

Onderwerp Jaarverslag social media 2016

Steller Ina Bakker

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon (050) 367 76 48 Bijlage(n) 1

Ons kenmerk 6197313

Datum 07-03-2017 Uw brief van

Uw kenmerk

Geachte heer, mevrouw,

Hierbij bieden wij u, ter kennisneming, het jaarverslag social media 2016 aan. Hierin staat de geïntensiverde inzet en het inmiddels opgebouwde bereik van gemeentelijke social mediakanalen over het afgelopen jaar beschreven.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Peter den Oudsten', with a horizontal line underneath.

de burgemeester,
Peter den Oudsten

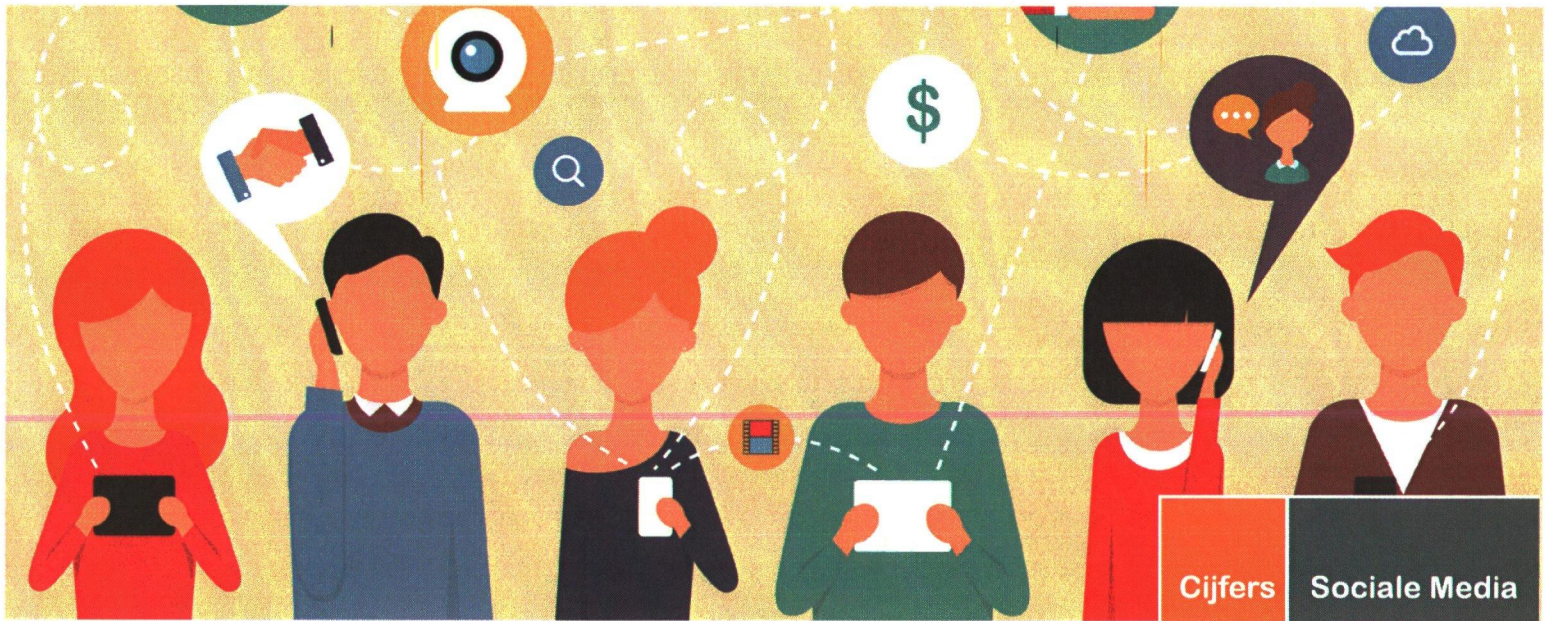
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Peter Teesink', with a horizontal line underneath.

de secretaris,
Peter Teesink



2016

Social Media ♥ Groningen



Social Media Groningen

De pagina facebook@groningen050 van de gemeente Groningen is sinds november 2013 in de lucht en is nu een florerende community met een groot bereik en veel activiteit. Dit platform maakt het eenvoudig om burgers te informeren, de dialoog aan te gaan en het 'Groningen gevoel' te verspreiden. En dat doen we steeds beter, als gevolg van langdurig gerichte aandacht voor dit kanaal. Online (social media en de website) wordt steeds belangrijker, zowel voor de dienstverlening als voor de communicatie van de gemeente Groningen. Sinds begin 2016 maken we in toenemende mate gebruik van Facebook advertenties, omdat dit veel mogelijkheden biedt tegen relatief lage kosten. Dat laten de cijfers in dit rapport wel zien!

Facebook campagnes

Nu er een stevige community staat is er meer ruimte voor het ontwikkelen van effectieve campagnes, zowel stadsbreed als wijkgericht. Facebook biedt hier verschillende campagne-tools voor aan. Afhankelijk van de doelstelling en het onderwerp van de campagne bekijken we welke campagnevorm het meest geschikt is.

Hoe werkt het?

Hoe ontwikkel je als gemeente een hechte community voor je gemeente? Hoe structureer je dit platform en zorg je dat er échte communicatie plaatsvindt tussen burgers, ondernemers en overheden. De publieke zaak is geholpen met mondige, zelfredzame en zelforganiserende buurten, burgers en belanghebbenden. Dat zet overheden wel voor stevige uitdagingen.

Wij zien dat het (online) vertrouwen winnen van een gemeente begint bij het bereiken van de juiste mensen. Dit doen wij door het toepassen van specifieke segmentaties. Zo ontvangen de verschillende doelgroepen de meest relevante berichten voor hen. De wet van social media: hou het laagdrempelig en maak het visueel aantrekkelijk. Met één klik op de knop moeten bewoners zich kunnen aanmelden, registreren of naar een pagina geleid worden met meer informatie. Dat kun je luiheid noemen, maar dat is hoe veel mensen tegenwoordig informatie ophalen en toepassen. Met de inzet van Facebookcampagnes start je het gesprek met de stad en blijf je continu in directe dialoog met jouw burgers.

Totaal Facebook bereik in Groningen

7.800.000

Berichtbereik Groningen 2016

De Facebook cijfers...

Dit zijn de resultaten die Groningen in 2016 heeft gerealiseerd via Facebook advertenties:



2.136.840

Aantal weergaven van advertenties
Het aantal verschijningen op de tijdlijn.



66.000

Personen die een actie uitvoerden
Acties zoals likes, reacties, shares en klikken.



161.000

Aantal unieke personen bereikt
Het aantal mensen dat je advertentie minstens 1x heeft gezien.



21.583

Totaal aantal pagina likes
Aantal volgers op de gemeente Facebookpagina.



7.000

Groei van de pagina likes
Het aantal nieuwe volgers in 2016.



10.000

Het aantal reacties op berichten
Communicatie met en tussen burgers.



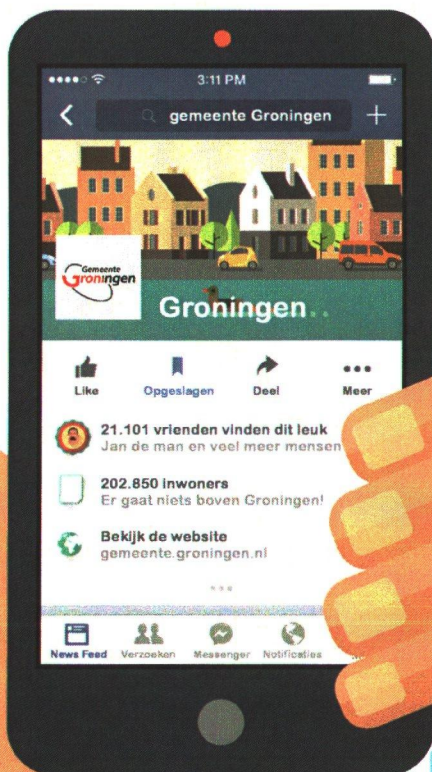
5.000

Aantal keer dat het bericht gedeeld is
Sharing is caring. Teken van betrokkenheid!



80.000

Het aantal klikken op links
Het aantal klikken naar bestemmingen.



10.000 mensen
Gemiddeld bereik per bericht

25-34
Meest betrokken
leeftijdsgroep

17:00 - 21:00
Drukst bezochte tijden

41% man - 59% vrouw
Man-vrouw verhouding
in de 'vind ik leuk's'

...En natuurlijk de cijfers van Twitter

Twitter is een belangrijk onderdeel van de social media mix. Twitter is een bijzonder kanaal, met een compleet andere doelgroep dan Facebook of WhatsApp. Hieronder de cijfers van Twitter in 2016:



19.000

berichten verzonden

In 2016 heeft gemeente Groningen 19.000 tweets verzonden via de twee twitterkanalen. De gemeente heeft 12.141 volgers op Twitter en volgt zelf 2.964 personen, bedrijven of organisaties.



2.420

gemiddeld bereik per bericht

Ongeveer 1 op de 3 volgers wordt bereikt met het verzenden van een tweet. Omdat veel politiek betrokken doelgroepen op Twitter actief zijn, betekent dit dat je media en opinieleiders op deze wijze snel kunt activeren.



15.514

Berichten verzonden vanuit gem_groningen

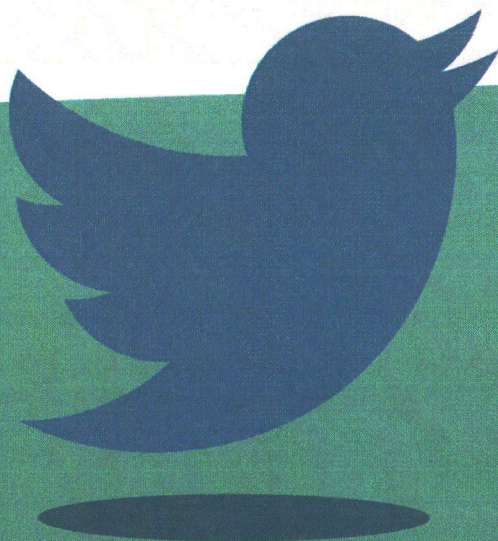
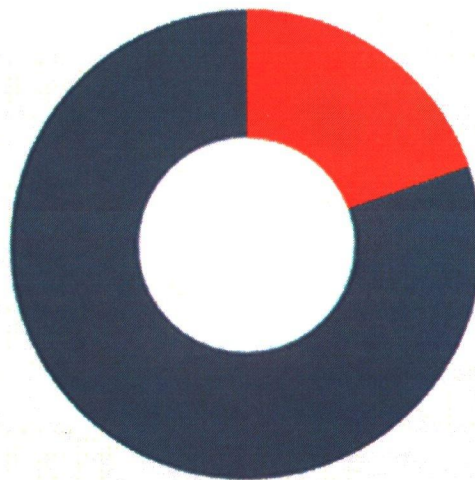
Gericht op Groningse gemeentelijke actualiteit



3.776

Berichten verzonden vanuit stadsbeheer050

Meldingen en vragen over de openbare ruimte



Meest aangeklikte twitterberichten:

2.000 klikken: Strooiroutes op 4 januari 2016.

1.260 klikken: Peiling tussentijdse opkomst van het referendum over het associatieverdrag Europese Unie en Oekraïne.

900 klikken: Gratis strooizout in Vinkhuizen (neem uw eigen emmer mee!)

Webcare

Een analyse van onze webcare prestaties over 2016. Via WhatsApp vragen stellen kan vanaf maart 2016 en is reuze populair.



44.000

Berichten aan Groningen gericht

In 2016 ontvingen we via Facebook, Twitter en WhatsApp in totaal 43.733 berichten. Gemiddeld ontvingen we 825 berichten per week.



13.540

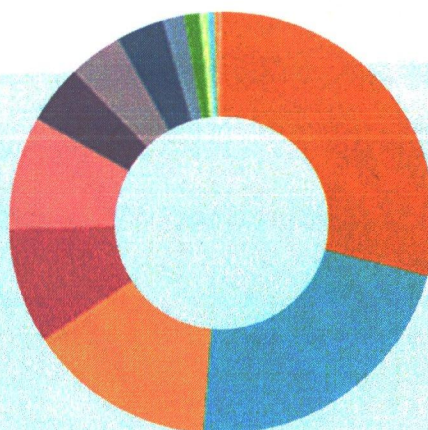
Vragen van burgers beantwoord

1/3 van alle berichten die we ontvingen (ca. 44.000) hebben we beantwoord; de overige vragen waren alleen zgn. 'mentions' (oftewel: we werden genoemd in het bericht, maar antwoorden was niet noodzakelijk).

De reactietijd van het webcareteam

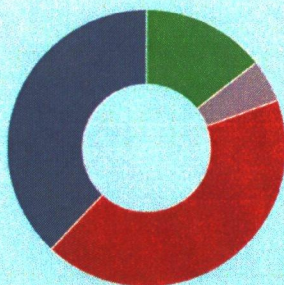
65% binnen 1 uur beantwoord
96% binnen 5 uur beantwoord
100% binnen 24 uur beantwoord

De meeste vragen gingen over



- Openbare ruimte
- Burgerzaken/ Belastingen
- Afval
- Opmerkingen mbt dienstverlening
- Overig
- Verkeer & bereikbaarheid
- Vergunningen

Berichten per kanaal



- Twitter @gem_groningen
- Twitter @stadsbeheer050
- Facebook Gemeente Groningen
- WhatsApp

Drie mooie campagnes van Groningen

Dit zijn de voorbeelden van campagnes die goed scoorden qua bereik, interacties en behaalde doelen.



Op kamers in Groningen

Campagne doel: Verhogen van het aantal inschrijvingen bij burgerzaken.

Campagne vorm: Advertenties voor meer websiteklikken

Resultaten:
18.000 personen bereikt
1070 website klikken
0.08 cent per klik
€84 euro besteed aan advertenties



Hendrik de Vriesspendium

Campagne doel: Aantal aanmeldingen voor Hendrik de Vriesspendium vergroten.

Campagne vorm: Paginabericht promoties
Advertenties voor meer websiteklikken

Resultaten:
50.000 personen bereikt
1.400 website klikken
50 vind ik leuk
20 reacties
0.20 cent per klik
€312 besteed aan advertenties

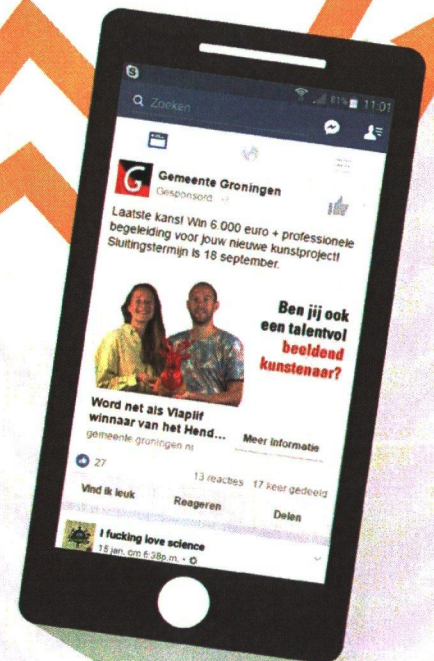


Hoe zie jij de stad?

Campagne doel: Discussie met burgers over het groener maken van Groningen.

Campagne vorm: Paginabericht promoties

Resultaten:
42.000 personen bereikt
380 vind ik leuk
380 reacties
0.06 cent per betrokkenheid
€117 besteed aan advertenties



Colofon

Samengesteld door afdeling Communicatie SSC en het KCC in samenwerking met:



januari 2017

Verder geïnteresseerd? Neem contact op met communicatie@groningen.nl