

2021 rok Darłowa na Facebooku

written by Biuro Promocji Miasta i Komunikacji Społecznej | 7 stycznia 2022



Przed tygodniem pożegnaliśmy 2021 rok, który dodatnim bilansem zamyka Biuro Promocji Miasta i Komunikacji Społecznej Urzędu Miejskiego w Darłowie, poddając analizie statystyki treści publikowanych na miejskich kontach w mediach społecznościowych.

1 757 678

łączny zasięg treści opublikowanych przez BPM na koncie „Miasto Darłowo” w 2021 r.

Najważniejszą liczbą w tym zestawieniu jest 1 757 678 – tyle bowiem osób w minionym roku widziało treści publikowane przez oficjalny profil Darłowa na Facebooku – „Miasto Darłowo” lub wzmianki o naszym profilu (łącznie z postami, relacjami, reklamami, informacjami społecznościowymi od osób wchodzących w interakcję ze stroną i nie tylko). Co istotne, zasięg to nie to samo co wyświetlenia, w których są uwzględniane przypadki wielokrotnego obejrzenia postów przez te same osoby.

61 239

użytkowników Facebooka odwiedziło profil „Miasto Darłowo” na Facebooku w 2021 r.

Profil „Miasto Darłowo” (www.facebook.com/darlowo) w minionym roku co najmniej raz odwiedziło 61 239 użytkowników – najwięcej w sezonie wakacyjnym, kluczowym dla działań promocyjnych podejmowanych przez darłowski ratusz m.in. w internecie. Warto dodać, że w 2021 roku miejski profil zyskał aż 4417 nowych „lubiących” stronę.

Największy zasięg – będący liczbą użytkowników, którzy zobaczyli daną treść co najmniej raz – [odnotował post z 10 grudnia 2021 r.](#), będący grafiką świąteczną korespondującą z akcją zainicjowaną przez Miasto Stołeczne Warszawę: „Każdemu, bez wyjątków, wszystkiego dobrego”. Ten materiał dotarł do 142,6 tys. użytkowników Facebooka. Wspomniany post miał także najwięcej interakcji – sięgającej poziomu 3,3 tys.

Na następnych miejscach „internetowego podium” uplasowały się:

- na miejscu 2.: [galeria zdjęć iluminacji świątecznych opublikowana 21 grudnia](#) (zasięg: 56,8 tys.);
- na miejscu 3.: [spot promocyjny Darłowa „To jeszcze nie koniec lata” z 2 września](#) (zasięg: 54,8 tys.);
- na miejscu 4.: [galeria zdjęć z inscenizacji batalistycznej zorganizowanej w ramach Międzynarodowego Zlotu Historycznych Pojazdów Wojskowych z 22 sierpnia](#) (zasięg: 51,7 tys.);
- na miejscu 5.: [transmisja ślubowania uczniów klas I Zespołu Szkół Morskich z 1 października](#) (zasięg: 44,3 tys.).

W zestawieniu liczby polubień i innych reakcji, poza bezkonkurencyjnym postem świątecznym, swoje miejsca na podium wypracowały:

- na miejscu 2.: [fotografia autorstwa Tomasza Kelera prezentująca statek wpływający na redę Portu Darłowo z 21 września](#) (1,7 tys. reakcji);
- na miejscu 3.: [„Pocztówka z wakacji” – kadr z miejskiej kamery online z 20 lipca](#) (1,4 tys. reakcji);
- na miejscu 4.: [transmisja ślubowania uczniów klas I Zespołu Szkół Morskich z 1 października](#) (1,4 tys. reakcji);
- na miejscu 5.: [galeria archiwalnych zdjęć z realizacji kanałów stacji TVN w 20-lecie istnienia TVN24 z 9 sierpnia](#) (1,3 tys. reakcji).

Warto wspomnieć o wynikach innych profili na Facebooku prowadzonych przez Biuro Promocji Miasta i Komunikacji Społecznej. Stronę „Wiadomości Darłowskie” (www.facebook.com/wiadomoscidarlowskie) w minionym roku osiągnęła zasięg na poziomie 71 534 (wzrost w porównaniu z 2020 r. o ponad 33%), zaś odwiedziło ją 10 693 użytkowników. Poczekałnia Kultury w Darłowie (www.facebook.com/poczekalniakultury) zanotowała w analogicznym okresie zasięg: 30 144 i 2602 odwiedzin.

2 477 322

rekordowy łączny zasięg treści opublikowanych przez BPM na koncie „Plaża: Darłówek Wschodnie” w 2021 r.

Rekordowe wyniki zdobyły profile naszych plaż. Strona „Plaża: Darłówek Wschodnie” (www.facebook.com/plazawschodnia) osiągnęła zasięg na rekordowym poziomie 2 477 322 użytkowników przy liczbie odwiedzających wynoszących 18 907, zaś „Plaża: Darłówek Zachodnie” (www.facebook.com/plazazachodnia) – zasięg: 1 079 268, odwiedzających: 8155.

– Pomimo pandemii, wprowadzonych obostrzeń i wydawałoby się niezbyt optymistycznego początku wakacji, letni sezon turystyczny pod wieloma względami można udać za bardzo

udany. Utrudnienia w podróżowaniu za granicę sprawiły, że ogromna liczba gości, która mogłaby pojechać w inne miejsce, w tym roku wybrała się nad polskie morze. Pośredni wpływ na ten stan miała nasza obecność w mediach. Od końca czerwca 2021 r. pojawiło się aż 3793 wzmianek o Darłowie (484 w prasie, 212 radiowych, 103 w TV). Reszta to wzmianki w social-mediach i internecie – 2994. Biorąc pod uwagę wycenę danego przekazu, tj. jego ekwiwalent reklamowy, daje nam to aż 16 936 809 zł – podsumowuje miniony sezon Artur Wejnerowski, kierownik Biura Promocji Miasta.

Ekwiwalent reklamowy to nic innego jak oszacowanie wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odsłon, liczby unikatowych użytkowników czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie Miasto musiałoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą.

Te wyniki to zasługa nas wszystkich, za co serdecznie dziękuje Biuro Promocji Miasta i Komunikacji Społecznej UM, zachęcając jednocześnie także w 2022 r. do aktywnego używania hashtagów: #Darłowo, #Darłówko i #lubiędarłowo w sieci!