

3

UPPGIFTER

Visa vad du kan

Du har nu skapat grunden för att kommunicera och etablera en relation med din publik. Du har koll på vem du riktar dig till och en uppfattning om vilka kanaler du vill använda dig av. Nästa steg är att börja skapa innehåll i dina sociala medier och bjuda in din publik till din skapandeprocess och ditt kunnande. Det här är en viktig del i att väcka din publik och dina kunders nyfikenhet och att ge dem mervärde. Att skapa innehåll för sociala medier och digitala kanaler är inte alla gånger lätt, men här får du tips som hjälper dig på vägen och underlättar ditt arbete.

1. Välj huvudplattform

Bestäm dig för en "huvudplattform" som du utgår ifrån när du skapar ditt innehåll, en plats du själv har kontroll över och dit du vill att din publik i slutändan ska komma för att ta del av ditt innehåll. Det kan t.ex. vara en hemsida, en blogg eller någon annan form av webbplats.

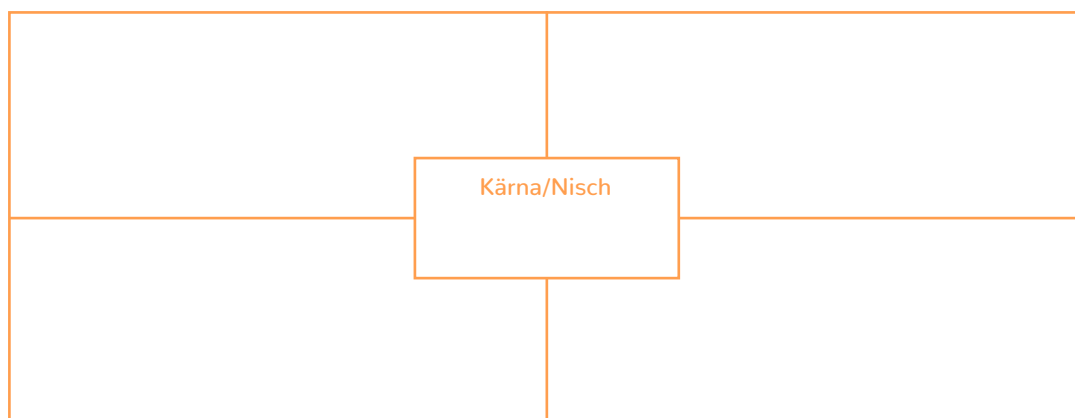
Min huvudplattform

2. Ha en plan för dina kanaler

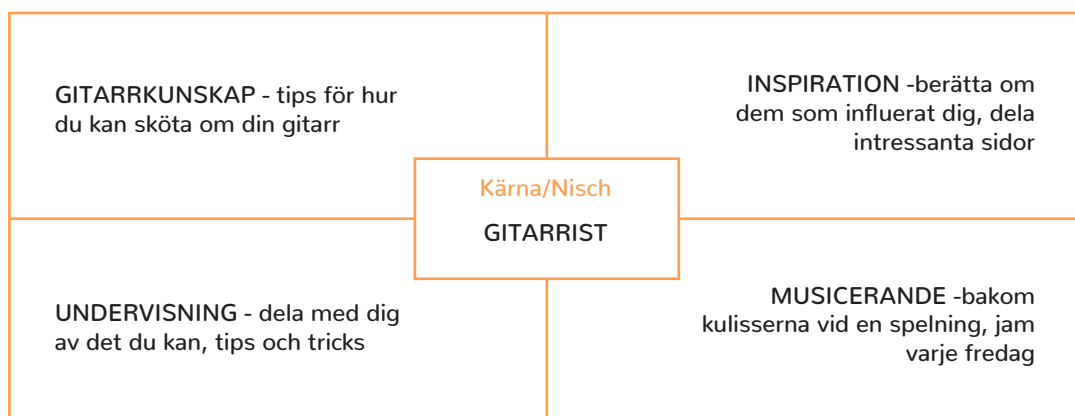
Kom ihåg att olika kanaler kan användas i olika syften. T.ex. din hemsida kan vara fylld av fakta, medan en informell inblick i din vardag kan ges på Facebook eller Instagram. Ha en plan för dina olika kanaler och en tanke kring din kommunikation om du använder dig av flera kanaler. Försök hitta en balans i informationsflödet och kom ihåg att alltid tänka på målgruppen!

3. Utgå från det du kan

Utgå ifrån och bygg ditt innehåll kring det du kan, gör, har, är och tycker är roligt och intressant. Ta gärna hjälp av en tankekarta där du kort beskriver vad du vill förmedla i dina kanaler så har du en bas för vad du vill kommunicera kring.



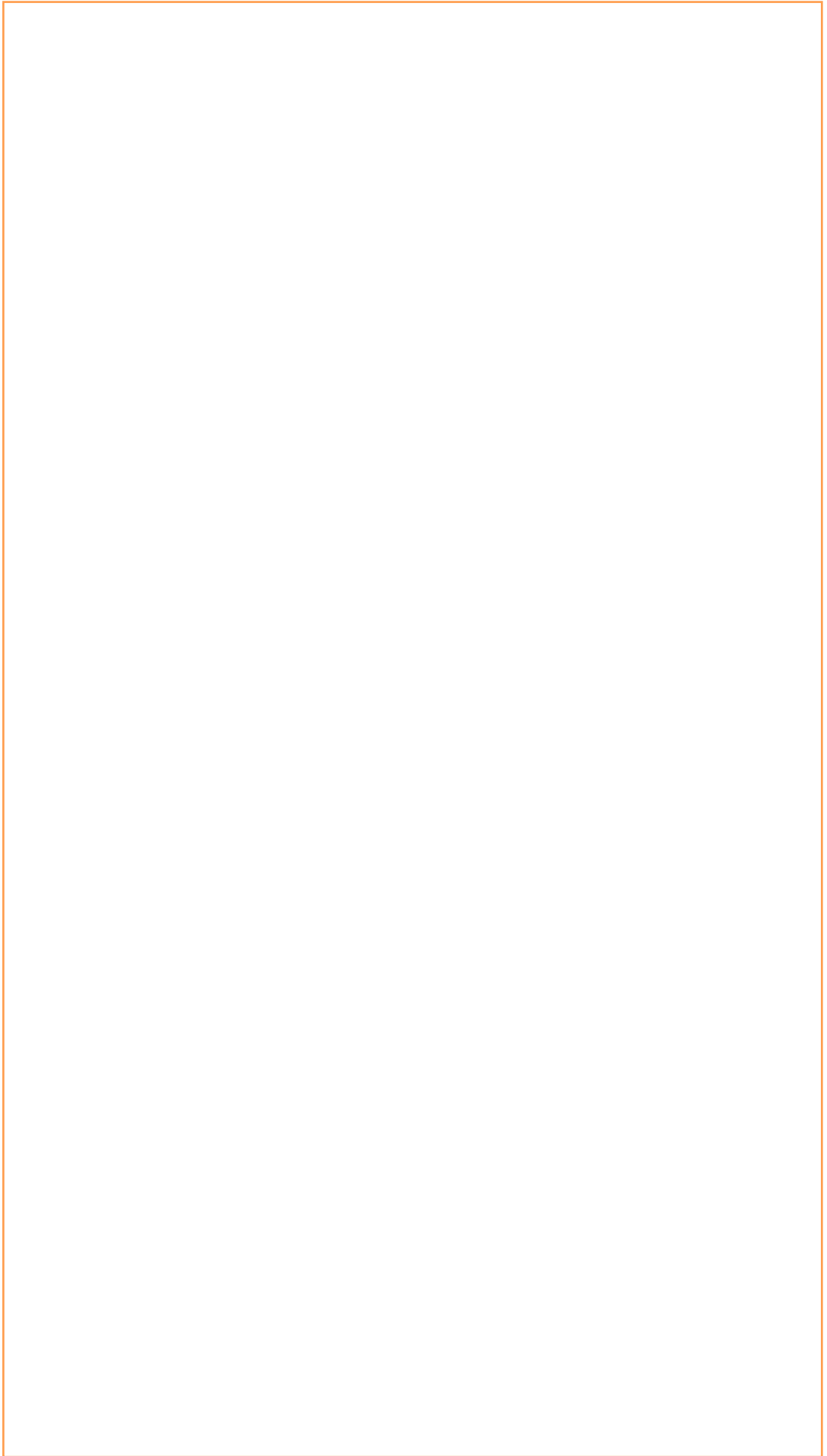
Exempel:



4. Gör din egen idébank

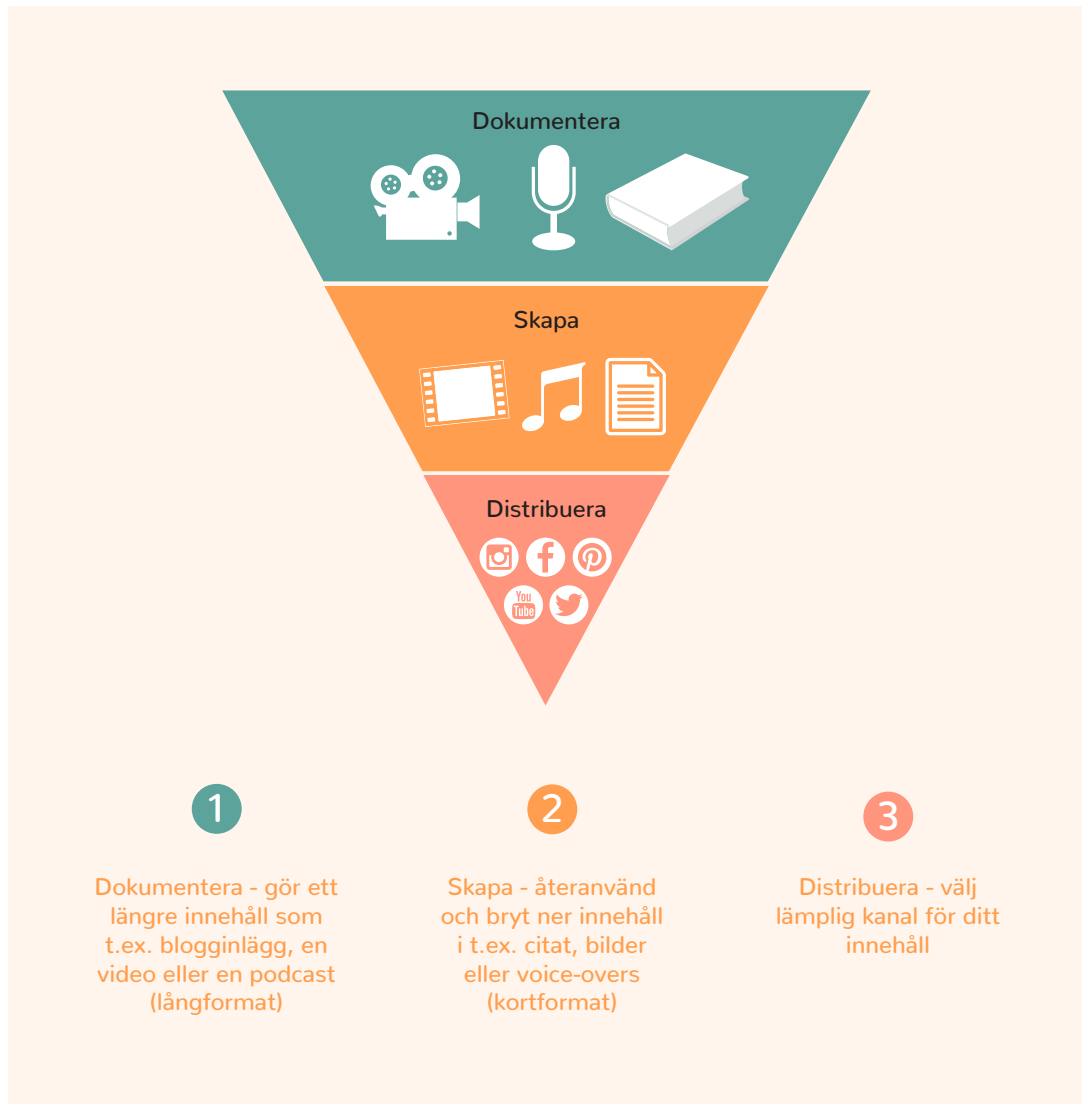
När du har en ram för innehållet du delar med dig av i dina digitala kanaler så är det ur den källan du öser, listar ämnen och plockar idéer för din kommunikation. Gör din egen idébank att plocka ur. Här kommer några tips på olika inläggstyper. Skriv ner och lista:

- idéer som handlar om att du delar med dig av din kunskap, inspirerar och informerar, t.ex. olika tips, how-to, Q&A och guider i utbildande syfte.
- tankar kring vad du kan dela med dig av från din vardag och din verksamhet. T.ex. det som händer bakom kulisserna (behind the scenes), låt folk följa med när du skapar eller låt dem bidra med idéer och input till ditt skapande. Dela med dig av och berätta om dina influenser.
- motgångar, misslyckande, känslor och tankar som du kan dela med dig av för att skapa engagemang, vara relaterbar och visa på sårbarhet. Berätta din story. Dela t.ex. med dig av ett spännande möte där du förklarar vad mötet handlar om, dina förhoppningar eller förväntningar. Kom ändå ihåg skillnaden mellan att vara personlig och att bli alltför privat!
- inlägg som hjälper dig att sälja dina event, produkter och dela med dig av erbjudanden.
- vad andra gör, det kan vara till hjälp vid idétorcka. Vill du experimentera kan du begära in och använda berättelser från din publik och dina följare för att samla inspiration eller ämnesidéer.



5. Skapa innehåll

Att skapa innehåll för sociala medier och digitala kanaler tar sin tid. Ett smart sätt att skapa och variera formatet på ditt innehåll är att t.ex. omarbeta långformat till kortformat. Arbetssättet beskrivs i bilden nedan, inspirerat av den s.k. Garyvee-modellen. I praktiken innebär det att du utgår från t.ex. ett längre blogginlägg, en video eller en podcast vars innehåll du sen bryter ner och återanvänder i mindre bitar (citat, bilder eller voice-overs) och distribuerar i lämpliga kanaler.



6. Sätt dina gränser

När du börjar skapa och dela inlägg och material kan det vara skäl att fundera över skillnaden mellan privat och personlig. Gör klart för dig själv var dina gränser går för vad du väljer att dela med dig av och vad du väljer att hålla för dig själv.

7. Bestäm din strategi

Se över det du kommit fram till hittills gällande ditt innehåll och bestäm följande:

- hur mycket tid kan och vill du sätta på att skapa innehåll för sociala medier?
- hur ofta ska du publicera?
- när ska du skapa innehållet?
- hur kan du skapa kontinuitet och igenkänning i din kommunikation på sociala medier och t.ex. vad du kan lyfta fram vissa tider under året? För en långsiktig planering kan du även använda dig av en årsklocka.

januari

februari

mars

april

maj

juni

juli

augusti



september

oktober

november

december

8. Planera din kommunikation

Planera och schemalägg din kommunikation och ditt innehåll och gör en plan för vad, hur, var och när du kommunicerar kring ditt innehåll.

Varför?
Beskriv målet
med
kommunikationen.

Vem vill du nå?
Målgupp.

Vad vill du säga?
Hur ska du
formulera det?
Budskap.

Hur?
Genom vilka kanaler
når du målgruppen?

När?
Datum för
publicering.
