

# #HASHTAG

## KRÓL BEZPŁATNEJ PROMOCJI

Bezpłatne kampanie  
promocyjne dla  
samorządu?  
#teraztomożliwe

**Darmowa promocja wydarzeń miejskich w internecie, informacja rozpowszechniana w prywatnych wiadomościach mieszkańców i nowoczesna komunikacja w mediach społecznościowych. Brzmi jak marzenie? Z tych wszystkich możliwości możemy już korzystać dzięki zastosowaniu hashtagów. Sprawdźmy, jak ich używać!**



**KINGA**

**RĘKAWICZNA**

### **NOWY ROZDZIAŁ W KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ**

Pojawienie się hashtagów otworzyło zupełnie nowy rozdział w komunikacji społecznej. Dzięki nim nieznajomi zaczęli rozmawiać na łączące ich tematy – i to bezpośrednio z poziomu prywatnego konta na portalu społecznościowym, bez konieczności poszukiwania lub stworzenia forum tematycznego lub zapisywania się w grupie dyskusyjnej.

Hashtagi skróciły drogę i czas pozyskania wiedzy oraz ułatwiły wyszukanie informacji z całego świata na portalach społecznościowych takich jak Facebook, Twitter czy Instagram, które stają się potężnymi platformami interaktywnej komunikacji.

Według teorii 6 stopni oddalenia, zwanej także zasadą 6 kroków, każdego z nas dzieli tylko 6 kontaktów od dowolnie wybranej osoby na świecie. Naukowcy twierdzą, że każdy zna kogoś, kto przez swojego znajomego może dotrzeć do kolejnych osób i w ten sposób, dzięki następnym 6 kontaktom, zwykły obywatel może dotrzeć ze swoim przekazem nawet do Prezydenta Stanów Zjednoczonych.

Specjalistka od komunikacji społecznej samorządów i gmin, właścicielka Agencji Szkoleniowej i Public Relations Media & Kreacja, wcześniej pracownik Biura Prasowego prezydenta Wrocławia. Od 2009 r. promuje wizerunek instytucji i organizacji samorządowych oraz osób publicznych w mediach społecznościowych, tj. Facebook, Twitter czy Instagram, oraz prowadzi szkolenia.

Skontaktuj się z autorem:  
[www.mediakreacja.pl](http://www.mediakreacja.pl)

# 3

## ZŁOTE ZASADY

skuteczności promocyjnych hashtagów

# 1

### KONSEKWENCJA W DZIAŁANIACH KOMUNIKACYJNYCH

Jeżeli zamierzamy korzystać z hashtagów, trzeba ich często używać. Nie mogą się pojawić raz, wyjątkowo, przy okazji wydarzenia, a później zniknąć. Należy oswoić użytkowników z nową formą komunikacji i wdrożyć ją na stałe. Przyzwyczaić, że dany hashtag funkcjonuje i zachęcać do jego używania.

Dziś nie potrzebujemy już nawet 6 osób. Dzięki mediom społecznościowym otworzyła się zupełnie nowa era komunikacji między użytkownikami z całego świata. Mimo iż odległość dzieląca urzędników od mieszkańców gminy lub miasta nie jest znacząca, to porozumiewanie się za sprawą hashtagów również dla nich oznacza nowe możliwości komunikacyjne oraz promocyjne.

#### CO TO JEST I JAK DOKŁADNIE DZIAŁAJĄ HASHTAGI?

Nazwa „hashtag” wzięła się z połączenia dwóch elementów „#” i „tag”. *Hash* to angielska nazwa polskiej kratki. Drugim członem nazwy jest wyraz *tag* – znów z języka angielskiego, tłumaczony jako słowo klucz. Połączone razem tworzą hashtag, czyli element aktywny do grupowania tematów.

Umożliwia on użytkownikom serwisów społecznościowych wyszukiwanie interesujących ich treści lub podążanie za danym tematem. Po kliknięciu na hashtag, będący elementem działającym podobnie do hiperlinku, otwierają się wszystkie inne, publiczne wpisy utworzone na danej platformie, a zawierające w sobie dany hashtag.

Oznacza to, że otrzymujemy dostęp do informacji generowanych również przez nieznaną nam osobę, które kiedykolwiek opublikowały cokolwiek na interesujący nas temat. I w drugą stronę, włączając się w ten obieg i publikując informację z hashtagiem, dajemy jej szansę na dotarcie do znacznie szerszego grona odbiorców niż wyłącznie do tych, którzy wcześniej zainteresowali się danym tematem. Uogólniając: dzięki hashtagowi nasze informacje znajdują także ci, którzy ich nie szukali, nie wiedzieli, że u nas je znajdą lub w ogóle nie mieli wiedzy, że takie wydarzenie będzie miało miejsce.



2

## CYKLICZNOŚĆ DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

Jeżeli wydarzenie w gminie odbywa się cyklicznie, należy do jego opisywania stale używać tego samego hashtagu lub nawet grupy hashtagów. Kierujmy się więc zasadą: co roku ten sam hashtag. Aby odróżnić kolejne edycje wydarzenia, możemy oznaczyć je inną datą, np. #FestiwalZimowy2017.

3

## WSPÓŁPRACA Z SĄSIADAMI

Warto nawiązać współpracę z sąsiednimi gminami. Dzięki temu każda z nich będzie mogła pisać o wydarzeniu, stosując te same słowa klucze. Nie musi być to współpraca na szczeblu prezydenckim. Wystarczy wymiana wiadomości pomiędzy administratorami kont miejskich w social mediach, w których ustalą oni, jakimi hashtagami będą posługiwać się podczas informowania mieszkańców swoich gmin o organizowanych wydarzeniach.

**CZY JUŻ POJAWIA SIĘ W WASZYCH GŁOWACH PLAN NA PROMOCYJNE WYKORZYSTANIE HASHTAGÓW? ;)**

Tak! Możemy użyć oficjalnych hashtagów przypisanych do zimowych wydarzeń sportowych i kulturalnych organizowanych przez gminę lub miasto.

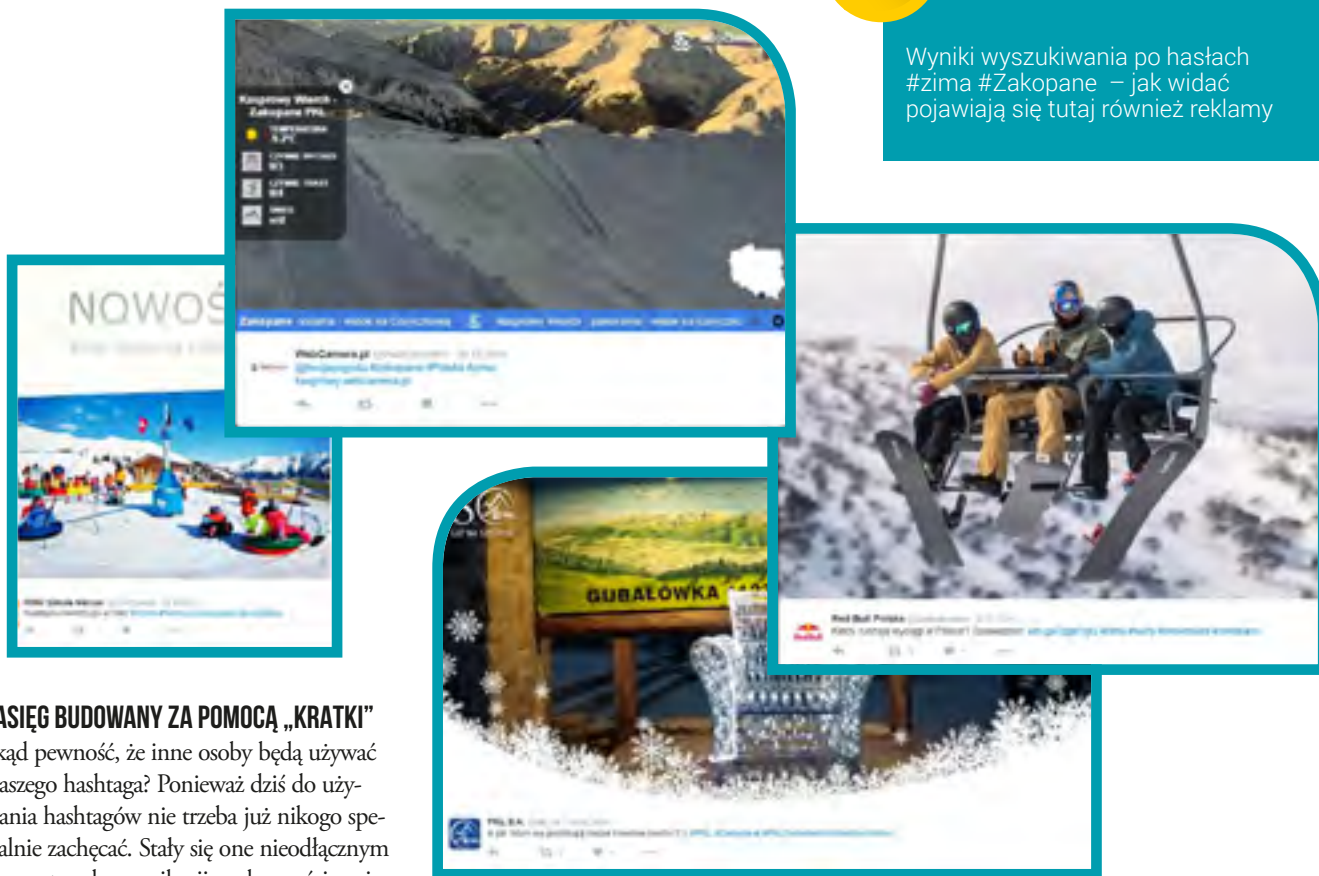
Doskonale sprawdzą się w tej roli nazwy festiwalu lub potocznie funkcjonujące określenia. Ważne, aby ta „hashtagowa nazwa” była łatwa do zapamiętania i do używania oraz nieprzesadnie długa. #FestiwalZimowy i #NazwaMiasta doskonale się sprawdzą. #FestiwalZimowyWMieścieGminnymNazwaMiasta – już niekoniecznie. Jest po prostu o wiele mniej prawdopodobne, aby ktoś wpisał w wyszukiwarce taki hashtag lub sam go użył w dokładnie tym samym brzmieniu.

Warto pamiętać o hashtagach wskazujących na lokalizację wydarzenia. Jeżeli #FestiwalZimowy będzie odbywał się w Pszczynie, można stworzyć drugi hashtag #FestiwalZimowyPszczyna lub w jednym wpisie zamieścić dwa oddzielne hashtagi #FestiwalZimowy i #Pszczyna.



1

Wyniki wyszukiwania po hasłach #zima #Zakopane – jak widać pojawiają się tutaj również reklamy



### ZASIĘG BUDOWANY ZA POMOCĄ „KRATKI”

Skąd pewność, że inne osoby będą używać waszego hashtaga? Ponieważ dziś do używania hashtagów nie trzeba już nikogo specjalnie zachęcać. Stały się one nieodłącznym elementem komunikacji społecznościowej.

Dodatkowo użytkownicy mediów społecznościowych chętnie budują własne zasięgi, dlatego bardzo często wzbogacają swoje wpisy popularnym znakiem. Można wręcz natrafić na wypowiedzi złożone niemalże z samych hashtagów. To jeden z najpowszechniejszych błędów, popełnianych zazwyczaj przez użytkowników serwisu fotograficznego Instagram. A tymczasem dla zbudowania dobrego zasięgu wystarczy kilka hashtagów, które łatwo wpleść w treść wpisu, dzięki czemu całość nie tylko przynosi założony efekt, ale też estetycznie wygląda.

Pamiętajmy o tym, aby formułując oficjalne hashtagi do wydarzeń, unikać typowej dla języka polskiego odmiany przez przypadki. Jeżeli wpis będzie dotyczył koncertu muzycznego, nie należy pisać: „Podczas wieczornego #koncertu wystąpi Grupa Muzyczna”, lecz zmienić szyk zdania, aby słowo „koncert” pozostało nieodmienne, np. „Zapraszamy na wieczorny #koncert, podczas którego usłyszą Państwo...”. Innym rozwiązaniem jest dodanie nieodmiennego hashtaga poniżej wpisu. Ograniczenia związane z liczbą znaków dotyczą tylko tweetów na Twitterze – jeśli korzystamy z tego serwisu, mamy do dyspozycji jedynie 140 znaków.

2

Użycie hashtagów i 140 znaków na Twitterze wystarczy, aby dodać podpis do zdjęcia czy przekazać zwięzłą informację



### # NA SŁUPIE Z PLAKATAMI I NA KOSZULCE

Jako, że komunikacja z mediów społecznościowych coraz mocniej przenika świat realny, a znak „#” wchodzi do języka pisanego, możemy z niego korzystać również poza serwisami internetowymi. Jeżeli na plakacie informującym o wydarzeniu zamieścimy oficjalnego hashtaga, utkwi on jeszcze mocniej w świadomości uczestników wydarzenia, którzy następnie zaczną go używać do opisywania publikowanych w mediach społecznościowych treści. Kratka umieszczona na koszulce czy kubku stanie się gadżetem promującym akcję zarówno w realu, jak i w internecie.

Zachęcam do korzystania z hashtagów i profesjonalnego prowadzenia oficjalnych kont miejskich na Facebooku, Twitterze, Instagramie czy YouTube. To nie tylko doskonała i bezpłatna forma promocji działań jednostek samorządowych, ale również nowoczesny sposób informowania o wydarzeniu mieszkańców oraz turystów z całej Polski. <