

WHITE PAPER

JAK ŘEŠIT CHYBY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A OBECNĚ ONLINE?

CHYBA NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH
CHYBA NA WEBOVÝCH STRÁNKÁCH
CHYBA V E-MAILOVÉ KOMUNIKACI
CHYBA V KOMENTÁŘI NA FACEBOOKU
JAK ŘEŠIT AGRESIVNÍ KOMENTÁŘE NA FACEBOOKU?
A DALŠÍ...

MICHAL BLAŽEK
MICHAL@MICHALBLAZEK.CZ
MOB: 728 729 312

DATUM VYPRACOVÁNÍ: 29.11.2014

OBSAH

OBSAH.....	2
JAK OBECNĚ ŘEŠIT CHYBY A PŘEKLEPY ONLINE – PPC, WEB, E-MAIL MARKETING?	3
MAZAT PŘÍSPĚVEK NA ONLINE NEBO NECHAT BÝT?.....	4
JAK JE TO S VIRALITOU NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH?	4
JAK REAGOVAT NA AGRESIVNÍ UŽIVATELE, PŘEKLEPY A CHYBY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH?	4
ŘEŠENÍ NEVHODNÉHO PŘÍSPĚVKU, POKUD JSTE SE JEŠTĚ NEPUSTILI DO DISKUSE	5
ŘEŠENÍ NEVHODNÉHO PŘÍSPĚVKU, POKUD JSTE SE JIŽ PUSTILI DO DISKUSE	5
POKUD IHNED ZE ZAČÁTKU JE V PŘÍSPĚVKU HRUBÁ URÁŽKA	5
POKUD CHCETE PROSTĚ VYHRÁT SPOR – CHCETE JÍT PŘES MRTVOLY?.....	5
POKUD JSTE SOCIOPAT	6
A TO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ.....	6

S rozvojem online marketingu vzrostl i počet chyb online. Nedávno jsem byl svědkem ve dvou případech akterém těchto událostí:

- Příspěvek na Facebook byl poslán s pravopisnou chybou.
- Na komentář agresivního uživatele na Facebooku odpověděl zástupce společnosti rovněž agresivně a vznikla z toho přestřelka, ke které se přidávali další uživatelé a podporovali svoji stranu.
- Osobní příspěvek byl poslán na firemní sociální síť.
- Byl zaslán příspěvek, který ač ne úmyslně, měl velmi hanlivý podtext, na což začali uživatelé velmi promptně negativně reagovat a odhlašovat se ze stránky.
- Byl zaslán e-mail s nefunkčním odkazem.
- Byl zaslán e-mail s pravopisnou chybou.
- Byl zaslán e-mail, kam se nedopatřením zkopíroval jiný text, než který tam měl být.
- Bylo spuštěno PPC s pravopisnou chybou.
- Na webových stránkách dostala pravopisná chyba nebo nevhodný text.
- Kvůli chybě v kódu spadly celé webové stránky.

Všechny tyto události mají jedno společné. Vznikly kvůli nepozornosti, případně nedostatečnému testování a i jejich řešení je velmi podobné.

JAK OBECNĚ ŘEŠIT CHYBY A PŘEKLEPY ONLINE – PPC, WEB, E-MAIL MARKETING?

1. Uvědomte si, že už s tím nic neuděláte, prostě je to poslané.
2. Uvědomte si, že online nemáte šanci poslat omluvu všem uživatelům, kteří přišli s příspěvkem do styku.
3. Uklidněte se. Pokud jste zrovna nevyzradily strategické plány společnosti na 5 let největšímu konkurentovi nebo nepropálili vládní plány na stavbu raketoplánu, tak o nic nejde. Jste jen člověk, ale...
4. **Jednejte!** Nedoufejte, že si toho nikdo nevšimne nebo že si toho nevšimne nadřízený. Co je online je jednou online a i když to smažete, tak to prostě online zůstane.
5. Začněte tím, že opravíte chybu (pokud to jde) – na webu, na sociálních sítích můžete upravit příspěvek, PPC propagaci lze upravit.
6. Pokud jste napsali pravopisnou chybu, tak opravte a dál neřešte, 99,9 % lidí pochopí, že jste se jenom přepsali a rozhodně se najde 0,1 % idiota, který vám začne psát „jak jste ztratili zákazníka“, „jak už u vás nikdy nenakoupí“, „jak jste si zničili život“. K tomuto zoufalci, který vás chce potopit, se rozhodně přidají další 2 – 3, takže to vypadá jako tragédie. Zpravidla když máte stránku o 10 tisících lidí, tak se najdou cca 4, kteří vás budou chtít potopit. Hodte omluvu pod jejich komentáře a dále neřešte.
7. Pokud jste poslali pravopisnou chybu v e-mailu, už s tím nic neuděláte. Příště lépe čtěte.
8. Pokud jste udělali v e-mailu chybu v odkazu, poslali jste e-mail někomu, kdo nebyl adresátem nebo jste udělali jinou chybu, která výrazně narušila význam/funkci e-mailu, je čas poslat omluvný e-mail se správnými informacemi. Následně můžete pouze doufat, že to adresáti pochopí. A příště lépe testovat.

Pokud jste poslali pouze chybný odkaz, ale který míří na vaši webovou stránku, ihned kontaktujte svého IT, ať vytvoří přesměrování a situace je zachráněna.

9. Poslali jste na sociální síť příspěvek, který tam nepatří? Doporučuji smazat původní příspěvek. Pokud to bylo něco vážného, tak poslat omluvu s textem původního příspěvku. Asi největší haló kdysi vyvolal červený kříž, když jejich zaměstnanec omylem poslal legendární post: [Getting Slizzard](#).

MAZAT PŘÍSPĚVEK NA ONLINE NEBO NECHAT BÝT?

Jak je to s viralitou na sociálních sítích?

Upřímně, v Česku, kde mají stránky zpravidla několik tisíc followerů, smazání příspěvku s chybou je nejlepší možnost a pokud nejste Kancelář prezidenta, nikdo vás řešit nebude. Pokud jste ale nadnárodní společnost se statisíci fanoušků a obrovským sociálním dosahem, tak smazání nic nevyřeší. Víte, lidé si rádi dělají PrintScreeny příspěvků, které je zaujaly. V tom případě doporučuji napsat omluvu pod původní příspěvek, najít na sociálních sítích všechny PrintScreeny a sdílení, rovněž se omluvit a následně postnout oficiální omluvu jménem ředitele společnosti a tu zveřejnit i na webu. Při hledání takto chybného příspěvku výrazně pomohou nástroje pro práci s obsahem, jako je Google Alert, Curata, Storify.

JAK REAGOVAT NA AGRESIVNÍ UŽIVATELE, PŘEKLEPY A CHYBY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH?

Rozvoj sociálních sítí s sebou nese pouze usměvavé a pozitivní zákazníky, podporu brandu a nové objednávky, ale i nespokojené uživatele, často i agresivní.

Objektivně posuďte, zda se jedná o subjektivní nespokojenost uživatele nebo objektivní. Pokud má uživatel pravdu, veřejně mu nabídněte kompenzaci a komunikaci nadále směřujte přes e-mail. Nesnažte se zdiskreditovat uživatele, který je objektivně nespokojený. Jelikož může poslat na stránku svoji smlouvu nebo jiný důkaz, kterou si další nascreenují a jste bez argumentů.

Bohužel, většina uživatelů, kteří si stěžují na vaše služby na sociálních sítích, jsou subjektivně nespokojení. Většinou neuspěli s osobní reklamací, tak si chtějí někde vylít vztek. Nebo dokonce oficiální reklamaci ani neposlali a rovnou posílají stížnost na sociální síť. Těmto lidem už nejde o to, abyste jim uznali reklamaci/stížnost, ale chtějí vás poškodit. Často jsou i nižší inteligence.

Když jsem začínal spravovat sociální síť pro klienty, chtěl jsem s nespokojenými uživateli diskutovat a ukázat jim, že nemají pravdu a vše urovnat. Výsledek? Agrese útočnicka se začne stupňovat a viralita příspěvku přiláká další lidi k diskusi. Tento příspěvek již nemůžete smazat, jelikož ho má několik lidí nascreenováno a již o něm diskutují. Jak tedy situace řešit?

ŘEŠENÍ NEVHODNÉHO PŘÍSPĚVKU, POKUD JSTE SE JEŠTĚ NEPUSTILI DO DISKUSE

Napište: „Dobrý den, bohužel máme na Vaši stížnost jiný názor, který jsme vám již psali v e-mailové komunikaci. Rádi se s Vámi ovšem osobně sejdeme a stížnost osobně probereme. Kontaktujte prosím svého zástupce Michala Blažka, michal@michalblazek.cz, tel. 728 729 312.“

Návštěvníci vidí, že se staráte a nestrkáte hlavu do písku, naopak nabízíte osobní setkání. Subjektivně nespokojený zákazník na tuto schůzku nikdy nepůjde. Má velká ramena na sociálních sítích, ale přes telefon nebo osobně říci to samé, co napsal? To většinou nedokáže.

Vždy se snažte komunikaci vyvést ze sociální sítě. Jasně vyspecifikujte svůj názor, ovšem připusťte i možnost, že jste se spletli a že jste ochotni věc dále řešit.

ŘEŠENÍ NEVHODNÉHO PŘÍSPĚVKU, POKUD JSTE SE JIŽ PUSTILI DO DISKUSE

Mléko už je rozlité, smazat to nemůžete a vyvedení ze sociální sítě již vypadá tak, že prostě ustupujete nebo že jste argumentačně v koncích. Fungují tyto metody:

1. **Komentář nadřizeného:** „Vážený pane Nováku, opět jsme prověřili Vaši žádost a bohužel jsme došli ke stejnému výsledku. Ovšem uznáváme, že jsme mohli něco přehlédnout. Mohl byste se u nás osobně zastavit? S pozdravem, Michal Blažek, ředitel pro reklamace (kontaktní údaje)
2. **Skryjte příspěvek** – sociální sítě nabízejí různé metody skrytí příspěvku. Např. na FB lze příspěvek skrýt tak, že jej uvidí pouze autor a jeho přátelé. Následně můžete pokračovat ve své „válce za pravdu“ nebo příspěvek ignorovat.
3. Pokud jste se pustili do agresivní přestřelky, **ukončete ji s omluvou:** „Vážený pane Nováku, domníváme se, že jsme zašli příliš daleko. Naše názory se liší, ale rozhodně jsme je oba zbytečně zdůrazňovali. Můžeme se osobně sejít? Mohl bych již zítra v 15 hodin. Vyhovuje Vám tento čas? Odepište mi prosím na e-mail michal@michalblazek.cz“

POKUD IHNED ZE ZAČÁTKU JE V PŘÍSPĚVKU HRUBÁ URÁŽKA

S tímto člověkem se vůbec nebavte, příspěvek nahlaste, smažte a při smazání dejte: „Odebrat a zablokovat uživatele“. Pokud se objeví tento uživatel s dalším příspěvkem, udělejte to samé.

POKUD CHCETE PROSTĚ VYHRÁT SPOR – CHCETE JÍT PŘES MRTVOLY?

Použijte stejné zbraně jako útočník. Pozvěte do diskuse své přátelé, kteří zaútočí na útočníka. Vyberte si dikci, kterou uznáte za vhodnou. Pokud chcete útočníka potopit, je možné do něj jít stylem:

1. Příspěvek od kamaráda - „Už dost na tohle se nedá koukat. Michale, kašlete na XY, je to úplnej debil.“
2. Další příspěvek od kamaráda: „Souhlasím, se společností ZZ jsem byl vždy spokojený, a když už jsem musel něco reklamovat, nikdy nebyl sebemenší problém.“
3. Sežeňte lidi, kteří olajkují příspěvky 1 a 2.
4. Nyní jste vytvořili dva tábory. Vaši spokojení zákazníci se přidají k nově vytvořenému táboru, a pokud máte věrné zákazníky, tak XY potopíte a všichni čtenáři uvidí, že vy jste ti dobří.
5. Vytvoříte si ale i nepřátelský tábor, který by nemusel vzniknout, kdybyste konverzaci včas vyvedli ze sociálních sítí.

POKUD JSTE SOCIOPAT

Pokud jste sociopat, který chce jednoduše vyhrdat konverzaci stůj, co stůj (a rozhodně vám to nedoporučuji), vytvořte si 2 – 3 falešné profily na sociální síti, získejte pro ně přátelé, nahrajte fotky a dále pokračujte dle předchozího scénáře.

Ale uvědomte si jedno. Vaším cílem by nemělo být spor vyhrát, to ani nejde. Vždy bude někdo naštvaný. Měli byste chtít ukončit konverzaci se subjektivně nespokojeným zákazníkem způsobem, že on nebude mít potřebu vás dále pomlouvat a možná i časem pochopí, že jste možná měli pravdu.

A TO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ...

Zachovejte klid a situaci řešte. Stejně jako v každém jiném oboru platí: „Kdo nic nedělá, nic nezkaží.“ Chyba online se prostě stát může a je ihned vidět a většinou zasáhne velké publikum. Na druhou stranu, její odstranění je zpravidla levné. Například chybu v letáku hned tak neodstraníte, a pokud jste již letáky rozdaly, tak se vám pravděpodobně ani nepodaří poslat omluvu adresátům. Z tohoto hlediska jsou chyby online mnohem lépe řešitelné.

Přesto ale doporučuji co nejkomplexnější testování a kontrolu před odesláním – přeci jenom je lepší chyby nedělat, abyste je následně nemuseli řešit.

Přeji hodně štěstí při využívání online kanálů.

Michal Blažek

MichalBlazek.cz