

10 Punkter

om sociala medier

Anna Bertills



Sociala medier

- En plattform & ett sätt att se på och möta omvärlden



Och vad säger
omvärlden?

Målgrupper
styr.

Och
Sektorn.

Det digitala bruset utmanar





**Att ta ett
enkelt grepp**

1 Trendspaning 1: Marknadsför med nostalgi

Nostalgi som marknadsföringsmetod tar mark inom det politiska, kommersiella och offentliga. Nostalgi som marknadsföringsmetod kan användas för att marknadsföra budskap, sälja och inte minst ena oss i kampen mot covid-19.

Varför har nostalgimarknadsföring blivit stort just nu?

- Nostalgi enar människor i svåra tider, som när världen drabbas av en svår pandemi.
- Vi längtar efter bekanta saker när vi lever i en föränderlig tid.
- Innehåll som vi identifierar oss med är innehåll som når fram.



Visa statistik

Marknadsför inlägg



Gillas av millakomonen och 166 andra

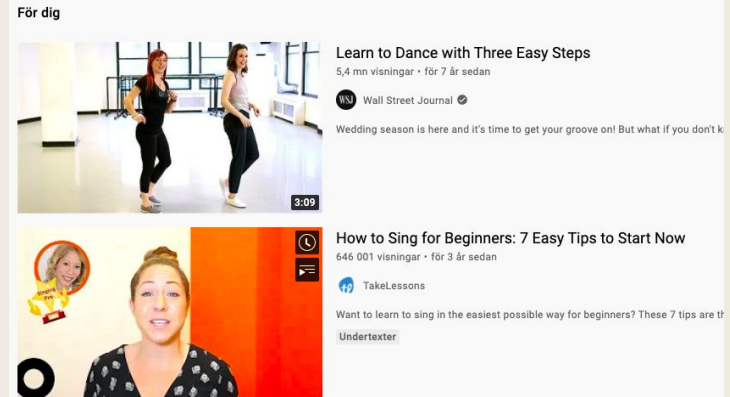
marthaforbundet Tillsammans med Kvinnoorganisationernas centralförbund och 57 medlemsorganisationer har Marthaförbundet undertecknat ett ställningstagande som uppmanar Finland att vidta alla tänkbara åtgärder för att stödja afghanska kvinnor och flickor.

– Nu sätts Finlands värderingar på prov. Vi måste snabbt hitta sätt att skydda kvinnors hälsa och rättigheter i Afghanistan under den här krisen. De människorättsaktivister, journalister och forskare som

2 Trendspaning 2: Tutorials & instruktionsfilmer

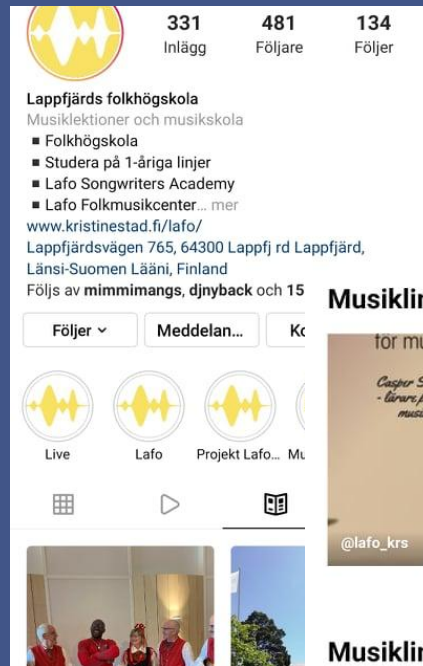
I en tid när vi besöker fysiska butiker allt mer sällan blir de digitala kanalerna viktigare för själva köpet, men också för att kunna ge hjälp och råd till kunder.

Tipsa era kunder om hur de kommer igång med sin nya dagisapp, hur de bakar de godaste kakorna eller hur de monterar sin soffa. Det finns många saker som kan vara svåra att förklara i text, men betydligt enklare att visa i en instruktionsvideo.

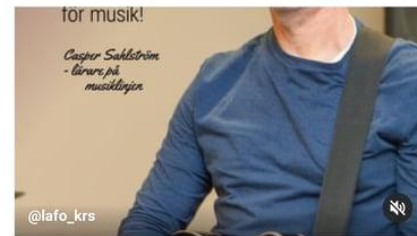


Olika kanaler för tutorials

- YouTube är kanalen för längre filmer där ni kan fördjupa och lära er kunder något nytt.
- På Instagram finns Guide-funktionen där du kan bygga upp användarvänliga digitala broschyrer (såklart kan du också posta videoklipp i flödet + stories!).
- På er egen webbplats eller e-handelssajt är också en perfekt plats för att visa hur enkla era produkter är att använda. Embedda då YouTube-klippet dit.
- Använd qr-koder på era fysiska produkter med en länk till instruktionsfilmerna.



Musiklinjen på Lafo



Musiklinjen på Lafo



3 Ageless Campaign & kroppsspositivism

Modeindustrins långa historia av exkludering är sakta men säkert på väg bort. Istället ligger fokus på inkludering och representation när det kommer till kroppstyper, hudfärger och åldrar.



4 Trendspaning 4:

Större fokus på etik, mänsklighet & högre syfte

Varumärken behöver tydligare att kommunicera sitt syfte och sina etiska val, bli mer "mänskliga" för att bygga tillit och skapa större delaktighet hos sina följare. Under coronapandemin har företags värderingar, etiska tank och högre syfte fått allt större betydelse för konsumenterna. Det hjälper konsumenterna att förstå vad de stöttar och har därför blivit viktigare att visa i marknadsföringen.



Alla måste satsa mer på sin hållbarhets- kommunikation

Svensk undersökning 2021

82 % uppgav att de är mer benägna att handla av aktörer som kommunicerar hur de jobbar etiskt, till exempel hur de väljer underleverantörer.

Det är även den viktigaste anledningen (31 %) till att bli återkommande kund hos företag.

Trendspaning 5: Remixing & användar- genererat innehåll 2.0

Förr: Bilder, videor,
recensioner, blogginlägg som
användare skapar.

Nu: remixing





TikTok och Instagram Reels har lyft användargenererat innehåll till nästa nivå.

Remixing är konsten att använda befintliga format och idéer och sedan anpassa dem för att matcha användarnas egna personligheter, stil och kontext.

Här kan företag och andra digitala aktörer dra nytta av remixing och varumärkesengagemang när nya användare kan skapa nytt unikt innehåll av en redan befintlig idé.





6 Trendspaning 6: Försäljning och marknadsföring smälter samman

Vi ändrar sättet att se på marknadsföringsmaterial.

Innehållsförsäljning ersätter begreppet innehållsmarknadsföring. Innehåll skapas för att stödja försäljningsprocesser. Alla måste ha en strategi för att skapa innehåll och anpassa innehållsstrategin till kundresan. Dessutom blir det avgörande att mäta inverkan av innehållsmarknadsföring på försäljningen.

Trendspaning 7: Liveshopping kommer hårt

Innan 2020 hade knappt någon hört talas om liveshopping, men under pandemin har fenomenet fullkomligt exploderat. Tänk tv-shop på Instagram.

Liveshopping går ut på att en opinionsbildare leder en livesändning där tittaren i realtid kan köpa produkterna eller tjänsten som presenteras.



8. Oavsett vad saken gäller

1. Definiera målgrupper.
2. Utforma huvudsakliga budskap.
3. Analysera omvärlden.
4. Producera innehåll som går hem hos publiken.



9. Kommer ett utanförskap att drabba de utan sociala medier?

10

10. Copy with pride

-era egna erfarenheter!