

# Jan Řežáb: Socialbakers jsou po dvou letech evropským lídrem pro analýzu sociálních sítí

**Honzu Řežába jsme měli v digitální snídani před dvěma lety, tehdy jako guru v oblasti mobilního marketingu. Jenže protože v online branži se věci mění rychleji než kolekce vyhlášených módních návrhářů, je tu Honza znova v úplně jiné roli. Jeho projekt Socialbakers se stal evropským lídrem v oblasti analýty sociálních sítí a aktuálně dostal obrovskou finanční investici...**

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Tvoje firma Socialbakers dostala krásnou investici ve výši více než dvou milionů dolarů...

**JAN ŘEŽÁB:** Každé peníze, které přijdou do společnosti jako investice, jsou vždy dobře kontrolovány a firma je musí použít ke své akceleraci. V Socialbakers jako v profitabilní firmě jsme si uvědomili, že konkurence jde vpřed a bez větší investice by nám mohl ujet vlak a hrozilo by, že bychom vyklidili pozici jedničky na trhu. Proto byla potřeba taková investice.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Změnili jste i název...

**JAN ŘEŽÁB:** Ten jsme měnili několikrát. Jmenovali jsme se Candytech, pak Face Bakers, ale Facebooku se nelíbilo, že je v názvu slovo Face, a tak vznikl název Socialbakers. Pokud jde o positioning, nám tím paradoxně velmi pomohli, protože jsme při tomto rebrandingu museli změnit své pole působnosti a zamyslet se o jeho rozšíření. Nyní je tedy oficiální název firmy Socialbakers a Candytech je jen naše divize. Věřím, že všechny změny jsou jen k lepšímu. Dnes Socialbakers měří nejen Facebook, ale i Twitter, Google plus, LinkedIn...

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Jaké jsou vaše cíle do budoucna?

**JAN ŘEŽÁB:** Naším cílem z marketingového pohledu je měřit tři věci dle nové klasifikace internetových médií – paid media (placená média, klasická reklama), owned media (vlastní weby firem apod.) a především earned media – YouTube, Twitter, Facebook apod. Do roku 2012 ale chceme jít i do paid media i do owned media a vše integrovat do jednoho velkého přehledu statistik.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Zabýváte se tedy měřením, ale živí vás i další činnosti. Jak jste se etablovali na světovém trhu?

**JAN ŘEŽÁB:** Na začátku jsme se specializovali na výrobu facebookových aplikací, což loni vy-



Tomáš Jindříšek

rostlo na docela solidní objem. Socialbakers má nyní krásný web, kam chodí lidé z celého světa a najdou na něm nejrůznější statistiky o Facebooku, Twitteru, demografická data, statistiky top stránek a značek. Hlavní verze webu je přitom zdarma. To pomohlo propagaci firmy a díky prezentaci na konferencích se o ní dále povědomí rozšířilo.

V listopadu loňského roku jsme se rozhodli portál monetizovat a vytvořili jsme placené

technologie, které umožňují profesionální analýzu stránek. Tuto aplikaci má dnes koupenou pět set klientů z celého světa a jsou mezi nimi takové značky, jako je L'Oréal, Lufthansa, Henkel apod.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Jak se takové obchody sjednávají?

**JAN ŘEŽÁB:** Máme tým deseti lidí, který vede Petr Varga, jenž byl předtím v Google. Řídí obchodníky, kteří oslovují partnery a dělají rychlé sales. Tento tým sídlí v Praze, nyní jsme ale otevřeli office v Londýně a příští týden otevíráme další v San Francisku. Našli jsme tam snaživé lidi, které jsme headhuntovali z velkých firem. Já sám létám hodně po světě a většinu obchodu pro firmu dělám osobně. Našimi dobrými klienty jsou nyní státy, jako je Keňa, Chorvatsko, Rusko...

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Obchoduješ tedy s celým světem a prodáváš virtuální věc. Překvapilo tě něco, pokud jde o kulturní rozdíly?

**JAN ŘEŽÁB:** Na jednu stranu se rozdíly v globalizovaném světě stírají, na druhou ale zůstávají. Až při jednání se projeví specifika jednotlivých národů – například Turci jsou velmi specifičtí, mají např. obecný problém s angličtinou. Kulturní rozdíly je třeba studovat, a když jedu do nějaké nové země třeba v Asii, musím se předem zorientovat.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK:** Kolik takových schůzek a cest v zahraničí zvládáš? Máš pocit ze statusů na Facebooku, že jsi za posledních pár měsíců musel obletět celý svět.

**JAN ŘEŽÁB:** No ano (směje se). Svět jsem obletěl několikrát, v tomto roce jsem byl skoro ve všech světadílech. Jsme aktivní v předná-

**Náš byznys bude určitě dál v měření a aktivitách na základě měření. Chceme se také přesunout k monitorování facebookových reklam od impresie přes klik po akci. Dnes se optimalizuje reklama na cenu kliku, ale měla by se optimalizovat na efektivitu kliku. Chceme proto optimalizovat celý proces.**



Jan Řežáb

šení – konference jsou největší prodejní kanál a z každé si přinášíme velký počet nových klientů. A vyplatí se to. A navíc – procestovat během roku třicet zemí je velká zkušenost.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Kdo kromě tebe v Socialbakers působí?**

**JAN ŘEŽÁB:** Socialbakers jsme založili s Martinem Homolkou a Lukášem Maixnerem, postupně jsme přibrali jako junior partnera Jiřího Vovese. A pak vstoupil investor Daniel Bergman, který vlastní jednu z největších digitálních a produkčních firem na světě, Martin Huml, Čech, který žije v Silicon Valley, který opravdu zná byznys. Ten se stal předsedou představenstva a zároveň výkonným ředitelem.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jak se ti spolupracuje s takovými zkušenými lidmi, když sis předtím byl zvyklý dělat věci po svém?**

**JAN ŘEŽÁB:** Je to skvělé, protože mají velký přirozený respekt a s lidmi to umí. Pracuje se mi s nimi opravdu dobře. Ne vždy, když investor řekne, že bude spolupracovat, tomu tak skutečně je, ale my máme investory, kteří spolupracují pravidelně a mají o věc zájem.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Na co bude použita investice, o které byla řeč? Co chystáte?**

**JAN ŘEŽÁB:** Realizovali jsme akvizici jedné významné mezinárodní facebookové aplikace – Social RSS – a jednoho konkurenčního portálu – Czechfacebook.com. Umožní nám to dát dohromady mnoho lidí a dostaneme se díky tomu na čtvrt milionu registrovaných marketérů. Náš byznys bude určitě dál v měření a aktivitách na základě měření. Chceme

se také přesunout k monitorování facebookových reklam od impresie přes klik po akci. Dnes se optimalizuje reklama na cenu kliku, ale měla by se optimalizovat na efektivitu kliku. Chceme proto optimalizovat celý proces.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Monitorujete sociální sítě, máte statistiky, čísla... Jaké jsou trendy v této oblasti?**

**JAN ŘEŽÁB:** Pokud jde o trendy, vnímám jako dominantní platformu Facebook. Tam by měly firmy utrácet 70 % svého času a peněz. Docela velký je Twitter, Google plus se začíná zvedat a věřím, že to bude pokračovat. Nepodceňoval bych ani LinkedIn, ani segmentované sociální sítě.

**TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Ted' bych se tě chtěl zeptat trochu osobně: tvoje žena pracuje v Googlu a má na starosti YouTube, o čem se doma bavíte?**

**JAN ŘEŽÁB:** Bavíme se o filmech, o kultuře, nebo jak bylo v zahraničí. Komentujeme globální situaci a bavíme se o oboru, to je samozřejmé. Pokud jde o firemní informace, ty se dozvídám dřív z novin než od ní.

Tomáš Jindříšek, David Daniel

INZERCE



## NAŠE SLUŽBY MAJÍ ŘÍZ! PÁLÍ NÁM TO.

Jsmo jediný lettershop v ČR s kompletními službami inhouse.

**Komplexně zajišťujeme:**

- Obálování. Strojově i ručně. Až 1 milion kusů denně.
- Personifikaci. Denně až 1,5 milionů dokumentů.
- Balení do folií. Až 300 000 katalogů denně.
- Nabízíme ucelené služby zásilkového obchodu od A do Z.
  - Zabalíme až 10 000 balíčků denně.
- Zajistíme on-line statistiky a přehledy zboží.
- 1500 skladovacích míst ještě volných.

**Hledáte profesionála za dobrou cenu?  
Nejste spokojení a potřebujete změnu?  
Chcete ušetřit čas a prostředky?**

**Řízněte do toho! Vyzkoušejte nás!**

**CMS**  
ČESKÁ MAILINGOVÁ  
SPOLEČNOST

**A** AGENTURA  
ROKU  
2010

Partner Agentury  
roku 2010

David Frost  
tel.: +420 226 800 121  
e-mail: david.frost@cms-praha.cz  
www.cms-praha.cz