



Om bruk av sosiale medier

INNformasjon til redaksjonen

Ha en klar strategi i redaksjonen på temaer og personer dere ønsker å holde oversikten over. Sett opp et monitoreringssystem med f.eks. Tweetdeck eller Hootsuite.

Kartlegg politikere, støttespillere, maktpersoner og andre meningsbæreres aktivitet i sosiale medier. Når det publiseres noe av interesse er du forberedt. Avgjør om det skal være et individuelt ansvar eller om det skal være en deskfunksjon.

Kartlegg alle onlinegrupper i dekningsområdet av interesse. F.eks. «Hva skjer på...» eller «Mistet, stjålet, funnet i...»

Utnytt verktøy for lokalisering for å finne innhold publisert innenfor et bestemt geografisk område, og til en bestemt tid.

Informasjonsinnhenting i sosiale medier er ikke en tidstyv, eller «nok en ting å holde oversikt over» dersom du organiserer og automatiserer informasjonsjakten.

UTformasjon fra redaksjonen

Velg hvilke sosiale mediekkanaler dere ønsker å publisere i – og fordel ansvaret i redaksjonen. Ikke gap over mer enn dere klarer. Dårlig oppfølging = færre følgere.

Publiser helst ikke noe uten et medfølgende bilde eller en video. Dere øker engasjementet kraftig ved å utnytte visuelle elementer.

Vurder hvert enkelt sosiale medium som en egen publiseringskanal. Skriv egne titler og inngresser som vekker engasjement og delelyst. Passer saken best på Twitter eller Facebook?

Utnytt analyseverktøy, og publiser i sosiale medier når brukerne dine er logget på, ikke når de er fraværende.

Våg å tørre! Utfordre dere selv til å prøve å gå live med video, lage en grafikk eller å crowdsource et prosjekt.