

# ZLATÝ LAJK 2023

## ZÁZNAM HODNOCENÍ

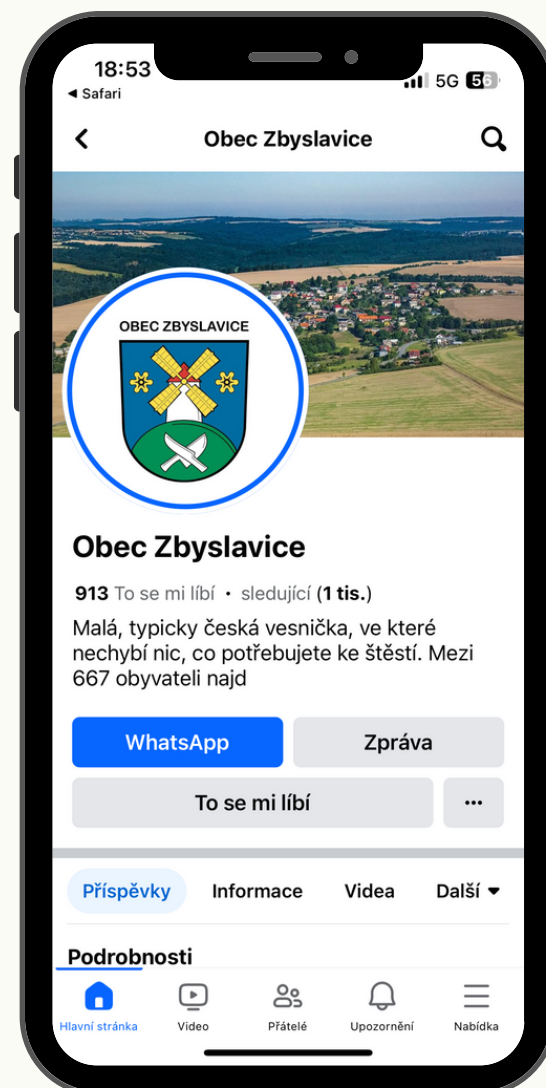
**Obec Zbyslavice**

 **Obec Zbyslavice**



# ZLATÝ LAJK 2023

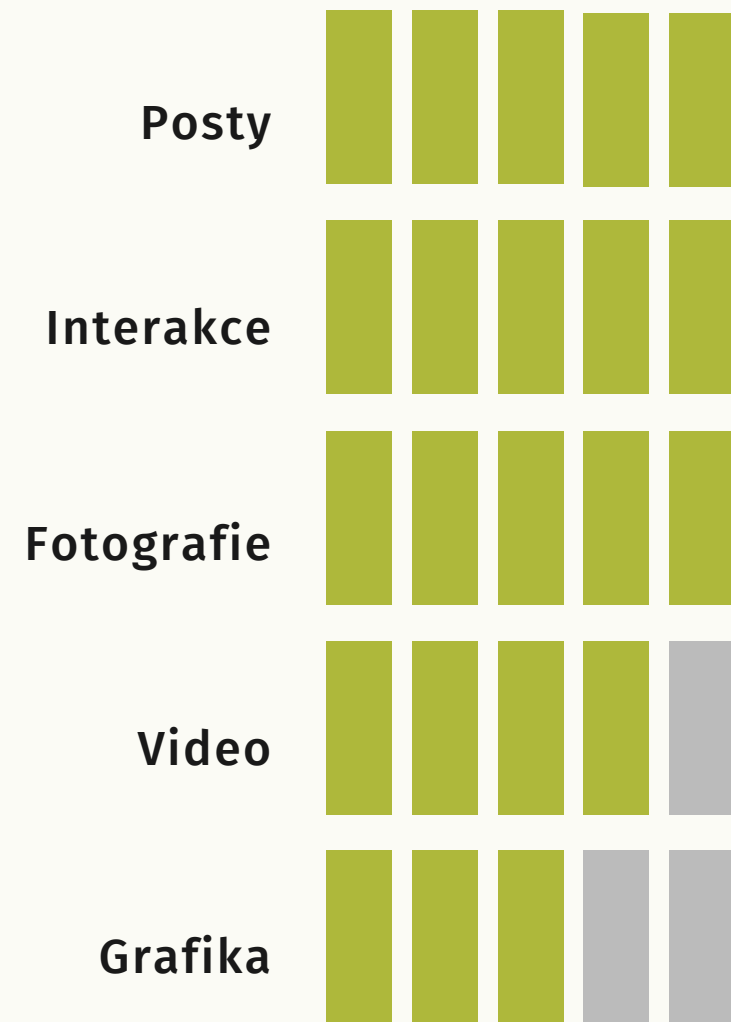
4. ROČNÍK SOUŘEŽE RADNIČNÍCH  
SOCIÁLNÍCH SÍTÍ



**3. místo v celostátním kole**

KATEGORIE MUNICIPALIT DO 2 TISÍC OBYVATEL  
HODNOCENO 63 RADNIČNÍCH ÚČTŮ NA FACEBOOKU

# Záznam bodového hodnocení



Obec komunikuje prostřednictvím sociální sítě Facebook od roku 2014. Samotný fakt, že radnice sociální síť aktivně používá, je důkazem její vůle o maximálně dostupnou a moderní komunikaci. Většina českých obcí a města do 2 tisíc obyvatel ještě stále sociální sítě aktivně nevyužívá, a pokud ano tak komunikace není vždy ideální zejména co do aktivity, tedy frekvence příspěvků. Nejen v tomto ohledu je tedy obec komunikačně vzorná a k obyvatelům vstřícná.

Jednotlivé příspěvky jsou kvalitní, informačně hodnotné. Zahrnují jak aktuální dění z reportážního pohledu (momentky, fotky z akcí atd.), tak obecnější informace, plány, praktické informace, upozornění na blížící se akce či dávání prostoru k diskuzi na konkrétní téma. Textace příspěvků je čtivá, výstižná, psaná přístupným způsobem, který odpovídá charakteru sociální sítě.

Správci jsou aktivní v interakci s followery. Odpovídají na dotazy či připomínky, případně na některé komentáře reagují alespoň emotikony. Zveřejňované fotografie jsou na velmi kvalitní a nadprůměrné úrovni, což se projevuje i v aktivní odezvě od sledujících.

Správci publikují videa, která jsou kvalitativně dostatečná. Audiovizuální obsah je na Facebooku populární a má značný dosah.

Vždy se snažíme připomínat, že u grafických vizuálů (pozvánky/letáky na akce, infografiky atd.) je vhodné je tvořit v jednotném stylu a budovat tak určitý vizuální styl. V podmínkách obce to samozřejmě není vždy snadné, ale často je to alespoň o minimální snaze nepublikovat vizuály ve stylu “každý pes jiná ves”. Za vyloženou vadu na kráse to ale u obcí do 2 tisíc obyvatel nepovažujeme, byť i takové se najdou, které i na sociálních sítích aplikují sjednocený vizuální styl.

Správci aktivně využívají všech běžných dostupných funkcionalit.

Příspěvky jsou publikovány v dostatečné frekvenci, mezi jednotlivými posty nejsou několikedenní prodlevy, ani se následně nedohání vše “na poslední chvíli” (například 3-4 příspěvky krátce po sobě, což škodí zobrazovacímu algoritmu stránky).

Informační hodnota příspěvků je dostatečná a vysoká, nechybí žádné důležité informace o dění v obci, praktická upozornění či přehledy, stejně tak volnočasový obsah, který je podáván atraktivní formou.

Statické prvky, čímž nazýváme cover a profilový obrázek, jsou na vysoké úrovni. Není to zdaleka automatické. Coverový obrázek by měl být ve správném formátu nastaveném tak, aby se správně zobrazoval na všech zařízeních včetně aplikací pro mobilní telefony. Měl by navozovat příjemnou atmosféru, v případě FB stránek obcí a měst je vhodný letecký snímek, panoramatická fotografie či kvalitní fotografie s typickým, neobvyklým či nějak zajímavě vyfoceným pohledem. U profilového obrázku je vhodné místo znaku logo, a pokud je trváno na znaku obce, tak se hodí spíše vybrat nějaký typický prvek z něj - zkrátka profilový obrázek by měl zobrazovat pouze velmi jednoduchý a výrazný grafický prvek (z loga například jen jeho počáteční písmeno), protože v 90 % případů uživatel nevidí profilový obrázek na titulní straně stránky, ale jako zmenšený favicon u postu nebo komentáře. Pokud je profilový obrázek příliš komplikovaný (celé logo, znak atd.), zcela zaniká a uživatel vidí jen zcela nerozlišitelný prvek.



Kvalikom, z. s.  
Světova 523/1, Praha

[info@kvalikom.cz](mailto:info@kvalikom.cz)

TELEFONNÍ ČÍSLO  
607 607 538

[WWW.KVALIKOM.CZ](http://WWW.KVALIKOM.CZ)