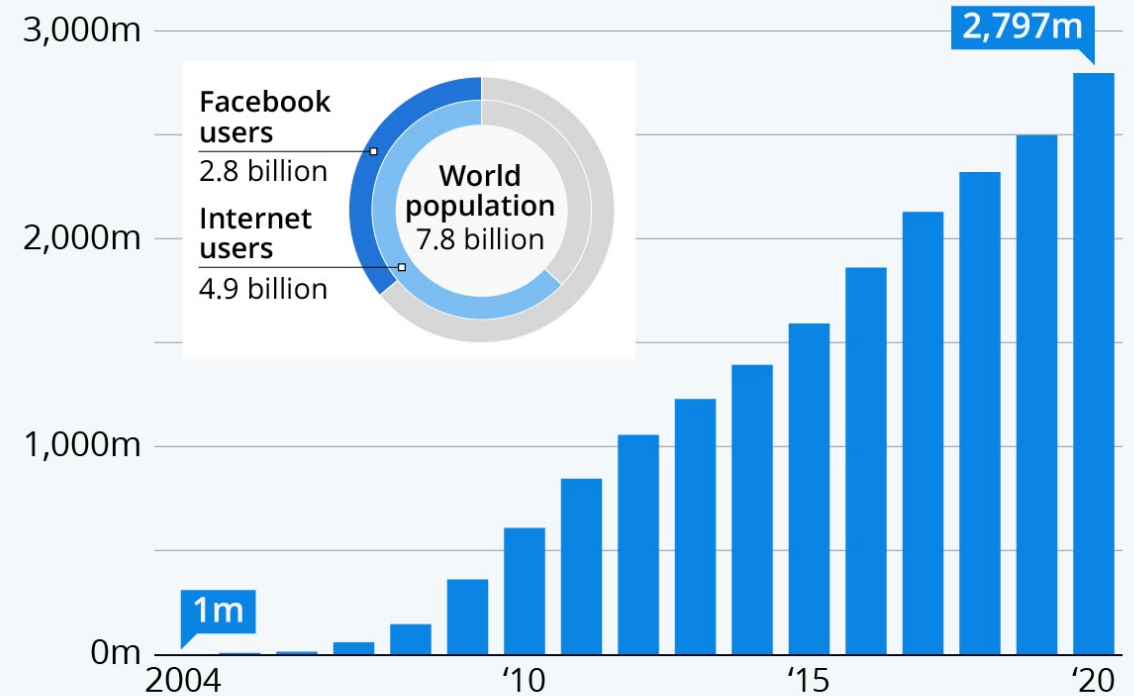


Facebook

- Stále rostoucí síť
- Nejlepší cílení (nejen na zájmy)
- Umožňuje cílení na zařízení
- Precizní měření (Facebook Analytics)

Facebook Keeps On Growing

Number of monthly active Facebook users worldwide



Facebook users as of the end of the respective year;
world population and internet usage estimates as of Dec. 31, 2020

Sources: Facebook, Internet World Stats



LinkedIn

- Kvalitní publikum
(vhodné pro HR kampaně)
- Možnost zacílení na firmy
- Nákladnější (vyšší CPC)



Instagram

- Správa reklam přes Business Manager
- Stejné možnosti cílení jako Facebook Ads



Další možnosti

- Tik Tok
- Pinterest
- Twitter



Jak na reklamu na Facebooku a Instagramu



<https://www.facebook.com/business/help/1710077379203657>



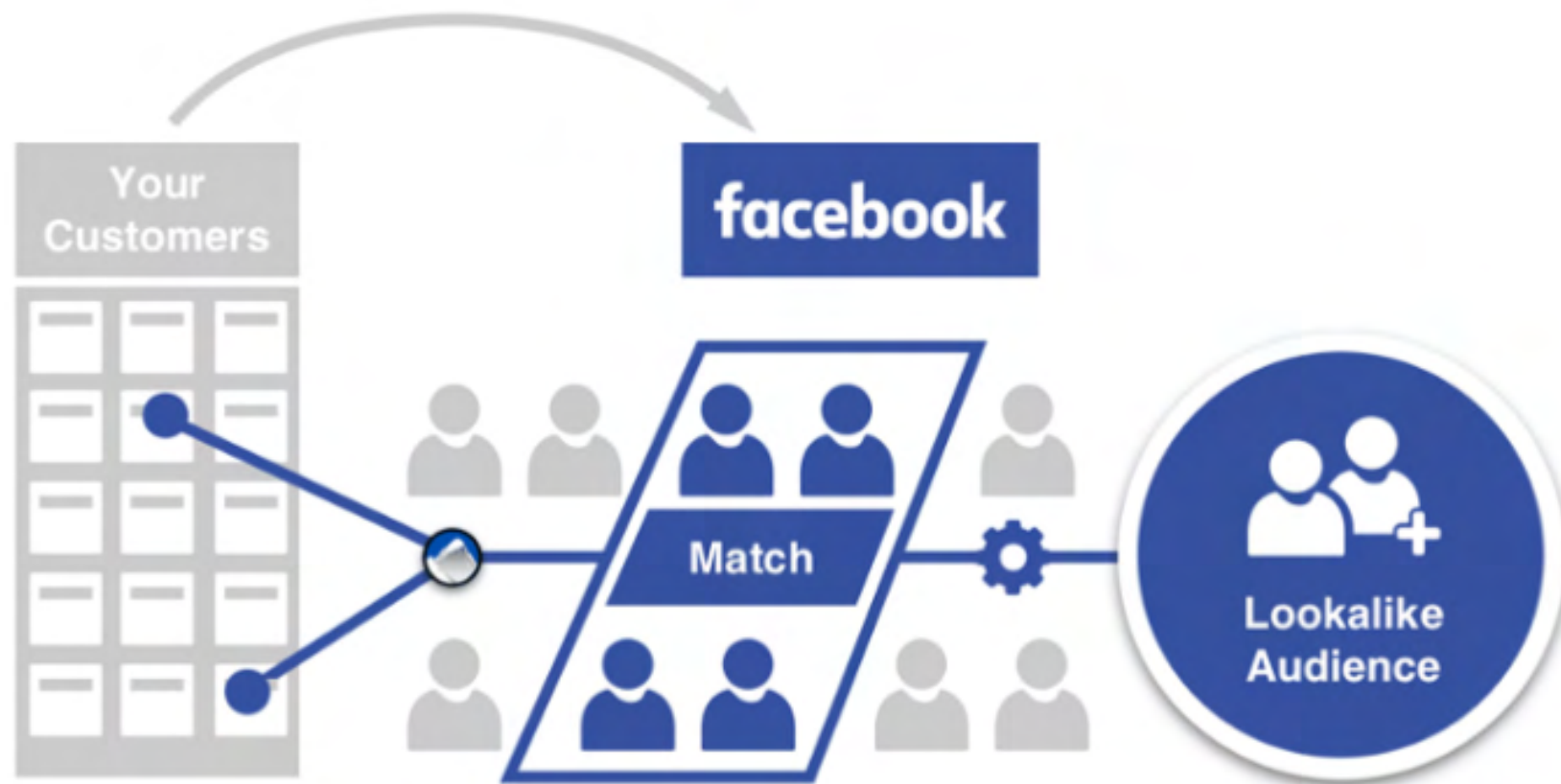
Nezapomínejte na měření

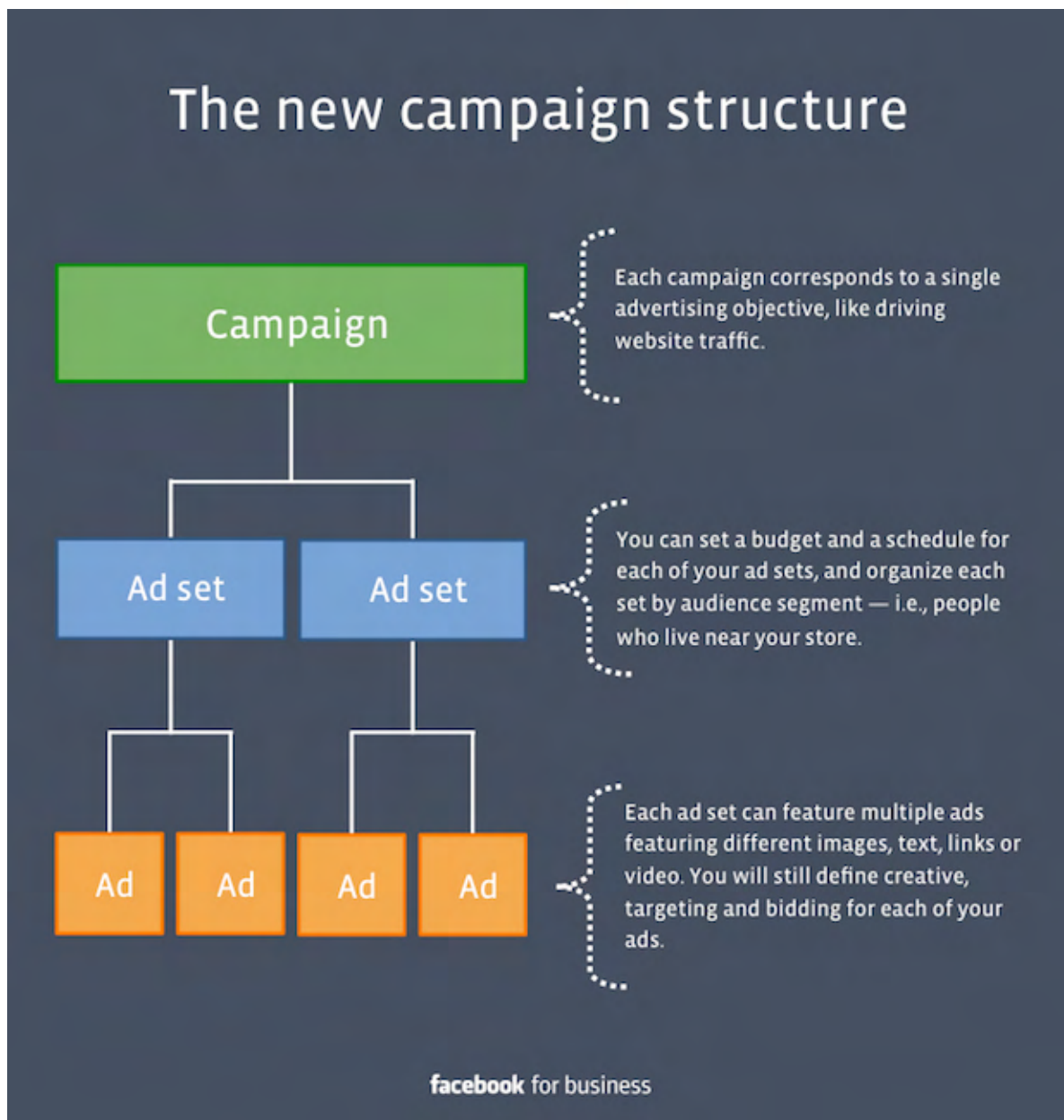
- JS script implementovaný na webových stránkách
- Díky němu získáváme data o uživateli a můžeme s nimi dál pracovat
 - pomáhá v cílení reklamy - využití algoritmu
 - Segmentovat uživatele dle navštívených stránek
 - Segmentovat dle nákupní fáze (contentView, addToCart, Purchase)





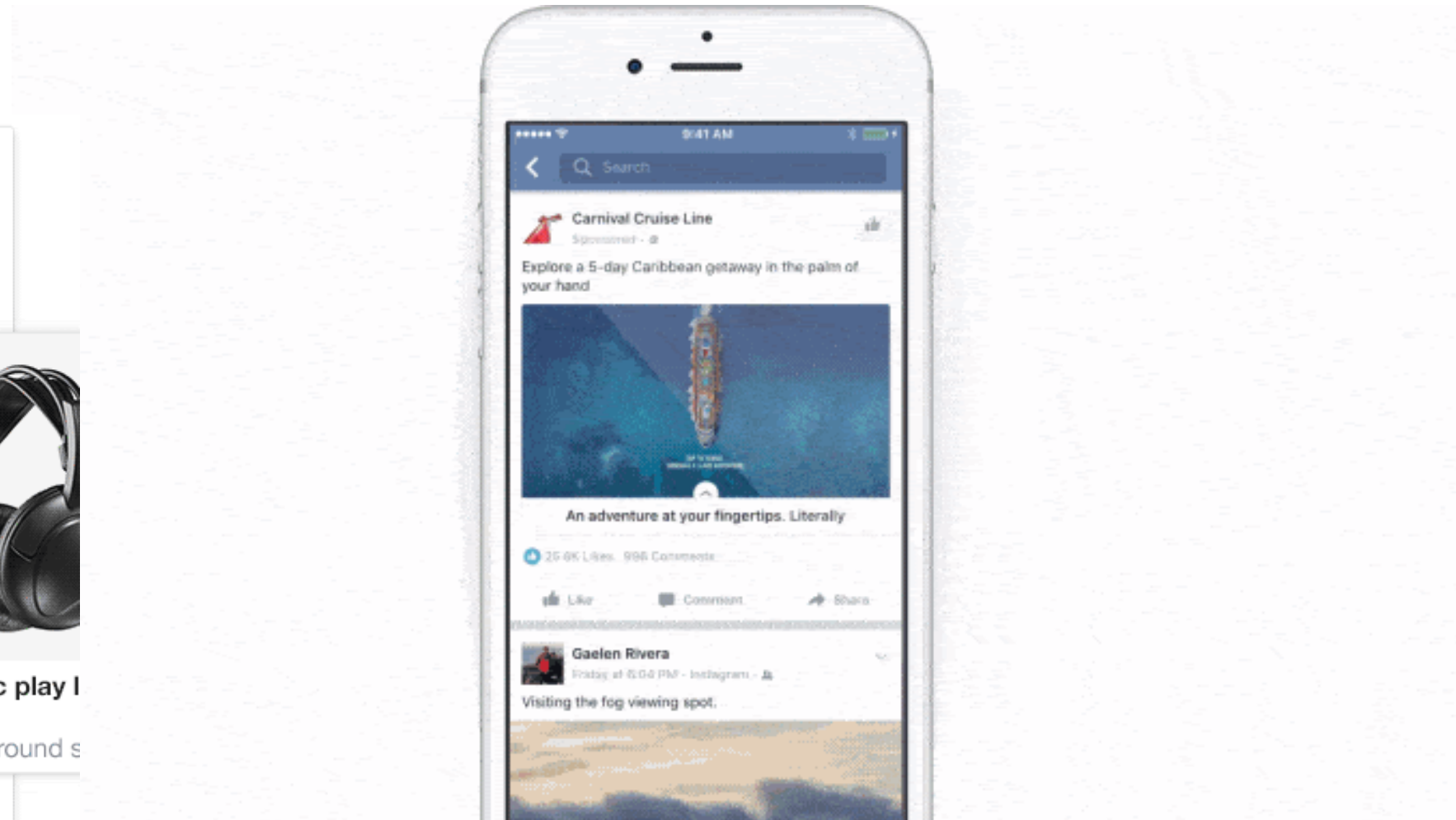
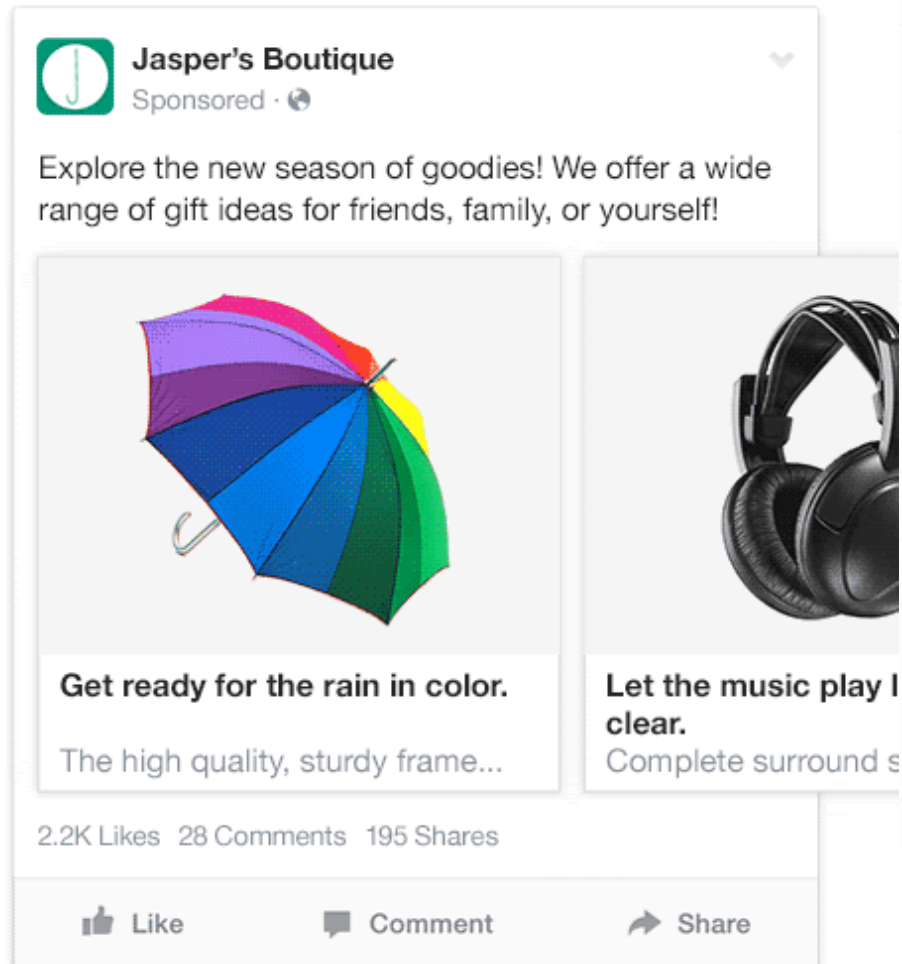
Příprava publik



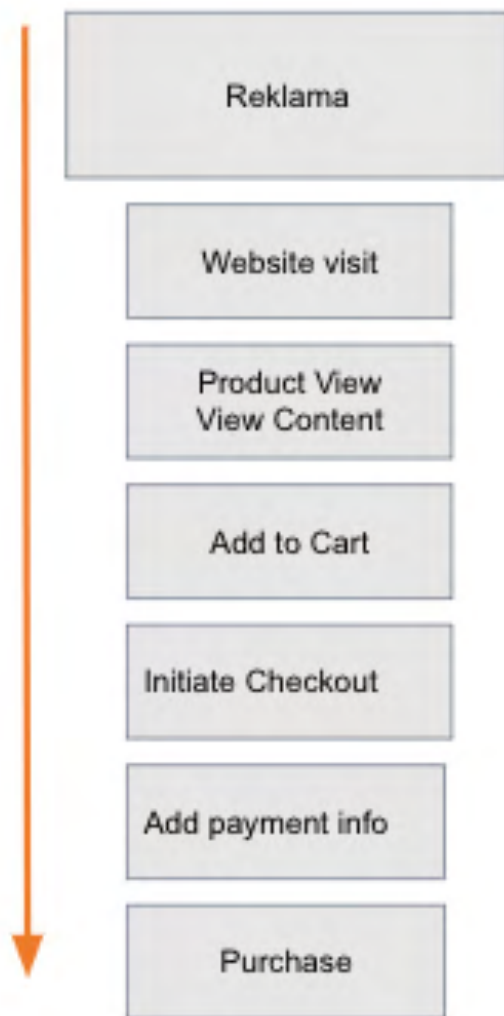




Formáty reklam



Vyhodnocení a optimalizace kampaní



- CTR
- CPC
- CPM + frekvence
- Engagement rate ranking
- Quality ranking (LP exp.)
- Conversion rate ranking

- Bounce rate
- čas na stránce
- % prokliků na produkt, ...

- % prokliků přidaní do košíka (konkurenceschopnost produktu)

- % propadu v 2. kroku objednávacího procesu (neviditelné tlačítka, ...)

- % propadu v 2. kroku objednávacího procesu (možnosti dopravy/platby, ...)

- **CPA**
- **ROAS (PNO)**

Reklama na LinkedInu



Campaign manager

- Rozhraní pro tvorbu inzerce

The screenshot shows the LinkedIn homepage. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network, Jobs, Messaging, Notifications, Me, and Work. The 'Advertise' button, located in the top right corner, is highlighted with a red rectangular box. Below the navigation bar, there is a search bar and a main content area. The main content area features a profile card for Denis Capko, a post by Hana Kobzová, and a section titled 'Add to your feed' with recommendations for Google Small Business, #socialmediamarketing, and Kunal Shah.

<https://www.linkedin.com/campaignmanager/>



Insight Tag

- Měřicí kód – nutné implementovat na stránky

The screenshot shows the LinkedIn Ads interface. At the top, there are three tabs: 'CAMPAIGN PERFORMANCE', 'WEBSITE DEMOGRAPHICS', and 'ACCOUNT ASSETS'. The 'ACCOUNT ASSETS' tab is active, and a dropdown menu is open, listing several options: 'Insight Tag', 'Conversions', 'Matched Audiences', 'LinkedIn Audience Network', 'Asset History', and 'Lead Gen Forms'. The 'Insight Tag' option is highlighted. Below the menu, the 'Website tracking' section is visible, showing '1 domain is sending a signal'. Underneath, there are two tabs: 'Tagged domains' (selected) and 'Conversions'. The 'Tagged domains' section contains a table with columns for 'Domain name', 'Last signal received', and 'Signal permission'. A search bar is present for 'Search by domain name'. A dropdown menu for 'Signal permission' is set to 'All'. One domain is listed: 'measure2bim.eu', with a signal received '13 minutes ago' and a status of 'Allowed'. A small blue box with the number '1' is visible at the bottom of the table.

<https://business.linkedin.com/fr-fr/marketing-solutions/insight-tag>



Struktura kampaní



Účty - Accounts

- Skupiny kampaní - Campaign Groups
 - Kampaně - Campaigns
 - Reklamy - Ads

Kdo je vaše cílová skupina?

Vyhledejte atributy nebo profesionály, které chcete oslovit, a vytvořte si cílovou skupinu [Zavřít](#)

[Více informací o kritériích cílení](#)

 Cílové skupiny Použijte svá data pro opětovné cílení na návštěvníky webu, nebo oslovte známé kontakty a účty	Společnost Demografická data Vzdělání
 Atributy cílové skupiny Přidejte kritéria cílení, jako jsou pracovní titul, obor nebo dovednosti	Pracovní zkušenosti Zájmy a rysy



Lead Ads

evisions

Kontaktní informace

Níže nám zadej své kontaktní informace a ozveme se ti co nejdříve

Pošleme tyto informace společnosti eVisions Advertising v souladu s jejich **zásadami ochrany soukromí**

E-mailová adresa
anna.smith@example.com

Telefonní číslo
5555555555

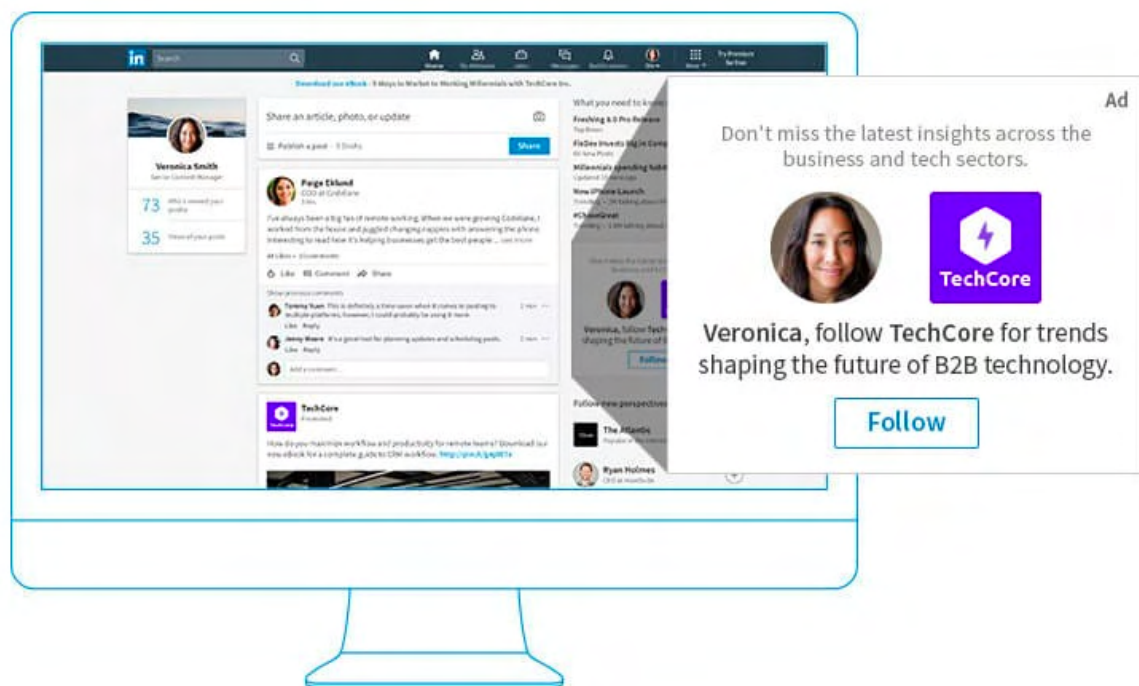
Jméno
Anna

Příjmení
Smith

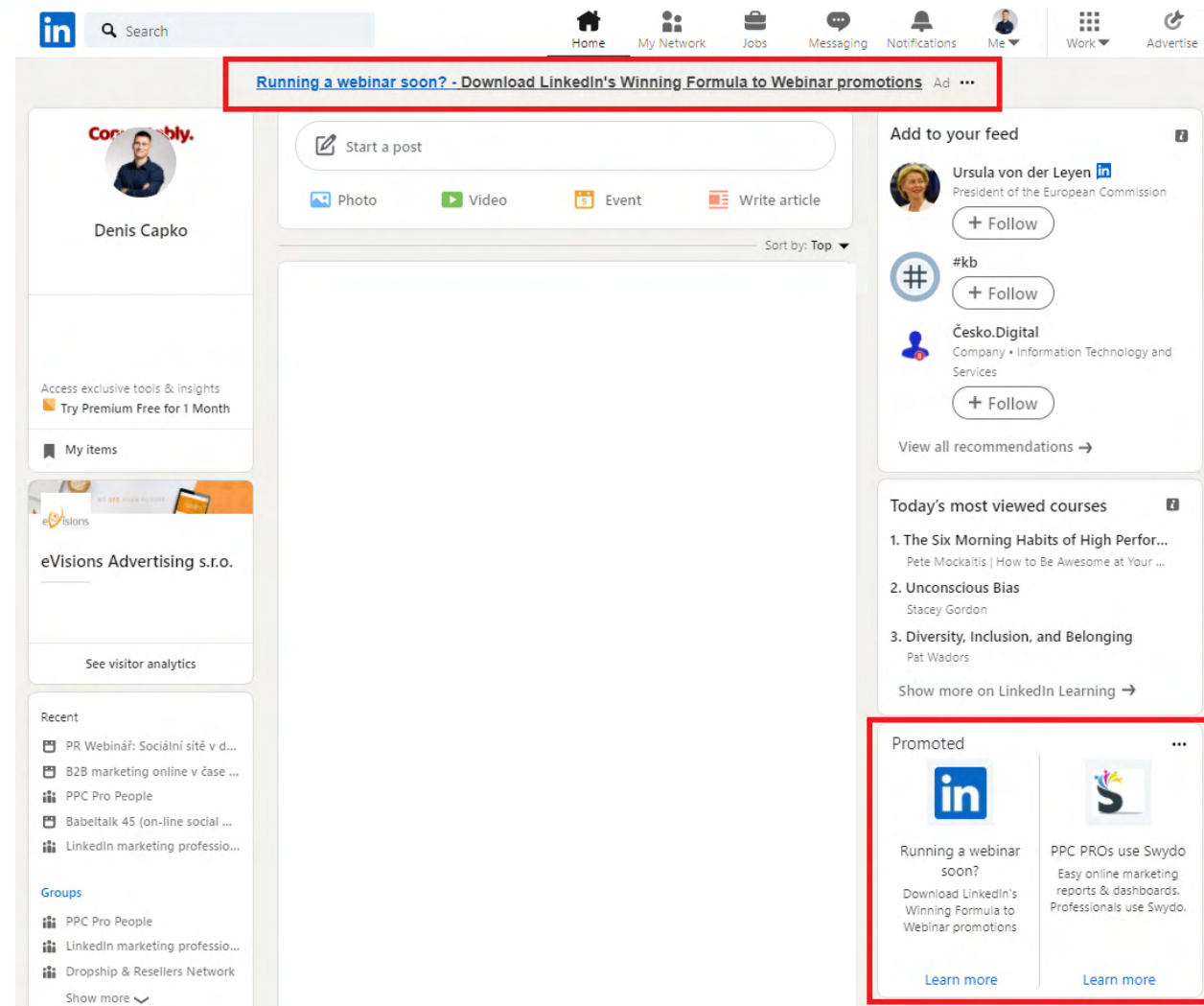
Ve všech záležitostech, které souvisí se zpracováním Vašich osobních údajů, je k dispozici pověřenec pro ochranu osobních údajů, kterého můžete kontaktovat na info@evisions.cz.

Odeslat

Text ads & follower ad



Teorie | LinkedIn Ads



Carousel & Job ads

Fudan MBA Program
5,935 followers
Promoted

Ready to leap? Prepare for change and pursue your #MBA at Top University in China with full #scholarship of 100% tuition fee offered by Fudan-MIT IM ...see more

Ready to Leap? Prepare for Change!
Fudan International MBA
in collaboration with MIT

Click to know more about ▼
Fudan IMBA Xing Quan Belt and Road Scholarship

Ready to leap? Click to learn more [Learn more](#)

Ready to leap? Click to learn more [Learn more](#)

Like Comment Share Send



Teorie | LinkedIn Ads

Ad ...

Jane, explore internal roles at eVisions Advertising s.r. that match your skills

Software Engineer
Somewhere, USA

Audit Associate
Somewhere, USA

Copywriter Intern
Somewhere, USA

[Careers at eVisions Advertising s.r.](#)

John Smith likes this

FixDex
248 followers
Promoted

Join our engineering team at Fixdex! You will play an active role in building backend components and distributed cloud services for the Fixdex platform.

Software Engineer
Fixdex · Chicago, IL

12 3 Comments

Like Comment Share

Děkujeme za pozornost



Spojte se se mnou na sociálních sítích.



[Diana Zadáková](#)

[Kristýna Bartoňová](#)



zadakova@evisions.cz

bartonova@evisions.cz



www.evisions.cz