

# Skab **synlighed** for din virksomhed på **sociale medier**



**Grønbech®**

# Introduktion

Hos Grønbech ved vi, at synlighed skaber succes. Sociale medier som eksempelvis Facebook, LinkedIn, Instagram og YouTube er nogle af de mest effektive værktøjer for at skabe mere synlighed til din virksomhed.

Med sociale medier kan du nå ud til mange relevante mennesker på én gang og styrke dialogen med dine medarbejdere, samarbejdspartnere og kunder.

Vi er eksperter i at hjælpe virksomheder og organisationer med at få de gode historier fortalt på sociale medier.

I denne pixibog giver vi dig en række gode råd og tips til, hvordan du får din virksomhed godt i gang på sociale medier og skaber synlighed om dine historier til gavn for forretningen.

**God fornøjelse!**

# Fordele ved sociale medier



Er dine medarbejdere, samarbejdspartnere og kunder til stede på sociale medier? Er svaret ja, bør din virksomhed også være det.

Sociale medier er effektive kanaler til at udvide virksomhedens netværk, styrke relationer og opnå omtale. Når du begynder at arbejde professionelt med jeres kommunikation på sociale medier, vil du for eksempel opleve:

- At sociale medier opbygger og styrker virksomhedens varemærke
- At sociale medier spreder dine historier hurtigt
- At sociale medier skaber trafik til jeres hjemmeside og tilmeldinger til nyhedsbrevet
- At du kommer i dialog med dine kunder på sociale medier

# Sådan kommer du i gang



Før du etablerer din virksomhed på de sociale medier, skal du overveje:

- 1) Hvad er formålet med at være til stede på sociale medier?
- 2) Hvilke sociale medier er de vigtigste for din virksomhed?

Med til disse overvejelser hører også, hvilke historier der vil interessere medarbejdere, samarbejdspartnere og kunder mest. Og en lille undersøgelse af, hvilke sociale medier de er til stede på.

Dette har stor betydning for, om din virksomhed bør være til stede på Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube eller andre sociale medier.

Når du opretter en ny virksomhedsprofil på et socialt medie, skal brugerne kunne læse alle nødvendige informationer om din virksomhed. Sørg derfor for at angive kontaktoplysninger, åbningstider, link til hjemmeside og en god beskrivelse af virksomheden, jeres produkter, services, og hvad I står for.

Det er vigtigt, at dine sociale medier ser indbydende ud, så flere brugere får lyst til at følge med. Sørg derfor for at tilføje din virksomheds logo, et godt coverbillede og eventuelle flere billeder af din virksomhed. Jeres grafiske udtryk på sociale medier skal helst citere hinanden og hjemmesiden. For genkendelighedens skyld.

# Indhold på sociale medier



Når du har oprettet virksomhedsprofil på sociale medier, er du klar til at poste gode historier. Mulighederne for historier på sociale medier er mange. Det kan eksempelvis være:

- Resumé, billede og links til artikler, nyheder, cases eller blog fra din hjemmeside
- Resumé, billede og links til offentlige artikler om din virksomhed
- Videoer om din virksomhed eller medarbejdere
- Medarbejderportrætter med billeder og tekst
- Jobopslag
- Billeder og beskrivelse af events

Der kan være forskel på, hvordan indholdet klarer sig på de forskellige sociale medier. Derfor bør du følge med i, hvilke af jeres historier der klarer sig bedst på de forskellige sociale medier.

Skal du poste indhold på LinkedIn, bør det for eksempel altid have en faglig substans, mens det på Facebook og Instagram godt kan være mere socialt. Ønsker du at fremhæve stærke visuelle billeder af din virksomhed, er det en god ide at være til stede på Instagram, mens Facebook og LinkedIn er brugbare til at fortælle de gode historier gennem tekst.

# Få følgere til din side



Når du har etableret virksomheden på sociale medier, skal du have følgere til dine virksomhedssider. Det er en god ide at sprede budskabet til dine medarbejdere og relevante mennesker i dit netværk og opfordre dem til at følge din side.

For at få nye følgere kan du og dine medarbejdere også interagere med indholdet om jeres virksomhed på sociale medier. Det kan for eksempel være gennem likes, kommentarer og delinger af virksomhedens opslag fra personlige sociale medieprofiler, som får indholdet ud til mange flere brugere.

Du kan derudover overveje at betale mindre beløb for annoncer til Facebook og LinkedIn for at nå ud til nye potentielle kunder og medarbejdere.

# Evaluering af resultater



Når du er kommet godt i gang på de sociale medier, skal du løbende følge op på resultaterne af dine opslag. Kigger du på opslagene på din virksomhedsside, kan du for eksempel se, hvor mange personer opslaget er nået ud til, og på hvilken måde brugerne har interageret med indholdet. Det giver dig mulighed for at sammenligne opslagene og se, hvilke der har klaret sig godt, og hvad der har virket mindre godt.

Facebook og LinkedIn har desuden funktionen 'indblik', som giver en mere detaljeret statistik over, hvor godt opslagene klarer sig, og hvordan Facebooksiden udvikler sig. Her kan du også få indblik i dine følgers køn, alder og lokation.

# Vi er eksperter i at fortælle de gode historier i PR, på web, sociale medier, i online video, markedsføringsmaterialer og events.

Vi giver gerne en kop kaffe og deler ud af vores erfaringer om bl.a.  
PR, online video og sociale medier.

Kontakt os, hvis du ønsker at blive klædt på til at skabe større synlighed og succes.



## Groenbech.com

+45 32 530 555 | [mail@groenbech.com](mailto:mail@groenbech.com)