

KURSUS/WORKSHOP I SOCIALE MEDIER:

Styrk jeres affaldskommunikation med sociale medier

Over 85 % af danskerne færdes dagligt på de sociale medier, og hvis man vil i kontakt med sine borgere eller kunder, er det nødvendigt at kommunikere på de platforme, hvor målgruppen er. Mange kommuner, forsyningselskaber og virksomheder er allerede tilstede på sociale medier, men en stor del kunne få meget mere ud af indsatsen, hvis de havde en strategi for deres aktivitet. Det er nemlig ikke nok at være til stede, I skal skabe indhold, der engagerer, løser opgaver og giver værdi i forhold til jeres strategi. Sammen med ekspert i sociale medier, Katrine Emme Thielke, har jeg derfor sammensat et kursus/en workshop, som gør jer i stand til at komme godt fra start på sociale medier. Det er beskrevet nedenfor.

Erfaringer med ressourcetræk fra Glostrup Forsyning (kort)

Jeg har været i kontakt med Glostrup Forsyning, som har været på Facebook siden maj 2015 og siden 2016 har gjort aktiv brug af denne kanal i deres kommunikation med borgere (og virksomheder). Brugen af sociale medier har øget serviceniveauet og har gjort det meget lettere at sprede informationer bredt i kommunen, fx ved at få diverse interessegrupper og kommunen til at dele opslag (i Glostrup er det bl.a. en Facebook-gruppe for kolonihaver, som hjælper med at dele), og Glostrup Forsyning løser en lang række kommunikations- og informationsopgaver via Facebook, som de ellers ville have løst på telefon eller over mail.

Der skal ifølge Glostrup Forsyning bruges ressourcer på at komme i gang, men hvis man laver en ordentlig strategi og en god plan for indhold, er det ekstra tidsforbrug ret begrænset. Sofie Lauritzen fra Glostrup vurderer selv, at tidsforbruget ligger på mellem to og fem timer ugentligt, afhængig af om de kører bestemte kampagner etc., hvor de gør brug af sociale medier. Derudover bruger forsyningen 5-10.000 kr. årligt på at 'booste' opslag, så de når bredere ud – igen afhængig af, om de kører kampagner o.l.

På kursuset/workshoppen lærer I:

- At sætte konkrete mål for jeres indsats på sociale medier
- At definere de opgaver, I vil løse med sociale medier (herunder brug af forskellige platforme som Facebook, LinkedIn, Instagram og Twitter)
- At skabe indhold (content), som giver brugerne værdi – og at lave en plan for det
- At forholde jer til, hvilken "tone of voice" I skal bruge
- At håndtere kritik/kriser.

Workshoppen henvender sig til alle medarbejdere, der kommunikerer med borgere og kunder i forbindelse med deres arbejde. Workshoppen kan med fordel opdeles:

- **Del 1: De strategiske overvejelser** (Her deltager også repræsentanter for ledelsen for at sikre forankring af og forståelse for strategien – en formiddag/eftermiddag)

Del 2: Det mere operationelle, udarbejdelse af indholdsplan etc. (Her deltager projektledere, kundeservice og andre, som kommunikerer med borgere og virksomheder i det daglige – en dag).

Indhold på kurset/workshoppen:

Vi veksler mellem oplæg og gruppearbejde, hvor I arbejder med jeres egne udfordringer.

- Hvad er vores mål med at bruge sociale medier, og hvilke kanaler er vi tilstede på?
- Hvordan hænger vores SoMe-indsats sammen med vores overordnede strategi?
- Hvilke opgaver kan vi løse med sociale medier, og hvordan organiserer vi det?
- Content: Hvordan laver vi indhold, som skaber aktivitet og giver brugerne værdi? Hvilken "tone of voice" bruger vi?
- Krisehåndtering: Hvordan tager vi dialogen med "brokkerne", og hvordan håndterer vi kriser?

Efter kurset/workshoppen står I med en plan over konkret indhold til jeres sociale medier.

Underviserne:



Pia Nielsen rådgiver om kommunikation om affald, genanvendelse og miljø på alle mulige platforme. Hun har indgående kendskab til forsyningsområdet og har de seneste 10 år løst kommunikationsopgaver for over 25 kommuner og forsyninger. Hun hjælper kommuner, forsyninger, organisationer og virksomheder med at planlægge og gennemføre kommunikationsindsatser, der flytter adfærd. W: pn-kommunikation.dk



Katrine Emme Thielke rådgiver om kommunikation og markedsføring i den digitale verden. Katrine er ekstern lektor på Københavns Universitet, og underviser på DMJX (diplom) i "Sociale medier i strategi og kommunikation". Til maj 2018 starter hendes første kursus for Beredskabsstyrelsen, der handler om brug af sociale medier i nationale kriser, som stormflod og terror.