

Praktisk produkt

Social medie strategi

Bigum metoden



Storkøbenhavn

Maria Mosegaard Hansen

Persona

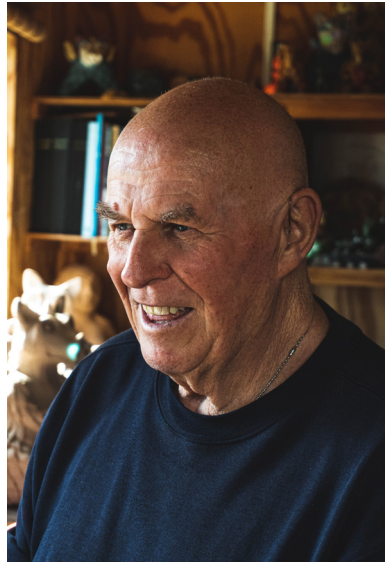
Generalt

John på 60 år, gift med Gitte - har 2 døtre i slut 20'erne. Han har arbejdet som specialarbejder og har lavet asfalt og andet for kommunen, siden han blev udlært som 18-årig.

Social medier

På Facebook følger han FDM, Brøndby IF, TV2, DR, Bilbasen, AC/DC, Socialdemokratiet.

Han bruger tid på sociale medier over morgenkaffen, i frokostpausen, når han lige er kommet fra arbejde, og når han skal til at sove.



Hensigtserklæring

3F Storkøbenhavn er på Facebook for at blive mere tydelige i lokalsamfundet, især når det kommer til politiske spørgsmål. Og for at virke mere nærværende overfor medlemmer, men også skaffe nye medlemmer.

Formålsparagraf

Følg os på Facebook for at få nyheder fra afdelingen, opdateringer om begivenheder, der bliver afholdt, politiske opdateringer, der er relevante for lige præcis vores medlemmer, og historier om medlemmer som man kan spejle sig i.

Opnå/drømmer om

- John kunne godt tænke sig at vide mere om politik i hans kommune
- Blive tillidsmand på arbejdet, møde andre der også går op i fagbevægelsen og har en interesse i lokalpolitik.

Undgår/frygter

- At han er til gene eller irriterende, hvis han vil have mere med fagforeningen at gøre.

Han er i tvivl om

- Hvordan bliver jeg mere engageret i min fagforening?
- Hvad er mine rettigheder når jeg er medlem af fagforening?
- Hvordan lønforhandler man?

Myter han tror på

- At fagforeninger kan være lidt dovne, hvor folk bare sidder på deres flade.
- At folk i fagforeninger er lidt "højryvede"/"elitære", de ser ned på "den lille mand"
- De alle sammen er akademikere og bureaukrater.

Hvem gør hvad?

Leder

Tager det store ansvar om vejledning og overtager i tilfælde af sygdom og ferie. Kan også hjælpe med at svare og styre SoMe. Sørger for at lave liste med folk i forskellige ansvars områder i fagforeningen, så den SoMe ansvarlig ved hvem de skal skrive til, for at få svar på forskellige spørgsmål.

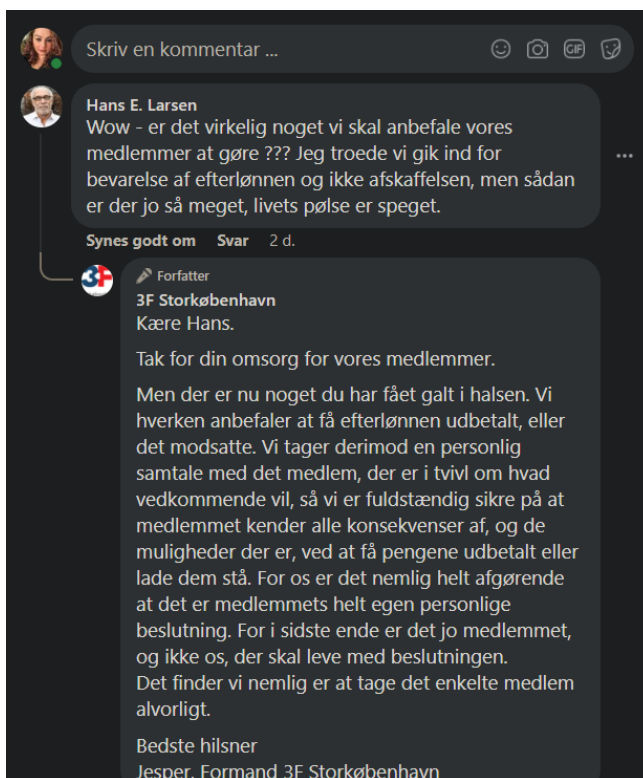
SoMe ansvarlig

Ansvar for posting, annoncering, og monitoring af kommentarene. Skal også finde dem, der skal skrives til, hvis der er spørgsmål. Skal monitorere interne og eksterne SoMe grupper, for at sikre at der ikke går viden eller historier tabt. Skabe content til Facebook siden, Nyhedsbrev samt hjemmesiden.

Formand

Skal komme med kommentar på store emner, samt vise sin faglige viden på siden, for at skabe dialog, diskussioner, eller opklare misforståelser.

Eksempel



Tone of voice

Da vi arbejder med lavt uddannet folk, nytter det ikke at vi bruger tung akademisk sprog. Det skal være let læseligt, nemt og ligetil.

Vi bruger gerne emojis, men passer på med at bruge emojis, der kan blive misforstået.

Den SoMe ansvarlige, læser svar fra formand og andre ansatte for at sikre at tonen i svarene ikke kan misforstås eller kan lyde for hård. Så sikre vi at der ikke opstår situationer, som kunne have være undgået.

Synliggøre responstid

Vi hjælper medlemmerne, med generelle spørgsmål. Vi sagsbehandler ikke over Facebook, da vi arbejder med personfølsom data, fx efterløn, uddannelse mm,

Vi svare så hurtig som vi kan, og skriver hvis vi er i gang med undsøge deres spørgsmål, hvis det tager længere tid.

Eksempel

Kortlæg samtaler

Den SoMe ansvarlige skal holde øje med “egne” kanaler. Det store ansvar ligger på 3F hovedside på facebook.

Men hun skal dog stadig monitorere, de andre fagforeninger, regionsgrupperne og de store grupper alligevel. Hun skal holde øje med sager der kører, eller fange historier, som kan/skal gives videre til den store 3F Facebook gruppe, eller kan vinkles til deres side.



Kortlæg nøglepersonen i samtalerne

Vi skal holde øje med de positive og negative samtaler, der foregår på hovedsiden, så vi hele tiden er med i loopet om hvad der sker.

Hun skal finde 3F historier, som er relevante for deres lokal området, som de kan bruges til content. Der kan være historier i større medier om medlemmerne eller emner i deres område, som de kan bruge til vidensdeling, eller give fokus på en større historie.

Hvordan kan de positive samtaler genskabes?

Nudging til events: Kaffekoppen, et logo man kan stå ved siden af til events.

Konkurrencer: Har de allerede været i gang med, det gik godt. Klart noget de vil prøve igen.

Freebies: Kan bruges i forbindelse med nyhedsbrevstilmeldinger.

Effektivitet: De går meget op i at svare så hurtig som de kan, derved sikrer de også at medlemmerne føler sig hørt.

Brugbart content: Siden bliver brugt til at fortælle de gode historier, men også at informere eller vejlede om ændringer.

Empati: Viser hvad afdeling og 3F kan gøre for deres medlemmer. Det er en kæmpe rolle i deres historier.

Word of mouth: Når folk har en god oplevelse med deres fagforening, er det noget man deler med kollegarene og på den måde kan vi få folk til at bruge deres fagforening mere.

Hvordan kan negative samtaler undgås?

Negativ omtale om fagforeninger kan ikke undgås.

Det er et politisk felt, de arbejder i og det vil give kontroverser. Så det er klart noget de er opmærksomme på og har forståelse for, kan blive et problem for dem.

De må prøve at have gode salige diskussioner, med medlemmer, og give gode forklaringer for ikke at ende i shitstorme.

Slut