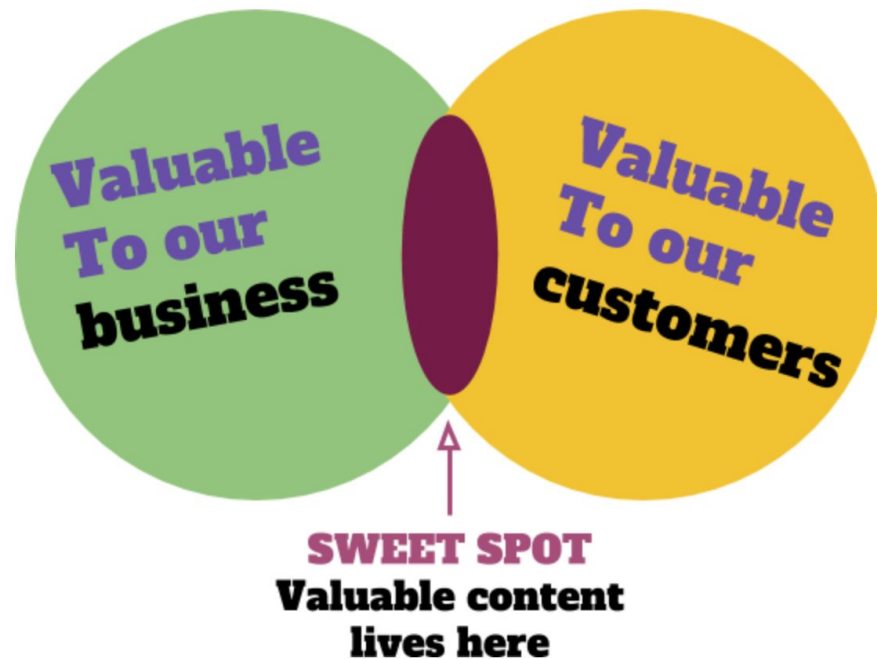


---

# **SoMe MARKETING**

Kom godt fra start!

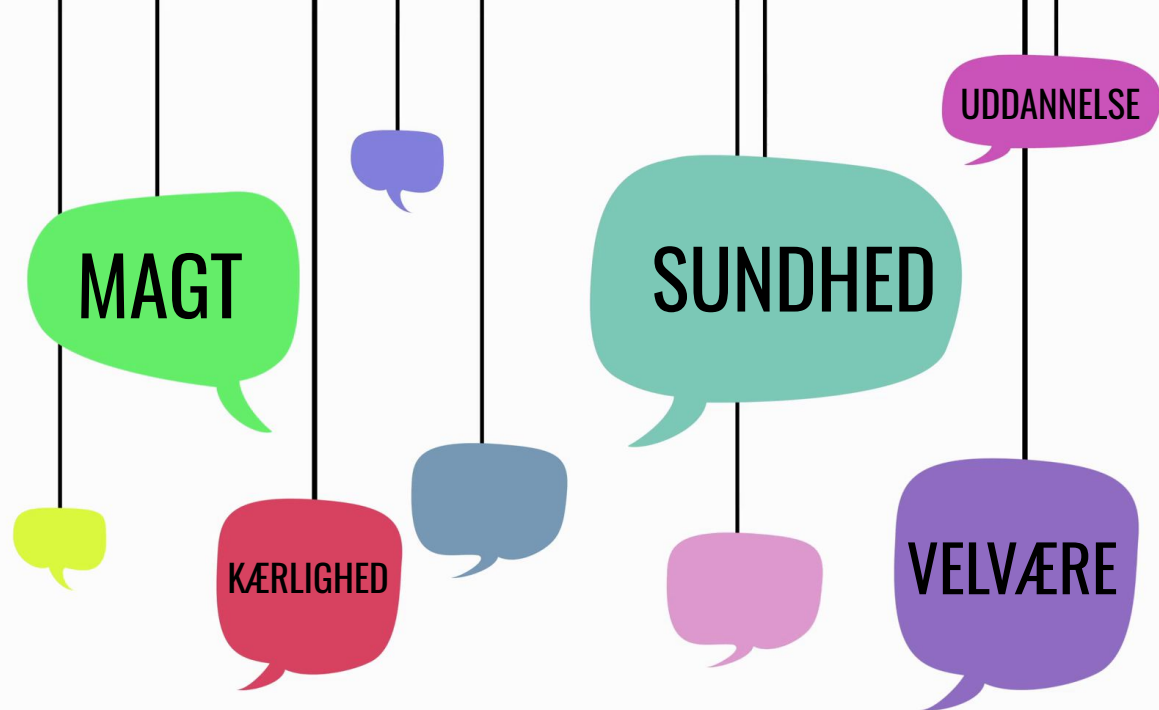




Kilde: Jefferson & Tanton 2015: 165 ("Valuable Venn") / Sonja Jefferson & Sharon Tanton (2015): *Valuable Content Marketing*. (2nd edition). Kogan Page.

DET SOCIALE  
OBJEKT

HVAD OPTAGER  
MÅLGRUPPEN?



## DET SOCIALE OBJEKT



ÉN BRAND VOICE  
med mange “toner”  
med forskellige  
typer content



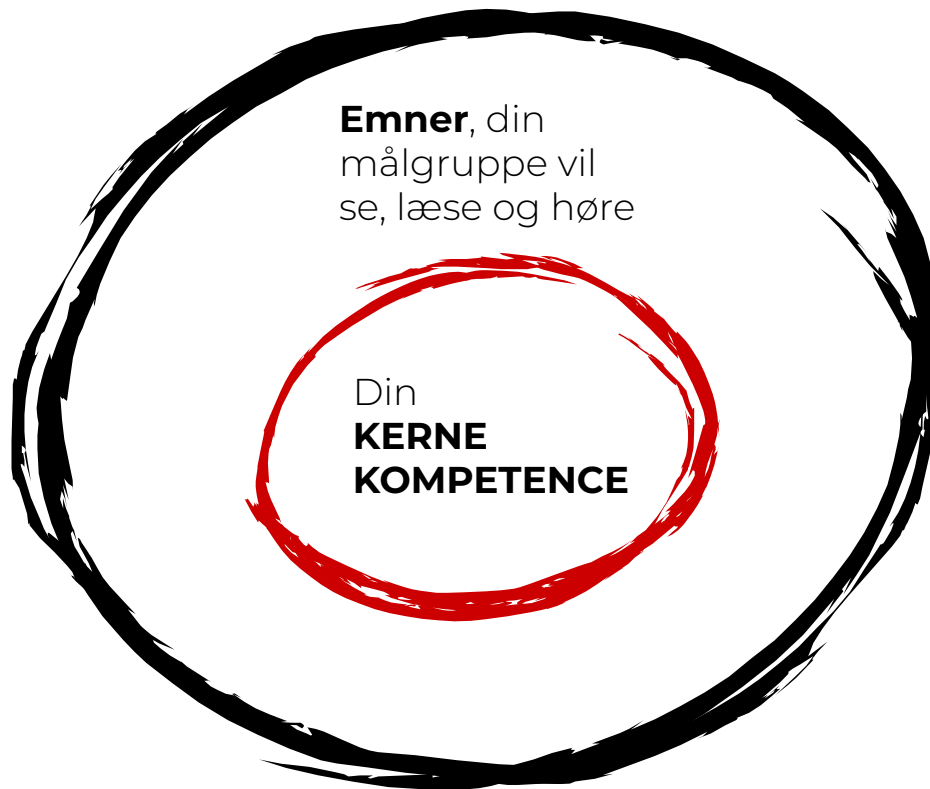
**EMNER I CONTENT**  
du og din målgruppe vil  
se, læse og høre om.  
Emner, I vil TALE OM  
og  
DELE MED  
ANDRE!



SOCIAL KAPITAL  
for brugerne, dvs. content, der plejer  
sociale relationer, opbygger identitet  
og skaber indflydelse

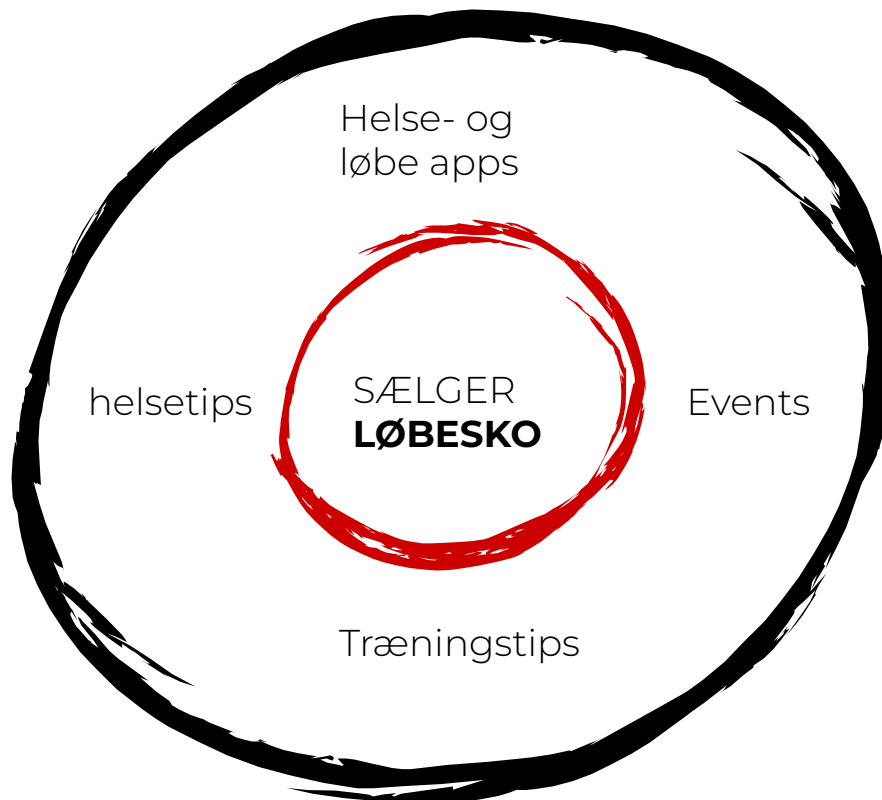
Kilde: Dave Evans & Joe Cothrel (2014): *Social Customer Experience: Engage and Retain Customers Through Social Media*. Sybex

TAL **OM** OG  
**RUNDT OM**  
PRODUKTET!



Kilde: Julia McCoy (2018): *Practical Content Strategy and Marketing*. Self-published.

TAL **OM** OG  
**RUNDT OM**  
PRODUKTET!



Kilde: Julia McCoy (2018): *Practical Content Strategy and Marketing*. Self-published.

## EKSEMPLER på +content og kommercielt content

### BRANCHE

Bank

### EMNE/CONTENT:

"Så nemt booker du  
en rådgiver hos os!"



### Kort film på FACEBOOK,

der viser en kunde, der  
booker i bankens app.

### OM

Kommercielt

### BRANCHE

Sportsudstyr

### EMNE/CONTENT:

"Sådan slipper du for  
muskelsmerter efter  
din styrketræning"



### Story på instagram,

der  
viser teknikkerne. Men ikke  
alle i én post – de er fordelt  
på en uge (som tema)

### RUNDT OM

kurateret

### BRANCHE

Brandvæsnet

### EMNE/CONTENT:

"Her er fem gode råd  
til at brandsikre dit hjem!"



### Infografik på Twitter, Instagram og Facebook – der viser hvad du

kan gøre, i et enkelt overblik

### RUNDT OM

Se også denne [visualisering](#)



## INFLUENCERS

KAN VÆRE EN MULIGHED

Youtube



Emma Lussetti (Sverige)

## INFLUENCERS "PAID SOCIAL"

Instagram



byengell • Følg

byengell REKLAME | Der er en som hygger sig til event hos @babysam ♥ De har renoveret deres butik på Amager og den er blevet så fin. Tip: I morgen er der 20 % på alting 😊 Så hyggeligt at møde samarbejdspartnere, kendte ansigter og ikke mindst søde mødre her fra IG ♥ •

#babysamdk #babysamamager  
#mitbabysam #babysam #babyudstyr  
#babybutik #jellycat #baby #dreng

boho.wife Vad mysigt det ser ut 😊

majkenthrene Tak for en dejlig aften ♥

southbay3d 🙌🙌🙌🙌

babybaby1st OMG!!! 😊

elodiejelena Adorable 😊



215 Synes godt om

30. AUGUST

Tilføj en kommentar ...



Kilde: Influencer/VIP event på BabySam, Amager

## Facebook

**Politi**  
4. juli kl. 22:21 · 🌐

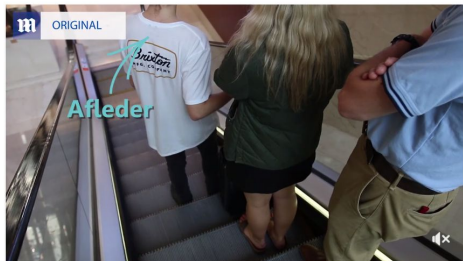
## PAS PÅ TASKE- OG LOMMETYVE

Væk på tre sekunder! Så hurtigt går det, når taske- og lommetyve er på spil. Sidste år blev der anmeldt over 49.000 lomme- og tasketyverier i Danmark. Det er en stigning på ca. 20 % i forhold til året før. Udviklingen er drevet af København, hvor det især er kvinder mellem 19 og 25 år, der bliver bestjålet.

I marts lancerede Københavns Kommune i samarbejde med Københavns Politi, Cyklistforbundet og Det Kriminalpræventive Råd kampagnen "Pas på tyvene – de er nye i trafikken". Nu er politiet og Det Kriminalpræventive Råd også klar med en dansk version af nedenstående film, som bl.a. indeholder følgende gode råd:

- 1 Brug dine inderlommer.
- 2 Hold altid øje med dine værdier, eller hav dem på dig – lad fx ikke din mobiltelefon ligge på cafébordet.
- 3 Beskyt din pinkode, når du fx står i en hæveautomat.
- 4 Luk tasken, hold taskeåbningen tæt ind til kroppen, og tag remmen om armen.

// Politi



## Twitter (X)



**Københavns Politi** ✓ @KobenhavnPoliti · 9h

Vi har fundet den tidligere savnede 93-årige mand i god behold. #politi.dk



- > Micro blogging
- > Klart budskab
- > Video content, billede/grafik
- > Facts og gode råd
- > Relevant for mange
- > Delbart for mange
- > Punktlister og links

husk forskel på "side" og "profil" på FB!

- > Micro blogging
- > Updates
- > #TAGS

## CONTENT OG MEDIER



Tjeklister



Data



Billeder



Events



Guides



Beregnere



Anmeldelser



Produkter



Lokationer



Rapporter



Nyheder



Bøger



Konkurrencer

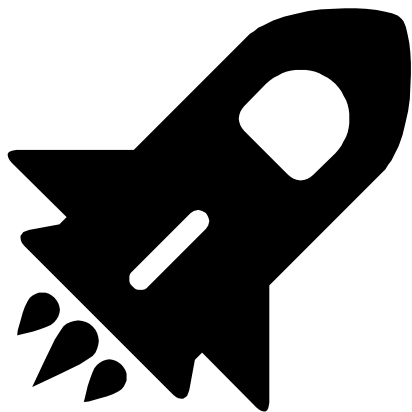


Fora

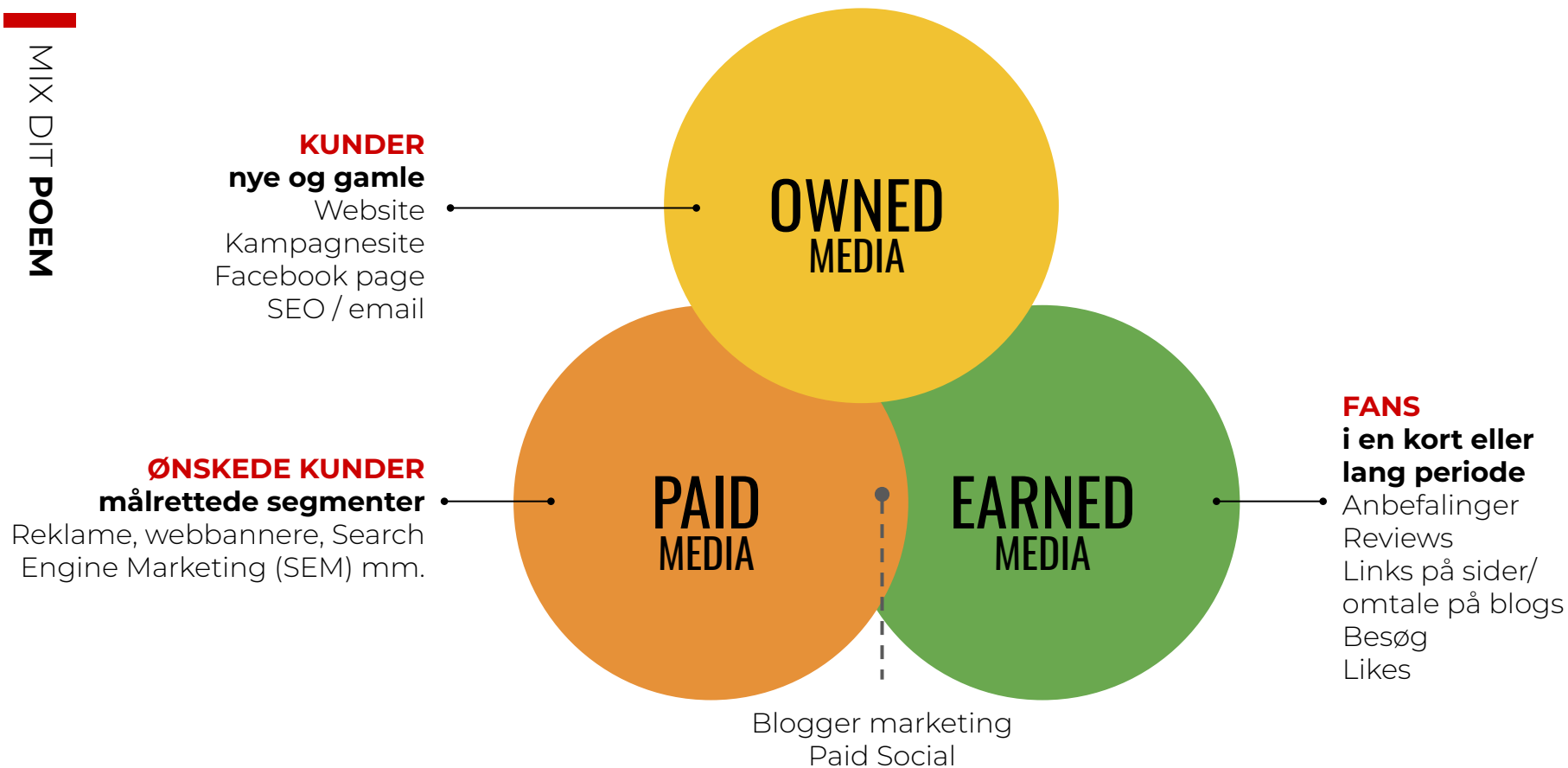
Kilde: <http://nikolajmogensen.dk/saadan-vaelger-du-indholdselementer-til-din-content-marketing>

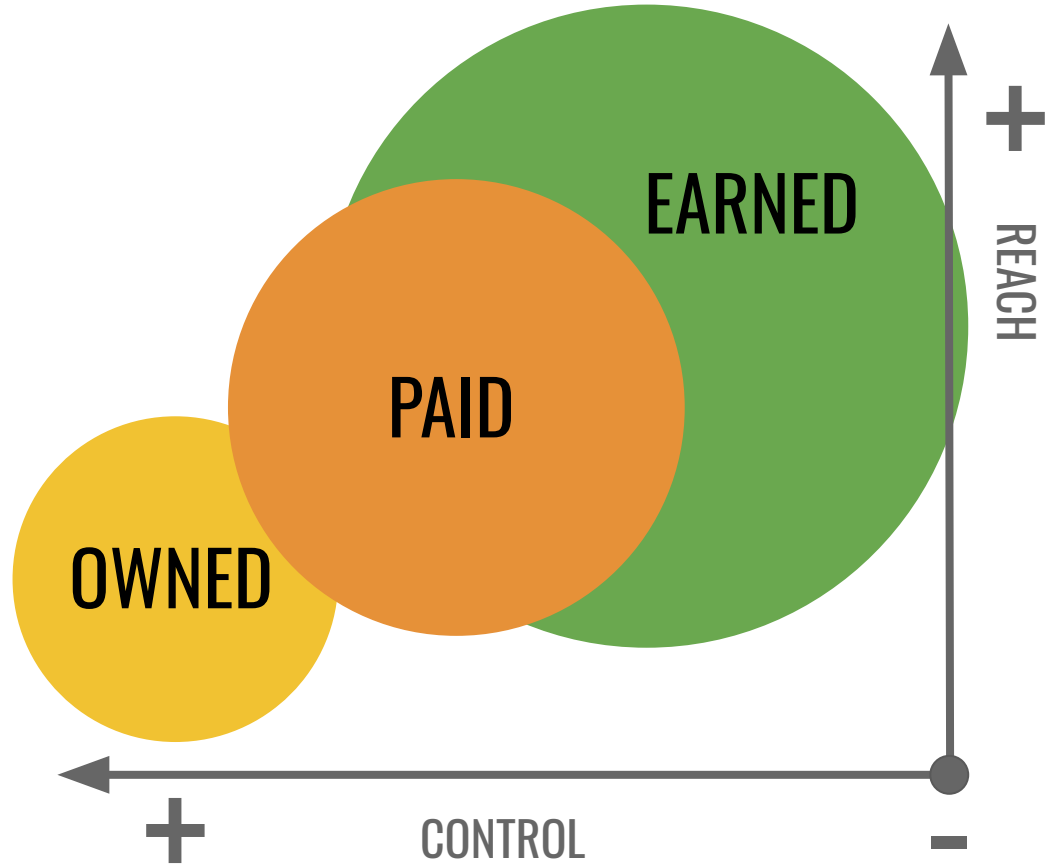
---

TJEKLISTE FOR  
**VÆRDI** FOR MÅLGRUPPEN  
VIA SOCIALE MEDIER



1. Taler du *rundt om* produktet – og ikke kun om produktet?
2. Løser dit indhold et problem for nogen?
3. Er brugerne med til at skabe værdi på dine sociale medier? Hvordan?
4. Kan du sætte dig i målgruppens sted?
5. Del andres indhold, hvis det er relevant (husk kildeangivelse og at gøre det lovligt)





Kilde: Pat Heffernan <https://goo.gl/T773P1>



**HOME BASE**



**OUTPOSTS**



**PASSPORTS**

Kilde: Dave Evans & Joe Cothrel (2014): *Social Customer Experience: Engage and Retain Customers Through Social Media*. Sybex



---

KEND DIT **HOP**



# HOME BASE

**Home base** Her er dit eget website og dine eventuelle microsites. Det er dine domæner, og du bestemmer suverænt her omkring indhold og udformning. Her skal der skrives gode webtekster og der skal være god brugervenlighed.



# OUTPOSTS

**Outposts** Du ejer ikke 100% disse sider, som fx kan være din FB-side, din instagramprofil, Pinterestprofil eller Twitterkonto. Du bestemmer indhold, men ejerne af disse sider kan ændre på designet af user interface, ændre på designet og kan ændre i den måde, din målgruppe får dit feed, som det fx er tilfældet med Facebooks algoritmer. Men du skal selvfølgelig være på disse udposter og sørge for at skabe dialog og godt content.

KEND DIT **HOP**



# PASSPORTS

**Passports** Her kan der være tale om blogs eller andre websites, hvor du skal inviteres ind, for at få lov at vise flaget. Det kunne også være en podcastkanal, hvor du giver interview eller det kan være et nyhedsmedie, der deler dit indhold

## ARBEJD MED **KURATERING**



## FORDELE OG ULEMPER:

## INSTAGRAM

### FORDELE

- Stærkt visuelt medie
- Højt engagement fra følgere
- Visuel storytelling
- Annoncemuligheder

### ULEMPER

- Det skal være lækkert og “instaværdigt”, eller glem det!
- Du skal være kreativ med film, fotos og stories

## FORDELE OG ULEMPER:

## LINKEDIN

### FORDELE

Fokus på faglighed, og det folk brænder for at vise, de laver i deres professionelle liv

Bred målgruppe

Målrettet annoncering

Netværk og dialog

Personlig troværdighed

Blogging

B2B stærk

### ULEMPER

Stiller store krav til den professionelle ekspertise

Tidskrævende networking

Kan være svært at få følgere

## FORDELE OG ULEMPER:

## FACEBOOK

### KOMBI MED YOUTUBE

#### FORDELE

- Største SoMe platform i DK
- Meget info om brugerne
- Skabt til dialog
- Microblogging
- Målrettet annoncering
- Let at måle/se resultater
- Kan skabe mange delinger
- B2C stærk

#### ULEMPER

- Shitstorms
- Uden målrettet annoncering kan det blive svært at nå langt ud til målgruppen
- Hård konkurrence

**HUSK NU!**

KONKURRENCEREGLER  
PÅ FACEBOOK

## SÅDAN LAVET DU EN LOVLIG FACEBOOK KONKURRENCE

LAD OS NU FÅ STOPPET DE ULOVLIGE  
"DEL FOR AT VINDE" KONKURRENCER

Her er et hurtigt overblik over reglerne:

### Du må godt få personer til at



"Synes godt om" et opslag på  
din side for at deltage



Kommentere et opslag på din side,  
for at deltage



Lave et opslag på din side for at  
deltage



Sende en besked direkte til din  
side for deltagelse i din  
konkurrence



Du må selvfølgelig også godt linke til  
en konkurrence på egen webside

### Du må du IKKE kræve at personer



Deler dine opslag for at deltage



Deler din side for at deltage



"Synes godt om" din side for at  
deltage.



"Tagger" sig selv eller venner i et  
opslag, for at deltage



Du må heller ikke udlove ekstra  
præmier når din siden opnår et  
vist antal følgere

KONSEKVENSERNE NÅR DU BRYDER REGLERNE ELLER  
MARKEDSFØRINGSLOVEN KAN VÆRE HÅRDE OG DYRE.

**LÆS MERE HER:**

[WWW.THEME.DK/FACEBOOK-KONKURRENCER](http://WWW.THEME.DK/FACEBOOK-KONKURRENCER)



SKAB DET **GODE INDHOLD**

– TÆNK OGSÅ LIDT  
SKÆVT I NY OG NÆ!



Vestfyns Dyr læger added 2 new photos.

20 July at 12:54

👍 Like Page

Se hvad der fløj ind ad et åbent vindue på klinikken i Middelfart i dag.

En Pokémon!

Søren gav den et hurtigt tjek, inden vi slap den ud igen.



FLERE RESSOURCER  
OG **MERE VIDEN**



### **Bøger**

Anders Hingeberg et al (2021):  
*Online markedsføring.*  
*Den store grundbog.*  
Kursusfabrikken ApS.

Julia McCoy (2018):  
*Practical Content*  
*Strategy & Marketing.*  
(Eget forlag)