



NB

MANUAL FÖR STRATEGISK KOMMUNIKATION

SOCIAL MEDIA STRATEGI

Innehåll

Inledning.....	3
Nulägesanalys.....	4
Syfte.....	4
Mål.....	4
Målgrupp.....	5
Val av kanal.....	6
Facebook.....	7
Linkedin.....	7
Publiceringschema.....	8
Exempel.....	9

Inledning

En social media strategi är riktlinjer för hur företaget ska föra sig på olika kanaler i syfte att nå sina mål. Det är viktigt att bejaka företagets ansvar som följer med en digital närvaro. NB coaching arbetar förebyggande mot stressrelaterad ohälsa och har som vision att bidra till ökad medvetenheten om stressfaktorer samt förmedla kunskap om stresshantering.

Idag är en stor bidragande faktor till stress just sociala medier vilket gör det till en utmaning att bygga upp en närvaro som inte går emot företagets egna värderingar.

Det är känsligt och ligger stor vikt i beteendet företaget har på kanalerna. För att skapa en pålitligt och trygg grund där företaget upplevs som transparent är det avgörande att välja bort säljande marknadsföringskoncept och istället främja ett kommunicerande förhållningssätt där man bjuder in till dialog och interaktion.

Den strategiska planen ska betraktas som dynamisk. Det är i nuläget för tidigt att analysera statistiken eftersom företagskontona precis skapats. Med tiden kommer uppföljningar göras för att bekräfta vad som fungerar och utvärdera eventuella brister. På så sätt kan man ta fram ändringar att tillämpa med den befintliga strategin för att utveckla företagets kommunikation på sociala medier. Annonsering kommer först bli aktuellt efter testperioden, som beskrivs senare i denna strategi.

Då användandet främst sker via mobila enheter är det viktigt att hemsidan är responsiv, vilket betyder att hemsidan anpassas efter den enhet som används.

Nulägesanalys

I nuläget har NB Coachning inga företagskonton på sociala medier. Men det finns ett behov av att skapa en digital närvaro på sociala medier.

Syfte

En viktig del i framtagandet av en social media strategi är att klargöra vad som är syftet med närvaron på sociala medier. Syftet är att skapa varumärkeskännedom och en relation med potentiella kunder.

Mål

Målet med en närvaro i sociala medier är att öka trafiken till hemsidan samt lära känna sin målgrupps beteende på sociala medier. Detta kommer mätas genom interaktionsgrad, antalet nya följare, gillamarkeringar, delningar och kommentarer. Med hjälp av KPI:er skapas bättre förutsättningar för att hitta mönster och samband mellan olika aktiviteter. Resultatet ska sedan fungera som en kompass för att navigera marknadsaktiviteterna och påverka hur de förändras över tid.

Målgrupp

NB coachning erbjuder stresshantering både för företag och privat samt livsstilscoachning för privatpersoner. För att kunna specificera vem kunden är, delas därför företagets tjänster stresshantering och livsstilscoachning in i följande målgrupper:

STRESSHANTERING FÖR FÖRETAG

NB coachning vänder sig till män och kvinnor mellan 30 - 60 år med positioner som chefer, inom HR och personalansvariga på medelstora och stora företag runt om i Sverige. NB coachning vill huvudsakligen nå personer som har ett intresse utav hur stress påverkar oss, hur man kan arbeta förebyggande mot stressrelaterad ohälsa samt har en drivkraft att främja och förbättra företagsklimatet.

STRESSHANTERING PRIVAT

NB coachning vänder sig till män och kvinnor mellan 25 till 55 år som upplever att stressen påverkar dem på ett negativt sätt och som känner ett behov av bättre balans mellan arbete- och privatliv. De söker motivation och vägledning samt har ett intresse av hur man själv kan påverka och arbeta förebyggande mot stressrelaterad ohälsa.

LIVSTILSCOACHNING PRIVAT

NB coachning vänder sig till män och kvinnor mellan 25 till 55 år som vill uppnå små som stora förändringar. Dessa personer drivs av självförverkligande, söker bekräftelse i sina val och har ett intresse för ökad livskvalitet. Personerna i denna målgrupp befinner sig ofta i formativa faser i livet som involverar viktiga beslut som exempelvis boende och arbete m.m.

Kanalval

För att nå målgruppen har två kanaler valts, Facebook och LinkedIn. Eftersom NB coachning är ett nystartat företag finns behovet av att skapa företagssidor på respektive kanal. När företagsprofilerna är skapade bjuds i första hand det befintliga kontaktnätet in, detta för att generera en organisk spridning. Valet av kanalerna baseras dels på vart målgruppen befinner sig och dels på segmenteringsmöjligheterna som medkommer för respektive kanal.

FACEBOOK

För att metodiskt bygga upp en närvaro på Facebook med bakomliggande utmaning i att sociala medier medför stress har tonaliteten noga anpassats efter målgruppen.

I stället för att skylta med företagets tjänster, vill NB coachning främja till dialog och interaktion på företagssidan. Förhållningssättet har som syfte att skapa förtroende för potentiella kunder, där ett genuint utbyte och intresse ska stå i centrum mellan användare och företag. Detta skapar även goda förutsättningarna för en ökad trafik till hemsidan.

LINKEDIN

Jämfört med Facebook framstår LinkedIn som ett betydligt mer professionellt forum där en central del är att bredda sitt nätverk i en arbetsrelaterad miljö. Fördelen är att användarna har ett mindset som gör dem mer mottagliga för ett innehåll där företaget, Nina och hennes expertis lyfts fram. Nina kommer behöva hjälp med att sätta upp ett konto för sig själv samt en företagssida för NB coachning som är kopplad till henne. Att finnas på LinkedIn kommer göra det möjligt att hitta potentiella kunder men även för andra företag och personer att hitta Nina och NB coachning.

Facebook

Seriösa personer och företagssidor inom samma branch.

Följ

Seriösa personer och företagssidor inom samma branch och deras innehåll.

Gilla

Relevanta artiklar från andra sidor, föreläsningar och event inom temat stresshantering och livsstilscoachning.

Dela

Länkade artiklar med intressant läsning, föreläsningar, tips på böcker, podcasts, tv-program inom temat **stress, hälsa och motivation.**

Inlägg

LinkedIn

Seriösa personer och företagssidor inom samma branch.

Följ

Seriösa personer och företagssidor inom samma branch och deras innehåll.

Gilla

Relevanta artiklar från andra sidor, föreläsningar och event inom temat stresshantering och livsstilscoachning.

Dela

Länkade artiklar med intressant läsning, föreläsningar, tips på böcker, podcasts, tv-program inom temat **stress, ledarskap och gruppdynamik.**

Inlägg

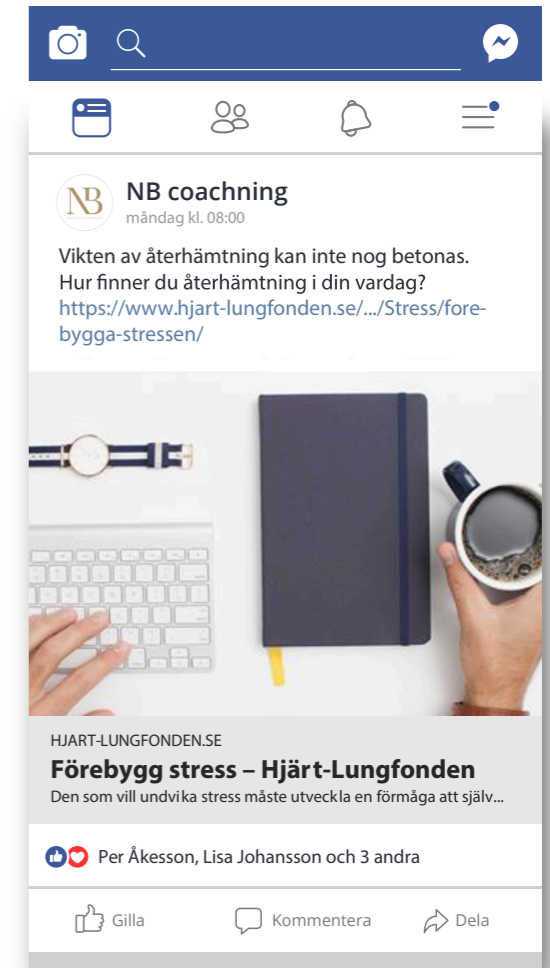
Publiceringsschema

Publiceringsschemat ska under sex månader köras som en testperiod för att skapa möjligheten till att samla data om när målgruppen interagerar med innehållet som mäts i form av gilla, dela och kommentera. För att bredda underlaget vid utvärdering kommer testperioden vara uppdelad på sex block där publicering av inlägg gör enligt schema med specifik tid och dag i veckan. Dessa kommer sedan jämföras med varandra för att hitta den mest optimala tid och dag anpassat utefter målgruppens aktivitet på företagssidan. Resultatet av den här testperioden analyseras även i syfte att få en överblick och för att kunna kartlägga vilken typ av innehåll målgruppen tar till sig.

		v. 1							v. 2							v. 3							v. 4						
		Må	Ti	On	To	Fr	Lö	Sö	Må	Ti	On	To	Fr	Lö	Sö	Må	Ti	On	To	Fr	Lö	Sö	Må	Ti	On	To	Fr	Lö	Sö
BLOCK 1	FACEBOOK	●																											
	LINKEDIN		○																										
BLOCK 2	FACEBOOK		●																										
	LINKEDIN		○																										
BLOCK 3	FACEBOOK			●																									
	LINKEDIN			○																									
BLOCK 4	FACEBOOK				●																								
	LINKEDIN				○																								
BLOCK 5	FACEBOOK					●																							
	LINKEDIN					○																							
BLOCK 6	FACEBOOK						●																						
	LINKEDIN						○																						

- 8-10:00 ● Artiklar - dessa ska vara anpassade utefter målgrupp och kanal.
- 10-12:00 ○ Tips på tv-program, böcker, podcast - dessa ska vara anpassade utefter målgrupp och kanal.
- 12-14:00 ● Föreläsningar, detta är ett bonus inlägg som publiceras en gång i veckan utöver planerade inlägg, max tre gånger innan förfallodatum, med förutsättning att NB antingen tipsar eller håller i en föreläsning.
- 14-16:00
- 18-20:00

Inläggsexempel



NB coaching:

- är personliga men inte privata.
- säljer inte, utan tillför värde.
- pratar inte bara om sig själv, hela branschen är intressant.
- inspirerar, det gör företaget intressant.



NB

LIVSSTILSCOACH & STRESSPEDAGOG

Nina Bengtsson

+46 708 66 38 99 / info@nbcoachning.se / www.nbcoachning.se