

SOCIALE MEDIER

En miniguide til hvordan I kan gøre jeres løb/event synligt.

De fleste mennesker har en profil på mindst ét socialt medie, og det er derfor effektivt at bruge sociale medier, hvis man vil nå bredt ud med sin kommunikation. I denne miniguide har vi sat lidt ord på, hvordan I kan bruge sociale medier til at gøre jeres løb/event synligt.

Hvilke medier kan man bruge?

Facebook er det sociale medie, hvor flest danskere har en profil (88%). Derfor er det et godt sted at starte. Facebook lægger op til debat og dialog med følgerne, og derfor kan I engagere jeres følgere og svare på deres kommentarer.

Har I mod på at inddrage flere platforme, er Instagram også et populært medie. Her er billeder og æstetik i fokus, og der er mindre debat end på Facebook. Målgruppen på Instagram er desuden lidt yngre end på Facebook.

Husk at det er bedre at bruge en enkelt platform effektivt end at have flere platforme, der ikke bliver brugt.

Hvilket indhold kan man lave?

Billeder og video er en vigtig del af sociale medier, da brugerne ofte hellere vil se end læse. Sørg derfor for at tage nogle gode billeder fra jeres løb/event, som kan bruges til opslag.

På sociale medier handler det om at fange brugernes opmærksomhed hurtigt. I kan for eksempel skabe interessant indhold ved at invitere brugerne med ind bag kulissen. Tag nogle billeder fra målområdet eller inden løbet går i gang. Skab en interessant fortælling i ord og billeder. I skal tænke: Hvad ville jeg selv gerne se eller læse om?

Stories – et øjebliksbillede

Både Facebook og Instagram har en funktion, der hedder "stories". De ting, man udgiver i denne funktion, forsvinder igen efter 24 timer. Derfor behøver billeder og videoer ikke være helt perfekte med denne funktion, da de forsvinder igen. Funktionen er god til at give et øjebliksbillede, for eksempel mens man gør klar i målområdet.

Hvordan kan man skabe blikfang?

Det kan være svært at blive set på sociale medier, hvor der er en overflod af indhold. Derfor kommer her et par simple ting, I kan gøre for at fange brugernes opmærksomhed:

- Vælg billeder med stærke farver.
- Vælg nærbilleder. Mange ser med på en lille skærm, og derfor er det for eksempel godt med ansigter.
- Velkendte ting eller personer kan også skabe opmærksomhed.
- Benyt emojis i teksten på jeres opslag.
- Skab en stemning. Det kan I for eksempel gøre ved at bruge humor eller ved at tale til følelserne.

og @

Hashtags (#) kan bruges til at gruppere samtaler og opslag under samme emne. I kan for eksempel skrive #VIELSKERCYKELSPORT til sidst i jeres opslag. På den måde vil man finde jeres opslag, hvis man søger på #VIELSKERCYKELSPORT. Her vil det så være grupperet sammen med andre opslag, der benytter samme hashtag.

I er også velkommen til at tagge DCU i jeres opslag. Det gøres ved at skrive @danmarkscykleunion. På Facebook vil der komme en liste, hvorfra I så kan vælge DCU.

Engager brugerne

Sociale medier er sociale. Derfor er det vigtigt, at man sørger for at svare på spørgsmål og andre henvendelser eller giver et like, hvis nogen for eksempel roser jeres event. På den måde engagerer I jeres følgere og giver dem lyst til at skrive flere kommentarer.

Engager gerne jeres brugere ved at stille spørgsmål. Et klassisk eksempel er at skrive: "Hvem skal du køre sammen med?" Her vil brugerne typisk tagge deres venner, hvilket kan medvirke til, at jeres opslag bliver set af flere brugere.

Man kan også opfordre brugerne til at dele deres egne billeder fra løbet. Det kan for eksempel være billeder, der har et bestemt tema: 'målfotos', 'dagens bedste billede', 'klar til start' osv.. På den måde kan man skabe et fællesskab, og brugerne kan kommentere på hinandens billeder.