

Fire kommuner på Facebook

Erfaringer fra pilotprojekt gennemført medio 2011
med Aalborg, Frederiksberg, Kolding og Gladsaxe Kommune



Indhold

Introduktion.....	3
Hvad får kommunen ud af at gå på Facebook?.....	4
Gider borgerne overhovedet 'være ven' med kommunen?	6
Saboterer Facebook ikke kanalstrategien?	7
Kræver det ikke en masse ressourcer at drive en Facebook-side?	7
Hvor ofte skal man skrive opdateringer?	8
Er det virkelig nødvendigt med en officiel kommuneside?	8
Hvem er brugerne?.....	9
Hvilken forberedelse kræver en Facebook-side?	10
Hvordan kan driften af siden organiseres?	11
Bliver man ikke stormet af kritiske borgerkommentarer?	11
Hvad stiller man op med uacceptable indlæg på Facebook?	12
Skal man bruge sin private profil, når man svarer for kommunen?.....	13
Hvordan underskriver man indlæg og svar til brugerne?.....	13
Hvad indeholder et godt Facebook-opslag?.....	14
Hvor stort gennemslag har opslagene?.....	19
Bør man annoncere for siden på Facebook?.....	20
Hvor kan vi få mere viden og inspiration?.....	20

Introduktion

Er det en god idé for de danske kommuner at gå på Facebook med officielle kommunesider? Hvad kræver det af ressourcer? Og hvordan skal man i givet fald bære sig ad?

De spørgsmål får KL's Kontor for Kommunikation stadig oftere. Derfor indledte vi primo 2011 et samarbejde med Facebook-konsulenthuset KOMFO og gennemførte i april til september 2011 et større Facebook-pilotprojekt for fem udvalgte kommuner: Aalborg, Bornholm, Frederiksberg, Gladsaxe og Kolding. Bornholm valgte siden at forlade projektet, da det ikke var muligt at afsætte ressourcer til vedligehold af Facebooksiden.

Træning og teknik

Pilotprojektet bestod af en række workshops og undervisning ved både KL og Komfo samt begrænset adgang til Komfo's Facebook Management System. Systemet gør det let at lave en velkomstsider, afstemninger eller en oversigt over kommunens mest populære Facebooksider. Samtidig kan systemet bruges til automatisk at slå statusopdateringer op på Facebooksiden og føre dialogen med brugerne.

Målet med projektet var ikke alene at indlede og/eller styrke disse kommuners tilstedeværelse på Facebook, men i lige så høj grad at indsamle fælles viden til gavn for alle interesserede kommuner.

Dette white paper udestillerer de vigtigste indsigter og erfaringer, der kom ud af projektet, og forsøger på den baggrund at komme med en række anbefalinger til kommuner, der ønsker at gå på Facebook eller at udvikle deres tilstedeværelse på mediet.

Håbet er, at det kan tjene til inspiration og fungere som startskud til en bredere videndeling blandt kommuner, der er eller ønsker at være på Facebook.

Med venlig hilsen

Jesper Brieghel, KL Kommunikation
Anna Brill Jørgensen, KOMFO

Fakta om Facebook

2,7 mio. danskere har en Facebook-profil. 48,5 % er mænd. 51,5 % er kvinder.

Hver dansker bruger i gennemsnit omkring 20 minutter om dagen på Facebook – og tallet stiger støt

Hver bruger har i gennemsnit 120 venner på Facebook

Hvad får kommunen ud af at gå på Facebook?

Et af de spørgsmål, der blev diskuteret ivrigt i pilotprojektet var, hvad kommunen får ud af at gå på Facebook. Vi har forsøgt at opsummere hovedargumenterne her.

Godt supplement til hjemmesiden

Kommunerne får rigtig mange borgerhenvendelser, der hverken kræver en egentlig sagsbehandling eller et politisk svar. De kalder blot på information om kommunens ydelser. Disse informationer søger de fleste kommuner at stille til rådighed på hjemmesiden. Men selvom kommunerne anstrænger sig for at lave gode hjemmesider, hvor borgerne kan finde svar på næsten alt, oplever man ofte at borgerne har supplerende spørgsmål til det, de har fundet på hjemmesiden, eller har søgt uden at kunne finde.

Når sådanne spørgsmål besvares via mail, telefon eller i et borgerservicecenter er det kun den enkelte borger, der får glæde af svaret. På Facebook når både spørgsmål og svar ud til en større målgruppe.

Jeg læser måske en medborger spørge til, hvor man kan forny sit pas. Det gør mig ikke alene opmærksom på, at jeg skal tjekke mit pas inden sommerferien, men jeg får også svaret på, hvor jeg kan løse problemer, uden selv at skulle henvende mig.

Det er en effektiv måde at yde borgerservice på. Især fordi brugerne på sociale medier hurtigt begynder at tage ansvar for hinanden og derfor svarer på hinandens spørgsmål i det omfang, de ved besked. En sådan borger-til-borgerservice har store effektiviseringsperspektiver for kommunerne.



Gladsaxe Kommune
Du kan stadig nå at få 60 procent rabat på din nye cykelhjelm som borger i Gladsaxe Kommune. Tilbudet er et led i kommunens kampagne for at få flere til at bruge cykelhjelm.

Få 60 procent rabat på din nye cykelhjelm
www.gladsaxe.dk
Her finder du de mest aktuelle nyheder om Gladsaxe Kommune.

516 personer, der er nået · 11 personer, der taler om dette

👍 Synes godt om · Tilføj kommentar · Del · 1. november kl. 21:45 · 🌐

👍 7 personer synes godt om dette.

Lise Lotte Elvira Jensen hvor skal man så købe hjelmen for at få de 60 procent
1. november kl. 21:51 · Synes godt om

Johnny Jensen <http://www.gladsaxe.dk/Default.aspx?id=48024>
1. november kl. 22:38 · Synes godt om

Helene Persson Lige her ;o) <http://www.gladsaxe.dk/Default.aspx?id=48024>
1. november kl. 22:39 · Synes godt om

Gladsaxe Kommune 90 % af puljen på de 400.000 kr. er nu brugt så det er NU der skal handles. Mvh. Ivan
9. november kl. 14:19 · Synes godt om

Skriv en kommentar...

Relation til borgerne, der hvor de er

Facebook rummer mulighed for en daglig, uformel, personlig, varig meningsfuld og ikke mindst gensidig kommunikativ relation mellem kommunen og borgeren. I modsætning til folderen, det formelle brev eller artiklen i ugeavisen møder kommunen på Facebook borgeren i øjenhøjde, på hendes egne præmisser, der hvor hun er.

Her kan borgeren – på en platform, hun kender – deltage i debatter, få direkte svar på spørgsmål og løbende modtage information om kulturtilbud, dagrenovation og muligheder for politisk indflydelse. Det giver en helt anden fornemmelse af nærhed, kontakt og ikke mindst ejerskab til kommunen end man kan opnå ad traditionelle kanaler.

De traditionelle kommunale hjemmesider giver naturligvis i udgangspunktet adgang til samme informationsmængde, men dels er mulighederne for dialog på disse sider ofte begrænset, dels besøger brugerne som regel kun kommunens side, når de har et konkret informationsbehov.

Facebook bruger de imidlertid dagligt eller oftere. Det er en uformel platform, hvor de føler sig hjemme, men ikke desto mindre er villige til at interagere med kommunen. Det giver mulighed for at bygge en relation, der rækker ud over neutral serviceinformation fx til inddragelse og lokalt engagement.

Erfaringerne fra pilotprojektet tyder således meget klart på, at facebooksiderne dels giver brugerne en oplevelse af øget tilgængelighed og åbenhed, dels når ud til brugergrupper, der ellers har været svære at engagere i dialog.

Facebook kan skabe appetit på dialog

Facebook er ikke særlig velegnet til at føre en borgerdialog om meget komplekse eller abstrakte emner. Blandt andet fordi siderne er for dynamiske og meget svære at søge i. Men det er stærkt til at skabe appetit på mere dialog.

Du kan sammenligne Facebook lidt med en elevator. Alle lytter imødekomme til enhver henvendelse fra andre i elevatoren, men du har kun få sekunder til at levere dit budskab og få en hurtig tilbagemelding. Ønsker du en længere dialog, må du formulere dig, så din tilhører får appetit på at fortsætte diskussionen når elevatoren stopper. Facebook giver dig chancen for at skabe interesse.

Komplicerede diskussioner om kommunens budgetforhandlinger hører altså ikke til på Facebook. Men platformen vækker appetitten og skaber interesse for en tættere dialog på andre kommunale platforme eller på mere traditionelle dialogmøder.

Facebook bringer kommunen med over på mobilen

Danskerne bruger i stadig stigende grad mobilen til at gå på nettet, og det udgør på sigt en udfordring for de kommunale hjemmesider som kommunens primære kommunikationskanal. For det første fordi så godt som ingen kommunale hjemmesider endnu er gearet til at blive læst via browseren på en mobiltelefon. For det andet fordi størstedelen af netforbruget på smartphones foregår via applikationer og ikke via browser. Det kunne man forsøge at imødekomme ved at udvikle kommunale apps, men de vil sandsynligvis have det svært i konkurrencen om den snævre plads på brugernes smartphones.

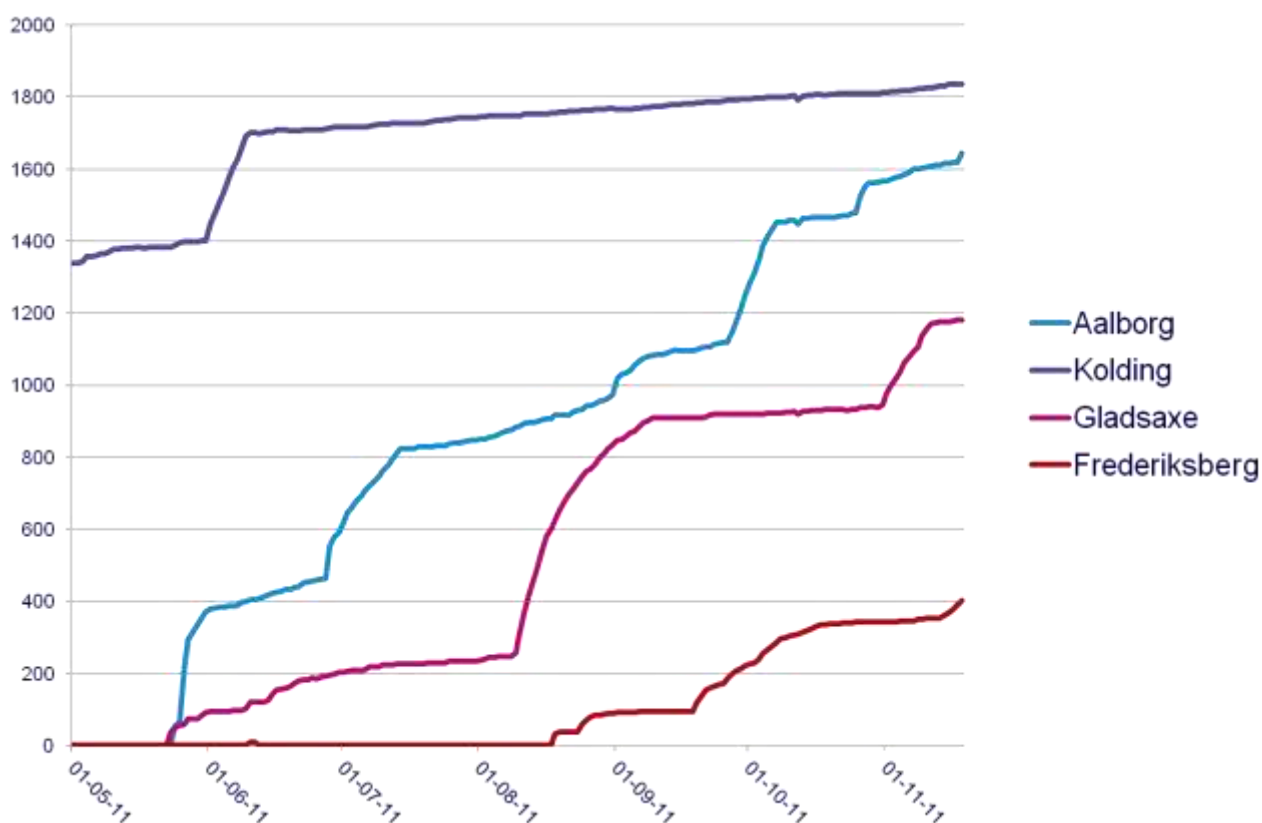
Langt de fleste smartphone-brugere har imidlertid installeret Facebook-app'en og bruger den flittigt. Derfor kan kommunen bruge en stærk Facebook-tilstedeværelse til at få sine budskaber og nyheder med over på mobilen, direkte ind i den Facebook-nyhedsstrøm, som brugerne læser flere gange dagligt.

Kommunen er allerede på Facebook

Endelig er det værd at bemærke, at kommunen allerede er på Facebook, hvad enten den ønsker det eller ej. I langt de fleste kommuner bliver lokalpolitik diskuteret ivrigt i Facebook-protestgrupper som 'Nej til skolelukninger i X-købing', der ofte tæller mange hundrede eller til tider tusinde brugere. Her når kommunens budskaber og kvalificerende information imidlertid aldrig ud. Ved at etablere en kommunal side signalerer kommunen dialogvilje, den får let adgang til borgerdialogen og får direkte mulighed for at svare sine kritikere og deres læsere.

Gider borgerne overhovedet 'være ven' med kommunen?

Ja, det er bestemt erfaringen i de fire deltagende kommuner. På ganske få måneder er det lykkedes dem at tiltrække og fastholde op et stort antal brugere, der nu adskillige gange om ugen hører fra deres kommune.

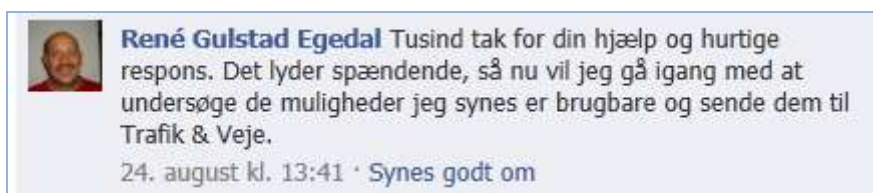


Saboterer Facebook ikke kanalstrategien?

For mange kommuner overskygges disse muligheder imidlertid af en række grundlæggende bekymringer ved at åbne en ny kommunal kommunikationskanal. For giver det mening at give borgerne mulighed for at stille spørgsmål via Facebook, når kanalstrategien er at lukke dialogkanaler og i stedet flytte borgerne over på den mere økonomiske selvbetjening?

Jo, hvis borgerne brugte kommunale Facebook-sider lige som de bruger et Borgerservicecenter. Men det gør de ikke. I et borgerservicecenter oplyser man sit CPR-nummer og får hjælp til sin individuelle sag. Det må kommunerne slet ikke på Facebook af hensyn til persondataloven, og det forventer borgerne heller ikke. Langt de fleste borgere er helt med på, at kommunen på Facebook kun kan besvare spørgsmål af generel karakter eller henvise til en instans, der kan sagsbehandle.

Ikke desto mindre sætter de stor pris på at kunne stille og få besvaret disse spørgsmål på en platform de kender og er fortrolige med. Mange bruger tilkendegiver ligefrem, at dette er den primære grund til, at de har 'synes godt om' siden.



Kræver det ikke en masse ressourcer at drive en Facebook-side?

Erfaringerne fra pilotprojektet er, at selve opstarten af Facebook-siden er det mest tidskrævende. Ikke fordi det rent teknisk er vanskeligt, men fordi det kræver en del overvejelser, planlægning og intern godkendelse at sætte projektet ordentligt i søen.

Når først siden er i luften er tidsforbruget ikke overvældende. Det tager den ansvarlige medarbejder et sted mellem ti minutter og en time dagligt at skrive statusopdateringer, læse nye indlæg og svare på spørgsmål.

Hvor lang tid bruger I dagligt på Facebook-siden?	
Aalborg	4-5 timer om ugen
Frederiksberg	2-3 timer om ugen
Gladsaxe	1½ time om ugen
Kolding	2½ time om ugen

Det er imidlertid helt afgørende, at Facebook-siden vedligeholdes mindst en gang om dagen. En nylig undersøgelse gennemført af Anna Brill Jørgensen viste, at to tredjedele af brugerne forventer svar fra kommunen inden for 48 timer, når de har stillet et spørgsmål på Facebook. Til gengæld forventer de ikke at kunne få svar på meget komplekse problemstillinger.

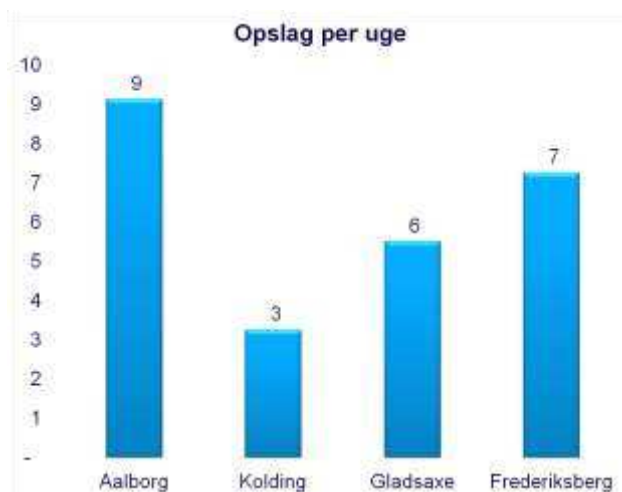
Hvor ofte skal man skrive opdateringer?

Facebooks egne undersøgelser viser at fansider, der laver en statusopdatering hver dag, i gennemsnit får højere eksponering end fansider, der laver færre statusopdateringer. Det skyldes at Facebook – ligesom f.eks. Google – sorterer i statusopdateringerne så brugerne kun får vist det mest relevante. Algoritmen bag sorteringen er naturligvis en forretningshemmelighed, men den baserer sig bl.a. på:

- **Affinitet** – din personlige tilknytning til fansiden
- **Engagement** – hvor engagerede fansidens fans gennemsnitligt er (baseret på feedback i form af likes, kommentarer og når folk deler opslaget)
- **Aktualitet** – jo nyere en opdatering er, jo større er sandsynligheden for at den vises

Hvis antallet af statusopdateringer falder til under 2-3 stykker om ugen er der derfor en stor risiko for, at brugerne kun i ringe omfang får opslaget at se.

Eftersom engagement er en afgørende faktor er det imidlertid helle ringen mirakelkur at masseproducere indslag. For at få maksimal eksponering skal opslagene ikke blot være hyppige, men også være af en sådan art, at de inspirerer brugerne til at 'synes godt om', kommentere eller dele videre via deres egen profil.



Er det virkelig nødvendigt med en officiel kommuneside?

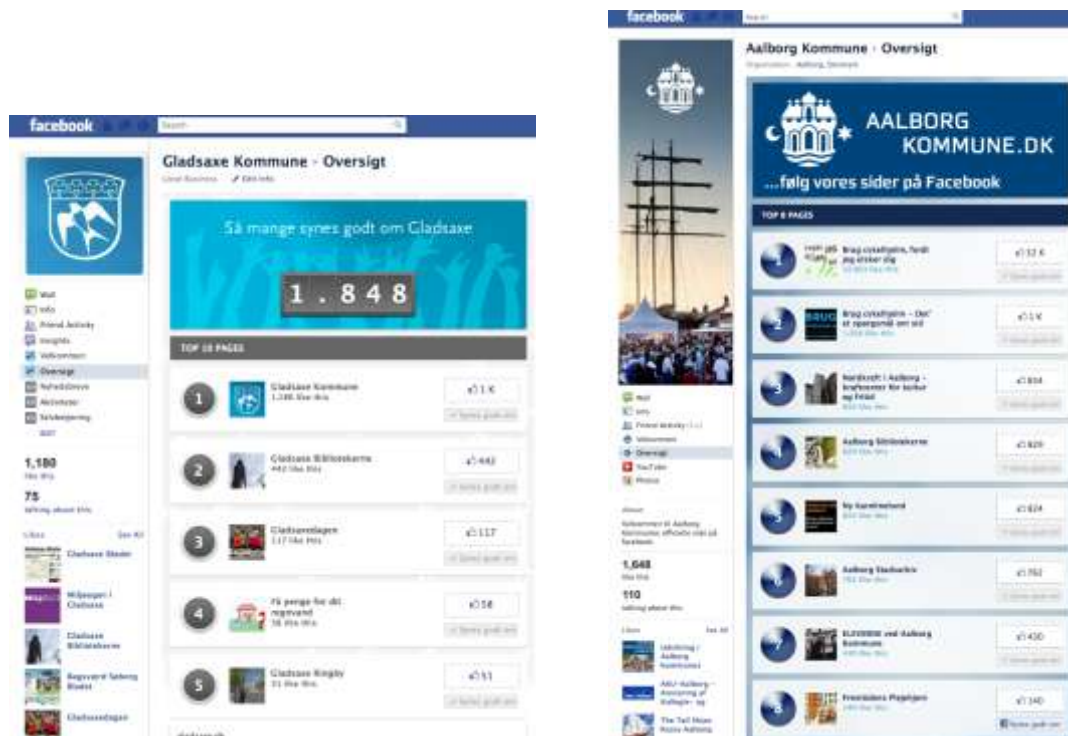
Mange kommuner er aktive på Facebook via deres lokale institutioner. Særligt bibliotekerne og kulturhusene er aktive på Facebook. Derfor kan man med rette spørge, hvorfor det skulle være nødvendigt med en officiel kommuneside drevet af rådhuset?

For det første er det som bruger meget vanskeligt at skaffe sig et overblik over, hvilke kommunale Facebooksider, der findes. Facebooks søgefunktion er slet og ret elendig, og de sider institutionerne opretter får ikke nødvendigvis et navn, der bringer dem frem i en søgning på kommune- eller bynavnet. Man skal altså søge specifikt på institutionsnavnet for at finde siden – og på den måde opdager man aldrig institutioner og sider, som man ikke kendte i forvejen. Desuden sorterer Facebook søgeresultaterne ud fra de relationer, du har på Facebook, så to brugere vil sjældent få samme søgeresultat.

Ved at etablere en officiel kommuneside kan man skabe et overblik og én samlet indgang til alle kommunens Facebook-aktiviteter. Det hjælper brugerne til at få det maksimale ud af kommunen tilstedeværelse på platformen. Det synliggør også kommunens ejerskab til de institutioner borgerne kender, men måske ikke umiddelbart forbinder med kommunen.

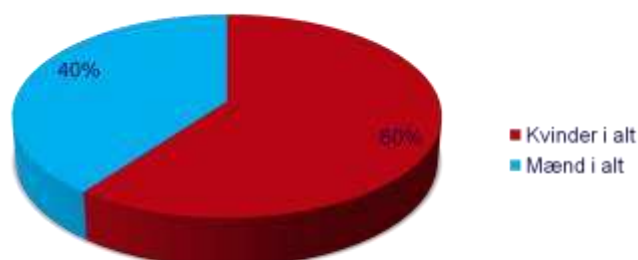
For det andet giver institutionernes sider ikke nødvendigvis brugerne mulighed for at stille spørgsmål til kommunen. Og hvis de gør, er det ikke sikkert at siderne vedligeholdes særlig ofte, så svaret kan være meget længe undervejs. Med en officiel kommuneside kan kommunen modtage spørgsmål og svare ét sted, til glæde for både kommune og borger.

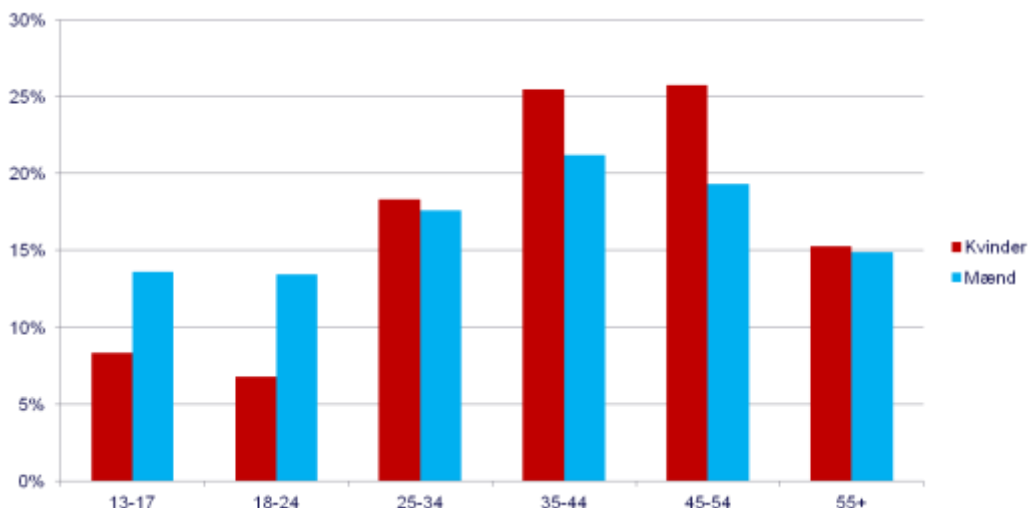
I pilotprojektet blev der på tre af kommunernes fansider oprettet en "oversigtsside" – en applikation fra KOMFO, der lister kommunens andre fansider og gør det muligt for brugeren at like lige netop den side, de synes er relevant.



Hvem er brugerne?

Statistik på de fire deltagende kommuners sider viser, at 80 pct. af brugerne er over 24 år og 60 pct. er kvinder. I kommunal sammenhæng er Facebook altså ingenlunde et ungdomsmedie. Der er faktisk flere brugere, der er 55 eller derover end der er bruger i kategorien 18-24. Og de største brugergrupper ligger i kategorien 35-54 år.





Hvilken forberedelse kræver en Facebook-side?

Som nævnt viser erfaringerne, at det primært er i udviklingsfasen, at Facebook-siden kræver ressourcer. Men hvis siden skal blive mere end en svagelig døgnflue, som ingen prioriterer i en hektisk dagligdag, er det afgørende at de ansvarlige for den nye kanal fra begyndelsen sikrer sig den fornødne organisatoriske og evt. politiske opbakning. Der bør derfor lægges en praktisk og realistisk plan for, hvordan siden skal drives, hvordan indholdet produceres, og hvem der har det daglige ansvar for projektet. Denne plan kan så få ledelsens godkendelse.

Ud fra erfaringerne i pilotprojekt, anbefales derefter følgende steps:

1. Udvælg Side-ansvarlig(e).

2. Kursus i vægkommunikation. Det er vigtigt, at I kommunikerer på mediets præmisser.

- Hvad skriver man om og hvordan?
- Hvor tit?
- Hvem svarer og hvor hurtigt?

3. Opsætning af side

- Udfyld Oplysninger (et "menupunkt" inde på fansiden)
- Upload profilbillede og andre billeder, der bliver vist over væggen inde på fansiden
- Vælg Standard faneblad – den fane, som ikke-fans lander på. Fans lander altid på væggen, men det er muligt at vælge fx Oplysninger som landingsfane eller at installere en velkomstfane.

I pilotprojektet fik alle kommuner adgang til at opsætte og designe en velkomstfane og en oversigtsfane for at give nye brugere et



professionelt førstehåndsindtryk og stille værditilbuddet til brugerne skarpt op, hvilket hjælper til at konvertere nye besøgende til fans.

4. Launch og markedsføring

- Brug egne kanaler, både de eksternt og internt rettede (website, intranet, blade/magasiner, mailsignatur, plakater i borgerservicecentre etc.) til at gøre opmærksom på siden
- Annoncér på Facebook (læs mere om dette i et senere afsnit)
- Brug sædvanlige købte markedsføringskanaler fx outdoor eller lokalavisen

5. Efter 2-3 måneder: Status og evaluering på interaktioner med fans

- Får vi svaret på alle henvendelser?
- Får vi lavet nok posts?
- Hvordan er kvaliteten/feedback'en på vores posts?
- Har vi fans nok til at der er en reel debat på Siden?

6. Efter 6 måneder – status og evaluering på ny

Hvordan kan driften af siden organiseres?

På spørgsmålet om, hvordan driften af siden bedst organiseres, delte pilot-kommunerne sig i to skoler. Den ene gruppe sværger til at udpege en ildsjæl, der brænder for sociale medier, til at varetage den daglige drift af Facebook-siden. Denne redaktør opsøger og finder selv de historier, der skrives på siden, ligesom hun finder svar på brugernes spørgsmål ved at spørge ind i organisationen.

Det tydelige ejerskab og personlige forankring sikrer, at kommunens tilstedeværelse på Facebook får præcis det personlige præg, der er så afgørende for dialogen på mediet, og undgår at opgaven med at vedligeholde og udvikle siden falder ned mellem forskellige kontorer eller medarbejdere.

Den anden gruppe ønsker at forankre Facebook-sidens drift i kommunens eksisterende web-struktur, så indholdsproduktionen foregår decentralt, ligesom det sker på hjemmesiden. Efter denne model får de webansvarlige i hver fagsektion altså ejerskab og administratoradgang til Facebook-siden så de kan skrive inden for deres eget fagområde. Brugernes spørgsmål tager de enkelte fagområders call-centre sig af, så Facebook blot bliver en naturlig del af den eksisterende borgerbetjening.

Det kræver naturligvis uddannelse og træning i kommunikation på Facebook, så medarbejderne er fortrolige med teknikken og kan skrive og svare i Facebooks personlige og uformelle tone.

Bliver man ikke stormet af kritiske borgerkommentarer?

Nej, det er faktisk ikke erfaringen, hverken fra pilotprojektet eller fra de andre kommuner, der er på Facebook. Kommunerne modtager mange forskellige slags kommentarer og tilbagemeldinger, langt fra kun kritiske.

I Aalborg udløste 125 kommunale statusopdateringer fra maj til oktober 2011 i alt 92 kommentarer fra brugerne. De bestod alle i enten positive, konstruktive eller blot undrende spørgsmål og bemærkninger. Egentlig kritik fik kommunen i 16 selvstændige brugeropslag på kommunens væg.

Og de borgere, der har kritiske kommentarer holder som regel også en relativt sober tone. Nu er deres kommentarer jo også synlige for deres eget Facebook-netværk, og det kan meget vel tænkes at have en modererende effekt.

Endvidere viser pilotprojektet, at kommunen ofte får en overordentlig positiv respons, når den bruger kritikken som anledning til dialog med borgerne.



Jacob Gowland Jørgensen
Kære Kommune, et hurtigt spørgsmål: Laver kommunen kvalitetskontrol når der anlægges nye cykelstier? Spørger jeg, efter at have prøvet hvor miserable de nyanlagte cykelstier på Stengårds Alle og Gammellosevej (ved den nye Rema) er. Prøv at tage en tur og tæl bumpene og skævhederne. De er rigtig mange, og det kan umuligt gøre noget godt for trafikikkerheden.
Like · Comment · September 4 at 11:53am ·

View all 4 comments

Gladsaxe Kommune Hej Jacob – asfaltarbejderne foran det ny Rema på Gammellosevej er ikke endeligt afsluttet efter det private byggeri og vi er i kontakt med bygherre for at få det afsluttet. Med hensyn til de ny cykelstier på Stengårds Alle, som kommunen udfører, mangler udlægning af slidlaget. Det vil blive udlagt i løbet af ca. 1–1,5 måned. mvh Ivan Christensen
September 6 at 1:24pm · Like

Jacob Gowland Jørgensen Hej Ivan, tak for det hurtige svar – glæder mig til at det bliver bedre. Mvh Jacob
September 6 at 4:18pm · Like

Write a comment...

Hvad stiller man op med uacceptable indlæg på Facebook?

Selvfølgelig hænder det, at enkeltpersoner kommer med meget voldsomme og uacceptable udfald mod kommunen eller navngivne personer.

Disse indlæg kan man med sindsro slette, forudsat at man på Facebooksiden har gjort det klart, hvilke retningslinjer der gælder for debatten. Det kan man gøre på Det er på ingen måde usædvanligt. Det samme gør sig fx gældende på netavisernes debatsektioner. Aalborg sætter på sin Facebookside følgende ramme for debatten på væggen:

Når du slår noget op på Aalborg Kommunes væg eller kommenterer på vores opslag, kan vi se, hvem du er. Derfor skal du også vide, hvem det er, der holder øje med siden, svarer og lægger statusopdateringer ud. Side administreres af Lotte Birk Thomsen, Johnni Pape (Borgmesterkontoret) og Trine Egeberg Elkjær (Teknik- og Miljøforvaltningen).

Vi er glade for alle indlæg, som vi får på væggen, men indlæggene skal holdes i en god tone. Indlæg, der indeholder chikane, mobning, nedladende kommentarer eller links til kommercielle sider, bliver slettet.

Kommer der spørgsmål på væggen, der kræver sagsbehandling, vil vi henvise til en relevant afdeling eller fagperson i Aalborg Kommune. Vi laver ikke sagsbehandling via Facebook, og vi fraråder, at du opslår personlige oplysninger eller personsager på væggen.

Lader man indlæggene stå, er det i øvrigt ikke usædvanligt at andre brugere træder til og spiller en modererende rolle:



Skal man bruge sin private profil, når man svarer for kommunen?

Nej. Flere kommuner har oplevet, at medarbejderne har reageret med umiddelbar modstand at skulle bidrage til en Facebook-side, fordi de frygter at skulle bruge deres private Facebook-profil til at svare på kommunens vegne. Men det beror på en misforståelse.

De medarbejdere, der skriver og svarer brugere på vegne af kommunen, logger sig ind som kommunen og anføres derfor ikke med deres private profil. Men det ved medarbejderne ikke nødvendigvis. Derfor er en oplysningsindsats og eventuel træning påkrævet.

Sådan gør man:

Når man er administrator af en Facebookside, vil der ude i højresiden stå 'Brug Facebook på vegne af X Kommune'.

Når du klikker, bevæger du dig herefter rundt på Facebook som en Facebookside og ikke din almindelige profil.

Når du vil tilbage til din personlige profil, går tilbage på siden og vælger 'Brug Facebook på vegne af X'.



Hvordan underskriver man indlæg og svar til brugere?

Den uformelle, personlige tone er afgørende for dialogen på Facebook. Derfor giver det god mening at underskrive sig med navn – eventuelt blot fornavn for at understrege det uformelle – og eventuelt fagområde eller kontor, når man svarer en bruger.

Nogle medarbejdere bryder sig imidlertid ikke om at svare med navn, da de er nervøse for at blive genstand for personlig kritik eller egentlige trusler.

Det er ikke erfaringen, at brugerne på den måde reagerer mod navngivne medarbejdere. Tværtimod har den personlige afsender en tendens til at fremkalde forsonlighed, imødekommenhed og endog taknemlighed hos brugerne.

Men derfor skal bekymringen naturligvis tages alvorligt, så ingen medarbejdere presses til noget, de er oprigtigt bange for.



Landsstævne 2011 - Aalborg Kommune
www.aalborgkommune.dk

Beredskabscenter Aalborgs Ungdomsbrandkorps holder landstræf 2.-4. september 2011 i Aalborg

923 visninger · 0,76 % feedback

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del · 23. august kl. 12:28

4 personer synes godt om dette.



Steen Rasmussen Er der fri adgang til området og hvornår? - og hvilken påklædning er bedst?

23. august kl. 13:27 · Synes godt om



Aalborg Kommune Hej Steen. Der er som sådan ikke adgang for publikum, men prøv at kontakte beredskab@aalborg.dk - de vil kunne svare dig mere præcist/Lotte

23. august kl. 13:37 · Synes godt om



Steen Rasmussen Tak- Lotte

23. august kl. 15:40 · Synes godt om

Hvad indeholder et godt Facebook-opslag?

Rent teknisk er en god post én, der skaber brugerinteraktion (likes og kommentarer) og bliver delt af brugerne via deres egne profiler. Dermed øges rækkevidden og eksponeringen og chancen for at flere ser Facebooks idens opdateringer bliver større.

Indholdsmæssigt viser erfaringerne fra pilotprojektet, at det i høj grad er de følgende kategorier af opslag, der har den største interesse for brugerne, og som skaber den største interaktion.

- Gratis aktiviteter i kommunen
- Billeder fra aktiviteter i kommunen
- Hæder til by og bysbørn (lokalpatriotisme)
- Åbninger af nye anlæg og faciliteter
- Aktuel serviceinformation

Sammenligner man samtlige opslag fra de fire deltagerkommuner og analyserer på deres eksponering og evne til at skabe interaktion er det muligt at identificere de opslag, der har fungeret bedst. De kan forhåbentlig tjene til inspiration.

Der er adgang til mere statistik på www.kl.dk/socialemedier

OPSLAG MED FLEST 'SYNES GODT OM'

Kommune	Opslagstekst	Dato	Synes godt om
Gladsaxe	Bedste Online Kommune 2011..... DET ER GLADSAXE :-) Vi er lige kommet tilbage fra kontoret fra overrækkelsen og kan nu fortælle jer den gode nyhed. Tak til alle jer på siden , medarbejdere såvel som borgere, der følger os. Uden jer ville det ikke kunne lade sig gøre...	11-7-11	62
Aalborg	Vi ønsker alle en god valgdag i det dejlige solskinsvejr!!!	9-15-11	35
Aalborg	Aalborg Kommune fik en flot 3. plads i Kommunens kårning af Bedste online kommune 2011	11-2-11	28
Gladsaxe	Lige i disse timer sidder vi alle og bider negle. For Gladsaxe Kommune er med i opløbet om at blive Bedste Online Kommune 2011. En dommerkommite arbejder på højtryk for at vurdere, om det skal være Gladsaxe eller Vejle, der løber med prisen.	11-2-11	27
Gladsaxe	En undersøgelse har netop kåret Gladsaxe Kommune som en af de 10 kommuner i landet, der er bedst til at styre økonomien. Læs artiklen i Bagsværd-Søborg Bladet.	9-29-11	25
Aalborg	Se billederne fra den næsten færdige svømmehal ved Gigantium. http://www.gigantium.dk/omgigantium.php?side=svoemmehal Svømmehallen indvies søndag den 27. november.	11-3-11	24
Aalborg	Aalborg Kommune er med i opløbet om at blive den bedste online kommune i 2011. Udover vores hjemmeside bedømmes vi blandt andet på vores brug af sociale medier - herunder Facebook. Vi håber I krydser fingre med os:)	11-1-11	23
Aalborg	Så rundede vi 1000 "venner" - mange tak til alle jer der har hjulpet os hertil. Spændende om det går lige så stærkt med de næste tusinde. Vi vil gøre vores for at siden bliver meget bedre!!!	9-1-11	23
Gladsaxe	Så er budgettet for de 2012-2015 på plads. Og i Gladsaxe kan politikerne det der med det brede samarbejde. Seks af syv partier er med i forliget. Det svarer til 24 ud af 25 byrådsmedlemmer.	9-16-11	23
Aalborg	Ny svømmehal med wellness-center åbner i GIGANTIUM mandag den 28. november!	11-16-11	22
Gladsaxe	Mangler I sengepladser, når familien melder sin ankomst til juleaften, så er her måske løsningen. For nu kan alle borgere købe billig overnatning på Gladsaxe Sports Hostel.	10-14-11	22
Aalborg	Vi har rundet borger nr. 200.000, og den heldige blev Mie Deurmann Petersen. Hun bliver fejret på behørig vis i dag kl. 15.00 på Rådhuset, Gammel Torv. Vi hejser flaget endnu en gang :-)	9-2-11	21

OPSLAG SOM BRUGERNE HAR DELT MEST

Kommune	Opslagstekst	Dato	Gange delt
Aalborg	Se billederne fra den næsten færdige svømmehal ved Gigantium. http://www.gigantium.dk/omgigantium.php?side=svoemmehal Svømmehallen indvies søndag den 27. november.	11-3-11	6
Gladsaxe	Tag hele familien med til julehygge på Rådhuspladsen fredag 25. november kl. 17, hvor borgmesteren tænder det store juletræ. I kan varme dig med gratis kakao og gløgg, nyde es julemusik og hilse på julemanden og hans nissepiger.	11-16-11	6
Aalborg	Fredag aften kan du komme gratis ind på Aalborg Stadion og heppe på det danske U/21-landshold, når de møder Færøerne - håber vi ses!	10-5-11	5
Gladsaxe	Så er sæsonen startet i Gladsaxe Skøjtehal, så nu er det bare med at få skøjterne fundet frem og støvet af. Og har man en skøjteprins- eller prinsesse i maven, er der isdisco 1. fredag i hver måned.	10-24-11	5
Aalborg	Er mountainbike noget for dig? Park & Natur har i samarbejde med lokale cykelklubber anlagt og afmærket fire mountainbikeruter med forskellige sværhedsgrader. Du kan desuden leje mountainbikes af Aalborg Kommune. God fornøjelse - og pas på dig selv og de andre der færdes i naturen.	10-4-11	5
Gladsaxe	Til alle børnefamilier og barnlige sjæle. Mød Jeppe og Marie fra Lille Nørd til Søens Dag ved Bagsværd Sø på søndag 25. september. Her kan I også padle en tur i kano, se og røre ved fisk, der er fanget i søen, deltage i den sjove, udfordrende naturjagt og bage en pandekage over bål.	9-22-11	5
Kolding	I dag kan du frit vælge den korteste kø, når du skal stemme. Vi har nemlig indført digitale valglist, og det betyder, at du hurtigt får udleveret din stemmeseddel. Du sætter som sædvanligt dit kryds med en blyant inde i stemmeboksen. Ha' en rigtig god valgdag.	9-14-11	4
Aalborg	Kom og hep på det danske U21-landshold, når de spiller EM-kvalifikationskamp på Aalborg Stadion den 7. oktober - det er gratis for alle!	9-27-11	4
Aalborg	Oplev jægersoldater i aktion på havnefronten i Aalborg på lørdag, når Jægerkorpset fejrer 50 års Jubilæum. Hendes Majestæt Dronning Margrethe kommer også!	11-1-11	4

OPSLAG SOM HAR FÅET FLEST BRUGERKOMMENTARER

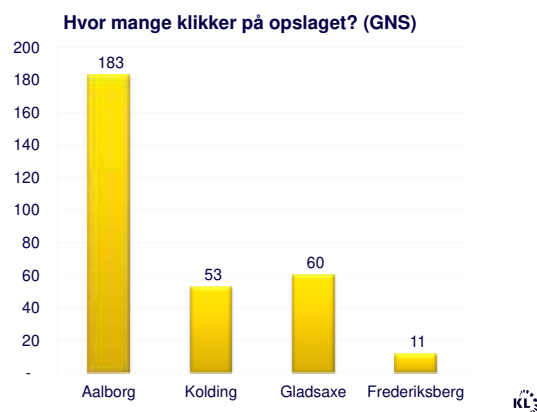
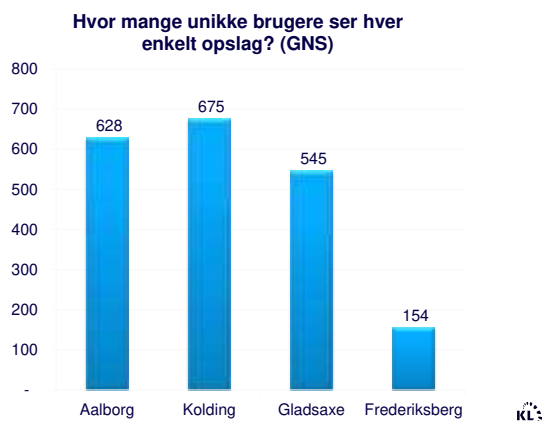
Kommune	Opslagstekst	Dato	Kommen tarer
Gladsaxe	Bedste Online Kommune 2011..... DET ER GLADSAXE :-) Vi er lige kommet tilbage fra kontoret fra overrækkelsen og kan nu fortælle jer den gode nyhed. Tak til alle jer på siden , medarbejdere såvel som borgere, der følger os. Uden jer ville det ikke kunne lade sig gøre...	11-7-11	10
Gladsaxe	En undersøgelse har netop kåret Gladsaxe Kommune som en af de 10 kommuner i landet, der er bedst til at styre økonomien. Læs artiklen i Bagsværd-Søborg Bladet.	9-29-11	7
Gladsaxe	Mangler I sengepladser, når familien melder sin ankomst til juleaften, så er her måske løsningen. For nu kan alle borgere købe billig overnatning på Gladsaxe Sports Hostel.	10-14-11	6
Aalborg	Se billederne fra den næsten færdige svømmehal ved Gigantium. http://www.gigantium.dk/omgigantium.php?side=svoemmehal Svømmehallen indvies søndag den 27. november.	11-3-11	5
Gladsaxe	Har du overvejet at begynde at køre med cykelhjelm, men aldrig lige fået taget det endelige skridt, så har du chancen nu. For fra i morgen kan du som borger i Gladsaxe Kommune få en cykelhjelm med 60 procent rabat. Læs mere om cykelkampagnen og hvordan du får rabat på din nye cykelhjelm.	10-11-11	5
Aalborg	Ny svømmehal med wellness-center åbner i GIGANTIUM mandag den 28. november!	11-16-11	4
Gladsaxe	Fra i dag skal du ikke længere på rådhuset, hvis du har ærinder om pladsanvisningen og forældrebetalingen på daginstitutionsområdet, opkrævningen, hegnssyn, huslejenævn, beboerklagenævnet, pensionisthaver, bådpladser og lån til betaling af ejendomsskatter. Nu kan du ringe til os eller sende en mail. Og hvis en telefonopringning ikke er nok, så får du en tid til et møde, så du slipper for at stå i kø.	10-3-11	4
Gladsaxe	Gladsaxe har nu rundet det magiske tal på 1000 borgere, der følger vores side. Samtidig har vi nu været på Facebook et halvt år. Vi vil i den anledning rigtig gerne høre fra jer, hvad I synes er godt, og hvad der bør være anderledes. Så skriv løs...	11-4-11	4

OPSLAG SOM ER BLEVET VIST FOR FLEST BRUGERE

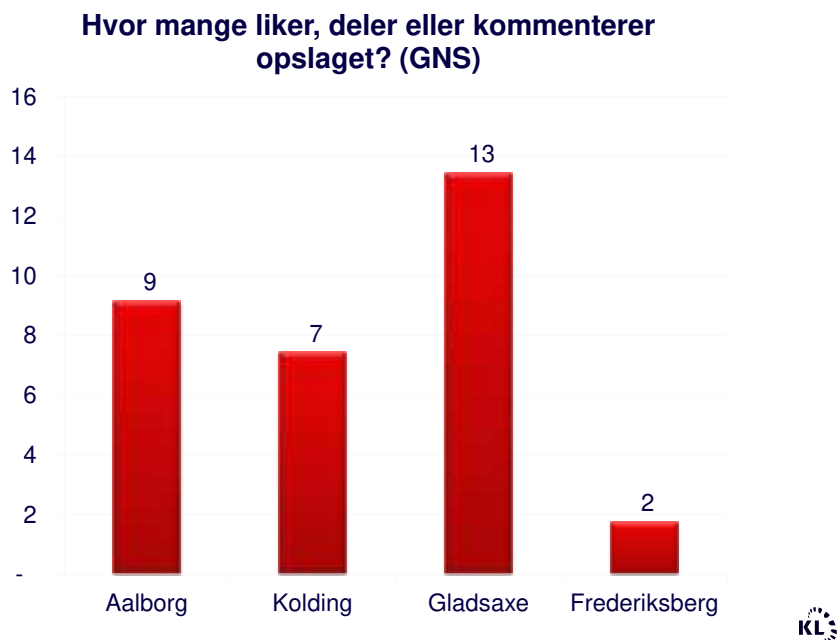
Kommune	Opslagstekst	Dato	Unikke brugere
Gladsaxe	Til alle børnefamilier og barnlige sjæle. Mød Jeppe og Marie fra Lille Nørd til Søens Dag ved Bagsværd Sø på søndag 25. september. Her kan I også padle en tur i kano, se og røre ved fisk, der er fanget i søen, deltage i den sjove, udfordrende naturjagt og bage en pandekage over bål.	9-22-11	862
Kolding	Vi søger 30 børnefamilier, der har lyst til at afprøve ladcykler eller elcykler med cykeltrailer, hvor der er plads til to børn. Du skal teste cyklen i tre uger og bagefter fortælle os om både gode og dårlige erfaringer. Interesseret? Læs mere og tilmeld dig via vores hjemmeside.	9-23-11	824
Kolding	Vi inviterer alle arbejdspladser i kommunen til at deltage i kampagnen "Vi cykler stadig til arbejde" fra 19. sept. til 16. okt. Ta' cyklen til arbejde og vær med i konkurrencen om at vinde cykler og cykeludstyr.	9-1-11	821
Aalborg	Er du en mobil læsehest eller har du lyst til at blive det?? Folkebibliotekerne har i hvert fald lavet en ny service på internettet, hvor du kan downloade bøger elektronisk og læse dem på din pc, på smartphones mv. Der er allerede 2.000 forskellige bøger at vælge mellem – mange af dem er så nye, at de ikke er kommet i papirudgave på bibliotekerne endnu. Tjek det ud her:	11-14-11	814
Kolding	Her er et godt tilbud til alle giftemodne mænd (og kvinder), som ikke kan huske datoer. Bliv borgerligt viet på Koldinghus den 11.11.11 klokken 11.11. Datoen er nem at huske - og så er det tilmed gratis.	10-6-11	802
Aalborg	Ny svømmehal med wellness-center åbner i GIGANTIUM mandag den 28. november!	11-16-11	801
Aalborg	Aalborg Havnefront vinder Den Danske Lyspris 2011 for en sjældent set stemningsfuld og velfungerende belysning, lyder det fra juryen. Læs mere her:	11-17-11	785
Kolding	Vil du brevstemme til folketingsvalget? Borgerservice i Bredgade 1 i Kolding holder ekstraordinært åbent lørdag den 10. september kl. 9-12 for at give vælgere mulighed for at brevstemme.	9-9-11	779

Hvor stort gennemslag har opslagene?

Erfaringerne fra pilotprojektet viser, at omkring halvdelen af sidernes brugere får vist opslagene i deres nyhedsstrøm. Mellem 10 og 200 klikker i gennemsnit på hvert opslag for at aktivere et link, se opslåede billeder eller lignende.

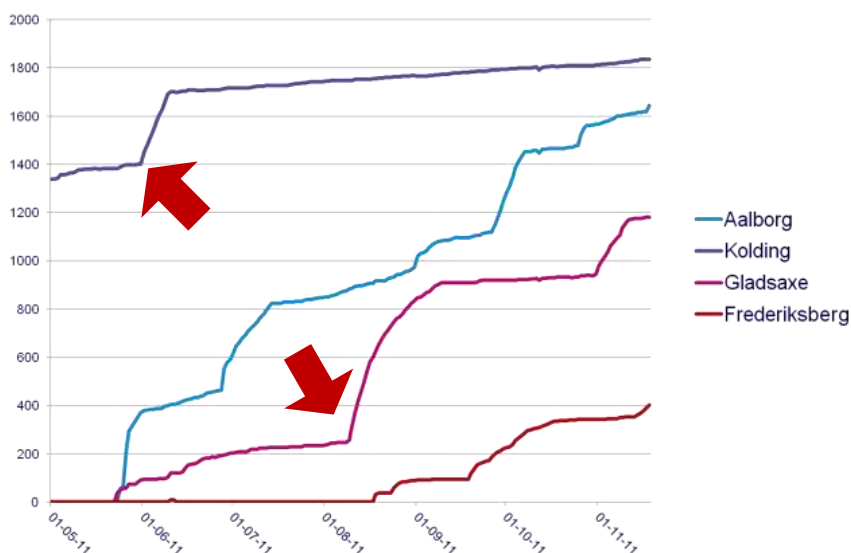


Den sociale interaktion lå for de fire kommuner mellem 2 og 13 interaktioner per opslag:



Bør man annoncere for siden på Facebook?

Pilotprojektet har vist, at alle kommuner øgede deres antal af fans på Facebooksiderne markant, når de kørte annoncering for siden via standard Facebook Ads. Det ses som tydelige knæk på graferne:



Især i starten af projektet – eller op til omkring de 1000 fans – var effekten af annoncerne meget høj. Den dalede lidt til sidst i projektet, hvilket er helt almindeligt. Efterhånden som brugerne med den stærkeste relation til og interesse for kommunen er rekrutteret bliver det gradvis sværere at nå nye fans med standard Facebook Ads.

Brugere med en svagere relation til kommunen bliver ikke fans, blot fordi de bliver gjort opmærksomme på kommunen har fået en side. De skal overbevises om, at det giver dem en værdi, at blive fans. Til det formål kan man anvende den form for annoncering, som Facebook kalder 'sponsored stories'. En sponsored story viser den potentielle fan, hvordan hendes facebook-venner bruger kommunens side. For eksempel ved at fremhæve, når en ven har 'synes godt om' et opslag på kommunens side.

Interesserede kan anvende Facebooks avancerede ads-værktøj som man kan gennemse og få hjælp til her: <https://www.facebook.com/adsmarketing/> eller ved at kontakte Komfo.

Hvor kan vi få mere viden og inspiration?

I forbindelse med projektet blev der oprettet en Facebookgruppe til videndeling:

<http://www.facebook.com/groups/fbpilot/> Her er interesserede kommuner meget velkomne til at melde sig til.

Der føjes også løbende nye artikler til KL Kommunikations temaside om sociale medier:

<http://www.kl.dk/Fagomrader/Kommunikation/digitale-og-sociale-medier/>, ligesom KOMFO både på Facebook og komfo.dk jævnligt leverer artikler om trends og tendenser på danskernes foretrukne sociale medie.