

Efektivita online nástrojů komunikace měst Rožnov p. R. a Val. Meziříčí

Jakub Mikuš

Bakalářská práce
2019

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací
akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jakub Mikuš**
Osobní číslo: **K16423**
Studijní program: **B7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Efektivita online nástrojů komunikace měst Rožnov p. R. a Val. Meziříčí**

Zásady pro vypracování:

1. Zpracujte teoretická východiska k tématu. Pozornost věnujte specifikům marketingových (zejména online) komunikací v prostředí měst a obcí a možnostem měření jejich efektivity.
2. Stanovte cíl, metody a výzkumné otázky práce.
3. Charakterizujte vybraná města a jejich webovou i facebookovou prezentaci.
4. Na základě analýz ukazatelů efektivity webu a FB prezentace provedte srovnání ve vymezeném časovém období, vyvodte závěry a doporučení.
5. Zodpovězte výzkumné otázky a formulujte možnosti a limity realizace vašich doporučení.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

BRUNEC, Jan, 2017. Google Analytics. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0338-6.

DĚDIČEK, Dominik, 2010. FACEBOOK Jednoduše. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3196-1.

HEGER, Vladimír, 2012. Komunikace ve veřejné správě. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3779-9.

SLAVÍK, Jakub, 2014. Marketing a strategické řízení ve veřejných službách: Jak poskytovat zákaznický orientované veřejné služby. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4819-1.

VAŠTIKOVÁ, Miroslava, 2014. Marketing služeb – efektivně a moderně. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5037-8.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Martina Juříková, Ph.D.

Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce:

31. ledna 2019

Termín odevzdání bakalářské práce:

26. dubna 2019

Ve Zlíně dne 1. dubna 2019

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka



Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 5.4.2019

Jméno a příjmení studenta: JAKUB MIKUS

podpis studenta

ABSTRAKT

Cílem této práce je analýza efektivity online marketingové komunikace vybraných komunikačních kanálů měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí směrem k občanům a návštěvníkům. Nejprve definuje uvedenou problematiku pomocí teoretických východisek opřených o odbornou literaturu. V praktické části porovnává efektivitu komunikace prostřednictvím oficiální webové a facebookové prezentace a navrhuje možné změny vedoucí ke zlepšení.

Klíčová slova: marketing měst a obcí, marketingové komunikace, městský úřad, město, efektivita, komunikace

ABSTRACT

The aim of this thesis is to analyse the online marketing communication efficiency of specific communication channels in the cities of Rožnov pod Radhoštěm and Valasske Meziříčí towards their citizens and visitors. At first it defines the above mentioned issue using theoretical outcomes supported by professional literature. In the practical part it compares the communication efficiency via the official web and Facebook presentations and it suggests possible changes leading to an improvement.

Keywords: city marketing, marketing communications, municipality, city, efficiency, communications

Děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Martině Juříkové, Ph.D. za odborné rady, ochotu a vstřícnost během zpracování této práce.

Dále bych chtěl poděkovat také vedení a zaměstnancům měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí za zpřístupnění metrik nezbytných pro vypracování této práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 MARKETING MĚST A OBCÍ.....	11
1.1 MĚSTSKÝ MARKETING.....	11
1.1.1 Produkt.....	12
1.1.2 People.....	13
1.1.3 Propagace.....	13
2 INTERNET A OBEC.....	15
2.1 eGOVERNMENT.....	16
3 ONLINE PUBLIC RELATIONS – PR OBCE.....	17
3.1 WEBOVÁ PREZENTACE OBCE.....	17
3.1.1 Měření a statistiky.....	19
3.1.2 Tisková zpráva jako součást obsahu městského webu.....	20
3.2 PREZENTACE OBCE PROSTŘEDNICTVÍM SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ A SÍTÍ.....	21
3.2.1 Facebook.com.....	23
4 KOMUNIKACE OBCE V PŘEDVOLEBNÍM OBDOBÍ.....	26
5 METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	27
5.1 CÍL PRÁCE.....	27
5.2 VÝZKUMNÁ OTÁZKA.....	27
5.3 METODY VÝZKUMU.....	27
5.4 NÁSTROJE UŽITÉ PŘI VÝZKUMU.....	28
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	29
6 MĚSTO ROŽNOV POD RADHOŠTĚM.....	30
6.1 HISTORIE A SOUČASNOST MĚSTA.....	30
7 WEBOVÁ PREZENTACE ROZNOV.CZ.....	31
7.1 ROZVRŽENÍ DOMOVSKÉ STRÁNKY.....	31
7.2 ZÁKLADNÍ STATISTIKA K 11. 11. 2018.....	31
7.3 SROVNÁNÍ OBDOBÍ 10. 11. 2017 AŽ 11. 11. 2018.....	33
7.4 SROVNÁNÍ OBDOBÍ SRPEN AŽ ŘÍJEN 2017 A 2018.....	35
8 FACEBOOKOVÁ STRÁNKA ROŽNOV POD RADHOŠTĚM.....	37
8.1 ANALÝZA POMOCÍ LIKEALYZER.COM.....	37
8.2 ANALÝZA POMOCÍ FACEBOOK ANALYTICS.....	37
8.3 ÚSPĚŠNOST ZVEŘEJŇOVANÝCH PŘÍSPĚVKŮ.....	38
8.4 ÚSPĚŠNOST PŘÍSPĚVKŮ V OBDOBÍ SRPEN AŽ ŘÍJEN 2017 A 2018.....	40
9 MĚSTO VALAŠSKÉ MEZIRÍČÍ.....	42

9.1	HISTORIE A SOUČASNOST MĚSTA.....	42
10	WEBOVÁ PREZENTACE VALASSKEMEZIRICI.CZ.....	43
10.1	ROZVRŽENÍ DOMOVSKÉ STRÁNKY	43
10.2	ZÁKLADNÍ STATISTIKA K 11. 11. 2018	43
10.3	SROVNÁNÍ OBDOBÍ 10. 11. 2017 AŽ 11. 11. 2018	45
10.4	SROVNÁNÍ OBDOBÍ SRPEN AŽ ŘÍJEN 2017 A 2018	47
11	FACEBOOKOVÁ STRÁNKA VALAŠSKÉ MEZIRÍČÍ.....	49
11.1	ANALÝZA POMOCÍ LIKEALYZER.COM	49
11.2	ANALÝZA POMOCÍ FACEBOOK ANALYTICS	49
11.3	ÚSPĚŠNOST ZVEŘEJŇOVANÝCH PŘÍSPĚVKŮ	50
11.4	ÚSPĚŠNOST PŘÍSPĚVKŮ V OBDOBÍ SRPEN AŽ ŘÍJEN 2017 A 2018.....	51
12	SROVNÁNÍ PREZENTACE MĚST NA OFICIÁLNÍCH WEBOVÝCH STRÁNKÁCH	53
13	SROVNÁNÍ PREZENTACE MĚST NA FACEBOOK	55
14	NÁVRHY A DOPORUČENÍ	57
	ZÁVĚR	59
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	61
	SEZNAM OBRÁZKŮ	71
	SEZNAM TABULEK.....	72
	SEZNAM PŘÍLOH.....	73

ÚVOD

Marketing, marketingové komunikace a nástroje s nimi spojené jsou dnes důležité nejen pro soukromý sektor a firmy jako takové, ale i pro veřejnou správu, obce nevyjímaje. Cesta k tomuto zjištění však nebyla zcela jednoduchá. I dnes se proto najde řada měst a obcí, které podceňují jejich význam nejen pro svou komunikaci a prezentaci.

Stále více v popředí zájmu je zejména online komunikace související s rozvojem technologií a rostoucím vlivem sociálních sítí. I na tomto expandujícím poli se musí obce prosadit, aby stejně jako firmy v soukromé sféře dokázaly oslovit cílové zákazníky. V případě samospráv se jedná primárně o občany, turisty, ale také již zmíněné firmy. Využívání těchto nástrojů však není vždy zcela ideální a obce v této oblasti často tápou.

I to je jeden z důvodů, proč se autor této bakalářské práce rozhodl, že bude analyzovat efektivitu vybraných nástrojů online komunikace města. Konkrétně se zaměří na města Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí.

Obě města jsou živá a aktivně využívají množství komunikačních kanálů, včetně aktuálních trendů v oblasti online komunikace. Pro účely této práce se autor zaměří na oficiální webové a facebookové stránky Rožnova pod Radhoštěm a Valašského Meziříčí, které jsou nosnými komunikačními kanály obou měst.

Cílem této bakalářské práce bude analýza současného stavu marketingových komunikací v online prostředí formou oficiální webové a facebookové prezentace obou měst. S využitím teoretických poznatků by pak mělo dojít nejen ke zhodnocení nastoleného trendu, ale také k navržení doporučením, jež by mohla napomoci ke zlepšení či dalšímu rozvoji této oblasti komunikace měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí.

Práce bude rozvržena do dvou stěžejních částí – na teoretickou a praktickou. V teoretické části budou za využití odborné literatury a dalších vhodných pramenů nadefinovány základní poznatky vztahující se k marketingu, marketingovým komunikacím a z nich vyplývající online komunikaci měst a obcí. Na úvod praktické části budou představena obě města. Následovat bude analýza současného stavu oficiálních webových a facebookových stránek. Dále se práce zaměří na analýzu vlivu zveřejňovaných tiskových zpráv, příspěvků a dalších informací prostřednictvím webové a facebookové prezentace měst na návštěvnost těchto komunikačních kanálů. Následovat bude návrh možných řešení, vedoucích ke zlepšení situace a zhodnocení zjištěných výstupů.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MARKETING MĚST A OBCÍ

Tato práce se zabývá částí marketingových nástrojů měst a obcí. Proto je na místě obecně si definovat pojem marketing, který je s marketingem měst a obcí úzce provázán.

Podle Horňáka (2010, s. 26) je marketing zastřešujícím pojmem ekonomiky, neboť jeho smyslem je dosažení maximálního ekonomického efektu. Kotler (2007, s. 40) definuje marketing jako: „Společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.“

Dále je třeba definovat obec, jak ji vnímá právo v České republice, konkrétně zákon č. 128/2000 Sb. o obcích. V něm je uvedeno následující: „Obec je základním územním samosprávným společenstvím občanů; tvoří územní celek, který je vymezen hranicí území obce“ (2015). Za samostatnou správu obce/města dle tohoto zákona zodpovídá zastupitelstvo. Obec navíc v přenesené působnosti vykonává také státní správu. V Hlavě II – Samostatná působnost obce pak v paragrafu 35 bod 2) zákon mimo jiné uvádí, že povinností obce vůči svým občanům, je také uspokojení potřeby informací.

1.1 Městský marketing

Stejně jako v případě obecného marketingu, také u městského marketingu existuje množství definic. Ježek, Rumpel a Slach (2007, s. 18) jej ale s odkazem na starší dílo M. Fushöllera definují takto: „Městský marketing je proces plánování a souhrn všech aktivit, které vedou k úspěšnému řízení konfliktů zájmů uvnitř „podniku“ nazvaném město. Městský marketing vytváří možnost dohodnout jednotnou společnou specifickou vizi rozvoje města a společně formulovat prioritní cíle rozvoje „podniku město“, a to z individuálních specifických přání a zájmů v procesu institucionalizované, všem přístupné, komunikace. Na základě společně definovaných cílů je možné, aby každý rozhodovací subjekt realizoval projekty, nyní již však efektivněji, kooperativně a koordinovaně v rámci této společné vize.“

V uplynulých letech získává městský marketing stále více na důležitosti zejména vzhledem k tomu, že napomáhá konkurenceschopnosti samosprávních celků, tedy obcí či měst. Podle Ježka (2010, s. 123) se tak samospráva jistým způsobem proměnila v podnik, jehož produktem je samo město. To se dnes nedá řídit jinak než s využitím podnikatelského přístupu. Ani tento závěr však není definitivní a Ježek dále uvádí, že pojem města můžeme chápat také z několika hledisek. Jedním z nich je již zmíněný komplexní produkt, skládající se

z funkcí, hodnot, kvality, vlastností a dalších prvků. Další hledisko nahlíží na město jako na specifickou formu organizace, kterou v takovém případě tvoří samospráva, obyvatelé, kultura, podnikatelé či image. V dnešní době se do popředí dostává spíše názor, že nosným hlediskem je značka jako hlavní prvek identity města. Stále důležitějším se tak jeví budování kvalitního povědomí o městě v očích veřejnosti.

Marketingový mix měst a obcí

Kotler marketingový mix považuje za: „Soubor taktických marketingových nástrojů - produktové, cenové, distribuční a komunikační politiky - které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů.“ (2007, s. 70). Jedná se vlastně o soubor nástrojů marketingu, který vznikl v 60. letech minulého století a pomáhá manažerům zodpovědět otázky - jak efektivně působit na zákazníka, jaká jsou jeho očekávání, za jakou cenu a na jakém místě. Jednodušší definici Marketingového mixu nabízí Hanzelková a spol. (2009, s. 157): „Model založený na myšlence, že firma musí udržovat ve strategickém souladu čtyři vnitřní proměnné – produkt, cenu, propagaci a distribuci.“ V případě městského marketingu je důležité ke čtyřem P přiřadit ještě páté – People. Lidé jsou pro samosprávu nejdůležitější skupinou, na niž musí komunikaci cílit. Vzhledem k tomu, získává na významu model 4C, který definoval Robert Lauterborn. Tento se skládá z Customer value (potřeby a přání zákazníka), Customer costs (náklady na straně zákazníka), Convenience (pohodlí nákupu - dostupnost) a Communication (dialog se zákazníkem) (Horňák, 2010, s. 27).

Vašítková (2014, s. 240) zcela přesně uvádí, že: „Obec je zvláštním typem organizace především proto, že vykonává funkce samosprávy a státní správy v působnosti vymezené jí zákonem o obcích 128/2000 Sb. a dalšími zákony.“ Oproti „běžné“ firmě je tak výrazně limitována jak výběrem svého produktu, tak například i lokalitou své působnosti. To vše se následně promítá také do marketingového mixu měst a obcí, který musí být taktéž specifický. Právě z pohledu měst a obcí je tak marketingový mix zaměřen zejména na oblasti, jimiž jsou Produkt, Propagace a Lidé (People).

1.1.1 Produkt

Podle Janečkové a Vašítkové (1999, s. 60) můžeme za produkt v případě města považovat ucelený balíček toho, co samospráva nabízí občanům, podnikatelům, turistům a zároveň tak uspokojuje jejich potřeby. „Jako produkt města lze tedy chápat v širším pojetí samotnou obec, která je tvořena materiálním prostředím a všemi subjekty, které na jejím území

působí“ (Zapletalová, 2012, s. 16). Zároveň uvádí, že užší pohled nahlíží na městský produkt, jako na tu část potřeb, které mohou uspokojit pouze orgány samosprávy.

1.1.2 People

Nejdůležitější pro městský marketing jsou lidé, tedy občané, návštěvníci, turisté a potenciální voliči. Věra a Miroslav Foretovi (1996, s. 74 – 75) je přesně na základě toho dělí do tří základních skupin. První tvoří občané trvale či přechodně bydlící ve městě a v něm také pracující. Další skupinou jsou obyvatelé okolních a dalších obcí, kteří do města přijíždí primárně za službami či kulturou. Poslední skupinu představují zahraniční návštěvníci.

V případě tohoto P jsou však důležité obě strany pomyslné komunikační rovnice. Nejen příjemci sdělení – veřejnost, ale mnohdy opomíjené zdroje sdělení – zaměstnanci města. Právě na jejich práci záleží. Jak bude sdělení veřejností přijato. Lidské zdroje jsou tak nezanedbatelnou položkou nejen městského marketingu jako součást strategické schopnosti organizace, sloužící k jejímu rozvoji a přežití na trhu. „Pro dosažení strategické schopnosti jsou důležité jejich opakované a rozvíjející se schopnosti a dovednosti spolu s odpovídajícím počtem, strukturou a rozmístěním“ (Slavík, 2014, s. 34).

1.1.3 Propagace

Marketingová komunikace nebo také propagace či komunikační mix jsou pro městský marketing nejdůležitějším prvkem, neboť vytvářejí obraz zákazníka/veřejnosti o produktu/městě. „Zatímco podnik usiluje o maximalizaci své tržní hodnoty, obec se snaží uspokojit potřebu veřejných služeb dosažením řady předem vytyčených cílů. O tom je třeba komunikovat,“ upozorňuje Vašítková (2014, s. 254). Tatáž autorka navíc zmiňuje skutečnost, že obec i firma mohou využívat obdobné nástroje marketingové komunikace, avšak výrazný je jejich rozdíl v praktickém uplatnění. Jak už bylo uvedeno, obec sleduje rozdílné cíle než firma.

V marketingové komunikaci jsou obsaženy nejen důležité nadlinkové aktivity (klasická reklama v médiích), ale také dnes stále důležitější podlinkové aktivity (public relations, osobní prodej, přímý marketing a podpora prodeje) (Hornák, 2010, s. 29). Právě podlinkové aktivity jsou v dnešní době hlavními nositeli informace o výrobku. Oproti nyní již příliš zprofanované klasické reklamě v médiích, jsou pro cílového zákazníka důležitější v přípa-

dě jeho rozhodování. Významné postavení mezi nimi zaujímá PR, jež vytváří důležitý obraz o značce a produktu, tedy městě jako takovém.

Nedílnou součástí propagace, je i její strategie. Při ní je dle Čechové (s. 8) potřeba zaměřit se na následující otázky:

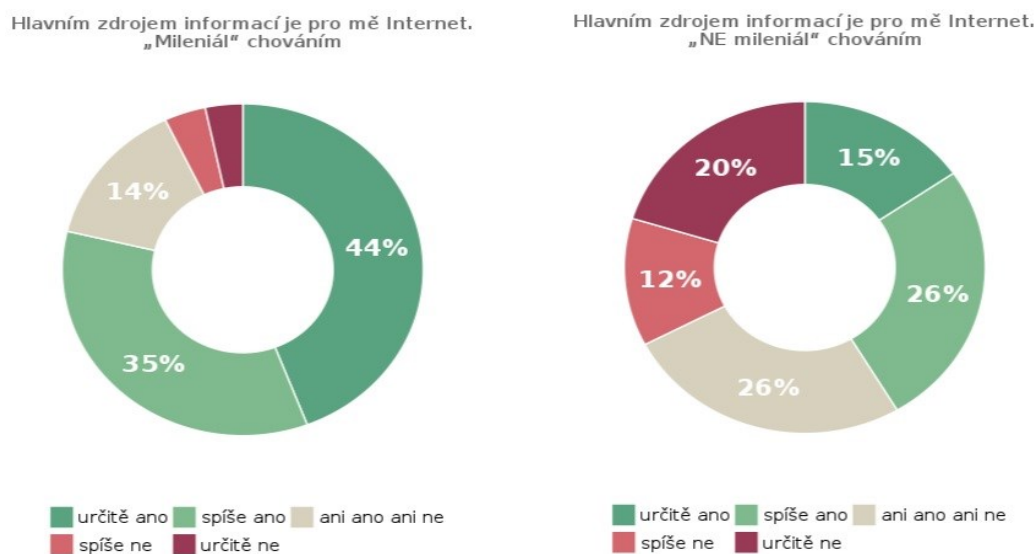
- komu (cílová skupina)
- co (reklamní sdělení)
- jak (reklamní styl)
- čím (prostředek a nositel reklamy)
- kdy a kde (časový a prostorový záběr reklamy)
- za kolik (rozpočet)

Také ve veřejném sektoru by měl být komunikační mix obce postaven tak, aby přinesl požadovaný cíl. Jak uvádí Škarabelová (2006): „Vytváření příznivého dojmu a podpora všech prostředků k získání pozitivní publicity – správné sdělení předané správným lidem může změnit všechny existující negativní postoje v pozitivní.“ Dále se má jednat také o jistý systém, který nabídne služby obce veřejnosti, s konečným cílem utvrdit zákazníky v závěru, že nabízený produkt, v tomto případě službu, chtějí.

Vytváření příznivého dojmu nejen u veřejnosti a zapojením médií, dosahují obce nejčastěji prostřednictvím tiskových zpráv. Právě jejich tvorbou a šířením pomocí vlastní webové a facebookové prezentace či e-mailové komunikace se tak obce snaží prezentovat svou činnost v pozitivním světle nebo reagovat na neočekávané a často i negativní události a informace. Přímo starosta je navíc podle zákona č. 128/2000 Sb. o obcích zodpovědný za informování veřejnosti o činnosti obce (2015). Příkladem plnění mohou být citace představitelů města (zastupitelstvo, rada) v tiskových zprávách či jejich vyjádření pro média.

2 INTERNET A OBEC

Sdružení pro internetový rozvoj v březnu 2018 představilo výsledky výzkumných projektů NetMonitor a AdMonitoring, z nichž vyplývá, že česká internetová populace dosáhla v uvedeném měsíci premiérově maxima 7,77 milionu reálných uživatelů, kteří byli starší 10 let. S postupným stárnutím populace tak dle výzkumu dochází ke zvyšování počtu aktivních internetových uživatelů (Spir, ©2016).



Obr. 1 Hlavním zdrojem informací je pro mě Internet (Zdroj: Data MML-TGI – Kontinuální dotazování české populace, N = 12 656, 1. až 4. kvartál 2016)

V pozadí zájmu by neměly zůstat ani výstupy dotazníkových šetření společnosti Median. Ta se v roce 2016 zaměřila na chování takzvaných Mileniálů, tedy osob ve věku 21 až 35 let, v porovnání se starší generací. Na vzorku víc jak 12 500 dotazovaných ve věku 21 až 70 let tak mimo jiné zjistila, že Mileniálové využívají internet jako hlavní zdroj informací v 79 % případů, proti 41 % nemileniálů – viz Obr. Hlavním zdrojem informací je pro mě internet (Median, ©2018, Mileniálové). Ve třetím kvartále roku 2017 pak tatáž společnost mimo jiné porovnávala průměrný denní čas strávený na internetu s totožným obdobím roku 2016. Na vzorku 1 000 respondentů ve věku 15-69 let se ukázalo, že došlo k nárůstu o 9 minut, na 1 hodinu a 8 minut denně (Median, ©2018, Čas s médii).

Dnes je internet také nedílnou součástí komunikace obce. Při jeho užití se jedná o nepřímou komunikaci, neboť zdroj informace i její příjemce jsou od sebe vzdáleni v čase, prostoru a často o sobě navzájem nemusí ani vědět (Heger, 2012, s. 18). Právě tento druh neosobní komunikace je dnes užíván nejčastěji. Zejména díky rozvoji komunikace prostřed-

nictvím internetu. „Žádné jiné médium nemělo tak zásadní a celosvětový vliv na oblast obchodu, marketingu a komunikace a zároveň nezaznamenalo tak obrovský rozvoj jako internet. Tato celosvětová síť a komunikační platforma se stala postupně neoddělitelnou součástí aktivit firem v různých odvětvích podnikání, státních i jiných institucí, organizací, zájmových sdružení i jednotlivců“ (CzechTrade, © 1997-2018). Díky tomu nabízí internet lepší targeting, tedy zacílení na zákazníky. Nedílnou součástí jeho využívání je i trvalé budování dobrých vztahů a poskytování informací zákazníkům, v případě samosprávy veřejnosti.

2.1 eGovernment

Celosvětově dnes marketingová komunikace veřejné správy prostřednictvím internetu směřuje k tzv. eGovernmentu, který je nedílnou součástí komunikace obcí na internetu. „Účelem eGovernmentu je zlepšení fungování veřejné správy a jejího vztahu k veřejnosti s využitím informačních technologií. Slouží k výměnám informací s občany, soukromými organizacemi i jinými veřejnými institucemi a očekává se od něj také poskytování rychlých, dostupných a kvalitních informačních služeb. Měl by tak především usnadnit styk veřejnosti s úřady“ (CZ.NIC, ©2018). Přesto v této oblasti Česká republika v rámci EU zaostává. Z pořadí států podle míry digitalizace - tzv. Indexu DESI zveřejněného v roce 2017 vyplývá, že ČR patří až 18. příčka z 28 států. Hůře už jsou na tom pouze státy bývalého východního bloku a jihovýchodní členové unie (Hendrych, Kropáček, EurActiv.cz, 2017).

GDPR - V souvislosti s eGovernment a aplikací marketingových metod, musely obce od května 2018 začít pracovat s ohledem na nařízení EU o ochraně osobních údajů tzv. GDPR. „Evropská unie tímto nařízením zcela změnila koncepci ochrany osobních údajů oproti modelu, který obsahovala norma z roku 1998“ (Egovernment, 2017, s. 8). Vedle již existujících legislativních norem a postupů totiž zmíněné nařízení přineslo například fyzickým osobám právo na to „být zapomenut“, tedy na odstranění jejich digitální stopy (Úřední věstník Evropské unie, 2016 s. 13, 43 - 44).

3 ONLINE PUBLIC RELATIONS – PR OBCE

Vedle užití v oblasti eGovernmentu je pro obce internet důležitý z hlediska budování dobrého jména pomocí Public relations. Jurášková a Horňák (2012, s. 210) k tomu uvádějí: „Sociální sítě jsou nástrojem public relations k nastolování témat, ovlivňování názorů specifických cílových skupin, budování image. Umožňují vedení dialogu, odkazování na webové prezentace, šíření videonahrávek, ale také analýzu názorů cílových skupin, která je východiskem při tvorbě PR kampaní.“ Zásadní oblastí, na níž musí obec dlouhodobě pracovat, jsou tedy vztahy s veřejností a budování dobrého jména. K dispozici má přitom širokou škálu nástrojů. Jak bylo uvedeno v úvodu této práce, zaměřil se autor zejména na online prostředí samosprávy s přihlédnutím k významu webových stránek a sociálních sítí, primárně Facebooku.

Vašítková (2014, s. 255) přitom považuje za stěžejní nástroj k prosazení cílů komunikace public relations obce právě webové stránky: „Webové stránky se tak stávají vizitkou obce. U webových stránek je mimo kvalitního grafického zpracování důležitá zejména aktuálnost a přehlednost uspořádání informací.“ Většinou část komunikace obce prostřednictvím webové prezentace pak vedle povinně zveřejňovaných informací tvoří tiskové zprávy a krátké informační bloky doplněné například o tzv. aktuality.

3.1 Webová prezentace obce

Webová prezentace je nedílnou součástí komunikace většiny firem a nejinak je tomu také v případě samosprávy. Například v publikaci *Government Communication: Cases and Challenges* (Sanders, Canel, 2013, s. 27-45) se v kapitole věnované vládní komunikaci ve Švédsku autoři Kajsa Falasca a Lars Nord věnují právě významu webové prezentace z pohledu vlády, tedy přeneseně také obce. Její přínos vnímají zejména v tom, že může sloužit jako zdroj informací pro novináře a další aktéry ovlivňující veřejné mínění, kteří tak předávají informace zde umístěné dále k občanům.

Této skutečnosti jsou si vědomy také obce napříč Českou republikou. Potvrdily to i výsledky posledního sčítání Českého statistického úřadu za rok 2011, které zkoumaly využití informačních a komunikačních technologií ve veřejné správě. Z jejich závěrů vyplynulo, že ke konci roku 2011 mělo vlastní webové stránky 100 % krajů a 98 % obcí, přičemž lze dovozovat, že dnes je pokrytí 100 %. Napovídá tomu i skutečnost, že ČSÚ uvedeným rokem analyzoval tuto oblast naposledy. Zajímavý je i názor statistiků na to,

k čemu by měl obecní web sloužit: „Dalo by se říci, že jako prostředník mezi občanem/podnikem a organizacemi veřejné správy slouží webové stránky, na kterých by měly být zveřejňovány důležité informace a poskytovány služby tak, aby byla potřeba návštěvy občana přímo na úřadě co nejvíce eliminována“ (Český statistický úřad, ©2018).

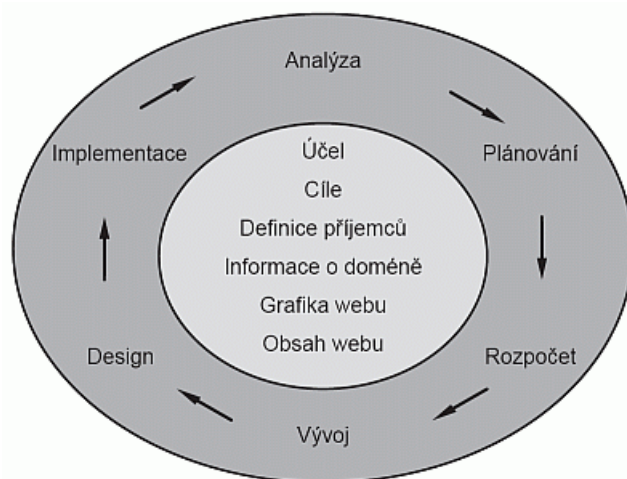
Důvodem k výše uvedenému je, že obce mají dle Zákona č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím povinnost poskytovat informace vztahující se k jejich působnosti (Ministerstvo vnitra, 2018). Tu jim usnadňuje zveřejňování informací pomocí odkazů na vlastních webových stránkách. Za tímto účelem je nejčastěji využívána tzv. Úřední deska.

Dále musejí mít obce přístupnou také elektronickou podatelnu, která slouží k přijímání elektronických podání od fyzických a právnických osob. To v České republice upravoval až do 19. 9. 2016 zákon č. 227/2000 Sb. o elektronickém podpisu, jehož však k uvedenému datu v ČR nahradilo Nařízení Evropského parlamentu a rady č. 910/2014 o elektronické identifikaci a službách vytvářejících důvěru pro elektronické transakce na vnitřním trhu (Internet info, ©1998 – 2018). Zmíněné nařízení si mimo jiné klade za cíl následující: „To to nařízení má zvýšit důvěryhodnost elektronických transakcí na vnitřním trhu tím, že poskytne společný základ pro bezpečnou elektronickou komunikaci mezi občany, podniky, orgány veřejné moci, čímž posílí efektivnost veřejných a soukromých on-line služeb, elektronického podnikání a elektronického obchodu v Unii“ (Úřední věstník evropské unie, 2018).

Zásady tvorby webové prezentace obce

Obec je však oproti jiným organizacím, zejména v soukromém sektoru, povinna, aby její stránky byly přístupné všem bez rozdílu. Jak uvádí Krutáková (2013, s. 27) musí brát ohled například na osoby se zrakovým či jiným postižením a těm web přizpůsobit. S tím souvisí také příprava nového českého zákona o přístupnosti, jenž by měl vycházet z evropské směrnice O přístupnosti internetových stránek a mobilních aplikací subjektů veřejného sektoru, zkráceně také WMAA a nabýt účinnosti od září 2019 (Ministerstvo vnitra české republiky, 2018). Přístupnost je důležitá také z pohledu zobrazovacích zařízení. S tím souvisí: „Povinnost zveřejňovat informace v textové podobě. Nikoliv tedy jako naskenovaný dokument, vložený do souboru PDF, protože takový dokument si uživatel čtečky nepřečte“ (Webhouse, 2015).

Vedle zákonem stanovených povinností však obce dnes téměř bez rozdílů využívají svou webovou prezentaci ke komunikaci s občany, návštěvníky i podniky. K její tvorbě tedy musí přistupovat podobně jako firmy – viz níže Obr. Příprava a realizace firemního webu.



Obr. 2 Příprava a realizace firemního webu (Zdroj: CzechTrade, ©1997-2017)

Škarabelová (2006) pak řadí mezi hlavní cíle marketingové komunikace na internetu – informovat, připomínat a přesvědčovat – přičemž první dva se v oblasti veřejné správy užívají běžně. Přesvědčování je zde však spíše omezené, neboť obec necílí na prodej výrobku. Může však přesvědčovat veřejnost k využívání některých služeb.

Společnost Obec na webu (©2018) pak za nejdůležitější prvky moderní webové prezentace obce považuje například to, že:

- Fungují na každém zařízení
- Podporují dotykové ovládání
- Jsou přehledné
- Jsou vždy aktuální

3.1.1 Měření a statistiky

Nedílnou součástí webové komunikace, je také měření její úspěšnosti. „Webová analytika pečlivě monitoruje a měří chování zákazníků, jejich zpětnou vazbu, požadované výsledky a konkurenční kontext, abyste mohli činit chytřejší rozhodnutí týkající se vaší on-line strategie“ (Tonkin, Whitmore a Cutroni, 2011, s. 30). Jedním z nejčastěji užívaných nástrojů sloužících k tomuto účelu je Google Analytics. „Poskytuje informace o tom, jak lidé nacházejí stránky a jakým způsobem je využívají, jaká je účinnost marketingových kampaní“

(Janouch, 2014, s. 322). Služba je tedy jednoduše řečeno analytickým nástrojem, který intuitivní formou pomáhá firmě/obci zjistit, jak na zveřejňovaný obsah reagují návštěvníci daných webových stránek a jak se na nich chovají (Marketing platform, ©2018).

Prostřednictvím Google Analytics lze shromažďovat velké množství dat, tedy interakcí uživatele. Mezi ně patří například zobrazení stránky, konverze, vyplnění formuláře, či Míra okamžitého opuštění (Brunec, 2017, s. 92). Přitom data a faktory, které sledují firmy a obce jsou opět rozdělené. Pro obec je důležité vědět, co návštěvníci jejího webu vyhledávají, odkud přicházejí a například i to, jaká je Míra okamžitého opuštění – Bounce Rate. Tedy procentuální vyjádření počtu uživatelů, kteří daný web opustili poté, co navštívili pouze jednu stránku dané prezentace a nepokračovali dál. Takto jej alespoň vyhodnocuje Google Analytics (PHD, ©2018). Jak uvádí Pecka (2018): „Míra okamžitého opuštění (spočítaná z návštěvnosti webu) pod 30 % je velmi dobrá a při Míře okamžitého opuštění nad 90 % je stoprocentně prostor ke zlepšení.“ Přičemž je třeba ještě dodat, že Bounce Rate pod 5 % je ve většině případů způsoben chybou měření, vyvolanou například duplicitou kódu pro Google Analytics na stránce (Kroupa, 2016).

Soutěž Zlatý erb

S cílem získat lepší zpětnou vazbu a nabídnout příklady dobré praxe vznikla také celorepubliková soutěž Zlatý erb. Ta porovnává weby měst a obcí a každoročně vyhlašuje vítěze krajských i celostátních kol. Do ročníku 2018 bylo přihlášeno 430 webových prezentací, projektů a také elektronických služeb obcí a měst napříč Českou republikou. V kategoriích nejlepší webová stránka obce a města zvítězili obec Ohnič v Ústeckém kraji a města Benešov ve Středočeském a Most v Ústeckém kraji (Konopa, 2018).

3.1.2 Tisková zpráva jako součást obsahu městského webu

Tisková zpráva je dnes nedílnou součástí PR a slouží zejména k budování dobrého mediálního obrazu v očích veřejnosti. Tvoří neodmyslitelný a zásadní prvek komunikace města s občany, zástupci médií či podnikatelským sektorem. Obec tiskové zprávy také aktivně umisťuje na svých webových stránkách a jejich prostřednictvím prezentuje svou činnost. Karlíček a Král (2011, s. 126) uvádějí následující: „Tisková zpráva má pevně danou strukturu, která vychází z potřeb novinářů. Je uvedena výstižným jednoduchým titulkem (příp. podtitulkem), následuje místo vydání zprávy (tzv. domicil) a datum vydání zprávy.“ Poté tisková zpráva pokračuje úvodním a fakticky nejdůležitějším odstavcem nazývaným perex,

který v sobě obsahuje souhrn komunikovaného sdělení. Odpovídá na otázky: Kdo? Co? Kdy? Kde? Jak? Proč? Až poté následuje obsáhlejší text zprávy, který vlastně rozvádí informace obsažené v perexu a to formou tzv. obrácené pyramidy. Nejméně důležité informace jsou proto uvedeny až úplně dole, ty z pohledu komunikátora (obce) nejdůležitější nahoře (Sáblíková, 2012). Ani toto základní pravidlo však často zejména menší obce při tvorbě tiskových zpráv nedodržují. Pevně se ale většinou drží posledního pravidla - závěrečnou částí tiskové zprávy by měl být kontakt na autora či vztyčnou osobu (365Tipu, ©2016).

Při tvorbě tiskové zprávy patří mezi důležité aspekty mimo jiné cíl, kterého chceme jejím prostřednictvím dosáhnout, a také cílová skupina, které je sdělení určeno. Jak uvádí Sálková, Veselá, Šupolíková, Jebavá a Viktora (2015, s. 110 - 115) tvůrce tiskové zprávy by si měl před jejím zveřejněním/odesláním také odpovědět na následující otázky: „Přečetli byste si takovou zprávu? Otiskli byste ji? Neobsahuje příliš mnoho chyb a neurčitých informací? Nepřidělá redakci pouze práci navíc?“ To však v případě tiskových zpráv měst a obcí ne vždy platí, protože zde atraktivnost daného tématu často určuje vládnoucí garnitura. To souvisí také se skutečností, na níž upozorňují nejen výše zmínění autoři. Tisková zpráva by se totiž primárně měla vyvarovat korporátního jazyka a složitého vyjadřování (Feedit.cz, ©2018). I toto je častý nešvar tiskových zpráv, které pocházejí z radnic. Zejména pak v případě, kdy se na jejich tvorbě podílejí úředníci úzce zaměřeni na vlastní agendu. Zcela nezajímavé jsou zdlouhavá souvětí nesoucí v sobě kompletní pojmenování právě realizovaného projektu a všech zdrojů, jejichž prostřednictvím byla jeho realizace podpořena. Důležité je tedy psát zjednodušeně a k věci (Sotona, 2008).

3.2 Prezentace obce prostřednictvím sociálních médií a sítí

Sociální média jsou pojmem zastřešujícím celou škálu sociálních interakcí na internetu, které je možné využít také k marketingovým účelům. Petr Frey (2017, s. 47-48) k tomu uvádí: „Jde o souhrn technických nástrojů a platforem, jako jsou sociální sítě, on-line komunity a sítě umožňující sdílení videa a obrázků bez nutnosti instalování dalšího softwaru.“ Přitom sociální sítě dnes sdružují nejvíce uživatelů. Příkladem může být Facebook, který i přes různé výkyvy a skandály využívalo v červenci 2018 celosvětově 2,23 miliardy aktivních uživatelů měsíčně (I přes poslední skandály..., 2018).

Sociální sítě jsou dnes nejrychleji se rozvíjejícím a nejčastěji využívaným nástrojem komunikace. Jejich význam nemohou opomíjet ani obce, které v reakci na priority veřejnosti u nás nejhojněji využívají Facebook, Twitter či sítě pro sdílení obsahu, jimiž jsou Youtube a Instagram. Vhodné zdůvodnění přechodu obcí k sociálním sítím jako nástroji komunikace s veřejností je možné najít například ve Strategii obce Dolní Břežany pro nová média a sociální sítě na období 2017 – 2018 (s. 12): „Komunikace obce již není zaměřena primárně „dovnitř“, ale klade si ambici být zdrojem inspirace; hlasem obcí, jež čelí stejným problémům a partnerem regionální i nadnárodní spolupráce.“ Zajímavá myšlenka, která se ale do praxe dostává jen pozvolna. Pro srovnání příklad z USA, kde se většina sociálních sítí zrodila. V říjnu 2017 zveřejnil časopis Forbes článek zdůrazňující význam sociálních médií pro oblast veřejné správy. Poukázal v něm na propastné rozdíly v komunikaci Federální agentury pro zvládání krizí (FEMA) v porovnání s celebritou Kim Kardashian. Agentura měla před sezonou hurikánů na svém twitterovém účtu 634 tisíc followerů (následovníků), což jsou jen dvě desetiny americké populace, proti téměř 55 milionům followerům Kim Kardashian (Anthes, 2017). To poukazuje na fakt, že veřejná správa měla v oblasti sociálních sítí značné rezervy.

Na tuto skutečnost upozorňuje také autor článku Význam sociálních médií pro vládu (The importance of social..., 2017), jenž vychází ze zprávy Sensi Social Media 2017, která zkoumala využití sociálních médií podniky a občany v Austrálii. Firmy v soukromém sektoru zde totiž sociální média, a to primárně Facebook, hojně využívala ke komunikaci se zákazníky a budování značky. To už se ale nedalo říci o australských vládních institucích. Tento nešvar se však netýká pouze USA a Austrálie, ale má celosvětový přesah a nevyhýbá se ani České republice.

Vzhledem k tomu, že je z demokratického hlediska nezbytné, aby měla veřejnost přístup ke spolehlivým a přesným informacím, je vhodné k tomuto účelu využívat sociální sítě i ze strany samosprávy. Obce se však v této oblasti potýkají nejen s nedostatkem nástrojů, ale také metodik, které by jim nastavení kvalitní nejen marketingové komunikace usnadnily (Shwartz-Asher, Soon a Nabil, 2017, s. 458-461). Často se navíc musejí také vyrovnávat s riziky, která jim hrozí například v podobě zveřejnění obsahu třetích stran či snahy o zajištění výše zmíněného svobodného přístupu k informacím (The importance of social..., 2017).

Tvorba kvalitního a pro občany hodnotného obsahu na sociálních sítích obcí je tedy dlouhodobou záležitostí. Přesto Bertot, Jaeger a Grimes (2010, s. 269) přišli s jednoduchými body, jež mohou být nejen samosprávám ku prospěchu:

- Rozvíjení transparentnosti
- Vyhodnocení kvality stávajícího systému pro přenositelnost a využití
- Spíše používat než znovu objevovat

Nic DePaula, Ersin Dincelli a Teresa M. Harrison (Depaula, Dincelli a Harrison, 2018) rozdělili komunikaci vlády, tedy v přeneseném smyslu obcí, do tří kategorií – push, pull a networking. Jednoduše se dá říci, že:

- push jsou povinně zveřejňované informace a drobné zprávy směrem k občanům
- pull je komunikace s občany s cílem získat od nich informace a zpětnou vazbu
- networking je vytváření dialogu vedoucího ke spolupráci vlády/obce s občany

V průběhu ledna až dubna 2018 pak prováděl Institut veřejné správy působící při Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity v Brně a ve spolupráci s PR Akademií průzkum využívání sociálních sítí, konkrétně Facebooku městy v České republice. Z jeho závěrů mimo jiné vyplývá, že facebookovou prezentaci využívala všechna krajská města. Mezi 55 bývalými okresními městy jich však pět ke konci května 2018 vlastní facebookovou prezentaci nemělo. Jak uvedl pro moderniobec.cz (Ryšavý, 2018, Facebook ještě...) Roman Kučera z PR Akademie: „Realizovaný průzkum ověřil, že měřítkem úspěchu komunikace na sociálních sítích není pouze počet fanoušků, ale zejména dlouhodobá práce s atraktivním obsahem.“

3.2.1 Facebook.com

Oproti zmíněnému americkému modelu, a naopak podobně jako v Austrálii, patří v ČR k nejčastěji užívaným sociálním sítím Facebook. I zde musí obce používat podobné nástroje jako veřejnost a podnikatelé. Dle serveru promarketing.cz (Němcová, 2015) je důležité zaměřit se mimo jiné na tyto body:

- Uvědomte si, kdo je vaše publikum
- Sdílejte ve správný okamžik
- Zaměřte se na cíle

Samospráva ale proti soukromému sektoru stojí v částečně nevýhodné pozici. I na Facebooku by totiž měla přinášet relevantní a aktuální informace. „Pokud si vytvoříte profil města a přihlásí se vám dostatečné množství občanů do přátel profilu, můžete k nim velmi snadno šířit informace o novinkách ve městě. Můžete občanům vysvětlovat postup při různých kauzách, můžete spouštět diskusní fóra a máte určitě větší odezvu, než když pro toto používáte jen webové stránky,“ vysvětluje Václav Koudele (2011). John Brown, Pat Gaudin a Wendy Moran (2013, s. 203) poukazují na skutečnost, že Facebook slouží zejména k oslovení mladší generace. Jako příklad uvádějí britské město Monmouthshire, které si založilo facebookovou prezentaci jako službu pro mladé poté, co zjistilo, že 100 % z nich tuto sociální službu využívá.

Tento trend se však v ČR zatím příliš neuchytil. Martin Klepka (2014, s. 445-446) například na vzorku 229 z 300 obcí v Moravskoslezském kraji poukázal na skutečnost, že v roce 2014 Facebook ke komunikaci s občany využívalo jen 15,3 % obcí a k přímému propojení na webovou prezentaci obce pak 71,4 % z uvedeného množství. Podobný trend přitom v České republice dosud přetrvává. V bývalém okrese Vsetín je šest měst, z nichž tři jsou obcemi s rozšířenou působností a počtem obyvatel nad 16 000 (Vsetín, Valašské Meziříčí, Rožnov pod Radhoštěm) a tři s počtem obyvatel do 6 000 (Zubří, Kelč, Karolinka) (Ministerstvo vnitra České republiky, ©2018). Vlastní prezentaci na Facebooku mají čtyři města (Vsetín, Valašské Meziříčí, Rožnov pod Radhoštěm, Kelč), přičemž poslední jmenované ji používá nepravidelně (Facebook, ©2018, Město Kelč). Jen polovina měst v bývalém okrese Vsetín je tak na Facebooku aktivní a pravidelně zveřejňuje více jak jeden příspěvek denně a rozdílný je také počet jejich fanoušků, tedy uživatelů sledujících obsah daného města na Facebooku (Facebook, ©2018).

I zde je možné odkázat se na výsledky již dříve zmíněného průzkumu, který na začátku roku 2018 realizoval Institut veřejné správy se zaměřením na využití Facebooku městy v ČR. „Ukázalo se, že města umějí být na sociálních sítích různě aktivní, ale také různě produktivní z hlediska života a komunikace na svých profilech. Čím aktivnější jsou z hlediska vlastního obsahu a jeho podoby, tím aktivnější je i jejich publikum. Nelze však jednoduše aplikovat přístup – čím více textů, tím více aktivity a nových fanoušků,“ shrnul závěry ředitel Institutu Filip Hruža pro FeedIT.cz (Feedit.cz, ©2018).

Měření a statistiky

Nejvhodnějším nástrojem pro měření úspěšnosti facebookové stránky města je analýza nabízená touto sociální sítí – Facebook Analytics. „Důkladněji pochopíte, kde a jakým způsobem probíhá interakce mezi lidmi a vaší firmou na vašem webu, Facebook stránce, v aplikaci i jinde“ (Internet info, ©1998–2018). Přesto i zde platí, že obec v analytice sleduje jiné cíle, než je tomu u firmy, jejímž primárním cílem je zisk. Facebook Analytics jsou tak intuitivnějším a přehlednějším nástrojem, který usnadňuje práci s přehledy dostupnými přímo u dané prezentace na Facebooku (Internet info, ©1998–2018).

Na Facebooku obce se vyplatí sledovat množství oslovených lidí, projevený zájem a zejména interakci uživatelů u zveřejněných příspěvků prostřednictvím tlačítka To se mi líbí, Komentářů a Sdílení. Právě tlačítko To se mi líbí patří k nejpoužívanějším na Facebooku a často odráží úspěšnost příspěvku (Brunec, 2017, s. 89). Tento nástroj navíc Facebook v roce 2016 ještě rozšířil, a tak mají uživatelé vedle klasické volby To se mi líbí se zvednutým palcem k dispozici ještě dalších pět ikon vyjadřující emoce lásky, radosti, údivu, zklamání či hněvu (Vojtěch, 2016). Výrazný vliv má i tlačítko Sdílet, jehož prostřednictvím je možné pro uživatele atraktivní příspěvek zobrazit na vlastní zdi a doplnit například komentářem. Každým sdílením příspěvku navíc dochází ke zvýšení jeho zásahu a potenciálně roste také procento uživatelů, kteří vykonají interakci včetně zobrazení i přesto, že nejsou fanoušky daného subjektu/obce na Facebooku (Dědiček, 2010, s. 76).

LikeAlyzer

Nástroj LikeAlyzer proti Facebook Analytics nabízí vedle běžných metrik také srovnání napříč segmenty působnosti. Srovnává až 70 oblastí na rozsáhlém vzorku milionů facebookových prezentací. Vedle toho ale nabízí také praktické rady a efektivní řešení ke zvýšení zásahu a zlepšení celé prezentace prostřednictvím Facebooku (Meltwater, ©2018).

4 KOMUNIKACE OBCE V PŘEDVOLEBNÍM OBDOBÍ

V České republice je dnes více než 6 000 obcí různé velikosti (Pavlík a kolektiv, 2014, s 13 (Pavlík a kolektiv, 2014). Všechny přitom mají vlastní veřejnou správu, kterou zajišťují starosta, případně místostarostové, dále pak radní a zastupitelé. Tyto volí sami občané v komunálních volbách, které se opakují každé čtyři roky (Zákon č. 491/2001 Sb., 2017). V roce 2018 probíhaly komunální volby v termínu 5. a 6. října a občané v nich rozhodovali o složení jednotlivých zastupitelstev obcí. „V komunálních volbách usilovalo o přízeň voličů celkem 216 138 kandidátů, kteří si rozdělili 61 890 mandátů. Volební účast dosáhla 47,34 %, před čtyřmi lety přitom ve volbách odevzdalo své hlasy 44,46 % voličů“ (Ryšavý, 2018, Voliči rozhodli...).

Zejména v předvolebním období dochází ke zvýšené aktivitě stran v oblasti komunikace a politické reklamy směrem k veřejnosti, s cílem ovlivnit veřejné mínění. Jak uvádí Štědroň, Potůček, Prorok, Landovský, Říha a kolektiv (2013, s 19 a 25): „Cílem politické komunikace je ovlivnit individuální, respektive skupinové postoje lidí, které jsou pro realizaci politických cílů klíčové... Politická reklama je forma propagace politického subjektu, jeho aktivit nebo záměrů, mající za cíl především zvýšení jeho prestiže nebo popularity ve společnosti.“

Na místní demokracii, zastoupenou zejména veřejnou správou, lze tedy nahlížet nejen jako na přenos hodnot a názorů politiků směrem k občanům. Důležitá je totiž vzájemná komunikace mezi všemi skupinami, které mají zájem na společném řešení daných problémů (Čmejrek, Bubeníček a Čopík, 2010, s 13). K jejich představení či řešení pak zejména v předvolebním období využívají nejčastěji strany aktuální vládnoucí garnitury obce o to intenzivněji městské komunikační prostředky, webové stránky a facebookovou prezentaci nevyjímaje.

5 METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

5.1 Cíl práce

Hlavním cílem této práce bude analýza efektivity online marketingové komunikace vybraných komunikačních kanálů měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí směrem k občanům a návštěvníkům. Zejména z pohledu návštěvnosti a reakcí na městy zveřejňované tiskové zprávy, aktuality či příspěvky. Ty vedle běžné činnosti města tvoří přidanou informační hodnotu poskytovanou nejen občanům. Práce bude zaměřena na analýzu webových stránek a facebookové prezentace jako dvou stěžejních komunikačních kanálů obou měst. Dále se práce zaměří také na porovnání efektivity komunikace prostřednictvím těchto komunikačních kanálů měst. Porovnávat bude i komunikaci měst v období před, v průběhu a krátce po komunálních volbách. Vedle zhodnocení výše uvedeného bude cílem práce navržení možných řešení ke zlepšení komunikace radnic prostřednictvím webové a facebookové prezentace s využitím pro vedení měst a zodpovědných úředníků.

5.2 Výzkumná otázka

Je komunikace měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí prostřednictvím facebookové prezentace efektivní, zejména vzhledem k počtu a dosahu zveřejňovaných příspěvků a došlo v období komunálních voleb ke změně či zintenzivnění komunikace měst na vlastním Facebooku?

Jaký vliv má na návštěvnost webových stránek měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí zveřejňovaný obsah (tiskové zprávy, aktuality a další), co návštěvníci nejčastěji vyhledávají a změnila se návštěvnost webových stránek v období komunálních voleb?

5.3 Metody výzkumu

Analýza aktuálního stavu – zde autor rozdělí práci do dvou oblastí, a to na webové stránky a facebookovou prezentaci měst. V obou případech zhodnotí využitelnost těchto nástrojů tak, aby dokázal odpovědět na výzkumné otázky. Konkrétně se bude jednat o analýzu a zhodnocení aktuálního stavu webových stránek i Facebooku z pohledu počtu návštěvníků, míry okamžitého opuštění, jejich pohybu po webové prezentaci, počtu *To se mi líbí*, zásahu či nových příspěvků. Zároveň dojde k porovnání vývoje zmíněných komunikačních kanálů v průběhu nadefinovaného období.

Srovnávací analýza – v případě webových stránek měst se bude jednat o srovnání jejich úspěšnosti z hlediska návštěvnosti a v závislosti na zveřejňovaných informacích v období od 10. 11. 2017 do 11. 11. 2018 a také od srpna do konce října 2017 a v tomtéž období roku 2018, kdy v České republice probíhaly komunální volby.

V případě Facebooku bude srovnávací analýza hodnotit stav prezentace měst Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí se zaměřením na porovnání počtu zveřejněných příspěvků a odezvy na ně v období jednoho roku od 10. 11. 2017 do 11. 11. 2018. Dále pak od srpna do konce října 2017 a v tomtéž období roku 2018, kdy v České republice probíhaly komunální volby. Tyto výsledky budou navíc vzájemně srovnány.

5.4 Nástroje užití při výzkumu

Nástroje pro měření webu

Město nefunguje jako firma a necílí na prodej produktů, proto je měření úspěšnosti webu omezené jen na některé metody a nástroje. Lze se zaměřit na počet zobrazení, délku spojení či odezvu (PHD, 2018). Nejvhodnějším nástrojem pro měření úspěšnosti/návštěvnosti webu je **Google Analytics**. Ten, je zdrojem informací o tom: „Jak a odkud návštěvníci na stránky přicházejí a jak se na nich pohybují“ (Janouch, 2014, s. 322).

V této práci se autor zaměří na horní a dolní extrémy návštěvnosti webových stránek měst ve sledovém období s ohledem na zveřejněný obsah, míru okamžitého opuštění, složení návštěvníků či zdroje návštěvnosti.

Nástroje pro měření Facebooku

Většina obcí, stejně jako firem, využívá ke komunikaci facebookovou prezentaci. K měření její úspěšnosti slouží nástroj **Facebook Analytics**. Umožňuje získat demografické údaje, informace o přístupových kanálech či reakcích cílových skupin (Facebook, 2018).

Druhým užitým nástrojem pro analýzu facebookových stránek bude **Likealyzer**. Ten dokáže analyzovat vhodnost a podrobnost vyplněných informací o stránce či nabízí metriky a možnosti řešení vzhledem k počtu, délce a typu příspěvků (Meltwater, ©2018).

Autor bude sledovat počet fanoušků facebookové prezentace, příspěvků a znaků připadajících na příspěvek. Zaměří se i na složení návštěvníků (dle pohlaví, věku), počet kliknutí (konverze), počet reakcí a organický dosah příspěvků.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 MĚSTO ROŽNOV POD RADHOŠTĚM

Tato bakalářská práce se zabývá předem definovanými online prezentacemi, které ke své komunikaci využívá město Rožnov pod Radhoštěm. Proto je zde krátce představeno.

6.1 Historie a současnost města

Město Rožnov pod Radhoštěm bylo založeno mezi roky 1246-1267. Od konce 18. až do 1. poloviny 20. století pak bylo vyhledávaným centrem lázeňské klimatické turistiky (Webhouse, Rožnov pod Radhoštěm, 2018).

Co do počtu obyvatel třetí největší město na Valašsku (v bývalém okrese Vsetín), hned za Vsetínem a Valašským Meziříčím, leží na Rožnovské Bečvě pod památnou horou Radhošť. K 1. lednu 2018 mělo město 16 493 obyvatel, přičemž 8 546 z nich tvořili ženy a 7 947 muži (Ministerstvo vnitra, ©2018).

Rožnov pod Radhoštěm je i dnes oblíbeným cílem turistů, a to zejména díky Valašskému muzeu v přírodě a také umístění na pomezí Moravskoslezských Beskyd a Hostýnsko-Vsetínské hornatiny. „V současnosti každoročně do Rožnova pod Radhoštěm zavítá více než půl milionu hostů, přijíždějí turisté z domova, z celé Evropy i ze zámoří“ (Webhouse, Rožnov pod Radhoštěm, 2018).

V čele města stojí aktuálně koalice hnutí ANO, Nezávislý Rožnováci a Zdravý Rožnov. Autor proto oslovil přímo starostu Radima Holiše (2018), aby zjistil, jak radnice zkoumané komunikační kanály využívá. V případě webových stránek tvoří obsah několik pověřených osob, mimo jiné tiskový mluvčí města. „Na webových stránkách města by měly být informace kompletní a více propracované,“ uvedl starosta Radim Holiš s tím, že: „Facebook pak z mého hlediska slouží k poskytování rychlých a aktuálních informací nejen směrem k občanům města. Jeho přínos je jednoznačný a nezanedbatelný zejména během informování o krizových situacích.“ Od obou zkoumaných komunikačních kanálů si pak Rožnov pod Radhoštěm slibuje také budování dobrého jména města.

7 WEBOVÁ PREZENTACE ROZNOV.CZ

Webovou prezentaci (viz příloha P I) používá město Rožnov pod Radhoštěm od 1998 (Cz.nic, © 2019). K 1. dubnu 2014 ji modernizovalo, aby návštěvníkům nabídlo větší komfort, moderní zpracování či snazší navigaci (Webhouse, ©2018, Rožnov pod Radhoštěm). Zároveň má město speciálně vytvořený turistický web – visitroznov.cz, jehož analýza není součástí této práce (Webhouse, ©2018, Turistický web).

7.1 Rozvržení domovské stránky

Popis rozložení domovské stránky k 11. 11. 2018 postupně shora směrem dolů.

- Vlevo nahoře našli návštěvníci název stránky – Rožnov pod Radhoštěm společně se znakem města a textem Oficiální webová stránka města. Vpravo byla k dispozici volba Zvětšit text, jazykové mutace a řádek pro fulltextové vyhledávání.
- Dále web nabízel čtyři náhledové obrázky prezentující město a jeho okolí. Následovaly nosné sekce: Město, Městský úřad a Turistika, doplněné o podsekcce.
- Střední část byla rozdělena do tří sloupců. Levý tvořily panely: Rychlá navigace, Počasí a odkazy na sociální síť města. Střední a nejširší sloupec pak variabilní pozvánka na akce města, pod níž se nacházela trojice volitelných záložek Aktuality, Úřední deska a Akce. Pravou část dotvářel panel Kontakt, Kalendář akcí a odkazy na další weby. Následovala prezentace prostřednictvím služby SnapWidget.
- Ve spodní části byla uvedena informace o poslední aktualizaci a počtu přístupů – od 4. 3. 2014 do 11. 11. 2018. Dále kontaktní údaje a odkaz na webmastera. Závěrečný řádek obsahoval informace o tvůrci webu a možnosti zobrazení.

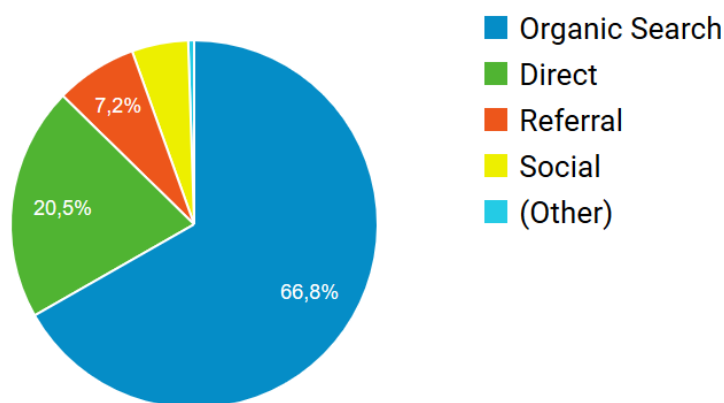
7.2 Základní statistika k 11. 11. 2018

Město Rožnov pod Radhoštěm začalo svou webovou prezentaci analyzovat pomocí nástroje Google Analytics 26. 2. 2015. Za téměř čtyři roky, tedy k 11. 11. 2018 evidovalo 4 480 505 zobrazení stránek a 1 194 892 návštěv (viz příloha P III). V případě druhého čísla se jednalo o zaktivizované návštěvníky, kteří na stránkách provedli akci. Jen v případě 491 212 návštěv se jednalo o nové návštěvníky, zbývající se opakovaně vraceli.

Návštěvníci na webu města za jednu návštěvu, která průměrně trvala 2:45 minuty, zobrazili 3,28 stránky v případě nových přístupů a 4,08 stránky v případě opakovaných návštěv.

Průměrná byla také míra okamžitého opuštění, která za zkoumané období dosahovala 45,69 % (51,39 % nový návštěvníci a 41,71 % opakované návštěvy). Z toho je patrná rezerva, kterou webové stránky města Rožnov pod Radhoštěm disponují. Interakce příchozích uživatelů, tedy přechod na jinou stránku, totiž není příliš uspokojivá. Jen pro doplnění optimálně fungující webová prezentace by měla vykazovat míru okamžitého opuštění v rozmezí 5-30 %, jak je uvedeno výše dle Pecky (2018). Pro úplnost je však třeba uvést, že část návštěvníků mohla najít důležité informace hned na úvodní stránce (kontakt, úřední hodiny) a v rámci webových stránek města již nepřecházela dál.

Celkem 54,15 % návštěvníků tvořili muži a 45,85 % ženy. V 92,07 % se jednalo o přístupy z České republiky, 1,78 % ze Slovenska, 1,58 % z USA a 1,40 % z Německa.



Obr. 3 Zdroje návštěvnosti webu www.roznov.cz (Zdroj: Google, ©2018)

Z obrázku výše vyplývá, že uživatelé nejčastěji navštěvovali webovou prezentaci města za využití neplaceného vyhledávání – Organic Search (66,54 %). Nejčastěji prostřednictvím vyhledávačů google.com, seznam.cz a bing.com hledali výrazy: rožnov pod rahoštěm, rožnov, skanzen rožnov pod radhoštěm, rožnov pod radhoštěm akce či město rožnov pod radhoštěm. Přímý přístup na web – Direct volili uživatelé v 20,54 %. Následoval přístup prostřednictvím odkazu umístěného na jiných stránkách – Referral s hodnotou 7,21 % s využitím webových stránek: tka.cz, webcams.cz, mesto-zubri.cz nebo in-pocasi.cz. Přístup prostřednictvím sociálních sítí – Social pak tvořil 4,97 %. Zde jednoznačně dominoval facebook.com (99,22 %), který je pro Rožnov pod Radhoštěm stěžejním komunikačním kanálem. Se značným odstupem jej následoval Google+ (0,40 %).

Důležité je zmínit i počet vydaných tiskových zpráv v uvedeném období, jichž bylo celkem 1 428. To je při počtu 1 355 dnů v průměru 1,05 zprávy denně. Zároveň je ale nutné při-

hlédnout k tomu, že v tomto součtu jsou zahrnuty i soboty, neděle a státní svátky, během nichž město tiskové zprávy prakticky nevydávalo. Je třeba položit si již výše uvedenou otázku, zda bychom jednotlivou tiskovou zprávu přečetli, případně otiskli (Sálová, Veselá, Šupolíková, Jebavá a Viktora, 2015, s. 110 - 115). Velké množství tiskových zpráv může být spíše na škodu, než aby přinášelo kýžený informační přínos, neboť na návštěvníky a občany působí rušivě. Tato skutečnost vynikne zejména v okamžiku, kdy město několik dní zdánlivě nekomunikuje a následně vydává tři a více tiskových zpráv v rozmezí několika minut, jak se autor této práce opakovaně přesvědčil během své novinářské praxe.

7.3 Srovnání období 10. 11. 2017 až 11. 11. 2018

Z výstupů Google Analytics vyplývá, že v období od 10. 11. 2017 do 11. 11. 2018 denní návštěvnost kolísala. Až na několik extrémů viz níže měla ale stabilní charakter. V průměru web města Rožnov pod Radhoštěm zaznamenal 450 - 1 050 návštěv denně.

Horní extrémy návštěvnosti webu

Ve sledovaném období zaznamenalo město Rožnov pod Radhoštěm sedm dní s výrazně vyšší návštěvností přesahující 1 200 návštěv za den, přičemž se ve čtyřech případech jednalo o pondělí. Nejúspěšnější bylo pondělí 11. 6. 2018 (1 358 návštěv), kdy město informovalo o: Přívalový déšť v Rožnově, V Rožnově se sejdou zastupitelé, Benefiční koncerty vynesly... Právě první zmíněná informace týkající se přívalového deště byla zejména pro občany nejhodnotnější. Následovala pondělí 22. 10. 2018 (1 350 návštěv) s tiskovou zprávou: V Rožnově vzniká další obchodní centrum; a pondělí 8. 10. 2018 (1 308 návštěv) se zprávami: V Rožnově jednala bezpečnostní rada města a Tohle rozhodnete vy!... Návštěvnost v tento den však výrazně ovlivnily výsledky komunálních voleb zveřejněné již v sobotu 6. 8. 2018 (1 157 návštěv), na něž v pondělí návštěvníci nejčastěji reagovali. Už neděle 7. 8. 2018 (1 211 návštěv) uvedenou hranici návštěvnosti také překročila. Za zmínku ještě stojí pátek 16. 3. 2018 (1 264 návštěv), kdy město informovalo o: Začal Josefský jarmark... a Josefskému jarmarku zatím nepřeje počasí. Dále středa 25. 7. 2018 (1 260 návštěv): Dopravu na Rožnovsku zkomplikuje oprava hlavní komunikace..., Do Rožnova zamíří budoucí studenti architektury a Sociální zázemí na městském hřbitově projde rekonstrukcí; a pondělí 9. 4. 2018 (1 224 návštěv): Hasiče zaměstnal rozsáhlý požár lesa.

Na návštěvnost webu měly výrazný vliv zejména pro občany a návštěvníky atraktivní tiskové zprávy úzce spjaté s děním ve městě. Z pohledu úspěšnosti se jednalo zejména o ži-

velné katastrofy, které se dotýkaly většiny obyvatel, stejně jako výrazné změny v dopravě. Návštěvníci se zajímali také o pozvánky a informace z významných kulturních, společenských a sportovních akcí. K nejúspěšnějším dnům z pohledu návštěvnosti pak patřilo pondělí, kdy se městu nejvíce vyplácí zveřejňovat informace.

Dolní extrémy návštěvnosti webu

Ve sledovaném období byly z pohledu návštěvnosti webu města Rožnov pod Radhoštěm vždy nejméně úspěšné víkendové dny sobota a neděle. Za nejméně úspěšné lze považovat dny, kdy návštěvnost nepřesáhla hranici 350 návštěv za den. Jednalo o deset dolní extrémů napříč sledovaným obdobím. Nejnižší návštěvnost zaznamenala neděle 24. 12. 2017 (270 návštěv), tedy Štědrý den. Je zřejmé, že na dolní extrémy návštěvnosti neměly vydávané tiskové zprávy a další informace prakticky žádný vliv. Během víkendových a svátečních dnů totiž radnice tyto zprávy až na zanedbatelné výjimky nevydávala. Činila tak pouze v případě mimořádných událostí spojených například s živelnými katastrofami, kdy naopak návštěvnost webu vzhledem k důležitosti informací strmě rostla.

Meziroční srovnání

Tab. 1 Meziroční srovnání návštěvnosti oficiálních webových stránek města Rožnov pod Radhoštěm (Zdroj: vlastní zpracování)

<i>Období</i>	<i>Počet návštěv</i>	<i>Ø délka návštěvy (v minutách)</i>	<i>Ø počet zobrazených stránek na návštěvu</i>
<i>10.11.2017- 11.10.2018</i>	<i>286 393</i>	<i>2:45</i>	<i>3,59</i>
<i>10.11.2016- 11.10.2017</i>	<i>340 024</i>	<i>2:34</i>	<i>3,50</i>
<i>10.11.2015- 11.10.2016</i>	<i>343 733</i>	<i>2:48</i>	<i>3,91</i>

Z tabulky vyplývá, že návštěvnost webu města Rožnov pod Radhoštěm meziročně klesá. Největší pokles o víc jak 50 000 návštěv za rok zaznamenal web v porovnání dvou prvně uvedených období. Nejvýznamnější vliv na to měla zřejmě skutečnost, že od poloviny září 2016 provozuje město vlastní turistický web visitroznov.cz. V důsledku toho došlo

k odlivu části návštěvníků oficiální webové prezentace města, a to zejména těch, kteří hledali přehlednější informace určené přímo pro turisty.

Průměrný čas strávený na oficiálním webu Rožnova pod Radhoštěm a počet zobrazených stránek mírně kolísal. Ovlivněn mohl být výše zmíněnou atraktivitou zveřejňovaných informací/tiskových zpráv. Proti poklesu ve druhém sledovém období, se v detailněji zkoumaném období mezi roky 2017 a 2018 průměrný čas strávený na webu i počet zobrazených stránek postupně zvyšoval. Z toho lze dovozovat, že návštěvníci vyhledávali na webových stránkách města více informací a jejich relevance stoupala.

7.4 Srovnání období srpen až říjen 2017 a 2018

V roce 2018, konkrétně v termínu 5. a 6. října 2018, proběhly v České republice komunální volby. Občané v nich rozhodovali o složení městských zastupitelstev. Autora této práce zajímalo, zda měly volby vliv na množství městem zveřejňovaných příspěvků v období od 1. 8. do 31. 10. 2017 a tomtéž v roce 2018. Tedy rok před volbami a následně zhruba od začátku volební kampaně, přes její průběh až po období krátce po ní.

Od 1. 8. 2017 do 31. 10. 2017 radnice vydala 97 tiskových zpráv a webové stránky města zaznamenaly 81 839 návštěv. Jejich průměrná doba činila 2:32 minut a uživatelé během nich zobrazili 3,41 stránky. V průměru se denní návštěvnost pohybovala mezi 500 až 1 100 návštěvami. Za nejvíce úspěšné se dají požadovat tři dny, kdy návštěvnost webu města dosáhla minimální hranice 1 300 návštěv. Nejúspěšnější bylo úterý 8. 8. 2017 (1 496 návštěv) s tiskovými zprávami: Další supervíkend v Rožnově..., Víceúčelové sportovní hřiště... a Zloději při krádeži zranili obsluhu obchodu. Následovalo pondělí 23. 10. 2017 (1 335 návštěv) a pátek 27. 10. 2017 (1 300 návštěv) s informacemi: Rožnovku na týden nahradí autobusy, resp. Rožnov si připomene vznik Československa, V Rožnově se sejdou zastupitelé a Víkend ukončí prodlouženou letní sezonu. Z pohledu návštěvnosti webu města tak byly nejúspěšnějšími dny, kdy radnice informovala zejména o kulturní, sportovním a společenském dění.

Od 1. 8. 2018 do 31. 10. 2018 radnice vydala 120 tiskových zpráv, pravidelně a aktivně informovala také o blížících se komunálních volbách. Webové stránky města zaznamenaly 73 656 návštěv a jejich průměrná doba činila 2:54 minut s 3,56 zobrazenými stránkami. V průměru se denní návštěvnost pohybovala mezi 400 až 900 návštěvami. Za nejúspěšnější lze považovat šest dní, kdy návštěvnost dosáhla minimální hranice 1 150

návštěv. Nejúspěšnější bylo pondělí 8. 10. 2018 (1 308 návštěv). Jak už bylo uvedeno výše společně se sobotní 6. 10. 2018 (1 157 návštěv) a nedělní 7. 10. 2018 (1 211 návštěv) návštěvností se jednalo o reakci na vyhlášení výsledků komunálních voleb. Ve středu 29. 8. 2018 (1 161 návštěv) město informovalo: V Rožnově byla vylosována pořadová čísla volebních stran ve městě i obcích mikroregionu Rožnovsko. Ve středu 5. 9. 2018 (1 176 návštěv) radnice tiskovou zprávu nevydala, ale zbýval přesně měsíc do voleb. V pondělí 22. 10. 2018 (1 350 návštěv) město informovalo: V Rožnově vzniká další obchodní centrum.

V druhém období tak byly z pohledu návštěvnosti nejúspěšnějšími dny, kdy radnice informovala zejména o komunálních volbách, ať už se jednalo o jejich výsledky či další související zprávy. V tomto období také město oproti předchozímu roku vydalo o 23 tiskových zpráv více. I když byla návštěvnost webu nižší než rok před tím, návštěvníci na něm v průměru trávili více času a navštívili více stránek. Z toho lze dovozovat, že na webu vyhledávali více informací a tiskové zprávy, aktuality i další informace tak měly i přes nižší návštěvnost lepší dosah.

Přehled silných a slabých stránek webu města Rožnov pod Radhoštěm

Tab. 2 Přehled silných a slabých stránek webu města Rožnov pod Radhoštěm (Zdroj: vlastní zpracování)

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
<i>Nárůst počtu zobrazených stránek</i>	<i>Pokles návštěvnosti webu</i>
<i>Nárůst času stráveného na webu</i>	<i>Speciální turistický web města</i>
<i>Zveřejňování tiskových zpráv v pondělí</i>	<i>Atraktivita tiskových zpráv</i>
<i>V průměru jedna tisková zpráva denně</i>	<i>Nepravidelnost vydávání tiskových zpráv</i>
<i>Informace o dění ve městě</i>	
<i>Speciální turistický web města</i>	

8 FACEBOOKOVÁ STRÁNKA ROŽNOV POD RADHOŠTĚM

Město Rožnov pod Radhoštěm spustilo svou facebookovou prezentaci (viz příloha P V) v roce 2012, jakožto další informační kanál pro obyvatele a návštěvníky. Prezentaci k 11. 11. 2018 dominoval profilový obrázek znaku města a úvodní fotografie/grafika, kterou město v nepravidelných intervalech měnilo (Rožnov pod Radhoštěm, ©2018).

8.1 Analýza pomocí likealyzer.com

Z analytik dostupných pomocí nástroje likealyzer.com vyplynulo, že prezentace města na Facebooku fungovala dobře, ale měla prostor ke zlepšení (Meltwater – Rožnov, ©2018). Stránka v případě délky příspěvků chápala rozdíl mezi kvalitou a kvantitou, i zapojení uživatelů. Aktivně také interagovala s dalšími stránkami – primárně se jednalo o prezentace organizací a společností města například T klub – kulturní agentura či TV Beskyd. Zpracování úvodní strany 100 % odpovídalo požadavkům na tuto sociální síť, jak je hodnotí likealyzer.com. Stejně tak aktivita a míra odpovědí stránky. Město zveřejňovalo v průměru 1,2 příspěvky denně s průměrnou délkou 277 znaků. Toto číslo přesahovalo doporučenou délku příspěvků mezi 40 až 100 znaky, jak ji pro lepší zásah navrhuje likealyzer.com. To mohlo mít vliv na atraktivnost jednotlivých příspěvků a jejich dosah. Lidé totiž nejsou ochotni číst dlouhé texty, i vzhledem k zahlcenosti informacemi nejen na sociálních sítích.

Město aktivně reagovalo na příspěvky fanoušků a získávalo tak lepší odezvu. V případě ostatních kontextových informací stránka dosahovala 88 %. Chyběly na ní propracovanější informace o městě, omezené jen na: Oficiální stránka města Rožnov pod Radhoštěm. Tento nedostatek však částečně vyvažoval detailnější popis prostřednictvím obecných informací.

8.2 Analýza pomocí Facebook analytics

Ke sledovanému datu 11. 11. 2018 měla facebooková prezentace města Rožnov pod Radhoštěm 5 334 fanoušků, kteří stránku označili jako: To se mi líbí. Počet sledujících, tedy osob aktivně odebírajících obsah, byl 5 467. Co do počtu fanoušků se však i vzhledem k turistické atraktivnosti města nejedná o příliš vysoké číslo a město zde má jistě rezervu. V celkovém počtu fanoušků převažovaly ženy, které tvořily 65 %. Mezi fanoušky byly v největší míře zastoupeny věkové skupiny 25-34 let (30 %) a 35-44 let (26 %). Největší procento fanoušků tvořili obyvatelé České republiky 85,9 % (4 884 fanoušků) a 29,8 % (1 641) z nich mělo jako bydliště vyplněn Rožnov pod Radhoštěm.

Průměrný dosah zveřejněných příspěvků ve sledovaném období 10. 11. 2017 až 11. 11. 2018 činil v rámci videí 4 059, fotek 3 604 a odkazů 2 127. Průměrný projevený zájem (kliknutí na příspěvek) byl u videí a fotek téměř totožný - 457, resp. 426. V případě odkazů se pak jednalo o průměrnou hodnotu 113. Hodnocen byl také poměr průměrného zájmu projeveného formou reakcí, komentářů či sdílení. Tento dosahoval čísla 146 u fotek, 113 u videí a 22 u odkazů. Největší zájem tak fanoušci měli o multimediální obsah.

8.3 Úspěšnost zveřejňovaných příspěvků

Úspěšnost příspěvků v metrikách Facebooku u stránky Rožnov pod Radhoštěm byla analyzována v období od 10. 11. 2017 do 11. 11. 2018. Během něj město zveřejnilo měsíčně v průměru 65 příspěvků, přičemž jejich organický dosah činil 1 500 - 3 000 uživatelů. Jednotlivé příspěvky zaznamenaly kliknutí v desítkách, stovkách, ale i tisících případech. Reakce, komentáře a sdílení se však většinou pohybovaly maximálně v desítkách uživatelů a jen výjimečně překročily hodnotu 200. Říjen roku 2018 byl ale pro město na Facebooku mimořádně úspěšný. Nejprve se o to postaralo nové propagační video města, zveřejněné 9. 10. 2018: „...za pouhý týden má rekordních 27 tisíc zhlédnutí, což je s obrovským náskokem historický rekord. Video, které na Facebooku zaznamenalo dosah 60 tisíc účtů, posbíralo 430 lajků a 750 sdílení“ (Gross, 2018). Ve sledovaném období již video evidovalo 3 928 reakcí, komentářů a sdílení. O 17 dní později město zveřejnilo i fotogalerii: Jak se vám líbí most v národních barvách, která nasbírala 2 030 reakcí.

Rožnov pod Radhoštěm aktivně využíval i placenou propagaci prostřednictvím Facebooku, a to jak jednotlivých příspěvků a událostí, tak i celé stránky. Kampaň v rámci celé stránky realizovalo v průběhu sedmi dní právě ve druhém říjnovém týdnu se zásahem napříč republikou. I tato skutečnost zřejmě podpořila úspěšnost obou zmíněných příspěvků.

Horní extrémy úspěšnosti příspěvků

Pro účely této práce budeme považovat za skutečně úspěšné příspěvky na Facebooku města Rožnov pod Radhoštěm takové, jejichž počet kliknutí přesáhl 3 000. Jednalo se tak o kýženou konverzi, která vedla k zobrazení příspěvku. Ve sledovaném období se jednalo o 12 příspěvků (viz příloha P IX). Tvořily je především fotogalerie, příspěvky s fotkou a videa. Vedle výše zmíněného nejúspěšnějšího příspěvku/video města se jednalo o příspěvek s fotkou: AKTUÁLNĚ S ohněm bojuje přes 100 hasičů... (8. 4. 2018 – počet kliknutí 8 886 / počet reakcí 709 / dosah 20 914) a reupload videa TV Beskyd – Na Valašsku se

pohybují dva nebo tři medvědi... (12. 10. 2018 – 7 078 / 886 / 36 622 – počet zhlédnutí (do 3 sekund - 23 144, do 10 s – 14 276)). Z uvedeného je patrné, že nejúspěšnější byla témata úzce spjatá s městem Rožnov pod Radhoštěm.

Dlouhodobě velký zájem projevovali fanoušci zejména o fotogalerie, ať už byly spojeny s velkými kulturními či společenskými akcemi nebo se týkaly změn v dopravě na území města. Úspěšnost některých videí, zejména těch, které město reuploadovalo na své stránky nejčastěji ze stránek TV Beskyd a stejně tak příspěvků i fotogalerií, byla částečně zkreslena duplicitou a skutečností, že obě stránky mají část fanoušků shodnou.

Přesto právě multimediální obsah působil na fanoušky facebookové stránky města Rožnov pod Radhoštěm nejpozitivnějším dojmem. Lze tak usuzovat zejména z výrazného organického dosahu i reakcí. Město by se proto mělo na tvorbu toho obsahu více zaměřit.

Dolní extrémy úspěšnosti příspěvků

Naopak z druhé strany celkem 66 příspěvků nedosáhlo ani na hranice 25 kliknutí (viz příloha P X), která byla pro účely této práce nastavena jako dolní extrém. Málo úspěšné byly zejména sdílené příspěvky a události městských příspěvkových organizací např.: Pozvánka na novoroční koncert se... (14. 12. 2018 – počet kliknutí 3 / počet reakcí 1 / dosah 443); upozornění na změny na radnici: Upozornění – Ve čtvrtek 25.1. bude... (22. 1. 2018 – 2 / 2 / 450); reupload videa jiné organizace: Masopustní zvyky... (reupload Valašské muzeum v přírodě, 29. 2. 2018 – 1 / 10 / 75 - počet zhlédnutí 3 s - 69)).

V případě nízkého zájmu o sdílené příspěvky městských organizací, je třeba zohlednit již výše popsanou duplicitu fanoušků. V případě jednoduchého textového příspěvku, který může být doplněn fotografií/grafickou pozvánkou, navíc fanoušci často získají veškeré informace, aniž by na příspěvek reagovali. Toto je možné vztáhnout i na příspěvky spojené s aktuálními upozorněními týkajícími se změn ve fungování rožnovské radnice. Zde je tedy možné částečně zohlednit organický dosah těchto příspěvků.

Rožnov pod Radhoštěm zveřejňoval průměrně 1,2 příspěvku denně a jen minimálně překročil hranici tří příspěvků. Tento přístup byl rozhodně pozitivní, neboť nedocházelo k zahlcování fanoušků obsahem, který tak vykazoval lepší dosah. O sobotách, nedělích a ve státní svátky pak město prostřednictvím Facebooku téměř nekomunikovalo, což odpovídalo fungování radnice. Výjimku tvořily jen mimořádné události, mezi než se řadil výše zmíněný požár z neděle 8. 4. 2018 či informace o probíhajících kulturních, společenských

a sportovních akcích. Tyto příspěvky pak dosahovaly spíše vyššího než průměrného zásahu a jejich zveřejňování mělo pro Rožnov pod Radhoštěm smysl.

Město ve sledovaném období registrovalo také téměř 30 příspěvků s nulovou hodnotou v počtu zobrazení (viz příloha P XI). Jednalo se zejména o externí placené odkazy, jakožto pozvánky na akce, jež Rožnov pod Radhoštěm sdílel primárně prostřednictvím facebookových stránek jiných organizací: Pozvánka na 3-denní folklorní festival Ondrášova valaška... (7. 6. 2018) či Farmářské trhy v Rožnově pod Radhoštěm... (20. 7. 2018). V některých případech se jednalo také o městem vytvořené události mimo hlavní facebookovou prezentaci, které byly propagovány jako placené: V sobotu 26.5. v 19:00 hodin se poběží Rodinný charitativní běh... (24. 5. 2018).

Propagované příspěvky

Rožnov pod Radhoštěm využíval také placené propagace prostřednictvím Facebooku (viz příloha P XII). Ve sledovaném období realizovalo město propagaci 14 příspěvků, událostí a pracovních nabídek. Hodnota inzerce se pohybovala v řádech stokorun a pouze výjimečně přesáhla hranici 500 Kč za danou propagaci. Vzhledem ke skutečnosti, že autor této práce měl pouze analytický přístup do facebookové prezentace města, jsou metriky propagovaných příspěvků neúplné. I tak však nabízejí některé důležité informace.

V případě pracovních nabídek cílil Rožnov pod Radhoštěm na skupinu 18-65+ let obyvatel Zlínského, Moravskoslezského a Olomouckého kraje. Obdobný zásah měly také pozvánky na události pořádané městem. V případě příspěvků propagujících turistický ruch zmíněné kraje doplnilo ještě cílení na Prahu a Středočeský kraj. Propagace jednotlivých příspěvků se nejčastěji pohybovala mezi 7 až 14 dny. Nejúspěšnější byla dříve zmíněná propagace celé stránky jakožto firmy, která běžela 7 dní v říjnu s cílením na celou ČR – oslovila 33 512 uživatelů a zaznamenala přes 160 reakcí včetně kliknutí na příspěvek.

Většinově se městu placená propagace nevyplácela, neboť úspěšnost těchto příspěvků nepřesahovala ty šířené formou organického dosahu. Efektivní byla ale zejména v případě propagace pracovních nabídek města, které se tak lépe dostaly k cílovým příjemcům.

8.4 Úspěšnost příspěvků v období srpen až říjen 2017 a 2018

Stejně jako v případě prezentace města prostřednictvím oficiálního webu, i v případě Facebooku, sledoval autor této práce období od 1. 8. do 31. 10. 2017 a totožné v roce 2018 v návaznosti na komunální volby (viz příloha P XIII).

V srpnu roku 2018 zveřejnil Rožnov pod Radhoštěm 65 příspěvků, jimž dominovaly informace o dopravní situaci. V září to bylo 60 příspěvků, mezi nimiž převládaly radnicí organizované akce prezentované reportáží městské společnosti TV Beskyd k nově otevřenému dětskému hřišti a ze stránek téže firmy sdílená fotogalerie z vítání občánků. Říjen přinesl 61 příspěvků, kdy všechny patřily k nejúspěšnějším ve sledovaném období 10. 11. 2017 až 11. 11. 2018 a byly spojeny zejména s přímo propagací města.

Pro srovnání v totožném období roku 2017 (viz příloha P XIII) zveřejnilo město Rožnov pod Radhoštěm v srpnu 77, v září 81 a v říjnu 74 příspěvků. Mezi nejúspěšnější z nich se zařadily zejména reuploady reportáží společnosti TV Beskyd informující o významných investičních akcích na území města.

I když množství příspěvků zveřejněných ve sledovaném období roku 2018 kleslo v průměru o 10, oproti totožnému období roku 2017, mezi nimi převládaly příspěvky reprezentující vládnoucí koalici. Tyto se těšily také výrazně vyšší konverzi a oslovení fanoušků. Splnily tak kýžený cíl propagace koalice ANO 2011, Nezávislých Rožnováků a Zdravého Rožnova, která uspěla také v komunálních volbách. Lze tedy dovozovat, že komunikace města Rožnov pod Radhoštěm na Facebooku k tomuto úspěchu přispěla.

Přehled silných a slabých stránek facebookové prezentace Rožnov pod Radhoštěm

Tab. 3 Přehled silných a slabých stránek facebookové prezentace Rožnov pod Radhoštěm (Zdroj: vlastní zpracování)

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
<i>Aktivita města</i>	<i>Délka příspěvků</i>
<i>Počet příspěvků</i>	<i>Placená propagace nerelevantních příspěvků</i>
<i>Placená propagace</i>	<i>Počet fanoušků</i>
<i>Tvorba multimediálního obsahu</i>	<i>Duplicita obsahu s městskými společnostmi</i>
<i>Aktivní reakce na komentáře</i>	

9 MĚSTO VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ

Tato bakalářská práce se zabývá předem definovanými online prezentacemi, které ke své komunikaci využívá i město Valašské Meziříčí. Proto je zde také krátce představeno.

9.1 Historie a současnost města

Historie města Valašské Meziříčí se datuje od roku 1924. Vzniklo spojením měst Meziříčí a Krásno, o nichž se poprvé psalo již v roce 1297 (Webhouse, Valašské Meziříčí, 2018).

Co do počtu obyvatel druhé největší město na Valašsku (v bývalém okrese Vsetín), hned za Vsetínem, leží na soutoku Vsetínské a Rožnovské Bečvy. K 1. lednu 2018 mělo město 22 181 obyvatel, přičemž 11 450 tvořili ženy a 10 731 muži (Ministerstvo vnitra, ©2018).

Valašské Meziříčí, mezi místními, ale také návštěvníky známé pod zkratkou Valmez, je nejen křižovatkou řek, ale také dopravy. Zároveň se však jedná o město úzce provázané s kulturou, která dlouhá desetiletí tvoří jeho osobitou tvář. To je také důvod proč se Valmezu přezdívá Valašské Atény.

V čele města stojí aktuálně koalice hnutí ANO a KDU-ČSL. Autor proto oslovil přímo starostu Roberta Stržíňka (2017), aby zjistil, jak radnice zkoumané komunikační kanály využívá. V případě webových stránek tvoří obsah několik pověřených osob, mimo jiné tisková mluvčí města. „Vedle údajů, které máme povinnost zveřejňovat ze zákona, jsou zde zveřejňovány také tiskové zprávy a další aktuality. Osobně si ale myslím, že městské stránky občané příliš nenavštěvují a doba webů je přežitá, protože ji válkuje Facebook,“ sdělil starosta Robert Stržínek s tím, že obsah facebookové stránky města má také převážně na starosti tisková mluvčí radnice. „Zejména v případě příspěvků zveřejňovaných na Facebooku je třeba zvážit jejich možný dopad. Osoba, která je pověřena jejich zveřejňováním, musí mít určitý přesah do budoucna, aby obsah občany nepobuřoval. Kdo ale bude chtít příspěvky hatovat, důvod si vždy najde,“ míní starosta Stržínek. Od obou zkoumaných komunikačních kanálů si Valašské Meziříčí slibuje také budování dobrého jména města.

10 WEBOVÁ PREZENTACE VALASSKEMEZIRICI.CZ

Webovou prezentací (viz příloha P II) disponuje město Valašské Meziříčí od roku 2002 (Cz.nic, © 2019). O šest let později prošla první úpravou a v létě 2016 přešlo město na ještě modernější zpracování webu (Webhouse, ©2018, Valašské Meziříčí).

10.1 Rozvržení domovské stránky

Popis rozložení domovské stránky k 11. 11. 2018 postupně shora směrem dolů.

- Vlevo nahoře našli návštěvníci název stránky a znak města. Vpravo jazykové mutace, tlačítka – other, Vypnout grafiku, Mapa stránek, RSS, Kontakty a řádek pro fulltextové vyhledávání.
- Dál web nabízel pět náhledových obrázků dokumentujících život města formou upoutávky. V jejich levé části byly umístěny ikony s odkazy na sociální sítě města.
- Následovaly nosné sekce: Potřebuji si vyřídit, Město Valašské Meziříčí a Život ve městě, které doplňovaly další podsekce.
- Střední část tvořil panel Aktuálně s pěti slajdy informujícími o aktuálních událostech. Pod ním následovaly panely: Tiskové zprávy, Z města a regionu, Úřední deska, Veřejné zakázky. Napravo pak Kalendář akcí a sloupec Rychlá navigace.
- Spodní část webu tvořily panely – Kontakt, Kde nás najdete, Úřední hodiny, Odběr novinek a souhlas se zpracováním osobních údajů. Následovaly odkazy na Odběr SMS z radnice, weby příspěvkových či spřátelených organizací města. Dále odkaz na tvůrce webu; možnosti – Přihlásit se, Registrovat se, O webu a informace k poslední aktualizaci a počtu přístupů – od 4. 3. 2016 do 11. 11. 2018.

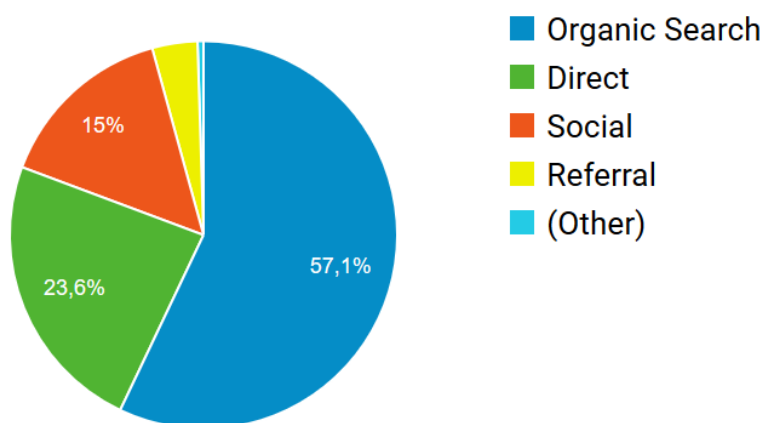
10.2 Základní statistika k 11. 11. 2018

Město Valašské Meziříčí začalo svou webovou prezentaci analyzovat pomocí nástroje Google Analytics 22. 1. 2015. Za téměř čtyři roky, tedy k 11. 11. 2018 evidovalo 5 769 859 zobrazení stránek a 1 861 950 návštěv (viz příloha P IV). V případě druhého čísla se jednalo o zaktivizované návštěvníky, kteří na stránkách provedli akci. Pouze v případě 644 893 návštěv se jednalo o nové návštěvníky, zbývající se na stránky města vraceli opakovaně.

Návštěvníci na stránkách za jednu návštěvu, která průměrně trvala 2:50 minuty, zobrazili v průměru 2,71 stránky v případě nových přístupů a 3,31 stránky v případě opakovaných

návštěv. Vyšší byla míra okamžitého opuštění, která dosahovala 52,07 % (58,24 % nový návštěvníci a 48,80 % opakované návštěvy). Zde je patrná rezerva, kterou webové stránky města Valašské Meziříčí disponovaly. Interakce příchozích uživatelů, tedy přechod na jinou stránku, totiž nebyla uspokojivá. Jen pro doplnění optimálně fungující webová prezentace by měla vykazovat míru okamžitého opuštění v rozmezí 5-30 % (Pecka, 2018). Část návštěvníků však mohla nalézt důležité informace hned na úvodní stránce (kontakt, úřední hodiny) a v rámci webu města Valašské Meziříčí již nepřecházela nikam dál.

Celkem 58,67 % návštěvníků tvořili muži a 41,33 % ženy. V 96,37 % se jednalo o přístupy z České republiky, 1,05 % ze Slovenské republiky, 0,59 % z USA a 0,39 % z Německa.



Obr. 4 Zdroje návštěvnosti webu www.valasskemezirici.cz (Zdroj: Google, ©2018)

Z obrázku vyplývá, že uživatelé nejčastěji navštěvovali web města za využití neplaceného vyhledávání – Organic Search (57,08 %). Nejčastěji prostřednictvím vyhledávačů google.com, seznam.cz a bing.com hledali výrazy: valašské meziříčí, valašské meziříčí město, město valašské meziříčí a jejich variace bez diakritiky. Přímý přístup na web – Direct volili uživatelé v 23,61 %. Následoval přístup prostřednictvím odkazu umístěného na sociálních sítích – Social s hodnotou 15,03 %. Zde dominoval facebook.com (98,99 %), který je pro město stěžejním komunikačním kanálem. Se značným odstupem jej následoval Twitter (0,96 %). Referral – odkazy umístěné zejména na stránkách: firmy.cz, mestovalmez.cz, slunecno.cz či webcams.cz využilo 3,78 % návštěvníků.

Důležité je zmínit i celkem 1 550 tiskových zpráv vydaných v uvedeném období. To je při počtu 1 390 dnů v průměru 1,12 zprávy denně. Zároveň je nutné přihlédnout k tomu, že v tomto součtu jsou zahrnuty i soboty, neděle a státní svátky, během nichž město tiskové

zprávy prakticky nevydává. V průběhu pracovního týdne tak město vydávalo víc jak 1,5 tiskové zprávy denně. Je třeba položit si otázku, zda bychom jednotlivou tiskovou zprávu přečetli, případně otiskli (Sálová, Veselá, Šupolíková, Jebavá a Viktora, 2015, s. 110 - 115). Vydávání velkého množství tiskových zpráv obcí, často s méně atraktivním obsahem pro občany/čtenáře bývá často motivováno politickými ambicemi vedení měst, jak se s tím opakovaně v průběhu své novinářské praxe setkal autor této práce. Část informací se pak k občanům/čtenářům ani nedostane, neboť zanikne mezi ostatními.

V polovině června 2016 spustilo město Valašské Meziříčí novou webovou prezentaci. Proti předchozí verzi vycházející z roku 2007 se jednalo o změnu reagující na moderní trendy a postupy s cílem nabídnout návštěvníkům uživatelsky přívětivější web, který měl být například vstřícný ke zrakově postiženým (Webhouse, ©2017). Web však nejeví příliš výrazné změny v této oblasti – nenabízí například snadno dostupnou volbu zvětšení písma.

10.3 Srovnání období 10. 11. 2017 až 11. 11. 2018

Z výstupů Google Analytics vyplývá, že v období od 10. 11. 2017 do 11. 11. 2018 denní návštěvnost kolísala. Až na několik extrémů však měla stabilní charakter. V průměru web města Valašské Meziříčí zaznamenal návštěvnost 650 - 1 400 návštěvníků denně.

Horní extrémy návštěvnosti webu

Ve sledovaném období zaznamenalo město Valašské Meziříčí pět dní s výrazně vyšší návštěvností přesahující 2 000 návštěv za den, přičemž se dvakrát jednalo o pondělí a středu. Nejúspěšnější byl ale pátek 7. 9. 2018 (2 804 návštěv) s tiskovou zprávou: Festival Světlo Valmez láká tisíce návštěvníků. Jednalo se o kulturní událost s nadregionálním významem. V pondělí 9. 4. 2018 (2 093 návštěv) město vydalo tiskové zprávy: Zastupitelé schválili Koncepti a plán rozvoje sportu..., Město finančně podpoří opravy domů..., Z bezpečnostních důvodů končí služba venčení psů... a Město se pustilo do likvidace jmelí. Následovaly středy 16. 5. 2018 (2 091 návštěv) a 23. 5. 2018 (2 035 návštěv) s informacemi: Na radnici se diskutovalo o veřejné dopravě a Radnice vítala nové občanky, resp. Ve Valašském Meziříčí bude k vidění vojenská technika, Farmářský trh zaplní valaškomeziříčské náměstí a Nová sportovní hala dostala od kraje zelenou. V pondělí 20. 11. 2017 (2 004 návštěv): Radnice chystá úpravu provozní doby předzahrádek.

Z výše uvedeného vyplývá, že na návštěvnost webu měly výrazný vliv zejména pro občany a návštěvníky atraktivní tiskové zprávy úzce spjaté s kulturními či společenskými akcemi.

Zájem projevovali také o významné investiční akce realizované ve městě. Tyto se pak městu vyplácelo zveřejňovat v pondělí a ve středu, kdy dosahovaly největšího zásahu.

Dolní extrémy návštěvnosti webu

Ve sledovaném období byly z pohledu návštěvnosti webu města nejméně úspěšnými víkendové dny, tedy sobota a neděle. V tyto dny se průměrná návštěvnost pohybovala mezi 500-600 návštěvami za den. Nejméně úspěšným dnem byla sobota 21. 7. 2018 (427 návštěv), tedy období letních prázdnin a dovolených. Nejen radnice v tomto období fungovala v omezenějším režimu, což se projevilo také v návštěvnosti webu.

Vzhledem k výše uvedenému je zřejmé, že na dolní extrémy návštěvnosti neměly vydávané tiskové zprávy prakticky žádný vliv. Během víkendových a svátečních dnů totiž radnice tyto zprávy až na zanedbatelné výjimky nevydávala.

Meziroční srovnání

Tab. 4 Meziroční srovnání návštěvnosti oficiálních webových stránek města Valašské Meziříčí (Zdroj: vlastní zpracování)

Období	Počet návštěv	Ø délka návštěvy (v minutách)	Ø počet zobrazených stránek na návštěvu
10.11.2017- 11.10.2018	559 277	2:47	3,00
10.11.2016- 11.10.2017	580 444	2:59	2,98
10.11.2015- 11.10.2016	421 501	3:06	3,30

Z tabulky výše je zřejmé, že návštěvnost webu města Valašské Meziříčí meziročně kolísala. Po výrazném nárůstu o téměř 160 tisíc návštěv mezi druhým a třetím sledovaným obdobím, následoval pokles o zhruba 20 tisíc návštěv v prvním období. Největší vliv na dramatický růst měl již výše popsany přechod města na novou verzi webových stránek.

Průměrný čas strávený na oficiální webové stránce města Valašské Meziříčí postupně klesal, přičemž se počet zobrazených stránek zejména v bližších dvou sledovaných obdobích výrazněji nelišil. Lze dovozovat, že návštěvníci webu potřebovali k nalezení informací

méně času. Část z nich přitom již zřejmě nepovažovala web za stěžejní zdroj informací a využívala jiné komunikační kanály města Valašské Meziříčí, například Facebook.

10.4 Srovnání období srpen až říjen 2017 a 2018

V roce 2018, konkrétně v termínu 5. a 6. října 2018, proběhly v České republice komunální volby. Občané v nich rozhodovali o složení městských zastupitelstev. Autora této práce zajímalo, zda měly volby vliv na množství městem zveřejňovaných příspěvků v období od 1. 8. do 31. 10. 2017 a tomtéž v roce 2018. Tedy rok před volbami a následně zhruba od začátku volební kampaně, přes její průběh až po období krátce po ní.

Od 1. 8. 2017 do 31. 10. 2017 radnice vydala 89 tiskových zpráv a web města zaznamenal 139 783 návštěv. Jejich průměrná doba činila 2:03 minut a uživatelé během nich zobrazili 3,12 stránky. Denní návštěvnost činila průměrně 550 - 1 350. Za skutečně úspěšné lze považovat pět dní, kdy návštěvnost přesáhla hranici 1 800 návštěv. Nejúspěšnějším byl pátek 15. 9. 2017 (2 904 návštěv) s tiskovými zprávami: Karel Malina získá ocenění..., Nová mobilní aplikace pro občany a turisty, Zastupitelé schválili pokračování příprav k realizaci tří rozsáhlých investičních akcí a Medový den se vydařil. Za ním následoval čtvrtek 17. 8. 2017 (1 922 návštěv): Valašské Meziříčí chce postavit mezi bytovými domy Na Šištotě a Růžová hřiště... a Farmářské trhy se ve Valašském Meziříčí konají také o prázdninách.

V období od 1. 8. 2017 do 31. 10. 2017 tak byly z pohledu návštěvnosti nejúspěšnějšími dny takové, kdy radnice informovala zejména o významných investičních akcích ve městě. Přesto byl průměrný počet zobrazených stránek i času na nich strávených průměrně nižší než v roce následujícím, a to i přes prakticky shodnou návštěvnost webových stránek.

Od 1. 8. 2018 do 31. 10. 2018 radnice vydala 67 tiskových zpráv a aktivně informovala o blížících se komunálních volbách. Web města zaznamenal 139 501 návštěv, jejichž průměrná doba činila 2:50 minut a uživatelé během nich zobrazili 3,14 stránky. V průměru denní návštěvnost dosahoval 650 - 1 500 návštěv. Za skutečně úspěšné lze považovat čtyři dny, kdy návštěvnost přesáhla hranici 1 700 návštěv. Nejúspěšnějším z nich byl pátek 7. 9. 2018 (2 804 návštěv), kdy město vydalo již výše zmíněnou tiskovou zprávu: Festival Světlo Valmez... V pátek 21. 9. 2018 (1 762 návštěv) radnice informovala: Revitalizace náměstí by mohla začít už za dva roky, Startuje společný projekt měst Valašské Meziříčí a Partizánské, Ve Valašském Meziříčí vznikne ulice Josefa Hapky a Zastupitelé schválili aktualizaci střednědobého výhledu rozpočtu. Následovaly pondělí 8. 10. 2018 (1 931 ná-

vštev) a středa 10. 10. 2018 (1 753 návštěv): Volby skončily, začalo vyjednávání, resp. Prohlášení Roberta Stržíňka ke vzniku koalice ANO 2011 a KDU-ČSL.

V období od 1. 8. 2018 do 31. 10. 2018 tak byly neúspěšnějšími dny z pohledu návštěvnosti webu města takové, kdy radnice informovala zejména o komunálních volbách. Předcházely jim však informace o významné kulturní akci a přípravě dlouhodobě plánované revitalizace náměstí. V tomto období také město oproti předchozímu roku vydalo o 22 tiskových zpráv méně. Přestože byla návštěvnost prakticky totožná, ve sledovaném období roku 2018 trávili návštěvníci na stránkách o 47 sekund více času. Lze tedy dovozovat, že věnovali informacím více času. Toto mohlo přispět například k lepšímu pochopení jednotlivých zpráv a tím pádem i kýžené lepší proinformovanosti návštěvníků webu.

Přehled silných a slabých stránek webu města Valašské Meziříčí

Tab. 5 Přehled silných a slabých stránek webu města Valašské Meziříčí (Zdroj: vlastní zpracování)

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
<i>Vysoká návštěvnost webu města</i>	<i>Pokles návštěvnosti webu</i>
<i>Nárůst času stráveného na webu</i>	<i>V průmětu 1,5 tiskové zprávy denně</i>
<i>Zveřejňování tisk. zpráv v pondělí a středu</i>	<i>Atraktivita a množství tiskových zpráv</i>
<i>Informace o dění ve městě</i>	<i>Bounce rate nad 50 %</i>

11 FACEBOOKOVÁ STRÁNKA VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ

Město Valašské Meziříčí spustilo svou facebookovou prezentaci v roce 2009. K 11. 11. 2018 jí dominoval profilový obrázek v podobě nového loga města a úvodní fotografie/grafika, kterou město v nepravidelných intervalech měnilo (Valašské Meziříčí, ©2018).

11.1 Analýza pomocí likealyzer.com

Z analytik dostupných pomocí nástroje likealyzer.com vyplývalo, že prezentace města na Facebooku sice fungovala dobře, nabízel se zde ale široký prostor ke zlepšení (Meltwater – Valmez, ©2018). Stránka nereagovala na jiné facebookové stránky a nabízela nepříliš dobrou míru odpovědí v porovnání s obdobnými stránkami. Přesto mělo Valašské Meziříčí dobře chápat přesah kvality nad kvantitou a díky tomu lépe zapojovat aktivní uživatele. To však bylo v rozporu s počtem zveřejňovaných příspěvků, jak je popsáno níže.

Zpracování úvodní stránky 100 % odpovídalo požadavkům na tuto sociální síť. Aktivita stránky dosahovala 67 %, přičemž město zveřejňovalo v průměru 2,7 příspěvky za den s průměrnou délkou 263 znaků. Likealyzer v tomto případě doporučuje pro lepší zásah a oslovení uživatelů délku mezi 40 až 100 znaky. To mohlo mít vliv na nižší atraktivnost jednotlivých příspěvků i jejich dosah vzhledem k zahlcenosti uživatelů informacemi.

V případě ostatních kontextových informací stránka dosahovala jen 58 %. Chyběly na ní například propracovanější informace o městě omezené jen na body: Oficiální stránka města Valašské Meziříčí. "Valašské Meziříčí - Valašské Atény. Perla nad Bečvou."

11.2 Analýza pomocí Facebook analytics

K 11. 11. 2018 měla facebooková prezentace města 8 902 fanoušků, kteří stránku označili jako: To se mi líbí. Počet sledujících, tedy osob aktivně odebírajících obsah, byl 8 964. Toto číslo v celku odpovídalo počtu obyvatel a významu města. Mezi fanoušky převažovaly ženy (59 %) a nejčastěji byly zastoupeny věkové skupiny 25-34 let (37 %) a 35-44 let (21 %). Největší procento fanoušků tvořili obyvatelé České republiky 93,7 % (8 294 fanoušků) a 40,6 % (3 149) z nich mělo jako bydliště vyplněno Valašské Meziříčí.

Průměrný dosah příspěvků ve sledovaném období 10. 11. 2017 až 11. 11. 2018 činil v rámci videí 4 763, fotek 4 535 a odkazů 3 863. Fotografie vykazovaly největší projevený

zájem (kliknutí na příspěvek), tedy 722, proti 608 u videí a 319 u odkazů. V případě reakcí, komentářů či sdílení město dosahovalo průměrně 91 u videí, 77 u fotek a 41 u odkazů.

11.3 Úspěšnost zveřejňovaných příspěvků

Úspěšnost příspěvků v analytických metrikách Facebook u stránky Valašské Meziříčí byla analyzována v období od 10. 11. 2017 do 11. 11. 2018. Během něj město zveřejnilo měsíčně v průměru 110 příspěvků, přičemž jejich organický dosah se pohyboval mezi 2 000 až 4 000 uživateli. Jednotlivé příspěvky zaznamenaly kliknutí v desítkách, stovkách, ale i tisících případech. Reakce, komentáře a sdílení se pohybovaly ve většině případů maximálně v desítkách uživatelů a jen výjimečně z tohoto průměru vybočovaly. Pouze v jediném případě přesáhl příspěvek hodnotu 1 000 reakcí. Jednalo se o video s názvem Hlavní videomapping na zámek Žerotínů... zveřejněné 8. 9. 2018. Toto zaznamenalo i nejvyšší dosah v podobě 47 164 oslovených uživatelů. Na příspěvek kliklo 6 063 a v délce do tří sekund jej zhlédlo 20 143 uživatelů, do deseti sekund jich bylo 9 947. Město přitom nevyužívalo placenou propagaci a příspěvky šířilo pouze formou organického dosahu.

Horní extrémy úspěšnosti příspěvků

Pro účely této práce budeme považovat za skutečně úspěšné příspěvky s počtem kliknutí - konverzí, která vede k zobrazení příspěvku, nad 3 000. V uvedeném období jich město evidovalo 60 (viz příloha P XIV). Tvořila je především alba a fotogalerie – Lákavá vůně guláše... (12. 7. 2018 – počet kliknutí 10 949 / počet reakcí 340 / dosah 11 013), Obří skluzavka (25. 8. 2018 – 9 102 / 442 / 10 849) a Nové bílé vodorovné dopravní značení... (4. 4. 2018 – 9 003 / 435 / 13 707). Z uvedeného je patrné, že nejúspěšnější byla témata úzce spjatá s městem. Dlouhodobě velký zájem ale projevovali fanoušci také o vítání občánků: 4 500 - 5 500 kliknutí. Úspěšná byla i videa, jež město na své stránce zveřejnilo: Okružní křižovatka u kostela sv. Jakuba otevřena... (27. 11. 2017 - 6 672 / 339 / 11 992 – počet zhlédnutí (3 s – 7 956, 10 s – 5 208)) a Podívejte se na prezentační video společnosti ŘSD (27. 6. 2018 – 6 181 / 614 / 26 977 – počet zhlédnutí (3 s – 16 809, 10 s – 8 868)).

Alba, fotogalerie a videa, tedy multimediální obsah, měl na fanoušky nejpozitivnějším vliv z pohledu organického dosahu i reakcí. Město by mělo v tvorbě toho obsahu pokračovat.

Dolní extrémy úspěšnosti příspěvků

Naopak z druhé strany téměř stejně tolik celkem 52 příspěvků nedosáhlo ani na hranice 25 kliknutí (viz příloha P XV). Málo úspěšné byly zejména odkazy na z hlediska obča-

nů/fanoušků méně atraktivní témata v podobě fotografií s odkazem na tiskové zprávy na webu města: Výstava připomíná čtyři události... (5. 4. 2018 – počet kliknutí 7 / počet reakcí 8 / dosah 2 017); externí odkazy na youtube kanál TV Relax, která pro město smluvně zajišťovala videoreportáže: Schválení společného postupu města... (9. 4. 2018 – 3 / 7 / 460 – 57 zhlédnutí na youtube); pozvánky s fotkou: Klub zdraví Adra společně se Zdravým městem Valašské Meziříčí vás srdečně zve (11.12.2017, 10 / 1 / 1 900).

Právě o opakované pozvánky na akce v rámci projektu Zdravé město Valašské Meziříčí projevovali fanoušci nízký zájem (viz. opět příloha P XV). Obdobně rušivým dojmem působilo také zahlcení fanoušků pozvánkami a informacemi spojenými s březnovým programem akce Chaverut: Poslední program na téma Aktuální situace... (13. 3. 2018 – 13 / 7 / 2 101) či „Chaverut - Přátelství“... (6. 3. 2018 – 17 / 2 / 1 655 – 93 zhlédnutí). Nízký zájem měli fanoušci také o odkazy na tiskové zprávy města a videoreportáže TV Relax. V případě textových pozvánek s fotkou přímo na Facebooku, z nichž fanoušek získal veškeré informace, aniž by na příspěvek reagoval, lze částečně zohlednit jejich organický dosah.

Za zmínku stojí i fakt, že město zveřejňovalo v průměru 2,7 příspěvku denně. Bylo přitom běžné, že denní počet příspěvků přesáhl pět a více. Výjimku tvořily soboty, neděle a státní svátky, kdy Valašské Meziříčí prostřednictvím Facebooku téměř nekomunikovalo. Fanoušci tak byli často zahlceni množstvím příspěvků, což mohlo snižovat dosah a konverzi minimálně části z nich. Město by mělo zvážit nezbytnost zveřejnění/sdílení jednotlivých příspěvků a zaměřit se více na multimediální obsah. Tím zvýší jeho atraktivnost a dosah.

Město registrovalo také dva příspěvky s nulovou hodnotou. Jednalo se o externí placené pozvánky na akce, jež Valašské Meziříčí sdílelo z facebookových stránek jiných organizací: Už dnes – Michal David (16. 6. 2018) a Kulturní léto plné hvězd... (30. 7. 2018).

Valašské Meziříčí přitom zcela opomíjelo vlastní možnost využití placené propagace, která by mohla ještě více přispět k zásahu fanoušků. Ke škodě by jistě nebyla ani propagace samotné facebookové prezentace města Valašské Meziříčí s cílem navýšení počtu fanoušků.

11.4 Úspěšnost příspěvků v období srpen až říjen 2017 a 2018

Stejně jako v případě prezentace města Valašské Meziříčí prostřednictvím oficiální webové stránky, také v případě Facebooku, sledoval autor této práce období od 1. 8. do 31. 10. 2017 a totožné v roce 2018. Tedy rok před komunálními volbami a následně zhruba od začátku volební kampaně, přes její průběh až po období krátce po ní (viz příloha P XVI).

V srpnu 2018 zveřejnilo město 105 příspěvků, jimž dominovaly informace o obří nafukovací skluzavce doplněné fotogalerií s ústředním snímkem starosty Roberta Stržínka na atrakci. V září Valašské Meziříčí zveřejnilo 123 příspěvků, mezi nimiž převládaly informace o akci Světlo Valmez a zpráva o rekonstrukci krytého bazénu. Říjen přinesl 115 příspěvků a k nejúspěšnějším patřila fotoalba z vítání občánků či fotogalerie ze slavnostního otevření atria ZŠ Masarykova, kterého se účastnili zejména političtí představitelé města.

Pro srovnání v totožném období roku 2017 (viz příloha P XVI) zveřejnilo město v srpnu 84, v září 175 a v říjnu 110 příspěvků. Mezi nejúspěšnější z nich se opět zařadily zejména fotogalerie týkající se změn v dopravní situaci na území města a fotoalba vítání občánků.

I když se množství příspěvků zveřejněných v obou sledovaných obdobích výrazněji nelišilo, tedy kromě září 2017, kdy bylo město značně aktivnější, v roce 2018 mezi nimi převládaly příspěvky reprezentující vládnoucí koalici. Tyto se těšily také výraznější konverzi a oslovením fanoušků. Vzhledem k výsledkům voleb lze dovozovat, že mohly pozitivně přispět ke znovuzvolení vládnoucí koalice ANO 2011 a KDU-ČSL.

Přehled silných a slabých stránek facebookové prezentace Valašské Meziříčí

Tab. 6 Přehled silných a slabých stránek facebookové prezentace Valašské Meziříčí (Zdroj: vlastní zpracování)

<i>Silné stránky</i>	<i>Slabé stránky</i>
<i>Tvorba multimediálního obsahu</i>	<i>Množství příspěvků</i>
<i>Organický dosah příspěvků</i>	<i>Délka příspěvků</i>
<i>Aktivita města na Facebooku</i>	<i>Absence placené propagace</i>
<i>Zveřejňování fotografií</i>	<i>Zveřejňování TV reportáží o městě</i>

12 SROVNÁNÍ PREZENTACE MĚST NA OFICIÁLNÍCH WEBOVÝCH STRÁNKÁCH

Oficiální webové stránky vnímají města Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí jako ucelený zdroj informací o dění v obci. Dotvářejí je aktuality a zejména tiskové zprávy, o jejichž úspěšnosti pak nejvíce vypovídá zájem ze strany návštěvníků obou webů.

Valašské Meziříčí mělo ve sledovaném období o téměř 6 000 obyvatel více, díky čemuž mělo oproti Rožnovu pod Radhoštěm jistý náskok. Tuto skutečnost bylo nezbytné zohlednit i během analýzy obou webů a nastavení metrik z hlediska horních a dolních extrémů v návštěvnosti stránek. I když se tato čísla lišila, pro účely této práce se nejednalo o rozdíl podstatný, neboť jednotlivé metriky musely být upraveny s ohledem na každé ze sledovaných měst a období. Hodnocena byla zejména vhodnost či nevhodnost zveřejňovaných informací a jejich vliv na celkovou návštěvnost obou webových stránek.

Obě města necílila zveřejňované zprávy jen na své občany, ale také na návštěvníky, což platilo zejména o Rožnovu pod Radhoštěm, který meziročně zaznamenával pokles návštěvníků na oficiálních webových stránkách. Na to však měla zřejmě vliv existence městského turistického webu visitroznov.cz, k jehož statistikám autor této práce neměl přístup. Z běžně dostupných informací bylo ale patrné, že zprávy z oblastí kultury, sportu a dalších se na obou webech opakovaly. Tato skutečnost mohla působit částečně kontraproduktivně. Oficiální web roznov.cz byl však primárně určen pro občany města a web visitroznov.cz pro turisty, čímž se také dělila jejich návštěvnost. Toto neplatilo v případě města Valašské Meziříčí, jehož webové stránky valasskemezirici.cz byly jednotným informačním zdrojem města směrem k občanům i turistům. I když také Valašské Meziříčí zaznamenalo v roce 2018 oproti předchozímu roku pokles v počtu návštěvníků, nebyl nijak výrazný vzhledem k nárůstu návštěvnosti mezi lety 2016 a 2017. Reflektovat pak mohl rostoucí význam sociálních sítí z pohledu města, primárně Facebooku.

I přesto, že Rožnov pod Radhoštěm evidoval trvalý odliv návštěvníků oficiálních webových stránek, byl úspěšnější zejména z pohledu zájmu, který o web návštěvníci projevovali. Oproti Valašskému Meziříčí totiž na stránkách Rožnova pod Radhoštěm docházelo k opětovnému nárůstu průměrné doby, kterou návštěvníci na webu trávili a zároveň i počtu zobrazených stránek. Tato skutečnost však mohla být částečně ovlivněna i tím, že Valašské Meziříčí evidovalo na svém webu téměř jednou tolik návštěv. Rožnov pod Radhoštěm v tomto směru pak mohl doplácet na rozdělení webu pro občany a turisty.

Rožnov pod Radhoštěm navíc vykazoval také nižší míru okamžitého puštění, která ve sledovaném období roku 2018 nepřekročila ani 46 %, oproti webu Valašského Meziříčí s mírou okamžitého opuštění 52 %. Oba weby se tak pohybovaly zhruba uprostřed dané škály, i když Rožnov pod Radhoštěm se více blížil horní hranici 30 %, která dle Pecky (2018) vymezuje optimálně fungující web.

I když měl Rožnov pod Radhoštěm speciální web určený pro turisty a prezentaci akcí, právě tiskové zprávy z oblasti společenské, kulturní či sportovní oblasti patřily z pohledu návštěvnosti oficiálních stránek k nejúspěšnějším. Jednalo se jak o zprávy týkající se akcí určených primárně pro občany města, tak i událostí s regionálním a nadregionálním významem. Za nimi se řadily informace úzce související s aktuálním děním ve městě z pohledu přírodních a klimatických katastrof, dopravy či politického složení zastupitelstva města a výsledků komunálních voleb. V případě Valašského Meziříčí byly nejúspěšnějšími tiskovými zprávami ty, které informovaly o významných investičních akcích na území města. Stejně jako v případě Rožnova pod Radhoštěm pak k úspěšným zprávám patřily informace o kulturním a společenském dění s regionálním a nadregionálním významem.

Z pohledu návštěvnosti webů v případě obou měst platilo, že nejméně úspěšnými byly víkendy, tedy soboty a neděle. Rožnov pod Radhoštěm zaznamenal největší propad v období vánočních svátků, Valašské Meziříčí během letních prázdnin. V obou případech se jednalo o dny s omezeným či zcela uzavřeným provozem radnice. Jako nejvhodnější pro zveřejňování tiskových zpráv se pak v případě Rožnova pod Radhoštěm jeví pondělky a v případě Valašského Meziříčí pak úvod (pondělí) a střed (středa) týdne, kdy města pravidelně zaznamenávala zvýšenou návštěvnost svých webových stránek.

Rozdíly byly u obou měst patrné i v případě období srpen až říjen 2017 a 2018. Rožnov pod Radhoštěm ve sledovaném období roku 2018 vydal o 23 tiskových zpráv více než předchozí rok. Zprávy spojené s komunálními volbami a jejich výsledkem byly z pohledu návštěvníků také nejúspěšnějšími i přesto, že došlo k poklesu návštěv. Návštěvníci však trávili na webu města průměrně více času a navštívili více stránek než v tomtéž období roku 2017, což dokládá relevanci obsahu. I když se také návštěvníci webových stránek města Valašské Meziříčí zajímali o komunální volby, na tyto byly navázány informace o významné kulturní či přípravě dlouhodobě plánované investiční akci, které návštěvnost webu podpořily více. Město navíc ve sledovaném období roku 2018 vydalo o 22 tiskových zpráv méně než rok před tím, aniž zaznamenalo výraznější výkyv v návštěvnosti. Návštěvníci ale na webu trávili o 47 sekund více času, který tak věnovali prezentovaným informacím.

13 SROVNÁNÍ PREZENTACE MĚST NA FACEBOOK

Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí jsou městy, která od sebe dělí 15 kilometrů, přičemž se v obou případech jedná o obce s rozšířenou působností. Informace, které poskytovaly prostřednictvím Facebooku tak byly důležité nejen pro občany a firmy na jejich území, ale také pro obyvatele okolních obcí a turisty.

I v případě analýzy facebookových prezentací obou měst musel autor zohlednit rozdílnou velikost sledovaných obcí a počet jejich fanoušků. To se odrazilo i v nastavení metrik pro úspěšné/neúspěšné příspěvky. I když se tato čísla zejména v případě nejúspěšnějších příspěvků lišila, pro účely této práce nebyl tento rozdíl podstatný, neboť jednotlivé metriky byly upraveny s ohledem na každé ze sledovaných měst a období. Hodnocena byla zejména vhodnost či nevhodnost zveřejňování daných kategorií příspěvků.

Rozdílný byl i přístup ke zveřejňování příspěvků, jejich rozsahu, množství a podobě přímo ze strany zkoumaných měst. Valašské Meziříčí primárně sázelo na rozsáhlé fotogalerie/alba zejména z kulturních a společenských akcí. Opakovaně vysokému zájmu se těšila fotoalba z vítání občánků, neboť tato událost byla významná nejen pro rodiče a rodinné příslušníky. O fotoalba pak celkově projevovali fanoušci velký zájem. Naopak dlouhodobě nízký zájem měli o videoreportáže, které pro město do konce roku 2017 smluvně zajišťovala Regionální televize CZ a od začátku roku 2018 tak činila TV Relax (Votrubová, 2017). Pro úplnost tyto byly vysílány i prostřednictvím kabelových rozvodů. Nízký zájem měli fanoušci také o tiskové zprávy města a pozvánky na akce realizované pravidelně v rámci projektu Zdravé město Valašské Meziříčí. Z toho tedy vyplývá, na jaké příspěvky se má město zaměřit, a u kterých naopak zvažít jejich zveřejňování.

Rožnov pod Radhoštěm ve sledovaném období sázel spíše na fotogalerie u příspěvků, které se mohou proti fotoalbům jevit přehlednější součástí příspěvku. Úspěšné byly také videoreportáže městské TV Beskyd a to i přes jistou duplicitu – zveřejnění na Facebooku města i TV Beskyd, a podobnou skladbu fanoušků. Duplicita se zřejmě projevovala také u málo úspěšných sdílených příspěvků městských příspěvkových organizací. Dle analýzy prostřednictvím nástroje likealyzer.com byla však právě provázanost s dalšími stránkami na Facebooku významnou devízou města Rožnov pod Radhoštěm. Malý zájem byl také o aktuality například k provozní době radnice či některých jejích odborů. V tomto případě se ale většinou jednalo o informace, které nevyžadovaly výraznější interakci fanoušků a důležitější byl jejich organický zásah. Na úspěšnosti facebookové prezentace Rožnova

pod Radhoštěm se značnou měrou podílelo i využívání zpoplatněné propagace. Ta například v případě pracovních nabídek města zvyšovala jejich zásah a množství oslovených uchazečů. Zároveň město sdílelo množství samostatných událostí jako pozvánek na akce, vytvořených ať už přímo jeho zaměstnanci či dalšími městskými organizacemi. Tím zvyšovalo dosah a atraktivnost těchto akcí oproti běžným pozvánkám na akce, které ve většině případů využívalo město Valašské Meziříčí.

Za zmínku jistě stojí i počet příspěvků, které města denně zveřejňovala. V případě Rožnova pod Radhoštěm se jednalo o 1,2 příspěvku denně s průměrným počtem znaků 277, v případě Valašského Meziříčí to bylo v průměru 2,7 příspěvku denně s počtem znaků 263. Nižší počet znaků v případě Valašského Meziříčí lze přičíst na vrub počtu příspěvků. Město jich přitom denně běžně zveřejňovalo pět a více. Fanoušky tak doslova zahlcovalo informacemi. To mohlo vést až k tomu, že příspěvky, které měly pro město větší prioritu, v tomto množství zapadly. Naopak Rožnov pod Radhoštěm jen výjimečně překročil hranici tří příspěvků za den, přičemž se spíše jednalo o jeden až dva zveřejněné příspěvky denně.

To bylo patrné i na sledovaném období 1. 8. až 31. 10. 2018. Rožnov pod Radhoštěm během těchto tří měsíců zveřejnil 186 příspěvků, což při 92 dnech daného období znamenalo v průměru 2 příspěvky denně, a to v době před, v průběhu a po komunálních volbách do zastupitelstev obcí. Valašské Meziříčí naopak v průběhu zmíněných tří měsíců zveřejnilo 343 příspěvků, což je 3,7 příspěvku denně.

Z pohledu komunálních voleb v roce 2018 ani jedno z měst nezaznamenalo výraznější výkyv v počtu zveřejněných příspěvků oproti totožnému období roku 2017. Fanoušci reagovali na pro ně atraktivní příspěvky související převážně s děním ve městech, aniž výrazněji odlišovali skutečnost, že v některých případech se mohlo jednat o částečnou předvolební kampaň. Pro úplnost je třeba uvést, že vládnoucí koalice v obou městech svou pozici obhájily, i když došlo k jistým změnám v počtu získaných mandátů: Valašské Meziříčí – koalice ANO 2011 a KDU-ČSL (počet mandátů 8 / 5 v roce 2017 a 11 / 5 v roce 2018, zastupitelstvo mělo v obou případech 25 členů), Rožnov pod Radhoštěm – koalice ANO 2011, Nezávislí Rožnováci a Zdravý Rožnov (4 / 5 / 4 v roce 2017 a 7 / 4 / 3 v roce 2018, zastupitelstvo mělo v obou případech 21 členů) (Český statistický úřad, ©2018, Výsledky...). V konečném důsledku však došlo k posílení koalic z pohledu počtu mandátů v obou městech. Komunikace prostřednictvím Facebooku tak vládnoucím koalicím v předvolebním boji rozhodně neuškodila.

14 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Obě města aktivně využívají vlastní webové prezentace, kde zveřejňují množství informací nad rámec stanovený zákonem. Stránky navíc působí moderním a přehledným dojmem. Oba starostové je prakticky shodně vnímají jako ucelený zdroj informací o městě, který má být přístupný všem zájemcům s připojením k internetu a naplňuje literu zákona.

Co do počtu zveřejňovaných informací jsou obě města přiměřeně ke své velikosti také dostatečně aktivní. Ne všechny příspěvky ale přinášejí občanům a dalším uživatelům kýženou přidanou hodnotu v podobě atraktivních a informačně zajímavých zpráv. To je však částečně způsobeno i skutečností, že města musí prezentovat všechny oblasti své činnosti, tedy i ty, které se mohou zdát běžným uživatelům často nezajímavé. Nelze pominout ani politický vliv na podobu, rozsah a prioritu zveřejňovaných tiskových zpráv a dalších informací. Množství a relevance tiskových zpráv a dalších příspěvků je i přesto na zvážení a měla by reflektovat skutečné potřeby města a jeho občanů. To se ostatně často odráží v denní návštěvnosti webu, která může dosahovat lepších výsledků. V záplavě tiskových zpráv navíc dochází k překrytí důležitých informací těmi méně důležitými.

V případě prezentace na Facebooku lze pozitivně hodnotit skutečnost, že obě města jsou na této sociální aktivní. Zejména Valašské Meziříčí by se však mělo více zaměřit na relevanci jednotlivých příspěvků a nutnost jejich zveřejňování. Atraktivita příspěvků je jistě subjektivním faktorem, avšak přemíra informací může být na škodu. V důsledku velkého množství příspěvků, mohou zaniknout či být přehlédnuty ty, kterou jsou pro město skutečně důležité. I když se ani odborníci na sociální sítě neshodnou na tom, jaký je ideální počet denně zveřejňovaných příspěvků, lze z výše uvedeného a také z příkladu Rožnova pod Radhoštěm usuzovat, že jeden až dva příspěvky denně bohatě postačují. Navíc pokud chce město Valašské Meziříčí nějakou akci lépe a cíleněji propagovat, bylo by vhodné za tímto účelem využít spíše placenou formu propagace. Vhodné je i aktivnější označování jiných stránek v rámci vlastních příspěvků, čímž roste jejich dosah a počet oslovených fanoušků.

Co se týče Rožnova pod Radhoštěm je jistě pozitivní množství zveřejňovaných příspěvků, které se denně pohybuje právě mezi zmíněným jedním až dvěma. Za zvážení by možná stála jejich délka, neboť v dnešní době se stále častěji ukazuje, že lidé nechtějí číst dlouhé texty a v případě uživatelů sociálních sítí to platí dvojnásob. Pozitivně lze hodnotit také využívání placené propagace. Stálo by však za zvážení, zda je to žádoucí ve všech případech, jež byly ve sledovaném období zaznamenány. V případě propagace událos-

tí/pozvánek na akce města, pořádaných primárně pro jeho občany se tato forma reklamy jeví kontraproduktivní i vzhledem k dosaženému zásahu oslovených uživatelů. Ve většině případů totiž nepřekročila ani hranici 3 000 zobrazení, tedy hranici nastavenou v této práci pro příspěvky šířené primárně neplacenou/organickou formou mezi uživateli.

Rožnov pod Radhoštěm ať už z vlastní iniciativy či prostřednictvím svých společností a organizací také aktivně vytváří na Facebooku samostatné události. Jejich prostřednictvím zvyšuje atraktivnost běžných pozvánek na společenské, kulturní a další akce, jež většinou využívá město Valašské Meziříčí. Samostatné události jsou cestou, jak vyzdvihnout jejich důležitost s lepším zaměřením na danou cílovou skupinu. V této oblasti se tak pro město Valašské Meziříčí otevírá cesta. Avšak stejně jako v případě nadbytečného zveřejňování či sdílení pozvánek na akce, je třeba s tímto nástrojem nakládat s přihlédnutím k důležitosti a potřebnosti zdůraznění dané události.

Nadále by se pak města měla držet nastavené linie zveřejňování fotogalerií z kulturních, společenských, sportovních a dalších akcí, ale také zajímavostí napříč městem. Tyto jsou pro fanoušky zajímavé a pravidelně dosahují nejvyšší konverze.

Vždy je také třeba dobře vážit, zda je vhodné či nezbytné daný příspěvek/tiskovou zprávu na Facebooku či webových stránkách města zveřejnit. Toto rozhodování je však často ovlivněno také politickým tlakem a potřebou prezentovat pro nebo dle vedení města důležité informace. Tento vliv však nelze v případě komunikace měst pominout a je třeba jej zohlednit, případně směřovat tak, aby nevhodně nastavenou komunikací nedošlo například k odlivu fanoušků/návštěvníků, jakožto odběratelů informací.

ZÁVĚR

Města mají nezáviděníhodnou pozici zejména v tom, že musí vyhovět v ideálním případě všem svým občanům, politickým a často také ekonomickým partnerům či konkurentům. Jedná se o natolik širokou cílovou skupinu, že vhodné a přesné cílení je v případě samosprávy prakticky nereálné. Proto nelze ani ke komunikaci města, ať již v online či offline prostředí přistupovat příliš kriticky. Je důležité si uvědomit, že město není firma, a je tak v mnoha ohledech znevýhodněno, například už zmíněnou nemožností cílit ve většině případů informace přímo na danou cílovou skupinu. I v takovém případě, kdy tak učinit může, je pak výsledek v podobě návštěvnosti webu, reakcí na facebooku a celkové úspěšnosti daného příspěvku ovlivněn skutečností, že na jeho úspěšnost mají vliv také ostatní skupiny nejen obyvatel v rámci daného města.

Města Rožnov pod Radhoštěm a Valašské Meziříčí jsou moderními centry regionu a výše popsaného jsou si dobře vědoma. Snaží se tedy využívat moderní trendy a nabízet občanům, návštěvníkům, fanouškům či firmám relevantní informace ať již formou tiskových zpráv a aktualit na svých webových stránkách, příspěvků na Facebooku nebo ucelenou a přehlednou formou v případě povinně zveřejňovaných informací.

Ačkoliv mají obě sledovaná města rozdílnou velikost i počet obyvatel, je jejich komunikace v online prostředí, zejména tedy na Facebooku a oficiálním webu města prakticky totožná. Přesto k ní přistupují v některých případech odlišně.

Jak bylo v této bakalářské práci uvedeno, weby obou měst slouží primárně jako ucelený zdroj informací a z tohoto pohledu fungují dobře. Z pohledu návštěvnosti je jednoznačně úspěšnější web města Valašské Meziříčí, které je však zároveň co do počtu obyvatel i rozsahu území obce s rozšířenou působností větší a z toho také těží. Rožnov pod Radhoštěm naopak rozlišuje mezi občany, obyvateli území obce s rozšířenou působností a turisty, pro něž má vytvořeny speciální webové stránky.

Oba weby jsou dostatečně přehledné a návštěvníci najdou většinu důležitých a nejčastěji vyhledávaných informací již na úvodní stránce. S tím může souviset i vyšší míra okamžitého opuštění webů a skutečnost, že návštěvníci v průměru navštíví jen dvě až tři stránky. Atraktivita zveřejňovaných informací, primárně tiskových zpráv, má pak také výrazný vliv na nárůst návštěvnosti obou webů.

Co se týče komunikace na Facebooku, snaží se obě města sledovat nové trendy, zveřejňují množství fotografií, fotogalerií a také vlastních propagačních videí. Z pohledu moderních postupů se zdá být o něco napřed Rožnov pod Radhoštěm, který nejen aktivně využívá placenou propagaci příspěvků a událostí, ale tyto také aktivně vytváří a sdílí, čímž zpřesňuje cílení a zvyšuje atraktivitu daných akcí. I zde má však prostor ke zlepšení, jak bylo popsáno výše. Obě města však pravidelně dosahují významného zájmu o zveřejňované příspěvky šířené formou organického dosahu. Tento je pravidelně nejvyšší u zveřejňovaných alb, fotogalerií či propagačních videí a v případě Rožnova pod Radhoštěm i reportáží městské televize.

Lze tedy shrnout, že komunikace obou měst na Facebooku je efektivní, i když v obou případech s rezervami. Městům se vyplácí zejména organické šíření pro fanoušky zajímavých příspěvků a obsahu ve formě fotografií a fotogalerií.

Sledovaná města, a zejména pak Valašské Meziříčí, by se však měla zaměřit na množství zveřejňovaných příspěvků za den. Nejedná se přitom jen o Facebook, ale také webové stránky. Zde při více jak dvou tiskových zprávách či jiných aktualitách denně může docházet k zapadnutí nebo potlačení pro město, jeho občany či návštěvníky důležitých informací. Zejména na webu se pak velkému zájmu těší informace úzce spjaté s rozvojem měst a kulturním, společenským či sportovním vyžitím.

V době před a po komunálních volbách 2018, nedošlo z pohledu zveřejňovaných příspěvků na Facebooku obou měst k výraznějším výkyvům i přesto, že příspěvky zejména v případě Valašského Meziříčí měly výraznější politický podtext. Tomuto se však nevyhýbal ani Rožnov pod Radhoštěm, který oproti Valašskému Meziříčí navíc zvýšil aktivitu také na svém webu v oblasti počtu vydaných tiskových zpráv. Lze dovozovat, že komunikace prostřednictvím obou sledovaných kanálů přispěla jak v Rožnově pod Radhoštěm, tak i ve Valašském Meziříčí k úspěchu stávajících politických koalic.

Ze zkoumaného v konečném důsledku vyplývá, že města Rožnov pod Radhoštěm i Valašské Meziříčí mají komunikaci prostřednictvím Facebooku i oficiálních webových stránek nastavenou dobře. Je zde však stále prostor ke zlepšení. Ani jedno ze sledovaných měst ale neustrnulo ve vývoji a snaží se reagovat na aktuální trendy v komunikaci ať již s větším či menším úspěchem. Lze tedy předpokládat, že i svou online komunikaci budou nadále aktualizovat, aby byla schopna oslovit, co největší počet příjemců sdělení.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie

- [1] BROWN, John, Pat GAUDIN a Wendy MORAN, 2013. PR and Communication in Local Government and Public Services. London: Kogan Page Limited. ISBN 978-0-7494-6616-9.
- [2] BRUNEC, Jan, 2017. Google Analytics. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0338-6.
- [3] ČMEJREK, Jaroslav, Václav BUBENÍČEK a Jan ČOPIK, 2010. Demokracie v lokálním politickém prostoru. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3061-5.
- [4] DĚDIČEK, Dominik, 2010. FACEBOOK Jednoduše. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3196-1.
- [5] FORETOVÁ, Věra a Miroslav FORET, 1996. Komunikující město. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-1287- 0.
- [6] FREY, Petr, 2015. Marketingová komunikace – Nové trendy 3.0. Brno: Management Press. ISBN 978-80-7261-237-6.
- [7] HANZELKOVÁ, Alena, Miroslav KEŘKOVSKÝ, Dana ODEHNALOVÁ a Oldřich VYKYPĚL, 2009. Strategický marketing - Teorie pro praxi. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-120-8.
- [8] HEGER, Vladimír, 2012. Komunikace ve veřejné správě. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3779-9.
- [9] HORŇÁK, Pavel, 2010. Reklama: teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie. Zlín: VeRBuM. ISBN 978-80-904273-3-4.
- [10] JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ, 1999. Marketing měst a obcí. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-7169-750-8.
- [11] JANOUC, Viktor, 2014. Internetový marketing. Brno: Computer Press. 2. vydání. ISBN 978-80-251-4311-7.
- [12] JEŽEK, Jiří, Petr RUMPEL a Ondřej SLACH, 2007. Marketingový management obcí, měst a regionů, Manuál pro potřeby praxe. Ostrava: Repronis. ISBN 978-80-7368-294-1.

- [13] JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK a kolektiv, 2012. Velký slovník marketingových komunikací. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4354-7.
- [14] KARLÍČEK, Miroslav a Král PETR, 2011. Marketingová komunikace - Jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3541-2.
- [15] KOTLER, Philip, 2007. Moderní marketing. 4. evropské vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [16] PAVLÍK, Marek a kolektiv, 2014. Jak úspěšně řídit obec a region. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5256-3.
- [17] SÁLOVÁ, Anna, Zuzana VESELÁ, Jana ŠUPOLÍKOVÁ, Lucie JEBAVÁ a Jiří VIKTORA, 2015. Copywriting – Pište texty, které prodávají. Brno: Computer press. ISBN 978-80-251-4589-0.
- [18] SANDERS, Karen a María José CANEL, 2013. Government communication. New York: Bloomsbury Publishing. ISBN 978-1-8496-6502-5.
- [19] SLAVÍK, Jakub, 2014. Marketing a strategické řízení ve veřejných službách: Jak poskytovat zákaznický orientované veřejné služby. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4819-1.
- [20] ŠTĚDRONĚ, Bohumír, Martin POTŮČEK, Martin PROROK, Vladimír LANDOVSKÝ a Jakub ŘÍHA a kol., 2013. Politika a politický marketing. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-448-3.
- [21] TONKIN, Sebastien, Caleb WHITMORE a Justin CUTRONI, 2011. Výkonostní marketing s Google Analytics. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3339-2.
- [22] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2014. Marketing služeb - efektivně a moderně. 2., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5037-8.

Kvalifikační práce

- [23] KRUTÁKOVÁ, Eva, 2013. Komunikace města Břeclav s občany. Diplomová práce. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací. Vedoucí práce Martina Juříková.

- [24] ZAPLETALOVÁ, Klára, 2012. Marketing měst a obcí na příkladu města Opavy. Bakalářská práce. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva. Vedoucí práce Milan Mikuláščík.

Sborníky

- [25] KLEPEK, Martin, 2014. Nové trendy online marketingové komunikace jako prostředek pro zvyšování atraktivity měst a obcí v moravskoslezském kraji. In: XVII. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6840-7
- [26] ŠKARABELOVÁ, Simona, 2006. Marketingová komunikace ve veřejné správě. In: Veřejná správa 2006. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 80-7194-882-9.

Zákony a nařízení

- [27] MINISTERSTVO VNITRA, © 2018. Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, In: portal.gov.cz [online]. 11.5.1999 [cit. 2018-09-22]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-106>
- [28] ÚŘEDNÍ VĚSTNÍK EVROPSKÉ UNIE, 2016. Nařízení Evropského parlamentu a rady (EU) č. 2016/679. In: eur-lex.europa.eu [online]. 27.4.2016 [cit. 2018-09-22]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=CS>
- [29] ÚŘEDNÍ VĚSTNÍK EVROPSKÉ UNIE, 2018. Nařízení Evropského parlamentu a rady (EU) č. 910/2014. In: eur-lex.europa.eu [online]. 28.8.2014 [cit. 2018-09-26]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0910&from=CS>
- [30] ZÁKON Č. 128/2000 SB., 2015. Zákon o obcích (obecním zřízení). In: zakony.centrum.cz [online]. 1.1.2015 [cit. 2018-09-28]. Dostupné z: <http://zakony.centrum.cz/zakon-o-obcich/cast-1-hlava-2-dil-1-paragraf-35a?full=1>
- [31] ZÁKON Č. 491/2001 SB., 2017. Zákon o volbách do zastupitelstev obcí a o změně některých zákonů. In: zakonyprolidi.cz [online]. 13.4.2017 [cit. 2018-10-18]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-491>

Odborný časopis

- [32] BERTOT, John C., Paul T. JAEGER a Justin M. GRIMES, 2010. Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. In: Government information quarterly. Amsterdam: Elsevier, 2010, č. 3. 264-271. ISSN 0740-624X.
- [33] DEPAULA, Nic, Ersin DINCELLI, Teresa M. HARRISON, 2018. Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. In: Government Information Quarterly, 2018, č. 35. 98-108. ISSN 0740-624X
- [34] EGOVERNMENT, 2017. Konference Mikulov e-government, GDPR: nová pravidla ochrany osobních dat. In: Egovernment elektronizace veřejné správy, 2017, č. 3. 2-52. ISSN 1801-9420.
- [35] JEŽEK, Jiří, 2010. Aplikace městského marketingu v praxi: vývoj, očekávání, realita. In: E + M Ekonomie a Management. Liberec: Technická univerzita v Liberci. 2010, č. 4. 123-134. ISSN 1212-3609.
- [36] SHWARTZ-ASHER, Daphna, Chun Ae SOON, Adam R. NABIL, 2017. Knowledge behavior model of e-government social media users. In: Transforming Government: People, Process and Policy. Bingley: Emerald publishing limited. 2017, č. 3. 456-475. ISSN 1750-6166.

Časopisy

- [37] ANTHES, Matt, 2017. Social media as a vital engagement platform for government outreach. In: forbes.com. 2.10.2017 [cit. 2018-09-03]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/10/02/social-media-as-a-vital-engagement-platform-for-government-outreach/#b19696c4b29f>
- [38] HENDRYCH Lukáš, Jiří KROPÁČEK a EurActiv.cz, 2017. Evropa mohutně investuje do své digitální budoucnosti. Češi ale zatím v eGovernmentu zaostávají. In: aktualne.cz. 5.3.2017 [cit. 2018-09-27]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/evropsky-parlament/mapa-digitalizace-eu/r~7e70f60a3cd111e7a83b0025900fea04/>

- [39] I přes poslední skandály počet uživatelů Facebooku a jeho tržby stále stoupají, 2018. In: otechnice.cz, 27.7.2018 [cit. 2018-09-28]. Autor publikuje pod zkratkou mad. Dostupné z: <https://www.otechnice.cz/i-pres-posledni-skandaly-pocet-uzivatele-facebooku-a-jeho-trzby-stale-stoupaji-rust-vsak-zpomalil/>
- [40] KONOPA, Prokop, 2018. Zlatý erb 2018 – výsledky celostátního kola. In: zlatyerb.cz. 9.4.2018 [cit. 2018-09-27]. Dostupné z: <http://www.zlatyerb.cz/vysledky-celostatniho-kola/d-1475/p1=1508>
- [41] KOUDELE, Václav, 2011. Veřejná správa a internet /57. In: moderniobec.cz. 2.11.2011 [cit. 2018-10-23]. Dostupné z: <http://moderniobec.cz/verejna-sprava-a-internet-57/>
- [42] NĚMCOVÁ, Dita, 2015. 5 tipů pro tvorbu úspěšné stránky na Facebooku. In: pro-marketing.cz. 16.11.2015 [cit. 2018-10-04]. Dostupné z: <http://www.promarketing.cz/2015/11/16/5-tipu-pro-tvorbu-uspesne-stranky-na-facebooku/>
- [43] RYŠAVÝ, Ivan, 2018. Facebook ještě nevyužívá každé desáté okresní město. In: moderniobec.cz. 31.5.2018 [cit. 2018-09-28]. Dostupné z: <https://moderniobec.cz/facebook-jeste-nevyuziva-kazde-desate-okresni-mesto-pozitivnim-prikladem-je-znojmo/>
- [44] RYŠAVÝ, Ivan, 2018. Voliči rozhodli o složení zastupitelstev a už v prvním kole voleb do horní parlamentní komory zvolili dva senátory. In: moderniobec.cz. 7.10.2018 [cit. 2018-10-20]. Dostupné z: <https://moderniobec.cz/volici-rozhodli-o-slozeni-zastupitelstev-a-uz-v-prvnim-kole-voleb-do-horni-parlamentni-komory-zvolili-dva-senatory/>
- [45] SÁBLÍKOVÁ, Lucie, 2012. Jak (ne)má vypadat tisková zpráva. In: mar-kething.cz. 27.3.2012 [cit. 2018-09-27]. Dostupné z: <http://www.markething.cz/jak-nema-vypadat-tiskova-zprava>
- [46] SOTONA, Jan, 2008. Jak správně napsat tiskovou zprávu – PR manuál. In: studio20.cz. 21.7.2008 [cit. 2018-09-25]. Dostupné z: <http://www.studio20.cz/jak-spravne-napsat-tiskovou-zpravu-pr-manual/>

- [47] The importance of social media for government, 2017. In: contentgroup.com.au, 13.5.2017 [cit. 2018-10-15]. Autor publikuje pod zkratkou Staff. Dostupné z: <https://contentgroup.com.au/2017/03/importance-social-media-government/>
- [48] VOJTĚCH, Petr, 2016. Facebook spouští Reakce jako rozšíření pro „To se mi líbí“. In: mobilenet.cz. 24.2.2016 [cit. 2018-11-02]. Dostupné z: <https://mobilenet.cz/clanky/facebook-spousti-reakce-jako-rozsireni-pro-to-se-mi-libi-29614>

Tiskové zprávy měst

- [49] GROSS, Tomáš, 2018. Rožnov je úspěšný na sociálních sítích. In: roznov.cz. 15.10.2018 [cit. 2018-11-02]. Dostupné z: http://www.roznov.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=14293&id=22691&n=roznov%2Dje%2Duspesny%2Dna%2Dsocialnich%2Dsitich%2Dnove%2Dvideo%2Dma%2Dna%2Dfb%2Ddosah%2D60%2Dtisic%2Dductu%2D318%2D2018&p1=5211
- [50] VOTRUBOVÁ, Renata, 2017. Televizní reportáže bude od ledna nově zajišťovat společnost TP Pohoda. In: valasskemezirci.cz 19.12.2017 [cit. 2018-11-03]. Dostupné z: <https://www.valasskemezirci.cz/televizni-reportaze-bude-od-ledna-nove-zajistovat-spolecnost-tp-pohoda/d-33727>

Metodické příručky

- [51] ČECHOVÁ, Barbara. Marketing obcí. In: vvv.cz. [cit. 2018-10-25]. Dostupné z: http://www.vvv.cz/esf/download/Prirucka_marketing.pdf
- [52] OBEC DOLNÍ BŘEŽANY, 2018. Strategie obce Dolní Břežany pro nová média a sociální síť na období 2017 – 2018. In: dolnibrezany.cz. [cit. 2018-10-26]. Dostupné z: http://www.dolnibrezany.cz/assets/File.ashx?id_org=2879&id_dokumenty=11449

Blogy

- [53] KROUPA, Josef, 2016. Bounce rate: jak je důležitý pro váš web? In: josefkroupa.cz. 20.9.2016 [cit. 2018-11-02]. Dostupné z: <https://www.josefkroupa.cz/bounce-rate-mira-opusteni-webu>
- [54] PECKA, Miroslav, 2018. Bounce rate – mýty a vysvětlení. In: miroslavpecka.cz. 14.6.2018 [cit. 2018-11-02]. Dostupné z: <https://miroslavpecka.cz/blog/bounce-rate/>

Internetové zdroje

- [55] 365TIPU, ©2016. Co všechno by měla obsahovat tisková zpráva? Jak psát tiskovou zprávu? In: prtipy.wordpress.com [online]. [cit. 2018-09-26]. Dostupné z: <https://prtipy.wordpress.com/2016/12/26/co-vsechno-by-mela-obsahovat-tiskova-zprava-jak-psat-tiskovou-zpravu-043/>
- [56] CZ.NIC, ©2018. Jak na internet – eGovernment. In: jaknainternet.cz [online]. [cit. 2018-9-27]. Dostupné z: <https://www.jaknainternet.cz/page/1718/egovernment/>
- [57] CZ.NIC, ©2019. Roznov.cz. In: nic.cz [online]. [cit. 2018-9-27]. Dostupné z: <https://www.nic.cz/whois/domain/roznov.cz/>
- [58] CZ.NIC, ©2019. Valasskemezirici.cz. In: nic.cz [online]. [cit. 2018-9-27]. Dostupné z: <https://www.nic.cz/whois/domain/valasskemezirici.cz>
- [59] CZECHTRADE, ©1997-2018. Marketingová komunikace na internetu. In: businessinfo.cz [online]. [cit. 2018-10-3]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/marketingova-komunikace-na-internetu-2838.html#!&chapter=1>
- [60] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, ©2018. Informační a komunikační technologie ve veřejné správě – 2011. In: czso.cz [online]. [cit. 2018-9-27]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/informacni-a-komunikacni-technologie-ve-verejne-sprave-2011-aidk9hprmx>
- [61] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, ©2018. Výsledky voleb a referend. In: volby.cz [online]. [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <https://volby.cz/>
- [62] FACEBOOK, ©2018. In: facebook.com [online]. [cit. 2018-09-28]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/>
- [63] FACEBOOK, ©2018. Facebook Analytics – Začínáme. In: facebook.com [online]. [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: [https://www.facebook.com/help/analytics/1710582659188030/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Analytics%20Help%20Center](https://www.facebook.com/help/analytics/1710582659188030/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Analytics%20Help%20Center)
- [64] FACEBOOK, ©2018. Město Kelč. In: facebook.com [online]. [cit. 2018-09-28]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/mestokelc/>

- [65] FEEDIT.CZ, ©2018. Facebook ještě nevyužívá 10 % okresních měst. In: feedit.cz [online]. [cit. 2018-09-27]. Dostupné z: <https://feedit.cz/2018/05/31/facebook-jeste-nevyuziva-10-okresnich-mest-pozitivnim-prikladem-je-mesto-znojmo/>
- [66] FEEDIT.CZ, ©2018. Jak psát tiskové zprávy. In: feedit.cz [online]. [cit. 2018-09-26]. Dostupné z: <https://feedit.cz/jak-psat-tiskove-zpravy-practicke-tipy-pro-tvurce-tiskovych-zprav/>
- [67] GOOGLE, ©2018. Google Analytics. In: google.com [online]. [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <https://www.google.com/analytics/>
- [68] INTERNET INFO, ©1998-2018. Po 16 letech existence přestává platit zákon o elektronickém podpisu. In: lupa.cz [online]. [cit. 2018-09-29]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/po-16-letech-existence-prestava-platit-zakon-o-elektronickem-podpisu/>
- [69] MARKETING PLATFORM, ©2018. Analytics/Benefits. In: google.com [online]. [cit. 2018-09-28]. Dostupné z: <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/benefits/>
- [70] MEDIAN, ©2018. MML-TGI Mileniálové. In: showme.median.cz [online]. [cit. 2018-10-22]. Dostupné z: <http://showme.median.cz/mml-milenialove/>
- [71] MEDIAN, ©2018. adMeter Čas s médii. In: showme.median.cz [online]. [cit. 2018-10-22]. Dostupné z: <http://showme.median.cz/cas-s-medii/>
- [72] MELTWATER, ©2018. Increase your Facebook performance. In: likealyzer.com [online]. [cit. 2018-10-22]. Dostupné z: <https://likealyzer.com/?lang=en>
- [73] MELTWATER, ©2018. Report / Rožnov pod Radhoštěm - město. In: likealyzer.com [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://likealyzer.com/report/mestoroznovpodradhostem>
- [74] MELTWATER, ©2018. Report / Valmez. In: likealyzer.com [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://likealyzer.com/report/valmez>
- [75] MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY, ©2018. Počty obyvatel v obcích. In: mvcr.cz [online]. [cit. 2018-09-29]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/statistiky-pocty-obyvatel-v-obcich.aspx>

- [76] MINISTERSTVO VNITRA ČESKÉ REPUBLIKY, ©2018. Přístupnost informací – Příprava nového zákona. In: google.com [online]. [cit. 2018-09-28]. Dostupné z: <https://sites.google.com/view/pristupnost-informaci/%C4%8Dr/p%C5%99%C3%ADprava-nov%C3%A9ho-z%C3%A1kona>
- [77] OBCE NA WEBU, ©2018. Moderní stránky obce. In: obcenawebu.cz [online]. [cit. 2018-09-27]. Dostupné z: <https://obcenawebu.cz/>
- [78] PHD, ©2018. 11 způsobů, jak měřit online kampaně. In: mediaguru.cz [online]. [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2007/12/11-zpusobu-jak-merit-online-kampane-sk/>
- [79] PHD, ©2018. Mediální slovní – Bounce rate. In: mediaguru.cz [online]. [cit. 2018-11-03]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/bounce-rate/>
- [80] SPIR, ©2016. Internetová populace ČR dosáhla v březnu nového maxima: 7,77 milionu reálných uživatelů. In: netmonitor.cz [online]. [cit. 2018-10-23]. Dostupné z: <http://www.netmonitor.cz/internetova-populace-cr-dosahla-v-breznu-noveho-maxima-7-77-milionu-realnych-uzivatelu>
- [81] ROŽNOV POD RADHOŠTĚM, ©2018. In: facebook.com [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/mesto.roznovpodradhostem/>
- [82] VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ, ©2018. In: facebook.com [online]. [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/valmez/>
- [83] WEBHOUSE, ©2015. Jak tvořit kvalitní weby pro veřejnou správu. In: webhouse.cz [online]. [cit. 2018-09-29]. Dostupné z: <https://www.webhouse.cz/jak-tvorit-kvalitni-weby-pro-verejnou-spravu/d-1820>
- [84] WEBHOUSE, ©2018. Rožnov pod Radhoštěm – Historie města. In: roznov.cz [online]. [cit. 2018-11-03]. Dostupné z: <http://www.roznov.cz/historie-mesta/ds-1051/archiv=0&p1=1409>
- [85] WEBHOUSE, ©2018. Rožnov pod Radhoštěm – O městě. In: roznov.cz [online]. [cit. 2018-11-03]. Dostupné z: <http://www.roznov.cz/o%2Dmeste/ds-1043/p1=1409>

- [86] WEBHOUSE, ©2018. Turistický web – Rožnov pod Radhoštěm. In: roznov.cz [online]. [cit. 2018-11-03]. Dostupné z: <http://www.visitroznov.cz/>
- [87] WEBHOUSE, ©2018. Valašské Meziříčí – O městě. In: valasskemezirici.cz [online]. [cit. 2018-11-03]. Dostupné z: <http://www.valasskemezirici.cz/o-meste/ds-1002/archiv=0&p1=17576>

Osobní rozhovor

- [88] Osobní rozhovor s Radimem Holišem starostou města Rožnov pod Radhoštěm, Rožnov pod Radhoštěm, 1.11.2018
- [89] Osobní rozhovor s Robertem Stržínkem starostou města Valašské Meziříčí, Valašské Meziříčí, 8.12.2017

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Hlavním zdrojem informací je pro mě Internet (Zdroj: Data MML-TGI – Kontinuální dotazování české populace, N = 12 656, 1. až 4. kvartál 2016).....	15
Obr. 2 Příprava a realizace firemního webu (Zdroj: CzechTrade, ©1997-2017).....	19
Obr. 3 Zdroje návštěvnosti webu www.roznov.cz (Zdroj: Google, ©2018).....	32
Obr. 4 Zdroje návštěvnosti webu www.valasskemezirici.cz (Zdroj: Google, ©2018).....	44

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Meziroční srovnání návštěvnosti oficiálních webových stránek města Rožnov pod Radhoštěm (Zdroj: vlastní zpracování)	34
Tab. 2 Přehled silných a slabých stránek webu města Rožnov pod Radhoštěm (Zdroj: vlastní zpracování)	36
Tab. 3 Přehled silných a slabých stránek facebookové prezentace Rožnov pod Radhoštěm (Zdroj: vlastní zpracování)	41
Tab. 4 Meziroční srovnání návštěvnosti oficiálních webových stránek města Valašské Meziříčí (Zdroj: vlastní zpracování)	46
Tab. 5 Přehled silných a slabých stránek webu města Valašské Meziříčí (Zdroj: vlastní zpracování)	48
Tab. 6 Přehled silných a slabých stránek facebookové prezentace Valašské Meziříčí (Zdroj: vlastní zpracování)	52

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Domovská stránka www.roznov.cz (1) a (2)
- P II Domovská stránka www.valasskemezirici.cz (1) a (2)
- P III Google Analytics www.roznov.cz
- P IV Google Analytics www.valasskemezirici.cz
- P V Prezentace města Rožnov pod Radhoštěm na Facebooku
- P VI Prezentace města Valašské Meziříčí na Facebooku
- P VII Přehledy stránky Rožnov pod Radhoštěm na Facebooku
- P VIII Přehledy stránky Valašské Meziříčí na Facebooku
- P IX Nejúspěšnější příspěvky na Facebooku Rožnov p. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – vlastní zpracování
- P X Nejméně úspěšné příspěvky na Facebooku Rožnov p. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – vlastní zpracování (1), (2) a (3)
- P XI Příspěvky s 0 zobrazeními na Facebooku Rožnov p. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – vlastní zpracování
- P XII Propagované příspěvky na Facebooku Rožnov p. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – vlastní zpracování (1) a (2)
- P XIII Srovnání srpen až říjen 2017 a 2018 na Facebooku Rožnov p. R. – vlastní zpracování
- P XIV Nejúspěšnější příspěvky na Facebooku Val. Mez. (10.11.2017 -11.11.2018) – vlastní zpracování (1) a (2)
- P XV Nejméně úspěšné příspěvky Facebooku Val. Mez. (10.11.2017 -11.11.2018) – vlastní zpracování (1), (2) a (3)
- P XVI Srovnání srpen až říjen 2017 a 2018 na Facebooku Val. Meziříčí – vlastní zpracování

PŘÍLOHA P I: DOMOVSKÁ STRÁNKA WWW.ROZNOV.CZ (1)

ROŽNOV POD RADHOŠTĚM

Oficiální webové stránky města

Rožnov pod Radhoštěm
CS
EN
SK
PL
DE
FR
IT
ES
PT
RU
UK
UA
HR
SI
SK
PL
DE
FR
IT
ES
PT
RU
UK
UA
HR
SI

Město

Turista

Rekonstrukce ulic - rekonstrukce | Dokumenty města | Kultura | Rozsahy hospodaření | Rozpočet | Sociální služby | Sport | Školství | Územní plán města | Vzdělání města | Zdraví prostředí

Městský úřad

Krokové řízení | Místní poplatky | Odboje a osídlení | Čištění a popelky | Podnikání | Pořadky a výlety | Povinné zveřejňování informací | Tiskovní materiál | Tiskové zprávy | Výzkumy a měření

NOVÝ WEB - VISITROZNOV.CZ

Rychlá navigace

- Orgány města
- Úřední deska
- Veřejné zakázky
- Volby
- Smlouvy města
- Dotace (programová podpora)
- Rezervační systém
- Nabídka práce
- Organizace města
- Městská policie
- Fotogalerie
- Webkamera
- Virtuální prohlídka
- Formulář pro dotazy
- Web Strategie Rožnov

Aktuality

Akce

Rožnovský chovatel uspěl na Evropské výstavě v Dánsku, 3/7/2019 (1.2.2019)
 Rožnovský chovatel králíků Petr Kolářův v závěru loňského roku úspěšně reprezentoval město Rožnov i Českou republiku na Evropské výstavě drobného zvířectva v dánském Herningu.
 Sdílet dokument: [Tisková zpráva](#)

Rožnov se opět zapojí do T-Mobile Olympijského běhu, 3/6/2019 (1.2.2019)
 Ve středu 18. června se v Rožnově bude sportovat. Město se pořítilo záležet mezi pořadatelem největší běžecké akce u nás – T-Mobile Olympijského běhu.
 Sdílet dokument: [Tisková zpráva](#)

Portál občana (21.1.2019)
 Portál občana je vstupní branou k elektronickým službám veřejné správy.
 Sdílet dokument: [Informační odstavce](#)

Zimní údržbu komplikují neukáznění řidiči, 3/5/2019 (20.1.2019)
 Řidiči tram, stanující se v Rožnově o klad sňahu, se denně potýkají s problémy při obsluhách komunikací. Kvůli špatné parkujícímu autům se mnohdy na nájezdě smlouví čekky výhled nedostanou. Situace začne lepší.
 Městská policie
 Sdílet dokument: [Tisková zpráva](#)

Sportovec roku 2018, 34/2019 (20.1.2019)
 Jí pojedenecké bude v letošním roce město Rožnov pod Radhoštěm udělovat ocenění Sportovec roku. Cena je určena nejlepšími sportovci, sportovním kolektivům, trenérům a handicapovaným sportovcům. Vyhlašena bude také Cena starosty města. V současném období město přijímá nominace na udělení ocenění. Sportovní sportovec roku do 25. února 2019.
 Sdílet dokument: [Tisková zpráva](#)

Radnice Společenský dům za 35 milionů nekoupí, 3/3/2019 (20.1.2019)
 Rožnovští radní odmítli koupit Společenský dům za navrhovanou částku 25 milionů korun. „Vyhledám k finančním možnostem města i s ohledem na skutečnost, že cena v místě a čase obvyklá činí ale zhruba pouhou čtvrtinu (15,5 mil. Kč) Radnice město Rožnov p. R. neochotně a celkovou kupní cenou 25 mil. korun. Jméno ale přirovnání stále jedná o novou kupní cenu, případně o dlouhodobý pronájem.“ uvedl starosta Rožnova Radim Holá.
 Sdílet dokument: [Tisková zpráva](#)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Kontakt

Město Rožnov pod Radhoštěm
 Masarykova náměstí 125
 756 01 Rožnov pod Radhoštěm

Tel: 571 001 111
 E-mail: podatelna@roznov.cz

[Podatelna kontakt](#)

Počasí

0.2. dnes	1.2. zítra	2.2. pozítří
-2 °C -11 °C	2 °C -11 °C	2 °C -8 °C

Zatím

Kalendář akcí

Únor 2019

Po	Út	Stř	Čt	Pá	So	Ned
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

[Detail akce](#)

www.visitroznov.cz

STRATEGIEROZNOV.CZ

ZDRAVÉ MĚSTO
ROŽNOV POD RADHOŠTĚM
A MÁŽÍ

ROŽNOVSKÁ
SENIORSKÁ
KARTA

PŘÍLOHA P I: DOMOVSKÁ STRÁNKA WWW.ROZNOV.CZ (2)

Web Strategie Rožnov

Počasí

8.2. únor	7.2. úterý	6.2. pondělí
-2 °C -11 °C	2 °C -11 °C	2 °C -4 °C

Sportovec roku 2018, 34/2019 (22. 1. 2019)
Již po desáté bude v letošním roce město Rožnov pod Radhoštěm udělovat ocenění Sportovce roku. Cena je určena nejlepšímu sportovci, sportovním kolektivům, trenérům a handicapovaným sportovcům. Vyhlašena bude také Cena starosty města. V současně době město přijímá nominace na udělení ocenění. Sportovní sportovce roku do 25. února 2019.
Sdílejte dokument: [Zobrazit stránku](#)

Radnice Společenský dům za 35 milionů nekoupí, 33/2019 (22. 1. 2019)
Rožnovští radní odmítli koupit Společenský dům za navrhovanou částku 35 milionů korun. „Vyhádek k finančním možkám města i s ohledem na skutečnost, že cena v místě a době obvyklá činí dle znaleckého posudku činí 12,5 mil. Kč. Rada města Rožnov p. R. nezaujímal a celkovou kupní cenu 35 mil. korun. Jarní se připravuje dle jednání o nové kupní ceně, případně o dlouhodobém pronájmu.“ uvedl starosta Rožnova Radim Holý.
Sdílejte dokument: [Zobrazit stránku](#)

Rada už má schváleny všechny své komise, 32/2019 (22. 1. 2019)
Celkem deseti komisí jako svých poradních orgánů schválila včerné personálního obsazení Opatřila Rada města Rožnov pod Radhoštěm. Ve složení a mnujím volebním období je o dvě komise méně. Nová prozatím není sřízená komise cestovního ruchu (bude pouze pracovní skupina) a komise prevence kriminality.
Sdílejte dokument: [Zobrazit stránku](#)

Modernizace infrastruktury základního školství v Rožnově pod Radhoštěm (22. 1. 2019)
Sdílejte dokument: [Zobrazit stránku](#)

Životní podmínky 2019 - výběrové Setření v domácnostech (22. 1. 2019)
Již po páté spolupřídá Česká statistická úřad pravidelně každoroční Setření o příjmech a životních podmínkách. Letos proběhne v období od 2. února do 26. května. Tazatelé po celé republice osobně navštíví téměř 11,5 tisíce domácností a o čem získají skvělé údaje k posouzení jejich ekonomické a sociální situace.
Sdílejte dokument: [Město - Aktuality](#)

Spor s IPR komplikuje exekuce, 31/2019 (22. 1. 2019)
Loni v říjnu Spektrum Rožnovska informovalo, že dlouholetý soudní spor o vlastnictví budov MŠ Koryčanská Bečva a ZŠ Zámčák mezi Rožnovem pod Radhoštěm a společnosti ImmoBilan Pivker realty, s. r. o., (dále jen IPR) pokračuje. Nejvyšší soud tedy zněl rozsudek toho kropláka, který přiklil vlastnictví obou budov městu a vnikl spor k novému projevání. Nyní se navíc na budovy vztahuje exekuce vedená proti společnosti IPR.
Sdílejte dokument: [Zobrazit stránku](#)

[Další dokumenty](#)

www.visitroznov.cz

STRATEGIEROZNOV.CZ

ZDRAVÉ MĚSTO ROZNOV POD RADHOŠTĚM A MAZI

ROžnovská SENiorská KArta

SPEKTRUM ROZNOVSKA

KAM ZA KULTUROU

zpravyzvalasska.cz

BESKYD TELEVIZNÍ SPEKTRUM ROZNOVSKA

mikroregion ROZNOVSKO

Zlínský kraj

CYKLOSTEZKA BEČVA

Vyhodní MORAVA

kudyznudy.cz


Visegrad Fund




Děkujeme za vaši podporu:


PŘÍLOHA P II: DOMOVSKÁ STRÁNKA


WWW.VALASSKEMEZIRICI.CZ (1)



Valašské Meziříčí
OFICIÁLNÍ INTERNETOVÉ STRÁNKY



[o nás](#) | [Vstupní stránka](#) | [Mapa stránek](#) | [BSE](#) | [KONTAKTY](#)






POTŘEBUJI SI VYŘÍDIT

Potřebuji si vyřídit | Formuláře ke stažení | Organizační struktura | Kontakty | Objednání online, Esličky | ...další



MĚSTO VALAŠSKÉ MEZIRÍČÍ


O našem městě | Vedení města | Rada a zastupitelstvo města | Městská policie | Organizace města | ...další



ŽIVOT VE MĚSTĚ

Fotogalerie | Výstavy ČHMÚ | Kultura | Sport | Zpravodaj ke stažení | ...další

AKTUÁLNĚ



Hledáme nové zaměstnance

Výběrová řízení na obsazení funkcí:

- referent(ka) Oddělení/vnitřního informačního systému odboru Kancelář starosty
- referent(ka) Odboru školství, kultury a sportu
- referent(ka) Odboru obecní životnostenský úřad

TISKOVÉ ZPRÁVY

- 8.2.2019 [Okolí Helšty na projele omlazovací kůrou](#)
- 8.2.2019 [Sroští školáci z partnerského Cačaku lyžovali ve Velkých Karlovicích](#)
- 8.2.2019 [Vznikla nová obrazová publikace o Valašském Meziříčí](#)
- 8.2.2019 [Školáci definovaly své potřeby](#)
- 8.2.2019 [Sportovní oddíly měly možnost vyjádřit se k připravované koncepci sportu](#)
- 7.2.2019 [Dobrovolníci z ADRY loni věnovali potřeby/m více než 8 tisíc hodin svého času](#)
- 5.2.2019 [Životní podmínky 2019 - výběrové setření ČSÚ v domácnostech](#)
- 4.2.2019 [Parní lokomotivě Matějí hrozí konec, město chce přisopět k její záchraně](#)
- 4.2.2019 [Starosta Strážek vyvolal jednání se SŽDC, vadí mu havarijný stav nádraží](#)
- 4.2.2019 [Senioři ukončili tradiční aktivizační program společenský m večerem](#)
- 29.1.2019 [Ovzdušné měření na hory, běžkařskou stopu mají za humny](#)
- 28.1.2019 [Valašské Meziříčí má být vzorem pro plánování bezpečnosti silničního provozu](#)
- 25.1.2019 [Deset příležitostí pro město zná své konečné pořadí](#)
- 25.1.2019 [Budova MŠ Kralcovova získá noví kabát](#)
- 25.1.2019 [Část objektu ZŠ Šarafařkova je ve špatném stavu, město plánuje velkou opravu](#)
- 24.1.2019 [Město na revitalizaci sídliště spěchá, bere si 70millionový úvěr](#)
- 24.1.2019 [Valašské Meziříčí už má svůj rozpočet](#)
- 24.1.2019 [Občané budou o části rozpočtu rozhodovat už příští rok](#)
- 18.1.2019 [Zastupitelé se letos sejdou poorné](#)
- 18.1.2019 [Ve Valašském Meziříčí se uořbovaly ceny města](#)

Z MĚSTA A REGIONU

ÚŘEDNÍ DESKA

VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

KALENDÁŘ AKCÍ

<< listopad 2018 >>






Aktuální měsíc neobsahuje žádné akce.

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

- 10** [Turistické vycházky s Vandou Konvičnou](#)
ÚNDR 2019 3. 2. neděle - vstátem ...
Místo konání: Klub český ch turistů
- 10** [Mike Ross Band \(UK / CZ\)](#)
Mike Ross - kytara, zpěv, Tomáš Líška - ...
Místo konání: S-klub
- 10** [Mike Ross Band \(UK / CZ\)](#)
- několikrátosoný držitel British Blues ...
Místo konání: S-klub

DALŠÍ AKCE

RYCHLÁ NAVIGACE

- 
Telefonní seznam
- 
Organizační struktura úřadu
- 
Napište nám
- 
Žádost o výmaz z webu
- 
Informační centrum

PŘÍLOHA P II: DOMOVSKÁ STRÁNKA

WWW.VALASSKEMEZIRICI.CZ (2)

TISKOVÉ ZPRÁVY
Z MĚSTA A REGIONU
ÚŘEDNÍ DESKA
VEŘEJNÉ ZAKÁZKY

23.1.2019 [KOWAX Valašská rally VailMez 2019 odtáhne další fakta](#)

19.12.2018 [Dárek pro Hanku](#)

18.12.2018 [Posezení s vůní zabořáčky si mohli dopřát klienti domova se zvláštním režimem](#)

17.12.2018 [Veřejná sbírka v obchodním řetězci Tesco ve Valašském Mezíříčí](#)

17.12.2018 [Strom přání a dobročinní bazár na Žerotině](#)

14.12.2018 [Přáníčka pro Ježíška v noučata](#)

14.12.2018 [Poděkování](#)

12.12.2018 [Adventní benefiční koncert](#)

10.12.2018 [Vánoční Zvonkování / provoněto školu, děti zokaly koledy a tvořily](#)

7.12.2018 [Krabice od bot](#)

5.12.2018 [Pošta na ulici J. K. Tyla bude mít v pátek zkrácenou otevírací dobu](#)

3.12.2018 [Padesát let Kruhu přátel hudby ve Valašském Mezíříčí](#)

26.11.2018 [Valašská špalíček 2019 zahájí Marie Rottrová. Začíná předprodeji vstupenek](#)

20.11.2018 [Lidlovou hrušeň zasadí na mezířické Žerotině](#)

9.11.2018 [Dvě Ceny kvality v sociální péči putují do Charity Valašské Mezíříčí](#)

8.11.2018 [Nová divadla uvedou v listopadu dvě inscenace](#)

7.11.2018 [Tesco opět podporá neziskové organizace](#)

6.11.2018 [Viznámé říjnové vínočej si ochránili a přičinili si v sadbu stromů i Česko-slovenským setkáním na horách](#)

5.11.2018 [Brána recyklace skončila](#)

5.11.2018 [Projektový den na ZŠ Vlnička](#)

DALŠÍ Z MĚSTA A REGIONU

6 [Divadlo Schod](#)

2 Místo konání: M-klub

6 [Perfect Days](#)

Romantická a svižná komedie, která...

2 Místo konání: S-klub

DALŠÍ AKCE

RYCHLÁ NAVIGACE

- Telefonní seznam
- Organizační struktura úřadu
- Napište nám
- Žádost o výmaz z webu
- Informační centrum
- Městská policie
- Krizové řízení
- Objednání online, E-slужby
- Kvalita ovzduší
- Granty, příspěvky, veřejná podpora
- Povinně zveřejňované informace
- Webkamera

KONTAKT

Město Valašské Mezíříčí
Náměstí 7/5
757 01 Valašské Mezíříčí 1

Telefon: +420 571 674 111
ID datové schránky: 9c4c6ard

PODROBNÝ KONTAKT

SEZNAM ULIC

KDE NÁS NAJDETE

MAPA

ÚŘEDNÍ HODINY

Pondělí: 8:00 - 11:30, 12:00 - 17:00
Úterý: 8:00 - 11:30, 12:00 - 13:30
Středa: 8:00 - 11:30, 12:00 - 17:00
Čtvrtek: 8:00 - 11:30, 12:00 - 13:30
Pátek: 8:00 - 11:30, 12:00 - 13:30

Po přestávce jsou pokladny otevřeny vždy až ve 12:15.
Dny určené pro styk s veřejností - pondělí, úterý, středa, čtvrtek.
Pátek je určen pro řídní jednání (v terénu nebo po předchozí tel. domluvě).
Matrika, ověřování: dny určené pro styk s veřejností pondělí až pátek.

ODBĚR NOVINEK

Objednejte si bezplatné zaslání novinek do e-mailové schránky.

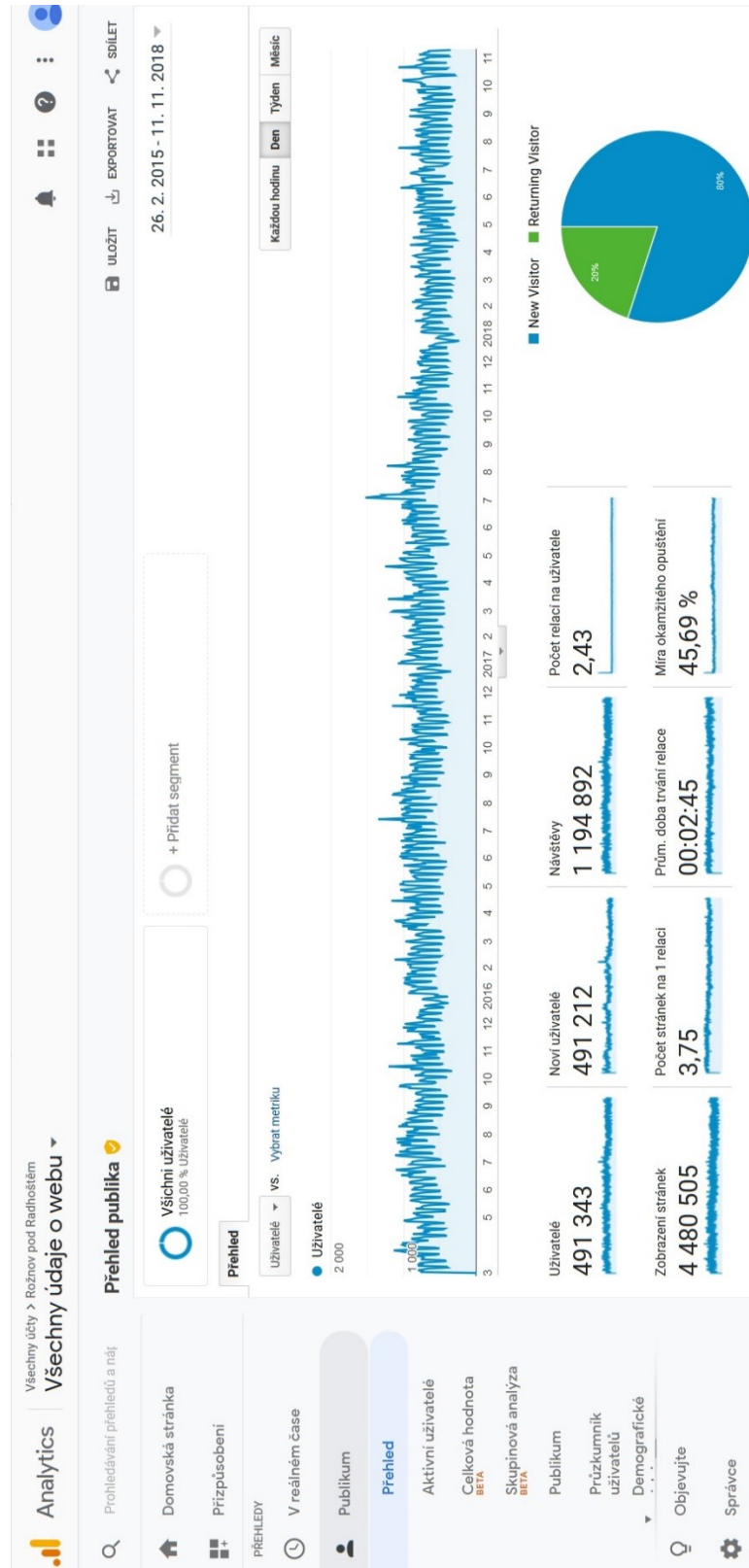
Odesláním souhlasíte se zpracováním údajů

PŘIHLÁSIT

web & design **WEBHOUBER**, redakční systém **vismo**
[Přihlášení](#) | [O webu](#)

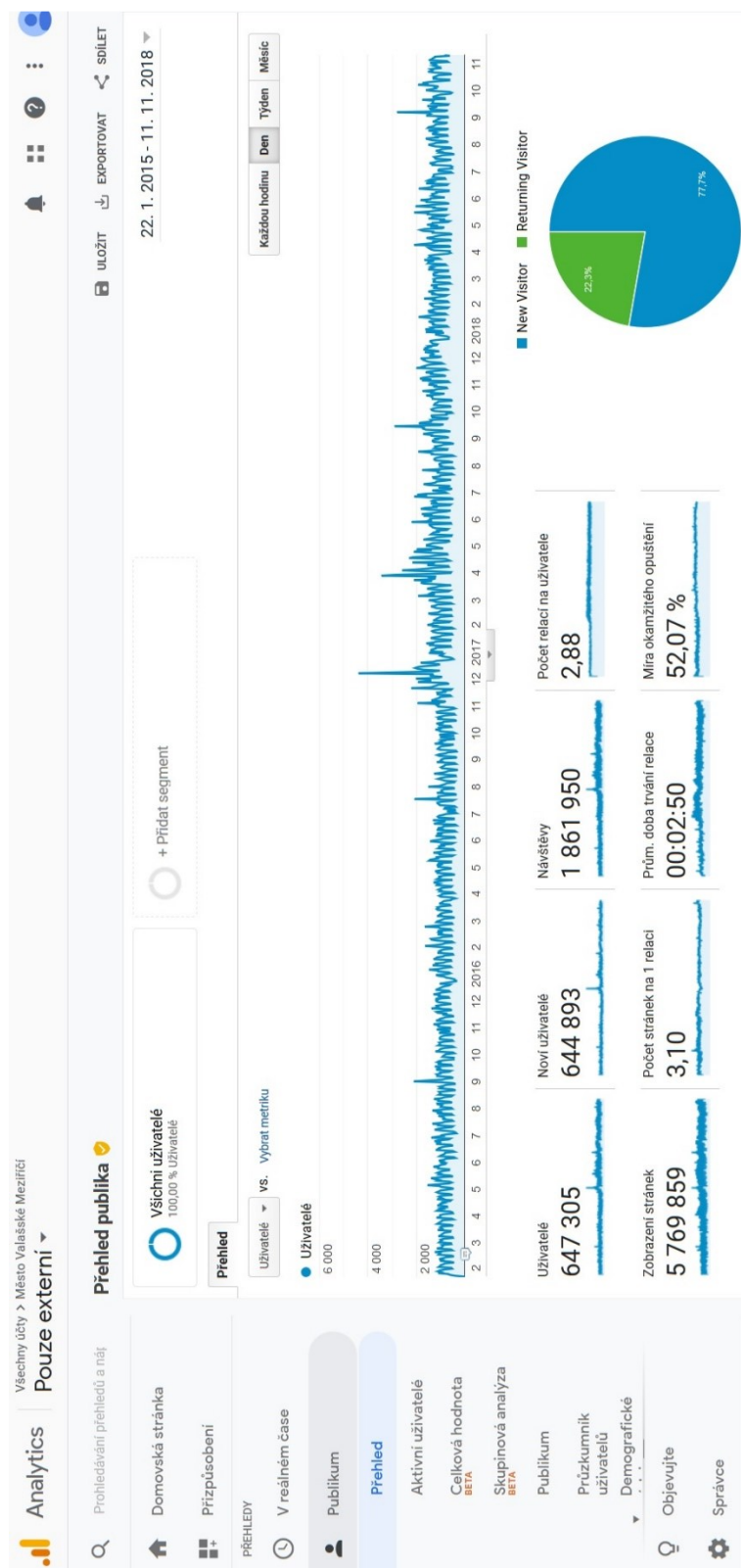
Aktualizace obsahu: 6.2.2019 | Počet přístupů: 2551175 (od 4.3.2016)

PŘÍLOHA P III: GOOGLE ANALYTICS WWW.ROZNOV.CZ




PŘÍLOHA P IV: GOOGLE ANALYTICS

WWW.VALASSKEMEZRICI.CZ



PŘÍLOHA P V: PREZENTACE MĚSTA ROŽNOV POD RADHOŠTĚM NA FACEBOOKU


Stránka Zprávy Události Upozornění 3 Přehledy Nástroje pro ... Další ▾ Nastavení Nápověda ▾



M Ě S T O
Rožnov pod Radhoštěm

Rožnov pod Radhoštěm - město
@mesto.roznovpodradhos
tem

Hlavní stránka
Příspěvky
Fotky
Instagram
Youtube kanál
Informace
Události
Hodnocení
Poznámky
Videa
Komunita



Tohle se mi líbí ▾ Sleduji ▾ Sdílet ... Kontaktujte nás

Vytvořit příspěvek

Napište příspěvek...

Fotka nebo v... Označit přátele Označit polo... ☰

2 koncepty
Poslední úprava konceptu Pondělí 2. července 2018 v 14:00. Zobrazit koncepty.

Příspěvky

4,4 4,4 z 5 · Na základě názoru 85 lidí


Tipy pro stránky Zobrazit všechny

Máte přátele, kterým by se stránka mohla líbit?
Vyzvěte přátele, aby označili Rožnov pod Radhoštěm - město jako To se mi líbí a pomohli vám spojit se s více lidmi.

Snadná správa stránky odkudkoli.
Stáhněte si aplikaci Správce stránek, umožní vám přidávat příspěvky a odpovídat návštěvníkům stránky i na cestách.

PŘÍLOHA P VI: PREZENTACE MĚSTA VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ

Stránka Zprávy Události Upozornění 3 Přehledy Nástroje pro ... Další ▾ Nastavení Nápověda ▾



Valašské Meziříčí
@valmez

Hlavní stránka

Informace

Fotky

Hodnocení

Události


Videa

Příspěvky

Komunita


Informace a reklamy




Propagovat



Tohle se mi líbí ▾ Sleduji ▾ Sdílet ... Poslat zprávu

Vytvořit příspěvek


 Napište příspěvek...

 Fotka nebo v...  Označit přátele  Oznámit polo... ...

Fotky

4.2 4,2 z 5 - Na základě názoru 126 lidí

Tipy pro stránky Zobrazit všechny

 Máte přátele, kterým by se stránka mohla líbit?
Vyzvěte přátele, aby označili Valašské Meziříčí jako To se mi líbí a pomohli vám spojit se s více lidmi.

PŘÍLOHA P VII: PŘEHLEDY STRÁNKY ROŽNOV POD RADHOŠTĚM NA FACEBOOKU

6.2.2018 10:51		Ve čtvrtek dne 8.2.2018 bude sociální odbor z			1,2K	4 1	Propagovat příspěvek
6.2.2018 8:21		Spojit zábavu 🎉 se sportovním mohou vaše			1,5K	30 13	Propagovat příspěvek
5.2.2018 15:08		Přijměte pozvání na přednášku ZVYKY A			2K	61 28	Propagovat příspěvek
5.2.2018 13:15		Nabídka na příměstský tábor v Rožnově pod Radhoštěm			1,6K	41 13	
5.2.2018 12:39		... Že by lehký závan jara ? 😊			1,5K	59 42	Propagovat příspěvek
5.2.2018 12:18		„Díky dennímu centru a noclehárně se podařilo do			1,2K	23 8	Propagovat příspěvek
5.2.2018 10:25		Pozvánka na vernisáž výstavy která se uskuteční v			1,1K	17 4	
5.2.2018 10:07		Město Rožnov p.R. a stavební úřad zve odbornou			1,4K	30 7	Propagovat příspěvek
5.2.2018 8:57		V Rožnově bude dnes krásně ... sluníčko právě			4,7K	508 204	Propagovat příspěvek
2.2.2018 9:01		Z Městská knihovna Rožnov pod Radhoštěm odchází do			2,2K	393 54	Propagovat příspěvek
2.2.2018 8:08		Dnešek bude bazén patřit především dětem !!!			1,2K	92 2	Propagovat příspěvek
1.2.2018 13:52		Masarykovo náměstí v Rožnově snímá nová			2,3K	386 46	Propagovat příspěvek
1.2.2018 13:30		Rožnov poprvé hostí Garden Food Festival, přijede i			2,5K	119 42	
1.2.2018 8:34		Letní nabídka prázdninových táborů pro děti od Středisko			1,5K	58 7	Propagovat příspěvek

PŘÍLOHA P VIII: PŘEHLEDY STRÁNKY VALAŠSKÉ MEZIŘÍČÍ NA FACEBOOKU

16.10.2018 13:30	 Od července letošního roku se zrychlila a zjednodušila			3,4K		110 11		Propagovat příspěvek
16.10.2018 13:23	 cz Město Valašské Meziříčí připravuje u			2,5K		54 16		Propagovat příspěvek
16.10.2018 9:55	 Přijďte dnes v 17 hodin k Tucanovi na přednášku			3,5K		106 13		Propagovat příspěvek
15.10.2018 16:17	 Ve Valašské Meziříčí jednoznačně zvítězilo ve			3,1K		452 8		Propagovat příspěvek
15.10.2018 16:12	 Stavba polyfunkčního domu Vista Optik ve Valašském			9,7K		3,1K 535		Propagovat příspěvek
15.10.2018 15:08	 Recyklohrátky v ekocentru			2,8K		73 10		Propagovat příspěvek
15.10.2018 14:17	 Srdečně vás zveme na křest kalendáře „MŮJ ALFA			4,2K		128 60		Propagovat příspěvek
15.10.2018 14:08	 Závěr letní běžecké sezóny se podařil Ski klubu			3,4K		413 13		Propagovat příspěvek
15.10.2018 13:47	 Ve Valašském Meziříčí vyrostlo na sídlišti na ulici			2,6K		82 2		Propagovat příspěvek
15.10.2018 11:35	 Valaškomeziříčská nemocnice zve na Den			3,5K		142 19		Propagovat příspěvek
12.10.2018 13:32	 Čeká vás volba oboru a střední škola? Hledáte			2,6K		28 1		Propagovat příspěvek
12.10.2018 10:38	 Doprovodná akce Visegradský festival - aneb			3,2K		46 7		Propagovat příspěvek
12.10.2018 10:34	 Radnice hostí výstavu poskytovatelů sociálních a			2,8K		51 18		Propagovat příspěvek
12.10.2018 9:08	 Na náměstí ve Valašské Meziříčí probíhá farmářský			6,1K		1,5K 142		Propagovat příspěvek
11.10.2018	 Dnes do Valašské Meziříčí			5,9K		1,8K		Propagovat příspěvek

PŘÍLOHA P IX: NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

Nad 3 000 zobrazení

1. Video - Máme pro vás novinku - další propagační video města s názvem "Rožnov pod Radhoštěm, brána Beskyd, srdce Valašska". (*reupload youtube města 5 003 zhlédnutí k 14.11.2018*) (9.10.2018 – 8 944 / 3 928 / 67 566) - *počet zhlédnutí (3 s – 33 203, 10 s – 15 297)*
2. Příspěvek s fotkou – AKTUALNE S ohněm bojuje přes 100 hasičů... (8.4.2018 – 8 886 / 709 / 20 914)
3. Video - Na Valašsku se pohybují dva nebo tři medvědi... (*reupload TV Beskyd*) (12.10.2018 – 7 078 / 886 / 36 622) – *počet zhlédnutí (3 s - 23 144, 10 s – 14 276)*
4. Fotogalerie - Sobota 12:00 hodin: premiérový Garden Food Festival v Rožnově pod Radhoštěm jede naplno... (30.6.2018 – 5 598 / 119 / 6 076)
5. Fotogalerie - Jak se vám líbí most v národních barvách... (26.10.2018 – 4 912 / 2 030 / 19 693)
6. Fotogalerie - Hlavní den oslav 100 let od založení Československa... (28.10.2018 – 4 231 / 388 / 5 798)
7. Fotogalerie - Na ulici 1. máje můžete nyní narazit na nové značení určené pro cyklisty... (17.7.2018 – 4 197 / 155 / 5 728)
8. Odkaz – Tisková zpráva města - V Rožnově vzniká další obchodní centrum... (22.10.2018 – 4 182 / 264 / 7 964)
9. Příspěvek s fotkou – Upozornění - Dnes od 6.30 hasiči s MP monitorují nepřírozené zbarvení Bečvy v Rožnově... (15.4.2018 – 4 148 / 255 / 9 986)
10. Video - VOJ -TO - Krásný víkend vám přeje rožnovská legenda Vojta... (1.12.2017 – 3 356 / 580 / 10 962) - *počet zhlédnutí (3 s – 7 838, 10 s – 4 816)*
11. Fotogalerie - Sobota, 18:00: přinášíme druhou várku fotek z prvního dne Garden Food Festivalu... (30.6.2018 – 3 120 / 151 / 3 802)
12. Fotogalerie - Upozornění pro řidiče... (9.11.2018 – 3 070 / 134 / 7 545)

PŘÍLOHA P X: NEJMÉNĚ ÚSPĚŠNÉ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (1)

Pod 25 zobrazení příspěvku

1. Video - Masopustní zvyky, nabídka zabijačkových výrobků... (*reupload VMP*) (29.2.2018 – 1 / 10 / 75) - počet zhlédnutí (3 s - 69)
2. Příspěvek bez fotky – UPOZORNĚNÍ - VE ČTVRTEK 25.1. BUDE CELÝ DEN ODBOR ŽIVOTNÍHO... (22.1.2018 – 2 / 2 / 450)
3. Sdílený příspěvek - Na začátku nového roku se i u nás v informačním centru... (2.1.2018 – 3 / 1 / 371)
4. Sdílený příspěvek - POZVÁNKA NA NOVOROČNÍ KONCERT SE... (14.12.2018 – 3 / 1 / 443)
5. Příspěvek bez fotky - Oddělení správních činností bude dnes v pondělí 1.10.2018 z důvodů školení uzavřeno... (1.10.2018 – 3 / 1 / 1 273)
6. Sdílený příspěvek - Blíží se Vánoční koncert s houslistou Václavem Hudečkem... (4.12.2017 – 3 / 3 / 374)
7. Příspěvek bez fotky – Ve čtvrtek dne 8.2.2018 bude sociální odbor z důvodu... (6.2.2018 – 4 / 1 / 1 161)
8. Sdílená událost - Jste-li fanoušci jazzu pak určitě nebudete... (8.12.2017 – 4 / 2 / 395)
9. Sdílený příspěvek - Městský úřad bude ve dnech 27. - 29.12.2017 pro veřejnost uzavřen... (15.12.2017 – 6 / 3 / 507)
10. Příspěvek s fotkou - Česká pošta na ul. 1. Máje bude z technický důvodů... (4.6.2018 – 7 / 1 / 1 535)
11. Odkaz – Tisková zpráva města - Ve středu 20. prosince 2017 se uskuteční další... (18.12.2017 – 8 / 0 / 445)
12. Příspěvek bez fotky – Odbory životního prostředí a sociální budou pro veřejnost zavřené... (13.2.2018 – 8 / 0 / 1 131)
13. Příspěvek bez fotky - Dnes 16.8.2018 proběhne odstávka vody... (16.8.2018 – 8 / 3 / 1 550)
14. Sdílená událost - Přijměte pozvání na benefiční koncert Vojenského... (4.12.2017 – 8 / 6 / 245)
15. Příspěvek bez fotky - Informace o plánovaném vypínání elektrické energie... (2.3.2018 – 9 / 0 / 1 048)
16. Sdílená fotka - Dnes je poslední den registrace do závodů... (11.6.2018 – 10 / 2 / 321)
17. Příspěvek s fotkou - Upozornění pro občany dnes 10.4. bude uzavřeno oddělení správních činností... (10.4.2018 – 10 / 0 / 1 184)
18. Sdílená událost - Již 2. ročník přehlídky lokálních kapel... (26.3.2018 – 10 / 2 / 1 368)
19. Sdílený příspěvek - Pozvánka na krásnou výstavu Manang po třiceti letech... (28.3.2018 – 12 / 0 / 1 085)
20. Příspěvek bez fotky - oprava příspěvku: zavřeno bude pouze... V pondělí 1. října 2018 bude matrika a občanské průkazy uzavřena. (19.9.2018 – 12 / 2 / 1 497)
21. Sdílený příspěvek - Pozvánka na výstavu Ivan Titor... (22.8.2018 – 12 / 4 / 1 702)

PŘÍLOHA P X: NEJMÉNĚ ÚSPĚŠNÉ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (2)

22. Příspěvek bez fotky - Oddělení správních činností bude... (27.8.2018 – 12 / 5 / 1 890)
23. Sdílená událost - Dnešní farmářské trhy jsou poslední v tomto roce... (5.10.2018 – 12 / 6 / 697)
24. Příspěvek bez fotky - UPOZORNĚNÍ NA JEDNODENNÍ ZAVŘENÍ ODBORU DOPRAVY... (1.12.2017 – 13 / 1 / 461)
25. Odkaz – Tisková zpráva města - Na středu 6. prosince v 16:00 hodin ve velké zasedací... (30.11.2017 – 13 / 2 / 538)
26. Sdílený příspěvek - Skočte si zabruslit na zimní stadion... (18.1.2018 – 13 / 3 / 534)
27. Sdílená událost - Hledáte vhodný koníček pro Vaše dítě... (5.9.2018 – 13 / 3 / 568)
28. Sdílená událost - Pozvánka na víkend plný nejlepšího stolního fotbalu... (24.5.2018 – 13 / 3 / 1 376)
29. Příspěvek s fotkou - Při rozsvícení vánočního stromu v Rožnově... (12.12.2017 – 13 / 4 / 530)
30. Příspěvek bez fotky - Informace o předčasném ukončení... (16.10.2018 - 14 / 2 / 1 580)
31. Sdílená událost - Pozvánka na dnešní vernisáž do Galerie Crears... (27.6.2018 – 14 / 8 / 884)
32. Odkaz – Tisková zpráva města - Ve středu 13.12.2017 byla na Krytém bazénu slavnostně... (14.12.2017 – 15 / 2 / 599)
33. Sdílený příspěvek – doporučujeme (10.4.2018 – 15 / 6 / 1 374)
34. Sdílený příspěvek - Najděte si čas na kulturní představení... (29.11.2017 – 15 / 11 / 719)
35. Sdílený příspěvek - Sociálně terapeutické dílny Kamarád... (20.11.2017 – 16 / 1 / 1 394)
36. Sdílený příspěvek - 10. října 2018 v hotelu Energetic vystoupí v rámci Jazzmenu... (8.10.2018 – 16 / 5 / 713)
37. Sdílená událost - Přijďte ve čtvrtek 25.01.2018 v 15:30 hod na Zimní stadion... (15.1.2018 – 16 / 5 / 873)
38. Odkaz – Tisková zpráva města - Budete žádat o finanční podporu... (27.11.2017 – 17 / 2 / 636)
39. Odkaz – Tisková zpráva města - Městský úřad bude přes vánoční svátky... (4.12.2017 – 17 / 2 / 689)
40. Sdílená událost - Pozvánka na vernisáž výstavy... (5.2.2018 – 17 / 4 / 1 110)
41. Sdílená událost - Pozvánka na každoroční Expediční kameru... (28.2.2018 – 17 / 5 / 1 054)
42. Sdílený příspěvek - Nový rok by se měl pořádně oslavit... (5.1.2018 – 18 / 1 / 555)
43. Sdílený příspěvek - Pozvánka na koncert hukvaldské rodačky a cimbalistky... (24.10.2018 – 18 / 3 / 589)
44. Sdílená událost - Pozvánka do Městská knihovna Rožnov pod Radhoštěm... (5.10.2018 – 18 / 6 / 872)
45. Příspěvek bez fotky – Výzva pro zájemce o členství v okrskových volebních komisích... (26.1.2018 – 19 / 3 / 906)
46. Sdílená událost - Tento pátek 16.2. vystoupí Neil Zaza & Band... (12.2.2018 – 20 / 4 / 1 063)

PŘÍLOHA P X: NEJMÉNĚ ÚSPĚŠNÉ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (3)

47. Sdílená událost – Upozornění v případě deště bude schůzka přesunuta do salonku... (24.9.2018 – 20 / 6 / 915)
48. Sdílená událost - Stavte se v Rožnově na vernisáž výstavy Náhlé echo... (29.3.2018 – 20 / 10 / 1 288)
49. Příspěvek bez fotky – UPOZORNĚNÍ ve čtvrtek dne 1. 3. 2018 bude živnostenský úřad uzavřen... (19.2.2018 – 21 / 0 / 1 054)
50. Sdílený příspěvek - Nabídka rodinných vstupenek na adventní program... (30.11.2017 – 21 / 3 / 524)
51. Sdílená událost - Umíte pracovat s dětmi... (19.2.2018 – 21 / 7 / 1 290)
52. Sdílený příspěvek - Kdo si nechal registraci do T-mobile Olympijského běhu... (29.3.2018 – 22 / 3 / 1 516)
53. Příspěvek bez fotky - Osadní Výbor Jižní Město zve občany... (3.9.2018 – 22 / 3 / 1 723)
54. Sdílený příspěvek - Je naše Turistické informační centrum nejlepší... (16.8.2018 – 22 / 3 / 2 307)
55. Příspěvek s fotkou - Odvoz bioodpadu... (27.3.2018 – 22 / 4 / 1 408)
56. Sdílená událost - Rožnov pod Radhoštěm - město bude druhou zastávkou týmu Recyklojízda... (17.5.2018 – 22 / 6 / 1 779)
57. Sdílený příspěvek - Upozornění pro milovníky knih... (23.1.2018 – 23 / 0 / 690)
58. Odkaz – Tisková zpráva města - Mimořádné veterinární opatření... (23.1.2018 – 23 / 1 / 1 177)
59. Příspěvek s fotkou - Město Rožnov p.R. a Krytý bazén Rožnov vás zvou na Slavnostní odhalení... (20.11.2017 – 23 / 1 / 1 615)
60. Příspěvek s fotkou - HC Rožnov pod Radhoštěm pořádá na zimáku v RpR... (11.12.2017 – 23 / 4 / 700)
61. Příspěvek s fotkou - Informace pro odběratele elektřiny od ČEZu... (6.4.2018 – 23 / 5 / 1 695)
62. Příspěvek s fotkou - Díky dennímu centru a noclehárně se podařilo... (5.2.2018 – 23 / 8 / 1 194)
63. Příspěvek bez fotky - Aktualizace - čtvrtek 26. dubna: UPOZORNĚNÍ PRO ŘIDIČE (26.4.2018 – 24 / 0 / 1 349)
64. Příspěvek bez fotky - UPOZORNĚNÍ PRO ŘIDIČE - ul. Školní (25.4.2018 – 24 / 1 / 1 552)
65. Sdílený příspěvek - Dneska od 17:30 hodin v Městská knihovna Rožnov pod Radhoštěm se můžete dozvědět zda-li hudba léčí... (13.2.2018 – 24 / 4 / 1 295)
66. Sdílená pozvánka - Ve středu 17.10. 2018 proběhne... (15.10.2018 – 24 / 8 / 668)

PŘÍLOHA P XI: PŘÍSPĚVKY S 0 ZOBRAZENÍMI NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

0 zobrazení

1. Sdílený příspěvek - Pozvánka na velikonoční koncert... (0 / 4 / 0)
2. Sdílený příspěvek - Rožnovské parní léto 2018... (7.3.2018 – 0 / 47 / 0)
3. Sdílená skupina - Zdravé město Rožnov pod Radhoštěm se letos rozhodlo... (29.3.2018 – 0 / 19 / 0)
4. Sdílená skupina - Dejme potravinám druhou šanci... (6.4.2018 – 0 / 57 / 0)
5. Sdílený příspěvek - Pracovníci rožnovské radnice se připojili k... (9.5.2018 – 0 / 41 / 0)
6. Sdílený příspěvek - Sdílíme fotky ze sobotní Férové snídaně... (14.5.2018 – 0 / 46 / 0)
7. Sdílený příspěvek - Pomalu se blíží první termín Farmářských trhů... (17.5.2018 – 0 / 46 / 0)
8. Sdílený příspěvek - Cvičení není nikdy dost (23.5.2018 – 0 / 61 / 0)
9. Sdílený příspěvek - V sobotu 26.5. v 19:00 hodin se poběží Rodinný charitativní běh... (24.5.2018 – 0 / 14 / 0)
10. Sdílený příspěvek - Jedna z velkých rožnovských novinek letošního roku - GARDEN FOOD FESTIVAL... (29.5.2018 – 0 / 127 / 0) - placený
11. Sdílený příspěvek - I přes dešťové přeháňky se v Rožnově uskutečnilo víkendové... (4.6.2018 – 0 / 25 / 0)
12. Sdílený příspěvek - POZVÁNKA na 3-denní folklorní festival Ondrášova valaška... (7.6.2018 – 0 / 9 / 0)
13. Sdílený příspěvek - Nestihli jste registraci do T-Mobile Olympijský běh... (12.6.2018 – 0 / 3 / 0)
14. Sdílený příspěvek - Výsledky T-mobile olympijský běh (21.6.2018 – 0 / 12 / 0)
15. Sdílený příspěvek - Farmářské trhy v Rožnově pod Radhoštěm... (20.7.2018 – 0 / 18 / 0)
16. Pracovní pozice/odkaz – Výběrové řízení na funkci úředníka (9.8.2018 – 0 / 3 / 0)
17. Pracovní pozice/odkaz – Výběrové řízení na funkci úředníka (5.9.2018 – 0 / 1 / 0)
18. Sdílený příspěvek - ZACHRAŇ MĚSTO... *Nechte auto doma a zapojte se do Zářijové výzvy.* (10.9.2018 – 0 / 10 / 0)
19. Sdílený příspěvek - Přinášíme dobrou zprávu o naplnění Veřejné lednice... *Příspěvek Hana Halaštová* (10.9.2018 – 0 / 64 / 0)
20. Sdílený příspěvek - Pozvánka na dětský běžecký závod... (20.9.2018 – 0 / 4 / 0)
21. Sdílený příspěvek - JIŽ DNES !!! Pomozte vytipovat deset priorit města... (8.10.2018 – 0 / 0 / 0)
22. Sdílený příspěvek - Veřejné fórum města 2018 – anketa (12.10.2018 – 0 / 4 / 0)
23. Pracovní pozice/odkaz – Výběrové řízení na funkci vedoucího úředníka (18.10.2018 – 0 / 14 / 0)
24. Pracovní pozice/odkaz - Oznámení o vyhlášení výběrového řízení – úředník... (18.10.2018 – 0 / 2 / 0)
25. Pracovní pozice/video - Oznámení o vyhlášení výběrového řízení – úředník... (18.10.2018 – 0 / 0 / 0)
26. Pracovní pozice/odkaz – Oznámení o vyhlášení výběrového řízení na ředitele/ředitelku... (19.10.2018 – 0 / 19 / 0)
27. Pracovní pozice/odkaz - Město Rožnov pod Radhoštěm vyhlašuje výběrové řízení... (5.11.2018 – 0 / 8 / 0)

PŘÍLOHA P XII: PROPAGOVANÉ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (1)

Propagované příspěvky

1. Propagovaný příspěvek – Nabídka práce na dobré adrese (video + odkaz) – Oslovení lidí (počet lidí, kteří reklamu viděli) 8 864, zhlédnutí 3 s videa 6 773, cílení Zlínský (60,2%), Moravskoslezský (32%) a Olomoucký (7,7%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 44 (41% žen a 41% mužů z celkového počtu 50,7%/49,3%). Reklama běžela 7 dní

2. Propagace události - Představení projektu Kulturního centra (událost) – Oslovení lidí 4 393, počet reakcí 67, zásah Zlínský (83,1%), Moravskoslezský (14,1%) a Olomoucký (2,8%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 54 (58% žen a 36% mužů z celkového počtu 61,6%/38,4%). Reklama běžela 15 dní

3. Propagace události - Seminář pro odbornou veřejnost (událost) – Oslovení lidí 2 811, počet reakcí 19, zásah Zlínský (80,4%), Moravskoslezský (16,5%) a Olomoucký (3,1%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 54 (57% žen a 36% mužů z celkového počtu 62,1%/37,9%). Reklama běžela 14 dní

4. Propagovaný příspěvek – Jedna z velkých rožnovských novinek (pozvánka Gastrofestival – video a odkaz) – Oslovení lidí 5 652, počet reakcí 140, zhlédnutí 3 s videa 3 425, zásah Zlínský (76,3%), Moravskoslezský (19,3%) a Olomoucký (4,5%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 54 (44% žen a 46% mužů z celkového počtu 49,2%/50,8%). Reklama běžela 7 dní

5. Propagovaný příspěvek – To ale máme krásnou rozhlednu, vidíte? (sdílená fotografie z instagramu Czech Tourism) – Oslovení lidí 7 076, počet reakcí 315, zásah Praha (35,1%), Zlínský (29,2%), Moravskoslezský (21,3%), Středočeský (7,3%) a Olomoucký (7,0%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 44 (47% žen a 40% mužů z celkového počtu 54,3%/45,7%). Reklama běžela 7 dní

6. Propagovaný příspěvek – Je to tady :-). Představujeme vám nové propagační video (příspěvek s odkazem na youtube města) – Oslovení lidí 7 766, počet reakcí 200, kliknutí na odkaz 906, zásah Zlínský (69,1%), Moravskoslezský (16,7%) kraj, Praha (9,5%), Olomoucký (3,2%) a Středočeský (1,5%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 44 (41% žen a 44% mužů z celkového počtu 49,2%/50,8%). Reklama běžela 7 dní

7. Propagace události - Dny sociálních služeb (událost) – Oslovení lidí 4 077, počet reakcí 80, zásah Zlínský (60,2%), Moravskoslezský (31,8%) a Olomoucký (7,9%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 54 (64% žen a 28% mužů z celkového počtu 70,7%/29,3%). Reklama běžela 14 dní

8. Propagace události - Veletrh sportovních a volnočasových aktivit (událost) – Oslovení lidí 2 370, počet reakcí 55, zásah Zlínský (67,6%), Moravskoslezský (31,5%) a Olomoucký (0,8%) kraj. Cílová skupina 13 – 45 let – zásah primárně 18 – 44 (69% žen a 26% mužů z celkového počtu 72,9%/27,1%). Reklama běžela 9 dní

9. Propagovaný příspěvek – Téměř 3 000 zhlédnutí má na YouTube propagační video města (příspěvek s odkazem na youtube města) – Oslovení lidí 2 862, počet reakcí 29, kliknutí na odkaz 246, zásah Zlínský (100%). Cílová skupina 13 – 45 let – zásah primárně 13 – 44 (45% žen a 52% mužů z celkového počtu 46,5%/53,5%). Reklama běžela 7 dní

10. Propagace události - Oslavy výročí založení republiky (událost) – Oslovení lidí 1 536, počet reakcí 56, zásah Zlínský (100%). Cílová skupina 18 – 55 let – zásah primárně 18 – 54 (62% žen a 37% mužů z celkového počtu 62,2%/37,8%). Reklama běžela 14 dní

PŘÍLOHA P XII: PROPAGOVANÉ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (2)

11. Propagace události - Veřejné fórum (událost) – Oslovení lidé 1 313, počet reakcí 20, zásah Zlínský (100%). Cílová skupina 18 – 55 let – zásah primárně 18 – 54 (62% žen a 37% mužů z celkového počtu 62,2%/37,8%). Reklama běžela 7 dní

12. Propagace místní firmy - V posledních desetiletích se Rožnov pod Radhoštěm proměnil v moderní turistické, kulturní, obchodní a průmyslové centrum (příspěvek) – Oslovení lidé 33 512, počet kliknutí na příspěvek 155, počet reakcí 9, zásah ČR (100%). Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 47 (62% žen a 46% mužů z celkového počtu 51,5%/48,5%). Reklama běžela 7 dní

13. Propadovaná pracovní nabídka - Výběrové řízení na funkci vedoucího úředníka (odkaz na stránky města) – Oslovení lidé 2 699, počet reakcí 7, zásah Moravskoslezský (56,4%), Zlínský (38,7%) a Olomoucký (4,9%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 44 (45% žen a 45% mužů z celkového počtu 50,6%/49,4%). Reklama běžela 13 dní

14. Propadovaná pracovní nabídka - Oznámení o vyhlášení výběrového řízení na ředitele T klubu (odkaz na stránky města) – Oslovení lidé 1 456, počet reakcí 18, zásah Moravskoslezský (56,4%), Zlínský (39,1%) a Olomoucký (4,5%) kraj. Cílová skupina 18 – 65+ let – zásah primárně 18 – 54 (46% žen a 49% mužů z celkového počtu 48%/52%). Reklama běžela 27 dní

PŘÍLOHA P XIII: SROVNÁNÍ SRPEN AŽ ŘÍJEN 2017 A 2018 NA FACEBOOKU ROŽNOV P. R. – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

Počet příspěvků od 1.8. do 31.10.2018 (srpen – 65, září – 60, říjen – 61)

Srpen

1. Příspěvek - Důležité upozornění: středa 18:20: silnice z Rožnova pod Radhoštěm směrem na Slovensko v úseku mezi Rožnovem a Dolní Bečvou je zcela uzavřena z důvodu vážné dopravní nehody (1.8.2018 – 2 138 / 113 / 6 308)
2. Příspěvek s fotkou - Upozornění pro řidiče: Ve dnech 10.9. – 30.11.2018 proběhne oprava povrchu silnice I/58 Pindula. (29.10.2018 – 1 866 / 186 / 8 311)
3. Příspěvek s fotkou - Vedra a pařák nekončí spíše naopak... (3.8.2018 – 1 686 / 66 / 3 941)

Září

1. Video - Rožnov pod Radhoštěm - město: Přírodní dětské hřiště se otevře nejpozději v říjnu... (reupload TV Beskyd) (3.9.2018 – 2 308 / 442 / 15 715) počet zhlédnutí (3 s – 7 817, 10 s – 4 390)
2. Sdílený příspěvek – fotogalerie - Město Rožnov p.R. včera slavnostně přivítalo v obřadní síni na radnici nové občánky. (21.9.2018 – 2 179 / 56 / 936)
3. Album - Jarmark neziskových organizací v sociální oblasti. (5.9.2018 – 1 093 / 7 / 2 307)

Říjen

1. Video - Máme pro vás novinku - další propagační video města s názvem "Rožnov pod Radhoštěm, brána Beskyd, srdce Valašska". (reupload youtube města 5 003 zhlédnutí k 11.11.2018) (9.10.2018 – 8 944 / 3 928 / 67 566) - počet zhlédnutí (3 s – 33 203, 10 s – 15 297)
2. Video - Na Valašsku se pohybují dva nebo tři medvědi... (reupload TV Beskyd) (12.10.2018 – 7 078 / 886 / 36 622) – počet zhlédnutí (3 s – 23 144, 10 s – 14 276)
3. Fotogalerie - Jak se vám líbí most v národních barvách... (26.10.2018 – 4 912 / 2 030 / 19 693)

Počet příspěvků od 1.8. do 31.10.2017 (srpen – 77, září – 81, říjen – 74)

Srpen

1. Album – Jezírko v parku je čisté (3.8.2017 – 2 694 / 2 / 4 616)
2. Album – Koupaliště v Rožnově - Dnes jediné u vody (3.8.2017 – 4 160 / 74 / 5 819)
3. Příspěvek s fotkou - Milí fanoušci naši louky na náměstí... (18.8.2017 – 1 831 / 377 / 8 869)

Září

1. Video - Nový útulek pro psy je již nachystán... (reupload TV Beskyd) (14.9.2017 – 2 672 / 1 149 / 30 177) počet zhlédnutí (3 s – 12 601, 10 s – 5 888)
2. Odkaz – Tisková zpráva na webu města - Něco málo ze statistik Městské policie... (15.9.2017 – 1 700 / 80 / 6 376)
3. Příspěvek s fotkou - UPOZORNĚNÍ: vzhledem k probíhajícímu chemickému ošetřování travnatých ploch... (27.9.2017 – 1 484 / 136 / 24 523)

Říjen

1. Video - O stavbě rožnovského Kauflandu znovu rozhoduje soud... (reupload TV Beskyd) (2.10.2017 – 1 947 / 67 / 15 229) počet zhlédnutí (3 s – 3 907, 10 s – 2 160)
2. Video - Vlakové nádraží v Rožnově čeká oprava za 100 milionů... (reupload TV Beskyd) (3.10.2017 – 1 593 / 280 / 13 458) počet zhlédnutí (3 s – 6 913, 10 s – 3 340)
3. Video - Ve vrátnici bývalé Tesly bude nový hudební klub... (reupload TV Beskyd) (9.10.2017 – 1 604 / 128 / 10 828) počet zhlédnutí (3 s – 4 132, 10 s – 2 097)

PŘÍLOHA P XIV: NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU VAL. MEZ. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (1)

Nad 4 000 zobrazení

1. Fotogalerie - Lákavá vůně guláše se ode dneška line areálem letního stadionu... (12.7.2018 – 10 949 / 340 / 11 013)
2. Album – Obří skluzavka (ústřední foto starosta Robert Stržinec) (25.8.2018 – 9 102 / 442 / 10 849)
3. Fotogalerie - Nové bílé vodorovné dopravní značení má křižovatka u kostela svatého Jakuba... (4.4.2018 – 9 003 / 435 / 13 707)
4. Příspěvek s fotkou - Krásný pohled na Valašské Meziříčí z ptačí perspektivy... (23.5.2018 – 7 380 / 1 263 / 14 637)
5. Album – Michal David ve Valmezu (16.6.2018 – 7 201 / 179 / 6 178)
6. Fotogalerie - Kontrolu šestnácti heren a čtyřech kasin ve městě... (9.11.2018 – 6 732 / 164 / 7 941)
7. Video - Okružní křižovatka u kostela sv. Jakuba otevřena... (27.11.2017 - 6 672 / 339 / 11 992)
počet zhlédnutí (3 s – 7 956, 10 s – 5 208)
8. Fotogalerie - Ředitelství silnic a dálnic dokončilo výstavbu silnice I/35 Valašské Meziříčí, okružní křižovatka se silnicí I/57 a II/150... (27.11.2017 - 6 463 / 199 / 9 631)
9. Příspěvek s fotkou - Přípravy na tradiční Vánoce ve Valmezu vrcholí... (20.11.2017 - 6 225 / 587 / 21 562)
10. Video - Podívejte se na prezentační video společnosti ŘSD (*reupload ŘSD*) (27.6.2018 – 6 181 / 614 / 26 977) – *počet zhlédnutí (3 s – 16 809, 10 s – 8 868)*
11. Fotogalerie - Helena Vondráčková oslavila ve Valašské Meziříčí svátek... (18.8.2018 – 6 091 / 174 / 6 374)
12. Video - Hlavní videomapping na zámek Žerotínů... (8.9.2018 – 6 063 / 1 298 / 47 164) – *počet zhlédnutí (3 s – 20 143, 10 s – 9 947)*
13. Fotogalerie - Atraktivnější lokalitou se nyní stává Hufský lesík... (10.7.2018 – 5 892 / 250 / 7 279)
14. Album – Vítání občánků (15.11.2017 – 5 886 / 399 / 5 929)
15. Fotogalerie s odkazem na tiskovou zprávu města - Oprava bazénu se chýlí ke konci... (14.9.2018 – 5 719 / 326 / 7 421)
16. Album – Vítání prvňáčků (20.6.2018 – 5 615 / 260 / 5 345)
17. Album – Vítání občánků (7.11.2018 – 5 252 / 175 / 5 207)
18. Album – Vítání občánků (14.2.2018 – 5 165 / 332 / 5 637)
19. Album – Vítání občánků (28.3.2018 – 5 162 / 339 / 5 559)
20. Album – Vítání občánků (26.9.2018 – 5 070 / 332 / 5 218)
21. Album - Festival Světlo Valmez (8.9.2018 – 4 929 / 43 / 5 661)
22. Album – Vítání občánků (17.1.2018 – 4 804 / 317 / 5 761)
23. Fotogalerie - Vedení města navštívilo ve středu 3. ledna ve valašskomeziříčské nemocnici první dítě roku... (3.1.2018 – 4 709 / 217 / 6 317)

PŘÍLOHA P XIV: NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ PŘÍSPĚVKY NA FACEBOOKU VAL. MEZ. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (2)

24. Fotogalerie - Milovníci adrenalinu a bikrosových kol určitě zajásají... (25.9.2018 – 4 601 / 306 / 8 644)
25. Album – Vítání občánků (16.5.2018 – 4 582 / 193 / 5 309)
26. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Z bezpečnostních důvodů končí služba venčení psů... (9.4.2018 – 4 503 / 560 / 15 201)
27. Fotogalerie - Do Valašské Meziříčí se sjela unikátní americká auta... (28.4.2018 – 4 446 / 325 / 8 477)
28. Fotogalerie - Děkujeme všem, kteří se jakkoliv podíleli na včerejším koncertu Michala Davida... (17.6.2018 – 4 329 / 187 / 6 907)
29. Album – Koncert Lucie Bílé (9.10.2018 – 4 310 / 146 / 4 391)
30. Album – Start Valašské rally (ústřední foto starosta Robert Stržínek) (23.3.2018 – 4 256 / 100 / 5 777)
31. Album – Vítání občánků (24.10.2018 – 4 235 / 249 / 4 645)
32. Album – Vítání občánků (18.4.2018 – 4 209 / 267 / 5 269)
33. Fotogalerie - Dětské hřiště na ulici Vodní ve Valašské Meziříčí má nový sanitární modul... (12.12.2017 - 4 112 / 458 / 8 262)
34. Album – Vítání občánků (10.10.2018 – 4 052 / 280 / 5 750)
35. Fotogalerie - Česká televize natáčela... (11.4.2018 – 4 037 / 259 / 9 868)
36. Album – Vítání občánků (14.3.2018 – 4 011 / 255 / 4 902)
37. Album – Májová slavnost (1.5.2018 – 3 910 / 290 / 5 834)
38. Album – Vítání občánků (2.5.2018 – 3 905 / 113 / 5 003)
39. Album – Vítání občánků (13.12.2017 – 3 874 / 251 / 5 061)
40. Video - Valašské Meziříčí – město, kde stojí za to žít! Video: Jaroslav Jindra (27.9.2018 – 3 826 / 871 / 18 338) – počet zhlédnutí (3 s – 10 068, 10 s – 5 229)
41. Fotogalerie - Středeční dopoledne patřilo slavnostnímu otevření nově zrekonstruovaného atria na základní škole Masarykova... (24.10.2018 – 3 806 / 152 / 6 589)
42. Fotogalerie – POZVÁNKA Město Valašské Meziříčí vás srdečně zve na den otevřených dveří nové smuteční obřadní síně... (22.10.2018 – 3 786 / 216 / 7 338)
43. Fotogalerie - Rekonstrukce krytého bazénu... (30.5.2018 – 3 768 / 137 / 6 767)
44. Fotogalerie - Požitek pro všechny smysly nabízí na ulici Vrbenská ve Valašské Meziříčí Pralínárna s názvem „Pralinky s příběhem“... (26.10.2018 – 3 694 / 353 / 7 642)
45. Album – Agrofert Run (19.5.2018 – 3 617 / 184 / 5 495)
46. Album – Dětský den (3.6.2018 – 3 477 / 82 / 5 189)
47. Příspěvek s fotkou - Tak to tu ještě nebylo! Do Valašské Meziříčí přijela téměř 300 metrů dlouhá nafukovací skluzavka... (25.8.2018 – 3 451 / 189 / 12 070)

PŘÍLOHA P XV: NEJMÉNĚ ÚSPĚŠNÉ PŘÍSPĚVKY FACEBOOKU VAL. MEZ. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (1)

Pod 25 zobrazení příspěvku

1. Příspěvek s externím odkazem na youtube TV Relax - Schválení společného postupu města... (9.4.2018 – 3 / 7 / 460) – 57 zhlédnutí na youtube
2. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Výstava připomíná čtyři události... (5.4.2018 – 7 / 8 / 2 017)
3. Pozvánka s fotkou - Klub zdraví Adra společně se Zdravým městem Valašské Meziříčí vás srdečně zve (11.12.2017, 10 / 1 / 1 900)
4. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Do konce měsíce srpna může veřejnost nominovat osobnosti kulturního života... (8.8.2018 – 11 / 0 / 2 741)
5. Příspěvek s odkazem na youtube - Hezkou tradicí kulturního života ve Valašském Meziříčí se stal každoroční koncert Filharmonie Bohuslava Martinů... (19.9.2018 – 13 / 1 / 1 828)
6. Pozvánka s fotkou - Co dělat, když potřebujete pomoc a nevíte, na koho se obrátit... (11.9.2018 – 13 / 6 / 1 621)
7. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Poslední program na téma Aktuální situace na Blízkém východě... (13.3.2018 – 13 / 7 / 2 101)
8. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Konec února bude v Muzejním a galerijním centru... (23.2.2018 – 14 / 2 / 1 730)
9. Pozvánka s fotkou - Zdravé město Valašské Meziříčí ve spolupráci s klubem zdraví Adra... (17.4.2018 – 14 / 3 / 1 820)
10. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Druhou dubnovou středu představí Galerie Kaple... (6.4.2018 – 14 / 3 / 1 998)
11. Pozvánka s fotkou a externím odkaz - Poslední zářijovou středu zahájí Galerie Kaple... (22.9.2018 – 15 / 2 / 2 130)
12. Pozvánka s fotkou - Zdravé město Valašské Meziříčí ve spolupráci s klubem zdraví Adra... (23.1.2018 – 15 / 5 / 2 228)
13. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - V meziříčském M-klub Valmez pokračuje cyklus Nová divadla... (8.11.2018 – 16 / 3 / 2 255)
14. Odkaz – Tisková zpráva na webu města - Den pro dětskou knihu proběhne v oddělení pro děti (29.11.2017, 16 / 9 / 1 700)
15. Příspěvek s externím odkazem na youtube TV Relax - „Chaverut - Přátelství“... (6.3.2018 – 17 / 2 / 1 655) – 93 zhlédnutí na youtube
16. Pozvánka s fotkou - Ve čtvrtek 14. prosince od 19.00 hodin proběhne ve freskovém sále (7.12.2017, 17 / 4 / 2 500)
17. Pozvánka s fotkou - Již čtvrtým rokem se na Malé scéně za oponou... (7.3.2018 – 17 / 7 / 1 746)
18. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Čtrnáctý ročník série programů věnovaných Izraeli... (5.2.2018 – 18 / 0 / 1 923)

PŘÍLOHA P XV: NEJMÉNĚ ÚSPĚŠNÉ PŘÍSPĚVKY FACEBOOKU VAL. MEZ. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (2)

19. Příspěvek s fotkou a odkazem na stránky města - Zastupitelé města Valašské Meziříčí zasednou ve čtvrtek 20. září ke své 30. řádné schůzi... (17.9.2018 – 18 / 1 / 1 933)

20. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Na Malé scéně za oponou v zámku Žerotínů pokračuje... (15.3.2018 – 18 / 3 / 1 964)

21. Příspěvek s externím odkazem na youtube TV Relax - Výstava Josefa Mladějovského v Galerii Sýpka... (8.2.2018 – 19 / 0 / 1 628) – 81 zhlédnutí na youtube

22. Pozvánka s fotkou - Srdečně Vás zveme na vernisáž výstavy FRANTIŠEK PETRÁK... (19.6.2018 – 19 / 0 / 2 130)

23. Příspěvek s externím odkazem na youtube TV Relax - Ve Valašské Meziříčí se v době od ledna do března koná 14. ročník série programů věnovaných Izraeli pod názvem Chaverut... (21.2.2018 – 19 / 1 / 1 941) – 100 zhlédnutí na youtube

24. Pozvánka s fotkou - Město Valašské Meziříčí si Vás v rámci měsíce přátelství Chaverut... (27.2.2018 – 19 / 2 / 1 749)

25. Pozvánka s fotkou - Srdečně Vás zveme na přednášku s názvem Mučednické „komiksy“... (19.2.2018 – 19 / 3 / 2 172)

26. Pozvánka s fotkou - Srdečně Vás zveme na přednášku... (18.5.2018 – 19 / 3 / 2 335)

27. Příspěvek s fotkou - Na veřejné diskuzi se uvidíme už dnes (13.9.2018 – 20 / 2 / 1 753)

28. Pozvánka s fotkou - Zdravé město Valašské Meziříčí ve spolupráci s klubem zdraví Adra... (19.2.2018 – 20 / 4 / 2 199)

29. Pozvánka s fotkou - Přednáška se Stanislavem Skříčkou... (19.10.2018 – 20 / 7 / 2 382)

30. Odkaz – Tisková zpráva na webu města - Dětské dopravní hřiště ve Valašské Meziříčí navštívilo v letošním roce 4 833 dětí (12.12.2017, 20 / 11 / 2 100)

31. Odkaz bez fotky – Tisková zpráva města - Regiontour 2018 otevírá své brány... (10.1.2018 – 20 / 11 / 1 768)

32. Odkaz – Tisková zpráva na webu města -Regiontour 2018 otevírá své brány na brněnském výstavišti již příští týden (10.1.2018, 20 / 11 / 1 800)

33. Pozvánka s fotkou - Ve středu 31. října pořádá ČSOP Valašské ekoncetrum přednášku... (25.10.2018 – 21 / 3 / 2 382)

34. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Muzejní a galerijní centrum sídlící v meziříčském zámku... (2.5.2018 – 21 / 4 / 2 057)

35. Pozvánka s fotkou - Galerie Sýpka ve Valašské Meziříčí nabídne... (23.1.2018 – 21 / 5 / 2 285)

36. Pozvánka s fotkou - Komentovaná prohlídka a zároveň derniérový program výstavy (13.1.2018, 21 / 7 / 2 500)

37. Pozvánka s fotkou - Komentovaná prohlídka a zároveň derniérový program... (13.1.2018 – 21 / 7 / 2 511)

38. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - V knihovně ve Valašské Meziříčí se můžete... (15.1.2018 – 21 / 8 / 2 135)

PŘÍLOHA P XV: NEJMÉNĚ ÚSPĚŠNÉ PŘÍSPĚVKY FACEBOOKU VAL. MEZ. (10.11.2017 - 11.11.2018) – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ (3)

39. Pozvánka s fotkou - V knihovně ve Valašské Meziříčí se můžete v úterý 16. ledna v 18 hodin seznámit (15.1.2018, 21 / 8 / 2 100)
40. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Besedou malíře a sochaře Jana Františka Kováře... (23.2.2018 – 22 / 3 / 1 990)
41. Pozvánka s fotkou - Pozvánka na hokej (22.11.2017, 22 / 5 / 1 800)
42. Pozvánka s fotkou - Město Valašské Meziříčí Vás srdečně zve na výstavu vítězných a vybraných snímků... (13.9.2018 – 22 / 7 / 1 956)
43. Pozvánka s fotkou - Strava jako lék je název besedy... (5.6.2018 – 22 / 8 / 2 601)
44. Pozvánka s fotkou - Hra Naši Furianti v sokolovně... (6.3.2018 – 22 / 12 / 2 237)
45. Pozvánka s fotkou - Zdravé město Valašské Meziříčí ve spolupráci s klubem zdraví Adra... (5.3.2018 – 22 / 22 / 2 491)
46. Pozvánka s fotkou - Zdravé město Valašské Meziříčí ve spolupráci s klubem zdraví Adra... (4.1.2018 – 23 / 3 / 2 285)
47. Pozvánka s fotkou - Zdravé město Valašské Meziříčí ve spolupráci s klubem zdraví Adra zvou (4.1.2018, 23 / 3 / 2 300)
48. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Pošta na ulici Zašovská bude v pondělí 3. září odpoledne uzavřena (31.8.2018 – 23 / 4 / 2 441)
49. Příspěvek s externím odkazem na youtube TV Relax - 14. ročník série tematických programů věnovaných Izraeli Chaverut... (23.3.2018 – 24 / 2 / 1 974) – 50 zhlédnutí na youtube
50. Pozvánka s fotkou - Veletrh pracovních příležitostí... (13.4.2018 – 24 / 3 / 2 225)
51. Pozvánka s fotkou - Jedna z předních českých hudebních skupin J.A.R... (8.11.2018 – 24 / 6 / 2 827)
52. Odkaz – Tisková zpráva na webu města - Pódium na Malé scéně za oponou ve Valašské Meziříčí (1.12.2017, 24 / 8 / 2 000)

0 zobrazení

1. Sdílení externí placený odkaz - Už dnes – Michal David (16.6.2018 – 0 / 23 / 0)
2. Sdílení externí placený odkaz - Kulturní léto plné hvězd... (30.7.2018 – 0 / 20 / 0)

PŘÍLOHA P XVI: SROVNÁNÍ SRPEN AŽ ŘÍJEN 2017 A 2018 NA FACEBOOKU VAL. MEZIŘÍČÍ – VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ

Počet příspěvků od 1.8. do 31.10.2018 (srpen - 105, září - 123, říjen - 115)

Srpen

1. Příspěvek s fotkou - Tak to tu ještě nebylo! Do Valašské Meziříčí přijela téměř 300 metrů dlouhá nafukovací skluzavka... (25.8.2018 – 3 451 / 189 / 12 070)
2. Fotogalerie - Helena Vondráčková oslavila ve Valašské Meziříčí svátek... (18.8.2018 – 6 091 / 174 / 6 374)
3. Album – Obří skluzavka (ústřední foto starosta Robert Stržínek) (25.8.2018 – 9 102 / 442 / 10 849)

Září

1. Video - Hlavní videomapping na zámek Žerotínů... (8.9.2018 – 6 063 / 1 298 / 47 164) – počet zhlédnutí (3 s – 20 143, 10 s – 9 947)
2. Fotogalerie s odkazem na tiskovou zprávu města - Oprava bazénu se chýlí ke konci... (14.9.2018 – 5 719 / 326 / 7 421)
3. Album – Vítání občánků (26.9.2018 – 5 070 / 332 / 5 218)

Říjen

1. Album – Vítání občánků (24.10.2018 – 4 235 / 249 / 4 645)
2. Album – Vítání občánků (10.10.2018 – 4 052 / 280 / 5 750)
3. Fotogalerie - Středeční dopoledne patřilo slavnostnímu otevření nově zrekonstruovaného atria na základní škole Masarykova... (24.10.2018 – 3 806 / 152 / 6 589)

Počet příspěvků od 1.8. do 31.10.2017 (srpen - 84, září - 175, říjen - 110)

Srpen

1. Fotogalerie - Ve Valašské Meziříčí se změnil směr jízdy... (28.8.2017 - 6 515 / 158 / 11 664)
2. Fotogalerie - Ve Valašské Meziříčí natáčela televize Prima... (17.8.2017 - 6 260 / 105 / 7 761)
3. Odkaz s fotkou – Tisková zpráva města - Řidiči pozor! Ulice Na Příkopě a Soudní... (14.8.2017 - 5 178 / 154 / 12 572)

Září

1. Fotogalerie - Křižovatka u Kauflandu hlásí hotovo... (7.9.2017 – 12 091 / 743 / 29 283)
2. Příspěvek s fotkou - Zásadní změna dnes čeká valašskomeziříčskou městskou hromadnou dopravu... (6 306 / 731 / 25 544)
3. Album - Slavnostní otevření DDH ve Valašském Meziříčí (1.9.2017 – 6 120 / 76 / 5 250)

Říjen

1. Album – Vítání občánků (23.10.2017 – 6 192 / 647 / 7 837)
2. Album – Vítání občánků (4.10.2017 – 5 482 / 88 / 7 954)
3. Příspěvek s fotkou - Kruhový objezd u kostela svatého Jakuba zdobí nové kameny... (6.10.2017 – 4 588 / 266 / 12 083)