PROXPERT CEBS REALTID FONDAZIONE TOSCANA SOSTENIBILEMOBILIZING EXPERTIS

BLI EN 2 VIP influenceur

EN STEG-FÖR-STEG-GUIDE
BLI EN 2VIP INFLUENCEUR

Introduktion

VILKA ÄR DE VIKTIGASTE SYFTENA MED SOCIALA MEDIER?

I teknikens och den virtuella kommunikationens era är sociala nätverk en viktig tillgång som erbjuder många fördelar.I genomsnitt spenderar vi 2-24 minuter per dag på sociala medier.Vi använder dem främst för att hålla kontakten med familj och vänner, följa nyheter, öka antalet kontakter, få information, hitta ett jobb och mycket mer! Med hjälp av sociala medier kan du utveckla din egen image eller ditt företags eller din organisations image.

Interaktioner

Sociala medier används vanligtvis för social interaktion, tillgång till nyheter och information samt beslutsfattande.

Kommunikation

Det är ett värdefullt verktyg för att kommunicera med andra lokalt och globalt, samt för att dela, skapa och sprida information.

KAPITEL N.1

5
Typer av sociala medier

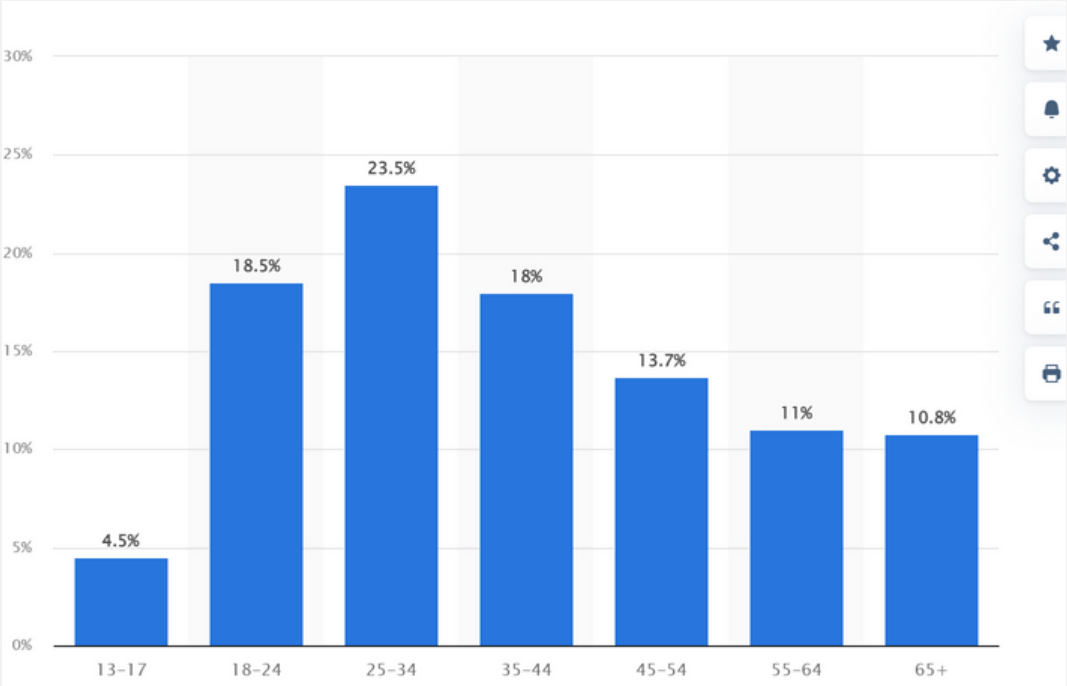
Socialt
nätverkande
Fotodelning
Videodelning
nteraktiva medier
Bloggning/gemenskapsbyggande

Sociala nätverk

Plattformar som Facebook, Twitter och LinkedIn kallas ofta för "nätverksplattformar" eftersom de gör det möjligt för användarkonton att interagera med varandra på många olika sätt.

SOCIALA NÄTVERK ÄR KANSKE DEN MEST TRADITIONELLA FORMEN AV SOCIALA MEDIER.

På alla tre nätverken kan användarna enkelt komma i kontakt med andra genom enkla åtgärder som taggning, hashtaggning, kommentarer, privata meddelanden, reaktioner på inlägg och delning av innehåll. Förutom social interaktion är nyhetsflödena på de vanligaste sociala nätverksplattformarna utformade för att innehålla en blandning av text och bilder, snarare än en enda typ av innehåll. Den här flexibiliteten gör sociala medieplattformar lätta att starta en social strategi med, eftersom du kan experimentera med olika former av innehåll innan du går vidare till plattformar som kräver mer specifika typer av innehåll.

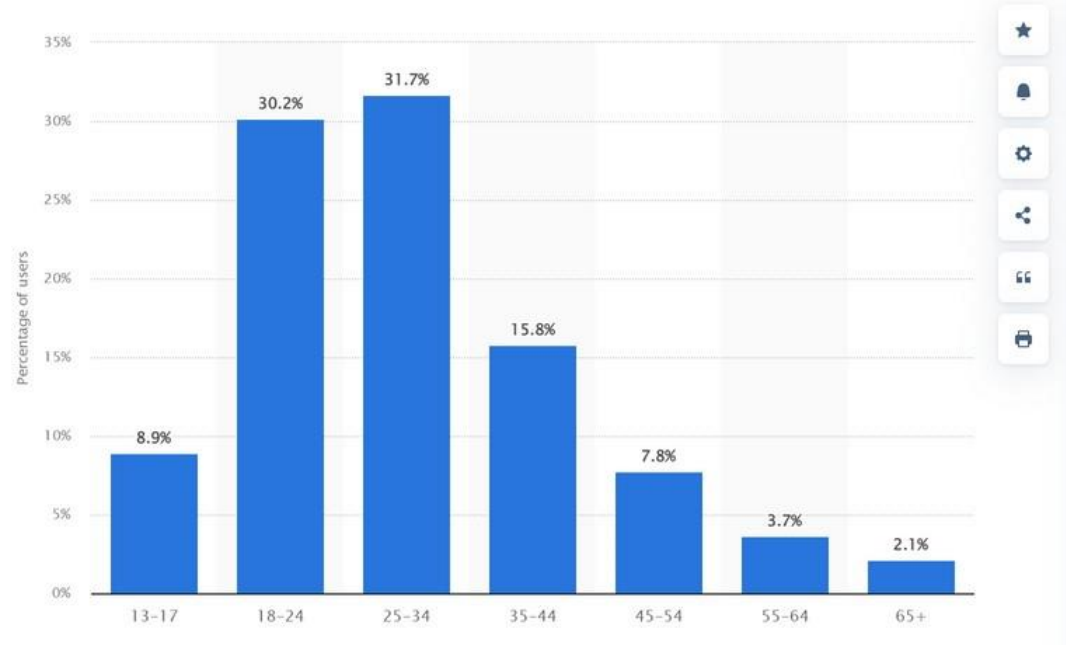


För dem som vill börja med video eller grafik kan dessa plattformar vara ett bra ställe att testa det nya innehållet på. I takt med att videomarknadsföring växer har många börjat lansera mer avancerade funktioner som Facebook Stories och Twitter live streams.

Delning av foton

PLATTFORMEN FÖR DELNING AV FOTON ÄR EN MÖJLIGHET ATT VISA UPP VISUELLT INNEHÅLL ELLER PRODUKTBILDER.

Två av de största plattformarna som specialiserar sig på fotodelning är Instagram och Pinterest.
De erbjuder ett visuellt flöde med inlägg som visar foton och korta videor följt av en bildtext. Användarna kan också lägga upp livevideor eller skapa berättelser som försvinner efter en dag. Liksom de sociala nätverksplattformarna ovan kan användarna interagera med andra genom taggar, gilla- och kommentarsymboler eller direktmeddelanden.

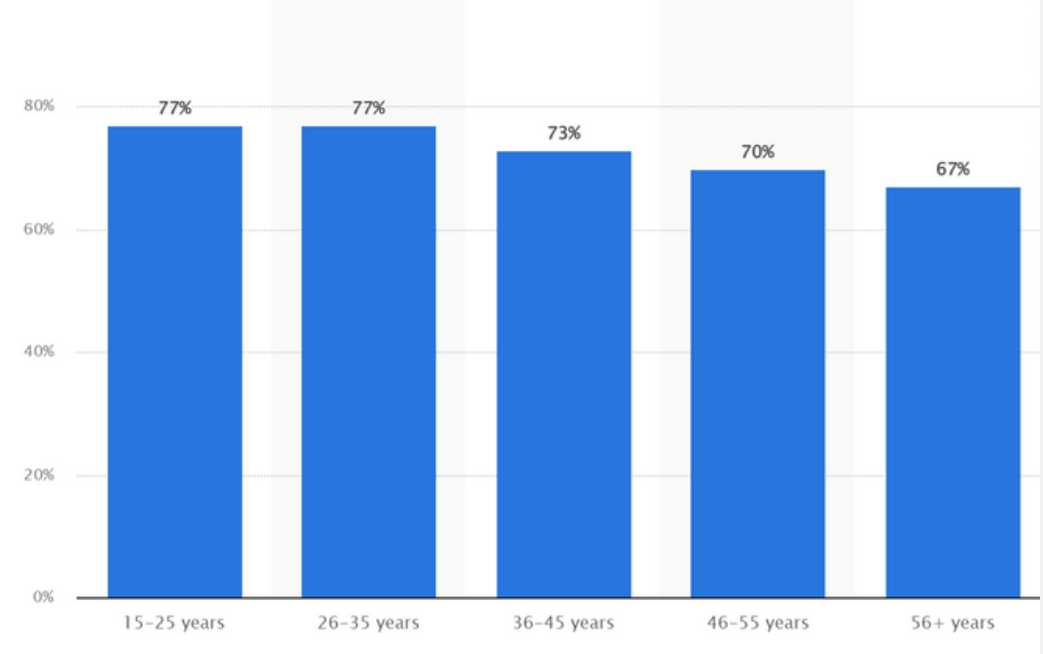


Innan du börjar använda någon eller båda av dessa plattformar måste du bestämma om ditt mål är att få varumärkeskännedom eller länkbaserad trafik. Även om både Instagram och Pinterest kan vara användbara verktyg för produktfoton och varumärkeskännedom är Instagrams aktiva publik mycket större än Pinterest. När du väljer en plattform kan du överväga din innehållsrelaterade bandbredd. Båda kräver visuella bilder, men du kan också behöva inkludera videoskapande .

Delning av videor

PLATTFORMEN FÖR VIDEODELNING ÄR UTMÄRKT FÖR EN SOCIAL STRATEGI, DEN KAN FÅ DIN NÄRVARO ATT SE RELEVANT UT.

När det gäller långa videor är Youtube, Vimeo och Dailymotion de ledande plattformarna. Medan Youtube har en större publikbas och bättre SEO-funktioner är Vimeos mindre plattform mycket gemenskapsdriven. Video kan vara till hjälp för många olika branscher. Medan en restaurang kan ha en vlogg med matlagningstips kan ett teknikföretag fokusera sin videostrategi på produktdemonstrationer.

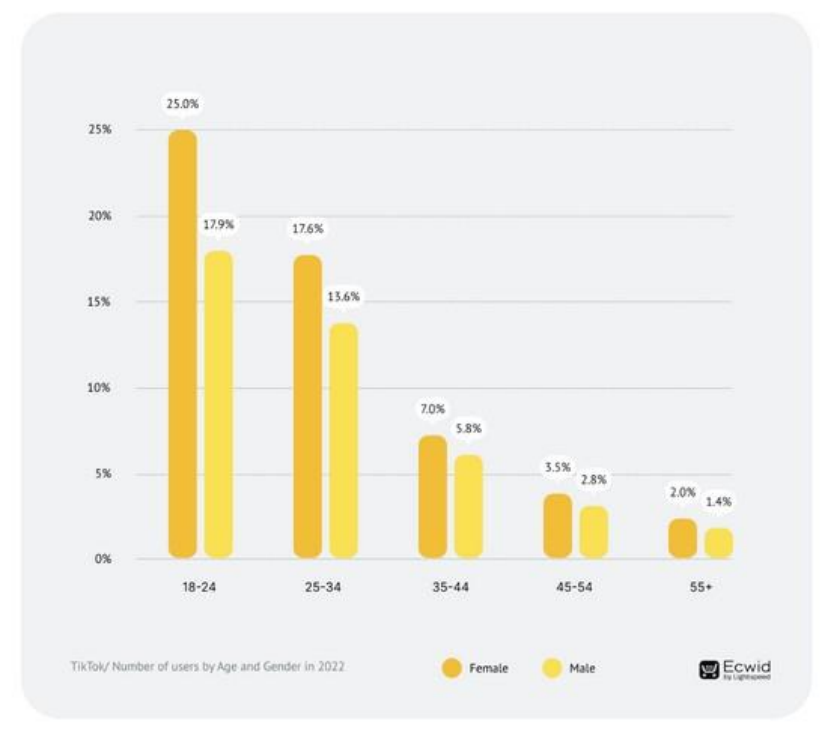


Förutom Youtube, Vimeo och Dailymotion har även mer traditionella sociala medieplattformar börjat använda videomarknadsföring mer aggressivt. På senare år har Facebook lanserat Facebook Stories och Facebook Live och lagt till en särskild videoflik i sin mobilapp. Twitter har under tiden tillåtit användare att starta direktsända videoströmmar.

Interaktiva medier

DEN MEST POPULÄRA APPEN FÖR SOCIALA MEDIER SOM GÖR DET MÖJLIGT FÖR ANVÄNDARE ATT SKAPA, TITTA PÅ OCH DELA 15-SEKUNDERS VIDEOR SOM FILMATS .

De tillåter användare att dela foton och videor och har också en mängd unika interaktiva och experimentella funktioner. Dessa två appar inkluderar AR/VR-filter, musikaliska överlagringar och interaktiva spel. Deras publik är också i hög grad av typen Gen-Z.

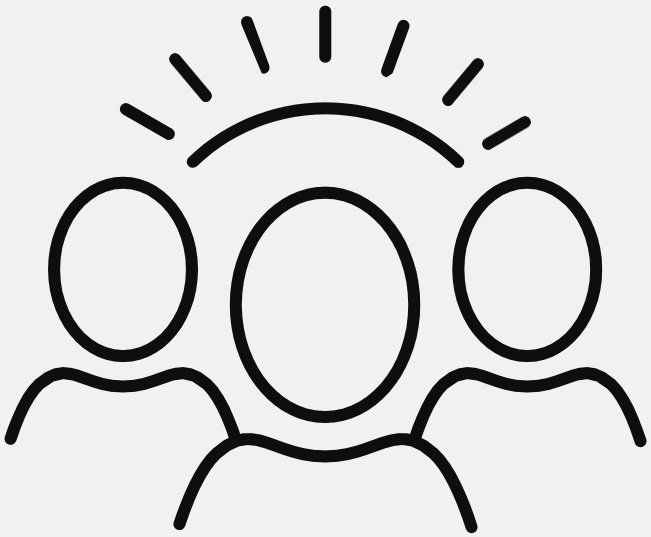


Om du testar dessa plattformar ska du se till att din bransch och ditt innehåll är relevant för ungdomar. Du bör också försöka utvärdera den tid och de pengar som krävs för att hålla dessa konton aktuella och relevanta.

Bloggning/gemenskap

LÅTER ANVÄNDARNA SKRIVA OM INTRESSANTA NISCHADE ÄMNEN, SOM MEMES, EVENEMANG, POLITIK OCH POPULÄRKULTUR.

Tumblr och Reddit ger båda användarna möjlighet att skriva om intressanta nischämnen, som memes, evenemang, politik och populärkultur. När användarna publicerar ett inlägg kan andra användare på dessa plattformar dela det eller bidra till samtalet med egna kommentarer.



Genom att skapa en blogg kan du skriva artiklar om ämnen som rör ditt företags bransch och länka dem till din produkt eller webbplats. Många har en blogg på sin webbplats, men plattformar som Tumblr kan vara till hjälp om du inte har den här funktionen installerad - eller om du bara vill se vad andra i din bransch skriver på sina bloggar.

Med en diskussionssajt som Reddit kan du dela en länk eller skriva ett inlägg om ett specifikt ämne i ett diskussionsforum som är relaterat till din bransch och se hur användarna reagerar. Du kan också skapa ett eget forum om det ämne du vill uppmuntra till diskussion inte redan finns ett sådant.

Båda dessa plattformar uppmuntrar särskilt diskussioner på webben och delning av meddelanden mellan användare som är intresserade av samma ämnen.

De mest populära plattformarna bland unga människor.

Millennials och Gen Z
10-38 år

YOUTUBE

2 miljarder

Av de plattformar som omfattas av den nya undersökningen är YouTube den främsta plattformen för unga människor på nätet år 2022, eftersom 95 procent av dem använder den.

TIKTOK

1 miljard euro

TikTok är nästa på listan över plattformar som frågades om i undersökningen (67 %).

INSTAGRAM

1 miljard euro

Instagram ligger på tredje plats på listan med ungefär 6 av 10 ungdomar..

Några saker att tänka på

Överväg

Innan du börjar logga in och konfigurera dina konton på flera olika plattformar bör du tänka på de här faktorerna:

Hur mycket tid har du att ägna åt att bygga upp en strategi för en social plattform?
Har du resurser för att skapa grafik eller videor?

Är ditt mål att öka varumärkeskännedomen, trafiken eller intäkterna?
Kommer du att behöva ytterligare personal för att hantera plattformen eller kommer den att vara lätt att underhålla?
När du väl har valt en eller två plattformar ska du hålla dig uppdaterad om hur de utvecklas och vad marknadsförare gör.

Hur mycket tid har du att ägna åt att utarbeta en strategi för en social plattform?

Har du resurser för skapa grafik eller videor?

Är dina mål att öka din närvaro eller att generera trafik och intäkter?

Kommer du att behöva ytterligare personal för att driva plattformen eller kommer den att vara lätt att underhålla?

KAPITEL N.2

Hur du drar nytta av sociala medier

Fördelar med sociala medier

Miljarder människor runt om i världen använder sociala medier för att dela information och skapa kontakter.På ett personligt plan ger sociala medier dig möjlighet att kommunicera med vänner och familj, lära dig nya saker, utveckla dina intressen och bli underhållen.

På professionell nivå kan du använda sociala medier för att bredda dina kunskaper inom ett visst område och bygga upp ditt professionella nätverk genom att ta kontakt medandra yrkesverksamma i din bransch.På företagsnivå kan du med hjälp av sociala medier föra en konversation med din publik, få feedback från kunderna och höja ditt varumärke.

SOCIALA MEDIER OCH UNGDOMAR

Sociala medier ger unga människor möjlighet att omedelbart komma i kontakt med andra och dela med sig av sina liv genom foton, videor och statusuppdateringar. Ungdomarna själva beskriver dessa plattformar som ett viktigt verktyg för att bygga och upprätthålla relationer, vara kreativa och lära sig mer om världen.

Trots riskerna kan sociala medier ge barn och ungdomar värdefulla möjligheter att utveckla sina färdigheter och bygga upp ett bra digitalt fotspår.

HUR MAN DRAR NYTTA AV SOCIALA MEDIER

Bredda kontakterna och förståelsen för världen.

Människor kan lära sig och uppskatta olika perspektiv och världsåskådningar för att bättre förstå sin omvärld och bygga upp sina kunskaper om en rad olika ämnen. Med så många idéer som delas på ett antal plattformar kan de upptäcka områden av intresse och använda plattformarna i en pedagogisk funktion.

Utveckla kommunikativa och tekniska färdigheter.

Eftersom sociala medier numera är en del av vardagen är det viktigt att människor lär sig att kommunicera på nätet för att förbereda dem för framtida möjligheter på arbetsplatsen och för att hjälpa dem att interagera med vänner och familj.

Ta bort gränser för att utveckla kontakter

Sociala medier tar bort gränserna för att träffa och upprätthålla kontakter och skapa band över gränserna. För människor som kanske har ett funktionshinder eller som inte känner att de kan få kontakt med andra inom sitt samhälle kan det vara ett utmärkt sätt att få kontakt med andra människor som delar deras idéer och intressen.

Stärka relationerna.

Att ha tillgång till familjemedlemmar som bor långt ifrån varandra eller vänner som har flyttat från ett lokalt område kan bidra till att upprätthålla relationer och göra det möjligt för dem att hålla kontakten och dela sina liv med varandra.

En plats där du kan söka stöd.

Det kan ge möjligheter att erbjuda stöd till vänner och familjemedlemmar som kanske upplever ett visst problem. Å andra sidan kan det för vissa ungdomar vara en plats där de kan söka stöd om de går igenom något som de inte kan prata med sina närmaste om.

BLI EN 2VIP-INFLUENCER

TIKTOK

Att förstå Tiktok

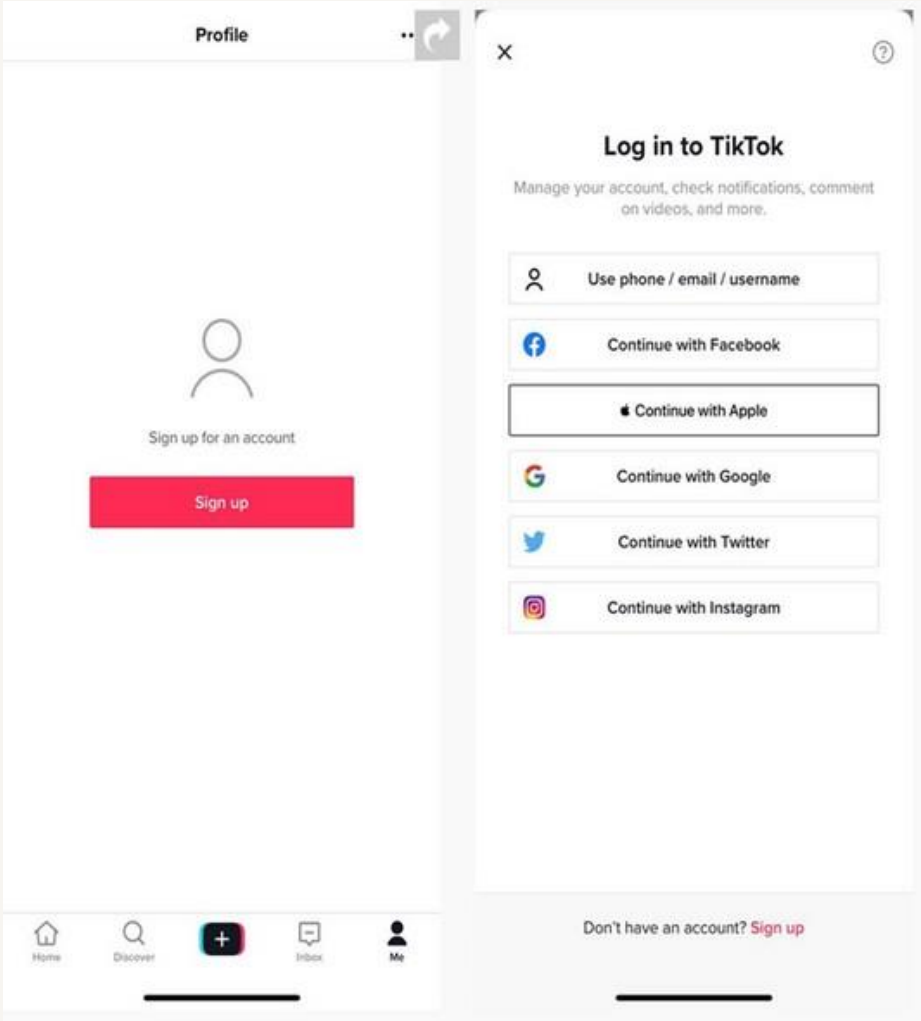
Vad är TikTok?

- Socialt nätverk som tillhör det kinesiska företaget ByteDance 2014-
- 2018: appen hette Musical.ly och blev sedan TikTok.
- Gör det möjligt att skapa korta videor med filter och effekter, skapa berättelser,
- skriva med människor Det används främst av unga människor.

Hur man registrerar sig

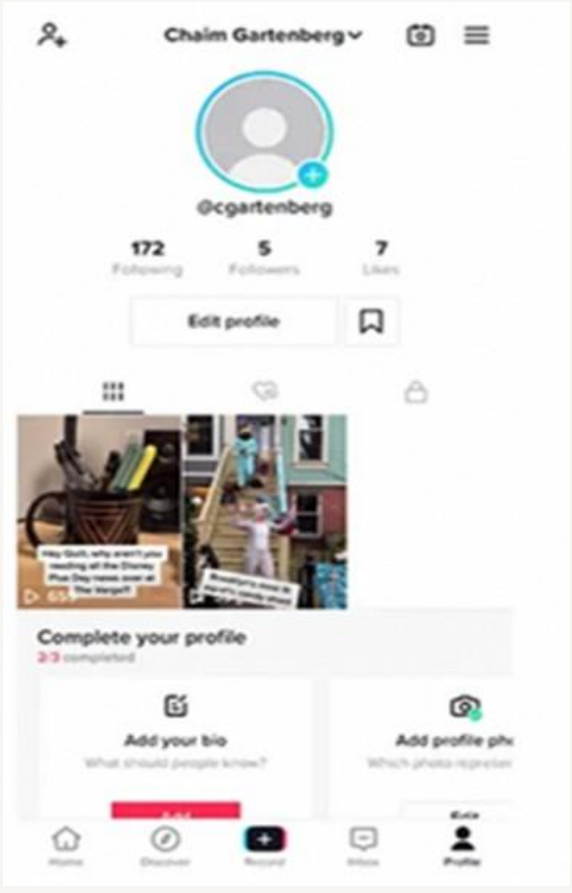
Gå till App Store eller Google Play och ladda ner TikTok. Du behöver inte betala för det.

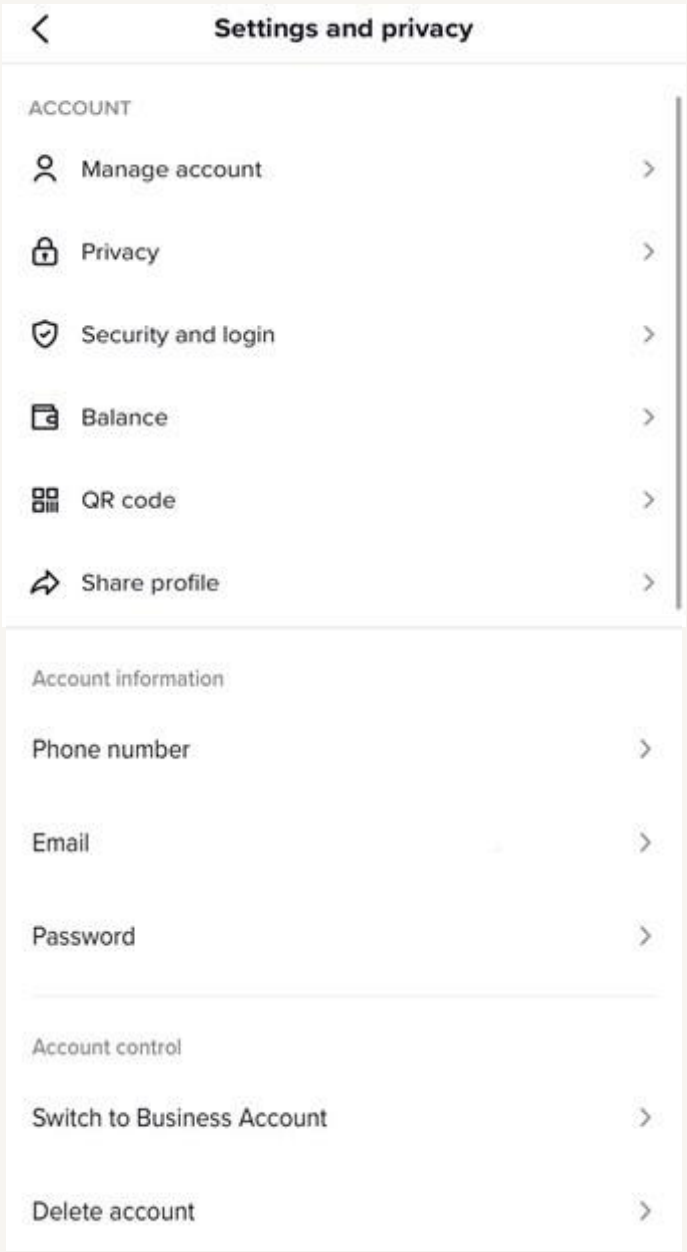
När du öppnar den måste du registrera dig.Du kan registrera dig direkt med Facebook, Gmail eller Twitter eller lägga till ett vanligt användarnamn och lösenord.



Ställ in din profil

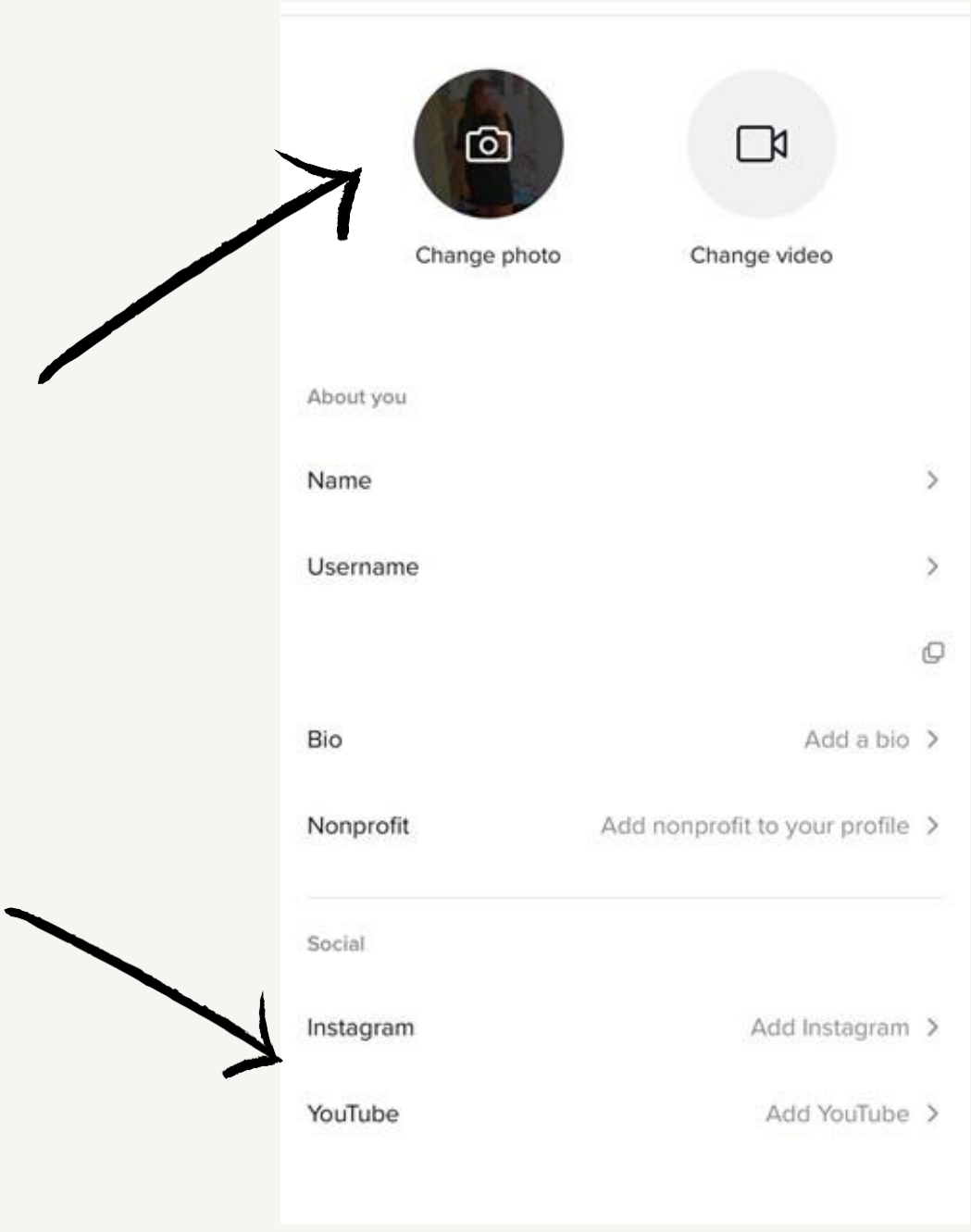
Tryck på ikonen längst ner till höger för att se din profil Inställningar finns längst upp till höger (tre rader).
Du kan lägga till begränsningar för innehåll och ålder Profilen kan vara privat, offentlig eller ett företag.





Ställ in din profil

Profilbilden kan vara en bild eller en video.
Du kan infoga namn, biografi, youtube- och instagramlänkar.



Gilla, kommentera eller dela videor som du gillar

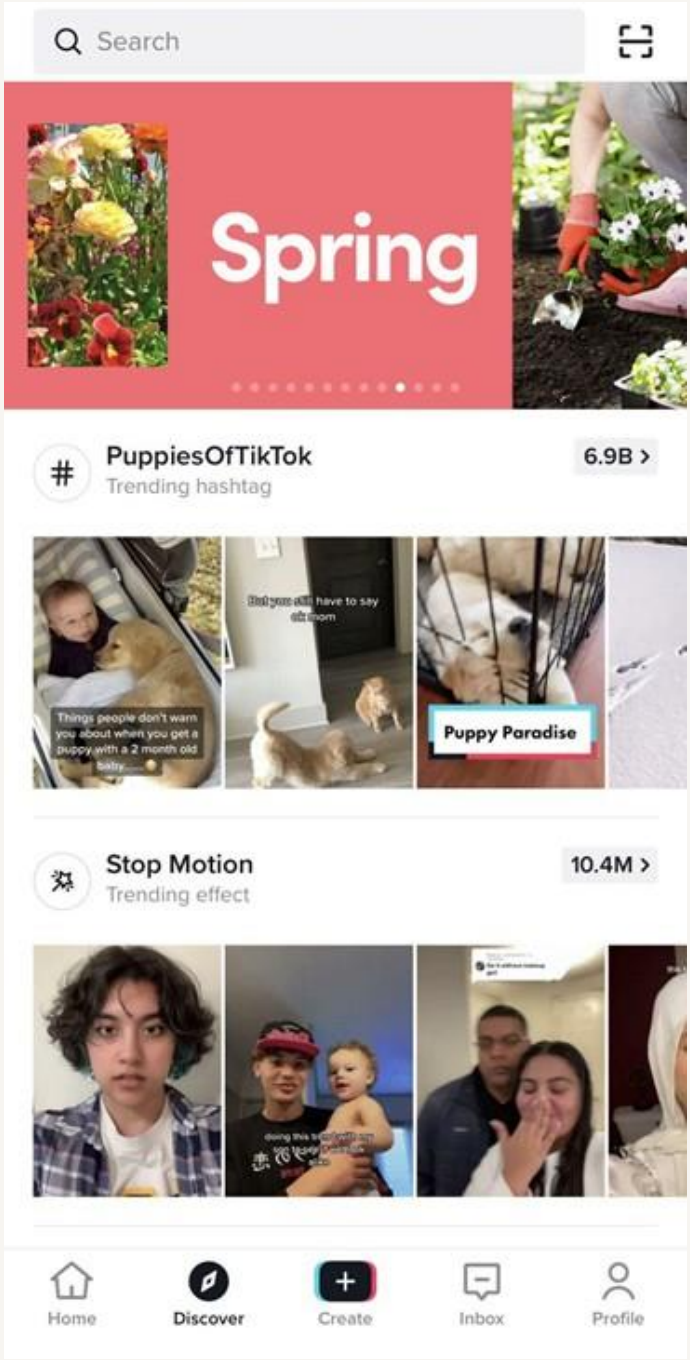
Du kan trycka på hjärtikonen för att gilla den eller på serieikonen för att kommentera den. Om du vill dela videon trycker du på framåttecknet under kommentarsymbolen för att se delningsalternativen. Om du verkligen gillar en video och vill se om användaren har flera inlägg som du kommer att gilla, svep till vänster för att växla till deras profil.

ReportNot intresserad Sparavideo Duet Stitch

Rapport Konto Konto Konto Konto

Sök efter videor

Tryck på förstoringsglaset för att öppna appens sökområde. På den här fliken kan du söka efter konton eller videor eller så kan du titta under sökfältet för att se videor baserade på det trendiga ämnet. Du kan också hitta den genom att skanna en TikCode. För att göra det går du till sökfliken och trycker på den fyrkantiga skanningsknappen bredvid sökfältet.



Välj specialeffekter

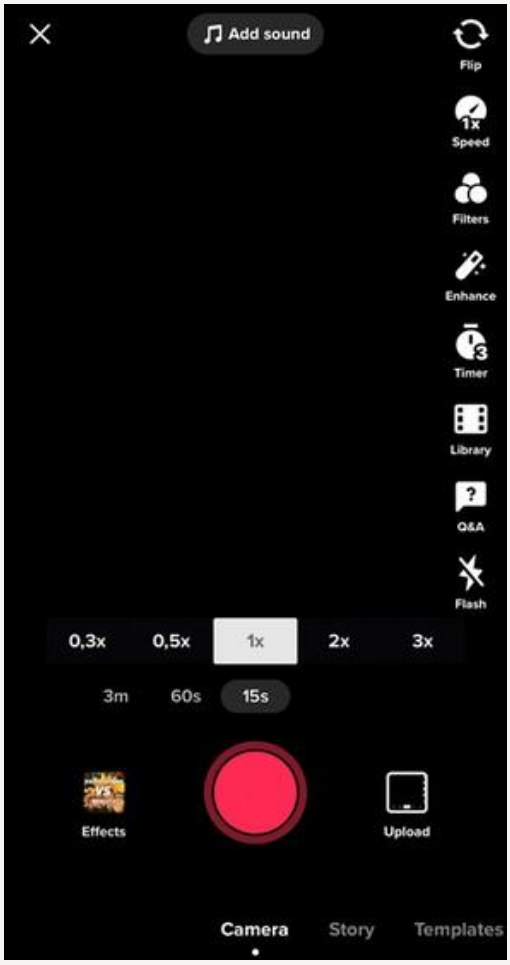
Tryck på fliken i mitten för att komma till kameraläget.

På höger sida av skärmen ser du ikoner för följande:

Flip-ikonen: för att vända kameran åt rätt håll
Hastighet: Du kan spela in video i slowmotion eller i snabbare takt.
Filter: Ändra kamerans färgfilter.
Enhance: ett AR-filter som kan dölja ojämnheter och släta ut huden.
Timer: Ställ in en nedräkning för automatisk inspelning.
Bibliotek: låter dig använda foton och videor från galleriet
Frågor och svar: du kan svara på de frågor som följare har ställt till dig.
Flash

Spela in videon

Tryck på "Lägg till ett ljud" för att välja det musiköverlägg eller den ljudeffekt du vill arbeta med.
Håll den röda inspelningsknappen intryckt. Du kan spela in videon på en gång eller i delar.
Du kan använda timern för att ge dig tillräckligt med tid att hålla telefonen och ligga framför den innan den börjar spela in automatiskt.



Välj specialeffekter

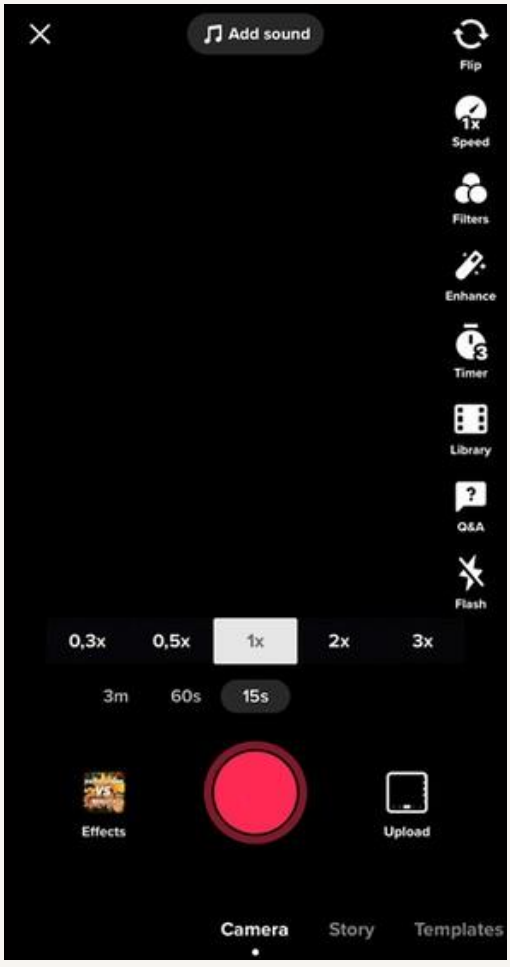
Tryck på fliken i mitten för att komma till kameraläget.

På höger sida av skärmen ser du ikoner för följande:

Flip-ikonen: för att vända kameran i rätt riktning
Hastighet: Du kan spela in video i slowmotion eller i snabbare takt.
Filter: Ändra kamerans färgfilter.
Enhance: ett AR-filter som kan dölja ojämnheter och släta ut huden.
Timer: Ställ in en nedräkning för automatisk inspelning.
Bibliotek: låter dig använda foton och videor från galleriet
Frågor och svar: du kan svara på de frågor som följare har ställt till dig.
Flash

Spela in videon

Tryck på "Lägg till ett ljud" för att välja det musiköverlägg eller den ljudeffekt du vill arbeta med.
Håll den röda inspelningsknappen intryckt. Du kan spela in videon på en gång eller i delar.
Du kan använda timern för att ge dig tillräckligt med tid att hålla telefonen och ligga framför den innan den börjar spela in automatiskt.



Tips för att bli viral

Ha kul med specialeffekterna: din video blir unik och spännande. Använd musik för att locka publiken. Gör några videor med fler tagningar: det blir mer intressant och aktivt. Var inte rädd för att vara rolig: folk kommer till den här plattformen för att ha roligt. använd fashionabla och videorelaterade hashtaggar i bildtexten, på så sätt kan videon ses när folk letar efter den. följ trenderna och duetera med de mest kända tiktokers.

KAPITEL N.5

YOUTUBE

understanting youtube

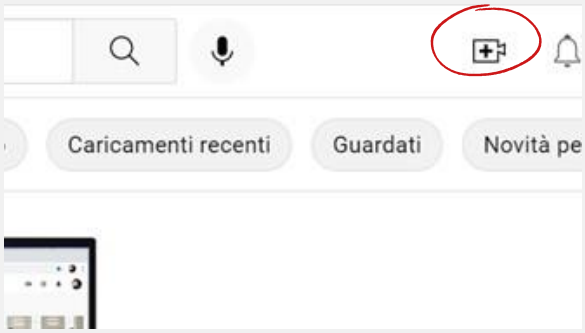
Vad är YouTube?

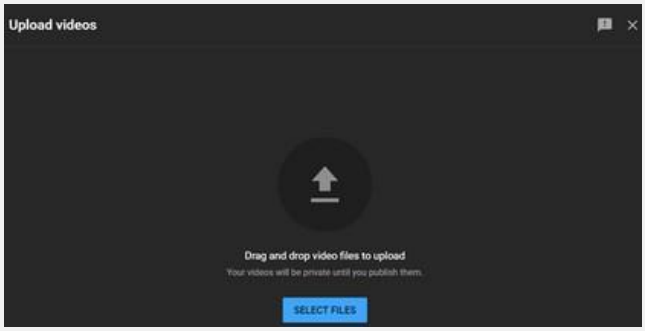
YouTube är en webb 2.0-plattform som grundades den 14 februari 2005 och som i oktober 2006 förvärvades av det amerikanska företaget Google. Det är den näst mest besökta webbplatsen i världen. Den gör det möjligt att dela och visa multimedieinnehåll som videoklipp, trailers, kortfilmer, nyheter och direktsändningar.

HUR MAN LADDAR UPP EN VIDEO

På huvudsidan trycker du på den kameraformade knappen med symbolen "+" överst. Välj "upload video" och "select file" så sker uppladdningen automatiskt eller tryck på "improte"-knappen till höger för att ladda upp en film från ditt Google Photo-konto. När du laddar upp kan du ange: titel, beskrivning, tagg och ladda upp en bild som videoomslag.

Den uppladdade videon kan vara: offentlig, dvs. synlig för alla, inte listad, privat, schemalagd för att fastställa ett publiceringsdatum.Videon kan infogas i en spellista med hjälp av punkten "Lägg till i spellista".

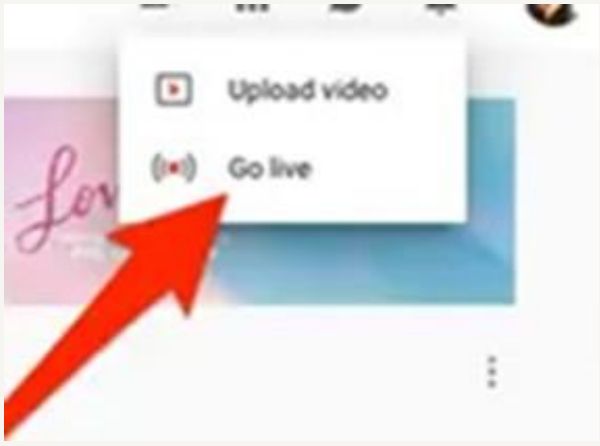




SHORTS

Du kan göra korta videor, som kallas Shorts och som är upp till 60 sekunder, direkt med hjälp av kameran på din mobila enhet.Logga in på ditt YouTube-konto.Tryck på "+" och sedan på kamerasymbolen.Låt standardalternativet på 15 sekunder vara kvar eller tryck på siffran 15 ovanför knappen "Spela in" för att förlänga det till 60 sekunder.Spela in videon genom att trycka på och hålla in knappen "Spela in" eller genom att trycka på den en gång för att starta och en gång för att stoppa.Tryck på knappen "Klart" för att få se en förhandsvisning. Förbättra videon med filter eller ändra hastigheten för att spela upp den i snabb eller långsam rörelse.Tryck på Nästa och lägg sedan till titel, beskrivning och andra detaljer. Tryck på Ladda upp

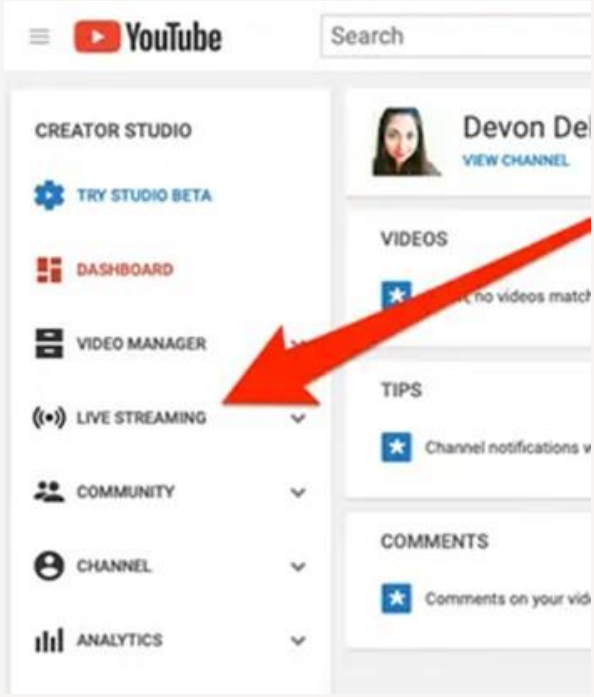
Direktsändning



Med YouTube kan du sända live, så att folk kan följa det i realtid.
Navigera till knappen "skapa" i det övre högra hörnet på YouTubes huvudsida. Det är kamerasymbolen med symbolen "+". Välj "Go Live".

Välj en tid för direktsändning när du går in i "YouTube Live Control Room". Om du inte ser det här alternativet väljer du "webbkamera" bland alternativen till vänster.Välj en titel, en beskrivning av strömmen, en kategori, en miniatyrbild, om du vill lägga den på en spellista och om den är lämplig för barn. Om du vill tjäna pengar på strömmen kan du välja det här alternativet.

Välj inställningar för livechatten och om den bara är avsedd för prenumeranter eller för vem som helst. Bestäm hur snabbt meddelandena ska skickas.Du har möjlighet att göra YouTube-streamingen privat, olistad eller offentlig. När du har gjort ditt val klickar du på Klar.



HUR MAN TJÄNAR PENGAR MED YOUTUBE

För att tjäna pengar med YouTube måste du ansöka direkt hos YouTube, vilket beviljas de som har:

-4000 timmars visning
-1000 prenumeranter
ett AdSense-konto
-respekt för samhället
-politik för monetarisering
-bo i ett land där affiliateprogrammet är aktivt.

TIPS FÖR ATT BLI VIRAL

Var uppmärksam på den plats där du spelar in videon: placera ljuset väl och se till att videon har god kvalitet.

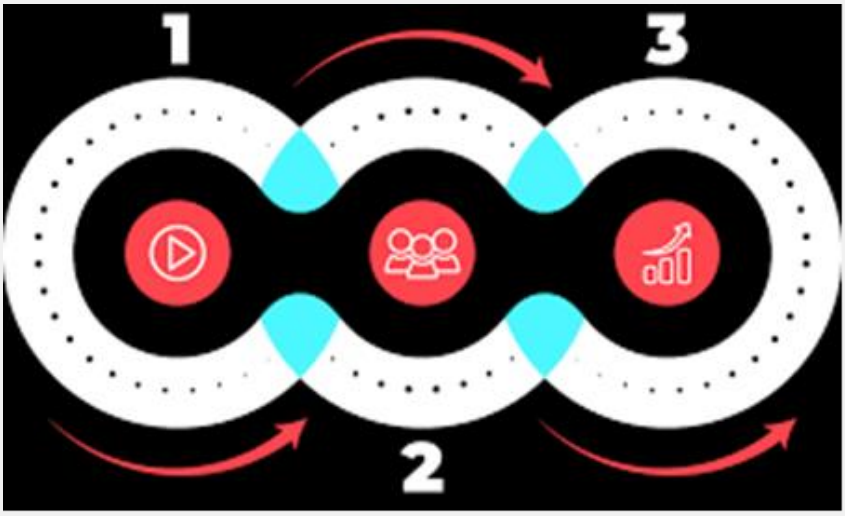
Följ trenderna för tillfället Lägg till

musik i dina videor

Var originell och var dig själv, var inte rädd för att uttrycka

dig Samarbeta med andra youtubers eller sponsra produkter.

Interagera med dina följare när du live-streamar



BLI EN 2VIP INFLUENCEUR

INSTAGRAM

Understanging instagram

LÄR DIG

Vad är Instagram?

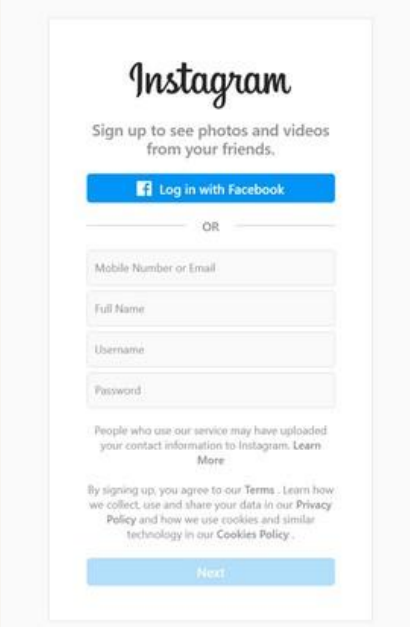
Instagram är ett gratis socialt nätverk som skapades 2010
Det gör det möjligt för registrerade användare att ta och dela foton och videor på nätverket. Du kan också filtrera foton. Den mest populära funktionen är Stories. Du kan också chatta med andra personer i direkt, göra live och titta på butiksdelen. År 2012 köptes företaget av Facebook.

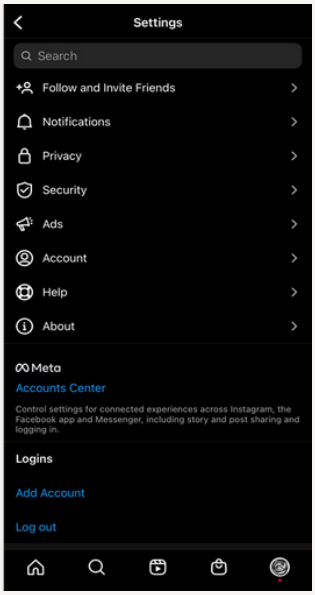
Ställ in din profil

Skapa ett nytt konto genom att klicka på Registrera dig eller Skapa ett nytt konto.

Ange ditt mobilnummer eller e-post (eller logga in direkt med ditt Facebook-konto).

Ange ditt för- och efternamn, ett smeknamn och ett lösenord.

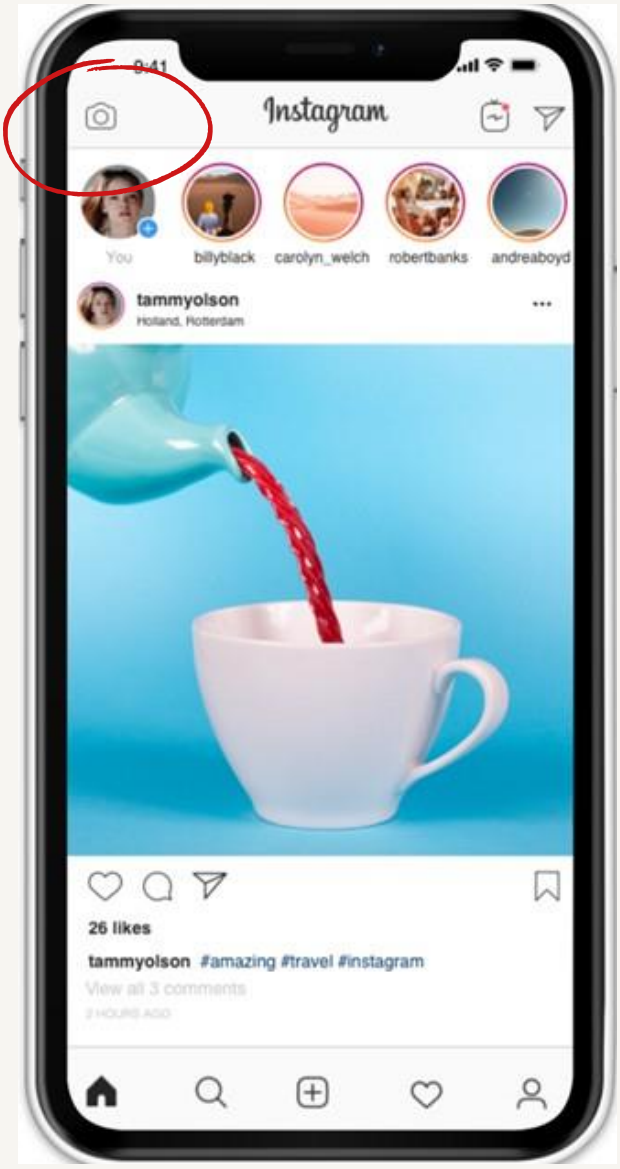




Välj ett profilfoto. Skriv en biografi eller lägg till en webbplats.
Ditt konto kan vara privat, offentligt eller företagskonto

Hur man lägger upp berättelser

Instagram stories är synliga för dina följare i 24 timmar. Det första steget är att klicka på "Din berättelse" uppe till vänster.



Hur du publicerar foton eller video

För att lägga upp ett foto eller en video trycker du på den sista ikonen längst ner till höger efter att du har gått in i din profil, trycker på "+"-knappen längst upp till höger och väljer alternativet "post", laddar upp foton från ditt galleri eller gör dem för tillfället, du kan lägga upp flera foton/videor i samma inlägg.

Hur man gör en rulle

Spela in och redigera 15-sekunders videor med flera klipp med ljud, effekter och nya kreativa verktyg. Du kan dela filmrullar med dina följare på Feed och om du har ett offentligt konto kan du göra dem offentliga.

Välj rullar längst ner i Instagram-kameran.

Ljud: Sök efter en låt i Instagrams musikbibliotek. Du kan också använda ditt eget originalljud genom att helt enkelt spela in en rulle med det.

AR-effekter: Välj en av de många effekterna i vårt effektgalleri, som skapats både av Instagram och av skapare över hela världen.

Tips för att få fler likes och följare

Använd 5-10 hashtaggar.
Använd hashtaggar som matchar fotot eller videon.
Hög kvalitet på bilderna/videorna
Interagera med
människor Använd live
Skriv en beskrivning
Publicera

regelbundet

Sociala medier för ideella organisationer och privatpersoner

Välj dina plattformar

De flesta ideella organisationer behöver inte finnas på varenda social medieplattform.

I stället beror de bästa sociala medieplattformarna för ideella organisationer på vilken typ av innehåll de vill dela, vilken publik de vill nå och var deras supportrar redan är aktiva.

Facebook: Facebook används av människor i alla åldrar (även om tonåringar är den minsta åldersgruppen bland användarna) och är en utmärkt plats för att dela med sig av evenemang, insamlingar, bilder, video och text. Facebooks funktioner för live-streaming och berättelser fortsätter att vinna i popularitet.

Twitter: Twitter är bäst för snabba uppdateringar, diskussioner och interaktion med media. Ideella organisationer som arbetar mycket med påverkansarbete eller aktivism kan också tycka att Twitter är en bra plattform för att organisera och kommunicera om åtgärder eller driva hashtag-kampanjer.

Instagram: Instagram är en mycket visuell plattform som är perfekt för foton, videor och effektfulla bildtexter.

LinkedIn: LinkedIn är utformat för professionella nätverk och ger dig kontakt med talanger när du anställer och kan hjälpa dig att nå ut till företagsdonatorer och lära dig mer om dina befintliga donatorers karriärer och kontakter.

TikTok: En videobaserad plattform som är populär bland tonåringar där användarna spelar in och delar 15-60 sekunders videoklipp till musik. Användarna deltar också i utmaningar och projekt som gynnar ideella organisationer genom att öka medvetenheten och samla in pengar.

BÖRJA MED EN STRATEGI

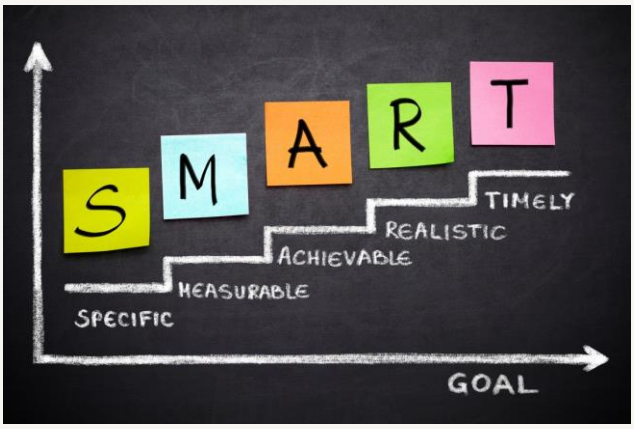
Det är mycket troligare att du lyckas med sociala medier om du börjar med en strategi.

Ett av de vanligaste misstagen som ideella organisationer gör när de lanserar sociala medier är att de hoppar på en plattform för att de tror att de måste, och sedan lägger upp saker slumpmässigt. Sedan gör de sociala medierna egentligen ingenting för dem och de blir avskräckta eller överväldigade. Det är mycket troligare att du lyckas med sociala medier om du börjar med en strategi. Den behöver inte vara otroligt komplicerad.

Ett tydligt syfte och mål

Varför vill du överhuvudtaget använda sociala medier?
Vad hoppas du uppnå? Vill du:

När du känner till ditt syfte kan du börja sätta upp mål. Ett SMART-målformat kan hålla dig på rätt spår. Ett SMART-mål är:



Specifikt: Beskriv exakt vad du försöker uppnå.

Mätbar: Istället för ett vagt mål som "bli bättre på sociala medier" kan du försöka med "publicera X gånger i veckan" eller "öka antalet följare med X %".

Uppnåeligt: Om du är en enmansavdelning för marknadsföring/insamling bör du inte ha samma mål som en person med tio anställda. Din tid och budget påverkar vad du kan få gjort, så sätt dina mål därefter.

Relevant: Är ditt mål i linje med vad din organisation behöver och ditt syfte med sociala medier? Om ditt primära syfte är att utbilda dina följare bör ditt mål inte handla om insamlingssiffror.

I rätt tid: När vet du att du har nått ditt mål? Hur länge ska du pröva en strategi innan du utvärderar den? Ditt mål bör ha ett kalenderdatum.

En målgrupp

DU MÅSTE SVARA PÅ NÅGRA FRÅGOR.

Vem försöker du nå? Titta på dina nuvarande följare och supportrar och fundera över deras intressen. Vilken typ av innehåll är de mest mottagliga för? Vilka plattformar är de aktiva på?

PERSONEN

En persona är en karaktärsskiss av din ideala målgrupp som innehåller demografiska uppgifter, intressen, problemområden och historik över engagemanget. Denna fiktiva person gör det möjligt för dig att förmänskliga och rikta din kommunikation.

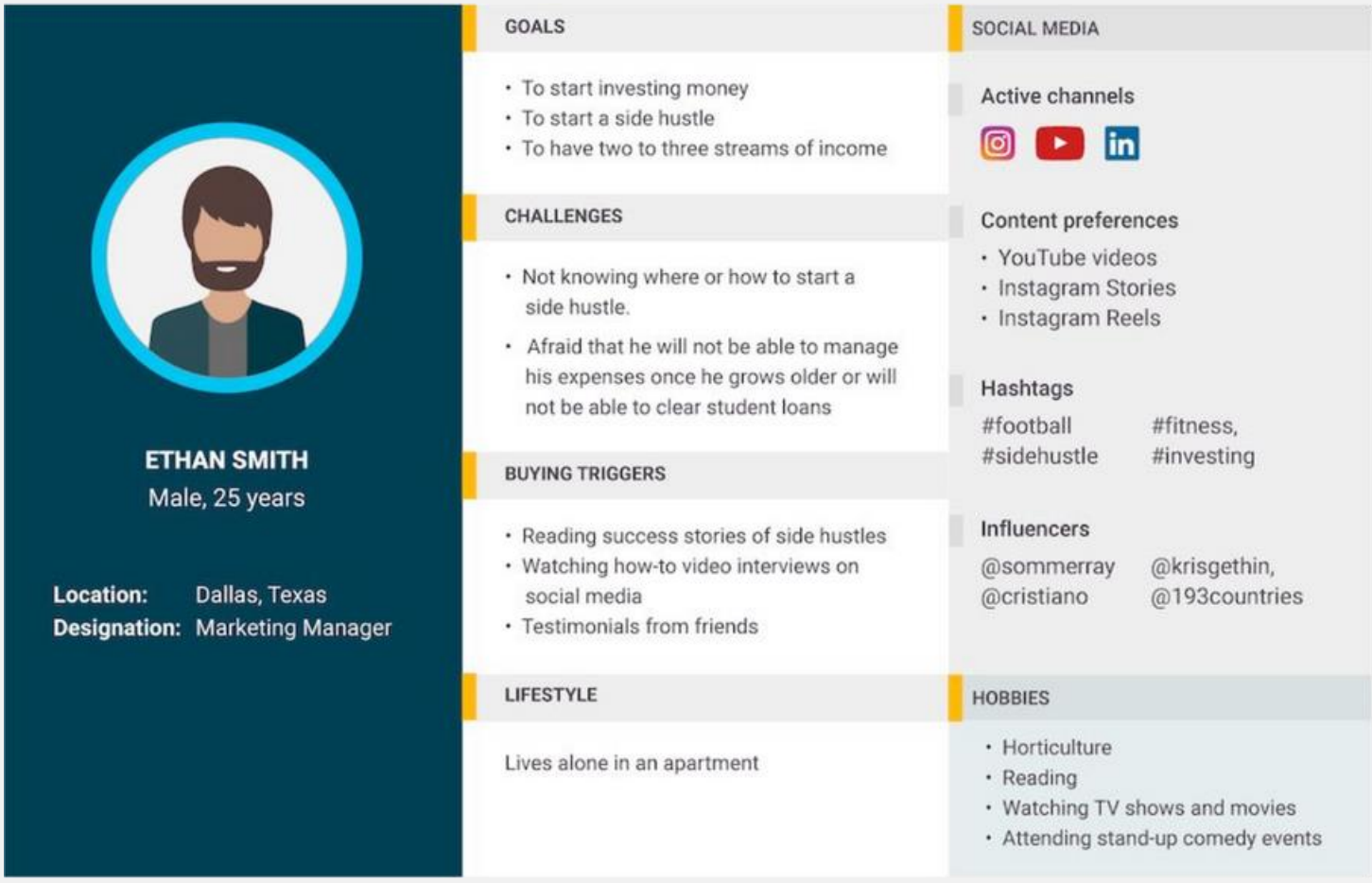
GENOM ATT SKAPA PERSONAS KAN DU FÖRSTÅ ANVÄNDARNAS BEHOV, ERFARENHETER, BETEENDEN OCH MÅL.

Att skapa personas hjälper dig att förstå användarnas behov, erfarenheter, beteenden och mål.

- Namn Kön
- Plats Yrke
- Sysselsättni
- ng Mål
- Utmaning
-

- Livsstil
- Aktiva kanaler
- Innehållspreferenser
- Hashtags Influencers
- Hobbies

UTARBETAD PERSONA



En tidtabell

Hur ofta vill du publicera på varje plattform? Det finns inget perfekt antal eller frekvens, och du måste experimentera för att se vad som är engagerande för din publik och hållbart för din organisation. Generellt sett väger konsekvens och kvalitet tyngre än rå frekvens - det är bättre att publicera högkvalitativt innehåll en gång i veckan än flera slumpmässiga inlägg, följt av luckor av tystnad.

Identitet i sociala medier

HUR VILL DU PRESENTERA DIG SJÄLV PÅ SOCIALA MEDIER?

- Roller och ansvar (vem publicerar vad?) Vilka
- typer av innehåll ni delar med er av
- Rösten och tonen du strävar efter att ha
- Din policy för att svara på
- kommentarer Hur du hanterar konflikter på sociala medier

Bästa praxis för publicering

Vad exakt ska du publicera på sociala medier? Det beror mycket på ditt uppdrag och din målgrupp. De här fem bästa metoderna kommer dock att hjälpa dig att utveckla engagerande innehåll, oavsett vilken typ av organisation du tillhör.

GÖR DET VISUELLT

Sociala medier använder naturligtvis text, men den verkliga kraften ligger i visuellt innehåll.

Visuellt innehåll omfattar grafik, videor och fotografier. Det är ryggraden i plattformar som Instagram, men det är viktigt även på andra plattformar. Människor är mer benägna att engagera sig i, komma ihåg och se innehåll med ett visuellt inslag.

Att fotografera och videofilma vid evenemang är en bra källa till visuellt innehåll, men glöm inte att infografik, illustrationer och bildspel också är visuellt material.

GE MERVÄRDE

Varför följer supportrarna dig? Vad får de ut av att interagera med er på sociala medier? Var uppmärksam på vilken typ av inlägg som din publik interagerar med och ge dem mer av dessa. Fråga dig själv: "Vad är värdet för följarna?" med varje inlägg.

En allmän regel är att 80 % av ditt innehåll ska vara inspirerande, informativt eller underhållande för dina supportrar, och 20 % kan vara rent egenreklam.

Det här inlägget från Världsnaturfonden ger djurälskare det innehåll som de är sugna på och förstärker skälen till att de följer WWF.

STÄLLA FRÅGOR SVARA

Ideella organisationer som använder sociala medier på ett framgångsrikt sätt sänder inte bara nyheter - de startar en konversation. Be din publik om feedback, åsikter och idéer. Bjud sedan in dem att delta i dina sociala medier genom frågor, omröstningar och undersökningar. Det är mer engagerande för supportrarna och hjälper dig att lära dig mer om dem.
Till och med en lättsam konversation kan visa på ditt uppdrag, som Tree House Humane Societys frågor till världens långhåriga kattälskare.

PÅ DIN PUBLIK

Sociala medier är interaktiva. När någon ställer en fråga eller lämnar en kommentar hoppas de att din organisation ska svara. Gör därför en ansträngning att svara snabbt, även om det bara är "Tack för din feedback" eller "Det var bra att höra".

VARA ÄKTA

I sociala medier kan du bara visa upp dina bästa stunder. Precis som många Instagram-influencers håller vissa ideella organisationer sin närvaro i sociala medier ytligt sett felfri. Det är frestande att göra så, men om du aldrig gräver djupare går du miste om autenticitet.
Din ideella förenings sociala medier är en chans att vara autentisk och ge dina följare en riktig inblick i ditt arbete, de människor som utför det och den förändring du åstadkommer. Även om du bör förbli professionell, var inte rädd för att visa vem du är som organisation - prata om vad som ger dig glädje, gör dig galen och håller dig igång. Det är mycket mer intressant och autentiskt än en perfekt glänsande bild.

Typer av innehåll i sociala medier

Här är olika typer av innehåll i sociala medier som du kan använda för att planera dina inläggsstrategier och kalendrar:

- Artiklar om
- animationer
- Blogginlägg om innehåll
- bakom kulisserna
- Återkoppling från deltagarna

- Memes
- citat
- Tips och tricks följare
- Innehåll

- Företagets
- nyheter
- Anställda Evenemang
- Land, stad Innehåll
- Vanliga frågor (FAQ) GIF:er
-

-
- Giveaways
- Nyheter Infografiker
- Live-videor
- Marknadsdat
- a

BLI EN 2 VIP-INFLUENCER

2vip

PROXPERT CEBS FONDAZIONE TOSCANASOSTENIBILE MOBILISERINGEXPERTIS REALTID