Handbok i digital kommunikation

2025

Varför en handbok i *digital* kommunikation?

Bra digital kommunikation stärker varumärket och bygger relationer med viktiga målgrupper. En tydlig strategi och handlingsplan för digitala kanaler hjälper er att maximera effekten och arbeta långsiktigt mot era viktigaste affärs- och verksamhetsmål.

Många som arbetar med digital kommunikation känner sig osäkra på om de gör rätt saker och tycker att det är svårt att hålla sig uppdaterade i den snabba utvecklingen. De efterlyser inspiration, handfasta råd och tips på hur de kan arbeta mer strategiskt.

Handbok i digital kommunikation innehåller 260 av Westanders bästa praktiska tips om strategi och kanaler. Med handboken vill vi bidra till att göra verktygen tillgängliga för fler.

Varför Westander?

Westander hjälper företag och organisationer att stärka varumärket, bilda opinion och påverka politiska beslut. Vi vill både bidra till en bättre digital kommunikation och hjälpa företag att delta i debatten om det digitaliserade samhället. Ju fler företag som gör sin röst hörd, desto bättre är det för både affärsnyttan och samhällsutvecklingen.



Westanders digitala specialister har lång erfarenhet av digitala strategier, kampanjer, person-pr och kriskommunikation. Vi hjälper uppdragsgivare med allt från analys och strategi till innehåll och genomförande.

Vi tar bara uppdrag som vi själva sympatiserar med och väljer aktivt att samarbeta med företag som bidrar till en positiv samhällsutveckling. Vår digitala spetskompetens och vårt personliga engagemang ökar nyttan för uppdragsgivaren.

Monica Reinebo

Monica Reinebo, affärsområdeschef
Westander Digitalisering och Innovation

Innehåll

Tio tips om digital strategi 2
Tio tips om att sätta mål 3
Tio tips om sociala medier 4
Tio tips om Instagram 5
Tio tips om Facebook 6
Tio tips om Tiktok 7
Tio tips om Linkedin för företag 8
Tio tips om nätverkande på Linkedin 9
Tio tips om Youtube 10
Tio tips om influencers 11
Tio tips om annonsering i sociala medier 12
Tio tips om hemsidan 13
Tio tips om scrollytelling 14
Tio tips om nyhetsbrev 16
Tio tips om poddar 17
Tio tips om kampanjer 18
Tio tips om film 19
Tio tips om Chat GPT 20
Tjugo tips på innehållskoncept 22
Tio tips om bildspråk 24
Tio tips om opinionsbildning i sociala medier 26
Tio tips om att nå journalister 27
Tio tips om att stärka arbetsgivarvarumärket digitalt 28
Tio tips om person-pr i sociala medier 30
Tio tips om kritik i sociala medier 31

Tio tips om digital strategi

En digital strategi sammanfattar syfte, målgrupper, kanalval, innehåll och mål för er digitala kommunikation. Med en genomtänkt strategi kan ni skapa fokus och uthållighet i er kommunikation.

1. BESTÄM SYFTET

Slå fast syftet med er digitala närvaro och vilka affärsmål den digitala strategin ska bidra till. Exempel på syften kan vara att stärka varumärket, rekrytera medarbetare eller öka försäljningen.

2. RINGA IN MÅLGRUPPER

Skriv ner och prioritera bland era viktigaste målgrupper. Beskriv tydligt målgruppernas behov, önskemål och drivkrafter så att ni kan skapa relevant kommunikation.

3. ANALYSERA DATA

Kartlägg och analysera hur era målgrupper själva använder olika digitala kanaler. Använd dels analysverktygen i sociala medier och för hemsidan, dels rapporter med offentlig statistik.

4. PRIORITERA KANALER

Rangordna kanaler utifrån vilka som är viktigast för era prioriterade målgrupper. Välj bort de kanaler som är minst viktiga och som ni inte har resurser att arbeta med.

5. BESKRIV KANALERNAS UPPGIFT

Sammanfatta hur respektive kanal ska bidra till det övergripandet syftet och affärsmålen. Ett exempel kan vara att nyhetsbrev ska stärka relationerna med befintliga kunder.

6. BESTÄM INNEHÅLL

Slå fast vilket innehåll ni ska fokusera på i de olika kanalerna och utgå från målgruppernas intressen. Bestäm hur ofta ni ska publicera inlägg och göra uppdateringar eller utskick.

7. FÖRDELA ANSVAR

Utse en ansvarig för respektive kanal, med tydliga mandat när det gäller innehåll, teknisk utveckling och budget. Med tydliga ramar kan ni också ge stor frihet till kanalansvariga.

8. TA FRAM EN PLAN

Komplettera strategin med en aktivitetsplan som är skriven enligt principen ”vem gör vad och när?”. Låt planen vara ett levande dokument och stöd i er veckovisa planering av innehåll och teknisk utveckling.

9. SÄTT MÅL

Formulera mätbara mål som ni kan följa över tid. Om syftet är att stärka varumärket skulle ett mål kunna gälla trafiken till hemsidan eller antalet följare i sociala medier.

10. TESTA OCH LÄR

Utveckla era digitala kanaler genom att våga testa, dra lärdomar och försöka igen. Uppdatera strategin kontinuerligt utifrån vad som har visat sig fungera.

Tio tips om att sätta mål

Det som mäts blir gjort. Genom att sätta tydliga mål som regelbundet följs upp skapar ni fokus på det ni vill prioritera i verksamheten. Att sätta mål är inte minst viktigt för att kunna mäta och utvärdera effekten av er kommunikation.

1. HÅLL DET ENKELT

Välj ut det övergripande men ändå konkreta mål som är allra viktigast för er att uppnå. Ett vanligt misstag är att ha för många mål och på så vis tappa fokus i arbetet.

2. BÖRJA MED EFFEKTMÅL

Ringa in den övergripande effekt som ni långsiktigt vill åstadkomma med kommunikationen. Ett stärkt varumärke eller en ökad försäljning är två exempel på effektmål.

3. GÖR MÅLET KONKRET

Utforma målet specifikt och mätbart utan svepande formuleringar. Ett varumärkesmål kan vara att öka kännedomen med tio procentenheter i en specifik målgrupp.

4. BRYT NER PÅ AKTIVITETSNIVÅ

Bestäm vilka aktiviteter ni ska genomföra för att nå effektmålet. Det kan till exempel vara att varje dag publicera ett inlägg på Linkedin eller varje vecka skicka ett nyhetsbrev.

5. SÄTT RESULTATMÅL

Formulera mätbara delmål för resultaten av era aktiviteter. Räckvidd i sociala medier, konverteringsgrad för nyhetsbrev eller genomslag i poddar eller redaktionella medier är några exempel på vanliga resultatmål.

6. ANGE TIDSPERIOD

Slå fast ett datum för när målet ska vara uppnått. Ett övergripande effektmål kan gärna ha ett treårsperspektiv, medan aktivitets- och delmål kan vara nedbrutna per år, kvartal eller månad.

7. VAR AMBITIÖS OCH REALISTISK

Anpassa målens ambitionsnivå till era personella, ekonomiska och tekniska resurser. Spänn samtidigt bågen lagom högt så att målet är både ambitiöst och realistiskt.

8. INVOLVERA BRETT

Informera och involvera era kollegor när ni tar fram såväl effektmål som aktivitets- och resultatmål. Det ökar både kvaliteten på målen och förståelsen för era prioriteringar.

9. TÅRTSÄKRA MÅLEN

Ställ kontrollfrågan om det är tydligt när ni har uppnått målen och ska beställa tårta för att fira framgången? Om svaret är nej behöver målet bli tydligare för att tårtsäkras.

10. UTVÄRDERA REGELBUNDET

Avsätt tid kvartalsvis för att utvärdera aktivitets- och resultatmålen. Utvärdera samtliga mål årsvis för att se om de fortfarande är relevanta eller behöver uppdateras.

Tio tips om sociala medier

Nästan alla svenska internetanvändare, 94 procent, använder sociala medier. En genomtänkt strategi hjälper er att skapa engagemang och stärka relationerna med era målgrupper.

1. VÅGA PRIORITERA

Satsa era resurser på en eller ett par kanaler som är särskilt viktiga för era målgrupper. Engagera er hellre ordentligt i en utvald kanal än halvhjärtat i flera.

2. BESTÄM SYFTET

Definiera ett tydligt syfte för varje kanal och klargör vilka målgrupper ni vill nå med vilka budskap. Utan mål och mening riskerar er kommunikation att bli rörig och intetsägande.

3. RENODLA INNEHÅLLET

Välj en tydlig inriktning och håll er konsekvent till den. Det kan vara frestande att posta inlägg om alla verksamhetsnyheter, men en kanal i sociala medier ska inte behandlas som ett pressrum.

4. KANALANPASSA INNEHÅLLET

Anpassa innehållet efter målgruppens demografi och förväntningar i respektive kanal. Ta reda på vilka som följer er i just den här kanalen och varför de gör det.

5. VAR HJÄLPSAMMA

Utgå från vad ni kan göra för era följare och inte tvärtom. Genom att besvara vanliga frågor, guida och utbilda väcker ni engagemang och skapar lojalitet hos era följare.

6. ANPASSA ER TONALITET

Prova er fram tills ni hittar ett tilltal som passar kanalen, målgruppen och er själva. I sociala medier finns utrymme att vara personlig och uttrycka de känslor ni vill förmedla.

7. AVSÄTT RESURSER

Ha en budget för att kunna annonsera, sponsra inlägg och producera innehåll av hög kvalitet. Annonsering är ofta en förutsättning för att kunna synas i flödet hos era målgrupper.

8. VÄRNA OM INTERAKTIONEN

Skapa riktlinjer för hur ni bemöter kommentarer och meddelanden. Att snabbt svara era följare visar att ni är tillgängliga och uppmuntrar till engagemang.

9. UTVÄRDERA LÖPANDE

Mät och analysera aktiviteterna både kvantitativt och kvalitativt. Genom att ni regelbundet följer upp och utvärderar engagemang och innehåll kan ni vässa er strategi och höja kvaliteten ytterligare.

10. SKAPA EN GEMENSKAP

Uppmuntra era följare att interagera med varandra. De mest framgångsrika kontona på sociala medier är plattformar där människor med liknande intressen kan mötas och diskutera.

Tio tips om Instagram

Nästan två tredjedelar av alla svenska internetanvändare, 64 procent, använder Instagram. Plattformen har flera olika verktyg som ni kan använda för att engagera och stärka relationen med era målgrupper.

1. LÅT SYFTET STYRA

Utgå från syftet när ni bestämmer vilket innehåll ni delar. Ska ni bjuda på bakom kulisserna-material från verksamheten, ge användbara tips eller opinionsbilda kring en särskild fråga?

2. BERÄTTA MED BILDER

Låt bilden eller filmen stå för det som ni vill förmedla till era följare. Bildtexten ska vara ett komplement som adderar extra värde till bilden eller filmen, inte tvärtom.

3. VAR RELEVANTA

Dela innehåll som ger mottagaren något av värde och är användbart, exempelvis genom praktiska tips och guider. Det ökar sannolikheten för att ert innehåll både sparas och sprids vidare av era följare.

4. TA FRAM EN CONTENTKALENDER

Ta fram en plan för vilket innehåll som ska skapas och när det ska publiceras, gärna i ett Excelark. God framförhållning sparar tid och ökar både er kreativitet och uthållighet.

5. BYGG RELATIONER GENOM STORIES

Stärk relationen till era följare genom omröstningar, quiz eller en livesänd frågestund på Stories. Interaktion ger värdefull information om vad följarna tycker är viktigt.

6. ANVÄND HÖJDPUNKTER

Spara och gruppera Stories som är särskilt intressanta för era målgrupper genom funktionen Höjdpunkter. Exempel på format som passar bra är inlägg på särskilda teman, tips och guider eller en frågestund.

7. VAR KREATIVA MED REELS

Använd Reels för att spela in korta videoklipp där det går att lägga till musik och effekter. Reels är en Tiktok-liknande funktion där ni kan skapa kreativt och underhållande innehåll.

8. INTERAGERA MED ANDRA KONTON

Sätt en påminnelse om att regelbundet gå in och kommentera och gilla inlägg från relevanta konton. Det är ett bra sätt att delta i debatten och gör att fler får upp ögonen för ert konto.

9. SKRIV EN BRA PRESENTATIONSTEXT

Lägg tid på att formulera en så kallad bio, en tydlig och informativ presentationstext. Det hjälper användarna att förstå vilken typ av innehåll som de kan förvänta sig.

10. VAR HJÄLPSAMMA

Erbjud era följare fördjupad information genom att länka vidare i er bio. Använd gärna en tjänst som till exempel Linkin.bio eller Linktree för att göra det enkelt att hitta rätt.

Tio tips om Facebook

Facebook är fortfarande störst bland svenska internetanvändare och var-annan svensk använder plattformen varje dag. Facebook ger flera olika verktyg för att kunna beröra, engagera och interagera med er målgrupp.

1. TA FRAM EN PLAN

Tänk igenom och ta fram en plan över vad ni vill posta, när och hur ofta. Det kommer att förenkla ert interna arbete, hjälpa er att skapa bättre innehåll och därmed ge er bättre resultat.

2. UTGÅ FRÅN MOTTAGAREN

Vänd på kommunikationen och fråga er vad mottagaren skulle vilja veta i stället för vad ni vill säga. Det kommer att skapa högre engagemang och göra att fler vill följa er.

3. PRIORITERA RÖRLIGT

Skapa gärna så mycket rörligt innehåll som möjligt. Det rörliga materialet drar till sig blickar i flödet, får fler interaktioner och prioriteras därmed högre upp i det organiska flödet.

4. TEXTA ALLT

Komplettera ert rörliga innehåll med textning och grafiska inslag. Genom att texta er film fångar ni även upp de som tittar utan ljud och säkerställer att budskapet tas emot.

5. ANVÄND FUNKTIONEN EVENEMANG

Skapa evenemang för särskilda händelser, produktsläpp eller nyheter. Ni samlar enkelt de mest intresserade som också kommer att få flera påminnelser under veckan.

6. TÄNK NYHETSRUBRIKER

Inled era inlägg med en rubrik som sticker ut och skapar nyfikenhet. Rubriken gör att inlägget blir mer synligt och användaren får snabbt en uppfattning om vad det handlar om.

7. UPPMUNTRA TILL HANDLING

Fundera kring vad ni vill att mottagaren ska göra efter att ha sett ert inlägg. Uppmuntra till handlingen genom att avsluta med en vidarelänkning, uppmaning eller fråga.

8. UPPDATERA REGELBUNDET

Se till att ni postar kontinuerligt och schemalägg gärna inläggen på regelbundna tider. Ett uppdaterat flöde signalerar aktivitet och att det finns ett värde i att följa er.

9. SÄTT UPP MÄTBARA MÅL

Utgå från vad ni vill få ut av er närvaro på Facebook och sätt upp ett fåtal mätbara mål som kopplar direkt till syftet. Med alltför många mål blir er kommunikation lätt spretig.

10. ENGAGERA I SLUTEN GRUPP

Skapa en sluten grupp och bjud in de som är mest engagerade i en fråga. Det faktum att gruppen är sluten och består av likasinnade bidrar till ökad aktivitet och högre engagemang.

Tio tips om Tiktok

Nästan var fjärde svensk, 24 procent, använder Tiktok. Bland 00-talister är det hela 75 procent som använder plattformen. Kanalen passar extra bra för att skapa nära relationer och engagera yngre målgrupper.

1. ANPASSA TILL ANVÄNDARNA

Välj ut och fokusera på de delar av ert budskap som är mest relevanta för användare på Tiktok. Kanalen domineras av en lekfull yngre målgrupp.

2. HITTA ER NISCH

Skapa igenkänning hos mottagaren genom att ha en röd tråd i ert innehåll. Då kan ni också enklare producera mer innehåll vid färre tillfällen och bygga en innehållsbank.

3. VAR KORT OCH KONCIS

Paketera ert budskap med ord och korta fraser snarare än hela meningar. Ni har bara 15 sekunder på er att fånga användarens intresse innan nästa video i flödet spelas upp.

4. VÅGA EXPERIMENTERA

Ta ut svängarna och bjud på innehåll med glimten i ögat. Tiktok är en lekfull plattform där humoristiska klipp, skratt, reaktioner och minisketcher dominerar.

5. ANVÄND HASHTAGS

Håll koll på vilka relevanta hashtags som är populära just nu och tagga ert innehåll. På Tiktok används hashtags fortfarande flitigt, framför allt som kategorier på sidan Upptäck.

6. KOM IHÅG LJUDET

Följ vilka låtar som trendar just nu och använd dem för att skapa relevans och synlighet. Under sidan Upptäck grupperas innehåll efter hashtags, men också efter populär musik.

7. ANVÄND IGENKÄNNING

Försök att skapa igenkänning i en vardaglig situation för att få användare att dela din video. Lägg gärna till ett humoristiskt element om det låter sig göras.

8. DELA RELEVANTA HACKS

Visa hur just er produkt eller tjänst används bäst eller hur den löser ett vanligt problem. Tipslistor, guider och smarta hacks är enormt populärt på Tiktok.

9. BJUD PÅ ER SJÄLVA

Låt användarna lära känna människorna bakom företaget. Dela gärna roliga saker som händer på er arbetsplats och lyft fram de enskilda medarbetarna.

10. SLÄPP PERFEKTIONEN

Dra ner på de stilistiska kraven och fokusera på att väcka engagemang. Tiktok handlar om att skapa nära relationer, inte om att göra reklam för er tjänst eller produkt.

Tio tips om Linkedin för *företag*

Linkedin är en bra plattform för att stärka företagets varumärke som arbetsgivare. Drygt fyra av tio som arbetar, 41 procent, använder Linkedin och mer än hälften av alla tjänstemän finns på plattformen.

1. BÖRJA MED VARFÖR

Slå fast syftet med att ni ska finnas på Linkedin och vilka affärsmål det ska bidra till. Exempel på syfte kan vara att stärka arbetsgivarvarumärket eller att bli tankeledare inom er bransch.

2. BESTÄM MÅLGRUPPER

Prioritera bland era viktigaste målgrupper. Beskriv tydligt målgruppernas behov, önskemål och drivkrafter så att ni kan skapa relevant kommunikation.

3. LÄGG TID PÅ PRESENTATIONEN

Välj bilder och text till er företagsprofil med stor omsorg. Företagspresentationen är det skyltfönster ni visar upp för personer som är intresserade av att följa er.

4. SIKTA PÅ EXPERTROLLEN

Bjud på kunskap inom ert område och kom med förslag som driver utvecklingen framåt. Var tydliga med vad som är problemet, vad ni tycker bör göras och hur ni själva bidrar.

5. DELTA I SAMTAL

Delta i diskussioner och samtal på Linkedin som knyter an till er kärnverksamhet. Genom att ta ställning i viktiga branschfrågor kan ni stärka varumärket och bygga intern stolthet.

6. HYLLA ERA KONKURRENTER

Kommentera branschhändelser och missa inte en chans att berömma era konkurrenter när de gör bra saker. Om ni inte kan ge beröm så undvik att kritisera enskilda konkurrenter.

7. ENGAGERA MEDARBETARNA

Uppmuntra medarbetare att posta egna inlägg för att nätverka och bidra med branschanalyser. Dela gärna medarbetarnas inlägg regelbundet från er företagssida.

8. ANVÄND BILDER OCH FILMER

Se till att inläggen alltid innehåller bild, film eller animationer. Många fler kommer att se och läsa era inlägg om ni gör dem visuellt aptitliga.

9. PLANERA ERA INLÄGG

Skapa en bank med innehåll som är färdigt för publicering. Genom att planera era inlägg i god tid kan ni dels spara tid, dels undvika långa perioder av tystnad.

10. UTVÄRDERA REGELBUNDET

Mät och analysera aktiviteterna regelbundet, både kvantitativt och kvalitativt. Genom att följa upp engagemang och innehåll kan ni vässa er strategi och höja kvaliteten ytterligare.

Tio tips om *nätverkande* på Linkedin

Karriärnätverket Linkedin passar bra för att berätta om vad du är bäst på i din yrkesroll och vilka frågor du gärna jobbar med. Genom att tydligt signalera kompetens och engagemang kan du göra dina profilbesökare mer intresserade av att anlita eller rekrytera dig.

1. SKAPA EN LOCKANDE PROFIL

Skriv en kort och konkret text om både vad du ansvarar för i din yrkesroll och vad du brinner för. Det ger besökare en snabb förståelse för vilka som är dina specialistområden.

2. HITTA DIN INRIKTNING

Definiera syftet och målgrupperna för din profil och välj inriktning därefter. Genom att fokusera på ett mindre antal ämnesområden blir du mer intressant för dina följare.

3. SKAFFA MÅNGA KONTAKTER

Skicka en kontaktförfrågan med en personlig hälsning till personer du träffat på möten, mingel och seminarier. Scrolla med jämna mellanrum även igenom Linkedins kontaktförslag.

4. BJUD IN MED MEDDELANDEN

Använd meddelandefunktionen för att bjuda in till möten, luncher och seminarier. Ett meddelande i Linkedin får ofta större uppmärksamhet än ett mejl i en överfull mejlkorg.

5. FÖLJ FÖRETAG OCH ORGANISATIONER

Leta upp företag och organisationer som du är intresserad av och följ dem. Kommentera positivt och konstruktivt när de delar inlägg och dela gärna vidare deras inlägg.

6. RENODLA INNEHÅLLET

Posta inlägg som visar ditt engagemang i en sakfråga eller din kompetens inom ett ämne. Med en konsekvent inriktning profilerar du dig tydligare bland dina målgrupper.

7. LÄGG TILL EN KOMMENTAR

När du delar en artikel eller någon annans text, skriv en mening som sammanfattar kärnan. Du kan också använda ett starkt citat och sätta det inom citationstecken.

8. TAGGA OCH ANVÄND HASHTAGS

Kom ihåg att tagga personer eller företag när du gör inlägg och använd gärna hashtags. Det är effektivt för att öka spridningen av dina inlägg.

9. ANVÄND BILD OCH FILM

Se till att de inlägg som du publicerar alltid innehåller en bild eller ett filmklipp. Fler kommer att se och läsa ditt inlägg om du använder foton, animationer och film.

10. AVSÄTT TID

Ge dig tid att några gånger i veckan arbeta med att posta inlägg och underhålla ditt nätverk. Nedlagd tid och systematik är viktiga framgångsfaktorer på Linkedin.

Tio tips om Youtube

Användandet av Youtube ökar stadigt. Åtta av tio svenskar tittar ibland och mer än var tredje, 35 procent, använder Youtube dagligen. Bland 00-talister och 10-talister besöker en stor majoritet plattformen varje dag, för både nytta och nöje.

1. BÖRJA MED SYFTET

Tänk igenom vad ni vill uppnå och därmed vilka målgrupper ni vill nå med vilka budskap. Ett tydligt syfte sätter ramarna för vilket innehåll ni ska fokusera på.

2. SKAPA EN STRUKTUR

Ta fram en tydlig struktur för er kanal och kategorisera ert innehåll i spellistor. Ordning och reda hjälper tittarna att navigera i innehållet och ger ett professionellt intryck.

3. SVARA PÅ FRÅGOR

Skapa innehåll baserat på vanliga frågor och namnge era videor därefter. Många söker direkt på frågan de vill ha svar på och er video rankas då högre på Youtube och i externa sökmotorer.

4. HÅLL DET KORT

Ta fram innehåll som är så kort och renodlat som möjligt. Fundera på om ni kan dela upp budskapet i flera kortare videor om ni har mycket att säga om ämnet.

5. SATSA PÅ LJUDET

Investera i bra ljudupptagning för att behålla era tittare. En mobilkamera räcker många gånger bra för bilden, men om en video har ljud av låg kvalitet söker tittarna sig snabbt vidare.

6. ANVÄND TEXT OCH GRAFIK

Texta så stor del av innehållet som möjligt och tydliggör de viktigaste delarna i videon med grafiska inslag. Genom att lyssna och läsa samtidigt tar mottagaren till sig budskapet enklare.

7. ENGAGERA TITTARNA

Uppmana tittarna att agera och lägg in call-to-actions både i början och i slutet av videon. Det är mycket större sannolikhet att de trycker på gilla, följ eller en länk om ni uppmanar till det.

8. LÄGG TID PÅ OMSLAGSBILDEN

Var noga med valet av omslagsbild för att få fler att klicka på er video. Välj en tumnagel som speglar innehållet och lägg gärna till ett grafiskt element som skapar nyfikenhet.

9. GÖR EN MÅLGRUPPSANALYS

Ta hjälp av Youtubes egna verktyg för att få reda på vilka era tittare är och om de är nya eller återvändande följare. Använd kunskapen för att vidareutveckla strategin och innehållet.

10. INTERAGERA MED FÖLJARNA

Svara och följ upp alla frågor och kommentarer i er kanal. Interagera både i kommentarsfältet och genom att lyfta och besvara frågor i era videor.

Tio tips om influencers

Den svenska influencerbranschen har sprängt miljardvallen i omsättning. Genom att samarbeta med influencers kan ni nå ut bredare och dessutom få ert budskap framfört av en person som följarna har stort förtroende för.

1. BESTÄM SYFTET

Börja med att slå fast varför ni ska samarbeta med influencers. Syftet kan vara bredare varumärkeskännedom, opinionsbildning eller ökad förståelse kring en sakfråga.

2. UTGÅ FRÅN MÅLGRUPPEN

Anpassa era influencersamarbeten utifrån ett tydligt val av målgrupp. Bestäm om ni vill använda profiler för att nå ut till nya målgrupper eller stärka relationen med befintliga.

3. VÄLJ UTIFRÅN FÖLJARE

Säkerställ att ert budskap är relevant både för profilen och för profilens följarskara. Det är inte alls ovanligt att följarna tillhör en annan demografisk målgrupp än profilen.

4. STÄM AV VÄRDERINGAR

Säkra att era och profilens värderingar stämmer överens genom research och öppen dialog. Det är viktigt för både ert och profilens varumärke att samarbetet är genuint.

5. STÄLL KRAV

Var redan från start tydliga med era krav och riktlinjer kring materialets utformning. Samarbete med influencers är oftast en tjänst ni betalar för och som ni har all rätt att ställa krav på.

6. AVSÄTT RESURSER

Se till att ni avsätter tillräcklig budget och resurser för att nå era mål. Att jobba med influencers kräver tid och engagemang från er och de flesta profiler vill ha bra betalt för sina tjänster.

7. TA HJÄLP

Använd gärna någon form av nätverk, plattform eller agentur för att hitta och administrera era samarbeten. Det underlättar särskilt om ni vill samarbeta med många mikroinfluencers.

8. DETALJSTYR INTE

Ge profilen utrymme att förmedla ert budskap med egna ord, bilder och rörligt material. Om ni detaljstyr ökar risken att mottagaren avfärdar innehållet som reklam.

9. VÄRNA OM RELATIONERNA

Agera professionellt men var inte rädda att vara personliga i era kontakter. Bra relationer leder många gånger till bättre leveranser vad gäller både kvalitet och engagemang.

10. FÖLJ LAGAR OCH REGLER

Ha koll på vad som gäller för reklammärkningar och be profilen märka ert sponsrade innehåll. Smygreklam där sponsorskap inte tydligt framgår kan skada ert varumärke.

Tio tips om *annonsering* i sociala medier

Annonsering i sociala medier är ett effektivt verktyg för att nå ut till både befintliga och nya målgrupper. Genom att komplettera er kommunikation med sponsrat innehåll säkerställer ni att ert budskap når ut till fler.

1. GÖR EN PLAN

Ta fram en plan för i vilka kanaler ni vill annonsera, när, hur och i vilket syfte. Med en strategisk grund skapar ni bättre förutsättningar för att ta fram innehåll och nå goda resultat.

2. BESTÄM ÖNSKAD EFFEKT

Definiera tydligt vad ni vill att varje specifik annons ska leda till. Ska annonsen exempelvis driva trafik till hemsidan, ge nya följare eller öka varumärkeskännedomen?

3. MÅLGRUPPSANPASSA

Anpassa innehållet efter målgruppens intressen och var de befinner sig i kundresan. Era mest lojala följare vill troligen ha ett annat innehåll än de målgrupper ni möter för första gången.

4. VAR HJÄLPSAMMA

Utgå i annonserna från vad ni kan göra för era följare och inte tvärtom. Genom att besvara vanliga frågor, guida och utbilda väcker ni engagemang och skapar lojalitet.

5. SÄTT MÄTBARA MÅL

Formulera tydliga och mätbara målsättningar som ni kan följa över tid. Genom att utvärdera era annonser kan ni dra viktiga lärdomar som hjälper er att optimera innehåll och styrningar över tid.

6. HITTA RELEVANTA MÅLGRUPPER

Använd er av funktionen lookalike-målgrupper för att hitta och nå ut till nya personer. Genom att använda era befintliga kunder som utgångspunkt når ni personer med liknande intressen.

7. ANPASSA ER TILL FLÖDET

Variera tonaliteten och bildspråket efter vad som uppfattas som mest naturligt i varje kanal. Om innehållet uppfattas som reklam scrollar mottagaren ofta vidare i flödet.

8. UPPMANA TILL HANDLING

Gör det tydligt vad du vill att mottagaren ska göra efter att ha sett er annons. Välj en lämplig call-to-action och tänk på att inte förvirra mottagaren genom att ha fler än en uppmaning eller en otydlig landningssida.

9. SKAPA EN PIXEL

Installera en konverteringspixel på hemsidan för att se vilka sidor besökarna går till efter att ha klickat på annonsen. Med kunskap om beteendemönster kan ni skapa ännu mer träffsäkra annonser.

10. A/B-TESTA ANNONSEN

Ta för vana att utveckla era annonser genom att testa olika versioner. Ni kan exempelvis rikta annonsen mot olika målgrupper, använda olika placeringar eller innehåll.

Tio tips om hemsidan

Hemsidan är navet i er digitala kommunikation. Här styr ni själva och är inte beroende av andra aktörers plattformar. En bra egen sajt förstärker effekten av er övriga kommunikation.

1. BESTÄM SYFTET

Slå fast det främsta syftet med hemsidan, till exempel att stärka ert varumärke som arbetsgivare, erbjuda era tjänster eller bilda opinion. Hemsidans syfte avgör målgrupp, budskap och struktur.

2. VÄLJ AMBITIONSNIVÅ

Skapa en hemsida som ni klarar av att underhålla och utveckla med kvalitet. Välj en plattform som är enkel att arbeta med utifrån syftet och ambitionsnivån.

3. ANPASSA TILL MÅLGRUPPEN

Utgå från ert viktigaste syfte när ni skapar hemsidan och testa användarvänligheten på målgruppen. Prioritera och välj bort innehåll och funktioner utifrån målgruppens beteende och behov.

4. UPPMANA TILL HANDLING

Tänk igenom vad ni vill att besökaren ska göra på varje sida och ge en tydlig uppmaning till handling. På så sätt kan ni styra besökaren mot hemsidans övergripande syfte.

5. TÄNK PÅ DETALJERNA

Var noggranna i valet av bilder, färger, knappar och menyer. Det visuella intrycket har stor inverkan på hur besökaren kommer att uppfatta ert varumärke.

6. SKRIV KORTFATTAT

Håll nere textmängden och undvik upprepningar. Besökare har inte tålamod med långa texter, särskilt inte när de använder mobilen.

7. FRAMHÄV DET VIKTIGASTE

Lyft fram de viktigaste budskapen på varje sida med hjälp av rubriksättning och bilder. De flesta besökare tar bara del av den information som är allra mest tillgänglig.

8. SÖKORDSOPTIMERA

Använd samma rubriker, ord och formuleringar på hemsidan som människor använder när de googlar. Sökordsoptimering av sajten kan vara helt avgörande för att människor ska hitta till er.

9. HÅLL HEMSIDAN LEVANDE

Uppdatera er hemsida löpande med nya bilder, texter, artiklar, pressmeddelanden eller tekniska funktioner. Säkerställ att sajten verkligen speglar er verksamhet och hur ni vill att varumärket ska uppfattas.

10. LÄNKA FLITIGT

Se till att ofta länka till er hemsida i sociala medier, nyhetsbrev och pressutskick. Det är ett effektivt sätt att driva trafik till den egna sajten, där ni kan få besökarens fulla uppmärksamhet.

Tio tips om scrollytelling

Scrollytelling är en berättarteknik som låter användaren scrolla sig vidare och navigera genom en berättelse. En berättande hemsida kan kombinera text, bilder, grafik och statistik med interaktivitet för att skapa en engagerande läsupplevelse.

1. SKRIV EN BERÄTTELSE

Formulera ett synopsis som i grova drag beskriver berättelsen. Använd dramaturgiska tekniker som karaktärsutveckling, konflikt och klimax för att öka läsarens intresse.

2. VÄSSA BUDSKAPEN

Säkerställ att berättelsen har tydliga budskap som bidrar till ert syfte. Låt budskapen återkomma i olika format genom er scrollytell, som citat, infografik och personporträtt.

3. ÅTERANVÄND INNEHÅLL

Identifiera och integrera tidigare publicerat material. Om ni redan har skapat innehåll om det aktuella ämnet för andra kanaler så återanvänd de delar som visat sig fungera där.

4. VISUALISERA MERA

Fundera i ett tidigt skede på vilka delar av berättelsen som kan göra sig bra som bild eller rörligt material. Visualiseringar uppmuntrar användaren att fortsätta interagera med berättelsen.

5. GÖR DET INTERAKTIVT

Ta fram interaktiva moment som kan engagera användaren och bidra till berättelsen. Använd kartor, diagram eller animeringar som användaren kan påverka i realtid.

6. UPPMANA TILL HANDLING

Avsluta scrollytellen med en uppmaning om att agera som utgår från sidans syfte. Uppmaningen kan vara att läsa en rapport, skriva på en namninsamling eller dela scrollytellen på sociala medier.

7. UPPDATERA OCH ÅTERANVÄND

Planera för hur ni kan se till att er scrollytell kan leva länge och förbli relevant. Kan ni löpande uppdatera den med nya data, eller återanvända när frågan blir aktuell igen om ett år?

8. GÖR EN KORTVERSION

Ta fram en kortversion av er scrollytell som kan användas i andra sammanhang. Tänk att den ska kunna skickas som mejlbilaga i kontakt med relevanta kunder och kontakter.

9. OPTIMERA FÖR MOBILA ENHETER

Säkerställ att er scrollytelling-upplevelse fungerar oavsett vilken enhet läsaren använder. Med en responsiv design anpassar sig layout och innehåll efter olika skärmstorlekar.

10. ANALYSERA OCH UTVÄRDERA

Utvärdera och analysera hur er målgrupp interagerar med innehållet. Låt insikter från analysen ligga till grund för uppdateringar och förbättringar av framtida berättelser.

Tio tips om nyhetsbrev

Ett väl utformat nyhetsbrev kan vara ett effektivt sätt att nå era mest trogna målgrupper. Genom att skapa innehåll som är enkelt, tydligt och relevant för mottagaren kan ni både nå fram med budskapet och stärka ert varumärke.

1. UTGÅ FRÅN SYFTET

Definiera ett tydligt syfte med nyhetsbrevet och utgå från det när ni tar fram innehåll. Vill ni bygga ert varumärke, utbilda kring ett ämne eller erbjuda era produkter och tjänster?

2. GÖR EN PRODUKTIONSPLAN

Se till att ni har en konkret produktionsplan några månader framåt. Planen bör innehålla utskicksdatum, ämnesrad och vem som är ansvarig för att ta fram nyhetsbrevet.

3. FORMATERA ENKELT

Använd gärna en enkel formatering av nyhetsbrevet så att mejlet lättare kommer fram och kan läsas i rätt format. Kom särskilt ihåg att testa hur mejlet ser ut i mobilen.

4. TA FRAM EN BRA ÄMNESRAD

Lägg lite tid på att skriva en enkel och intresseväckande ämnesrad som tydligt speglar innehållet. Gör mottagaren nyfiken på att öppna mejlet, men undvik lockrubriker.

5. GÖR DET LÄTT ATT AGERA

Uppmana till handling och interaktion genom att göra det tydligt vad ni vill att läsaren ska göra. Återanvänd gärna bilder och ingress på landningssidan för att skapa igenkänning från nyhetsbrevet.

6. SKRIV KORT

Håll informationen i mejlet tillräckligt kort och koncis för att locka till fortsatt läsning. Ge den intresserade mottagaren goda incitament att klicka sig vidare till er hemsida.

7. BÖRJA MED BUDSKAPET

Lyft fram ert budskap med hjälp av en tydlig ämnesrad, tidig placering i mejlet och gärna matchande grafik och bildsättning. Mottagarna läser sällan hela mejlet och kan annars missa det viktigaste.

8. A/B-TESTA UTSKICKEN

Ta varje chans till förbättring och testa olika versioner till ett begränsat antal mottagare. Använd funktionen för A/B-tester och prova olika ämnesrader, textlängder och utskickstider.

9. ÖVERVÄG SEGMENTERING

Fundera på om nyhetsbrevet verkligen är relevant för hela er målgrupp. Det är ofta möjligt att skapa ökad relevans och få bättre resultat genom att dela upp mottagarlistan.

10. SKAPA EXKLUSIVITET

Ge ert nyhetsbrev en premiumkänsla genom att erbjuda läsarna något extra. Det kan handla om attraktiva erbjudanden och möjlighet att ta del av nyheter före alla andra.

Tio tips om poddar

Poddlyssnandet fortsätter att växa och nära hälften av svenskarna, 48 procent, lyssnar nu på poddar. Att göra en podd kan vara ett effektivt sätt att stärka relationen med er målgrupp.

1. TA FRAM PROGRAMIDÉN

Skriv ner den övergripande tanken kring vad podden ska handla om. Utgå dels från ert eget syfte, dels från målgruppens intressen, behov och drivkrafter.

2. GÖR EN OMVÄRLDSANALYS

Undersök vilka andra poddar som tar upp samma ämne. Använd kartläggningen för att både inspireras av de bästa och försöka hitta en egen vinkel.

3. VÄLJ NAMN MED OMSORG

Lägg tid och kraft på att hitta ett unikt namn som är lätt att komma ihåg. Ta fram flera olika namnförslag och testa de olika alternativen på er målgrupp.

4. TA FRAM FORMATET

Skapa en struktur för hur avsnitten ska vara uppbyggda och vilka segment som ska vara återkommande. Ett enhetligt format underlättar produktionen, skapar igenkänning och är ett löfte till lyssnarna om vad de kan förvänta sig.

5. BESTÄM FREKVENS

Besluta hur ofta ni ska släppa nya avsnitt av podden. Låt frekvensen bestämmas av er kapacitet att kontinuerligt hålla en hög kvalitet på innehållet.

6. PLANERA PRODUKTIONEN

Ta fram en långsiktig plan för hur och när podden ska spelas in. Bestäm tema för de olika avsnitten och undvik frestelsen att avvika från programidén.

7. TESTA PÅ EN FOKUSGRUPP

Producera ett första avsnitt och testa kvaliteten genom samtal i en fokusgrupp. Ta till vara återkopplingen och var beredda att både ompröva programidén och förändra formatet.

8. TA FRAM EN SPRIDNINGSSTRATEGI

Bestäm var och hur avsnitten ska publiceras för att nå er målgrupp. Utgå från var målgruppen finns och sätt både kvantitativa och kvalitativa mål för spridning och genomslag.

9. SATSA PÅ TEKNIKEN

Investera i en tillräckligt bra utrustning för att ni ska känna er trygga under inspelning och klippning. Det ska vara lätt att lyssna på er podd och tekniken är en mindre investering än tiden ni lägger ner.

10. UTVÄRDERA LÖPANDE

Be lyssnarna om återkoppling och följ upp målen för spridning och genomslag. Använd insikterna till att kontinuerligt utveckla innehållet inom ramen för programidén.

Tio tips om kampanjer

En kampanj handlar om en tidsbegränsad insats för att få människor att engagera sig i en särskild fråga. Med en bra pr-kampanj kan ni sätta fokus på era frågor, engagera era målgrupper och stärka varumärket.

1. BÖRJA MED SYFTET

Formulera ett tydligt syfte med kampanjen som är väl förankrat i er kärnverksamhet. Med ett internt engagemang i samhällsfrågan kan kampanjen lättare bli relevant och slagkraftig.

2. DEFINIERA MÅLGRUPPEN

Ringa in de människor som ni tänker har störst potential att bidra till den önskade samhällsförändringen. Genom att prioritera vilka ni vill nå och lära känna er målgrupp kan ni lättare skapa engagemang.

3. SÄTT ETT MÅL

Precisera ett mätbart mål för hur ni exempelvis vill påverka målgruppens åsikter. En nollmätning bör följas upp med en förnyad mätning när kampanjen är avslutad.

4. FORMULERA ETT BUDSKAP

Slå fast några genomtänkta formuleringar riktade till målgruppen för att uppnå syftet. Budskapet bör utgå från det större samhällsproblemet och utgöra kärnan i all kommunikation.

5. SKAPA ETT KONCEPT

Formulera en bärande idé som kommunicerar budskapet på ett kreativt sätt och engagerar målgruppen. Budskapet sprids lättare i ett intresseväckande sammanhang.

6. UPPMANA TILL HANDLING

Tänk igenom hur ni vill att målgruppen ska agera och var tydliga med er uppmaning. Även små förändringar av beteenden kan ge ringar på vattnet och få stora effekter.

7. ANVÄND AMBASSADÖRER

Engagera opinionsbildare och influencers för att få fart och spridning på kampanjen. Ett första steg kan vara att kartlägga era egna nätverk och våga be människor om hjälp.

8. VÄLJ RÄTT PLATTFORMAR

Fokusera på de sociala medier där era viktigaste målgrupper befinner sig. Tiktok är ett bra val om ni vill nå ut till yngre åldersgrupper, medan exempelvis Facebook är mer relevant för att nå äldre.

9. MAXIMERA GENOMSLAGET

Använd så många kanaler som möjligt för att kommunicera kampanjen. En digital kampanj bör kombineras med opinionsbildning i redaktionella medier och direktkontakt med kunder eller medlemmar.

10. VAR UTHÅLLIG

Satsa hellre på färre och längre kampanjer än på flera korta. Förändring sker sällan över en natt och genom att berätta om nästa steg kan ni hålla engagemanget levande.

Tio tips om film

Rörligt material är ett format som väcker stort engagemang online och ökar sannolikheten att vi tar till oss budskap och delar dem vidare. Genom att paketera era budskap i enkla filmer kan ni nå fler, väcka känslor och stärka varumärket.

1. PRIORITERA ETT BUDSKAP

Avgränsa informationen så mycket som möjligt redan när ni börjar fundera på manus och idé. I snabba flöden som Instagram, Tiktok och Facebook är det särskilt viktigt att fokusera på det som ni helst vill få sagt.

2. VÄLJ EN TYDLIG MÅLGRUPP

Utgå från en avgränsad målgrupp när ni planerar utformningen. Målgruppsanpassningen kan bland annat påverka tempo, färgval, copy och bildval.

3. BESTÄM SYFTET

Tänk noga igenom varför ni tar fram videon, om det exempelvis är för att utbilda, opinionsbilda eller sälja en produkt. Ett tydligt syfte hjälper er med avgränsning och struktur.

4. SKRIV ETT MANUS

Strukturera och planera er video genom att skriva ett manus. Skrivprocessen tvingar er att tänka igenom bildval, tempo, copy och budskap så att de samspelar.

5. TÄNK PÅ DRAMATURGIN

Hjälp tittaren med en tydlig struktur, oavsett klippets längd. En film ska alltid innehålla en början, en mitt och ett slut där de olika delarna leder tittaren till att vilja se mer.

6. VÄCK INTRESSET TIDIGT

Lägg tid på en idéprocess där ni tar fram flera olika möjliga anslag i klippet. Den första sekunden är helt avgörande för att ni ska kunna fånga tittarens uppmärksamhet.

7. ANVÄND ENKLA VERKTYG

Ta hjälp av lättanvända digitala verktyg för ert filmskapande. Ofta finns det inbyggda textmallar, animationer och förinspelat videomaterial som höjer kvaliteten på materialet.

8. SKAPA IGENKÄNNING

Använd återkommande färgval, typsnitt och grafik för att göra det lätt att koppla ihop era kommunikationsaktiviteter. Igenkänning stärker budskapet och bygger ert varumärke över tid.

9. TEXTA ALLTID

Använd en tydlig textsättning i starten och texta alla repliker. Många som tittar på film i sociala medier vill göra det utan ljud, som därför oftast är avstängt som standard.

10. FATTA ER KORT

Sträva efter att låta era filmer vara kortare än 30 sekunder. Se tidsbegränsningen som ett hjälpmedel för att formulera ett enkelt och tydligt budskap som behåller tittarens intresse från början till slut.

Tio tips om Chat GPT

Rätt använt kan Chat GPT effektivisera ert arbete och underlätta rutinmässiga uppgifter. AI-verktyget kan hjälpa er med allt ifrån idégenerering och innehåll till analys, översättning och sammanfattning av längre texter.

1. LÄR KÄNNA VERKTYGET

Börja med enklare uppgifter, som att formulera mejl eller skapa rubriker. Öka gradvis användningen till större och mer omfattande projekt, som analyser, artiklar och rapporter.

2. ANVÄND FÖR RÄTT UPPGIFTER

Se på Chat GPT som en junior kollega som kan bistå med att ta fram underlag som du sedan utvecklar vidare. Verktygets styrkor är språk, information och idégenerering.

3. PROMPTA TYDLIGT

Utforma detaljerade instruktioner, så kallade promptar, för att få användbara svar. Instruera exempelvis om vilken tonalitet du önskar, eller vilken målgrupp som underlaget ska anpassas för.

4. TILLDELA EN YRKESROLL

Instruera verktyget att anta en roll, till exempel som kommunikationschef. På så vis kan Chat GPT bättre förstå dina eller målgruppens behov och utforma mer relevanta svar.

5. TRÄNA MED DATA

Lär upp Chat GPT i din tonalitet och ditt skrivsätt. Dela texter som du har skrivit och be verktyget att anamma samma stil i sitt textunderlag.

6. ANVÄND FÖR AVLASTNING

Utnyttja Chat GPT för att effektivisera särskilt tidskrävande uppgifter. Det kan handla om att analysera stora mängder data, sammanfatta längre texter och ta fram utkast.

7. TESTA DINA IDÉER

Be Chat GPT om hjälp att utveckla dina egna idéer eller att ta fram helt nya. Du kan till exempel testa en hypotes eller be om ett antal inläggsidéer utifrån ett visst tema.

8. KVALITETSSÄKRA INNEHÅLLET

Ta för vana att alltid kvalitetssäkra material som Chat GPT tar fram. Gå igenom innehållet så att det är språkligt korrekt och kontrollera framför allt alla faktauppgifter.



Så kan du formulera promptar

Att formulera promptar till Chat GPT behöver varken vara invecklat eller tidskrävande. Så här kan du exempelvis formulera en prompt för att sammanfatta och bearbeta en text:

”

Jag vill att vi **sammanfattar texter** och **dokument tillsammans.** Jag kommer att använda din sammanfattning som ett **stöd för att förstå innehållet** samt när jag skriver artiklar och blogginlägg. Jag vill att du först **sammanfattar** texten i tio korta punkter.

”[Din text]”

Möjliga fortsättningar:

- Berätta vilka **lärdomar** och **insikter** du drar ifrån texten.
- Ge mig ett utkast till en **möjlig debattartikel baserat på punkterna.** Tonalitet: Seriös och lättläst.
- Ge mig tre förslag på **möjliga målgrupper** för texten.
- Ge mig förslag på **möjliga kanaler** för att nå målgrupperna.
- Ge mig utkast till **tre inlägg** till Instagram, **redovisa koncept** och skriv **inläggstext**.

9. SKYDDA KÄNSLIGA UPPGIFTER

Undvik att dela privat eller konfidentiell information. Du kan ställa in att verktyget inte får använda din information att träna på, men känsliga uppgifter bör du oavsett inte dela.

10. SPARA BRA EXEMPEL

Samla effektiva Chat GPT-promptar som du själv eller andra har fått bra resultat av. Bygg upp ett personligt bibliotek som du kan gå tillbaka till och använda vid behov.

Tjugo tips på innehållskoncept

Innehållskoncept är genomtänkta format som kan engagera era målgrupper. Genom att på förhand ta fram välfungerande koncept att utgå från i kommunikationen blir det lättare för er att både planera och improvisera i digitala kanaler. Här är 20 möjliga innehållskoncept som ni direkt kan börja testa i er digitala kommunikation.

1. VISSTE DU ATT ...?

Väck nyfikenhet hos mottagaren genom att skapa innehållet utifrån frågan ”Visste du att ...?”. Utgå från målgruppernas behov och intresse när ni väljer ämne.

2. TRE TIPS OM ...

Var bjussiga mot era följare och dela med er av handfasta tips. Praktiskt användbara tips fungerar lika bra på webben som i sociala medier och nyhetsbrev.

3. SLÅ HÅL PÅ MYTER

Gör upp med vanliga myter eller missförstånd som finns kring de frågor eller produkter ni arbetar med. Välj i första hand myter med hög igenkänningsfaktor.

4. BAKOM KULISSERNA

Ta med era följare bakom kulisserna på den publika delen av er verksamhet. Bjud på inblickar och ge möjligheter att lära känna era medarbetare och arbetsplatsen.

5. GUIDER, DIY OCH HACKS

Ta fram och dela konkreta guider som kan ge praktisk hjälp till era följare. Smarta hacks och ”så gör du”-tips är populärare än någonsin och uppskattas av användare i alla åldrar.

6. HISTORIEN BAKOM

Berätta om varför företaget grundades, historien bakom era produkter eller bakgrunden till de frågor som ni driver. Berättelser är ett kraftfullt sätt att stärka ert varumärke.

7. FRÅGESTUND

Bjud in följarna till en frågestund i sociala medier. Ha gärna ett specifikt tema för er frågestund och besvara så många frågor som ni bara kan – även de som är lite obekväma.

8. ÅTERKOMMANDE TEMAN

Använd ett tema som återkommer något så när regelbundet över tid. Det kan till exempel vara ”äntligen måndag”, ”veckans tips” eller ”månadens spaning”.

9. INTERVJU MED …
Publicera korta intervjuer med talespersoner, medarbetare, kunder eller externa experter. Håll det gärna extra rakt och rappt, exempelvis genom formatet ”tre snabba frågor”.

10. JÄMFÖRELSER
Sammanfatta likheter och skillnader mellan produkter och tjänster som ni vet att er målgrupp ofta jämför. Genom att hjälpa till med en översiktlig jämförelse kan ni göra det lättare för målgruppen att fatta informerade beslut och spara tid.

11. SIFFRAN
Lyft fram statistik, procentsatser eller andra siffror som utgångspunkt för att berätta en historia. Hårda siffror väcker mottagarens nyfikenhet och skapar intresse för att få veta mer.

12. GODA NYHETER
Dela och kommentera positiva nyheter som ni tycker visar på en god samhällsutveckling. Att ni berättar om goda nyheter ger era målgrupper ännu fler anledningar att gilla er.

13. TRENDSPANINGAR
Bjud på korta spaningar från er trend- och omvärldsanalys. Hylla gärna både era konkurrenter och aktörer från helt andra branscher som ni tycker gör bra saker.

14. TIME LAPSE–FILMER
Spela in filmer med hög hastighet eller kombinera flera stillbilder till en sammanhängande film. Time lapse-filmer passar bra för att visa upp ett längre tidsförlopp som till exempel årstidernas skiftningar.

15. UTMANINGAR
Hitta på roliga utmaningar som är relevanta för er bransch och som era följare eller kunder kan delta i och inspireras av. Det kan till exempel handla om en shoppingfri månad, mer vardagsmotion eller att minska matsvinnet.

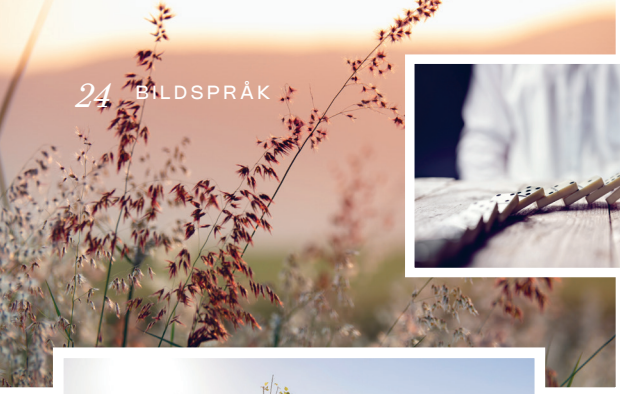
16. CITAT
Dela minnesvärda citat från era talespersoner eller personer i omvärlden med värderingar som ni uppskattar. Ett bra citat kan både visa er ståndpunkt och inspirera mottagaren.

17. GÄSTER
Bjud in intressanta gäster till er podd eller låt en gästpostare ta över ert konto i sociala medier för en dag eller vecka. Fler perspektiv ger era målgrupper variation och mervärde.

18. INNEHÅLL FRÅN ANVÄNDARE
Dela vidare innehåll från användare som visar upp när de recenserar eller använder era produkter och tjänster. Den enskilda personen känner sig sedd och uppskattad för sin insats, samtidigt som det är hjälpsamt och har hög trovärdighet gentemot era övriga användare.

19. QUIZ
Använd frågesporter för att engagera och utbilda era målgrupper inom relevanta teman. Undvik att ställa frågor om ert företag, då risken finns att det uppfattas som självupptaget.

20. MEMES
Ta ut svängarna genom att använda dagsaktuella memes som era målgrupper kan relatera till. Här kan ni gärna bjuda på er själva med en portion självdistans och humor.





Hur vill **ni**







Tio tips om bildspråk

Många företag saknar ett enhetligt och konsekvent bildspråk. Ett genomtänkt användande av bilder skapar engagemang, gör kommunikationen mer effektiv och stärker varumärket.

1. UTGÅ FRÅN VARUMÄRKET

Ta avstamp i er varumärkesplattform när ni börjar ta fram bildspråket. Ett bildspråk ska stärka varumärket och bidra till att ni når de övergripande målen för verksamheten.

2. BESTÄM BILDTONALITETEN

Formulera i ord vilka känslor ni vill väcka genom era bildval. Bildtonaliteten ska i hög grad vara förenlig med varumärkets tonalitet så att bilder och texter förmedlar samma sak.

3. VISA ERT BÄSTA JAG

Använd bilder som visar era främsta styrkor och när ni är som bäst. Bildspråket ska förmedla vad ni erbjuder, vad ni står för och vad som är ert viktigaste budskap.

4. AVSÄTT RESURSER

Investera tid och pengar för att skapa ert bildspråk, bygga upp en bildbank och involvera medarbetarna. En fokuserad satsning skapar engagemang och höjer kvaliteten.







uppfattas?







5. ANVÄND AUTENTISKA BILDER
Ta gärna fram bilder på riktiga medarbetare, era produkter och er arbetsplats. Autentiska bilder skapar förtroende och svetsar också samman organisationen runt varumärket.

6. TESTA PÅ MÅLGRUPPEN
Fråga era målgrupper vad de känner, tycker och tänker när de ser era bilder. Att be målgruppen om ett utifrånperspektiv på era bildval kan göra kommunikationen mer träffsäker.

7. SKAPA BILDMALLAR
Sammanfatta i text hur ert bildspråk ser ut och illustrera med exempelbilder. Med enkla och tydliga bildmallar gör ni bildspråket praktiskt användbart för så många som möjligt.

8. VÄRNA MÅNGFALDEN
Gör medvetna val kring vilka människor som syns i era bilder och vilka normer som förstärks. Då kan ni också undvika att befästa stereotyper och klichéer om er bransch.

9. BYGG EN BILDBANK
Skapa en bildbank genom professionella fotograferingar och projektled noga med hjälp av bildtonaliteten och bildmallarna. Komplettera vid behov med utvalda bilder från bildbyråer.

10. VAR UTHÅLLIGA
Håll fast vid bildspråket över tid och utse gärna en person som är ansvarig för bildbanken och kan förvalta bildspråket. När era bildval blir konsekventa når ert budskap lättare fram.

Tio tips om *opinions-bildning* i sociala medier

Sociala medier används flitigt av såväl politiker som journalister, liksom av den breda allmänheten. Det gör kanalerna särskilt effektiva för att bilda opinion, det vill säga att påverka människors värderingar eller beteenden kopplat till en samhällsfråga.

1. DRIV EN KAMPANJ

Kraftsamla under en tidsbegränsad period för att få människor att engagera sig i er fråga. #sthlmsjukvardsupprop är ett exempel på ett initiativ med stor påverkan på samhällsdebatten.

2. VÄCK KÄNSLOR

Posta innehåll som väcker känslor och skapar engagemang hos målgruppen. Känsloladdat innehåll är motorn i sociala medier och emotionella argument är ett effektivt sätt att nå genom bruset.

3. SKAPA IGENKÄNNING

Koppla er fråga till något i målgruppernas sociala eller geografiska närhet. Genom att använda närhetsprincipen gör ni det lättare för människor att känna att er fråga är viktig.

4. VÄLJ HASHTAG

Hitta ett samlingsnamn för er fråga och använd den i allt opinionsbildande innehåll. En bra hashtag är lätt att komma ihåg och sammanfattar kärnan i det budskap ni vill nå ut med.

5. UPPMANA TILL HANDLING

Gör det lätt att omsätta engagemang i handling genom tydliga uppmaningar. Använd bara en uppmaning per inlägg, till exempel ”Skriv under namninsamlingen” eller ”Dela filmen”.

6. VARIERA INNEHÅLLET

Utgå från ett enkelt och tydligt huvudbudskap, men variera sättet som ni uttrycker det på. Genom olika format, exempel och delbudskap undviker ni att era följare tröttnar.

7. ANVÄND BERÄTTELSER

Berätta om konkreta exempel från verkligheten som visar på problem eller lösningar. Vi relaterar lättare till personer och självupplevda berättelser än till siffror och diagram.

8. PÅMINN OM MÅLET

Fokusera på lösningar och påminn följarna om vad ni vill åstadkomma. Det ger era följare hopp och argument, samtidigt som det visualiserar målbilden och skapar uthållighet.

9. ANVÄND SYMBOLER

Skapa en symbol som är talande för det ni vill förändra. Exempelvis har ståltrådsgalgen blivit en internationell symbol för den politiska kampen mot restriktiva abortlagar.

10. VAR UTHÅLLIG

Håll engagemanget och frågan vid liv genom att regelbundet återuppta kampanjen. Var beredda på att det tar tid och krävs uthållighet för att förändra människors uppfattning i en viss fråga.

Tio tips om att nå journalister

Journalister använder ofta sociala medier för att leta nyhetstips, ta del av debatten och hålla kontakt med sina läsare, tittare och lyssnare. Genom att underlätta deras arbete ökar chansen att ni når ut med era nyheter.

1. FÖLJ RELEVANTA JOURNALISTER

Kartlägg och följ de journalister som bevakar ert intresseområde. Tagga journalisterna när ni delar tips som de kan vara intresserade av.

2. ANVÄND AKTUELLA ORD

Följ de nyckelord som är relevanta för er och använd dem aktivt när ni bidrar med eget innehåll. Många journalister bevakar aktuella och trendande ord eller hashtags i jakt på nyheter.

3. LYFT FRAM NYHETEN

Använd nyhetsmässiga rubriker och försök göra en objektiv nyhetsvärdering när ni delar innehåll på exempelvis Threads. Följ gärna upp med flera inlägg på samma område.

4. TÄNK SOM EN REDAKTION

Fundera över hur en redaktion skulle paketera en nyhet. Om ni exempelvis kan berätta om en person som berörs av ett politiskt beslut ni vill påverka så lyft fram personen i era sociala medier.

5. KOMMENTERA NYHETSHÄNDELSER

Var snabba med att kommentera relevanta nyheter i era egna kanaler. Genom att delta i samhällsdebatten blir ni intressanta att följa för journalister och redaktioner.

6. BLI EN CITATMASKIN

Dela korta citat eller ställningstaganden som journalisterna kan plocka upp och använda som pratminus. Journalister vill ofta ha kommentarer från olika delar av samhället.

7. BIDRA MED SAKLIG INFORMATION

Lyft fram intressanta fakta och statistik, gärna i diagram eller infografik. Var noga med faktakoll och källkritik, då onyanserade eller felaktiga vinklar riskerar att urholka er trovärdighet.

8. VAR AKTIV

Delta aktivt i debatten när era frågor är aktuella, gärna med flera inlägg under samma dag, för att fånga upp det senaste eller dela nya fakta. Nyheter har ofta en kort men intensiv livscykel.

9. ANVÄND DIREKTMEDDELANDEN

Skicka direktmeddelanden till journalister som ni har en dialog med om en aktuell händelse eller nyhet. Var hjälpsamma och erbjud fakta, analyser, kommentarer eller en person som kan exemplifiera nyheten.

10. SPRID ”ERA” NYHETER

Dela nyheter där ni medverkar och tagga journalisten som skrev nyheten eller gjorde inslaget. Även journalister uppskattar att bli uppmärksammade för sitt arbete.

Tio tips om att *stärka* arbetsgivarvarumärket *digitalt*

Digitala kanaler är ett effektivt verktyg för att stärka sitt varumärke som arbetsgivare. Med genomtänkt kommunikation kan ni låta framtida medarbetare lära känna er och dessutom bygga intern stolthet.



1. SYNLIGGÖR ERT ENGAGEMANG

Använd era digitala kanaler för att kommunicera kring hur ni bidrar till samhällsnytta. När ni visar vad ni brinner för blir ni ännu mer attraktiva arbetsgivare.

2. LYFT FRAM MEDARBETARE

Låt era anställda dela med sig av tips, berättelser och trendspaningar i företagets kanaler. Det bygger stolthet bland medarbetarna och gör ert företag mer mänskligt och personligt.

3. VISA FÖRETAGSKULTUREN

Använd sociala medier för att ge en inblick i hur det är att jobba hos er. Dela bilder och filmer som förmedlar känslan på arbetsplatsen och hur en vanlig dag kan se ut.

4. KOMMUNICERA VÄRDERINGAR

Synliggör er värdegrund på hemsidan och posta regelbundet inlägg i sociala medier. Genom att kommunicera vad som är viktigt för er kan ni attrahera personer med samma värderingar.

5. SE ÖVER HEMSIDAN

Gör det enkelt för besökaren att läsa mer om hur det är att jobba hos er och vem det är ni söker. Genomtänkt innehåll på era karriärsidor ger ett positivt intryck.

6. SÖKORDSOPTIMERA

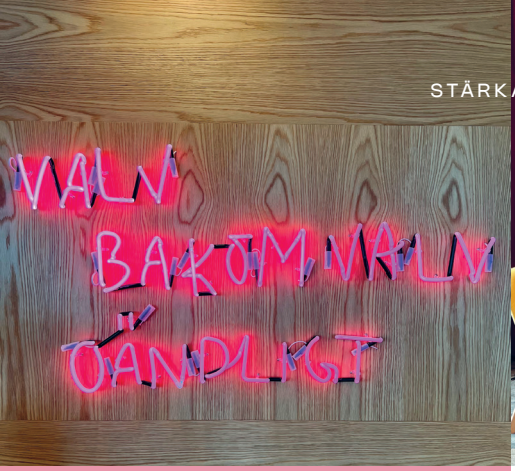
Kartlägg hur ni syns på Google och optimera er webbplats för att öka synligheten ytterligare. En placering högt upp i sökresultaten signalerar trovärdighet.

7. ANNONSERA I SOCIALA MEDIER

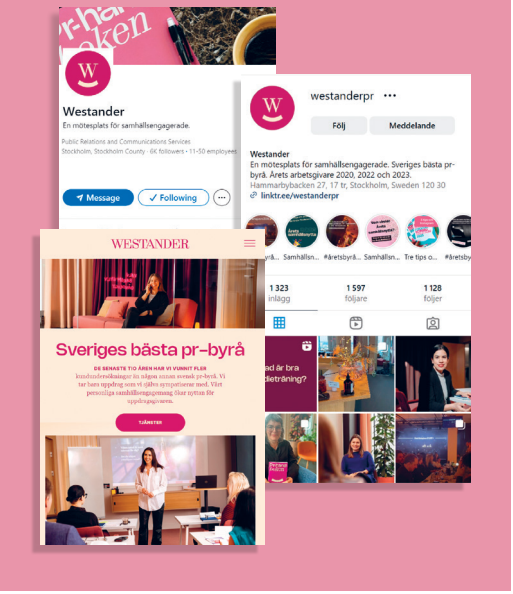
Använd sociala medier för att marknadsföra lediga tjänster mot relevanta målgrupper. Gör det enkelt för mottagaren att snabbt förstå vad jobbet handlar om och vilka kompetenser som krävs.

8. ANVÄND FRÅGOR OCH SVAR

Sammanställ vanliga frågor från jobbsökare och besvara dem på er hemsida. Var ärliga i svaren och säkerställ att bilden ni ger stämmer överens med verkligheten.







Ett starkt varumärke är *välkänt, tydligt* och *positivt laddat*. Företag som arbetar aktivt med att stärka sitt varumärke som arbetsgivare har större möjlighet att *rekrytera* och *behålla rätt medarbetare*.

9. SKICKA NYHETSBREV

Dela med er av expertkunskap genom nyhetsbrev. Att visa er kompetens stärker varumärket både mot potentiella medarbetare och möjliga kunder.

10. INVOLVERA MEDARBETARE

Efterlys idéer från anställda om hur ni tillsammans kan stärka företagets arbetsgivarvarumärke. Uppmuntra medarbetarna att dela med sig av sin jobbvardag i sociala medier.

Tio tips om *person-pr* i sociala medier

Människor är intresserade av andra människor. Genom att metodiskt profilera dig som talesperson i sociala medier kan du bidra till samhällsdebatten och stärka företagets eller organisationens varumärke.

1. HITTA DITT VARFÖR

Utgå från dina personliga drivkrafter och verksamhetens mål för att ringa in dina hjärtefrågor. Ett genuint eget engagemang smittar av sig på mottagaren och gör också att du själv blir mer uthållig.

2. LÄR KÄNNA DEM DU VILL NÅ

Gå metodiskt till väga och ta reda på vilka kanaler personer i din målgrupp använder och vad de är intresserade av. Med en målgruppsanalys i ryggen kan du lättare skapa meningsfull dialog.

3. VÄLJ KANAL MED OMSORG

Fokusera på en plattform som har stor potential att nå din målgrupp och som du samtidigt själv känner dig trygg med. Engagera dig hellre ordentligt i en kanal än halvhjärtat i flera.

4. VAR DIG SJÄLV

Förstärk din personliga ton och låt ditt eget engagemang lysa igenom. På så sätt kan du både stärka relationen med mottagaren och väcka känslor som gör att du lättare når igenom bruset.

5. UNDANRÖJ HINDER

Tänk igenom om något känns svårt eller utmanande med att ta större plats i sociala medier. Involvera andra som bollplank för att reda ut hur du kan hantera eventuella hinder.

6. DELA MED DIG

Bjud på din egen kunskap med fördjupningar, spaningar och länkar till ännu mer kunskap. Sikta på att personerna i din målgrupp ska ha nytta av varje inlägg du publicerar.

7. INTERAGERA MYCKET

Håll i gång aktuella samtal om dina hjärtefrågor genom att interagera mycket med andra nyckelpersoner. Avsätt rejält med tid för att kommentera och dela andras inlägg.

8. DELTA I DEBATTEN

Kommentera nyhetshändelser och olika politiska förslag i samhällsdebatten. Gör tydliga ställningstaganden och bidra med både ditt perspektiv och egna konstruktiva förslag.

9. GÖR ETT VECKOSCHEMA

Avsätt tid för sociala medier varje vecka och förbered gärna en buffert av inlägg med tydliga budskap. Med ett veckoschema blir det lättare att hålla uppe aktiviteten även under intensiva perioder.

10. JOBBA TILLSAMMANS

Ta hjälp av kollegor för att planera, följa upp och stötta om det bränner till i debatten. Du är ansiktet utåt, men det betyder inte att du måste göra allt på egen hand.

Tio tips om *kritik* i sociala medier

Många är oroliga för negativ uppmärksamhet i sociala medier. Men kritik behöver inte leda till en förtroendekris, om ni bemöter den på rätt sätt och svarar snabbt och respektfullt.

1. TA KRITIK PÅ ALLVAR

Visa att ni lyssnar på kritiken och bemöt den respektfullt. Ett vanligt misstag är att underskatta eller förminska kritiken, vilket i stället kan leda till en snöbollseffekt.

2. BEVAKA AKTIVT

Utse ansvariga för att kontinuerligt bevaka era kommentarsfält. Använd omvärldsbevakningsverktyg för att upptäcka kritik som framförs i media eller i andras kanaler.

3. SVARA SNABBT

Besvara kritiska kommentarer och utspel så snart som möjligt. Människor förväntar sig omedelbara svar i sociala medier, i synnerhet när det framförs allvarlig kritik.

4. ANVÄND FRÅGOR OCH SVAR

Skapa ett dokument där ni sparar svar på vanliga kritiska frågor. Om samma fråga återkommer kan ni ta reda på hur ni bemött kritiken tidigare, så att ni är konsekventa i era svar.

5. KVALITETSSÄKRA

Låt alltid minst en annan kollega läsa och tycka till om ert utkast till svar på kritiken. När flera personer har tyckt till är risken mindre att ni svarar defensivt eller på ett okänsligt sätt.

6. HÄNVISA TILL HEMSIDAN

Presentera faktaunderlag på er hemsida, som ni kan länka till från sociala medier. Om kritiken rör en komplex fråga kan ni på så vis erbjuda läsarna möjlighet till mer fakta och fördjupning.

7. BE OM URSÄKT

Om något har blivit fel, rätta till och be om ursäkt så fort som möjligt. Ju längre ni väntar, desto mer ökar risken för att missnöjet växer och får större spridning.

8. BLI INTE EN PAPEGOJA

Bemöt i möjligaste mån varje person med ett individuellt svar. Om ni svarar exakt samma sak på olika frågor och inlägg så kan ni framstå som oengagerade.

9. TA FRAM EN POLICY

Skapa en tydlig policy för hur ni hanterar kritik i sociala medier. Publicera policyn på er hemsida och hänvisa till den när ni behöver radera inlägg eller blockera personer.

10. MATA INTE TROLLEN

Undvik att elda på diskussioner med användare som i första hand verkar vara ute efter att provocera. Ofta räcker det i ett sådant läge med ett eller högst två trevliga svar.

Gå kursen Digital strategi *hos Westander*



Med en genomtänkt digital strategi kan ni skapa fokus och uthållighet i er kommunikation. Bra digital kommunikation stärker varumärket och bygger relationer med viktiga målgrupper.

På heldagskursen Digital strategi går vi igenom hur du tar fram en strategi som utgår från era affärs- och verksamhetsmål. Du lär dig att formulera syfte och mätbara mål, ringa in relevanta målgrupper, prioritera bland kanaler och arbeta med innehållskoncept. Kursen behandlar även trender och tips på hur du kan öka ert genomslag.

Kursen vänder sig till dig som arbetar med kommunikation, marknadsföring eller opinionsbildning och vill ha inspiration, handfasta råd och tips på hur du kan arbeta mer strategiskt med digital kommunikation.

Du kan även boka en egen version av kursen. Kontakta Monica Reinebo för ett skräddarsytt upplägg.

Läs mer och anmäl dig på westander.se

Kursens innehåll

INTRODUKTION

- Vilka är de senaste trenderna inom digital kommunikation?
- Hur kopplar jag övrig kommunikation till den digitala?
- Hur förankrar jag strategin i organisationen?

STRATEGI FÖR DIGITALA KANALER

- Vad är det viktigaste för att skapa en bra strategi?
- Hur kommer jag igång?
- Hur formulerar jag syfte och mål?

MÅLGRUPPER

- Hur prioriterar jag målgrupper?
- Hur tar jag fram en persona?
- Hur målgruppsanpassar jag vårt innehåll?

KANALSTRATEGIER

- Vilka kanaler ska vi satsa på?
- Hur formulerar jag en kanalstrategi?
- Hur mäter jag effekten?

SKAPA ENGAGERANDE INNEHÅLL

- Hur skapar jag engagerande innehåll?
- Hur planerar jag vårt innehåll?
- Hur ökar jag genomslaget?



Om Westander Digitalisering och Innovation

Westander Digitalisering och Innovation hjälper företag och organisationer att stärka varumärket, bilda opinion och påverka politiska beslut.

Vår ambition är att bidra till en bättre digital kommunikation och hjälpa företag att delta i debatten om det digitaliserade samhället. Ju fler företag som gör sin röst hörd, desto bättre är det för både affärsnyttan och samhällsutvecklingen.

Våra specialister har lång erfarenhet av strategier, kampanjer, person-pr och kriskommunikation. Vi hjälper våra uppdragsgivare med allt från analys till genomförande.

Vi tar bara uppdrag som vi själva sympatiserar med och väljer aktivt att samarbeta med företag som bidrar till en positiv samhällsutveckling. Vår digitala spetskompetens och vårt personliga engagemang ökar nyttan för uppdragsgivaren.

© 2024 Westander. Mångfaldigande tillåtet med angivande av källan. Foto: Folkstudion och Getty Images. Handbok i digital kommunikation kan läsas och laddas ner på westander.se, där enstaka tryckta exemplar också kan beställas kostnadsfritt. Många fler tipslistor finns att läsa på westander.se.

Handbok i digital kommunikation
innehåller 260 av Westanders bästa praktiska tips
om strategi och kanaler.

WESTANDER

GÖR DIN RÖST HÖRD

HAMMARBYBACKEN 27 120 30 STOCKHOLM WESTANDER.SE 08-464 96 50