



Препоръка 6 **отразяваща изследването на официалните институционални** **профили във Фейсбук на малки населени места** **в област Русе и Силистра**

Резултати от Поддейност 1.6 са реализирано Проучване/изследване 6 на официалните институционални профили в социалната мрежа Фейсбук на малки населени места в област Русе и Силистра за комуникация във фейсбук чрез институционални профили във Фейсбук на малки населени места и съответно отправяне на Препоръка 6 за търсене на възможности за прилагане на територията община Сливо поле на идентифицирани добри практики при изследването.

В осемте общини на Русенска област се очертава тенденция за създаване на фейсбук страници на множество групи и общности в малките населени места. Община Сливо поле не прави изключение.

Такива групи и общности често са източник на невярна информация и слухове.

Въпреки това, тези канали са конкурентни на мрежата от новосъздадени фейсбук страници по този проект.

Препоръчително е тези групи и общности да се използват за промотиране на официалните фейсбук страници на Община Сливо поле и кметствата, като се разясни на потребителите, че актуална, точна и автентична информация могат да получат преди всичко от институционалните профили (фейсбук страници) на Общината и кметствата.

Наблюдава се и друг дефект, по-специално при последователите на официалните фейсбук страници на кметствата в областта.

Немалко от актуалните потребители не живеят в населените места и интересът им към съответните страници е резултат на носталгични чувства.



Тези потребители не са излишни но и не добавят голяма стойност, от гледна точка на целевата аудитория.

Община Сливо поле и кметствата трябва да се стремят да привлекат като читатели местни и активни хора, които живеят в населеното място.

Друга важна точка от успешната комуникация и привличане на потребители е честотата на публикуване.

Много от институционалните фейсбук страници не публикуват регулярно в профилите си.

Това е грешна стратегия води до загуба на вече привлечени потребители и невъзможност за разширяване на аудиторията.

Обратно – регулярното публикуване привиква потребителя да очаква следваща порция информация. По този начин се увеличава шанса за надграждане на аудиторията, като резултат от споделени публикации или коментари, които се виждат от мрежата приятели на редовния читател.

Голяма част от потребителите в тази мрежа са също местни хора и биха имали интерес към подобни информации или биха се включили в коментарите.

Както при търговската реклама-доволният клиент сам и напълно безплатно ще рекламира съответната стока или услуга, така и при успешната комуникация на Общината с гражданите, аудиторията и чувството на удовлетвореност и съпричастност ще се увеличат.

Трябва да се използва всеки случай за популяризиране на електронните канали на Общината като полезен, лесен и достъпен източник на информация.