

Sociala medier

Guide



Ta del av de grundläggande principerna för att skapa och förbättra ditt företags närvaro på sociala medier



Utforska, Interagera, och skapa

Sociala medier är inte bara ett verktyg för att nå ut till en bredare publik, det är en plattform för att skapa en autentisk koppling med din målgrupp. Som företagare kan du dra nytta av detta kraftfulla verktyg för att inte bara marknadsföra dina produkter eller tjänster, utan också för att lyssna på kundernas feedback, förstå deras behov och bygga en starkare varumärkesidentitet. Genom att vara närvarande på sociala medier kan du skapa en gemenskap kring ditt varumärke och engagera dina följare på ett djupare plan. Du kan dela berättelser, ge bakom kulisserna-tittar och visa upp din företagskultur på ett sätt som tidigare inte var möjligt. Genom att vara öppen, ärlig och responsiv kan du skapa förtroende och lojalitet hos dina kunder.

Sociala medier erbjuder små och stora företag en plattform att synas, engagera och växa. Genom att aktivt närvara på plattformar som Instagram och Facebook kan ni som företag öka sin synlighet och bygga starka relationer med era kunder. Denna närvaro möjliggör kostnadseffektiv marknadsföring genom riktade annonser och engagerande innehåll, vilket hjälper till att skapa medvetenhet och locka nya kunder. Dessutom ger sociala medier er möjlighet att snabbt och direkt svara på eventuella frågor eller feedback som era kunder kan tänkas ha. Denna snabba responsmöjlighet kan stärka förtroendet hos kunderna eftersom det visar att ni som företaget lyssnar och är engagerade.

För att sammanfatta det hela: sociala medier erbjuder en mängd fördelar för företagare som är villiga att omfamna dess potential. Det är viktigt att försöka bena ut vilken just din målgrupp är, för att sedan kunna analysera vart de mest håller hur och vad de gör online.

Facebook-användande

- År 2023 använde 7 av 10 människor Facebook, vilket är en minskning från 71% år 2022. Av dessa användare loggar 6 av 10 in varje vecka och 5 av 10 varje dag. Kvinnor använder i större utsträckning Facebook än män, med 74% jämfört med 62%. Minskningen av Facebook-användare år 2023 är särskilt märkbar bland män, där fler har slutat använda plattformen jämfört med kvinnor. Trots att Facebook-användningen minskar bland 90-talisterna, fortsätter de att dominera som den största åldersgruppen på plattformen.
- 80-talisterna, särskilt männen, minskar sitt Facebook-användande på alla nivåer. Även färre personer födda på 60-talet använder Facebook år 2023. Endast kvinnor födda på 00-talet ökar sitt Facebook-användande, framför allt på daglig basis. **Pensionärer är den demografiska gruppen där Facebook är mest populärt**, med nästan hälften av pensionärerna som favoritanvändare av plattformen. Facebook är inte populärt bland personer under 20 år, och nästan ingen i åldern 8–19 år har plattformen som favorit.
- Användare som har Facebook som favorit motiveras av att vara med i grupper, komma ihåg vänners födelsedagar, ha en kontaktlista över vänner, hålla koll på vänners aktiviteter, ha ett digitalt fotoalbum och dagbok, uttrycka åsikter och visa sin identitet och aktiviteter.

Instagram-användande

- Nära två tredjedelar av befolkningen använde Instagram år 2023, där mer än hälften loggade in varje vecka och något färre än hälften varje dag. Kvinnor använder Instagram i större utsträckning än män, med 74% av kvinnorna och 54% av männen som användare. Andelen Instagram-användare år 2023 är oförändrad jämfört med år 2022, både på årlig, vecko- och daglig nivå. 90-talisterna är den största användargruppen på Instagram, följt av 00-talisterna och sedan 80-talisterna. Deras dagliga användning av plattformen minskade marginellt år 2023. Kvinnor födda på 80-talet ökar sin veckoanvändning av Instagram, medan jämnåriga män minskar sin veckoanvändning.
- Instagram är en av de mest populära sociala medieplattformarna i Sverige, rankad på delad andra plats med Facebook efter Youtube. Var femte svensk har Instagram som favoritplattform. Kvinnor har Instagram som favorit i betydligt högre utsträckning än män i alla åldersgrupper, särskilt bland unga kvinnor mellan 20–34 år där över hälften har Instagram som favorit. Instagram är inte lika populärt bland de allra yngsta och de allra äldsta åldersgrupperna, där endast några få procent har plattformen som favorit.
- Användare som har Instagram som favorit motiveras av att använda plattformen som ett digitalt fotoalbum eller dagbok, för att hålla koll på vänners aktiviteter, ha en kontaktlista över vänner, **få nyheter och erbjudanden från följda varumärken och företag**, visa sin identitet och aktiviteter samt för att fördriva tiden.

Förkortningar och begrepp

När man jobbar med sociala medier stöter man på en mängd olika begrepp och märkliga förkortningar som kan vara förvirrande för både nybörjare och erfarna marknadsförare. Att förstå dessa begrepp kommer underlätta ditt arbete, så låt oss gå igenom några av de vanligaste.

- **CTA - Call-to-Action:** En uppmaning till åtgärd, vanligtvis en uppmuntran till att kommentera, tagga en vän eller klicka på en länk.
- **UGC - User-Generated Content:** Innehåll som skapas och delas av användare på sociala medieplattformar, såsom bilder, videor, recensioner och kommentarer.
- **SoMe - Sociala Medier:** En förkortning för sociala medier, som används för att beskriva olika plattformar där användare kan interagera och dela innehåll online.
- **Engagement - Engagemang:** Mått på interaktion och aktivitet på sociala medieinlägg, inklusive gillanden, kommentarer, delningar och klick.
- **Algorithm - Algoritm:** En uppsättning regler eller instruktioner som används av sociala medieplattformar för att bestämma vilket innehåll som visas för användare, baserat på deras tidigare beteende och intressen.
- **Hashtag** - Ett ord eller en fras som föregås av ett #-tecken och används för att kategorisera och söka efter innehåll relaterat till ett visst ämne eller en viss händelse.

- **Influencer** - En person eller ett konto på sociala medier som har stor påverkan och följarskara inom ett visst område eller en viss bransch.
- **Reach** - Räckvidd: Antalet unika användare som har sett ett visst inlägg eller en annons på sociala medier.
- **Engagement Rate - Engagemangsgrad:** Procentandelen av användare som interagerar med ett inlägg i förhållande till det totala antalet personer som har sett det.
- **Feed - Flöde:** Den kontinuerliga strömmen av inlägg och uppdateringar som visas för användare på deras startsida eller nyhetsflöde på sociala medieplattformar.
- **Tagging** - Att nämna eller tagga andra användare i ett inlägg eller en kommentar på sociala medier, vanligtvis genom att använda deras användarnamn eller profilnamn.

Tips för att öka synligheten

- **Regelbundet deltagande:** Var aktiv genom att regelbundet uppdatera era sociala mediekonton med relevant och intressant innehåll. Frekvensen för publicering kan behöva anpassas över tiden beroende på ex säsong. Ett glasscafé kan tex publicera varje dag under högsommaren men kanske bara en gång i veckan under vintern. Men sluta inte publicera, det är viktigt även under lägsäsong.
- **Planera inlägg:** Skapa en enkel inläggsplan för veckan eller månaden för att hålla er aktivitet konsekvent och undvika sporadiska uppdateringar. Här rekommenderar jag att man lägger lite tid på att kolla kalender efter högtider och liknande. Allt från morsdag och påsk till mindre "högtider" så som kanelbullens dag eller grillens dag kan vara värt att uppmärksamma.
- **Visuellt tilltalande innehåll:** Använd högkvalitativa bilder och visuellt tilltalande material för att fånga uppmärksamhet. Tips! Med mobilkameran kommer man långt idag. OBS! Redigera försiktigt: Använd en bildredigeringsapp för att justera ljusstyrka, kontrast, färgtoner och skärpa för att förbättra din bild. Men kom ihåg att mindre är ibland mer - överredigering kan göra bilden överklig eller konstgjord och det ger ofta motsatt effekt. Samma med överdrivet användande av filter.
- **Interaktion med följare:** Svara på kommentarer, ställ frågor och skapa en dialog med era följare för att öka engagemanget.
- **Geografisk markering:** Tagga platser och använd geografiska markeringar för att göra ert innehåll sökbart för dem som letar efter specifika destinationer, detta gäller oavsett om du gör ett inlägg, postar en story eller lägger upp en reel.
- **Var autentiska:** Dela äkta och personliga berättelser om er verksamhet för att bygga en starkare anslutning med er publik.
- **Använd call-to-action (CTA):** Uppmana följare att agera genom att inkludera tydliga uppmaningar, som att gilla, kommentera eller besöka er webbplats

- **Använd tävlingar:** Skapa engagemang genom att arrangera tävlingar på era konton. Där rekommenderar jag att kravet är att deltagaren följer er och taggar tre vänner. Detta ger bra spridning av ert konto.
- **Förstå plattformarna:** Var är din målgrupp mest aktiv? Välj plattformar som passar ditt varumärke och din målgrupp bäst.
- **Optimera profilerna:** Fyll i alla relevanta detaljer på dina sociala medieprofiler för att ge en tydlig bild av ditt varumärke. Här är det viktigt att det finns en hemsida (om man har de) och att din fysiska adress och öppettider står med. Här kollar folk ofta innan de gör ett fysiskt besök.
- **Korta videoklipp:** Plattformar som TikTok och Reels på Instagram har gjort korta och underhållande videor populära. Jag rekommenderar **STARKT** att ni använder er av Reels funktionen, då detta trendar och ger prioriterad visning på Instagram. Det är ett väldigt enkelt och effektivt verktyg som inte alls är så avancerat som det verkar.

Kom ihåg att sociala medier är en ständigt föränderlig plats, så var öppen för att justera er strategi baserat på resultat och utvecklingar inom plattformarna. Det bästa sättet att hålla sig uppdaterad kring vad som trendar på sociala medier är att själv vara aktiv på de olika kanalerna. Det kan även vara bra att följa konton som jobbar med sociala medier strategi. Ofta delar de med sig av kul tips och tricks och aktuell information kring de olika plattformarna. Här kan jag rekommendera **@digitalsnack** och **@lalinda**.

Att göra ett inlägg eller att "posta".

- **Hashtag-användning:** Utnyttja populära och relevanta hashtags för att öka räckvidden och nå ut till en bredare publik. Här är det bra att blanda olika typer av hashtags så som:
 - **Plats:** #Sverige, #Sweden, #Sjuhärad, #Ulricehamn, #herrljunga, #källebacka
 - **Beskrivande:** #Fika, #loppis, #utflykt, #cykla, #vandra, #kaffe, #shopping
 - **Community:** #livetpåhjul, #loppisliv, #bookstagram, #PastryParadise,
 - **Trendande:** #staycation, #OOTD, #Throwback, #photooftheday
- **Utnyttja publiceringsytan:** Tänk på att vi kollar på det mesta innehållet från mobilen. Där är layouten stående. Därför är det bättre att fota och publicera stående bilder, då får du ut maximalt av ytan. *Enligt en undersökning från Statista använder 98,3% av Facebook-användarna plattformen via mobilappen. För Instagram-användare är siffran ännu högre, med 99,3% av användarna som föredrar att använda Instagram via mobilappen.*
- **Carousel-inlägg:** Utnyttja det faktum att du kan publicera flera bilder samtidigt. Detta är särskilt viktigt när det gäller Instagram. Instagrams algoritm fortsätter nämligen att visa ditt inlägg högre upp i flödet, fast med en ny förstabilid om ingen gillat den. Så det är ett utmärkt sätt att få bra exponering på.

- **Boostning:** Meta väljer att prioritera inlägg som snabbt får bra med aktivitet. Det innebär att om ditt inlägg snabbt får många likes, sparningar eller kommentarer så kommer inlägget att fortsätta visas högre upp. Därför är det bra att vara aktiv precis i början när man postat och har man möjlighet så kan man be vänner eller familj att gå in och kommentera och tagga lite vänner. *Detta är et lite "busigt" och inte så känt sätt att få mer spridning. Men när man väl blir medveten om detta så ser man att många influencers hjälper varandra genom att snabbt gå in och kommentera varandras inlägg. Det finns tom grupper för detta.*

Instagram reels: vad och varför

Reels är en funktion på Instagram som möjliggör skapandet av korta, underhållande videor med en längd upp till 60 sekunder. Användare kan skapa och dela Reels med olika kreativa verktyg och effekter, inklusive musik, text och övergångar. Reels har blivit populärt för att skapa och upptäcka underhållande och engagerande innehåll på Instagram-plattformen.

Instagram Reels har blivit enormt populära sedan de lanserades. Enligt Instagram använder över 60% av användarna plattformen för att upptäcka nya produkter. Dessutom visar data från Socialinsider att inlägg med Reels får 17,65% högre engagemang jämfört med vanliga inlägg. För företag är detta en gyllene möjlighet att nå en bredare publik. Det är inte bara ett roligt sätt att visa upp sina produkter och tjänster på, utan också ett effektivt sätt att öka synligheten och engagemanget på Instagram.

En undersökning från Oberlo visar att 72% av konsumenterna föredrar att lära sig om ett produkt eller en tjänst genom video, vilket innebär att Reels, som är korta och visuellt tilltalande, är ett effektivt sätt att kommunicera med potentiella kunder.

Så, hur gör man...

- **Öppna Instagram :** Öppna Instagram-appen på din mobiltelefon och tryck på "+"-knappen längst ned på skärmen för att komma till publiceringsalternativen.
- **Välj Reels-läget:** Svep åt vänster tills du når "Reels"-läget. Tryck sedan på alternativet "mallar"
- **Välj en mall:** I Reels-läget ser du ett galleri med olika mallar. Bläddra igenom mallarna och välj den som passar bäst för det innehåll du vill skapa.
- **Anpassa din Reel:** När du har valt en mall kan du anpassa den genom att trycka på de olika sektionerna i mallen. Du kan byta ut bilder eller videor, lägga till text, ändra bakgrundsfärger och mycket mer.
- **Skapa din Reel:** När du är nöjd med anpassningen av din Reel, tryck på den stora cirkelknappen längst ned på skärmen för att starta inspelningen. Du kan spela in flera klipp på upp till 15 sekunder var. Eller så väljer du att använda dig av klipp eller bilder som du tidigare har filmat. Så gör oftast jag. Då trycker du bara på "lägg till medieobjekt" så kommer du in i kamerarullen och kan välja klipp. Annars väljer du endast ett klipp åt gången genom att trycka på de olika sekvenserna.

- **Redigera din Reel:** Efter att du har spelat in dina klipp kan du redigera dem genom att trycka på "redigera"-knappen längst ned på skärmen. Här kan du trimma klippen, lägga till text, använda olika effekter och justera ljudet.
- **Lägg till musik och text:** Om du vill kan du lägga till musik och text till din Reel genom att trycka på de relevanta ikonerna längst ned på skärmen. Du kan söka efter låtar eller använda en av de populära låtarna som finns tillgängliga.
- **Anpassa omslaget:** När du är nöjd med din Reel kan du anpassa omslaget genom att trycka på "Nästa". Här kan du välja en förhandsgranskning av din Reel som kommer att visas i ditt flöde och på din profil.
- **Publicera din Reel:** När du är klar kan du trycka på "Dela"-knappen för att publicera din Reel på din Instagram-profil. Du kan också välja att dela den på din Story eller skicka den som ett meddelande till dina vänner.

Kom ihåg att sociala medier är en ständigt föränderlig plats, så var öppen för att justera er strategi baserat på resultat och utvecklingar inom plattformarna.

Stories

Instagram Stories är som små bild- eller videoklipp som försvinner efter 24 timmar. Det är som att dela korta glimtar av ditt liv eller ditt företags liv med dina följare. Du kan lägga till roliga filter, emojis, text och musik för att göra dem mer intressanta. För företag är Instagram Stories ett jättebra sätt att kommunicera med sina följare på ett mer personligt och interaktivt sätt. Istället för att bara visa upp dina produkter eller tjänster kan du visa upp bakom kulisserna, dela tips och tricks, göra tävlingar och mycket mer. Det gör ditt varumärke mer levande och engagerande för din publik. Plus, eftersom Stories försvinner efter 24 timmar, känns det mer spontant och äkta, vilket kan skapa en starkare koppling till dina följare.

Tips och Trix

- **Frågestund:** Be dina följare att ställa frågor till dig och svara på dem i dina Stories. Detta är ett bra sätt att interagera med din publik och låta dem lära känna dig bättre.
- **Polls och omröstningar:** Använd Instagrams omröstningsfunktion för att låta dina följare välja mellan olika alternativ eller svara på en fråga. Detta är ett interaktivt sätt att engagera din publik.
- **Bakom kulisserna:** Ge dina följare en inblick i din vardag eller bakom kulisserna på ditt företag genom att dela bilder eller videor från din arbetsplats eller produktionsprocess.
- **Quiz:** Skapa ett quiz eller en frågesport i dina Stories där dina följare kan testa sina kunskaper och se hur mycket de vet om ditt varumärke eller bransch.
- **Dela användargenererat innehåll:** Dela bilder eller videor som dina följare har

taggat dig i eller skickat till dig. Detta visar att du uppskattar deras engagemang och skapar en känsla av gemenskap.

- **Fråga om feedback eller åsikter:** Be dina följare om feedback eller åsikter om olika ämnen, produkter eller tjänster. Detta visar att du bryr dig om deras åsikter och önskemål och kan hjälpa dig att förbättra och anpassa ditt innehåll eller dina erbjudanden efter deras behov. Det ger dig dessutom en tydligare bild av vad dina följare faktiskt vill se och vad de tycker.

Att sponsra ett inlägg

Ett sponsrat inlägg på Facebook och Instagram är ett inlägg som marknadsförs genom att betala för att det ska visas för en specifik målgrupp utanför din befintliga följarskara. Det kan vara ett foto, en video, en text eller någon annan typ av innehåll som syftar till att marknadsföra ditt varumärke, dina produkter eller tjänster. Här är en utförlig beskrivning av hur du skapar ett sponsrat inlägg på Facebook och Instagram (observera att detta kan se lite olika ut beroende på vilken enhet du använder och vilken version av appen du har)

Att marknadsföra ett inlägg som redan har lagts upp på Facebook kan göras genom att använda plattformens inbyggda alternativ för att marknadsföra inlägg. Här är en steg-för-steg-guide:

- **Gå till det inlägg du vill marknadsföra:** Logga in på ditt Facebook-konto och gå till din företagsida. Hitta det inlägg som du vill marknadsföra.
- **Klicka på "Marknadsför inlägg":** Under inläggets rubrik eller till höger om inlägget kommer du att se en knapp med texten "Marknadsför inlägg". Klicka på den.
- **Välj din målgrupp:** Nu kommer du till ett fönster där du kan välja din målgrupp för den sponsrade posten. Du kan anpassa målgruppen genom att välja kriterier som ålder, kön, plats, intressen och beteenden.
- **Ställ in din budget och schemaläggning:** Ange hur mycket pengar du vill spendera på din annons och under vilken tidsperiod den ska köras. Du kan välja en daglig budget eller en total budget för hela kampanjen.
- **Välj annonsinställningar:** Du kan även välja var och när du vill att din annons ska visas. Du kan välja mellan olika placeringar som nyhetsflödet, stories eller i högerkolumnen.
- **Granska och publicera:** Granska din annons för att säkerställa att allt ser bra ut. När du är nöjd med inställningarna kan du klicka på "Marknadsför nu" eller "Publicera" för att starta din annonskampanj.
- **Följ upp och utvärdera:** Efter att din annons har publicerats kan du följa upp dess prestanda genom att använda Facebooks analysverktyg. Detta hjälper dig att utvärdera resultatet och göra eventuella justeringar för framtida kampanjer.

På Instagram

För att marknadsföra ett inlägg som redan har lagts upp på Instagram utan att gå in på annonscenter kan du använda appen direkt. Här är en steg-för-steg-guide:

- **Öppna Instagram-appen:** Starta Instagram och logga in på ditt konto om du inte redan är inloggad.
- **Hitta det inlägg du vill marknadsföra:** Gå till ditt profil och hitta det inlägg som du vill marknadsföra. Det kan vara ett foto, en video eller en serie bilder.
- **Tryck på "Marknadsför" alternativet:** Under inlägget kommer du att se tre punkter (på iOS) eller tre lodräta linjer (på Android) i det övre högra hörnet. Tryck på dessa för att få fram fler alternativ och välj sedan "Marknadsför".
- **Välj målgrupp och budget:** Nu kommer du att ha möjlighet att välja din målgrupp och budget för att marknadsföra ditt inlägg. Du kan välja kriterier såsom ålder, kön, plats och intressen för din målgrupp. Dessutom kan du ställa in din annonseringsbudget och välja hur länge du vill att din annons ska köras.
- **Välj annonsinställningar:** Du kan även välja var och när du vill att din annons ska visas. Du kan välja mellan olika placeringar som nyhetsflödet, stories eller utforska-sidan.
- **Granska och publicera:** Granska din annons för att säkerställa att allt ser bra ut. När du är nöjd med inställningarna kan du trycka på "Marknadsför" eller "Publicera" för att starta din annonskampanj.
- **Följ upp och utvärdera:** Efter att din annons har publicerats kan du följa upp dess prestanda genom att använda Instagrams analysverktyg. Detta hjälper dig att utvärdera resultatet och göra eventuella justeringar för framtida kampanjer.

Canva

Canva är en online-plattform som erbjuder användarvänliga verktyg för att skapa grafiskt innehåll, såsom affischer, inlägg till sociala medier, presentationer, visitkort och mycket mer. Det är populärt för både privatpersoner och företag som behöver skapa professionellt utseende grafik utan att ha avancerade designkunskaper eller dyra programvaror.

Hur använder jag Canva för sociala medier

Skapa ett konto: Börja med att gå till Canva's webbplats och skapa ett konto. Det är gratis att använda grundläggande funktioner och det finns också premiumfunktioner tillgängliga för de som behöver mer avancerade verktyg.

Välj en mall eller starta från scratch: Canva erbjuder ett brett utbud av färdiga mallar för olika ändamål, inklusive inlägg för sociala medier. Du kan välja en mall som passar dina behov eller börja på ett tomt blad om du föredrar att bygga din design från grunden. Välj

helst en mall som är anpassad för ditt ändamål redan från start, det kommer göra det hela mycket enklare. Tänk på att något som ska publiceras på stories inte har samma format som det som du publicerar i ditt flöde. Här kan du behöva göra två olika varianter för att det ska passa för de bägge alternativen.

Anpassa din design: Anpassa din design genom att ändra färger, typsnitt, layout och bilder. Canva har ett stort bibliotek med gratis och premiumbilder, ikoner och grafik som du kan använda för att förbättra ditt innehåll.

Lägg till text och element: Lägg till text och andra element på din design för att göra den mer informativ och engagerande. Du kan inkludera en lockande rubrik, en Call-to-Action eller andra relevanta detaljer som lockar din målgrupp.

Ladda ner eller dela din design: När du är nöjd med din design kan du ladda ner den som en bildfil och sedan publicera den på Instagram eller Facebook. Jag rekommenderar JPG eller PNG som filformat om det är en bild.

Tack för att ni tagit del av denna kursen. Jag hoppas att ni har fått med er lite nya kunskaper och att ni känner er inspirerade och taggade på att börja arbeta med era sociala kanaler. Jag ser fram emot att följa er allihopa!