Urząd Miejski w Słupsku
pl. Zwycięstwa 3
76-200 Słupsk

Słupsk, dn. 18.03.2019r.

DKS-II.1431.25.2.2019

W odpowiedzi na Pana wniosek z dnia 28.01.2019 r. o udostępnienie informacji publicznej w zakresie działań jednostki samorządowej prowadzonych w mediach społecznościowych w roku 2018:

1. przekazuję ankietę zgodnie z przesłanym przez Pana wnioskiem,
2. z powodu braku dostępu do statystyk w pozycji 4-7 ankiety nie wypełniono danych dotyczących Instagrama i Twittera.

Z up. PREZYDENTA
Miasta Słupska
Marta Makuch
ZASTĘPCA PREZYDENTA

Załączniki:

1. Ankieta Jednostki Samorządu Terytorialnego w mediach społecznościowych w 2018 r.

p.o. Dyrektora
Wydziału Dialogu
i Komunikacji Społecznej
Beata Macedońska

tel. +48 59 84 88 300
urzad@um.slupsk.pl

Ankieta
Jednostki Samorządu Terytorialnego
w mediach społecznościowych
w 2018r.

Celem ankiety jest zebranie informacji na temat aktywności Jednostek Samorządu Terytorialnego w mediach społecznościowych. Badanie obejmuje reprezentatywną próbę gmin, powiatów i województw w Polsce. Zbierane są informacje dotyczące ***jedynie oficjalnych kont Jednostek****, badanie nie obejmuje oficjalnych kont włodarzy.*
Myślą przewodnią jest zbadanie danych ilościowych i jakościowych, dozwolonych prawem (zgodnie z orzeczeniami ***TK, NSA i WSA*** *dotyczącymi ograniczeń w dostępie do informacji publicznej), dotyczących działań samorządów w przestrzeni mediów społecznościowych.*
Proszę o zaznaczenie ***„X"*** *odpowiedzi właściwej, tylko jednej w każdym pytaniu, chyba że objaśnienia właściwe stanowią inaczej .*

1. Czy państwa jednostka korzysta z mediów społecznościowych?

X	TAK
	NIE

2. Jeśli TAK to proszę zaznaczyć z jakich? *(możliwa więcej niż jedna odpowiedź)*

X	Facebook
X	YouTube
X	Instagram
X	Twitter
	Google+
	Inne

3. Jaka jest liczba użytkowników obserwujących poszczególne konta?

Facebook	17 615
YouTube	336
Instagram	2460
Twitter	1286
Google+	
Inne	

4. Jaki jest (średni roczny) zasięg postu, do ilu odbiorców (średnio) trafia?

Facebook		poniżej 500		500-1500		1500-2500	X	Powyżej 2500
YouTube		poniżej 500		500-1500	X	1500-2500		Powyżej 2500
Instagram		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Twitter		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Google+		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Inne		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500

5. Jaka jest (średnia roczna) liczba reakcji, tzw. LIKE, pod postem?

Facebook		1-50		50-150		150-250	X	Powyżej 250
YouTube	X	1-50		50-150		150-250		Powyżej 250
Instagram		1-50		50-150		150-250		Powyżej 250
Twitter		1-50		50-150		150-250		Powyżej 250
Google+		1-50		50-150		150-250		Powyżej 250
Inne		1-50		50-150		150-250		Powyżej 250

6. Jak dużą ilość komentarzy (średnio rocznie) generują zamieszczane treści?

Facebook		1-10		10-30	X	30-60		Powyżej 60
YouTube	X	1-10		10-30		30-60		Powyżej 60
Instagram		1-10		10-30		30-60		Powyżej 60
Twitter		1-10		10-30		30-60		Powyżej 60
Google+		1-10		10-30		30-60		Powyżej 60
Inne		1-10		10-30		30-60		Powyżej 60

7. Jak dużo udostępnień (średnio rocznie) uzyskują posty?

Facebook		1-10		10-20	X	20-40		Powyżej 40
YouTube	X	1-10		10-20		20-40		Powyżej 40
Instagram		1-10		10-20		20-40		Powyżej 40
Twitter		1-10		10-20		20-40		Powyżej 40
Google+		1-10		10-20		20-40		Powyżej 40
Inne		1-10		10-20		20-40		Powyżej 40

8. Jak często publikowane są nowe posty?

X	Kilka razy dziennie
	Raz dziennie
	Kilka razy w tygodniu
	Raz w tygodniu
	Kilka razy w miesiącu
	Rzadziej

9. Jakie treści publikowane są najczęściej?
*(proszę wpisać od **6** do **1**,gdzie 6 oznacza najczęściej zamieszczane, a 1 najrzadziej)*

3	Informacje bieżące z terenu jednostki
2	Relacje z wydarzeń i spotkań
1	Zaproszenia na nadchodzące wydarzenia
5	Plany inwestycyjne
6	Konkursy i zabawy
4	Promocyjne materiały foto i wideo

10. Jaką formę najczęściej przyjmują treści?

X	Krótki tekst
	Długi tekst
X	Zdjęcie/zdjęcia z opisem
	Video własne z opisem
	Udostępniane treści foto lub video

11. Czy jednostka posiada strategię działań w mediach społecznościowych?

	TAK
X	NIE

12. Czy jest ona oparta o ogólną strategię promocji jednostki?

	TAK
X	NIE

13. Kto moderuje i zamieszcza treści?

	Rzecznik prasowy
	Jeden stały pracownik Urzędu
	Dwóch stałych pracowników Urzędu
	Biuro prasowe
X	Zespół promocji
	Zewnętrzna agencja

14. Jeśli odpowiada za to biuro lub zespół, to z ilu osób się składa?

	3 osoby
	4 osoby
	5 osób
X	6 osób lub więcej

15. Czy w przypadku większej ilości osób następuje specjalizacja- jedna osoba publikuje posty dotyczące ograniczonej i tylko jej przypisanej grupy tematów?

X	TAK
	NIE

16. Jak często odbywają szkolenia osoby odpowiedzialne?

	Jedna osoba przynajmniej kilka razy w roku
	Wszyscy kilka razy w roku
	Jedna osoba przynajmniej raz do roku
	Wszyscy raz w roku
X	Żadna osoba nie brał udziału w szkoleniu

Proszę zaznaczyć celem uzupełnienia:

	Wszyscy członkowie przeszkoleni w różnych latach
	Część zespołu nie brała udziału w szkoleniu

17. Ostatnie szkolenie, w którym brali udział pracownicy odpowiedzialni, odbyło się?

	Pół roku temu
	Do roku temu
	Do dwóch lat temu
	Ponad dwa lata temu
X	Nie było takiego szkolenia

18. Jaki jest koszt roczny działań, związanych z prowadzeniem kont w mediach społecznościowych? *(proszę wpisać kwotę)*

0 zł	Kupno grafik lub zdjęć
0 zł	Przygotowanie zamieszczanych filmów
0 zł	Koszta szkoleń
0 zł	Uposażenie pracowników
0 zł	Reklamy i posty sponsorowane w mediach społ.
0 zł	Zlecanie administracji profilu/profili

19. Czy jednostka korzystała kiedykolwiek z **płatnych form** promocji w mediach społecznościowych?

	TAK
X	NIE

20. Jaki był główny cel takich akcji? *dot. pytania 19.*

	Promocja wydarzenia za pośrednictwem reklamy tylko wśród mieszkańców jednostki
	Promocja wydarzenia za pośrednictwem reklamy także poza mieszkańcami jednostki
	„Zbudowanie zasięgu profilu" przez menadżera reklam tylko wśród mieszkańców jednostki
	„Zbudowanie zasięgu profilu" przez menadżera reklam także poza mieszkańcami jednostki
	„Zwiększenie rozpoznawalności jednostki" przez menadżera reklam tylko wśród mieszkańców jednostki
	„Zwiększenie rozpoznawalności jednostki" przez menadżera reklam także poza mieszkańcami jednostki

21. W jaki sposób sfinansowane i przeprowadzone zostały te zadania? *dot. pytania 19.*

	Samodzielne działanie pracowników
	Zlecenie dla zewnętrznej agencji
	Inne: