



Nemzetközi cégeket is megelőzve végzett első helyen a Zsolnay Kulturális Negyed Facebook

profilja

az

évente

meghirdetett

rangos

Golden Like

versenyen

. A

Zsolnay

Örökségkezelő

Nonprofit

Kft

.

munkatársai

fél

éven

belül

már

a

második

országos

online

szakmai

díjat

hozták

el

Pécsnek

.(

Képünkön

a

jól

ismert

szimbólum

, a "like";,

ezúttal

aranyba

foglalva

.)

A népszerű internetes közösségi portál, a Facebook rajongó oldalainak évek óta indít versenyt Magyarországon. A Golden Like pályázatra idén 354 szakmai zsűri is kiválasztotta a legjobbát. A díjakat május 31-én adták át Budapesten, a Super Social

konferencián

.

Az idei év legjobbjának a Zsolnay Kulturális Negyed profilját ([facebook.com/zsolanynegyed](https://www.facebook.com/zsolanynegyed)) választották

a
szakemberek

.

Az
értékelés
során
figyelembe
vették

a
bejegyzések
minőségét

,
sokszínűségét

, a
dizájnt

,
az
aktivitást

, a
kommunikáció
tervezettségét

,
és
hogy
a
vállalt
üzleti
elképzelések
mennyire
tükröződtek
az
oldalon

.

A Golden Like-díj Pécs számára azért különösen értékes, mert a top 10-ben olyan 15-80 eze

r
Facebook
rajongóval
rendelkező
nemzetközi
óriásmárkákat

,
hazai
oldalakat
előzött
meg a
Zsolnay
Kulturális
Negyed
, mint a Tesco,
az
Avon, a
Tic-Tac
, a Cinema City,
az
MKB
Veszprém
KC,
az
F1
Ferrari
Hírek
, a
Pólóműhely
és
a
Söriverzum
.

A második helyet a Pólóműhely, a harmadikat a Cinema City szerezte meg. A legtöbb szavazatot kapó közönségdíjas Facebook megjelenés pedig a Fehérvár Retró szórakozóhely oldala lett.

A Zsolnay Örökségkezelő Nonprofit Kft. Kommunikációs Divíziója fél éven belül a második országos online

szakmai
elismerést
hozta
el
Pécsnek
. 2011
decemberében
a Magyar Marketing
Szövetség
versenyén
a
Kodály
Központ
weboldala
kultúra
kategóriában
le
tt
Az
év
honlapja

.