

Niclas Strandh, Deepedition digital PR

Man hittar Niclas på twitter: @deeped

Sociala medier är digitala plattformar för att dela kunskap, upplevelse o erfarenhet. Internet och sociala medier är som en kniv – det beror på användaren om det är farligt eller nyttigt.

Senaste undersökningen: Internet används av 86% av Sveriges befolkning. Över 60 % använder internet dagligen, i alla åldersgrupper.

Facebook, Youtube är en del av vardagen. 4,6 milj svenskar var aktiva på Facebook senaste månaden.

- Det är inte tekniken och plattformen i sig vi är intresserade av, det är mötet mellan människor.

För att skapa mötesplatser digitalt, måste vi bygga samarbeten och delaktighet. I stället för att tänka ”Den här informationen vill vi få ut”, ska man tänka: ”Hur kan vi få människor delaktiga runt den här frågan?”

Exempel: Se hur Starbucks bygger sin affärsutveckling på mystarbucksidea.com – användarna får komma med tips, andra användare röstar, bygger vidare, kompletterar, sen testar Starbucks idéerna på sina caféer.

Sociala medier är ett sätt att förstora och förlänga möten – fler kan delta, fler har möjlighet att ta del av mötet i efterhand. Dick: som distansdeltagare missar man minglet.

SOCIALA MEDIER – en distribuerad närvaro

Bloggare. En blogg är bra att ha för att bygga och dela kunskap. I en blogg har man möjlighet till längre texter, argumentation, breda ut sig.

En maktfaktor framför allt bland unga tjejer, 12-25 år. Bilder är viktiga. Vi behöver lära oss att berätta med bilder till de här målgrupperna.

Företag satsar på bloggar: framför allt företag-till-konsumenter men också B2B.

Exempel: UDBloggen – bra för inspiration.

Lokalisering/Check in. Stark utveckling inom besöksnäringen. Kan kombineras med tjänster.

Facebook. Facebook är bra för att nå vanliga människor och skapa grupper. Det kan vara viktigt för företag och organisationer att vara närvarande på FB.

Exempel: Hallonlaktritskalle – gör roliga saker, har över 300 000 vänner.

Livsmedelsinspektioner i Norrköping. Bra exempel på att bygga nytta. De lägger ut sina livsmedelsinspektioner.

Twitter. Används av åtta procent av Sveriges befolkning i dag. Men extremt hög impact när det gäller opinionsbildare, politiker, PR, journalister. Kan användas för att skapa korta nyhetsflöden. Twitter är bra för PR.

Exempel: @stannaidalarna Twitter används egentligen som en reklamkanal..

Kunskapsdelning. Använd slideshare. Lägga ut era PPT.

Rörlig bild är jätteviktigt i digitala medier. Direktsänd era möten! Att bygga just-nu-känslan är viktigt. Att skapa sin egen TV-kanal.

Frågor

Var ska man börja? Titta på era samarbetspartners – vad gör de, på vilka plattformar är de?

Finns det en mättnad och trötthet? Många säger det, men vi ser det inte i siffror.

Svårigheten att skilja mellan privat och offentligt i sociala medier. Niklas tycker att företag och organisationer ska bli mer personliga, utan att vara privata.

STRATEGI

För att skapa värde och nytta för mottagaren, tänk på att vara innehållet ska vara:

- Tillgängligt/Enkelt att hitta
- Trovärdigt
- Relevant
- Användbart
- Efterfrågat
- Tillfredsställande

Också gärna: Igenkänning, underhållande, personligt, spännande, unikt/eget.

Se till att i så stor utsträckning som möjligt samordna:

- Egna, ägda medier
- Köpt media (reklam)
- Förtjänad media (PR)

Man behöver inte göra allt själv längre, se i stället till att det finns möjligheter för andra att sprida ert budskap – bilder, texter mm.

Som kommunikatör i sociala medier är man en trädgårdsmästare – måste vattna, göda, ansa hela tiden. Ett pågående arbete.

Man behöver inte pengar på samma sätt som tidigare, man behöver tid/personer, kunskap och engagemang. Plus: Nyfikenhet och mod att testa!

Sociala medier involverar helar organisationen, det räcker inte att lägga det på kommunikations- eller marknadsavdelningen.

Gör en strategi för sociala medier. Exempel: AF har öppet mellan 9-16 på Facebook.

Genomslaget i sociala medier tar ganska lång tid. Man behöver långsiktiga strategier och realistiska mål. Varför? Vem? Vad? Hur?

Viktigt att skapa en policy, men då gäller det att tänka till: Hur fungerar sociala medier och våra målgrupper. Ofta skiljer det sig ganska rejält från traditionella medier.

Obs!

Se till att berätta om alla kanaler på hemsidan och i annat material.

Alla offentliga aktörer kan bli bättre på att marknadsföra sin sökfunktion. Exempel: Calgary och Kalmar kommun.

Timing är viktigt! Den kommunala logiken gäller inte. Nyheter händer *nu* i sociala medier. Tänk kreativt! Hur kan ni använda sociala medier på ett sätt som ingen annan gör?

Tips!

Info behöver login och lösen till alla sidor, så att inte en projektledare kan försvinna med alla uppgifter.

Tänk på när ni skapar konton, att knyta dem till en allmän mail, inte till personliga mailadresser.

Om få personer kommer fysiskt till ett möte: gör ett ”webinar”.

För att hålla ordning på RSS-flöden och bloggar: Netwibes – bygg din egen business intelligence.

För mätning och besöksstatistik: Lissly.com, Retriewer

<http://mystarbucksidea.force.com/>

<http://blogg.ud.se/>

Borås livsmedelsinspektioner:

<http://www.boras.se/forvaltningar/miljoforvaltningen/miljoforvaltningen/foretagar>

[ochfastighetsagare/foretagareochfastighetsagare/livsmedelsverksamhet/livsmedel
sinspektioner.4.63fbc1fa126f45b1ad780003576.html](http://www.ochfastighetsagare.com/foretagareochfastighetsagare/livsmedelsverksamhet/livsmedel%20sinspektioner.4.63fbc1fa126f45b1ad780003576.html)

Hallonlakritsskalle:

[http://www.facebook.com/search/results.php?q=livsmedelsinspektion%20norrk%
C3%B6ping&init=quick&tas=0.20911067087992907#!/Hallonlakritsskalle](http://www.facebook.com/search/results.php?q=livsmedelsinspektion%20norrk%C3%B6ping&init=quick&tas=0.20911067087992907#!/Hallonlakritsskalle)

Stanna i Dalarna: <http://www.regiondalarna.se/stannaidalarna>

FB: <http://www.facebook.com/stannaidalarna>

Twitter: @stannaidalarna

<http://www.slideshare.net/>

<http://www.facebook.com/Arbetsformedlingen>

<http://www.kalmar.se/>

<http://www.calgary.ca/SitePages/cocis/default.aspx>

<http://www.netvibes.com/sv-se>

<http://lissly.com/sv/>

<http://www.retriever.se/>