

SOCIÁLNÍ SÍTĚ V PROFESNÍ KARIÉŘE

Proč jsem zaháčkováná?

LinkedIn, Facebook nebo Twitter již dávno nejsou, jak si mnozí skeptici na počátku mysleli, módním výstřelkem. Naopak, stále více lidí a firem zjistilo, že již nejde se nezúčastnit. text **Jana Budíková**

Aktuální otázkou v oblasti profesních aktivit v komunitních sítích zůstává, proč máte začít vysílat světu své „tweety“ zrovna vy?

Když se zapojíte do komunity na síti Twitter, můžete se přiřadit ke skupině lidí, kteří mají stejné zájmy jako vy, budete si moci přečíst zprávy z celého světa rychleji, než je dnes můžete získat v on-line médiích, ať již z uznávaných oficiálních zdrojů (noviny, časopisy) nebo od autorit z oblasti politiky, byznysu či showbyznysu. Nikdy před tím nebylo tak jednoduché dostat se tak blízko uznávaným osobnostem ve svém oboru, jejichž proud tweetů ideálně tvoří 80 % profesních a 20 % osobních zpráv, komentářů, hodnocení či blogů.

Buď tvoříte své zprávy světu sami nebo přeposíláte (tweetujete) již existující zprávy – ať již z vaší komunity nebo z různých on-line zdrojů. Umožňujete tak bleskové šíření všech informací.

S Twitterem můžete dělat i revoluci. Přesvědčil se o tom nedávno i **Wael Ghonim**, když s pomocí sítě Twitter vyzýval egyptský národ k akci (více v blogu <http://bit.ly/gU66z0>). Zprávy se šíří velmi rychle a podpora dobré věci také.

Kde vzít čtenáře?

Jednou z největších překážek na začátku je vybudování si své mikrokomunity. Začněte lidmi, které znáte, či těmi, o kterých víte, že jsou aktivní na Twitteru již delší dobu. Prostudujte jejich kontakty a vyberte si ty, které vás zajímají. Přidejte k tomu vydavatelství knih či časopisů, které vás za-

ímají. Okoukejte, jaké zprávy tito lidé posílají a jak je formulují, jaké zkratky používají (znaménko „#“ před slovem například usnadní vyhledávání či najít váš příspěvek, zkratka „RT“ znamená, že přeposíláte již existující zprávu dále – retweet). Vaši následovatelé

(followers)

k vám pak budou přitahováni podle toho, jaká témata a jaký profil osobností jste si vybrali. Když vás někdo následuje, je dobrým zvykem mu to oplácet a následovat ho také, jinak se může stát, že se po pár týdnech rozmyslí a ze svých kontaktů vás vymaže.

Zkuste se zapojit aspoň na týden a možná budete překvapeni, jakou okamžitou hodnotu vám Twitter přinese. Teprve pak budete zcela pohlaceni ve světě „cvrlikání“ (doslovný překlad slova twitter).

Prokleté krátké

Oříškem pro někoho může být naučit se na začátku formulovat zprávy pro svou komunitu. Existuje totiž limit 140 písmen, což znamená, že musíte jít rovnou k věci. Neztrácejte čas svých čtenářů, a to ani když využijete možnost poslat někomu, kdo vás následuje, osobní e-mail. Mnoho celebrit posílá do světa náhodné citáty známých lidí, a to zrovna nebudí důvěryhodnost, neboť po čase se můžete ptát, zda to za ně náhodou nepíše někdo jiný. Proto je



„Když vás někdo následuje, je dobrým zvykem mu to oplácet a následovat ho také, jinak se může stát, že se po pár týdnech rozmyslí a ze svých kontaktů vás vymaže.“

u všech sdělení důležitá osobní autentičnost.

Jazykové bariéry

Ačkoliv Twitteru světově roste počet registrovaných lidí (cca 200 mil.), stále jeho využití není plně doceněno a rozšířeno, obzvláště mimo území Spojených států. Oproti tomu má Facebook již více než 643 mil. lidí (LinkedIn má více než 100 milionů). Určitou překážkou je

jazyková bariéra, kterou se již částečně daří odstraňovat – pro světové velmoci má Twitter své jazykové mutace, v menších zemích se najdou nadšenci, kteří se snaží ve svých vytvořených seznamech („LIST“) sdružovat lidi ze stejné země. Egypt má svou vlastní speciální sekci. Oficiální stránky Twitter pro Německo @twitter_de následuje 287 tisíc lidí, pro Francii @twitter_fr 388 tisíc, pro Itálii @twitter_it 312 tisíc.

Třemi směry

Twitter není jen o rychlém šíření zpráv a o souhrnném přehledu, který umožňuje čtenářům, aby se zhloubali

pouze do témat, která je více zajímají. Jde i o inspiraci, výměnu názorů, zkušeností a podnětů mezi lidmi, kteří by se jinak neměli možnost poznat, neboť jsou roztroušeni po celém světě.

Oproti tomu Facebook je hlavně o sdílení osobních novinek a zpráv s rodinou, přáteli či blízkými známými, neboť jim musíte dovolit se připojit, tedy pokud se nedáte cestou Facebook stránek, které využívají firmy a značky.

LinkedIn je zase nejlepší pro budování reputace a networking během celé profesní kariéry, neboť umožňuje udržovat osobní kontakty s klíčovými lidmi, i když změní zaměstnání či své kontaktní údaje. A pro personální agentury a malé firmy je LinkedIn nedocenitelná databáze profilů. ●



Jana Budíková,
ředitelka
JBC Consulting,
jana@janabudikova.com