

Checklista sociala medier

Sociala medier har på kort tid blivit en självklar del av många vardag och ett sätt att ta till sig information. Därför har vi sammanställt tips och trix på hur ni kan tänka för att framgångsrikt kommunicera via sociala medier!

Varför sociala medier?

Oavsett vilken plattform ni väljer att använda så är sociala medier just – sociala! Det är en kommunikationskanal som bjuder in till dialog och samtal mellan er och era följare. Till skillnad från mer traditionella kommunikationskanaler så som nyhetsbrev eller annonsering i lokaltidningen, kan ni här få direkta reaktioner på er information och ni har ständigt koll på vilka och hur många som ni når med kommunikationen.

Vilka plattformar?

Ni ska såklart finnas där alla andra finns! Men, vilken plattform som är mest populär förändras väldigt snabbt. Det tar tid att kommunicera på sociala medier och det är därför viktigt att ni prioriterar vilka plattformar som ni vill använda och vad ni vill uppnå med kommunikationen.

Detta är de vanligaste plattformarna idag:

Facebook – Väldigt många använder facebook för att planera sitt liv genom inbjudningar, hitta människor, grupper och sammanhang. finns massvis med möjligheter för aktörer som arrangerar. Man kan, utöver sin egen sida, bjuda in till specifika event, skapa grupper för personer som är intresserade av samma typ av scenkonst, länka till biljettförsäljning o.s.v. Man kan också annonsera, för en billig peng, och skraddarsy vilken målgrupp som man vill nå.

Målgrupp – De flesta har facebook, men det är främst medelålders som interagerar på facebook.

Instagram – Här handlar det om visuell kommunikation! Bilden är i fokus och det är därför viktigt att lägga upp intresseväckande bilder i bra kvalitet. Det finns två sätt att lägga upp innehåll på instagram – ett vanligt inlägg och ”stories”. Stories är korta filmklipp eller bilder som endast ligger upp ett dygn, det är en mer informell väg att kommunicera. Man kan med fördel använda stories som ”bakom kulisserna”.

Målgrupp – Unga vuxna använder instagram i större utsträckning

Tiktok – Tiktok är en relativt ny plattform som har kantats av en del kontroverser. På Tiktok, som på kort tid exploderat bland unga användare, ligger fokus främst på att spela in videos och göra utmaningar som sedan blir virala. Man kan ladda upp korta sketcher, filmer där man mimar eller andra roliga videoklipp.

Målgrupp – Här finns barn och unga. Den här gruppen nås inte på facebook, men är överrepresenterade på Tiktok

Nycklar för att få genomslag på sociala medier

▪ **Kommunicera Inifrån och ut**

Berätta varför ni gör det ni gör, inte bara vad ni gör. Som komplement till ett informativt inlägg om ert arrangemang, lägg upp fina bilder på publiken, visa fikar på styrelsemötet och lyft ert engagemang!

▪ **Skapa känslor**

Vi vill få vår målgrupp att känna något och förknippa oss med något positivt. Det betyder dock inte att vi bara måste förmedla positiva känslor, utan vi vill skapa engagemang. Allt ni kommunicerar på sociala medier måste inte ha en direkt koppling till era arrangemang, utan det handlar också om att ge era följare en bild av vilka ni är och vad ni står för.

Humor - Det är roligt att skratta! Var inte rädd för att skämta, sociala medier är inte en lika formell kommunikationskanal som t.ex. ett nyhetsbrev. Kosta på er att lägga upp roliga bilder eller videoklipp.

Ilkska - Belys orättvisor och visa vad ni står för. Det är fördelaktigt att målgruppen förknippar er med ståndpunkter så att vi kan stå upp för något tillsammans.

Gullighet - Vi tycker alla om så kallade "aaw-moment". En gullig katt eller bebis, fina möten som griper tag i oss.

▪ **Vilken nytta kan ni göra?**

Gör det intressant att följa er! Kommunicera fakta eller annan kunskap som ni kan bidra med, kopplat till er verksamhet

Exempel:

I helgen spelas Brölloppstårtan hos oss! En varm komedi som vågar behandla de svåra frågorna.

P:S Socialstyrelsen avskaffade homosexualitet som en sjukdom år 1979. Sverige blev det första landet som gjorde det. Bakgrunden till beslutet var att HBTQ-aktivister började ockupera socialstyrelsen, ringde till sina arbetsgivare och sjukskrev sig P.g.a. de kände sig "lite homosexuella" idag.

▪ **Gemenskap**

Skapa en grupp känsla och ett "vi" tillsammans med era följare. Det är viktigt att få era följare att interagera med era inlägg. Facebook har algoritmer som filtrerar allas flöden och det gör man genom att ta reda på vad användare tidigare gillat, kommenterat eller delat.

Våga skapa samtal och ställ frågor i era sociala medier. Det gäller att vara uthålligt, de första frågorna kanske inte besvaras alls men fortsätt att bjuda in.

▪ **Incitament**

Ge era följare en sporre att interagera med era inlägg genom tävlingar, gåtor eller andra erbjudanden. Möjligheterna är oändliga!

Tävling - Låt era följare tävla om t.ex. två fribiljetter eller gratis medlemskap i ett år genom att svara på rätt på en fråga, dela inlägget eller på annat sätt interagera med era inlägg.

Early bird-erbjudanden - Specialerbjudande till dem som bokar tidigt! Kanske är biljetterna billigare, eller att man får en gratis fika-påse på plats. Kommunicera det på era sociala medier, man vill följa er för att inte missa erbjudanden.

Att tänka på

Bildkvalité

Oavsett vilka plattformar ni väljer är bilder och den visuella kommunikationen viktig. Tänk på att de bilder som ni lägger upp är genomtänkta och är i relativt bra kvalité. Att ta kort med en mobilkamera går jättebra, men tänk på kompositionen i fotot och ljuset.

Loggor och grafisk profil

Lägg gärna in er logga och ha koll på Riksteaterns grafiska profil i kommunikationen på sociala medier. Det behöver inte vara svårt eller krångligt, utan se det som en hjälp! Hela Riksteaterns grafiska profil finns på intranätet. Tveka inte att höra av er om ni har några frågor eller behöver hjälp att hitta det!

Tiden

Schemalägg inlägg så sparar ni tid! Om ni vet med er att ni ska lägga upp information om t.ex. era kommande arrangemang, skriv flera inlägg på en gång och schemalägg dem utifrån en tid där människor mest är inne på sociala medier. Utgå ifrån att när ni själva är som mest aktiva på facebook eller instagram och prova er fram.

Om ni vill diskutera ytterligare kring hur ni kan nå ut på sociala medier, kontakta gärna anna.hemstrom@riksteatern.se, så bollar vi vidare!

Vänligen,

Anna Hemström
Scenkonstkonsulent (vikarierande)
Publik och turné