

CHARLIE ŠRÁMEK

SOCIAL MASTER



CPRESS

JAK BÝT
ÚSPĚŠNÝ NA
SOCIÁLNÍCH
SÍTÍCH

Charlie Šrámek

SOCIAL MASTER

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na
www.cpress.cz
www.albatrosmedia.cz



Charlie Šrámek

Charlie Šrámek: SOCIAL MASTER – e-kniha
Copyright © Albatros Media a. s., 2025

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.


ALBATROS MEDIA

CHARLIE ŠRÁMEK

SOCIAL
MASTER

JAK BÝT ÚSPĚŠNÝ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

 **PRESS**

© Charlie Šrámek, 2025

Fotografie: © Daniel Sýkora @purplcikady

© ZikG – s. 35 / Shutterstock.com;

© Tom Rose – s. 36 / Shutterstock.com;

© Kathy Hutchins – s. 36 / Shutterstock.com;

© Michael Potts F1 – s. 37 / Shutterstock.com;

© YES Market Media – s. 38 / Shutterstock.com;

© Billy F Blume Jr – s. 39 / Shutterstock.com;

© Eddie Montelibano – s. 93 / Shutterstock.com.

ISBN tištěné verze 978-80-264-5749-7

ISBN e-knihy 978-80-264-5761-9 (1. zveřejnění, 2025) (epub)

ISBN e-knihy 978-80-264-5762-6 (1. zveřejnění, 2025) (mobi)

ISBN e-knihy 978-80-264-5757-2 (1. zveřejnění, 2025) (ePDF)

SOCIAL MASTER	6
JAK JSEM SE STAL YOUTUBEREM	14
OSOBNÍ BRAND JAKO NEJVĚTŠÍ PÁKA DNEŠKA	26
JAK OSOBNÍ BRAND DĚLÁ Z LIDÍ MILIONÁŘE A JAK SE TO Povedlo i mně	30
TŘI HLAVNÍ PILÍŘE VÝDĚLKU Z OSOBNÍHO BRANDU	46
ILUZE: PRAVDA O TOM, CO SKUTEČNĚ KE TVORBĚ POTŘEBUJEŠ	58
JAK SPRÁVNĚ ZACÍLIT OBSAH A INSPIROVAT NOVOU GENERACI	70
PROČ MUSÍ ZNÍT V HLAVĚ: PRAVIDLO SEDMI	78

INSTAGRAM JAKO HLAVNÍ SÍŤ? 88

**CO NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH
ROZHODNĚ NEDĚLAT,
POKUD CHCEŠ USPĚT 96**

**STRATEGIE PRO ÚSPĚCH
NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH
S PŘÍKLADY Z PRAXE 106**

**TOČ VŠECHNO.
VYJDI Z DISKOMFORTU
A PROSTĚ ZAČNI 112**

**JAK PŘESNĚ TI MŮŽE
AI POMOCT V TVORBĚ 124**

**TVŮJ PRODUKT A JAK JEJ
SPRÁVNĚ KOMUNIKOVAT 128**

**AUTENTICITA JAKO TVOJE
NEJSILNĚJŠÍ ZBRAŇ 140**

KOMUNIKUJ SVOJI PROFESIONALITU A STAŇ SE AUTORITOU	146
PRAVIDELNOST JE TAJNÁ ZBRAŇ ÚSPĚCHU	152
KOUZELNÁ FORMULE, JAK USPĚT	158
MONETIZACE – JAK PROMĚNIT OBSAH VE ZDROJ PŘÍJMŮ	174
ZAČNI. VYTRVEJ. USPĚJ.	186
ZÁVĚREČNÝ PRACOVNÍ LIST	192
OTÁZKY OD MÝCH SLEDUJÍCÍCH	196
SLOVNÍK SOCIAL MASTERA	203

A man in a dark suit and light-colored shirt, with his hands clasped in front of him. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text 'SOCIAL MASTER' is centered over the image in a large, bold, white font.

SOCIAL MASTER

Dneska už nestačí být dobrý jen v tom, co děláš. Pokud netvoříš na sociální sítě, tak o tobě nikdo neví. Skoro jako bys neexistoval.

To je realita dnešní doby. Ať se nám to líbí, nebo ne. Přichází revoluce v odvětví online marketingu.

Než se ponoříme do konkrétních strategií a hacků, jak vybudovat osobní brand na sociálních sítích, chci ti říct jednu zásadní věc: Nejsem teoretik. To, co ti v téhle knize předám, není výcuc z cizích blogů nebo převyprávěný motivační bullsh*t. Je to deset let zkušeností, pokusů, omylů, a hlavně výsledků. A přesně díky nim jsem dnes tady a píšu tuhle knížku. Je to moje druhá knížka v řadě, a kdybych řekl svojí učitelce na češtinu, že nenapišu jednu knížku, ale rovnou dvě, tak by se mi asi vysmála. Takže tímto zdravím paní učitelku. Nikdy se nenechte podceňovat.

Deset let. Tak dlouho už aktivně tvořím na sociálních sítích. No a pořád jsem nevyhořel. Říkat o sobě, že jsem **SOCIAL MASTER**, možná bude pro někoho příliš arogantní a velké vychloubání, ale jakmile vám popíšu svou cestu, tak si můžete udělat názor sami, jestli je název správný. Já bych řekl, že jsem ten KLÍČ, jak uspět na sociálních sítích, našel.

Jsem hrozně analytický typ člověka a rád zkoumám, proč věci mají úspěch. Když si představíte osobu, jak každý den sedí nad grafem a zkoumá číslíčka, jsem to já. Rád bych vám všem předal to, co jsem během své cesty zanalyzoval, aby úspěšným tvůrcem na sociálních sítích mohl být každý. Je jedno, jestli je vám 15 nebo 45. Je jedno, jestli jste student nebo vedete obří firmu. Je jedno, co děláte za práci. Pokud budete následovat tuhle knihu a know-how, které vám chci předat, úspěšní můžeme být všichni.

Možná si říkáte, jaká je moje motivace předat svoje know-how, když si jenom vytvořím konkurenci. Mou motivací je fakt, že kdyby mé mladší já našlo na začátku mé tvorby podobnou knihu, ušetřilo by si hodně pádů,





CHARLIE ŠRÁMEK
**SNEAKER
HEAD**



C PRESS

vyhozených peněz a třeba by mu to změnilo pohled na svět, nebo i kompletně od základu celý život. Chci, aby tahle knížka pomohla vytvořit další skvělé tvůrce, kteří mají co předat.

Už jako malý kluk jsem chtěl být „známou“ osobností a získat uznání. Chtěl jsem, aby mě lidi obdivovali. Chtěl jsem dokázat velké věci. Jenom jsem nevěděl, v čem chci být vlastně nejlepší. Jak jsem teda začal?



KDE SE VZALA MÁ VÁŠEŇ PRO SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Jsem ročník 1997. Vyrůstal jsem v době, kdy ještě frčely tlačítkové telefony, vyráběly se první MP3 přehrávače a sociální sítě, jak je známe, neexistovaly. Moje generace si chatovala na ICQ nebo později na Skypu. Píšu o tom s takovou nostalgií, až si říkám, že jsem normálně starý, ale pravda je taková, že za posledních 15 let se doba tak šíleně zrychlila, že je to až neuvěřitelné. Jakmile přišly dotykové telefony a lepší počítače, dorazila i první větší sociální síť – Facebook. Už tehdy, jelikož jsem byl dost kreativní, jsem uvažoval, jak se dá na tom internetu vydělat nějaká ta kačka.

Protože jsem vyrůstal s mamkou samoživitelkou, tak jsem přemýšlel takovým způsobem, abych byl co nejdřív samostatný a máma za mě nemusela utrácet tolik peněz. Zároveň mě hnal pocit, že bych chtěl nosit oblečení nebo dělat stejné věci, jaké dělají ty bohaté děti z mého města. Jelikož jsme s mámou neměli peníze, byli jsme nuceni se přestěhovat z rodného města k tetě. Protože jsem byl daleko od svých kamarádů a neměl s kým běhat po venku (v novém městě jsem nikoho neznal), naučil jsem se zhruba v svých 15 letech dělat webové stránky.

Začal jsem se šíleným způsobem zajímat o knížky o marketingu, o psychologii a chování lidí a následně o to,

jak tvořit webové stránky, a založil si digitální agenturu, ve které jsem měl pět spolupracovníků. Všichni byli externisté, kteří byli z různých měst po celé republice. Jeden programoval, druhý dělal ilustrace, já jsem dělal webdesign a domlouval klienty, a podobně. Teď, když se na to zpětně kouknu, bylo velice vtipné, když patnáctiletý kluk přišel za čtyřicetiletým podnikatelem a snažil se mu radit, jak udělat lepší web a marketing. Každopádně nebudu vám lhát; díky své houževnatosti jsem měl docela dost klientů. Protože ten patnáctiletý kluk se nenechal jen tak odradit a na každou otázku měl vždy pro klienta odpověď.

Z téhle práce, kdy jsem dělal weby, jsem si dokázal vydělat 30–40 tisíc za měsíc. Všechno jsem to fakturoval přes svého strýce, který měl živnost. Je důležité věci dělat legálně a s rozumem.

Jakmile se ale objevil Facebook, má pozornost se hodně změnila, protože jsem našel díru, jak na něm vydělávat prakticky bez nákladů: Vytvořil jsem si dvě webové stránky, které sloužily jako magazín. Informovaly o různém dění a tématech. Psal jsem tam o různých virálních tématech, která jsem našel na internetu. Vždycky jsem si našel video, které mělo spousty zhlédnutí a udělal jsem o něm článek. Například o tom, jak muž nečekaně požádal přítelkyni o ruku v obchodáku, ale ona ho odmítla.

Tyhle články jsem sdílel do všemožně tematicky laděných facebookových skupin včetně skupin s články. A asi mi nebudete věřit, ale průměrně jsem na článku dosahoval 60–100 tisíc přečtení. Na podobných článcích byla reklama od Googlu, což mi vydělávalo desítky tisíc korun.

Tohle jsem dělal pár měsíců, než za mnou přišel můj nejlepší kamarád s tím, že chce začít fotit, a koupil si zrcadlovku. A tady se zrodila v mojí hlavě myšlenka:

JDEME TOČIT NA YOUTUBE!





**JAK
JSEM
SE STAL
YOUTUBEREM**

Pamatuju si ten moment, jako by to bylo dneska. Dva kluci, mně bylo 18 a mému nejlepšímu kamarádovi Albertovi 16 let, sedíme u jeho rodičů na zahradě a já si představuji, že bychom měli začít natáčet na YouTube. Hned mi přišly na mysl otázky typu: Co budeme natáčet? Jak se budeme jmenovat? Jak to chceš udělat, aby to lidi sledovali?

Protože jsem studoval marketing, značky a psychologii, tak jsem hned na druhý den přišel s plánem. Vymyslel jsem název Pimps. Proč? Protože je to zvučné a krátké. Co budeme natáčet? Začneme nahánět pozornost na tom, co tu chybí, což byly pranky. Jako správní tvůrci jsme si totiž udělali research trhu, a jak jsme zjistili, tehdy prostě tato videa, která byla extrémně populární po celém světě, u nás chyběla. A jak to dostaneme mezi lidi? No tady jsem využil svoje magazíny, které poutaly velkou pozornost – o každém videu jsem napsal článek a sdílel to na facebookových skupinách.

Uznávám, byly to trošku bulvární a šokující články typu „Mladík načapal svého kamaráda s jeho přítelkyní. To, co se stalo, nikdo nečekal“, nicméně tím jsme docílili, že už první video na našem kanále mělo 30 tisíc views za 4 dny. Pamatuji si, jak jsme seděli a jenom si říkali: „Okay, tak jsme asi našli způsob, jak udělat obří kanál.“ Na tématech, jako jsou pranky, jsme nasbírali za rok a čtvrt přes 100 tisíc odběratelů na YouTube.

Postupem času, protože jsme byli starší, jsme chtěli celý ten koncept předělat a začít pracovat na něčem jiném než jen na srandičkách. Řekli jsem si, že budeme dělat sociální experimenty a různé challenge mezi sebou. Chtěli jsme se dostávat do diskomfortu a testovat své limity. Pamatuji si, že to bylo zrovna období, kdy jsem skončil školu a nechal se zaměstnat, protože všechno, co nám YouTube vydělal, jsme do něj vráželi zpět.



Pracoval jsem jako grafik v jedné firmě, která dělala designové zastřešení na bazény do celého světa. Přes týden jsem chodil do práce a o víkendech jsme vždycky natáčeli. Šíleně nás to bavilo. Zhruba po 10 měsících jsem práci opustil, udělal si živnost a šel dělat full-time youtubera.

Když si na to vzpomenu, byla to hrozně vtipná situace. Jeden den jsem totiž nepřišel do práce, jelikož jsme si s klukama řekli, že procestujeme Evropu v autě a celé to natočíme. Jak jsem se potom do práce vrátil, můj šéf mi řekl, že celou tu cestu viděl, že ho to extrémně bavilo a že cítí, že chci dát výpověď. Tak jsme se v klidu dohodli a já jsem mohl ještě ten den odejít.

Během tří let jsme se stali jedním z nejsledovanějších kanálů na českém internetu. Vytvářeli jsme challenge, cestovní videa... prostě jsme natočili cokoliiv šíleného, co nás napadlo. No a protože jsme po naší cestě poznali spoustu dobrých kamarádů, kteří chtěli taky tvořit, řekli jsme si, že z nich uděláme tvůrce. Proto přišel na řadu projekt BETA.



BETA

BETA byl další projekt a kanál na YouTube, který byl vytvořen za účelem formování dalších influencerů. Jako banda kamarádů jsme si pronajali velký barák, v kterém se aktivně tvořil obsah, navzájem se podporovali a tvořili spolu. Vznikla v něm spousta velkých jmen, kterým jsme předali naše know-how, jak uspět. Všichni dodnes tvoří a vydělávají si prostřednictvím sociálních sítí.

Celá BETA byla zase jedinečná. V Česku do té doby nebyla banda, která by bydlela spolu a natáčela různá šílená videa. Je to podle mě sen každého kluka, mít partu kamarádů, se kterou bydlí, může s ní zažívat bláznivé zážitky a u toho vydělat peníze...

Proč vám tyto osobní příběhy a zkušenosti předávám? Chci, abyste mě jednak více poznali a jednak viděli, co všechno mám za sebou a že mám reálné výsledky. Osobně totiž nenávidím fakt, že většinou ti, kteří nic neumí, učí. Zároveň budu v částech, kde si budeme předávat know-how, odkazovat právě na své zkušenosti uvedené v knize, ať máte přehled. Vítejte v mém příběhu!

Za rok a půl jsme se s klukama přestěhovali a já šel svou vlastní cestou. Udělal jsem si sólo kanál na YouTube jménem Charlie's Factory, na nějž jsem natáčel videa o oblečení a teniskách. Jak jsem začal vydělávat větší peníze, šíleným způsobem mě chytla móda, a proto jsem si vytvořil vlastní značku oblečení, kterou jsem pojmenoval Fairytale.

Protože jsem už měl za ty roky opravdu dobře vytvořenou osobní značku, byl jsem jejím prostřednictvím schopný monetizovat své publikum a dosah. Za první půlrok jsem prodal přes 3 000 kusů oblečení. Jenom bych rád podotknul, že mikinu jsem prodával za 3 600 Kč. Jak

jsem zjistil, že KLÍČEM k největšímu výdělku a monetizaci jsou vlastní produkty, rozhodl jsem se v tomto modelu pokračovat. Zkoumal jsem, jak mohu nejlépe jako tvůrce monetizovat své publikum, a přišel k zjištění, že vlastní kvalitní produkty zároveň pomáhají tvůrci budovat jeho vlastní značku. Je to další věc, která jej pomáhá definovat.

CHARLIE X KIF

Rád bych ještě zmínil jednu součást mé cesty, kterou potřebujete na úvod znát, a to je můj podíl na vytvoření jednoho z nejmladších a nejúspěšnějších influencerů na české a slovenské scéně. Mluvím o klukovi jménem Kif. Protože umím vycítit přirozený talent lidí, kteří by mohli prorazit na sociálních sítích, u tohoto kluka si toho nešlo nevšimnout. Jak to celé začalo?

Jednou jsem šel nakoupit do Lidlu a přiběhl za mnou malý kluk s neuvěřitelnou energií a elánem. Tehdy mu bylo 13. Vypadal dobře, byl oblečený ve skejtovém stylu jako malý dospělák. Přišel a ptá se mě, jestli by se se mnou mohl vyfotit. Říkám, že určitě může. Jak byl nadšený, a protože šla z něho dobrá energie, tak jsme se na pět minut i zakecali. Absolutně mě odzbrojil tím, jak dospěle uvažoval a jak zdravý měl pohled na svět. Podobného mladého kluka jsem ještě nikdy nepotkal, proto mi automaticky zůstal v paměti.

O týden později jsem na něj narazil znovu. Zase za mnou přišel s neuvěřitelnou energií, ale tentokrát i se svými bratry. To už jsem si říkal, že nemůže být náhoda. Později jsem jej kontaktoval a zeptal se, jestli by se mnou nechtěl

Vážení čtenáři, právě jste dočetli ukázkou z knihy Charlie Šrámek: SOCIAL MASTER.
Pokud se Vám ukáзка líbila, na našem webu si můžete zakoupit celou knihu.