

Co je UGC

Poslední aktualizace 13 května, 2025

UGC, neboli *User-Generated Content*, označuje jakýkoliv obsah vytvořený uživateli, nikoliv značkou nebo agenturou.

Typicky jde o recenze, komentáře, příspěvky na sociálních sítích, videa nebo fotografie, které lidé sdílejí ve spojení s produktem nebo službou.

UGC hraje v online marketingu stále větší roli. Pomáhá firmám budovat důvěru, zvyšovat zapojení a [retenci zákazníků](#) a zároveň přináší cenný obsah, který mohou dál využívat – často bez nutnosti velkých investic do produkce.

Co všechno spadá pod UGC

Obsah od uživatelů může mít různé formy v závislosti na typu byznysu i kanálu, kde se publikuje.

Důležité je, že jeho autorem je běžný uživatel – nikoli oficiální tým značky.

Příklady typického UGC:

- Recenze a hodnocení produktů v e-shopu
- Komentáře pod články nebo příspěvky na blogu
- Fotografie zákazníků na Instagramu s označením značky
- Video typu „unboxing“ nebo recenzní videa na YouTube
- Diskuze a otázky ve fórech nebo na stránkách produktů

Proč je UGC důležitý

V marketingu se UGC považuje za jeden z nejsilnějších nástrojů pro budování důvěry. Uživatelé mnohdy vnímají obsah od jiných zákazníků jako autentičtější a méně reklamní než oficiální sdělení značky. To se pozitivně odráží na jejich rozhodování při nákupu.

Z pohledu firmy má UGC několik klíčových výhod:

- Zvyšuje důvěryhodnost značky a podporuje nákupní rozhodování
- Podporuje aktivní zapojení komunity a vztah se zákazníky

- Přispívá ke zlepšení [SEO](#) díky originálnímu, často velmi relevantnímu obsahu
- Pomáhá snižovat náklady na tvorbu vlastního obsahu

Jak firmy UGC využívají

Ačkoliv uživatelský obsah vzniká mimo přímou kontrolu značky, firmy s ním často aktivně pracují – a to jak pasivně (například zveřejněním recenzí na produktové stránce), tak aktivně (motivací zákazníků k vytváření příspěvků).

Mezi běžné způsoby využití UGC patří:

- Sdílení zákaznických příspěvků na firemních profilech
- Začlenění UGC do e-mailů nebo reklamních kampaní
- Zobrazení autentických recenzí přímo na webu
- Vytváření komunitních sekcí, kde uživatelé přispívají sami

V některých případech je potřeba řešit také moderaci obsahu nebo souhlas se zveřejněním kvůli [GDPR](#), zejména pokud se UGC používá v marketingových materiálech.