



Kraków zyskuje popularność nie tylko w „realu”

2016-04-06

2. miejsce wśród najbardziej interaktywnych, 3. w grupie najbardziej angażujących profili oraz 7. w kategorii największych stron miejskich - tak prezentuje się [oficjalny profil Miasta Krakowa](#) na społecznościowym portalu Facebook według [badań FanPage Trends marzec 2016](#), cyklicznie realizowanych przez Sotrender.

Jeszcze kilka miesięcy temu facebookowy profil Kraków PL nie był w ogóle uwzględniany w tym zestawieniu, a od około pół roku notuje awanse o kilka pozycji z miesiąca na miesiąc. Obecnie strona posiada ponad 112 tysięcy fanów (stan na kwiecień).

W marcu 2016 roku profil Kraków PL zaangażował do skomentowania, udostępnienia lub polubienia posta ponad 1/3 swoich fanów (34%), znajdując się tym samym na ostatnim stopniu podium za Łodzią i Warszawą, jednak uwzględniając wartości procentowe był to drugi wynik w zestawieniu.

Kraków PL odnotował także wysoki wskaźnik interaktywności, czyli uwzględniający wszystkie aktywności w obrębie fanpage'a (zarówno po stronie administratorów jak i fanów), dzięki temu znalazł się na drugim miejscu za Łodzią, a wyprzedził Warszawę. Dodatkowo jeden z postów opublikowanych na stronie 20 marca 2016 roku znalazł się na liście najbardziej interaktywnych postów w marcu, a uzyskał 7057 polubień, 170 komentarzy i 1470 udostępnień.

Jedną z najczęściej powtarzanych mądrości przez specjalistów od marketingu internetowego można streścić w zdaniu, że: „jeśli dziś jakiejś marki nie ma w mediach społecznościowych, to prawie tak jakby w ogóle nie istniała.” Miasto Kraków na szczęście istnieje także w sieci i coraz wyraźniej zaznacza swoją pozycję, zarówno jako miejsce do odwiedzenia oraz internetową społeczność, do której można zajrzeć kilkoma kliknięciami myszki i warto to zrobić, by znaleźć coś ciekawego. Spora zasługa w tym aktywnych i świetnie współpracujących fanów, bez których ten pozytywny „szum informacyjny” o Krakowie w sieci nie byłby możliwy.

Jeśli chodzi o szczegóły badania w oparciu, o które powstał artykuł, to autorzy piszą o nim tak: „W raporcie są uwzględniane strony znajdujące się na portalu Facebook, których grupę docelową oraz zaangażowanych stanowią głównie Polacy. Sotrender analizuje ponad 100 tys. polskich stron, z czego największe z nich poddawane są bardziej szczegółowej analizie. Dane dotyczące wszystkich aktywności na analizowanych stronach pobierane są za pomocą interfejsu programowania aplikacji (API) Facebook i podlegają jego ograniczeniom. Analizy i porównania prowadzone są łącznie oraz w podgrupach wyodrębnionych ze względu na branżę i tematykę przez Sotrender Research Team”.

Profile społecznościowe miasta:

- [Facebook](#)
- [YouTube](#)
- [Twitter](#)
- [Instagram](#)