

WORKBOOK

# KOM GODT I GANG MED DIN SOME-STRATEGI



NANNA PEDERSEN  
NP KOMMUNIKATION



# VELKOMMEN

For at få det bedste ud af denne workbook, anbefaler jeg at læse det tilknyttede blogindlæg *Sådan laver du en effektiv SoMe-strategi*, som arbejdsarkene er baseret på.

---

Jeg håber, du kan bruge denne workbook som et trinbræt til at komme i gang med at arbejde mere strategisk og målrettet med indhold til de sociale medier. Hvad der passer til netop dig, din situation og din målgruppe er selvfølgelig meget individuelt, og spørgsmålene er ment som en hjælpende hånd, fremfor en facitliste.

En quick start guide kan naturligvis ikke dække alle aspekter af arbejdet med sociale medier, men jeg vil vove den påstand, at du med denne workbook er rigtig godt på vej. God fornøjelse!

Nanna Pedersen

## *Kend din målgruppe*

**Beskriv din målgruppe så dybdegående, som du kan. Skriv alt du ved ned.**

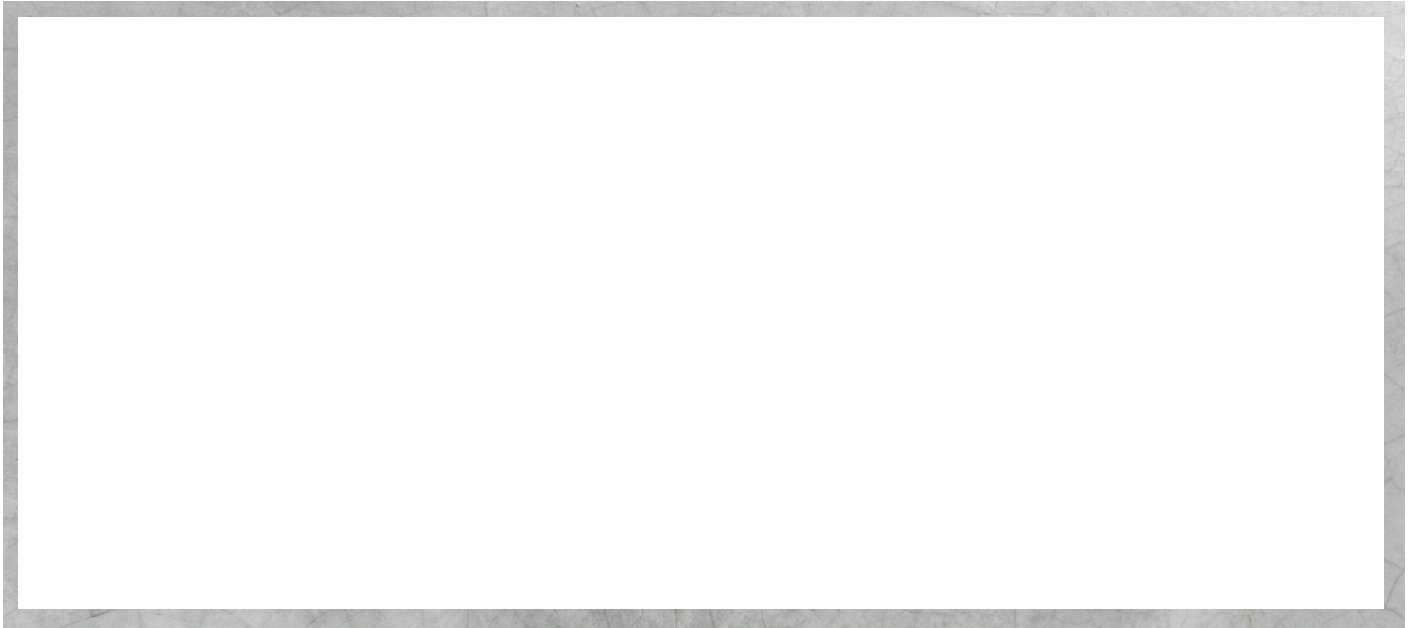
**Hjælpe spørgsmål:** Hvor i landet bor de typisk? Bor de i byen/forstad/villakvarter/landsby/på landet? Hvilken type bolig bor de i? Hvilken aldersgruppe tilhører de? Hvilken type job har de/har de haft? Hvilke interesser har de? Hvilke holdninger og værdier har de?

**Forestil dig din drømmekunde og beskriv dem herunder.**

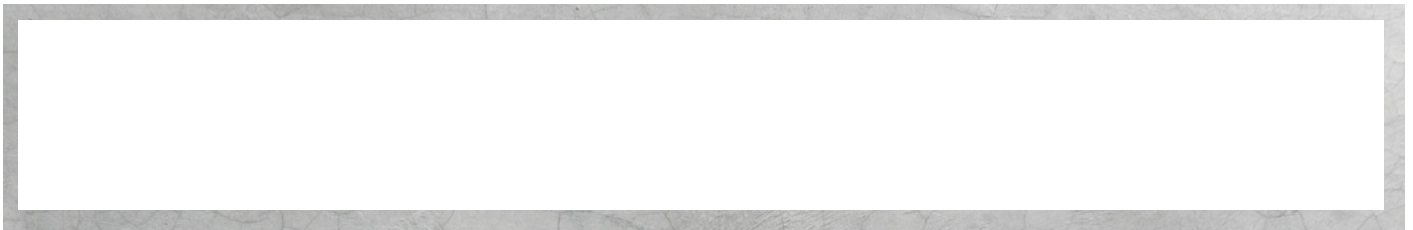
Hvad er deres navn? Hvordan ser de ud? Hvad laver de i deres fritid? Osv.

**Hvilke sociale medier bruger din drømmekunde (og til hvad)?**

(Fx min drømmekunde bruger Facebook til at holde kontakt med familien, men er mest på Instagram. De bruger LinkedIn sporadisk til sit arbejdsnetværk.)

**Ressourcer****Hvor mange timer om ugen (eller måneden), vil du bruge på sociale medier?**

Vær realistisk omkring dit timetal.

**Hvilke ressourcer (personlige styrker, netværk, økonomi, osv.) har du til rådighed?**

Er der noget, du er særligt god til, som du kan bruge i planlægningen, idégenereringen og produktionen af indhold til de sociale medier? Hvem du kan trække på til at hjælpe dig? Hvor mange penge du vil bruge på annoncer?



## Værdifuldt indhold

**Hvad er værdifuldt for netop din målgruppe at vide om dig og dine ydelser/produkter?**

Genlæs eventuelt afsnittet *En effektiv strategi – hvad skal den indeholde?* i blogindlægget.

**Lav en brainstorming på temaer til dit indhold.**

Gerne ud fra de værdifulde ting, du kom frem til i sidste øvelse.

**Vælg 3-5 temaer, som du vil lave indhold ud fra.**

## ***Produktion af indhold***

***Lav en brainstorming på indhold til hvert tema.***

Brug eventuelt et separat stykke papir, hvis det ikke kan være i boksen.

***Gennemgå din brainstorming og lav en liste for hvert tema.***

Skriv dine idéer til indhold ned i overskrifter (eventuelt med enkelte noter) på en liste for hvert tema.

Tænk over, hvad der har værdi for din målgruppe eller drømmekunde.

Når du har været igennem hvert tema på denne måde, har du en liste med indholdsidéer til alle temaer.

***Producér***

Sæt tid af til at producere dit indhold. Du kan med fordel sætte ekstra tid af i starten, så du laver til bunke. På den måde er du foran med dit indhold, og kan planlægge det i ro og mag.

Herefter følger du op, ved at lave indhold fra dine liste i det antal timer, som du har afsat hver uge/måned.

***Repeat***

Når du nærmer dig slutningen på dine lister, laver du en ny brainstorming og får fyldt listerne op igen. Gør det i god tid, så du ikke løber tør for indhold undervejs.

***Evaluér***

Husk at evaluere undervejs. Måske har du sat for få timer af til at kunne følge med planen. Måske har dine temaer udspillet deres værdi. Kig din strategi efter i sømmene et par gange om året.