

Sociální sítě a jejich využití ve veřejné správě

Mgr. Jan Mandys, Ph.D., Ing. Jana Školudová, DiS.

Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko-správní

XV. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách

22. 6. 2012 Valtice



Sociální sítě z jiného pohledu

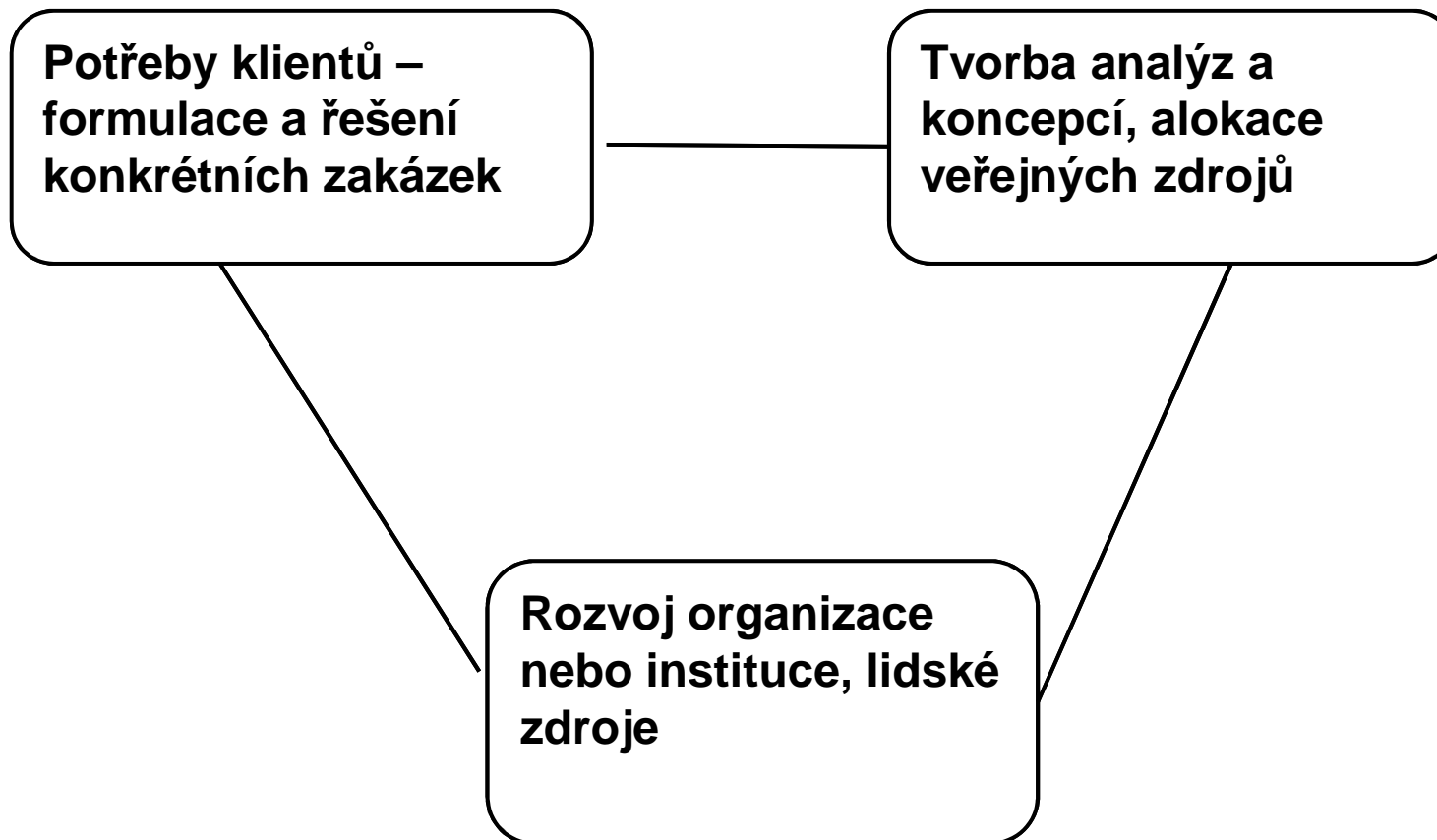


Sociální síť – sociální interakce

= vzájemné působení



Normální život by byl nepředstavitelný, kdybychom museli o každé rutinní činnosti přemýšlet.



Sociální sítě ve veřejné správě:

1. Evropský parlament profil na Facebooku
2. Ministerstvo obrany České republiky



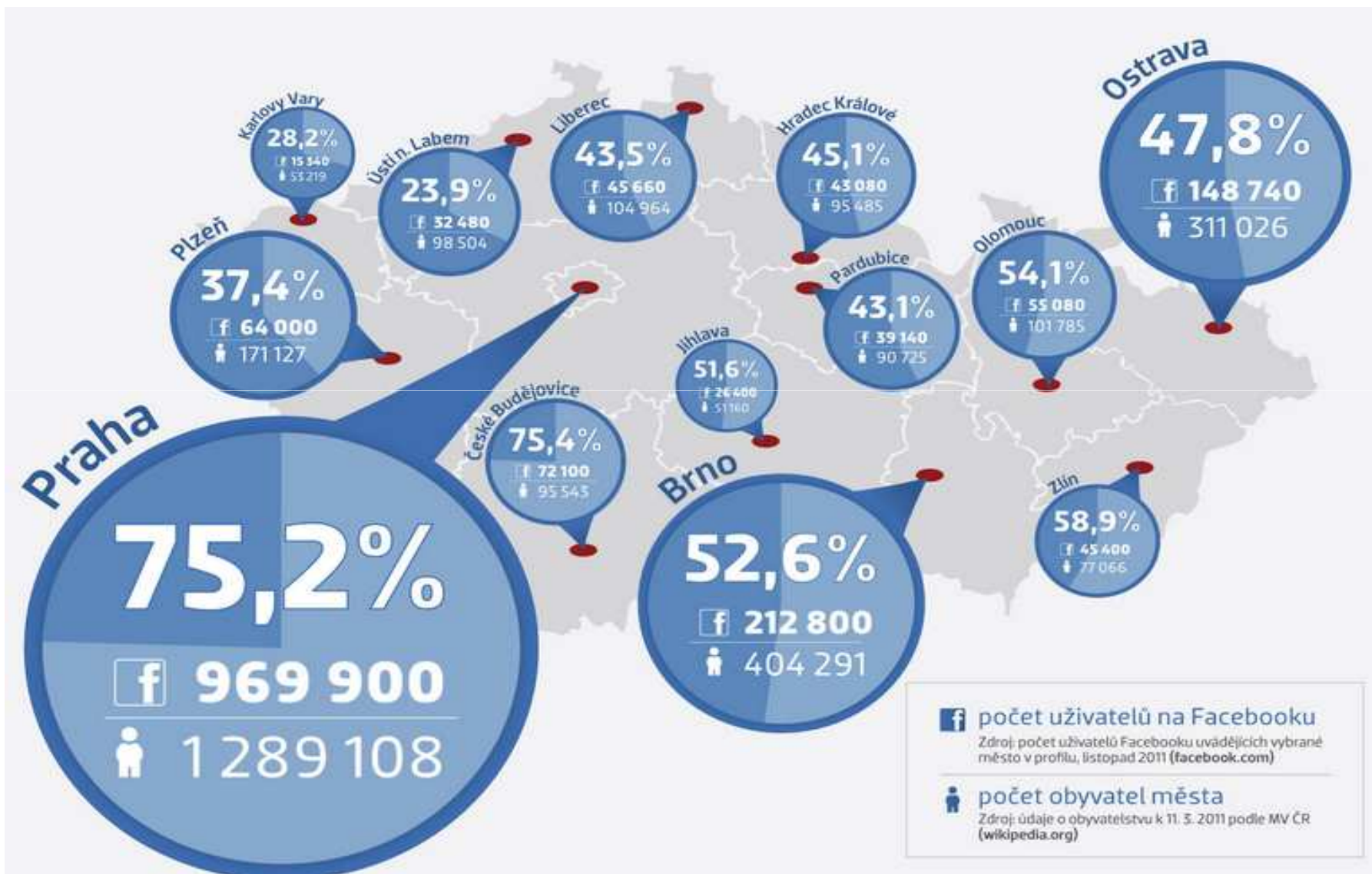
3. Hasičský záchranný sbor ČR

4. Ministerstvo Vnitra ČR pořádá různé workshopy ohledně sociálních sítí: Evropě je 41,7 miliónu uživatelů s tím, že za loňský počet vzrostl jejich počet o 35 %. V roce 2012 by dle odhadů měl počet příznivců sociálních sítí přesáhnout 100 miliónů – **není to moc bezpečné**

5. „eGovernment“



Přehled počtu příznivců jednotlivých krajských měst na sociální síti Facebook



Přínos sociálních sítí – zkušenosti uživatelů a zkušenost marketérů

Z rozeslaných 200 dotazníků se do výzkumu zapojilo 125 jedinců.

Celkem 28 otázek. Z čehož 15 otázek je uzavřených (4 se týkají tvrdých dat), 5 polootevřených a 6 otázek otevřených. Do konceptu otázek jsme zařadili 2 postojové otázky.

Výzkumný soubor šetření tvořilo 8 podnikatelů/marketérů. Do cílové skupiny jsme zařadili podnikatele/marketéry v ČR, kteří využívají sociální sítě v rámci podnikání.

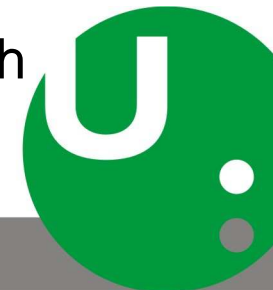
Celkem 36 otázek. Z čehož 21 otázek je uzavřených (5 se týká tvrdých dat), 8 polootevřených a 6 otázek otevřených. Do konceptu jsme zařadili 1 postojovou otázku.

Doplněno o rozhovor s pracovníkem Social Media Agentury.



Proč má mít veřejná správa svůj profil na sociální síti?

- Větší možnost ve využití Public Relations.
- Zviditelnění služeb, akcí, novinek, zajímavostí, produktů apod.
- Budování dobrého jména, dlouhodobých vztahů a důvěry.
- Možnost oslovení nových i stávajících uživatelů (fanoušků).
- Účinná reklama zaměřená na cílovou skupinu (hypertargeting).
- Interaktivní komunikace.
- Vytvoření přátelské a otevřené atmosféry s uživateli.
- Lepší porozumění uživatelů, jejich zvyklostem a měnících se potřeb, přání.
- Usnadňuje uživatelům získávat informace, které opravdu potřebují a chtějí.
- Existence profilu je redukuje náklady na propagaci, distribuci informací
- Možnost měření úspěšnosti pomocí analytických a statistických nástrojů.



!!! SOCIÁLNÍ SÍŤ VŠAK NENÍ POUZE PROFIL NA
FACEBOOKU A PODOBNĚ !!!



Děkuji za pozornost

Mgr. Jan Mandys, Ph.D.

Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko-správní

Ústav správních a sociálních věd

Studentská 95, 532 10 Pardubice

Tel: (+ 420) 466 036 171

E- mail: jan.mandys@upce.cz

