

Media tým PyCon CZ

Toto je dokumentace toho, jak funguje tým na (social) media během příprav konference PyCon CZ 2018 (s pár aktualizacemi). Budeme sem (snadno a rychle) zapisovat naše know-how a zkušenosti. Po konferenci by se text překlopil někam jako Open Source návod.

Pokud se v něčem liší informace v tomto dokumentu a realita, pak je realita špatně. Co není psáno zde, tak neplatí.

Základní informace

Členové: Mia Bajić (náčelnice), Anežka Müller (bývalá náčelnice, pomáhá), v textu je zmíněn Honza, který už to nedělá vůbec.

Slack kanál: [#pyconcz-media](#)

Slack handle na všechny v týmu: @pyconcz-media-team

Jak zadat týmu práci

Vejdi do našeho kanálu na Slacku a pošli nám, co potřebuješ, přes **@pyconcz-media-team** mention, my už si to nějak zpracujeme.

Jak pracujeme

- Pokud přijde úkol od organizátorů (viz výše), tak ten, kdo se toho bude chtít ujmout, odpoví do Threadu pod příspěvek na Slacku, že si to bere na starost. Dá tak ostatním vědět, že se tím nemusí zabývat.
- Pokud přijde dotaz od lidí, odpovídá ten, kdo na to první narazí. Kdyby se moc stávalo, že odpoví více lidí z týmu, tak bychom před odpovědí nejdříve napsali na Slack “hele, já tady tomu odpovím”.
- Honza nastaví nějaké Slack integrace do naší místnosti, abychom tušili, co se děje na Twitteru.
- Honza dá členům týmu přístupy na Twitter, FB, atd.
- Honza zodpovídá za to, aby se práce děla, a je to final escalation point.

- Člen týmu si může vzít na starost i úkol, který neví jak zpracovat – to je v pořádku. Dá vědět Honzovi a Honza všechno vysvětlí, naučí, a zapíše sem.
- Uvidíme, jestli bude potřeba nějaká evidence úkolů ala Trello nebo GitHub Issues, kdyžtak zavedeme.

Milníky propagace konference

Existuje tabulka, ve které se nachází všechno o konferenci, tzv. “Battle Plan”. Na záložce “Timeline” je časová osa toho, jak budou probíhat přípravy konference. Z hlediska propagace jsou nejdůležitější následující události:

- **Vyhlášení konání konference (datum, místo)**
 - Vytvoření FB eventu, atd. Nahánění prvních early-adopters, cílem je aby si lidi udělali značku ve svém kalendáři a na datum si nic neplánovali. Letos bude potřeba lidi přesvědčit o tom, že chtějí jet na PyCon CZ i přesto, že na něm zrovna byli (měníme období konání z listopadu na červen).
- **Otevření CfP / uzavření CfP**
 - Musíme co nejvíce lidí namotivovat, aby poslali přihlášku na přednášku nebo workshop do otevřeného CfP. Plošná oslovení nefungují, lepší je nacházet konkrétní lidi a psát jim, zvat je, apod. Je potřeba opravdu hodně přihlášek, toto je nejtěžší kus práce.
- **Spuštění prodeje EARLY BIRD lístků**
 - Smyslem je motivovat lidi kupovat si zlevněné lístky dřív, i když ještě neví, co bude na konferenci za obsah. Díky tomu máme potom jistější rozpočet.
- **Vyhlášení keynote speakerů**
 - Jsou domluvení a víme je před tím, než skončí CfP. Účelem je lákat lidi, i když ještě nemáme jasný další obsah konference.
- **Spuštění prodeje STANDARD lístků, vyhlášení speakerů a programu**
 - Smyslem je, aby si lidi koupili lístky a přijeli na konferenci my nepřišli na buben :)
- **Propagace užitečných informací**
 - Snažíme se, aby se k lidem, kteří už mají lístek, dostala informace kde mají bydlet, kam si mají zajít na kafe, jak mají přijet do města, kde si mají vyměnit CZK, apod. věci
- **Social Media během konference**
 - Když začne konference, je cílem sledovat Social Media a odchyťávat dotazy účastníků, průšvihy, apod. a řešit je, nebo je posouvat k řešení ostatním organizátorům. Tím, že postneme sem tam pár pěkných fotek, způsobujeme dvě věci – lidi, kteří na konferenci jsou, mají co retweetnout a pochlubit se

tak, že jsou někde, kde je to skvělé. Lidi, co tam nejsou, vidí na Social Media, že je to tam skvělé a přijedou příště.

- **Social Media po konferenci, propagace natočených videí, summary článků, apod.**
 - Opět podobné dva důvody jako v bodu výše. Tato propagace se dělá pro lidi, co na konfeře byli (aby věděli, že dobře udělali) a pro ty, co tam nebyli (aby věděli, že mají určitě přijet příště).

Facebook

PyCon CZ má svoji stránku, která dělá event (novinka 2023) a pak máme skupinu Pyonieri, kde cross-postujeme určité super významné události.

Všichni členové týmu musí být nastaveni jako admini na event, protože když napíše admin na stránku event, všichni přihlášení dostanou notifikaci – a toho chceme samozřejmě využívat. Na FB píšeme každý za sebe a ručně monitorujeme dotazy a odpovídáme. K postům se snažíme mít obrázky, třeba i nějaké vtipné, zvyšuje to engagement. Označování lidí / firem / atd. taky zvyšuje, takže pokud to jde, dělat.

Žádný automatický nástroj (pokud vím) neumí naplánovat příspěvek na event stránku, takže jsme odkázaní na manuální správu. Na FB posíláme zprávy spíš jednou za čas a delší, na rozdíl od Twitteru, kam to sypeme jedno za druhým. Hodí se spíš počkat a spojit víc informací dohromady a nějak lidsky a vtipně je sepsat do pěkného statusu s obrázkem. Nezahlcovat lidi, postovat jen sem tam, jinak si vypnou notifikace na event nebo na ně přestanou reagovat.

Na FB se dá postovat na rozdíl od Twitteru i o víkendu, protože lidem přijdou notifikace a oni si to přečtou později.

Emoji pomáhají tomu, aby si lidi statusu všimli, ale nemělo by se to s nima úplně přehánět asi.

Twitter

Máme účet @pyconcz, velmi důležité věci budeme chtít retweetovat i na dalších účtech (@pyvec, @napyvo). Od dob co Twitter už neudrží lineární historii sledovaných tweetů a od dob co lidi sledují stovky účtů, se nedá spolehnout na to, že cokoliv tweetneme, tak někdo vůbec zachytí a přečte. Jedinou obranou je důležité věci tweetovat opakovaně a v různé časy ve dne.

Nemá smysl nic psát od pátku od oběda do neděle do večera – Češi zmizí na víkend někam na chatu a Twitter nečtou. Nejlepší tweetovací časy jsou 11 ráno a 3 odpoledne. Je mi jedno proč, ale změřil to Buffer.io, tak tomu budu věřit.

Na Twitteru lze naplánovat tweety dopředu přes TweetDeck, čehož se při přípravě PyConu velice hojně využívá.

Speakeři, přednášky, videa apod. věci, kterých je hodně, se tweetují jedno po druhém, každý den jeden kousek nebo dva. Tím se zvyšuje engagement. Používat všude co nejvíc relevantních hashtagů a když je speaker na Twitteru, udělat mention. Na tato “kobercová bombardování” mám už pár triků a sepíšu je někdy jindy.

Emoji pomáhají tomu, aby si lidi statusu všimli, ale nemělo by se to s nima úplně přehánět asi.

Velké publikum se dá sehnat tak, že s účtem @pyconcz followujeme jiné, relevantní účty. Je to trochu followovací spam, ale funguje dobře. Pokud je to relevantní, nevidím v tom problém. Vždy před PyConem projedu co se kde urodilo nového za účty a co je kde za nové zajímavé lidi kolem Pythonu a nafollowuju je.

Další kanály

Bohužel ne každý je na FB nebo Twitteru. Musíme si být vědomi toho, že i když si vezme naše práce hodně času, zasahujeme jí stále jen zlomek všech lidí, které chceme zasáhnout.

- Instagram byl funkční jen v roce 2019, aktuálně není kdo by se o něj staral, proto ho chceme zavřít
- Veřejné mailinglisty
- Univerzitní “nástěnky” a IS
- Firemní mailinglisty
- Letáčky
- Lightning talky na jiných konferencích
- Zprávičky na weby typu LinuxExpress, abclinuxu, Zdrojak, Root, LinuxSoft, ...
- Slovenské a cizojazyčné weby
- Event spaces – Hub, Node5, Pracovna, Paralelní polis, atd. (letáčky, mailinglisty)

Dá se pozvat lidi z časopisů (např. Zdrojak), aby přijeli a udělali o konferenci reportáž a byli “mediálními partnery”. Nevím, nakolik nám to stojí za ten lístek ale :D

Oslovování lidí v cizích zemích

Koncept ambasadorů jako má PyCon PL? Toto ještě zatím nemáme moc podchycené.

PyLadies / Django Girls

U konference se budou konat Django Girls nebo něco jiného. Až bude jasné co a kdo, domluvíme se s nimi, jestli si chtějí dělat propagaci sami, nebo ji chtějí od nás. Momentální zvolenou ambasadorkou PyLadies je Zuzka Válková (na Slacku @zuzejk), takže to je náš hlavní kontakt v tomto směru.

Jde hlavně o FB stránku případného eventu a twitter účty @pyladiescz a @djangogirlsprg.

Odpovídání na dotazy

Pokud se někdo na něco ptá, v odpovědi viz tón komunikace. Naším úkolem je jít, zjistit od zbytku týmu jak se věci mají, zabalit je do pěkné odpovědi a poskytnout tyto informace v odpovědi.

Na FB je každý sám za sebe. Na Twitteru bych preferoval, aby každý člen týmu odpovídal ze svého účtu, ale vždy při tom zpětně označil i “@pyconcz” – tzn. pokud někdo pošle dotaz z účtu “@nekdo_zvedavy”, který bude

“@pyconcz Hi, when do you open CfP”

...tak naše odpověď by měla být z osobního Twitter účtu:

“@nekdo_zvedavy @pyconcz Hi! Very soon, it looks like it's going to be about this Sunday!”

Účet PyCon CZ bych nechal vyloženě jen na “broadcast” oznamovacích tweetů. Tímhle ukážeme, že jsme lidi a je tam i nějaká osobní zodpovědnost za odpovědi lidem.

Tón komunikace

Je potřeba nastudovat vše ohledně tzv. [“krizové komunikace”](#). Pokud se něco pokazí, je potřeba zachovat klidnou hlavu, přiznat chybu, omluvit se, zařídit, vyřídit, nenechat se rozhodit. PyCon CZ má velmi dobrou, pozitivní značku, kterou si vybudoval vstřícnou komunikací a svým otevřeným přístupem. Odpovídejme lidem tak, jak bychom chtěli, aby odpovídali ostatní nám. Jsme slušní, uctíví, respektujeme lidi, respektujeme to, že mají s něčím problém. Snažíme se z nespokojenců udělat nadšence tím, že jím problém pomůžeme hezky a efektivně vyřešit.

Jazyk komunikace

Výchozím jazykem je angličtina, vždy a všude. Pouze pokud se člověk na něco ptá a použije češtinu/slovenčinu, odpovídáme pouze na tento konkrétní dotaz v češtině.

Během konference

Zkušenost velí:

- Nepřehlcovat kanály realtime daty. Twitter není co býval a lidi ho ani nestíhají tolik číst, když jsou na konferenci. Ne každý má Twitter nebo FB. Vyfotit pár fotek, ale dávat je na Social Media po dávkách, spíš po delších časových úsecích (dopoledne, blok přednášek, atd.). Dovoluje to i zachovat si odstup, pokud se dějí nějaké nepříjemné věci.
- Twitter se naprosto nehodí pro oznamování důležitých informací. Je potřeba vytvořit nějakou webovku, která se bude promítat na plátno během konference a bude obsahovat sli.do na otázky a zároveň bude mít nějaké místo, kam jde všem oznámit důležitou informaci.

Klasická média

V roce 2016 jsme obeslali i nějaká klasická média. Nakonec přijela Česká Televize a natáčela na Django Girls. Zpětně bych řekl, že to nemělo velký význam. Ale pokus dobrý.

Věci navíc, které lze průběžně propagovat

Na větší engagement jsem vloni prošpikovával Twitter občasnou fotkou z předchozího roku a označil to jako #flashback #pyconcz2016. Přišlo mi to fajn. Můžem zkusit i letos v době, kdy nebude co speciálního propagovat.

Propagoval jsem PyCon PL a PyCon SK, máme s nima partnerství.

Dát vědět že máme python.cz a pyladies.cz a další aktivity, o kterých nemusí lidi vědět a doví se o nich díky tomu, že sledují konferenci.

Informace o Praze a jak se do ní dostat, o ČR informace. Informace o venue.

Informace o organizačorském týmu – ať si taky užijem nějakou tu slávu!

Poznámky

Na všechno jsem si přišel divoce sám. Možná, že kdo je guru na Social Media, tak by mě za leccos, co tady je napsané, vytahal za uši. Klidně se rád poučím a naučím nové věci :)

Social Media jsem nikde nestudoval. Další zdroje, co mě napadají:

- <http://www.europython-society.org/workgroups> – mají Communications Working Group, což je obdoba tohoto týmu, ale trochu širší. Je popsána jako “Communications (press, community relations, diversity/outreach, announcements, social media, attendee tools, volunteer coordination, Loomio groups, mailing lists)”. Hlásil jsem se tam, ale nikdy mi neodepsali :-/
- <http://buffer.com/>
- <http://tweetdeck.twitter.com/>
- <https://hootsuite.com/>
- Byl jsem na tomhle kurzu a vřele doporučuju:
<http://www.naucmese.cz/kurz/pr-pro-neziskovky> Mám z toho ještě někde poznámky, možná bych je měl taky vzít a někam zpracovat.