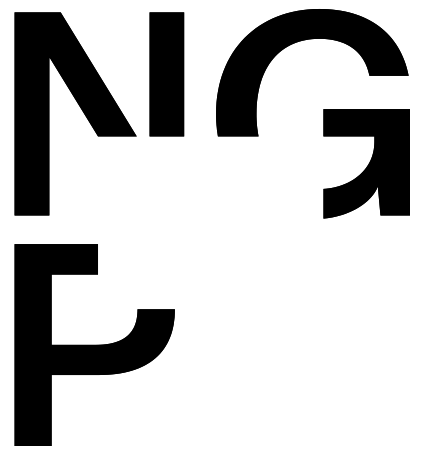


TEREZA BELINGEROVÁ
ŘÍJEN 2024

**MINI
SERIES**

**SOCIÁLNÍ SÍŤE: JAK MÍT
DOBŘE FUNGUJÍCÍ
A UDRŽITELNOU
KOMUNIKACI NA SÍŤÍCH**



AGENDA

- Zhodnocení aktuálního stavu a externí feedback
- Definice potřeb - strategie
- Definice rolí uvnitř instituce
- Obsah
- Nástroje
- Rozpočty
- Nové fungování
- Vyhodnocení
- Best practice



SOCIÁLNÍ SÍTĚ V NGP

Facebook Národní galerie Praha

47 000 sledujících

Facebook Národní galerie Praha dětem

10 000 sledujících

Instagram

38 100 sledujících

Linkedin

3 000 sledujících

Twitter/X

4 850 sledujících

Youtube

3 340 odběratelů

Threads

5 195



SOCIÁLNÍ SÍTĚ - ZHODNOCENÍ INTERNÍ SITUACE V NGP

- **Roztříštěná zodpovědnost**
- **Nedostatek kapacit**
- **Klesající výkonnost jednotlivých sítí**
- **Absence reportingu**
- **Špatné a nepřehledné plánování**
- **Pozice v rámci instituce**
- **Duplikování obsahu bez přizpůsobení cílovým skupinám a sítím**



Facebook - nedostatky

- Chybějící community management
- Dlouhé texty
- Bez placené podpory

Facebook – pozitiva

- Aktuální program na týden
- Využití emoji v copy
- Pravidelný a zajímavý obsah

IG - nedostatky

- Nejednotný vizuální i komunikační styl příspěvků
- Chybějící práce s komunitou, interaktivní obsah
- Složitá komunikace - nemluvíme jazykem cílové skupiny
- Chybí highlights s aktuálními výstavami, reportážemi, edukačním obsahem

IG – pozitiva

- Konzistentní komunikace
- Autentické fotky z vlastní produkce



FACEBOOK

CO: Specifický, odbornější obsah, který má za cíl nastavit laťku ostatním umělcům a galeriím v oboru, inspirovat. Přinášet relevantní informace milovníkům umění z odbornější veřejnosti.

JAK: Edukační obsah ve spolupráci s kurátory, behind-the-scenes z přípravy výstav, příběhy umělců, historie umění.

PROČ: Nastavit laťku v oboru, inspirovat a podporovat umělce, galerie, ukázat odbornost a výjimečnost NGP.

KOMU: Mileniálové → **ženy a muži 35-45 let. Starší cílová skupina** - laická veřejnost, ale i lidi, kteří jsou nějakým způsobem spjatí s uměleckým oborem.

BRAND ARCHETYPE → **MUDRC** (hledání informací a vědomostí, sebereflexe, porozumění procesům).



INSTAGRAM

CO: Směrem k široké veřejnosti budeme komunikovat jednodušším jazykem, cílit na ně vizuálně atraktivním obsahem, vzdělávat odlehčenou a interaktivní formou (Reels, interaktivní stories, guides).

JAK: Zajímavosti ze života umělců, “věděli jste, že...” (polidštění umělců a jejich tvorby, situace, se kterými se sledující ztotožní). Možné spolupráce s influencersy.

PROČ: Cílem je polidštit galerii a její obsah a přiblížit umění potenciálním zájemcům.

PRO KOHO: Generace Z & mladší mileniálové → **ženy a muži 25-35 let**, které zajímá umění, ale nejsou profesionálové, a tak vyžadují stravitelnější formu komunikace.

BRAND ARCHETYPE → **TVŮRCE** (sebevyjádření, sebedůvěra, talent, styl).



VOICE/BRAND GUIDELINES

Zvolení správného tónu komunikace je podstatné pro zásah správných cílových skupin, ke kterým budeme mluvit.

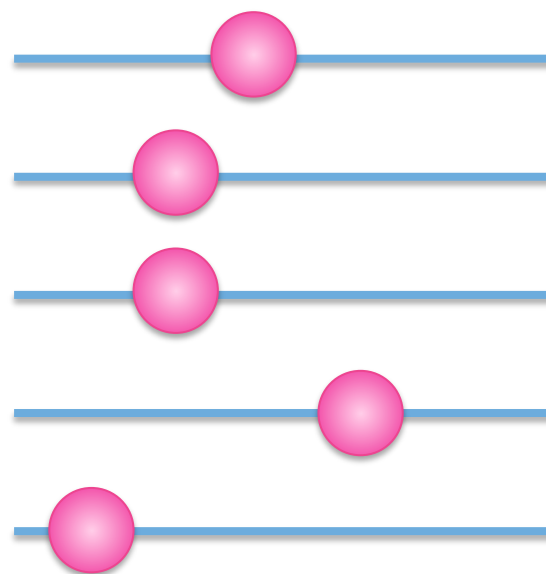
(FORMAL) FORMÁLNÍ

(PROFESSIONAL) PROFESIONÁLNÍ

(SERIOUS) SERIÓZNÍ

(RESERVED) ODTAŽITÝ

(MATURE) VYSPĚLÝ



NEFORMÁLNÍ (INFORMAL)

UVOLNĚNÝ (RELAXED)

VTIPNÝ (HUMOROUS)

HŘEJIVÝ (WARM)

MLADISTVÝ (YOUTHFUL)

Umíme oslovit a inspirovat jak širokou veřejnost, tak i odborníky. Nikoho neodsuzujeme, naopak se snažíme přiblížit umění všem, bez ohledu na to, jak moc mu rozumí.



PILÍŘE KOMUNIKACE

AKTUALITY

Komunikujeme **aktuální výstavy a komentované prohlídky ve všech budovách NGP**

Aktuální informace o instituci, provozní informace, tiskové zprávy apod.

VZDĚLÁVÁNÍ

Komunikujeme komplexní témata **odlehčeně, v hravější formě uzpůsobené soc. sítím.**

Pomocí **interaktivních příspěvků chceme sledující vzdělávat hravější cestou.**

ZNAČKA

Komunikace zaměřená na **budování brandu NGP**

Nadstavba, která **prohlubuje vztah**

Ukazujeme, že NGP je pro všechny, ne jen pro znalce umění.

INTERAKTIVNÍ POSTY/ZÁBAVA

Skrze zábavný obsah zvyšujeme organický dosah a pomáháme tak dostat k více lidem i další komun. linky.

Budujeme komunitu

Chceme **pobavit a budovat hlubší vztah.**



SOCIÁLNÍ SÍTĚ - ZHODNOCENÍ INTERNÍ SITUACE DNES

- Jasně daná zodpovědnost za obsah: 1 hlavní správce, lepší prioritizace (proces)
- Kapacitní výpomoc na straně agentury: konzultace, reporting, reklama
- Nastavena spolupráce s různými interními skupinami (obchod, sbírky, apod.)
- Rostoucí výkonnost jednotlivých sítí v klíčových metrikách pro dané sítě
- Pravidelný reporting s jasně danou strukturou, meziroční/měsíční porovnání, jednotlivé projekty
- Přehledné plánování, pravidelné plánovací porady
- Pozice v rámci instituce se výrazně zlepšila, avšak stále přetrvávají diskuze nad formou obsahu (zejm. texty)
- Obsah přizpůsobený cílovým skupinám a sítím, obsahu je ale více, než prostoru
- Vytvořeny nové guidelines pro spolupráce v rámci sociálních sítí

**NG
F**

**NI
R**

P

DEFINICE ROLÍ V INSTITUCI



ROLE V PROCESU - ZÁKLADNÍ ROLE, KTERÉ SE PROLÍNÁJÍ

ADMINISTRÁTOR

- Rozhodovací pravomoc
- Plánuje termíny
- Určuje témata
- Zodpovídá za obsah
- Komunikuje s externími i interními klienty

TVŮRCE OBSAHU

- Dodává foto/video/texty
- Navrhuje textaci

INTERNÍ KLIENT

- Dodává podklady
- Kontroluje obsahovou správnost
- Zodpovídá za fakta

**NI
F**

**NI
R
P**

NÁSTROJE














SDÍLENÍ OBSAHU - PODKLADY

- BRANDCLOUD, DROPBOX, GOOGLE DRIVE, TEAMS APOD.

DŮLEŽITÉ:

- SLOŽKY
- ARCHIVACE
- MOŽNOST SDÍLENÍ A NAHRÁVÁNÍ Z RŮZNÝCH STRAN

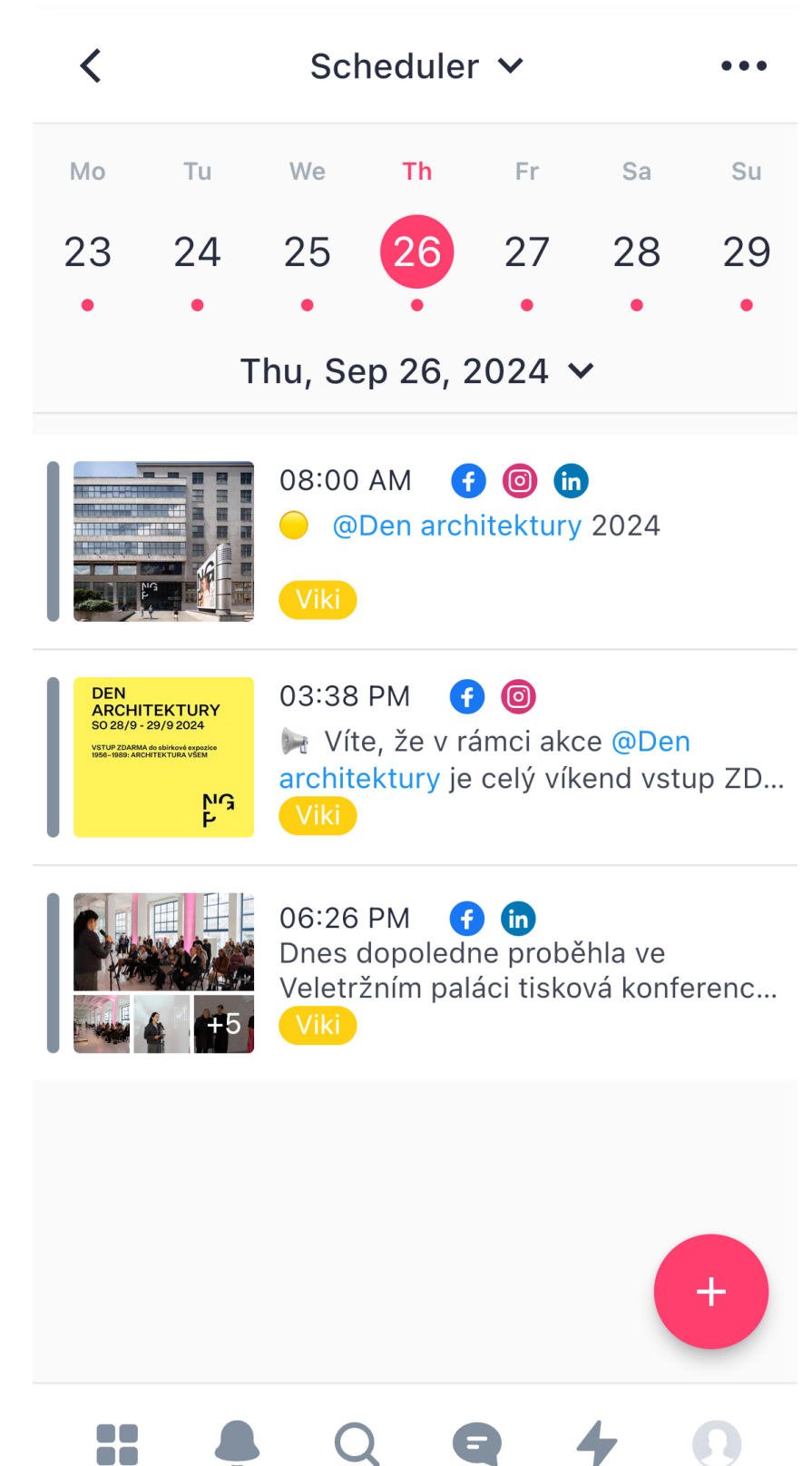
Dokumenty > General > PR A MARKETING > **PROMO FOTKY**

 Název ▾	Změněno ▾	Typ obsahu ▾	Velikost souboru ▾
 Autoportrét, 1984.jpg	8. srpna	Dokument	645 kB
 Autoportrét, Berlín, 1985.JPG	8. srpna	Dokument	678 kB
 Eva Jahodový bar, ze série Vražedné léto, 1...	8. srpna	Dokument	925 kB
 Japonsko, 1986.JPG	8. srpna	Dokument	804 kB
 LJ - POPISKY FOTEK_final.docx	20. srpna	Dokument	21.2 kB
 Modrá, 1990s.JPG	8. srpna	Dokument	1.62 MB
 Muž s hadem, ze série T-Club, 1984.jpg	8. srpna	Dokument	1.20 MB
 Pláštěnky, Berlin, 2018.JPG	8. srpna	Dokument	499 kB
 Pusinky, ze série Národní divadlo, 2021.jpg	8. srpna	Dokument	4.48 MB
 Ze série Berlín, 1980s.JPG	8. srpna	Dokument	1.14 MB



PLÁNOVÁNÍ - ZOOMSPHERE

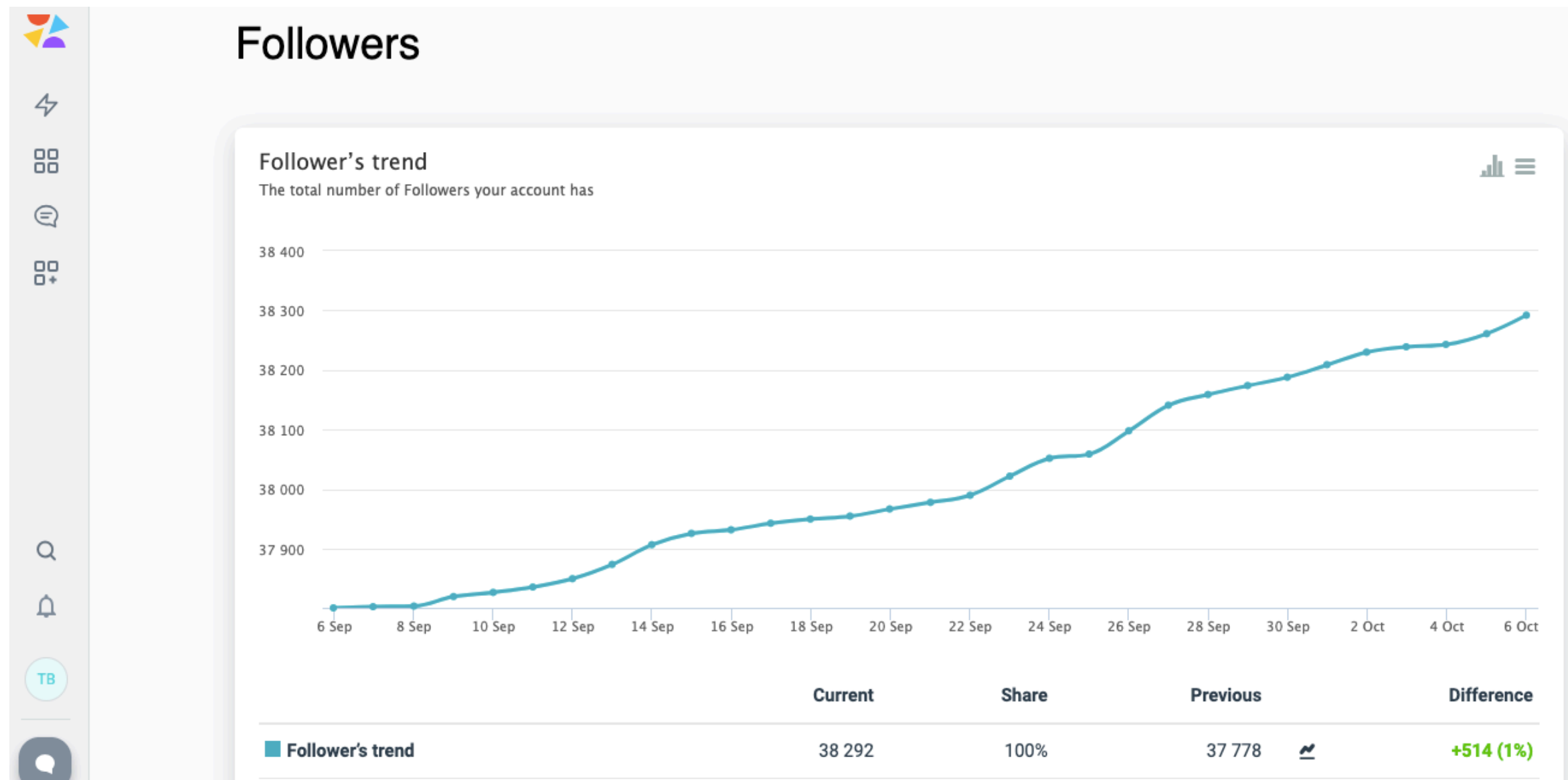
- Přehledné plánování (přesuny, změny)
- Možnost diskuzí, variací, snadné publikování
- Předávání obsahu
- Jednoduchá mobilní aplikace
- Možnost automatické publikace
- Analytika
- Základní funkcionality zdarma



NG F

VYHODNOCOVÁNÍ

- ZOOMSPHERE
- BUSINESS MANAGER



NG F

GRAFIKA

- Grafici výstav a projektů
- Canva: informace, šablony, apod.
- Fotografie může grafiku nahradit

**NI
G**
F

**NI
G**
F

OBSAH



ZLATÁ PRAVIDLA OBSAHU NA SÍTÍCH

- Sdělujte, pokud máte co sdělit
- Snažte se držet pravidelnost v publikování (alespoň 1x týdně)
- I to, co vám připadá běžné, může návštěvníkům připadat výjimečné
- Vyberte si sítě, které pro vás dávají smysl a jste schopni je naplnit
- Jste si jisti, že by vám rozuměl teenager?



PŘÍPRAVA OBSAHU

- Určit si pilíře komunikace
- Pravidelnost, dostatek obsahu
- Přizpůsobení cílové skupině
- Přizpůsobení projektu
- Ověřit si licence a autorská práva
- Ověřit si fakta



TVORBA OBSAHU

- Rozpočty - produkce vs. média
- Rozumná produkce: Co nejvíce materiálu získat najednou
- Backstage materiál
- Přizpůsobení cílové skupině už při tvorbě
- Jednotná vizualita a vhodný tón komunikace

NG Národní galerie Praha
28. listopadu 2023 · 🌐


Nahlédněte do zákulisí příprav výstavy Petr Brandl: Příběh bohéma. 🗨️

Mnoho děl, která nyní můžete na výstavě obdivovat, prošla náročným restaurováním. 🖼️ Již samotná deinstalace několikametrových oltářních pláten nebyla jednoduchá, právě tak i manipulace s nimi při instalaci výstavy.

Ale máme velkou radost, že se vše podařilo – velké poděkování tak patří restaurátorům a instalační skupině pod vedením Tomáše Vebera. Děkujeme. 🙏

Více o výstavě 📄 bit.ly/Petr_BRANDL.

👤 Jíří Straka



📣 Propagujte tento příspěvek a oslovte až o 850 lidí víc, když vydáte nejméně 165 Kč. [Propagovat příspěvek](#)

👍❤️ 193 7 komentářů 24 sdílení

NI
F

NI
R
P

OBSAH: BEST PRACTICE

NG F

- Týdenní programy
- Události pro velké akce
- Q+A
- Kvízy
- Soutěže
- Hlasování
- Zajímavosti ze zákulisí/příprav – zapojte kolegy
- Výročí/Významné dny
- "Bulvár,, a humor
- Provozní informace

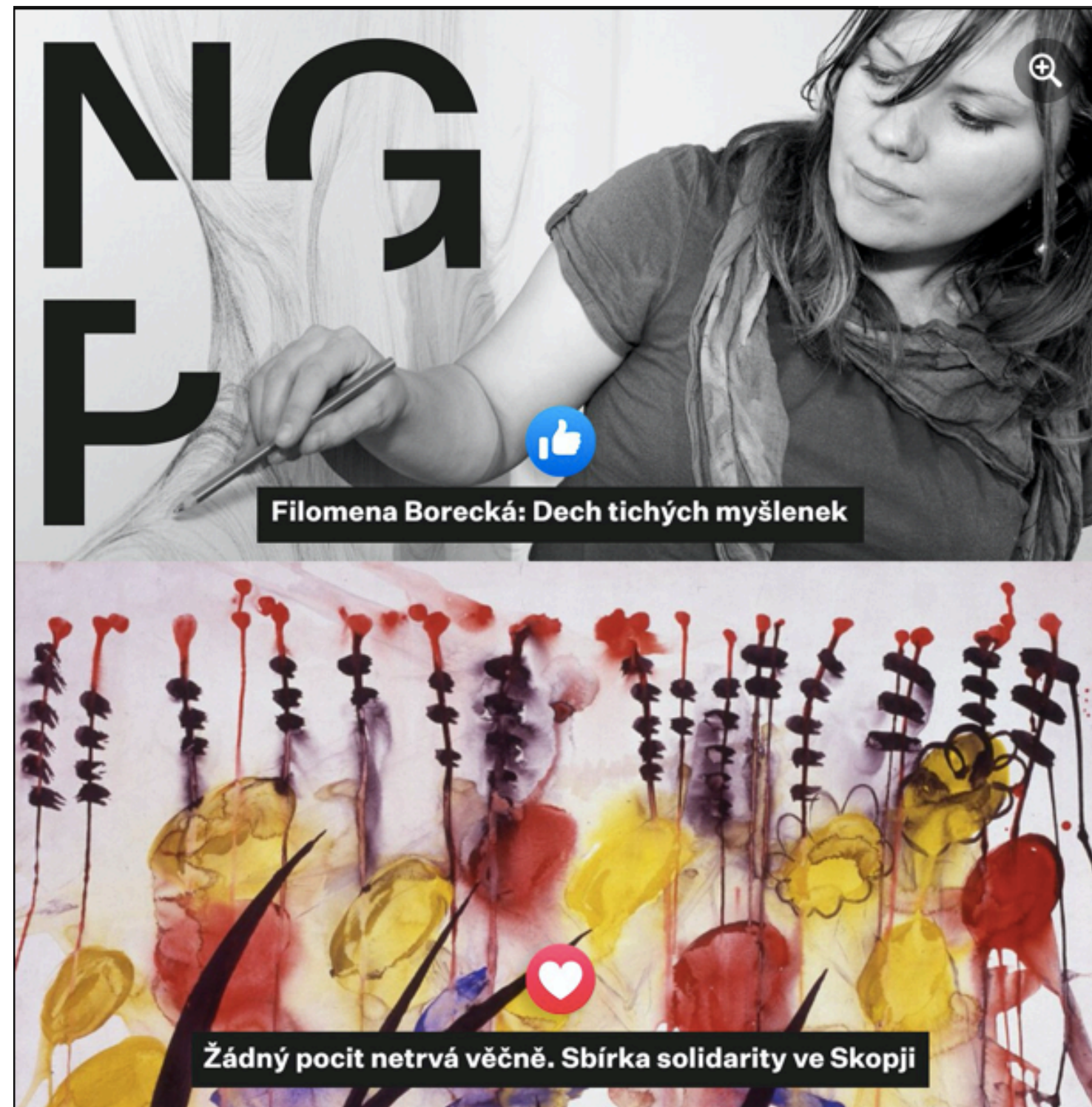


NG
F

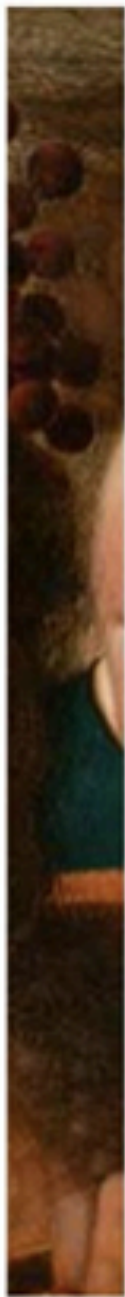
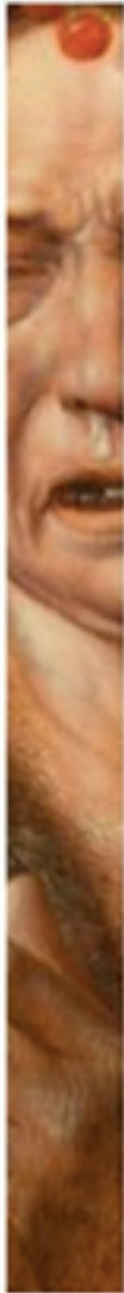
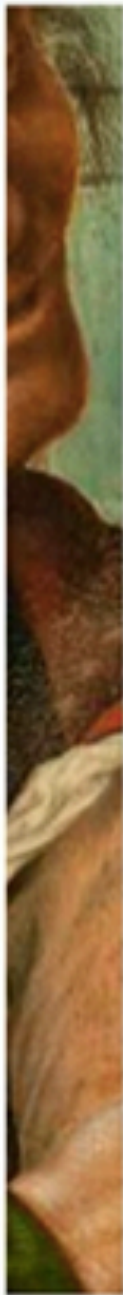
OTEVÍRACÍ DOBA
DEN VÍTĚZSTVÍ

ST 8/5
10.00–18.00

NG
F

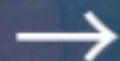


FRING



KOLIK TOHO VÍTE O J. MÁNESOVI?

ODPOVĚZTE NA VŠECHNY
OTÁZKY SPRÁVNĚ A VYHRAJTE
VSTUP NA NAŠI NOVOU
VÝSTAVU.



Nejdiskutovanější portrét
českého malířství 19. století
od Mánese se jmenuje Amélie.

PRAVDA

LEŽ

Josef Mánes vytvořil
kalendářní desku
pražského orloje.

PRAVDA

LEŽ

Mánesova dvojice obrazů
Jitro a Večer vznikla jako
zakázka pro veřejný dům.

PRAVDA

LEŽ

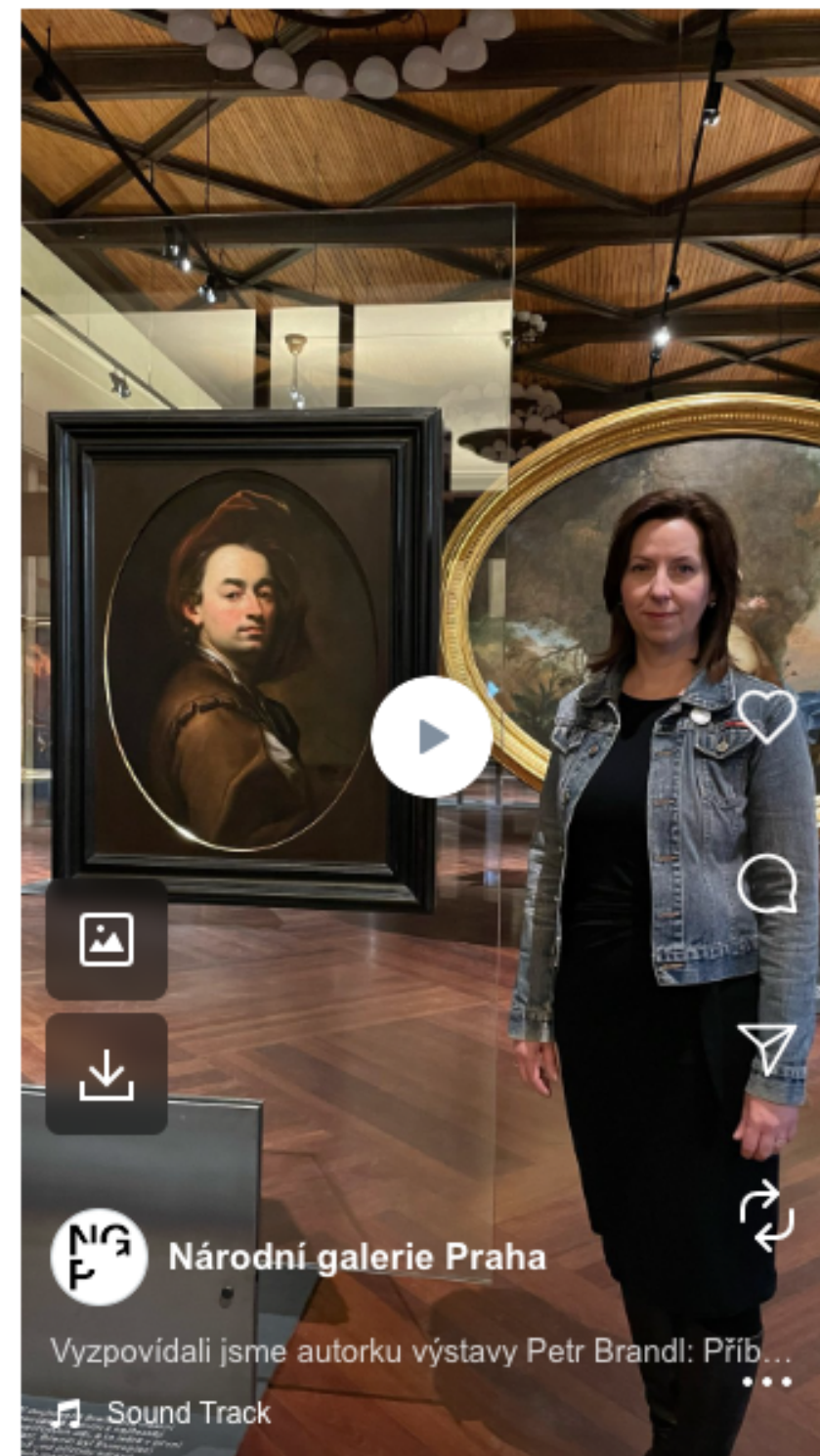
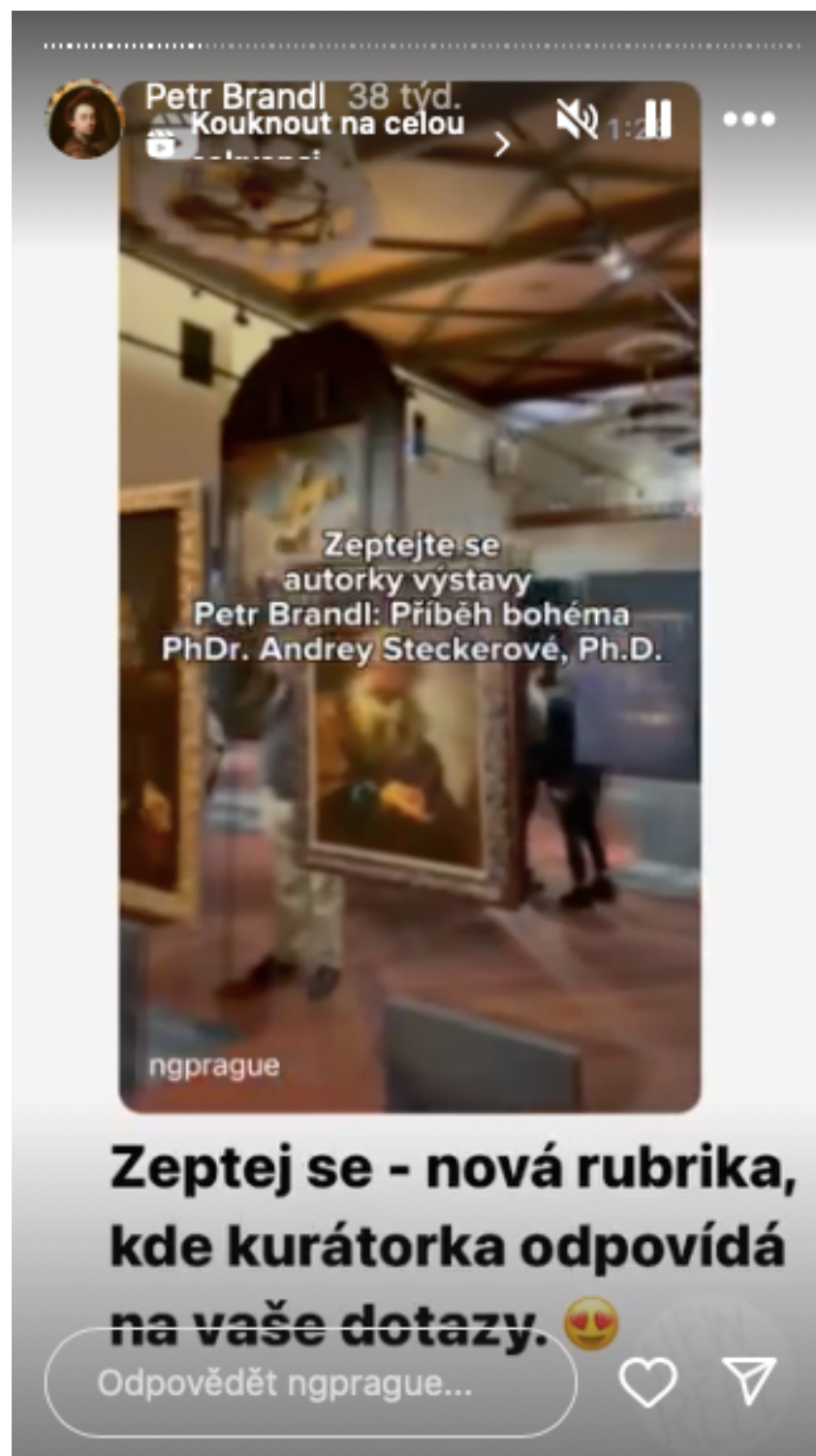
Petr Brandl 38 týd.
Kouknout na celou

Zeptejte se
autorky výstavy
Petr Brandl: Příběh bohéma
PhDr. Andrey Steckerové, Ph.D.

ngprague

**Zeptej se - nová rubrika,
kde kurátorka odpovídá
na vaše dotazy. 🥰**

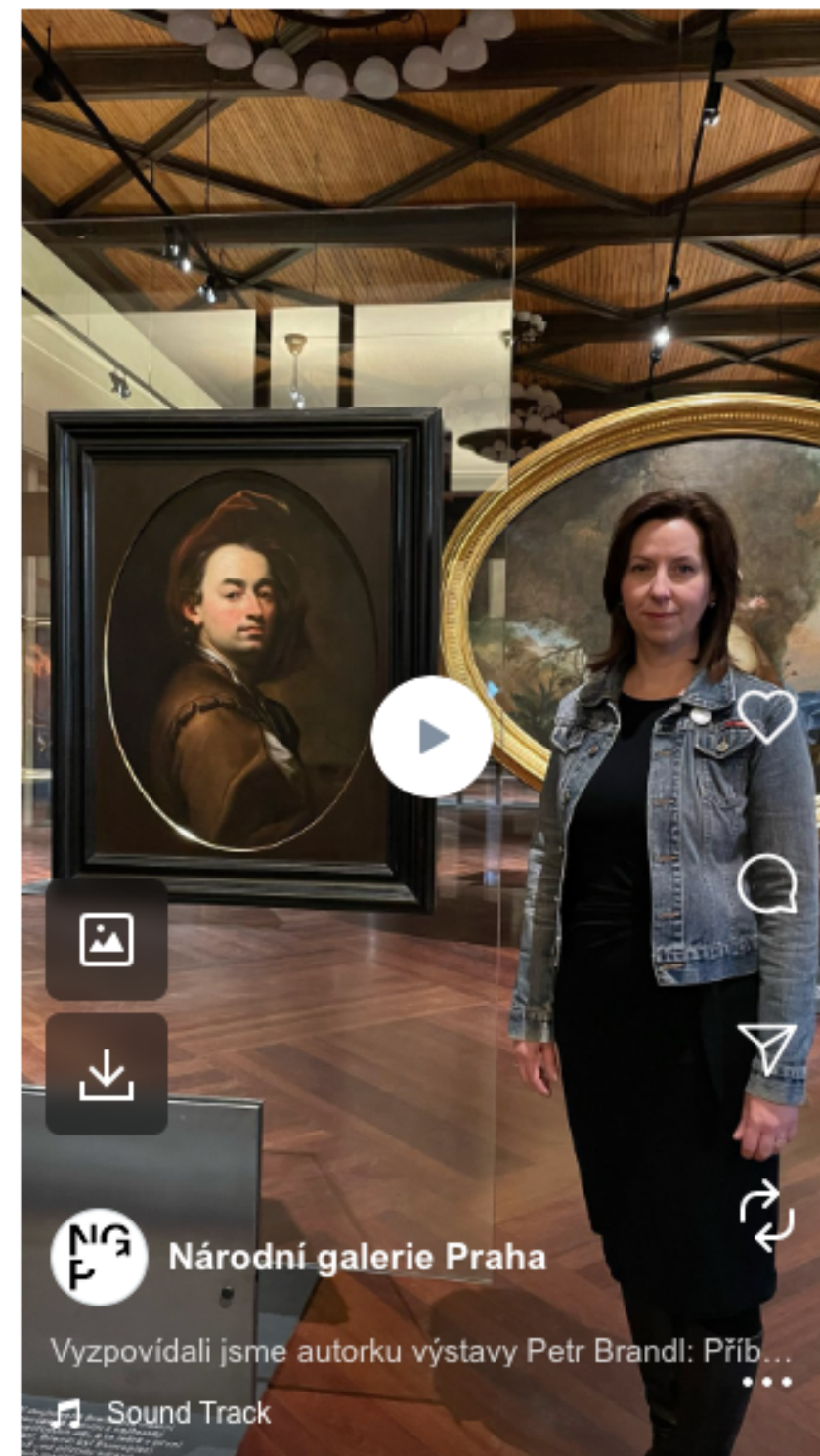
Odpovědět ngprague...



Národní galerie Praha

Vyzpovídali jsme autorku výstavy Petr Brandl: Příběh...

Sound Track



NG FF



Petr 55

 175 cm

 Malíř v Staroměstský malířský cech

 dílna Kristiána Schrödera

 méně než 1 km daleko

Petr 55

 175 cm

 Malíř v Staroměstský malířský cech

 dílna Kristiána Schrödera

 méně než 1 km daleko

Jazyky, které umím

 Němčina

Víc o mně

 Štír

 Učiliště

 Už děti mám a další nechci

Zobrazit víc 

Životní styl

 Bez mazlíčků

 Skoro každý večer

 Kouřím, když piju

 Nikdy



NIFA

DĚKUJI ZA POZORNOST