

SÅDAN FÅR DU MEST UD AF **FACEBOOK** OG **INSTAGRAM**

Facebook og Instagram er virkelig vigtige værktøjer, når man ønsker at engagere folk i en sag. Sociale medier kan både give omverden et indblik i, hvad vi laver i URK, og give mulighed for at interagere med andre. Sociale medier er altså afgørende for, at vi kan nå vores målgruppe – både når det gælder børn og unge og potentielle frivillige.

Her er en lille guide med tips og tricks til, hvordan I bruger sociale medier i jeres lokalafdeling til både intern og ekstern kommunikation, og hvad I skal huske at have styr på, inden I går i gang.

Facebook

Side eller gruppe?

Der er stor forskel på en Facebookside og en Facebookgruppe.

En gruppe er oplagt for jer som frivilligruppe. Her kan I planlægge vagter, dele uddannelsestilbud, eftersøge ting til en aktivitet osv.

En Facebookside er derimod bedre til ekstern kommunikation. Den kan alle finde og følge. På en Facebookside kan I dele gode historier, søge nye frivillige, oprette begivenheder etc.

Jeres Facebookside er altså jeres vindue udadtil, hvor Facebookgruppen er en slags intern opslagstavle.

5 tips til at opnå større engagement på Facebook og Instagram

1. Hvad er formålet?

I skal **ALTID** have ét klart formål med jeres opslag, som I skal kunne sætte ord på: Skal vi skaffe frivillige? Vil vi starte en indsamling? Vil vi skabe opmærksomhed omkring en aktivitet? Eller noget helt fjerde.

2. Hvem er målgruppen?

Hvem er dine følgere? Børn, unge eller ældre? Er de typer, der kommenterer meget, eller følger de med i det skjulte? Bor de lige rundt om hjørnet, eller er de geografisk spredt? Afklar disse ting og hav dem for øje, når du skriver opslaget.

3. Brug billeder i ALLE opslag

De fedeste opslag på Facebook er dem med et billede, en video eller andet grafisk/visuelt. Tilføj derfor et billede, en kort video eller noget helt tredje, som giver opslaget blikfang.

4. Brug et uformelt sprog

Sproget i opslagene skal gerne afspejle, at vi er en ungdomsorganisation. Derfor må tonen gerne være lidt uformelt og afslappet.

5. Tidspunktet kan være afgørende

Nogle tidspunkter og dage er bare bedre end andre. Vi anbefaler, at du holder øje med, hvornår dine følgere er mest aktive. Det kan du se som administrator.

8 gode råd til Facebook- og Instagramopslag, der bliver set og læst

Facebook og Instagram er begge nyttige værktøjer, men de egner sig bedst til hver deres målgruppe. Facebook er efterhånden et medie, som primært bliver brugt af folk i 20'erne og op. Hvis I vil fange de helt unge, så er Instagram et bedre bud. Har I mod på det, kan I også prøve TikTok til de alleryngste. Hav det for øje, når I vurderer, hvor I vil poste jeres historie.

1. Den første sætning er den vigtigste

Det vigtigste og mest fængende skal altid stå i starten af opslaget. Det får folk til at stoppe op og læse videre. Hvis I har et godt citat, er det altid en god idé at starte med det.

2. Vælg en sej hovedperson til opslaget

Er der en, der bare har gjort et eller andet megafedt? Lav en historie om dem og læg opslaget på Facebook. Det kan være et barn, en frivillig eller en, der har støttet jer i et projekt. Det er altså god stil at hylde dem i jeres lokalområde, der gør en stor indsats.

3. Skriv levende og fortællende

Vis engagement i historien. Skriv, som om I fortæller historien til en, I kender godt, og vær ikke bange for at blive personlige. Giv udtryk for, når I synes noget er "fedt", "rørende" eller lignende. Så bliver historien mere levende og federe at læse.

4. Spørg følgere om hjælp og opfordr dem til at tage andre

Når I laver opslag, er det altid okay at bede folk om at like, dele eller tage venner, der kunne være interesserede. Så når opslaget nemlig ud til flere mennesker.

5. Brug selfies og kom tæt på

Billederne behøver ikke altid at være flotte og polerede. Det virker ofte meget bedre, hvis man bare tager en selfie eller et mindre opstillet billede med sit telefonkamera. Og så er det vigtigt, at billedet er taget tæt på folks ansigter, og at de kigger ind i kameraet. Det er meget bedre blikfang, når man kan få øjenkontakt med personer på billedet.

6. Brug gerne flere billeder end et

Hvis det giver mening at bruge 3-4 billeder i et opslag, må I meget gerne gøre det. På den måde får I folk til at klikke ind på billederne. Det tolker Facebook som engagement, som typisk bliver belønnet med et større "reach", så opslaget når bredere ud.

7. Beskær billedet kvadratisk

Især på Instagram er det vigtigt, at billederne bliver beskåret kvadratisk, så det passer til Instagrams format. Generelt er det bare en god idé at gøre, for når billedet er kvadratisk, fylder det mere på skærmen og er derfor lettere at få øje på. På de fleste telefoner kan man på forhånd vælge et kvadratisk format, når man tager billedet. Så står man ikke pludselig i en situation, hvor man er nødt til at beskære billedet på en uhensigtsmæssig måde.

8. Giv folk et indblik i jeres aktiviteter

Det er ikke åbenlyst for udenforstående, hvad man laver på de forskellige aktiviteter. Derfor er det en god idé at vise jeres følgere på Facebook og Instagram, hvad man laver i en børneklub eller på et asylcenter. Det kan både være i faste opslag, men det er også oplagt at lægge denne type historier i jeres story på Facebook og/eller Instagram. Det giver et lidt mere uformelt og "Behind The Scenes"-indblik i, hvad I laver. Det er især fedt at følge med, hvis I laver noget udover det sædvanlige – fx hvis I skal en tur i Legoland, eller hvis I skal holde fastelavnsfest.

Eksperimenter og leg meget gerne inden for de rammer, som Instagram og Facebook tilbyder. Sociale medier lægger op til, at du og dine medfrivillige kan være kreative i jeres måde at kommunikere om jeres aktiviteter og interagere med andre.

Fototilladelser

Det er vigtigt at alle, der medvirker på billeder på sociale medier, giver tilladelse til det.

Hvis I kun bruger billedet på jeres Facebook- eller Instagramprofil, er det nok med mundtlig tilladelse. Det er dog vigtigt, at I forklarer, at billedet vil være tilgængeligt for ALLE, og at vedkommende har ret til at få det slettet, hvis h*n fortryder.

OBS! Når der er tale om børn og unge under 16 år, skal I have en forælder eller værge til at give mundtlig tilladelse. Hvis I ønsker at bruge billedet mere end en gang og/eller i andre sammenhænge, fx på en flyer, skal I have en skriftlig tilladelse. Hvis barnet er under 16 år, er det en forælder eller værge, der skal underskrive.

I kan finde URK's fototilladelse her: <https://urk.dk/attester-tilladelser-og-politikker>