

SOCIALA MEDIER

– *Tips och råd*



Version 3, uppdaterad våren 2022

Innehåll

Inledning	2
Strategi	2
Bilder	3
Bildredigering	4
Facebook	5
Hur ofta och vilken tid?	5
Annonsering	6
Statistik.....	6
Hur gör andra?	7
Instagram	8
Hur gör andra?	9

Inledning

Sociala medier är ett bra och billigt verktyg för att nå ut till nya och befintliga kunder. De mest populära sociala medierna idag är följande:

Facebook
Instagram
Twitter
Youtube
Pinterest
Snapchat
Linkedin

Facebook och Instagram är bra informationskanaler, särskilt för butiker. På Facebook rör sig många privatpersoner, men det finns även många företagssidor och andra butiker att följa inom samma bransch. Genom bild och text kan vi tydligt få ut vårt budskap och även informera om Fair Trade, exempelvis om nya produkter, producenter, olika märkningar och vår globala organisation World Fair Trade Organization.

Facebook ger utrymme för lanseringar, aktiviteter, tävlingar, erbjudanden, rabatter och annan marknadsföring. Genom rätt marknadsföring på Facebook går det att nå specifika målgrupper, och dessutom få tillgång till statistik över vilka målgrupper som faktiskt nås.

Instagram är ett bra verktyg för att lägga in, redigera och sprida produktbilder. Se till att länka till ert Instagram-konto från er Facebook-sida och/eller hemsida, så att kunder enkelt kan följa vad som händer i er verksamhet.

Strategi

Strategi för sociala medier i åtta steg:

1. **Identifiera ert marknads mål** – Det ska vara tydligt och mätbart, till exempel: vår Fair Trade Shop vill ha X antal fler kunder, X antal personer ska känna till vår verksamhet.
2. **Kartlägg er idealkund** – Namn, ålder, yrke, intressen... Ställ frågor och motivera kunden till att följa er på sociala medier.
3. **Välj kanal och taktik** – Var finns idealkunden, på Facebook, Instagram, Twitter? Vilka nätverk använder hen och hur?
4. **Kartlägg era konkurrenter/ förebilder** – Hur många följare har de? Vilka kanaler använder de? Vilken attityd har de? När postar de på dygnet? Vad kan ni göra likadant?

5. **Skapa en innehållsstrategi** – Välj en eller två av de tre U:na; Underhållande, Undervisande eller Uppmanande. Ge era idealkunder det de behöver allra mest – lösningen på den orättvisa handeln.
6. **Mät er effekt** – Det är viktigt att tidsbestämma hur länge ni ska köra er strategi. Sätt start och mål, till exempel tre månader, så att ni ser en början och ett slut. Gör en nollmätning när ni startar i exempelvis Facebook Insights (se beskrivning under statistik): hur många följare har ni på Facebook? Lägg upp en strategi om hur många gånger i veckan ni ska posta inlägg på Facebook. Ska varje inlägg ha en bild? När på dygnet är era kunder som mest aktiva? Det är då ni också ska vara aktiva. Mät ofta så att ni ser om er strategi fungerar eller inte. Om inte, ändra den.
7. **Tid och budget** – Hur ofta ska uppdateringarna ske? Per vecka? Hur ser er tid ut? Behövs det investeringar i kamera, mobil? Att betala för annonser på Facebook kan med små medel ha stor effekt – är detta intressant för er butik/verksamhet/ert café?
8. **Vem gör vad?** – Vem har ansvar för att de olika sociala medierna uppdateras? Fördela ansvaret i er verksamhet. Skapa gärna en informationsgrupp bland volontärer/engagerade som kan hjälpas åt med detta. På det sättet skapar ni också kontinuitet i strategi och språk, när samma personer sköter kontona.

Bilder

När ni väljer bilder till era inlägg på Facebook eller Instagram, var noga med att bilden är tillräckligt högupplöst så att den gör sig bra på webben. Ett inlägg med bild skapar ofta fler klick än vad ett inlägg utan bild gör.



Bildredigering

I nyare mobiltelefoner har bild-appen oftast en direktfunktion för redigering. Här går det att ändra färgkontraster och justera exponeringen. Ni kan även lägga olika filter över bilden. Vid redigering av bilder, tänk på att inte ändra färgerna för mycket. Kunden vill gärna se produkten i sin helhet, så som den faktiskt ser ut.

Har ni inte program som till exempel Photoshop på datorn, kan ni använda er av gratisverktyget Picmonkey, picmonkey.com. Där går det att öka ljusstyrka och kontrast, lägga på filter med mera. Ni kan också låta programmet justera detta automatiskt genom ”autoadjust”.

Ett populärt gratisverktyg för att göra snygga bilder med citat är Canva.com. Det lämpar sig bra för Facebook eller Instagram. Bilden ovan är ett exempel på hur sådana bilder kan se ut. I Canva går det även utmärkt att göra affischer och informationslappar. Ni kan välja format och bläddra bland olika mallar, som ni sedan kan redigera.

När det gäller produktbilder på sociala medier är det viktigt att bilden sticker ut och lockar potentiella kunder. Om ni har en webbutik, länka gärna bilderna till webbutiken så att kunden direkt kan köpa produkten.

Exempel, lånade bilder från Pinterest (**ej för spridning**):



Här har man använt korgar på ett innovativt vis



Stilrent sätt att visa upp sina badlakan

Facebook



Facebook är ett utmärkt verktyg för att nå ut med nyheter, erbjudanden, tävlingar och andra uppdateringar från er butik, er verksamhet eller ert café. Ni kan även dela andras Facebook-inlägg på er egen Facebook-sida. För att få fler att upptäcka er verksamhet på Facebook är det viktigt att ni är aktiva, lägger upp inlägg och gillar och delar andras inlägg.

Här är några tips på sådant som ger extra bra synlighet på Facebook:

- inlägg med egna foton och videor (snarare än att enbart dela exempelvis länkar)
- livesändning på er Facebook-sida
- inlägg som skapar engagemang och reaktioner, så att läsarna trycker på till exempel “älskar”, “omtanke”, “wow”, “arg” och/eller skriver kommentarer under inlägget
- inlägg som uppmuntrar till längre kommentarer, till exempel en fråga
- att andra delar era inlägg, och gärna skriver några ord om varför de delar inlägget (i stället för att enbart dela inlägget utan att lägga till någon egen text).

Hur ofta och vilken tid?

För att synas i flödet på sociala medier är det viktigt att regelbundet publicera inlägg. Men ni ska samtidigt inte lägga upp inlägg alltför ofta, då tröttnar läsarna. För att nå ut till nya kunder rekommenderas minst 1–2 inlägg i veckan. Ett mål om 3 inlägg i veckan är bra.

Statistik visar att inlägg som läggs upp i slutet av arbetsdagen, klockan 16:00, får bäst spridning. I andra hand på morgonen eller sen kväll. Detta kan dock variera beroende på målgrupp. Testa er fram för att se när just era inlägg får mest synlighet och reaktioner.

Annonsering

Ett annat sätt att nå ut till fler är att annonsera och sponsra inläggen. Det här går att göra på både Facebook och Instagram. När ni har publicerat ert inlägg kan ni via inlägget välja att sponsra/marknadsföra det. Först väljer ni ett mål, till exempel fler profilbesök, och sedan en målgrupp baserat på demografi, geografi och/eller intressen. Ett exempel skulle kunna vara: kvinnor i åldersgruppen 40–50 år, bosatta i Skåne, med intresset rättvis handel. Slutligen sätter ni en budget, som fördelas på det antal dagar ni väljer.

Statistik

Hantera sida

- Meta Business Suite
- Startsida
- Nyhetsflöde
8 nytt/nya
- Messenger-verktyg
- Poddar
- Evenemang
- Resurser och verktyg
- Aviseringar
4 nytt/nya
- Statistik**

För att hitta statistik om er Facebook-sida går ni in på er sida och väljer “Statistik”, som ligger ganska långt ner i sidomenyn till vänster.

När ni har klickat er in på statistiken ser ni först en sammanfattning av vad som har hänt på er sida den senaste tiden. Här kan ni till exempel se hur många nya gilla-markeringar er sida har fått under veckan som gått, och hur stor räckvidd era senaste inlägg fått. I menyn till vänster kan ni sedan klicka er vidare och hitta mer information om antal följare, räckvidd, vilka målgrupper ni nått och mycket mer.

Organisationen Fair Trade Återförsäljarna · Sidstatistik

Sidstatistik

- Översikt
- Meta Business Suite
- Creator Studio
- Följare
- Annonser
- Gilla-markeringar
- Räckvidd
- Sidvisningar
- Åtgärder på sida
- Inlägg
- Produkttaggade inlägg

Åtgärder på sida 18 maj - 24 maj Vi har inte tillräckligt med data att visa för den valda tidsperioden.	Sidvisningar 18 maj - 24 maj 8 Totalt antal sidvisningar ▼27%	Gilla-markeringar för sida 18 maj - 24 maj 1 Gilla-markeringar för sida ▲100%
Inläggets räckvidd 18 maj - 24 maj 61 Personer som nåts ▼60%	Händelsens räckvidd 18 maj - 24 maj Få händelsestatistik Se statistik på hur din sidas senaste händelser har presterat. Läs mer	Rekommendationer 18 maj - 24 maj Vi har inte tillräckligt med data att visa för den valda tidsperioden.
Inläggsinteraktion 18 maj - 24 maj 31 Inläggsinteraktion ▼78%	Videoklipp 18 maj - 24 maj Vi har inte tillräckligt med data att visa för den valda tidsperioden.	Sidföljare 18 maj - 24 maj Vi har inte tillräckligt med data att visa för den valda tidsperioden.

Hur gör andra?

För att lyckas bra i sin marknadsföring på Facebook kan det vara bra att skaffa sig förebilder. Hur gör dessa? Vilken tid publicerar de? Hur kommunicerar de sitt budskap?

Tips på organisationer som lyckats bra på Facebook:

Fairtrade Sverige (108 000 följare) – <https://www.facebook.com/FairtradeSverige/?fref=ts>

Oatly (213 00 följare) - <https://www.facebook.com/OatlySE/?fref=ts>

Nudie Jeans (258 000 följare) - <https://www.facebook.com/nudiejeans/>

Ni kan även se över vilka inlägg som går bra och vilka som går mindre bra. En bild ger till exempel ofta fler klick än ett inlägg utan bild. Humor, nyheter och inlägg som rör upp känslor får bättre spridning.

Tips på bra inlägg

Klicka på bilden för att komma till inlägget



Organisationen Fair Trade Återförsäljarna
för ungefär 3 veckor sedan

På lördag den 14 maj firas World Fair Trade Day av hela rättvis handelsrörelsen. Vi i styrelsen för Organisationen Fair Trade Återförsäljarna hänger på World Fair Trade Organization (WFTO):s kampanj, och räcker upp våra händer för klimaträttvisa. Var med du också och visa ditt stöd – dela din "handbild" i sociala medier med uppmaningen #LetsDoItFair och #ClimateJusticeNow!

Hur hör du, vi, Fair Trade och klimaträttvisa ihop? Jo, många människor drabbas redan hårt av klimatkr... [Visa mer](#)

30 16

Fairtrade Sverige
October 14 at 2:29pm · 🌐

Tagga den största kaffeälskaren du känner! ☕ #fairtradechallenge

Hambisana Rättvis Handel and 208 others · 102 Comments · 37 Shares

Like Comment Share

Instagram

För att lyckas på Instagram är det viktigt att göra inlägg ofta och med bra bildkvalitet. Bilderna kan ni redigera direkt i Instagram-appen genom olika filter. Populära filter är "Mayfair", "Clarendon" och "Juno". Appen laddar ni ner i Google Play eller AppStore.

Många marknadsför sina produkter på Instagram. Ni kan med fördel lägga upp en produktbild per dag. Har ni inte resurser för att vara så pass aktiva kan ni sätta upp ett mål om att till exempel uppdatera en gång i veckan.

Inläggen ska gärna engagera era följare, exempelvis med frågor som:

- ”Har du tänkt på hur en produkt produceras, eller av vem?”
- ”Hur ofta brukar du köpa Fairtrade-märkt kaffe?”
- ”Har du träffat Lisa? Hon är volontär i Världsbutiken...”.

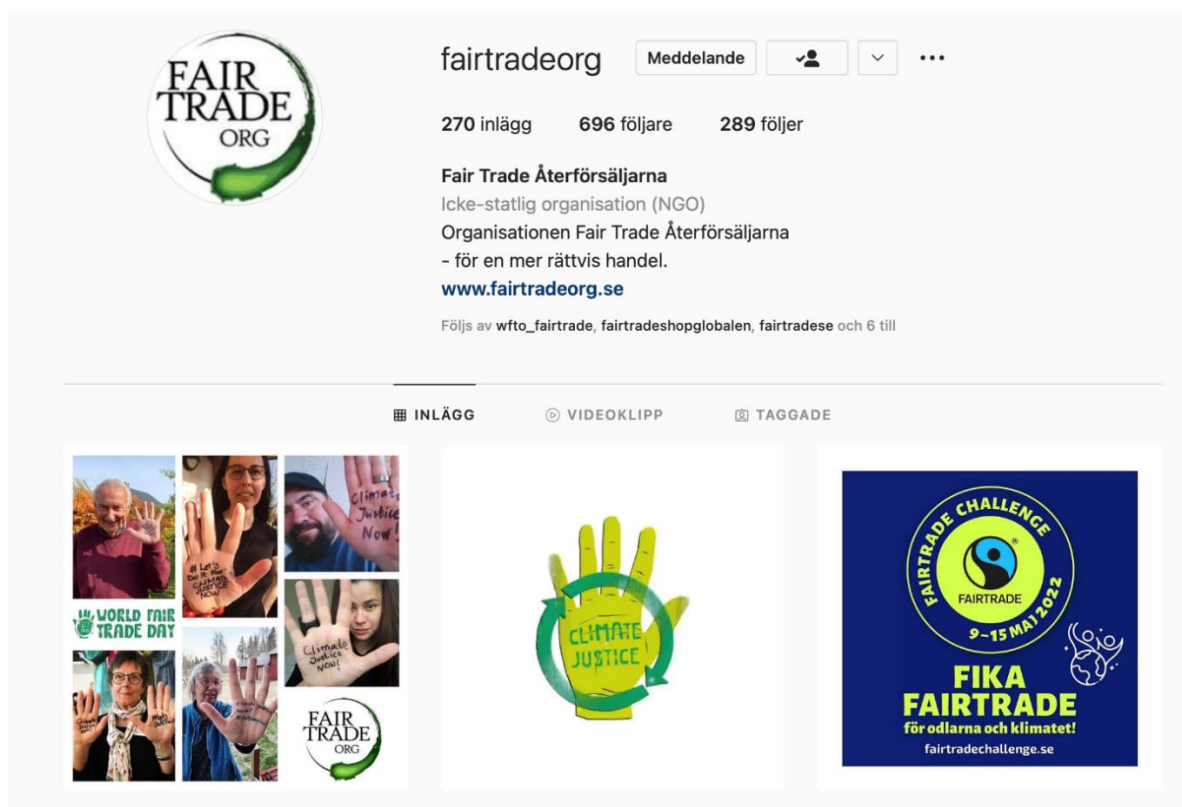
För att få bättre spridning på era inlägg kan ni använda er av hashtags. Inom Fair Trade Återförsäljarna använder vi:

#WFTO #FairTrade #Världsbutik #FairTradeShop #hållbarkonsumtion
#fairtradeåterförsäljarna

Beroende på vad bilden föreställer kan ni även lägga till beskrivande hashtags som:

#ekologiskt #handmade #leksaker #apa

Ni är även välkomna att höra av er till oss, direkt via Instagram, om ni har någon information och/eller bilder från er verksamhet som ni skulle vilja att vi synliggör på Fair Trade Återförsäljarnas Instagram-konto.



Hur gör andra?

Vad gäller strategi för Instagram kan det vara bra att skaffa sig förebilder, precis som på Facebook. Hur gör de? Vilken tid publicerar de? Hur kommunicerar de sitt budskap?

Tips på organisationer som lyckats bra på Instagram:

Green Hack GBG

@greenhackgbg (5900 följare) – <https://www.instagram.com/greenhackgbg/?hl=sv>

People Tree

@peopletreeuk (127 000 följare) - <https://www.instagram.com/peopletreeuk/>

Fairtrade Sverige

@fairtradese (11 000 följare) - <https://www.instagram.com/fairtradese/>