

ZLATÝ LAJK 2020 ZÁZNAM HODNOCENÍ



MĚSTO HUSTOPEČE

Město Hustopeče

Jihomoravský kraj

Okres Břeclav

kategorie od 2 do 10 tis. obyvatel

46 bodů

UMÍSTĚNÍ

1. místo v okrese

1. místo v kraji

1. místo v celorepublikovém kole

Město Hustopeče
@mestohustopece

Hlavní stránka
Informace
Události
Příspěvky
Fotky
Videa
Hodnocení
Kupte vstupenky!
Komunita
Skupiny
Vyhodit stránku

Všechna videa

- Radní jednání - většina bodů se týkala samozřejmě nouzových opatření... před 11 dny - 17 zhlédnutí
- Jak funguje město během nouzového stavu a co bude dál? před 2 týdny - 57 zhlédnutí
- Do Hustopeče dorazila zásilka dezinfekce pro celý mikroregion... před 2 týdny - 152 zhlédnutí
- Radní jednání v nouzovém stavu: https://www.hustopece.cz/pravideln... před 3 týdny - 5 zhlédnutí
- Sdělení starostky města Hustopeče k aktuální situaci: před 4 týdny - 70 zhlédnutí
- Na chvíli utěť mezi květy... před 4 týdny - 220 zhlédnutí
- Nad mandloněmi svítá... před 5 týdnů - 207 zhlédnutí
- Krásné ráno ze sadů! před 5 týdnů - 307 zhlédnutí
- Pletní okt k výročí 170 let od narození TGM před 5 týdnů - 41 zhlédnutí



POZNÁMKY

- Město Hustopeče je v letošním roce jednoznačným vítězem v kategorii měst a obcí od 2 do 10 tisíc obyvatel, a to za způsob, jak moderně, pečlivě a kreativně pracuje se svou stránkou na Facebooku. Využívá nejen téměř všechny dostupné funkce, ale činí tak velmi efektivně a od obyvatel město za to sklízí zaslouženou pochvalu.

- Statické prvky jsou působivé, nicméně je škoda, že není využito videocoveru, když už město tak dobře pracuje s videem. Kombinace záběrů z města či dronu zpracovaná na rozměr coveru by byla naprosto skvělá. Případně je možné mít cover z více fotografií najednou - FB toto umožňuje (využívá to například městys Nehvizdy). Co se týká profilového obrázku, velmi oceňujeme využití loga, které znázorňuje plodiny, jejichž pěstováním je město vyhlášené. Opět ale drobná připomínka - erb města působí na profilovém obrázku již rušivě. Rozumíme snaze nevynechávat erb z oficiální prezentace města, ale kvůli němu přichází profilový obrázek o čistý a jednoduchý design. Kdyby bylo na profilové fotce pouze logo, výsledek by byl mnohem elegantnější. Profilový obrázek se ještě poměrně dobře zobrazuje v záhlaví FB stránky, ale jakmile se uživatel dívá na profilový obrázek u komentáře či jednotlivých příspěvků, z erbu se stává nevýrazná malá červená tečka. Samotné srdce by bylo nepoměrně lepší.

- Rubrika "informace" je příkladně vyplněna včetně poutavého a kreativního popisu.

- Stránka pracuje s událostmi, které opatřuje hezkými covery - je dobře, že jsou jen v minimech případů jako covery voleny grafické vizuály, ty se pro tento účel nehodí, nechceme-li stránky zaplevelovat nesourodou grafikou.

- Celá stránka vykazuje silný engagement vypovídající o vysoké kvalitě příspěvků.

- Stránka má téměř více sledujících než je obyvatel města. To dokazuje, že stránku sledují i lidé z blízkého okolí, případně turisté.

- Naprosto famózní je práce s videem. Vidíme hned několik unikátů. Tím nejvýraznějším jsou výtažky z jednání Rady, ze kterých je dělaná velmi vydařená infografika (škoda je jen nemoderního stínovaného fontu v horní části, ale to je detail). Grafika formou "bublin" shrnuje, o čem radní rozhodli, vše je navíc dělané na mírně vertikální formát, který se dobře zobrazuje na mobilních telefonech. Město se snaží podobným způsobem zveřejňovat i některé jiné informace, zde však mírně ruší nepřiměřeně hlasitá a lekavá hudba. Město využívá živá vysílání, během kterých reaguje na dotazy diváků. Vylepšit by se dala snad jen gimblem, který vřele doporučujeme pořídit. Pozvánky jsou vkusně sestřihané do grafické koláže. Občasné "perličky" typu anketa mezi dětmi jsou nejen dobře technicky zpracované (kvalitní zvuk i obraz), ale jsou i originální a pobaví. Skvěle zpracované názvy videí včetně emoji a hashtagů. Opravdu se jedná o tak dlouhodobě kvalitní a častou práci s videem, že se jí nedaří ani přiblížit nikomu z desítek dalších soutěživých v této kategorii.

- Výborná práce s textem. Příspěvky jsou psány odlehčenou formou, nejsou typicky úřední a strohé, naopak se přizpůsobují tomu, že jsou vkládány na sociální síť, kde je potřeba uživatele zaujmout a neunavit dlouhými bloky textů. Autoři k tomu využívají i populární emoji, které taktéž text odlehčují a vizuálně rozdělují.

- Město přistupuje k odpovědím na komentáře a hodnocení velmi profesionálně, v odpovědích je vstřícné, milé, ochotné, to nebývá zcela automatické.

- Město sice během pandemie využívá svůj FB účet velmi aktivně a kvalitně, porota se však při svém hodnocení zaměřovala na fungování stránky během "běžného režimu" mimo nouzový stav způsobený pandemií koronaviru Covid-19. Během této několik týdnů trvající krize samozřejmě nemohl být brán ohled na úroveň grafického zpracování příspěvků a podobné detaily, cíl byl především rychle a přesně informovat obyvatele. Nutno podotknout, že obcím, městům a městským částem se to dařilo skvěle a v mnoha ohledech byly radnice nejdůležitějším a nejlépe fungujícím zdrojem informací. Ukázalo se zároveň, jak důležitým pomocníkem mohou sociální sítě být v krizových situacích. Municipality disponující účty na sociálních sítích, či alespoň SMS systémem dokázaly občany mnohem efektivněji informovat o všem důležitém.