

Lokalny serwis informacyjno-społecznościowy HaloŁódź świętuje swoje pierwsze urodziny. Z tej okazji premierę miała nowa szata graficzna, a równolegle wystartowała oferta franczyzowa zaadresowana do lokalnych mediów w całej Polsce.

HaloLodz.pl wystartował na początku 2010 r., w ramach działania 8.1 POIG. Serwis tworzony jest przez młody i zaangażowany zespół, znakomicie uzupełniony kilkunastoosobową grupą dziennikarzy obywatelskich. Jesteśmy takim 'miejskim kombo' - szybkie newsy, bogate w zdjęcia i video, możliwość zgłaszania interwencji, zakładania grup dyskusyjnych, dodawania ogłoszeń i prowadzenia blogów, katalog firm i zawsze aktualny kalendarz wydarzeń, a wszystko to naniesione na mapę. Dzięki temu w ciągu roku przekonaliśmy do siebie łódzian i zbudowaliśmy bardzo aktywną społeczność - podsumowuje Tomasz Skupieński, dyrektor zarządzający spółki.

Jednym z podstawowych założeń projektu było stworzenie medium zaangażowanego, realizującego ważną misję, bliskiego łódzianom i przyjaznego organizacjom pozarządowym. Na HaloŁódź regularnie wypowiadają się łódzcy społecznicy, a NGOsy prowadzą blogi poświęcone swojej działalności i promują swoje wydarzenia. HaloŁódź jest patronem medialnym piłkarskich drużyn Widzewa i ŁKS, wspierało starania Łodzi o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2016 relacjonując szeroko wszystkie sygnowanie tym znakiem wydarzenia w Łodzi oraz patronuje wielu większym i mniejszym imprezom, które mają miejsce na terenie miasta.

Społeczność skupiona wokół serwisu liczy dzisiaj 50 000 unikalnych użytkowników miesięcznie i według prognoz spółki w 2011 rok urośnie dwukrotnie. Co ważniejsze – łódzianie doceniają pracę redakcji - HaloŁódź zostało nagrodzone przez środowiska NGO nagrodą „Punkt dla Łodzi” w kategorii „Serwisy Internetowe” za „stworzenie społeczności skupionej wokół spraw Łodzi”.

Ośmielona łódzkim sukcesem spółka, przygotowała plan rozwoju na lata 2011-2012 r., który zakłada budowę sieci serwisów lokalnych HaloMiasto we współpracy z lokalnymi mediami z całego kraju.

Dysponujemy nowoczesnym narzędziem w postaci serwisu internetowego, atrakcyjnym brandem, a przede wszystkim pełnym know-how w zakresie rozruchu serwisu informacyjno-społecznościowego w lokalnej społeczności - mówi Tomasz Skupieński.

Spółka zamierza oprzeć ekspansję ogólnopolską na modelu franczyzowym, a głównym adresatem oferty są lokalni wydawcy - prasa, radio, telewizje kablowe, którzy nie są jeszcze mocno obecni w Internecie, a chcieliby szybko i w sposób efektywny kosztowo rozszerzyć swoją działalność na nowe media.

Wybraliśmy franczyzę, gdyż szukamy partnerów mocno osadzonych w lokalnych społecznościach. Jesteśmy mocni w Łodzi, głównie dlatego że wywodzimy się stąd, znamy to miasto i problemy łódzian. Tego sukcesu nie powtórzymy w Poznaniu, Zduńskiej Woli czy Koszalinie bez ludzi, którzy w sposób samodzielny poprowadzą lokalne serwisy. - dodaje Skupieński.

Projekt HaloMiasto jest także otwarty na współpracę z dziennikarzami lokalnych mediów, którzy chcieliby rozpocząć własną działalność.