

Złoty Lajk 2023

Cel nagrody

Corocznie, Związek Miast Polskich wraz z partnerami przyznaje nagrodę "Złoty Lajk" dla miast i ich włodarzy za osiągnięcia w mediach społecznościowych. Oceniane są zarówno jakość treści, jak i zaangażowanie społeczności, które razem tworzą efektywną komunikację w mediach społecznościowych i internecie. Wszystkie nagrody mają na celu podkreślenie znaczenia i wpływu mediów społecznościowych na życie publiczne i samorządowe. Oceniane są zarówno jakość treści, jak i zaangażowanie społeczności, co razem składa się na efektywną i udaną komunikację.

Okres oceny

Analiza obejmuje okres ostatnich 12 miesięcy aktywności na różnych platformach mediów społecznościowych.

Zasady wyboru laureatów

Zasady przyznawania nagród w ramach programu "Złoty Lajk" są zharmonizowane i oparte na analizie danych zebranych w ciągu ostatnich 12 miesięcy z różnych platform mediów społecznościowych oraz innych serwisów internetowych. Poniżej przedstawiono wskaźniki, na podstawie których dokonuje się oceny:

- 1 Przyrost społeczności:** Określa liczbę nowo zdobytych obserwujących w określonym czasie. Im wyższy przyrost, tym efektywniejsza strategia zwiększania zasięgu i angażowania społeczności.
- 2 Liczba publikacji:** Ogólna ilość zamieszczonych treści, zarówno tekstowych, jak i multimedialnych. Jest to barometr aktywności na platformie społecznościowej.
- 3 Dywersyfikacja treści:** Ocena różnorodności typów contentu, np. tekstowego, wideo, infografik, ekspresję.
- 4 Jakość i spójność komunikatów:** Analiza jasności, zrozumiałości i spójności komunikatów.
- 5 Interakcje na posty tekstowe:** Mierzenie aktywności użytkowników na publikacje tekstowe.
- 6 Całkowita liczba interakcji:** Sumuje wszystkie formy interakcji z zamieszczonymi treściami, takimi jak polubienia, komentarze i udostępnienia.
- 7 Zasięg publikacji:** Określa, jak wiele unikalnych użytkowników widzi treści publikowane przez profil. Zasięg może być bezpośrednim wskaźnikiem świadomości marki w cyfrowym ekosystemie i jej zdolności do dotarcia do nowych segmentów odbiorców.

8

Wskaźnik zaangażowania: Określa, jak aktywna i zaangażowana jest społeczność w reakcji na publikowane treści. Może obejmować różne formy interakcji i jest uważany za jeden z najważniejszych wskaźników.

9

Oryginalność treści: Ocena stopnia innowacyjności i kreatywności w komunikacji.

10

Jakość wizualna: Analiza jakości grafik, zdjęć i materiałów wideo pod kątem profesjonalizmu i estetyki.

11

Dostosowanie do odbiorcy: Ocena, jak dobrze treści są dostosowane do grupy docelowej.

12

Strategia komunikacji: Analiza spójności przekazu, celów komunikacyjnych i realizacji założonej strategii.

13

Reakcja na kryzys: Ocena sposobu reagowania na negatywne sytuacje i zarządzania kryzysowego.

14

Liczba publikacji wideo: Określa ilość wideo zamieszczonych na platformach społecznościowych. Kluczowy wskaźnik dla zrozumienia, jak aktywnie wykorzystuje się treści wideo w strategii komunikacji.

15

Interakcje wideo: Obejmuje wszelkie aktywności użytkowników w reakcji na zamieszczone filmy, takie jak polubienia, komentarze i udostępnienia. Świadczy o skuteczności wideo w zaangażowaniu społeczności.

16

Liczba publikowanych zdjęć: Określa liczbę zdjęć, które zostały zamieszczone na platformie społecznościowej w danym okresie. Może być traktowane jako jeden z wskaźników aktywności i zaangażowania.

17

Wartość ekwiwalentu reklamowego: Oszacowuje hipotetyczny koszt osiągnięcia podobnego zasięgu i liczby interakcji poprzez płatne działania reklamowe, co pozwala na wycenę organicznego zasięgu profilu i interakcji z treściami.

18

Mierzenie sentymentu społeczności: Przeanalizowanie tonacji komentarzy i wzmianek o profilu w mediach społecznościowych w celu oceny ogólnego sentymentu społeczności. Pozwala to na zrozumienie emocjonalnego odbioru marki przez użytkowników i jakości postrzegania publikowanego contentu.

19

Wykorzystanie nowych funkcji platform: Ocena, jak szybko i efektywnie są wdrażane nowości technologiczne.

20

Kampanie interaktywne: Analiza kampanii wymagających aktywnego udziału użytkowników.

21

Wykorzystanie technologii AI: Ocena wykorzystania sztucznej inteligencji.

Wszystkim laureatom serdecznie gratulujemy!