

Lillebælt

---

Tips & Tricks

**LINKEDIN**  
**FACEBOOK**

---

Udarbejdet af  
Destination Lillebælt og Seismonaut

"We don't have a choice on whether we do social media, the question is how well we do it."

- Eric Qualman

---

# LINKEDIN - FACEBOOK

---

De sociale medier er og bliver stærkere og stærkere platforme. Men måden der markedsføres på digitalt ændrer sig konstant.

Vi ser bl.a. en fremgang i værdibaseret markedsføring fremfor produktbaseret. Og så bliver vi som virksomheder lige nu nedprioriteret via Facebooks nye algoritmer.

Med denne pixibog er det vores ønske, at du får et indblik i tidens tendenser, og hvordan du kan bruge de sociale medier til at eksponere din virksomhed.

Rigtig god læselyst.

Destination Lillebælt





---

# INDHOLDSFORTEGNELSE

---

- Slå algoritmerne på de sociale medier
- Kend de vigtigste annoncefunktioner på Facebook og LinkedIn
- Levér god service - også online
- De største trends på sociale medier lige nu
- Hjemmesider der er værd at kende til

# SLÅ ALGORITMERNE PÅ DE SOCIALE MEDIER

Alle sociale medier har algoritmer, som bestemmer, hvad brugerne kommer til at se i deres news feeds. Algoritmerne er under konstant udvikling, så hvad der virker i dag, virker måske ikke om få måneder.

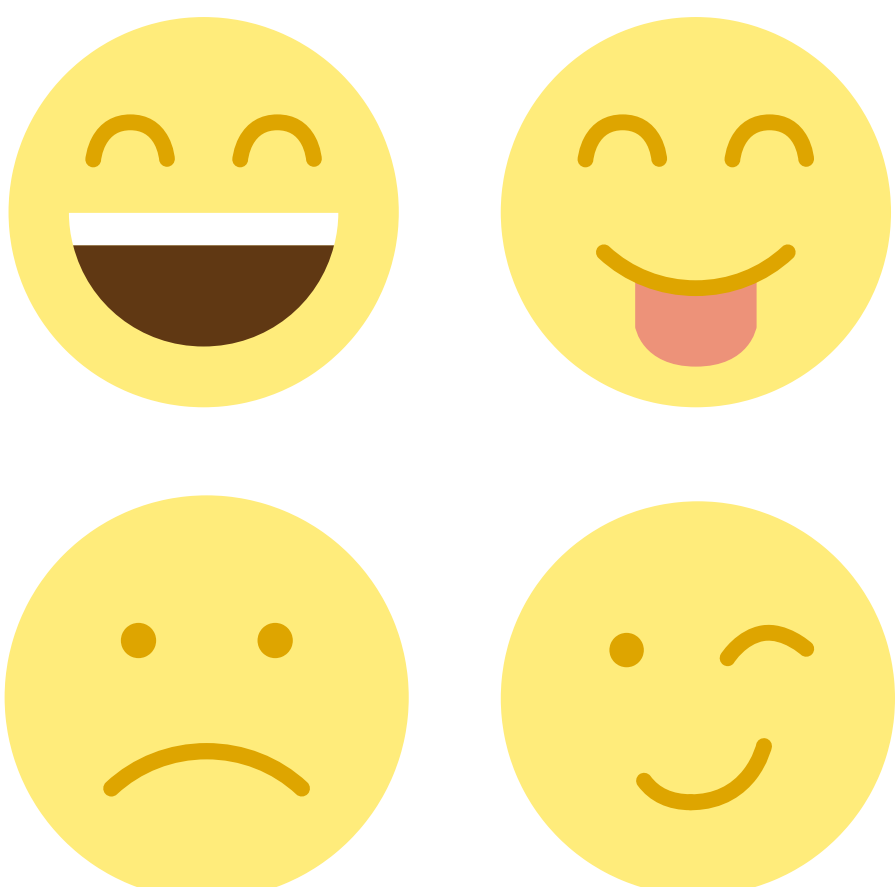
Alligevel er der en række grundlæggende tips, du kan bruge, så du kan få algoritmerne til at arbejde for din fordel:

## 1. Få brugerne til at interagere.

Jo mere brugerne interagerer med din profilside og dine opslag, jo større er sandsynligheden for, at de vil se dine opslag i deres news feeds. For når et opslag får interaktioner i form af klik, likes, kommentarer og delinger, vil algoritmerne tro, at opslaget er interessant. Og jo flere interaktioner, jo bedre.

Du kan opnå flere interaktioner på mange måder f.eks.:

- a. Del gerne flere billeder på én gang – når brugerne klikker sig igennem billederne for at se dem, tæller det som interaktioner.
- b. Skriv en lidt længere tekst: Skal brugerne trykke 'læs mere' for at se hele din opslagstekst, tæller dette som en interaktion.



# SLÅ ALGORITMERNE PÅ DE SOCIALE MEDIER

## **2. Brug video.**

Video er stadig stort, og Facebook og LinkedIn har en tendens til at favorisere video-opslag i deres news feed-algoritmer.

## **3. Få meningsfulde kommentarer.**

Facebook ved godt, at brugerne er trætte af at se opslag fra sider, som deres venner har tagget andre venner i. Derfor vil Facebooks news feed-algoritme i stigende grad favorisere de opslag med kommentarer, som er mere "meningsfulde": Hvor der altså er skrevet en længere tekst og ikke blot et navn. Lav derfor gerne indhold, som motiverer brugerne til at kommentere med andet end tagging af venner.

## **4. Del indhold på de bedste tidspunkter.**

Overvej, hvornår du deler indhold fra din side. Undersøgelser viser, at det er bedst at poste opslag på:

- Facebook: Mandag til fredag mellem 07.00 og 19.00.
- LinkedIn: Mandag til fredag mellem 07.00 og 17.00.

Det er ikke en eksakt videnskab, hvornår det er bedst at dele indhold på de forskellige platforme, så det bedste du kan gøre er at prøve dig frem og gøre dine egne erfaringer.

Husk at holde statistik på dine opslag og se om du kan finde mønstre.

# KEND DE VIGTIGSTE ANNONCE-FUNKTIONER PÅ FACEBOOK OG LINKEDIN

Der er nærmest utallige kombinationer, når du skal lave en annonce på Facebook. Valgmulighederne er mange ift.annoncens indhold,annoncens formål, segmentering, løbetid osv. Men jo bedre du kender din målgruppe, jo bedre vil resultatet generelt blive. At LinkedIn halter en del efter Facebook, når det gælder annoncering, er en underdrivelse. Men det er stadig en relevant platform at bruge annoncekroner på, hvis du arbejder i en B2B-virksomhed.

Vi har samlet nogle af de vigtigste funktioner her:

## **1. Retargeting (Facebook).**

Installer Facebook-pixels på strategiske sider på dit website og opret en retargeting-annonce, som kører over længere tid. Du kan f.eks. køre en annonce mod alle, der har besøgt en bestemt side på dit website i en bestemt periode.

## **2. Lead Ads (Facebook og LinkedIn).**

Få f.eks. flere sign-ups til dit nyhedsbrev ved at oprette lead ad-annoncer. De er meget lette for modtagerne at udfylde med navn og mailadresse, fordi Facebook og LinkedIn allerede har udfyldt felterne for dem. Barrieren er derfor meget lav.

## **3. Kopimålgrupper (Facebook).**

Du kan lave en kopimålgruppe (på engelsk: look-a-like audience) af f.eks. dine websitebesøgende. Med kopimålgrupper kan du få Facebook til at ramme den gruppe af Facebook-brugere, der minder mest om dine besøgende. Du kan vælge at ramme mellem 1 % og 10 % af de brugere, der minder mest om dine besøgende – jo højere tal, jo mindre minder de om de originale besøgende.



# KEND DE VIGTIGSTE ANNONCE-FUNKTIONER PÅ FACEBOOK OG LINKEDIN

## 4. Splittest (Facebook og LinkedIn).

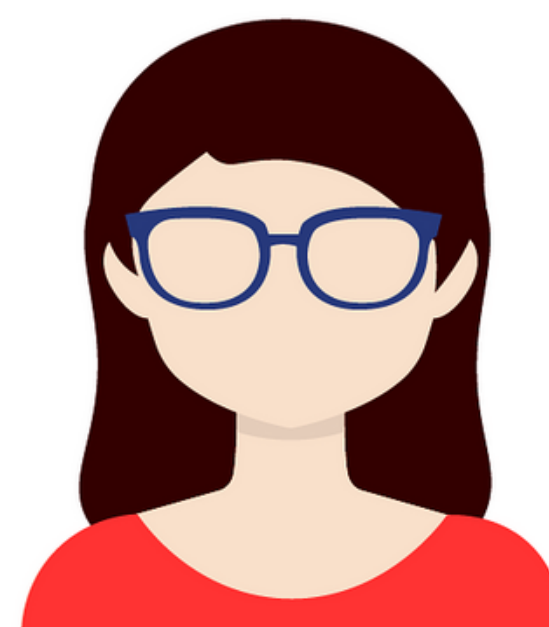
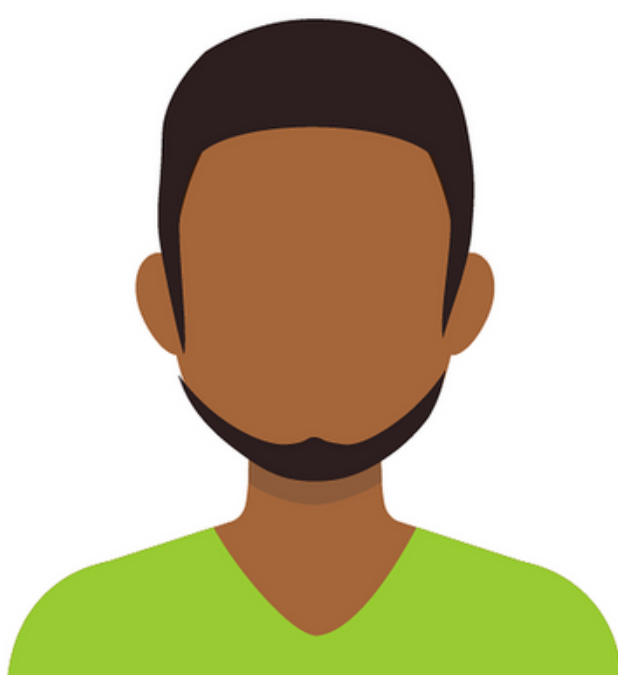
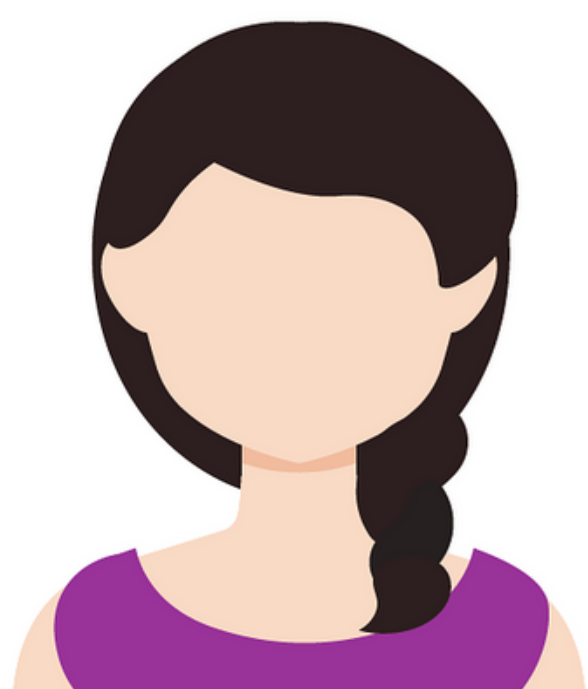
Det er svært at vide lige præcis, hvad i et opslag der falder i god jord (og hvad der ikke gør). Heldigvis kan du relativt let teste det ved at lave splittests, når du laver Facebook- og LinkedIn-annoncer. Opret splittests og test forskellige tekster, billeder, emojis etc. – bare husk at teste én ting ad gangen, så du ved, præcis hvad der fungerer, og brug så denne viden en anden gang.

## 5. Kend din B2B-målgruppe (LinkedIn).

Med LinkedIn kan du målrette annoncer efter målgruppens stillingsbetegnelser og hvilken branche, de arbejder i. På den måde kan du nå ud til f.eks. mødebookere og -planlæggere, event managers og -koordinatorer m.m. med dit indhold.

## 6. Brug iøjnfaldende annonceformater (Facebook og LinkedIn).

Visuelle elementer i news feeds tiltrækker opmærksomhed. Skil dig derfor ud ved at bruge annonceformater, der skiller sig ud. På både LinkedIn og Facebook er det muligt at lave karruseller med billeder, der er anderledes fra almindelig link-opslag. På Facebook kan du desuden benytte dig af f.eks. Instant Experience (tidligere kaldet Canvas) og diasshows til at skille dig ud fra mængden.



# LEVÉR GOD SERVICE - OGSÅ ONLINE

Det er ikke kun den måde, din arbejdsplads opleves fysisk, der påvirker (potentielle) gæster, den online tilstedeværelse er også vigtig. Især i de senere år, hvor folk generelt bliver mere og mere selvhjulpne pga. deres adgang til internettet. I sidste ende kan en god online tilstedeværelse tiltrække kunder.

## 1. Besvar altid kommentarer.

Og husk, at det ikke nødvendigvis kun er dem, der har skrevet kommentaren, der ser dit svar. Andre kan kigge med og kan få glæde af dine svar. Samtidig bliver det ikke opfattet særligt serviceminded *ikke* at svare sine (potentielle) kunder.

## 2. Hvad spørger gæsterne om?

Får du og dine medarbejdere det samme spørgsmål om din arbejdsplads igen og igen, så overvej at lave indhold, som besvarer det. For kommer spørgsmålet fra flere, er der sikkert mange andre, der vil have svar på det samme.

## 3. Chat med (potentielle) gæster.

Flere og flere kontakter virksomheder gennem sociale medier – og især Facebooks Messenger er populær. Åbn derfor gerne op for chat-funktionen, men kun hvis I i virksomheden har ressourcer til at besvare chats inden for relativt kort tid. Folk forventer nemlig svar inden for et døgn. Overvej at investere i en chatbot eller lav prædefinerede svar på spørgsmål.





# DE STØRSTE TRENDS PÅ SOCIALE MEDIER LIGE NU

Sociale medier er i konstant udvikling. Vi har samlet et udpluk af de ting, der sker lige nu, som du kan bruge aktivt i dit arbejde med sociale medier.

## **1. Forbrugerombudsmanden kigger på sociale medier.**

Den teknologiske udvikling sker ofte hurtigere, end lovgivningen kan være med – og derfor kan der opstå tvivl om, hvad man må og ikke må.

De seneste beslutninger fra forbrugerombudsmanden ift. sociale medier er, at:

- a.** Det anses som spam, hvis du inviterer andre til at like din side på Facebook.
  
- b.** Employee advocacy, som danske virksomheder i stigende grad er begyndt at benytte sig af, anses som reklame. Hvis du som virksomhed opfordrer dine medarbejdere til at dele indhold om arbejdspladsen, skal de enten skrive i deres opslag, at det er en reklame, eller skrive, at de arbejder for virksomheden. \*

\* Læs mere her: <https://journalistforbundet.dk/nyhed/ma-jeg-dele-opslag-fra-min-arbejdsgiver-pa-min-private-facebookprofil>



# DE STØRSTE TRENDS PÅ SOCIALE MEDIER LIGE NU

## **2. Video hitter stadig.**

Video var 'the talk of town' i 2017 på Facebook, men også LinkedIn – og det er fortsat stort. Videoformatet på især Facebook er stigende. Brugere ser flere og flere videoer og bruger også længere tid på hver video.

## **3. Facebook Live.**

Gå live med din event, din offentliggørelse eller noget helt tredje. Livevideoer er rigtig populære og giver mulighed for interaktion med følgerne undervejs. Mulighederne for Live-udsendinger udvides løbende med større kontrol før, under og efter.

## **4. Instagram bliver større og større.**

Instagram bliver en større og større spiller på social medie-banen. På knapt et år er det vokset med 200 mio. brugere og har rundet de magiske 1 milliard brugere. Samtidig er Instagram den af de social medie-platforme, der har det højeste engagement blandt brugerne – og det engagement kan virksomheder på Instagram også mærke.

# HJEMMESIDER DER ER VÆRD AT KENDE TIL

- Følg med i nyheder fra Facebook på [newsroom.fb.com](https://newsroom.fb.com)
- Følg med i nyheder fra LinkedIn på <https://news.linkedin.com/news>
- DR Medieudviklingen 2017: <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning/medieudviklingen/2017/hent-hele-medieudviklingen-2017-som-pdf>
- Dansk blog om sociale medier: <https://www.socialemedier.dk/blog/>
- Amerikansk blog om sociale medier: <https://www.socialmediatoday.com/>
- Ugentlige nyhedsbreve, der er værd at skrive sig op til:
  - o Ugens internetguld: <http://versionen.dk/blog/ugens-internetguld/>
  - o Helt Digital: <https://helt.digital/nyhetsbrev/> (nb. på norsk)





**Interreg**  
Deutschland - Danmark



Dette projekt finansieres af midler fra  
Den Europæiske Fond for Regionaludvikling

Lillebælt

VISIT  KOLDING

VisitLillebælt   
Fredericia-Middelfart