

Promocja wydarzeń i działań społecznych w internecie, w szczególności – na Facebooku

Nawet świetnie zaplanowane i zorganizowane działania społeczne **nie obędą się bez dobrej promocji**, dzięki której uda się dotrzeć do potencjalnych uczestników i uczestniczek oraz zaprosić ich do udziału, trafić do potencjalnych wolontariuszy, którzy mogliby wesprzeć głównego organizatora, poinformować media lokalne itd. Potrzeba promowania wydarzeń lokalnych czy projektów społecznych jest oczywista, pytanie jednak się pojawia, jak to robić z wykorzystaniem Internetu.

Opcji jest wiele, bo internet jest bardzo wdzięcznym i pojemnym narzędziem promocji. Do promowania można przecież wykorzystywać:

- stronę internetową własnej organizacji, instytucji lub przedsięwzięcia,
- reklamy online zamieszczane w innych serwisach (płatne i bezpłatne), np. urzędu gminy, lokalnej gazety, serwisu Ngo.pl,
- e-maile promocyjne/newslettery wysyłane do własnej lub uzyskanej (np. zakupionej) bazy danych,
- serwisy online innych podmiotów na zasadzie współpracy, patronatów i innych form wspierania (np. artykuł zapraszający na festyn, zamieszczony na stronie www lokalnej gazety),
- serwisy społecznościowe.

Materiał, który właśnie czytasz, dotyczy tej promocji, ale w wersji zawężonej – nie będziemy się zajmować nawet skutecznymi metodami, ale wymagającymi dużych nakładów: finansowych czy czasowych.

Jeśli masz stronę internetową (swoją, swojej organizacji) i tam możesz zamieścić informację o wydarzeniu – świetnie, wykorzystaj to! Masz dobry kontakt z lokalnymi dziennikarzami? To powód do radości i nie wahać się podrzucić im informacji o swoich działaniach. Ale jeśli nie masz w tym momencie dostępu do takich zasobów, skup się na medium, którego zasięg w Polsce ciągle rośnie (korzysta z niego już ponad 15 milionów Polaków i Polek), czyli na **Facebooku**.

Facebook to w tej chwili **bardzo silne narzędzie promocyjne**, a brak informacji o działaniach na Facebooku może wiele kosztować.

Facebook – czym jest?

Jeśli jeszcze nie jesteś na Facebooku, to możesz nie wiedzieć, czym ten serwis jest. Przede wszystkim to **serwis społecznościowy**. Istotą jego istnienia jest stworzenie platformy, na której ludzie mogą się spotykać, przekazywać o sobie informacje, rozmawiać, nawiązywać nowe relacje. Ponadto, na Facebooku obecne są instytucje publiczne, które prowadzą tą drogą działania informacyjne, firmy, które promują swoje produkty i usługi czy „celebryci”, którzy prezentują się przed swoimi fanami, zapraszają do kontaktu i zwiększają zainteresowanie swoimi działaniami.



Na tej samej zasadzie serwis ten wykorzystywany jest przez organizacje pozarządowe, grupy sąsiedzkie czy pojedynczych użytkowników – do informowania o swoich działaniach, zapraszania do udziału, proszenia o wsparcie itd. I o tym zastosowaniu jest dalsza część materiału.

To, co jest kluczowe dla działania Facebooka, to możliwość interakcji z zamieszczanymi treściami. W największym skrócie pisząc: jeśli zainteresuje Cię przeczytany na Facebooku materiał, możesz kliknąć przycisk „lubię to”, dodać komentarz lub udostępnić informację na swoim profilu prywatnym. Wszystkie te działania sprawią, że o Twojej aktywności dowiedzą się osoby będące w Twojej sieci kontaktów. Czyli efekt promocyjny może się wydarzyć ☺

Jeśli potrzebujesz jeszcze więcej informacji na temat zasad działania Facebooka, zajrzyj na poniższe linki:

- <https://www.facebook.com/help> – strona pomocy Facebooka, wyjaśniająca mnóstwo wątków związanych z tym serwisem;
- <http://www.enauczanie.com/media/facebook-w-edukacji/> - zbiór krótkich, wzbogaconych zrzutami z ekranu instrukcji, dotyczących podstaw korzystania z Facebooka.

Fan Page, czyli strona dla fanów, profil organizacji/inicjatywy

Uwaga! Jeśli na razie masz konto tylko jako osoba prywatna (a nie organizacja czy inicjatywa), to zacznij od **założenia konta „firmowego”, tzw. fan page** (strony dla fanów). Uzyskasz dodatkowe możliwości plus unikniesz zagrożenia, że Facebook zablokuje Twoje konto jako konsekwencję niewłaściwego korzystania z serwisu!

To podstawowa forma „istnienia” organizacji/inicjatywy na Facebooku. To miejsce, gdzie zamieszczasz informacje na temat swojej organizacji/inicjatywy. Zarówno dane kontaktowe, jak i informacje o działaniach, pomysłach, przedsięwzięciach. A przede wszystkim: bieżące wiadomości o swoich działaniach, które pełnić mogą rolę promocyjną.

Jak założyć fan page? Sprawdź tutaj:

- <https://tinyurl.com/y8jnr5b6> - link prowadzi do sekcji Pomoc w serwisie Facebook; przeczytaj informacje podstawowe i przeszukaj też bardziej szczegółowe tematy;
- www.pcworld.pl/porada/Jak-zalozyc-i-prowadzic-fan-page-na-Facebooku,406192.html – link do przydatnego artykułu w serwisie PC World, prowadzący krok po kroku przez zakładanie strony (tekst + zrzuty z ekranów);
- <http://www.dreampics.pl/marketing/jak-zalozyc-strone-firmowa-na-facebooku/> - podobnie jak wyżej: instrukcja zakładania strony firmy, organizacji, inicjatywy.

Wydarzenie na Facebooku

Bardzo przydatną funkcją Facebooka jest możliwość **organizowania „wydarzeń”**. To specjalny rodzaj posta (zamieszczanej wiadomości) poświęcony jednemu wydarzeniu: spotkaniu, festynowi, meczowi itd.

Czym to się różni od zwykłego posta?

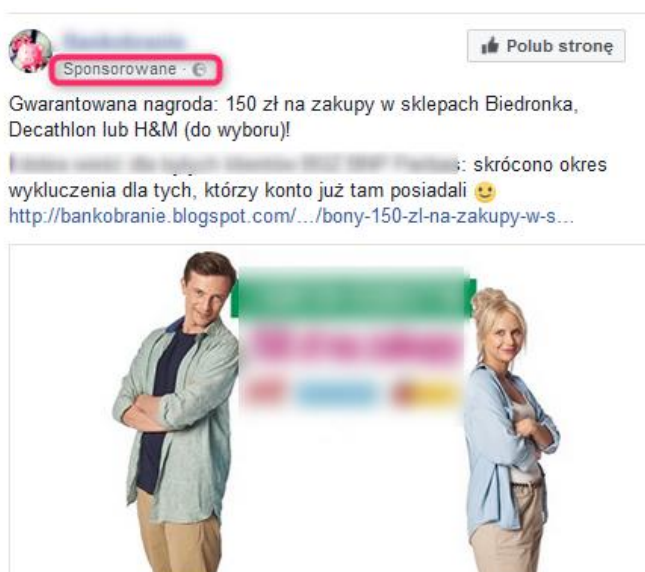
Po pierwsze, jeśli piszesz dużo na swojej stronie, to starsze wiadomości schodzą w dół profilu, stając się praktycznie niewidocznymi dla użytkowników. A wydarzenie jest często umieszczane w górnej części profilu, dzięki czemu łatwo je zobaczyć.

Po drugie, podobnie jak zwykły post, wydarzenie może być komentowane, polubiane i udostępniane, ale też do wydarzenia można zaprosić ludzi, wysyłając im wirtualne zaproszenia. Zaproszone osoby mogą zignorować wydarzenie, ale też mogą zadeklarować swój udział lub chociażby zainteresowanie. I te ich reakcje są również widoczne, działając promocyjnie. Do tego Ty otrzymujesz informacje o zainteresowaniu – to wprawdzie tylko deklaracje, ale mogą coś ważnego Ci powiedzieć...

Jak utworzyć wydarzenie? Zajrzyj na poniższe strony:

- <https://tinyurl.com/y9zxeqfn> - link prowadzi do sekcji Pomoc w serwisie Facebook; przeczytaj, jak utworzyć wydarzenie i korzystać z jego promocyjnej siły;
- <https://www.youtube.com/watch?v=Ik1QAplzQ7Y> – film w serwisie Youtube.com pokazujący, jak utworzyć wydarzenie na Facebooku (niecałe 3 minuty, a wszystkiego się dowiesz☺);
- <https://socialtigers.pl/blog/skuteczne-wydarzenia-na-facebooku> - porady, jak skutecznie wykorzystać utworzone wydarzenie do promocji swoich działań (materiał z serwisu Socialtigr.es.pl).

Reklamy na Facebooku



Facebook umożliwia (i zachęca do tego) **zamieszczanie reklam**. Z punktu widzenia promocji wydarzeń i działań jest to bardzo sensowna propozycja, ponieważ można dotrzeć do grupy potencjalnych osób zainteresowanych i przekazać im pożądaną informację. Korzystając z reklam w serwisie, można wyraźnie sprofilować grupę odbiorców (np. określając miejsce zamieszkania, przedział wiekowy, zainteresowania), określić, jak długo reklama ma być wyświetlana. Ale też – określić budżet reklamowy.

Bo, niestety, reklama na Facebooku jest płatna. Nie wiem, czy masz – lub ma Twoja organizacja/institucja – fundusze pozwalające na wykup płatnej reklamy. Jeśli



MAJ 22 33 Webinarium FAOO - Jak świadomie korzystać z social mediów?
Publiczne - Organizatorzy: Fundacja Akademia Organizacji Obywatelskich

nie, nie martw się. Da się bez tych reklam skutecznie działać. Ale jeśli masz, to wykorzystaj je – uzyskasz większy zasięg, łatwiej trafisz do grupy docelowej.

Skorzystaj z poniższych linków, żeby dowiedzieć się więcej o reklamach na Facebooku.

- www.facebook.com/business/learn/facebook-ads-basics - link do sekcji „Pomocy” w serwisie Facebook wprowadzający w temat płatnych kampanii reklamowych
- <http://www.whysosocial.pl/2015/11/reklama-na-facebooku-jak-zaczac-poradnik.html> - link prowadzi do artykułu poradnikowego (tekst + zrzuty z ekranu) w serwisie Whysosocial.pl, pomagające rozeznąć się w tematyce tworzenia reklam i ustawiania kampanii reklamowej;
- <https://mobiletry.com/blog/reklama-na-facebooku-czyli-jak-zrobic-to-dobrze> - artykuł dla zaawansowanych: jak dobrze zaprojektować reklamę, jakich kolorów używać, jakie formaty są polecane itd.; materiał z serwisu Mobiletry.com.

Zapamiętaj!

- Promocja działań lokalnych w internecie to teraz zwykle reklama na Facebooku;
- Facebook oferuje bezpłatne i płatne formy promocji i reklamy;
- Bezpłatne jest prowadzenie specjalnej strony (organizacji, inicjatywy), zwanej *fan page*;
- Płatne są reklamy, które mogą być wykorzystane do promocji wiadomości, wydarzeń, strony.