

USMERITVE ZA KOMUNICIRANJE OBČINAM IN ŽUPANOM

Meta Celestina – Direktorica vsebinskega marketinga
Jernej Smisl – Direktor korporativnega svetovanja

**KOMUNICIRANJE MORA
POSTATI TEMELJNA
VREDNOTA OPRAVLJANJA
JAVNE FUNKCIJE.**

**KOMUNICIRANJE NAJ POSTANE
DEL VAŠEGA NAČRTOVANJA,
VODENJA IN IZVAJANJA VSEH
PROJEKTOV NA RAVNI OBČINE.**

**ODLIČNO NAČRTOVANJE IN
BREZHIBNO IZVAJANJE BREZ
USTREZNE KOMUNIKACIJE NISTA
ODLIČNA IN BREZHIBNA.**

**ZNOTRAJ PROJEKTA DOLOČITE TRI
MEJNIKE, KI JIH BOSTE
KOMUNICIRALI. 20 PROJEKTOV X 3
MEJNIKI = 60 VSEBIN LETNO. V
ŠTIRIH LETIH TO PREDSTAVLJA 240
PRILOŽNOSTI ZA TO, DA LJUDJE
SLIŠIJO VAŠ GLAS.**

**SVOJIM OBČANOM STE DOLŽNI
POROČATI O SVOJEM DELU.
POSKRIBETI MORATE, DA BODO
VEDELI, KAJ POČNETE.
PRILOŽNOSTI: ENKRAT NA TEDEN,
VSAK TEDEN V LETU.**

INFORMACIJE O VAŠEM DELU BODO DOSEGLE JAVNOST. ČE ŽELITE, DA JIH DOSEŽEJO PREKO GOVORIC IN LAŽNIH INFORMACIJ, KI JIH ŠIRI KONKURENCA, OSTANITE TIHO. V NASPROTNEM PRIMERU BODITE TISTI, KI VODI DISKURZ.

**KRITIZIRANJE JE SLOVENSKI
NACIONALNI ŠPORT. VENDAR
LAHKO S PROAKTIVNIM
KOMUNICIRANJEM ZMANJŠATE
OBSEG IN DOSEG KRITIK.**

S KOM KOMUNICIRATI? DELEŽNIKI



**ZAČNITE DANES IN BODITE PRVI, KI
POROČATE O SVOJEM DELU.
INTERPRETIRAJTE GA SAMI,
KONKURENCA GA BO POSKUŠALA
DRUGAČE.**

**ODPRITE VRATA, PREDEN S
PROBLEMI NA NJIH POTRKAJO
DRUGI.**

MEDIJSKE KLOFUTE SPREJEMAJTE DOSTOJANSTVENO.

MEDIJI IN NOVINARJI NAJ NE BODO SOVRAŽNIKI. SO ČETRТА VEJA OBLASTI. POMAGAJTE JIM OPRAVLJATI NJIHOVO DELO.

**DOLOČITE OSEBO, KI BO
ZADOLŽENA ZA KOMUNICIRANJE IN
JI POPOLNOMA ZAUPATE. ODPRTE JI
VRATA NA VSAK SESTANEK,
ZAGOTOVITE VSE INFORMACIJE.**

**OSTANITE ZVESTI SEBI. SVETOVALCI
NAJ SVETUJEJO, ODLOČITVE
SPREJEMAJTE SAMI. IZVOLJENI STE
ZARADI TEGA, KAR STE.**

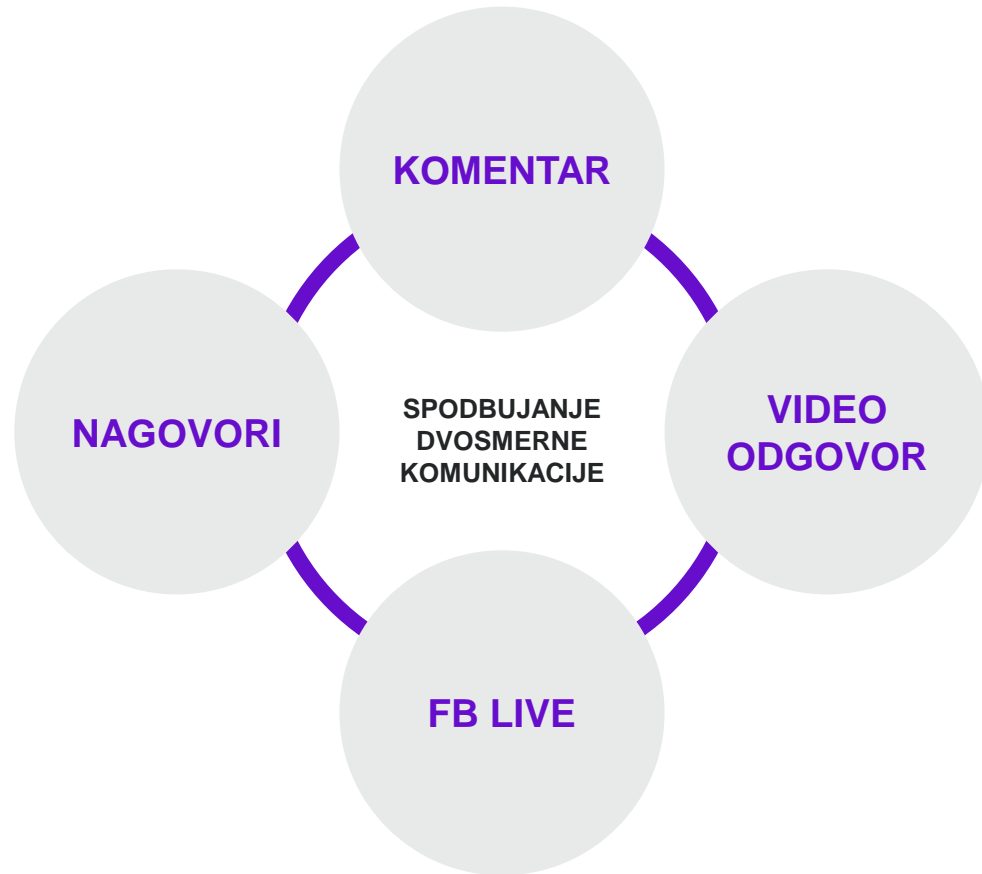
OSVOJITE OSNOVE KOMUNICIRANJA V DRUŽBENIH MEDIJAH!

DRUŽBENA OMREŽJA IN VLOGA KANALOV

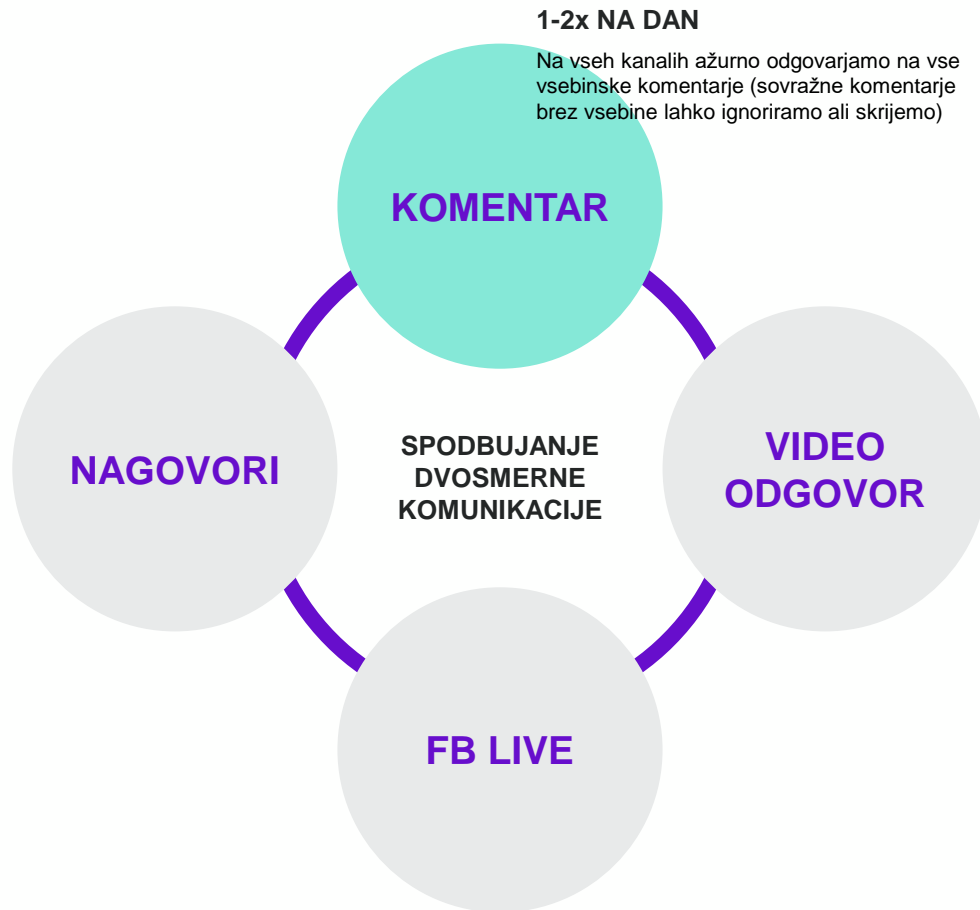
KANAL	Instagram	Facebook	TikTok	YouTube	Twitter
FORMAT	Video (reels), stories, vizualne statične objave	Vizualne vsebine (grafike, albumi, videi, livei)	Kratki video posnetki	Daljši video posnetki	Kratka sporočila. Poudarek na besedilu, informaciji, pomenu
NAMEN	Zanimive zgodbe o uspehu, zanos za naprej, informiranje	Informiranje o dogodkih, načrtih in uspehih, interakcija s sledilci.	Pristna komunikacija – ekipa, uspehi, dnevno življenje	Daljši posnetki za predstavitev kampanje, kandidatov, podpornikov.	Informiranje in boj argumentov. Omogoča monitoring.
NASVET PRI UPRAVLJANJU	<p>Fokus: preprost video format (reels) objave</p> <p>Vsebina: spremljanje projektov, posnetki interakcije z občani, dogodki, video odgovori na najpogostejša vprašanja, video informiranje o poteku različnih projektov ali utrinkih z dogodkov</p>	<p>Fokus: vzpostavitev dialoga z live formatom in odgovori v komentarjih, vizualne objave o aktualnih dogodkih/temah/projektih</p> <p>Vsebina: Live vklopi z odgovarjanjem v živo in na vnaprej zbrana vprašanja občanov. Video odgovori na vprašanja. Daljše opisne objave, ki informirajo o dogodkih/obiskih/projektih (z vizualno podobo)</p>	<p>Fokus: pristne vsebine iz vsakodnevnega življenja, sodelovanja z ekipo.</p> <p>Vsebina: Obisk projektov Smiselni trendi, posneti skupaj z ekipo Hitri intervjuji z volilci Dnevne montaže zanimivih dni v projektov</p>	<p>Fokus: daljši video z bogato vsebino. Visoka vrednost produkcije.</p> <p>Vsebina: Pretekli projekti Prihodnji plani Predstavitev svetnikov in župana Predstavitev in intervjuji znanih podpornikov</p>	<p>Fokus: Sodelovanje v debatah, ki so običajno ostre in polarizirajoče. Lahko postanejo navijaške in agresivne.</p> <p>Vsebina: Informiranje Odpiranje razprave Preverjanje idej in mnenj Politični boj na odprti sceni (To odsvetujemo.)</p>

INTERAKCIJA S SLEDILCI V KOMENTARJIH – ODGOVARJANJE NA VPRAŠANJA, ZAHVALA ZA PODORO

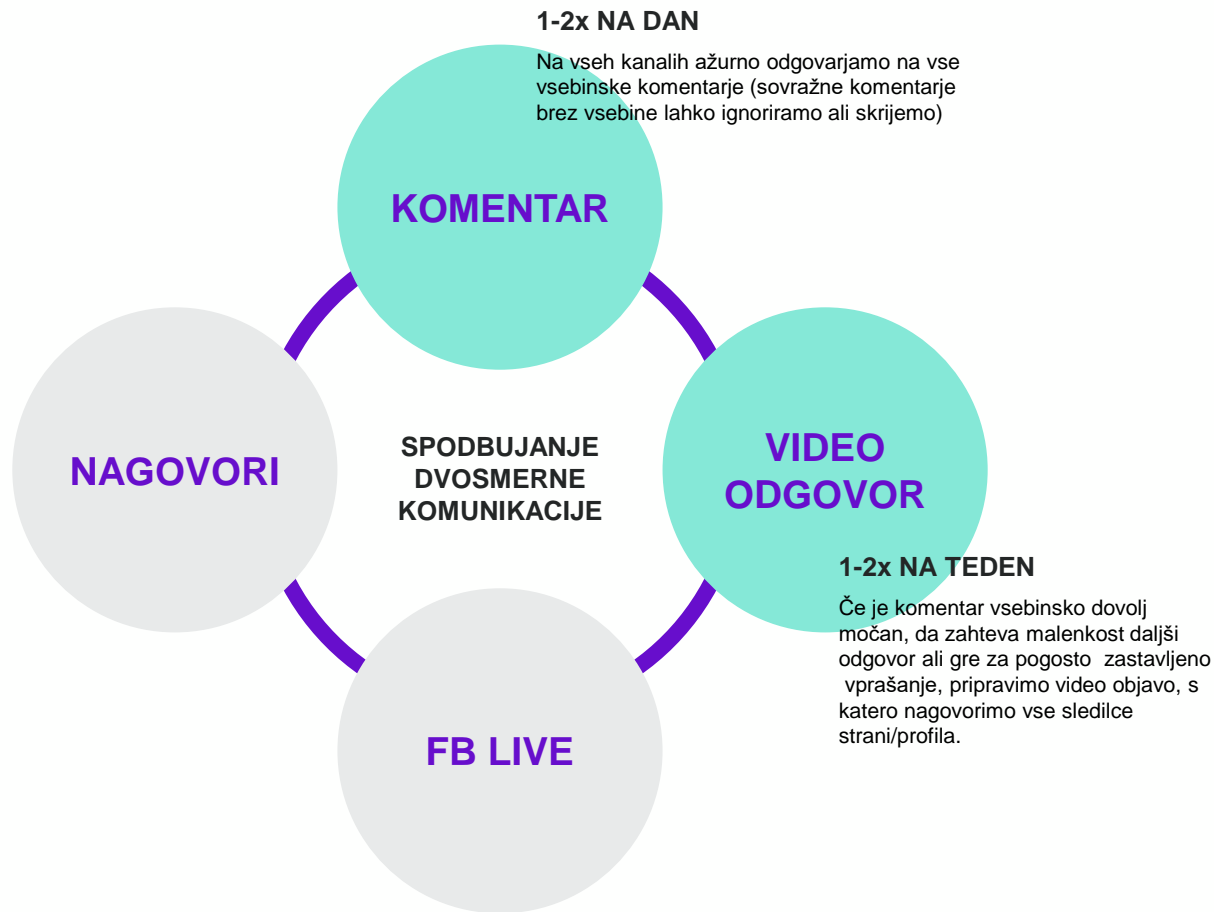
DIALOŠKA KOMUNIKACIJA NA DRUŽBENIH OMREŽJIH



DIALOŠKA KOMUNIKACIJA NA DRUŽBENIH OMREŽJIH



DIALOŠKA KOMUNIKACIJA NA DRUŽBENIH OMREŽJIH



DIALOŠKA KOMUNIKACIJA NA DRUŽBENIH OMREŽJIH



DIALOŠKA KOMUNIKACIJA NA DRUŽBENIH OMREŽJIH



POMEN IN OBLIKE NATIVE VSEBIN

3 RAZLOGI ZA OBJAVLJANJE NATIVNIH VSEBIN NA DRUŽBENIH OMREŽJIH:

- uporabniku prijazni formati;
- element avtentičnosti in pristnosti;
- boljši rezultati (večji doseg, preferenca algoritmov)

	OBLIKA	PREDLOG VSEBINE
FACEBOOK	Facebook LIVE: <ul style="list-style-type: none">• daljši vklopi med 20 in 60 min• ležeči format	Enkrat mesečno spletno druženje v obliki pogovora s sledilci tj. občani in odgovarjanje na njihova vprašanja v živo.
PREFERIRAN FORMAT JE VIDEO		
INSTAGRAM	Reels: <ul style="list-style-type: none">• kratki videi do 30s• pokončni format• full-screen	Zanimiva dejstva, video prikaz izvedenih projektov - prej/potem ipd.



POMEN IN OBLIKE NATIVE VSEBIN

3 RAZLOGI ZA OBJAVLJANJE NATIVNIH VSEBIN NA DRUŽBENIH OMREŽJIH:

- uporabniku prijazni formati;
- element avtentičnosti in pristnosti;
- boljši rezultati (večji doseg, preferenca algoritmov)

	OBLIKA	PREDLOG VSEBINE
FACEBOOK	Facebook LIVE: <ul style="list-style-type: none">• daljši vklopi med 20 in 60 min• ležeči format	Enkrat mesečno spletno druženje v obliki pogovora s sledilci tj. občani in odgovarjanje na njihova vprašanja v živo.
PREFERIRAN FORMAT JE VIDEO		
INSTAGRAM	Reels: <ul style="list-style-type: none">• kratki videi do 30s• pokončni format• full-screen	Zanimiva dejstva, video prikaz izvedenih projektov - prej/potem ipd.

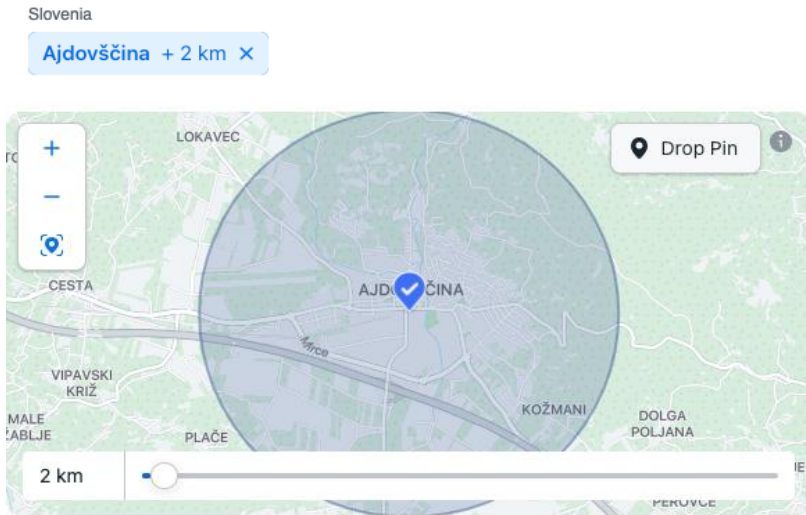


OGLAŠEVANJE JE POMEMBNO TUDI NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

	NAMEN	TIP OBJAVE	CILJNA SKUPINA	STROŠEK OGLAŠEVANJA
SPONZORIRANJE OBJAV	Doseči naše sledilce in osebe, podobne našim sledilcem z objavami, ki so že prejele visoko število interakcij.	Izberemo objave, ki imajo največ pozitivnih reakcij. Priporočeno je tudi, da se izberejo objave, za katere je pomembno, da so videne v najkrajšem času (npr. vabilo na live javljanje).	<ul style="list-style-type: none">• ljudje, ki sledijo našemu profilu (liked our page)• ljudje, ki so podobni tistim, ki sledijo našemu profilu	Strošek na klik je med 0.05 - 0.20 EUR
OGLASI	Pripraviti objave po načrtu in jih predstaviti osebam, ki se nahajajo v naši občini.	Objave, ki imajo dobre rezultate: <ul style="list-style-type: none">• videi s predstavitvijo projektov• carousel in videi s prej/potem fotografijami• izjave podpornikov	<ul style="list-style-type: none">• geotargetiramo prebivalce našega kraja	Strošek za 1000 ogledov je med 2.00 - 2.5 EUR

Priporočamo 2 tipa oglasov – sponzoriranje objav in priprava oglasov s ciljem obiska strani.

GEOTARGETIRANO OGLAŠEVANJE



PRIMER GEOTARGETIRANJA – lahko se izberejo tudi posamezni deli večjih krajev

Daily budget

Actual amount spent daily may vary.

Estimated 499-1.4K people reached per day

€ **2.00**

€1.00 €200.00

V Ajdovščini bi s preprostim vizualnim oglasom dosegli nad 500 ljudi z 2 EUR na dan.

Hvala.



Pristop d.o.o.

Vilharjeva 36
SI-1000 Ljubljana

www.pristop.si
[info\[at\]pristop.si](mailto:info[at]pristop.si)

Dokumenti, informacije, gradiva in podatki, vsebovani v tem dokumentu so izključna last družbe Pristop d.o.o. Prejemnik dokumenta se obvezuje, da konceptov, izdelanih idejnih zasnov in rešitev, avtorskih del in drugih del, na katerih obstajajo pravice intelektualne lastnine, ki so vsebovane v besedilu tega dokumenta oziroma v prilogah k temu dokumentu, ne bo uporabil sam ali preko povezanih oseb, jih ne bo posredoval in odplačno ali neodplačno prepuščal v uporabo tretjim osebam brez vnaprejšnjega pisnega soglasja družbe Pristop d.o.o. oziroma brez naprej sklenjene pisne pogodbe z družbo Pristop d.o.o.