

KOMMUNIKATION PÅ SOCIALA MEDIER

- KONKRETA TIPS!

Anpassa texten till målgrupp och kanal:

Det här tipset är på något sätt inte unikt för sociala medier, man bör naturligtvis alltid anpassa sin text utefter målgruppen man talar till. Men då sociala medier är precis som det låter – socialt – bör sättet du interagerar med dina följare och din målgrupp reflektera att du förstår deras verklighet. Anpassa därför alltid din tonalitet och ditt ordval till det som är gängse för såväl kanalen du skriver på som målgruppen du talar till.

I många fall kan det innebära att du behöver formulera samma budskap på olika sätt beroende på om du skriver på t.ex. Facebook eller Twitter, eftersom kanalerna har olika målgrupper och olika innehållsmässiga förväntningar på sig. På Facebook kan du exempelvis ha en mer informell och ledig ton. På Twitter kan du behöva trimma ner din text till en slagkraftig mening och nyttja hashtags för att stärka ditt budskap, och på Instagram kanske det räcker med en mening som svarar upp till bilden du publicerar.

Tala med en aktiv röst

Dina texter ska, i den bästa av världar, skapa engagemang och väcka intresse. Genom att använda aktiva verb istället för passiva blir språket mer levande och spänstigt, samtidigt som du undviker massor av onödiga ord i meningarna. När du använder en aktiv röst tilltalar du även mottagaren direkt, och det blir därför lättare för hen att föreställa sig själv skrida till handling på ett eller annat sätt. Och det är ju positivt eftersom det ofta är just det vi vill att vår målgrupp ska göra.

Så, vad är skillnaden mellan den aktiva och den passiva rösten? Skillnaden ligger i huruvida subjektet i meningen utför handlingen eller om någon eller någonting annat utför handlingen på subjektet. Här är ett exempel:

Aktiv röst:

Ladda ner den senaste versionen av vår app nu!

Passiv röst:

Den senaste versionen av vår app kan laddas ner nu!

Genom att använda en aktiv röst blir ditt budskap kortare, mer koncist och automatiskt mer uppmanande. Använd därför en aktiv röst när du vill uppmana din målgrupp att ta nästa steg.

Håll dina texter korta men relevanta

Folk bombarderas dagligen med erbjudanden och reklam – och deras sociala medieflöden är inte annorlunda. För att fånga människors uppmärksamhet bör dina texter vara korta och koncisa, samtidigt som de erbjuder relevant information. Om en mening eller ett ord inte bidrar med något nytt till ditt budskap bör det förbli oskrivet. Som resultat blir din text

tydligare, rakare och tar mindre tid att läsa, samtidigt som den levererar huvudbudskapet snabbare.

Visste du att text att inlägg med färre än 250 tecken, inklusive mellanrum och exklusive länkar genererar 60% mer likes, kommentarer och delningar på Facebook än inlägg med mer än 250 tecken?

Lyft fördelarna snarare än funktionerna

När du skriver en text om det du försöker marknadsföra är det oftast bättre att prata om fördelarna med det du har att erbjuda, snarare än de faktiska, praktiska funktionerna. Säg att det är en produkt som ett företag vill sälja, då måste företaget tänka hur konsumenten tänker: Hur kommer den här produkten att underlätta mitt liv? Vad blir slutresultatet om jag väljer att köpa just den här gräsklipparen?

Genom att lyfta fördelarna blir det lättare att måla upp en tydlig bild över hur mottagarens liv kommer underlättas om de tar del av det du erbjuder. Till exempel: De allra flesta köper inte en gräsklippare på grund av dess vassa skärblad, utan dom köper en för att man får en ren och nyklippt gräsmatta som resultat. Enkelt!

Ha alltid en tydlig Call to action

En Call to action, eller CTA, är den slutgiltiga uppmaningen i din text som upplyser mottagaren om vad den behöver göra för att ta nästa steg. Oavsett om du vill att folk ska besöka din hemsida, prenumerera på ditt nyhetsbrev, kommentera på ditt inlägg eller skicka in ett tävlingsbidrag, så kommer de inte göra det om du inte explicit uppmanar dem till att göra det. Rent konkret kan du ställa en fråga under ett inlägg, eller be dina följare tagga en kompis som hade uppskattat inlägget. Ta inspiration av hur influencers gör, alltså vilka typer av frågor de brukar ställa.

Välj dina kanaler med omsorg

Det finns stora skillnader mellan de olika sociala kanalerna. Vem riktar du dig till? Var vill du synas? Hur vill du uppfattas? Du vill inte tillbringa massor av tid i onödan på en kanal där din målgrupp inte finns. Börja med att fundera över vilka plattformar din målgrupp använder och vilka sociala medier som är mest populära just nu.

Var konsekvent

Uppdatera ofta dina kanaler ofta, du påverkar algoritmerna då och premieras mer bland dina följare. När du inte har något att posta så kan du posta gammalt innehåll. Du kan även titta på trendande ämnen inom din inriktning och kommentera det i ett eget inlägg. Eller posta kanske bilder på er i styrelsen eller på era medlemmar. Det går generellt bättre för inlägg med bilder på människor än med grafik.

Ha koll på inkorgen och kommentarer

Sociala medier är tvåvägskommunikation. Direktkontakt lönar sig så se till att du håller koll på om någon kontaktar dig. Du bör återkoppla snarast möjligt för att visa att du är en seriös aktör.

Hantera kritik

Alla har rätt till en åsikt. Svara, och ta dialogen utanför forumet. Radera aldrig inlägg eftersom det kan skapa irritation bland följarna och du kan uppfattas som oseriös. Undantag från regeln är personangrepp och kränkande kommentarer.

Ta hjälp av andra

Uppmana dina vänner och bekanta att dela, kommentera och gilla dina inlägg. På så sätt får du en större spridning, vilket i sin tur ökar chansen att få fler kunder.

Iaktta och lyssna av andra kanaler

Vissa kanaler kan vara mer givande för dig att följa än att själv uppdatera i. Här kan du skaffa idéer. Vad händer i din bransch och vad sägs om dina verksamhet?

Satsa på rörligt

Rörligt material premieras, det syns alltså högre upp i flödet och under en längre tid. Så satsa på animerad grafik, videor och gifs.

Håll koll på trenderna

Alltså vad gäller algoritmerna, de ändras konstant så håll utkik. Du kan följa tidskrifter online som skriver om relaterat innehåll eller gå med i Facebook-grupper som riktar sig till personer som jobbar med kommunikation och sociala medier. Där finns massor av tips att hämta!

Engagera dig i dina följare

Gilla, kommentera, dela osv! Även då premierad ditt konto av algoritmerna.

ELENI TERZITANE

MEDIEVETARE OCH JOURNALIST