**Biuletyn social-mediowy Local-SoMe**

**– czyli o samorządowych internetach**

**Samorządowe internety w 2023. Czym zaskoczy nas algorytm?**

Dzień dobry,

minęły już ponad 3 miesiące od naszego wspólnego spotkania w Tychach na I Samorządowym Kongresie Internetu i Mediów Społecznościowych Local-SoMe’22. Dostajemy od Was masę pytań, za które z miejsca bardzo dziękujemy, dotyczących tematów praktycznych związanych z prowadzeniem social media w samorządach, ale również dotyczących ogólnych kierunków rozwoju platform internetowych. Postanowiliśmy podzielić się tą wiedzą ze wszystkimi uczestnikami kongresu i przygotowaliśmy dla Was - samorządowych „social media ninja”, biuletyn jakiego jeszcze nie było. Głównym celem tego newsletteru jest pomoc wszystkim osobom zajmującym się samorządową komunikacją w mediach społecznościowych szybciej zauważać nowe trendy w social media i lepiej komunikować się z mieszkańcami.

Główne tematy, jakimi zajmiemy się w tym wydaniu:

**Najważniejsze trendy 2023 w social media. Czemu będzie trudniej komunikować w samorządowych social media?**

**Czy „memy” zwiększą zasięg komunikacji samorządowej?**

**Co żarło w samorządowych internetach w ostatnich 28 dniach? Co łączy "łódzką babcię biznesu”, raciborskie kolędy i jazdę maluchem 126p po Krotoszynie**???

Zapraszamy!

Zespół Local-SoMe

**Najważniejsze trendy 2023 w social media.**

Zmiany, zmiany, zmiany praktycznie każda z platform w ostatnich tygodniach zapowiadała zmiany na własnym podwórku. Oczywiście nikt nie wie na 100%, jak będzie wyglądać świat social mediów za kolejne 12 miesięcy, ale już dziś na bazie dostępnych informacji, ploteczek i przecieków możemy spróbować nakreślić zmiany i trendy, jakie nas czekają w 2023.

**Facebook**

Nie jest tajemnicą, że według większości ekspertów Facebook i jego użytkownicy cierpią na chwilowy kryzys tożsamości. Rosnąca dynamika TikToka to nie jedyny problem. Nowa tiktokowa forma algorytmu zmieniła zachowania konsumpcyjne na całym świecie. Większość osób przegląda już wyłącznie reels. Mark Zuckerberg zapowiedział The Verge (źródło <https://bit.ly/3CyZMZX>) bardzo istotne zmiany w przeciągu kolejnych 12-24 miesięcy w funkcjonowaniu serwisu.

Sztuczna Inteligencja(AI) będzie miała kluczowy wpływ na polecane treści. To oznacza, że będziemy widzieć coraz więcej treści ze stron i osób, których nie obserwujemy, ale które "przechodzą" przez nasz kanał. Jak to się ma do komunikacji samorządowej?

Opisana powyżej zmiana de facto jest implementacją zasad działania algorytmu TikTok. Lepsze treści będą prezentowane do wszystkich użytkowników. To oznacza że nie tzw. "graf społeczny" czyli sieć powiązań fanów będzie miała największy wpływ na dotarcie a jakość prezentowanych treści. Dzięki takiemu podejściu TikTok maksymalizuje zaangażowanie użytkowników. Ich feed nie ogranicza się do aktualnie obserwowanych profili. Dzięki tym zmianom, dobre treści będą mogły docierać do dużo większej liczby osób a nie tylko do obserwujących. Na naszym podwórku będzie to oznaczało, że jeśli prezentowane przez samorząd treści będą odpowiednio angażujące, szansa na ich szersze dotarcie (poza bańkę) będzie o wiele większą. W odróżnieniu od TikToka, Facebook nie ogranicza się tylko do krótkich treści wideo, ale posiada w swoim arsenale grafiki, posty tekstowe, linki, wiadomości, grupy itp. Jeśli w 2023 Facebook skutecznie wprowadzi zapowiadane zmiany większości użytkowników w Waszych miastach wyświetlą na feedach treści i strony osób, o których nigdy wcześniej nie słyszeli. Plotki mówią że nawet 40% wyświetlanych treści może pochodzić ze stron, których użytkownicy nie obserwują.

Tak, słabe posty będą szybko ginąć, a najlepsze będą miały coraz lepsze wyniki dotarcia, nawet poza obecnymi odbiorcami. To będzie dawać ogromne możliwości, ale też stanowić wyzwanie dla samorządów ze słabym zaangażowaniem użytkowników.

Jednocześnie Facebook będzie w dalszym ciągu odchodził o eksponowania linków zewnętrznych. Czyli, albo robimy lepszy kontent w samorządowych social mediach, albo dajemy linki do stron i całkowicie zabijamy przekazy.

Kolejną ciekawym trendem, który będzie miał kluczowy wpływ w 2023 dla prowadzących samorządowe media społecznościowe, to drastyczny wzrost znaczenia DM (direct message – wiadomości prywatnych) dla pozyskiwania zasięgu dla treści.

W odróżnieniu od Facebooka i innych mediów społecznościowych, TikTok nazywa siebie "platformą rozrywki". Przewaga Facebooka nad innymi platformami w budowie społeczności jest bezdyskusyjna. Żadna inna platforma nie posiada tak ważnej funkcji, jak możliwości sprawdzenia aktualizacji statusu u własnych znajomych, rodziny czy grup. Facebook jest jedną z niewielu aplikacji do interakcji z bliskimi. Dzięki ogromnie rozbudowanej sieci prywatnych kontaktów w czatach, Facebook zamierza mierzyć budowę zaangażowania treści w oparciu o popularność linków w DM w danym środowisku. Taka zmiana spowoduje, że treści, które są mocno dystrybuowane lokalnie przez mieszkańców, będą także dużo mocniej wyświetlane na zewnątrz.

CO jeszcze będzie się zmieniać na Facebooku? Metavers, posty z VR i duzooo więcej reklam…

Jak głoszą plotki konta używające Avatrów z Metavers będą dużo mocniej promowanie na platformie...... O tym czy warto rozmyślać o wejściu Waszego miasta w Metavers zastanowimy się w kolejnych wydaniach. Posty publikowane z VR – chwilowo pozostawimy bez komentarza. Tym razem oszczędzimy Wam również, całej masy informacji o nowych możliwościach płatnej promocji.

**Instagram**

W 2023 Instagram będzie miał ponad 2 miliardy użytkowników i wbrew powszechnym opiniom to właśnie ten kanał social media a nie Facebook czeka największa bitwa z TikTokiem.

Bez dyskusyjnie Instagram stoi przed najważniejszym wyborem w swojej historii - czy utrzymać rolę niezbędnej aplikacji w świecie social mediów, ale to będzie oznaczać dalsze eksperymentowanie, czy skontrować się na podstawowej funkcji tej platformy, czyli fotografii? Tego nie wiemy, natomiast poniżej kilka zapowiadanych zmian, które najprawdopodobniej pojawią się w 2023r.

Więcej treści polecanych przez sztuczną inteligencję (AI) - tak pomimo protestów użytkowników i deklaracja samej platformy, że będzie ograniczać ten proceder. W 2023 roku ma być lepiej, czyściej i efektywniej. Jak dokładnie Instagram chce to zabić - nie wiadomo. To co wiadomo to, że reels będzie jeszcze więcej i będą miały jeszcze większy wpływ na zasięgi.

Jak te zmiany będą miały się do komunikacji samorządowej? Z naszego punktu widzenia w ogóle. Główna zasadą pozostaje: im bardziej produkujesz rozrywkowy kontent i rozumiesz własnych odbiorców (tak, tak rozumiesz), tym masz większe zasięgi. Natomiast, jeśli traktujesz samorządy IG, jako gazetkę ścienną, każda zmiana w algorytmie będzie tylko działać dla ciebie na gorsze.

**Twitter**

2022 był dla Twittera szalonym rokiem. Co się zdarzy w tym kanie w 2023? - praktycznie nie wiadomo. To co dziś wiemy? Dla debaty publicznej oraz prowadzenia komunikacji kryzysowej Twitter staje się niezbędnym narzędziem dla każdego samorządu. Warto pamiętać, że pomimo tylko 2 milionów użytkowców i dość małego udziału tej aplikacji w rynku social media (około 4,5%), to jedynie miejsce z największym skupieniem dziennikarzy i mediów. Twitter pomimo, że nie wydaje się atrakcyjnym medium dla samorządowych internetów, to jest bardzo przydatny w stresujących i kryzysowych sytuacjach.

**LinkedIn**

Oto prawdziwy zwycięzca zaangażowania użytkowników w 2022 roku. Już Ponad 5,4 miliona użytkowników przy ponad 57% udziale grupy wiekowej 25-34 lata. Platforma rozrasta się bardzo dynamicznie. Odpowiadając na pytanie czy samorząd powinien prowadzić komunikację w tym kanale w 2023? - Zdecydowanie tak. Powodów jest kilka, ale o tym w kolejnych newsletterach.

Co LinkedIn zapowiada w 2023?

Jednym z podstawowych celów serwisu jest łączenie osób poszukujących pracy i pracodawców. Dziś LinkedIn jest posiadaczem największej bazy danych osób poszukujących pracy. W 2023 serwis będzie jeszcze lepiej zarządzał danymi, aby pomóc osobom poszukującym pracy oraz rekruterom znaleźć najlepszych kandydatów.

Serwis ma zadbać o lepsze połączenia wideo oraz dynamiczny rozwój serwisów audio. Oczekiwana jest także zmiana wizualizacji kanałów.

**TikTok**

Aplikacja w 2022 rosła jak na sterydach. Ponad 13 milionów użytkowników. W czerwcu 22 przeciętny użytkownik spędził w aplikacji 18,5h godziny (!!). Dane pochodzą z badania Gemius/PBI dla serwisu Wirtualnemedia.pl.

Próby samorządowej komunikacji w kanale Tiktok to osobny temat. Z rzeczy które mogą interesować samorządowych „social media ninja” dot. zmian i trendów najważniejsze to zmiany w płatnościach dla twórców - docelowo maja zarabiać więcej. Duże obawy dotyczące bezpieczeństwa danych użytkowników TikTok, to jedno z największych wyzwań w 2023. Póki co obowiązuje umowa pomiędzy chińskim gigantem a amerykańska firmą Oracle w sprawie przechowywania danych użytkowników. Pytanie to czy w 2023 wystarczy?

Ile czasu użytkownicy średnio spędzają w sieci i w jakim serwisie? Dane pochodzą z badania Gemius/PBI dla serwisu Wirtualnemedia.pl:

Facebook – 26 354 322 użytkowników, średni czas: 16:10:05

Instagram – 15 765 192 użytkowników, średni czas: 4:05:17

TikTok – 12 868 632 użytkowników, średni czas: 18:31:55

Twitter – 10 221 066 użytkowników, średni czas: 0:45:37

Pinterest – 8 037 954 użytkowników, średni czas: 0:35:07

Snapchat – 7 927 956 użytkowników, średni czas: 2:58:35

LinkedIn – 5 861 322 użytkowników, średni czas: 0:11:37

Blogspot – 5 814 504 użytkowników, średni czas: 0:04:06

Wykop – 3 532 410 użytkowników, średni czas: 0:22:19

Reddit – 3 024 864 użytkowników, średni czas: 0:11:52

**Czy „memy” zwiększą zasięg komunikacji samorządowej?**

To pytanie coraz częściej pojawia się wśród osób prowadzących samorządowe social media. Czy może „memy” spowodują wzrost spadających zasięgów? Oczywiście odpowiedz nie jest jednoznaczna.

1. Analizując interakcje profili komercyjnych, publicznych i samorządowych, które używają memów, możemy wnioskować wzrost zaangażowania fanów od 10% do nawet 22%. ( średnia 30 dni). Jak sami widzicie nie są to jakieś fenomenalne wyniki, ale bardzo pozytywnie zaskakują.

2. To co wydaje się kluczowe w tym rozwiązaniu do ciekawe reakcje użytkowników i ich inne podejście do prezentowanych treści. Biorąc pod uwagę kluczowe znacznie jakości kontentu względem nowego działania algorytmu, luźne treści dają do tego przestrzeń.

Szukając odpowiedzi i badając w problematykę tematu w sieci, możemy znaleźć kilka bardzo ciekawych spostrzeżeń innych analityków na temat stosowania memów, które warto uwzględnić:

1. Każdy mem to ryzyko - zawsze. Nie chodzi o hejt, ale o niszę jakiej działacie, czyli komunikacja samorządowa. Najlepiej działać spontanicznie - nie planować w tej sytuacji.

2. Lepiej działają memy dobrze znane niż nowości. Czyli według klaski "użytkownicy lubią tylko memy które znają i rozumieją"

3. Zawsze znajdą się użytkownicy, którzy będą narzekać na formę. Trzeba te odrobine hejtu wkalkulować w działania i być na to przygotowanym. Taki podatek od sukcesu.

4. Rożne memy na różne platformy.

5. Zabawa formą, ale nie na siłę.

Reasumując, nasza rekomendacja? Warto używać memów w samorządowej komunikacji, ale ...z rozwagą i wyczuciem użytkowników.

**Co żarło w samorządowych internetach w ostatnich 28 dniach? Co łączy "łódzką babcię biznesu”, raciborskie kolędy i jazdę maluchem 125p po Krotoszynie**???

W badanym okresie w przeciągu ostatnich 28 dni w samorządowych internetach ewidentnie wyróżniły się 3 posty.

Pierwszy, bezdyskusyjnie, to post zamieszczony przez Miasto Łódź pokazujący panią Krystynę z Bałut. 82-latkę, która cały czas prowadzi swój biznes ([link do postu](https://www.facebook.com/339168858254155/posts/530548095782896)). 12,5 tys. interakcji to jeden z najlepszych postów umieszczonych w kanale Facebook w tym okresie.

Dwa najbardziej angażujące video w tym okresie to właśnie to raciborskie kolędy [(link do postu)](https://www.facebook.com/watch/?v=1340901179985501) – 16 tys. wyświetleń i zaangażowanie na poziomie 14 proc., oraz powolny objazd miasta fiatem 126p po Krotoszynie ([link do postu](https://www.facebook.com/watch/?v=8440999542641088)) - 34 tys. wyświetleń i prawie 10 proc. zaangażowania (8,3tys obserwujących).

Co łączy te 3 posty? To, co w mediach społecznościowych jest ich DNA – ludzie i społeczność. Nie ważne, czy mówimy o dobrych czy złych sprawach, czy temat jest miły czy trudny, ludzie lubią media społecznościowe, kiedy mówią o nich i do nich. Gdy mówią o ich przeżyciach, sukcesach, czy problemach. Jest to również esencja samorządowych mediów społecznościowych.

**Jeżeli chcielibyście, abyśmy zbadali jakiś nurtujący Was temat dotyczący samorządowych social media i napisali o nim w kolejnych wydaniach, piszcie do nas: kontakt@localsome.pl.**