

Sosiale Medier

Elisabeth Bekken Vikanes, Februar 2021

69 %
Facebook



46%
Snapchat



Andel av
befolkningen
over 18 år
bruker daglig.

27%
YouTube



38 %
Instagram



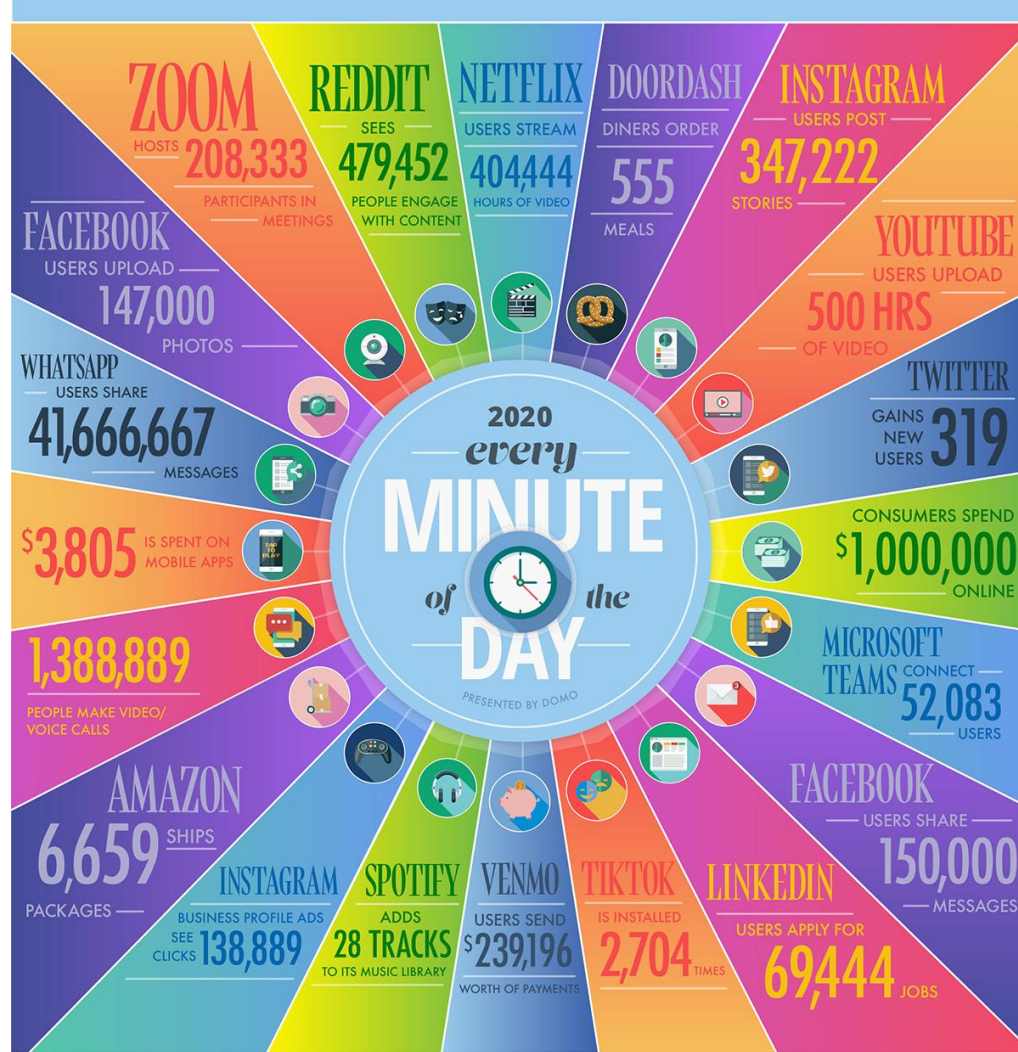
DA

Likes,
kommentarer,
delinger og
engasjement

NÅ

Kjennskap,
preferanser,
lojalitet,
annonsering og
salg.







Det finnes ingen magisk løsning..

men, med de riktige verktøyene, testing og måling kommer du ganske langt! 🦄

Ordliste

— — —

- **Post** - Et facebook-innlegg eller en instagram-oppdatering.
- **Rekkevidde** - Hvor mange personer som har sett en post/annonse
- **Visninger** - Hvor mange ganger en post/annonse har blitt vist.
- **Målgruppe** - De personene vi ønsker å nå med visse interesser, i aldersgrupper, kjønn osv.
- **Organisk post** - En post som er synlig for alle som kan se den aktuelle profilen.
- **Annonse** - En post vi har satt penger bak, kan være organisk eller laget i ett annonseverktøy.
- **Innhold** - En post / en video / en tekst / et bilde ++

Noen viktige punkter, som gjelder ALLE sosiale medier!

Lag en plan, og hold koken ✓

- Ukentlig, månedlig eller kvartalsvis.
- Planlegg sammen med andre, avtal hvem som gjør hva.
- Du kan forhåndsinnstille poster (FB og IG) i flere uker fremover i Facebook Creator Studio.
- Bruk gode verktøy til planlegging. Jeg elsker Trello.com (det er gratis)!
- Eller excel..
- Oppdater kanalene dine helst en gang i uka, minst en gang i måneden.
- Ikke ha flere kanaler enn du kan takle!



Sett deg klare mål! 🏆

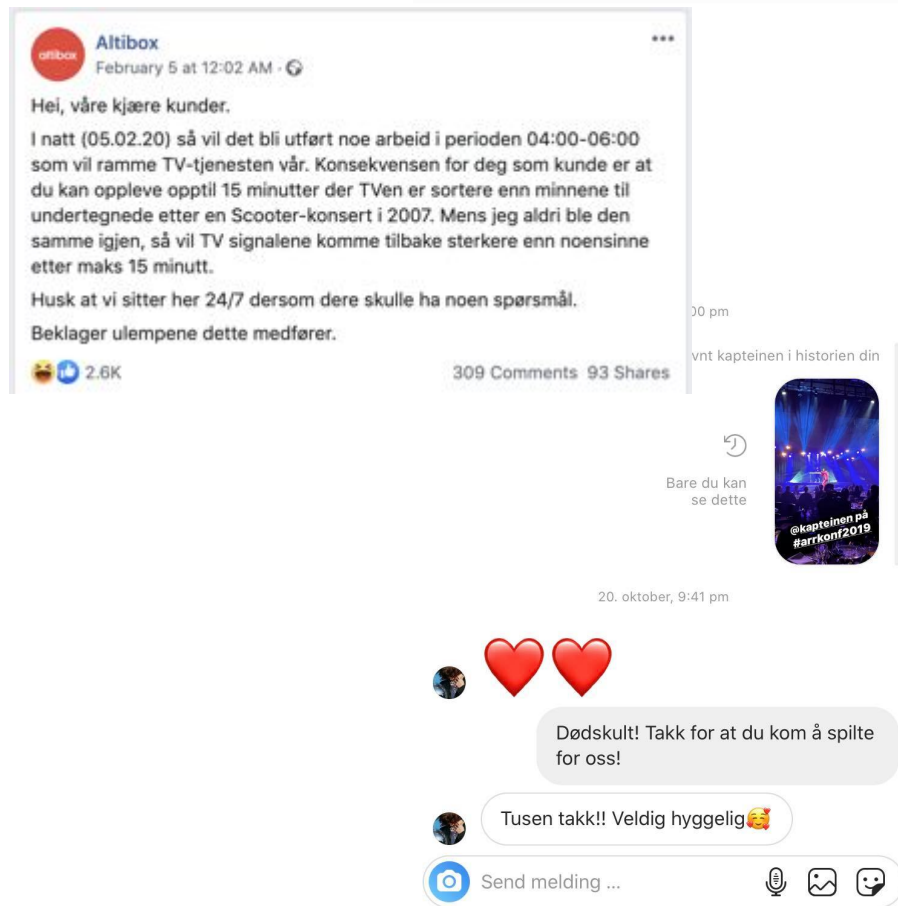
— — —

- Målsetting.
- Hva vil du gi mottakeren?
- Hva skal personen gjøre med innholdet du deler?
- Inspirere, Informere eller Konvertere?



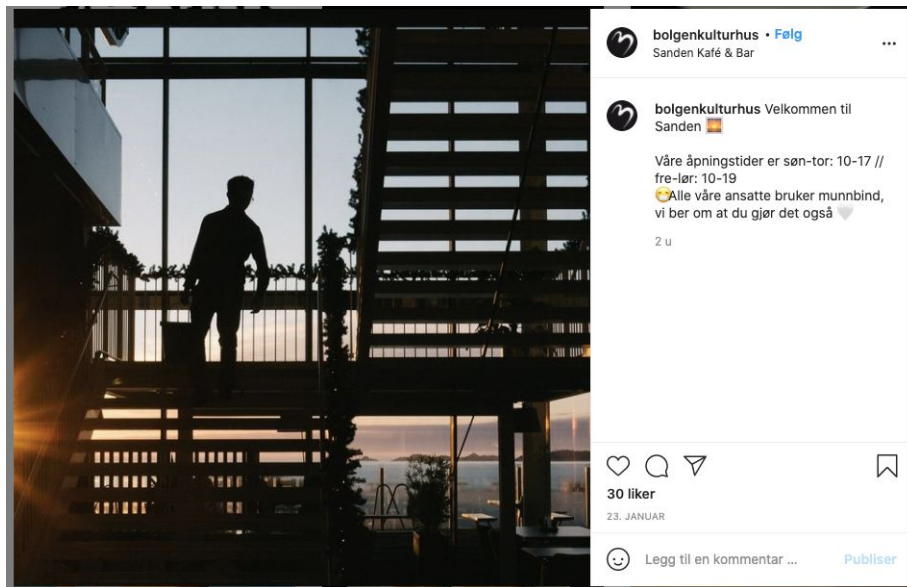
Svar alle, alltid! ➡️

- Svar alle, alltid!
- Repost gjerne, men spør først.
- Kritikk bør også besvares, om det er vanskelig å ta offentlig, send de gjerne videre!
- Dette kan selvfølgelig ta tid - sett opp ansvar, hvem har "vakt" hvilke uker/dager?



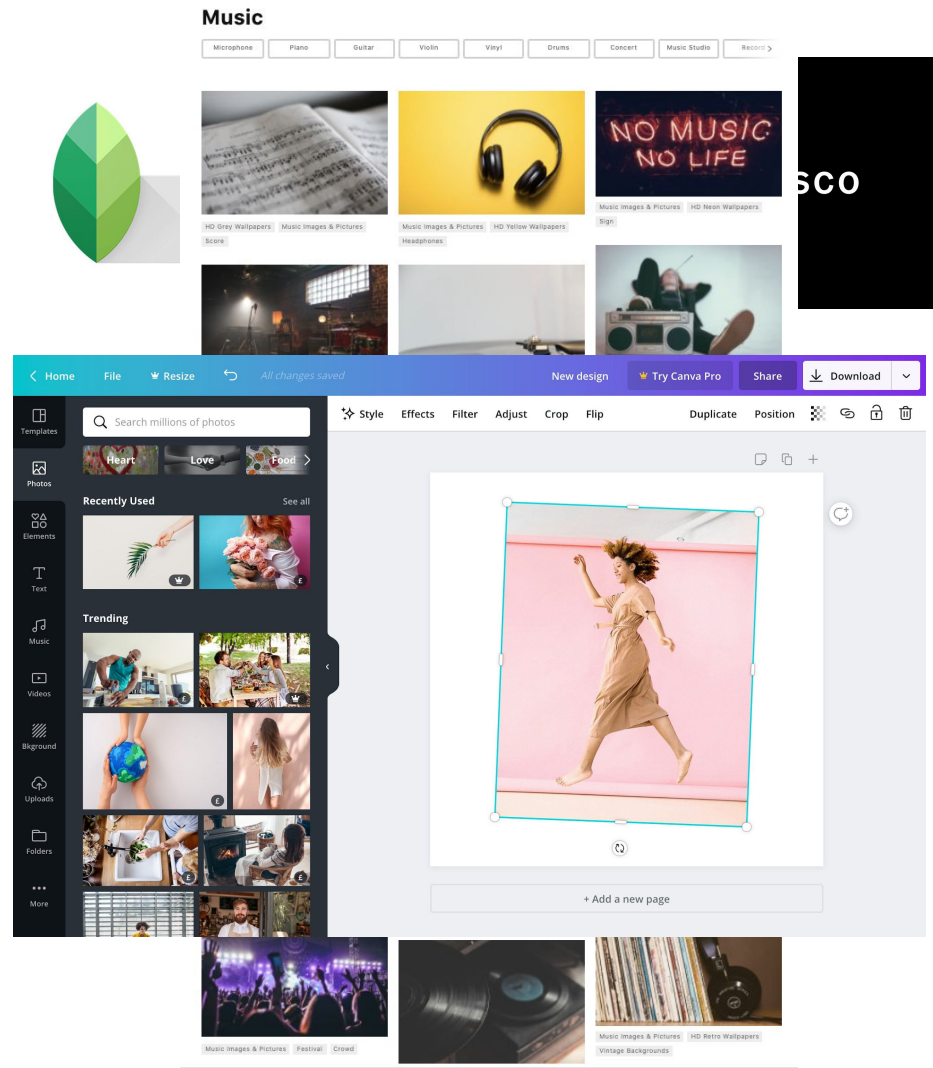
Bildebruk

- Ikke gjenbruk bilder av plakater eller PDFer med mye tekst. Velg heller et godt bilde, og legg til den nødvendige teksten ved siden av.
- Mobilbilder holder ofte mer enn nok! (Husk: Tørk av linsa, ta bilder i naturlig lys, ikke bruk zoom, tenk på og rydd bakgrunn, ta mange bilder, bruk fokus).
- Stående bilder er generelt det som gjør det best i de fleste sosiale medier for tiden - da det tar opp mest av skjermen. Men det er ikke avgjørende.
- Bruk bilder av mennesker (gir ofte mer engasjement) og arrangementer (også de som ikke er åpne for alle)! Hva foregår på huset nå?



Bildebruk

- Mine favoritt redigeringsapper til mobil – Snapseed og VSCO.
- Gode nettsider for gratis bilder: Pexels.com og Unsplash.com.
- God nettside for å lage pene IG-stories, poster og plakater, sjekk ut canva.com (mange gratisfunksjoner! Men også gode betalte funksjoner)



Tekstbruk



- Det viktigste må alltid komme først!
- Lengden på teksten har ikke så mye å si. Men prøv å hold det kort og konsist. Lenk heller ut til en nettside hvor man kan lese mer.
- Bruk EMOJIS, sjansen for engasjement øker med 50% i tekster som inneholder det 🍕
- Ikke bruk #emneknagger på Facebook - de hører til på Instagram og Twitter.
- Rettskriving og flyt er viktig, få noen til å lese over tekstene dine.



Scandic
Sponsored · 🌐

Du trenger ikke reise langt for nye opplevelser i vinter! Nå tilbyr vi:

- 20% rabatt på oppholdet om du bor 2 netter.
- 30% rabatt om du bor 3 netter.
- Fri avbestilling frem til ankomstdagen.
- Prisvinnende frokost inkludert.

De beste rommene går fort så book ditt opphold nå! [#staysafe](#)



SCANDICHOTELS.NO

Hotellopphold til fantastiske priser 🌟

Unn deg et deilig hotellopphold - desto flere netter du bor, desto høyere ra...

Book Now

👍❤️ Per Christian Aastveit and 151 others

13 Comments 27 Shares

👍 Like

💬 Comment

➦ Share



Viktig om video! 📹

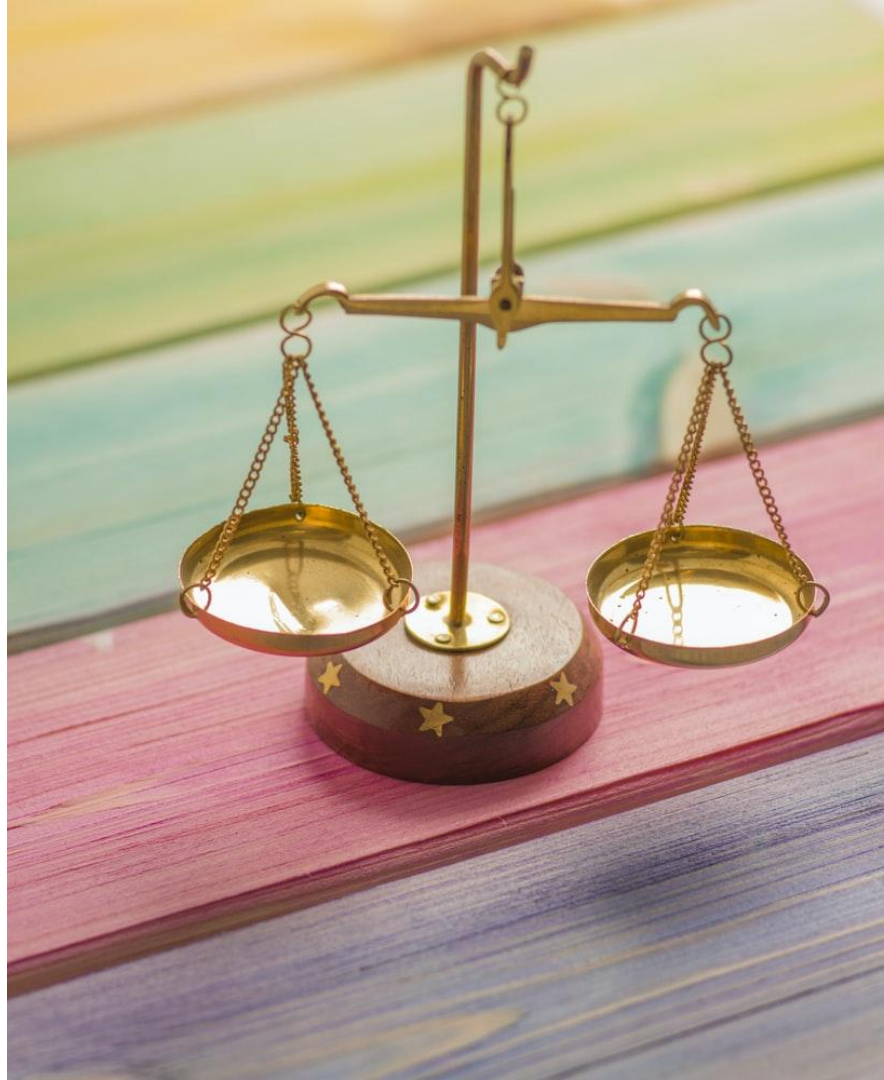
- Ikke post YouTube lenker på Facebook. Last alle videoer opp direkte i Facebook også.
- Videoene må ikke være perfekte, noen ganger kan en mobilvideo være nok.
- 85% av all video på Facebook sees uten lyd. Teksting kan være riktig å legge på.
- Lengde på video, har ikke så mye å si så lenge det du viser engasjerer. De 3 første sekundene er viktigst!
- Bruk krysspublisering på tvers av sidene deres, så kan dere dra nytte av samme publikum. (les mer her: <https://www.facebook.com/business/help/457328234477362>)



Organisk innhold vs betalt innhold

— — —

- **Organisk**
 - Alt skal ut organisk i utgangspunktet.
 - Organisk innhold har lavere rekkevidde.
 - Viktig å holde sider og profiler i “live”.
- **Betalt**
 - De beste postene bør puttes penger på for å øke kjennskap og få nye kunder, fans eller følgere.
 - Det sikrer at budskapet blir sett.
 - . En fin måte å øke bevissthet og evt trafikk i butikk.
 - Det behøver ikke koste mye, det koster kun det du vil bruke.



Hva snakker man om i en pandemi?

- Fortiden, se tilbake, hva har vi gjort? Ikke bare det siste året, men for 10-15-20 år siden?
- Fremtiden, hva kan vi se frem til?
- Ikke glem kommunikasjon på, korona-tiltak, avlyste og pågående arrangementer.
- Viktigere enn noen gang å svare på meldinger og kommentarer!



Instagram

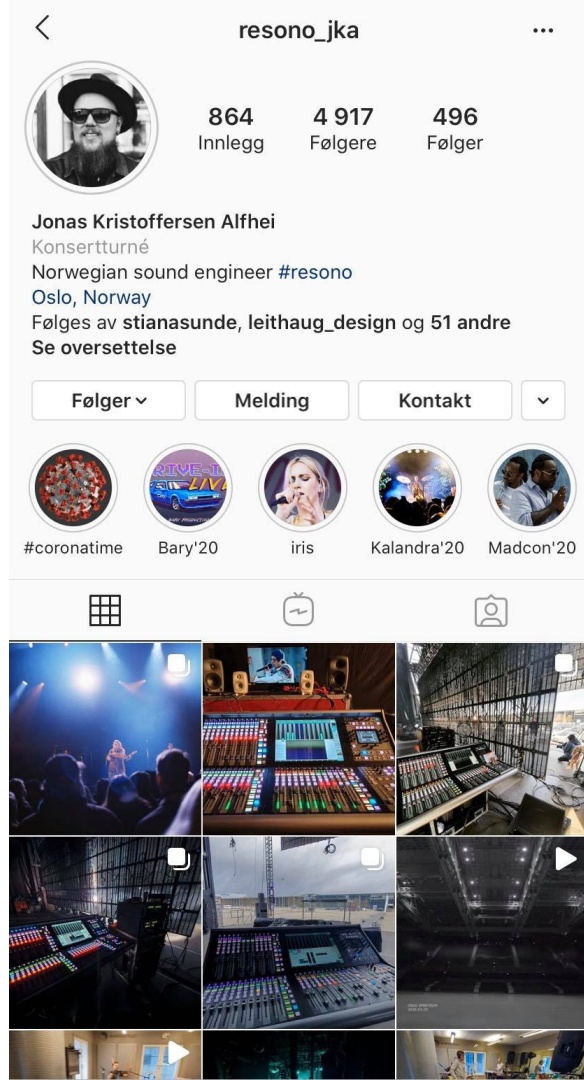
- Først og fremst en visuell kanal, deretter en informativ

Instagram

- Bytt til bedriftsprofil, og få nyttig statistikk, feature din egen #emneknagg. Få oversikt over antall visninger, mest populære poster ++

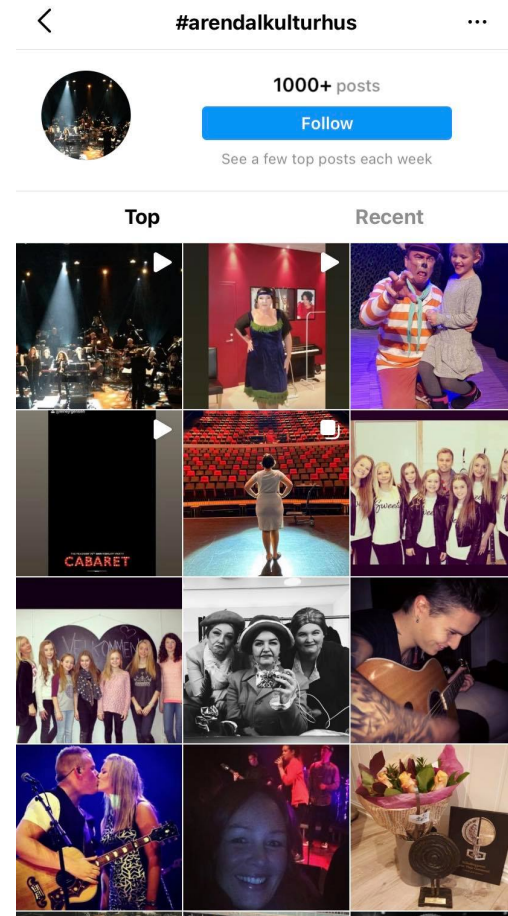
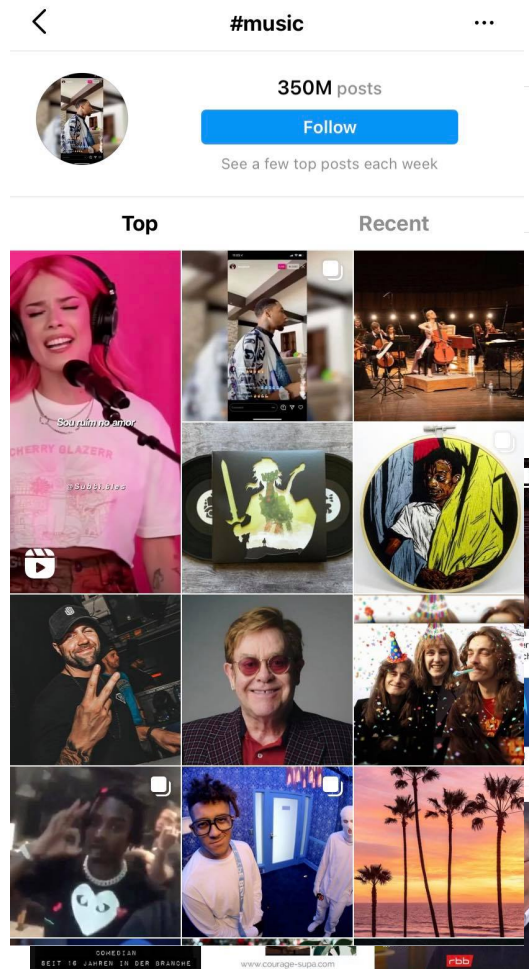
[Les hvordan her!](#)

- En rød tråd i profilen – lever det følgerne forventer!
- Instagram skal ENGASJERE og INSPIRERE!



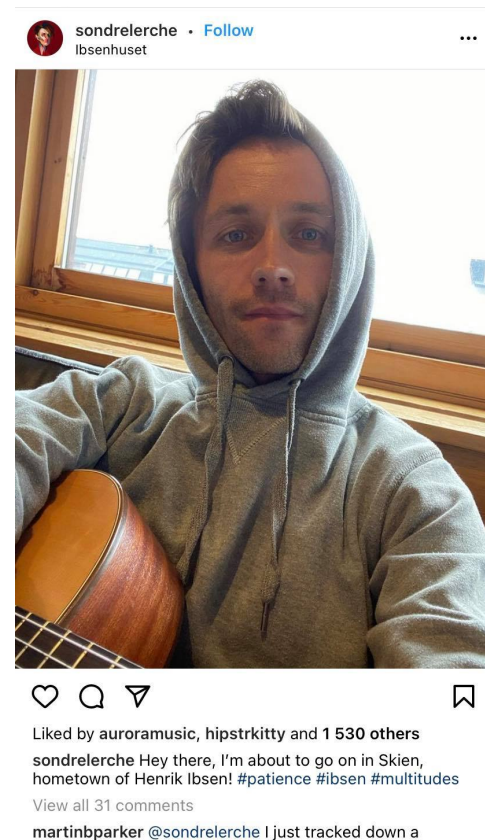
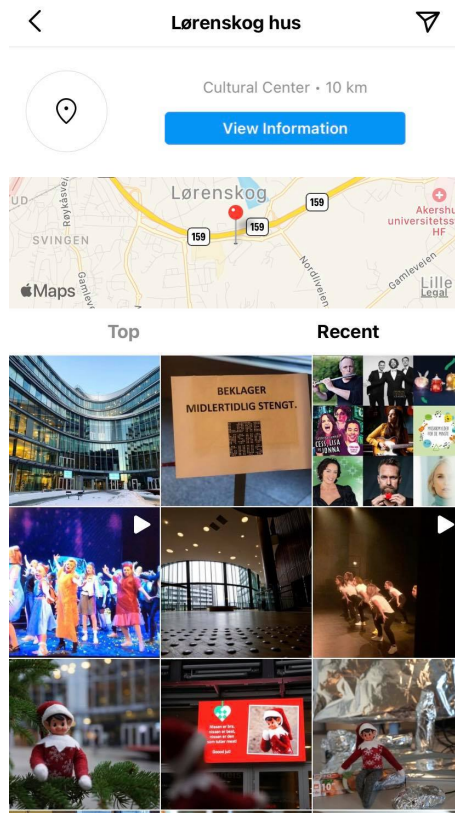
Instagram

- Ikke før brukeren bort, bruk relevante #emneknagger!
- Finn din egen #emneknagg og dyrk den! Ikke glem å følge den heller.
- 5 styk er mer enn nok.



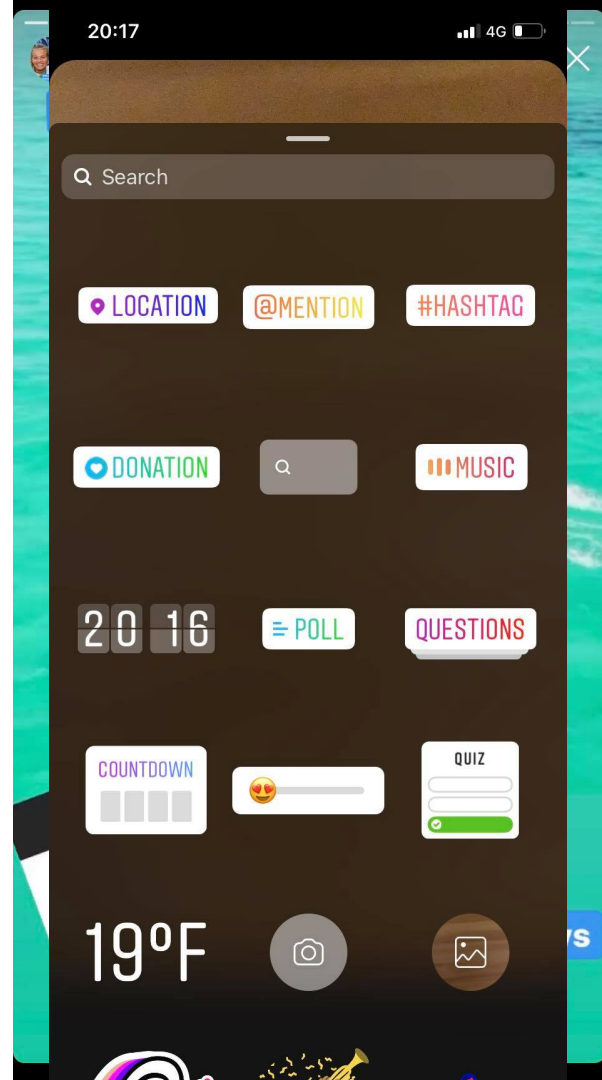
Instagram

- Legg inn din egen lokasjon i bildene dine!
- Da promoterer du alltid på egne kanaler, også vil besøkende gjøre det samme.



Instastory

- Mye mindre filtrert og mulighet til å vise noe ekte.
- Insta-story gir deg mange flere muligheter til å kommunisere med publikummet ditt!
- Spørsmål, avstemninger ++
- På YouTube finnes det mange gode “How-to” videoer om stories!



Facebook 👍

- Først og fremst en informativ kanal, tenk på det som en levende nettside, deretter inspirerende

Generelle tips!

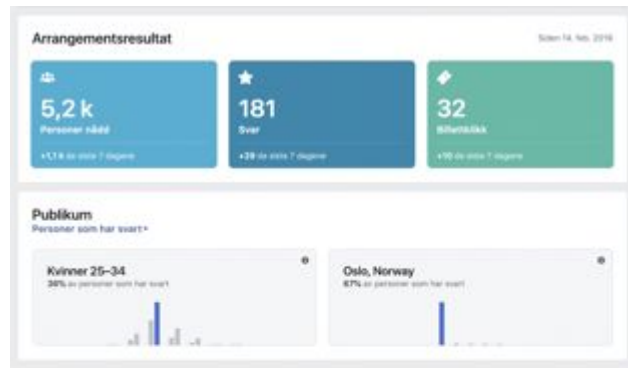
— — —

- Facebook kan fint oppdateres oftere enn andre medier og bør inneholde all informasjon nettsiden din inneholder!
- Ikke alle som følger siden din ser automatisk det du poster.
- Ikke bruk #emneknagger på Facebook.



Eventer

- Legg inn lokasjon i eventnavnet
- Ikke inviter folk bare for å invitere
- Bruk eventene som informasjonskanal, ikke oppdater for ofte, husk at mange får notifications ved endringer. Invitert artisten/venue til å bli medarrangør i eventet.
- Skru av muligheten for å kommentere.
- Se på statistikken rundt eventet, bruk det til din fordel.



Annonsering

- Det trenger ikke koste masse, om du gjør det riktig!

Annonsering - to nivåer

— — —

BOOST POST / FREMHEV INNLEGG / PROMOTER

- Helt okå de første gangene.
- Mindre budsjett kontroll og oversikt.
- Færre muligheter, mangler tydelig målsetting og plassering av ads.

FACEBOOK ADS MANAGER / ANNONSEADMINISTRASJON

- Har alt! Større segmenteringsmuligheter, tydelig målsetting og du kan redigere plassering av annonsene dine.
- Verktøyet **DU** bør bruke og bli god på!

Boost post - Målgruppe

**Helly Hansen** ✓
Published by Falcon.io · 7h · ⚙️

The most spectacular downhill event in the world is celebrating its 81st anniversary. 🏆 Since 1930, the organizing committee of the [Kitzbüheler Ski Club - KSC](#) have developed this race into what has become a legend in the world of sports. 🏂

Even though this year the [Hahnenkamm-Rennen Kitzbühel](#) will be different, the KSC team has been working hard for months to put the race course, that truly puts skiers to the test, in place. As long as there is snow, there will be a Streif... [See More](#)



23,525
People Reached

3,092
Engagements

Boost Post



Boost Post

Special Ad Category [Learn More](#)
Ads about social issues (such as the economy, or civil and social rights), elections, or political figures or campaigns ☐

Audience
Who should see your ad?
Folk du velger gjennom målretting ☒

Audience Details 
Sted – bor her: Storbritannia
Alder 18–65+

Folk som liker siden din ☐

Folk som liker siden din, og vennene deres ☐

Dine egendefinerte publikum ☐

See All ▾

Create New

Duration ⓘ

Ad Preview

**Helly Hansen**
Sponsert · ⚙️

Die spektakulärsten Skirennen der Welt feiern dieses Jahr ihre 81ste Edition. 🏆 Seit 1930 veranstaltet das Organisationsteam des Kitzbüheler Ski Club - KSC dieses legendäre Skievent. 🏂

Auch wenn dieses Jahr das Event etwas anders sein wird, arbeitet der KSC seit Monaten fleißig an den Rennstrecken - welche, wie immer, eine große Herausforderung für alle Athleten sein werden! 🏆

 WWP 2020! Hahnenkamm-Rennen Kitzbühel



   1,7 k

40 kommentarer 33 delinger

 Liker  Kommenter  Del

Boost post - Målgruppe

Edit Audience ✕

Select the location, age, gender and interests of people you want to reach with your ad.

Gender ⓘ

All Men Women

Age ⓘ

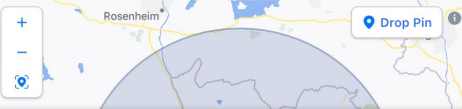
25 — 55

Locations ⓘ

Locations
Type to add more locations

Österreich
Kitzbühel, Austria + 25 mi ✕

+ - 📍 Drop Pin ⓘ



 Potential Reach: 88,000 people
Your audience is defined.



Detailed Targeting ⓘ

Detailed Targeting Browse →

🔍 Add people who match at least one of the following

Interesser

Skisport ✕

For advanced targeting features, go to [Ads Manager](#).



Potential Reach: 44,000 people

Your audience is defined.

Boost post - Ikke glem plassering

- Velg hvor lenge annonsen skal gå.
- Legg inn budsjettet ditt.
- Plassering - veldig viktig!

The screenshot displays the Facebook Ads configuration interface. At the top, the 'Duration' section shows 'Days' set to 5 and 'End date' as Jan 23, 2021. Below this, the 'Total Budget' section indicates the country and currency as 'NO, NOK' and shows an estimated reach of 1.4K - 4.1K people per day with a budget of 'kr 500.00'. A slider is visible for adjusting the budget. The 'Placements' section, highlighted with a red border, lists 'Facebook, Instagram' as the selected placement, with checkboxes for 'Facebook' (checked), 'Instagram' (checked), and 'Messenger' (unchecked). At the bottom, the 'Facebook Pixel' section shows the 'Default Pixel (ID: 1563781063885315)' is 'Inactive'.

Duration

Days: 5 | End date: Jan 23, 2021

Total Budget

Country, Currency: NO, NOK | Change

Estimated 1.4K - 4.1K people reached per day

kr 500.00

Placements

Facebook, Instagram

Where should people see your ad?

Facebook ☒

Instagram ☒

Messenger ☐

Facebook Pixel

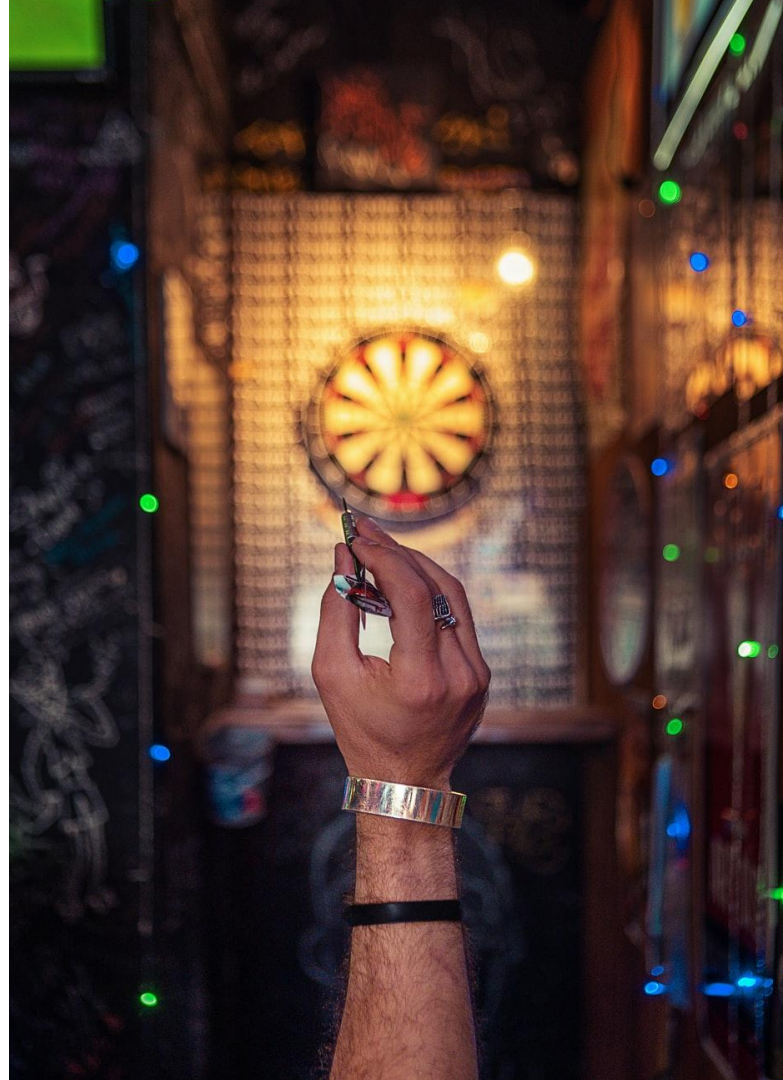
Default Pixel (ID: 1563781063885315) ☐

Inactive

Målgrupper - det er HER magien ligger



- Kjønn, alder, lokasjon, interesser, språk, sivilstatus.
- Utdannelse, om du er student.
- Foreldre, nyforlovet, snart bursdag, nylig flyttet, eiere av småbedrifter, nettleser, pendlere, reiser ofte, bursdag i bestemt måned.
- Fans, venner av fans.
- Custom Audiences
- NB! Alle segmenteringer kan ekskluderes, eks om du skal ha en kampanje for å få flere følgere på siden - ekskluderer du de som allerede følger den.



Lær av andre!

— — —

likes DNTbutikken.

DNTbutikken
Sponsored · 🌐

DNT-medlemmer får 15 % rabatt på nesten alle varer i nettbutikken. ❤️



DNTBUTIKKEN.NO
Støtt DNT når du handler

82

2 Shares

[Learn More](#)

Why You're Seeing This Ad

🔒 Only you can see this

You're seeing this ad because your information matches **DNTbutikken's** advertising requests. There could also be more factors not listed here. [Learn More](#)

-  DNTbutikken is trying to reach people Facebook thinks are interested in den norske turistforening dnt. >
-  DNTbutikken is trying to reach people, ages 18 and older. >
-  DNTbutikken is trying to reach people whose primary location is Norway. >

What You Can Do

-  **Hide all ads from this advertiser**
You won't see DNTbutikken's ads [Hide](#)
-  **Make changes to your ad preferences**
Adjust settings to personalize your ads >

Was this explanation useful? [Yes](#) [No](#)

Budsjetter

- 100 kroner dagen, minimum!
- Max? Sky is the limit.
- Sett heller på litt og litt enn hele budsjettet med en gang, test!
- Sett av penger tidlig og legg en plan for alle de største kampanjene eller f.eks hver måned, ha en liten pott for ekstra hvis det skjer noe spesielt.



Gode steder for nyheter, tips og triks!

- SNAKK MED HVERANDRE! Hva gjør andre?
Inspirer, ikke stjel!
- Podcasts: Suksess med Facebook-Annonsering, av Thomas Moen. Helt på Nett, av Kristian Thomassen.
- Nettside: wearesocialmedia.com,
valen-utvik.no
- Facebook-grupper:
 - Stort og smått om sosiale medier
 - Regler for konkurranser i sosiale medier
- Kurs på nett: utdannet.no (har kurs om «alt»)
- For kvinner, FB-gruppa:
Kommunikasjonskvinner

