

MINIGUIDE OM MÅLGRUPPER PÅ SoMe-KANALERNE:

Youtube

YouTube er en rigtig populær platform, især fordi video efterhånden er uundgåeligt i de fleste sammenhænge. Det er primært den yngre generation, der bruger mediet, men i og med at YouTube er den næststørste søgemaskine, er det altså en yderst velbesøgt platform for folk i alle aldre.

2020: YouTube benyttes dagligt af 29% af danskerne, mens 52% benytter den ugentligt. Blandt de 9-14 årige er det 88%, som benytter YouTube ugentligt.

LinkedIn

Der er tale om en platform, hvor målgruppen primært er virksomheder, og hvor man ønsker at skabe et stort netværk for brugere.

I Danmark er der over 2,6 millioner brugere på LinkedIn, hvilket er ca. 73% af den samlede arbejdsstyrke i Danmark. På verdensplan er der over 660 millioner brugere på LinkedIn, så det er bestemt et populært netværksmedie.

2020: LinkedIn (og twitter) har kun omkring 7-8% daglige brugere, men for mange virksomheder, især inden for politik og B2B, er det stadig super-relevante og brugbare platforme.

Du skal fortælle om det, jeres virksomhed er eksperter i. Det bliver til kvalitetsindhold på LinkedIn. Undgå at lave meget overordnede opslag, men fokuserer på unikt indhold, der er værdifuldt for netop din målgruppe.

En god tommelfingerregel for LinkedIn er, at de, der følger din side, faktisk er interesserede i lige netop dit brand. De vil gerne have del i dit firmas unikke viden.

Prøv at ramme "the sweet spot" hvor I både kommunikerer jeres passion, rammer noget, I tjener penge på, og fokuserer skarpt på det, jeres firma er eksperter i.

Instagram

Instagram er en platform med en bred brugergruppe, dog i det daglige oftest unge mellem 15-30 år.

2020: Instagram bliver brugt af 30% af danskerne dagligt. Det er næsten hver tredje dansker over 12 år, som er på Instagram hver dag. Blandt de 4-8 årige er 19% på Instagram ugentligt.

På Instagram er billedet budskabet – og derfor er det meget vigtigt, at billedet kommunikerer det rigtige.

Du kan ikke skræddersy din virksomhedsprofil som på Facebook, men til gengæld kan du ramme brugerne mere direkte, hvis du kender Instagram-"sproget" – det gode billede.

Det gode billede er selvfølgelig en smagssag, og for nogen er Instagram en meget svær kanal, fordi produktet eller budskabet ikke egner sig til billeder.

Facebook

2020: Facebook er det mest populære sociale medie i Danmark, men det er stort set ikke vokset fra 2019 til 2020, med 65% daglige brugere. Tallet er 32% for de 9-14 årige, hvilket dog er en stigning fra 25% i 2019. Man skal desuden være 13 år for at være på Facebook.

Facebook bevæger sig mod at være en video first-platform. Video trumfer tekst, og live-video trumfer video. Lige nu har Facebook enormt fokus på video og live-video, så den type indhold får ekstra eksponering.

Med en systematisk tilgang og de rigtige værktøjer er Facebook en fantastisk kanal, som kan bruges til det, vi alle gerne vil: Komme i kontakt med relevante personer. Dækningen i Danmark er enorm i de fleste aldersgrupper.

Kilder:

<https://astridhaug.dk>

<https://markedsforing.dk>

