

#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER





**ALGORITMER
FÖRÄNDRAR INTE
SOCIALA MEDIER
MEN DET GÖR
BETEENDEN**

MULTINÄTVERK

9,1

7,9

6,3

5,1

INSPIRATION

INFORMATION



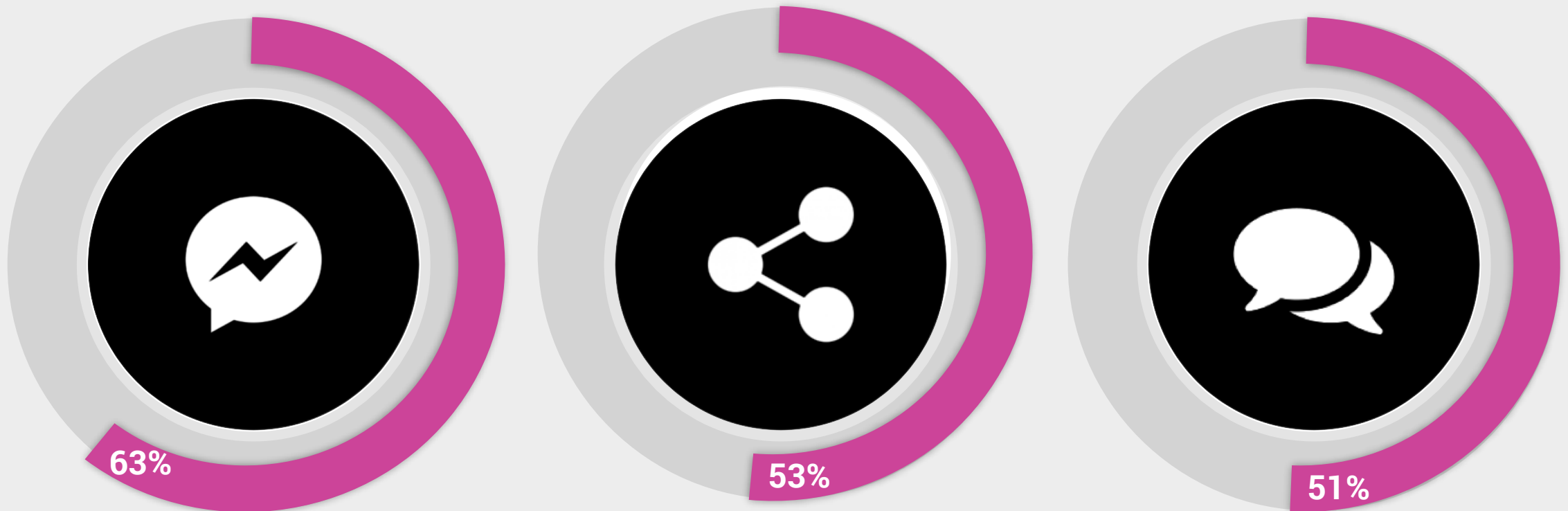
UNDERHÅLLNING



NÄTVERK



DARK SOCIAL



GENERATION X

"Jag skiter i att
det är fake, det är
skitdåligt ändå!"

Födda: 1965-1980



GENERATION Y

"What's in it for me?"

Födda: 1980-1995



GENERATION Z

"Jag ser hellre 10
tre sekunders
klipp än en 30
sekunders video"

Födda: 1995-2010





86% av all plast som du kastar hamnar i Östersjön. Nu är det dags att rädda den innan det är för sent!



5 enkla sätt att minska plastanvändningen i ditt hem och bli en miljöhjälte!



Förra året plockade vi tillsammans 1,6 ton plast från våra stränder. Nu återvänder havssköldpaddan igen!



MAKE SOCIAL MEDIA GREAT AGAIN

- ☐ Mät ditt innehåll
- ☐ Skapa äkthet
- ☐ Hitta din funktion
- ☐ Anpassa innehåll
- ☐ Digitala ekosystem



CONNECTA MED OSS!



Cecilia Victoria Kärrberg



Jenni Laapotti



@digitalsnacka

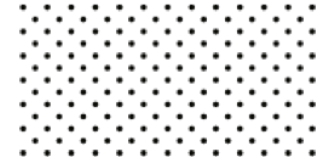


@digitalsnacka



#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER



MÅLSTYRD KÖMMUNIKATION

VIA PAID SOCIAL





REDWAAN
HOSSAIN

NORDIC BRAND COMMUNICATION MANAGER
RUNNING



ADIDAS DIGITAL MANAGER



OMD SOCIAL MEDIA ADVERTISING SPECIALIST



**RESOLUTION MEDIA SOCIAL MEDIA ADVERTISING
SPECIALIST**

MIN AGENDA

#1

INBLICK I STRATEGIN

#2

DIGITAL PUBLISHING

#3

CAMPAIGN SEQUENCING

#4

ANALYS ÖVERSIKT

#5

KEY TAKEAWAYS

HUR SER VÅR STRATEGI UT I
MEDIA OCH HUR TÄNKER VI
KRING MÅLGRUPPER?

VAD INNEBÄR DP OCH
VILKA KPI:ER MÄTER VI?

HUR SER EN
KAMPANJSEKVENSERING
UT?

VILKA VERKTYG ANVÄNDER
VI OCH HUR SER DEN
TOTALA ANALYSEN UT?

VAD ÄR DET VIKTIGASTE
ATT KOMMA IHÅG?



01 INBLICK I **STRATEGIN**



KEY CITY VS. **LOCAL**

KEY CITY

LONDON / PARIS / NEW YORK / BERLIN

LOCAL

NORDICS, SEE, BENELUX, CEE



GLOBAL BRAND
CHANNEL



GLOBAL CATEGORY
CHANNEL



KEY CITY /
COUNTRY CHANNEL



COMMUNITIES



EVENTS



PR



INFLUENCER /
ASSET



GLOBAL BRAND
CHANNEL



GLOBAL CATEGORY
CHANNEL



KEY CITY /
COUNTRY CHANNEL



COMMUNITIES



EVENTS

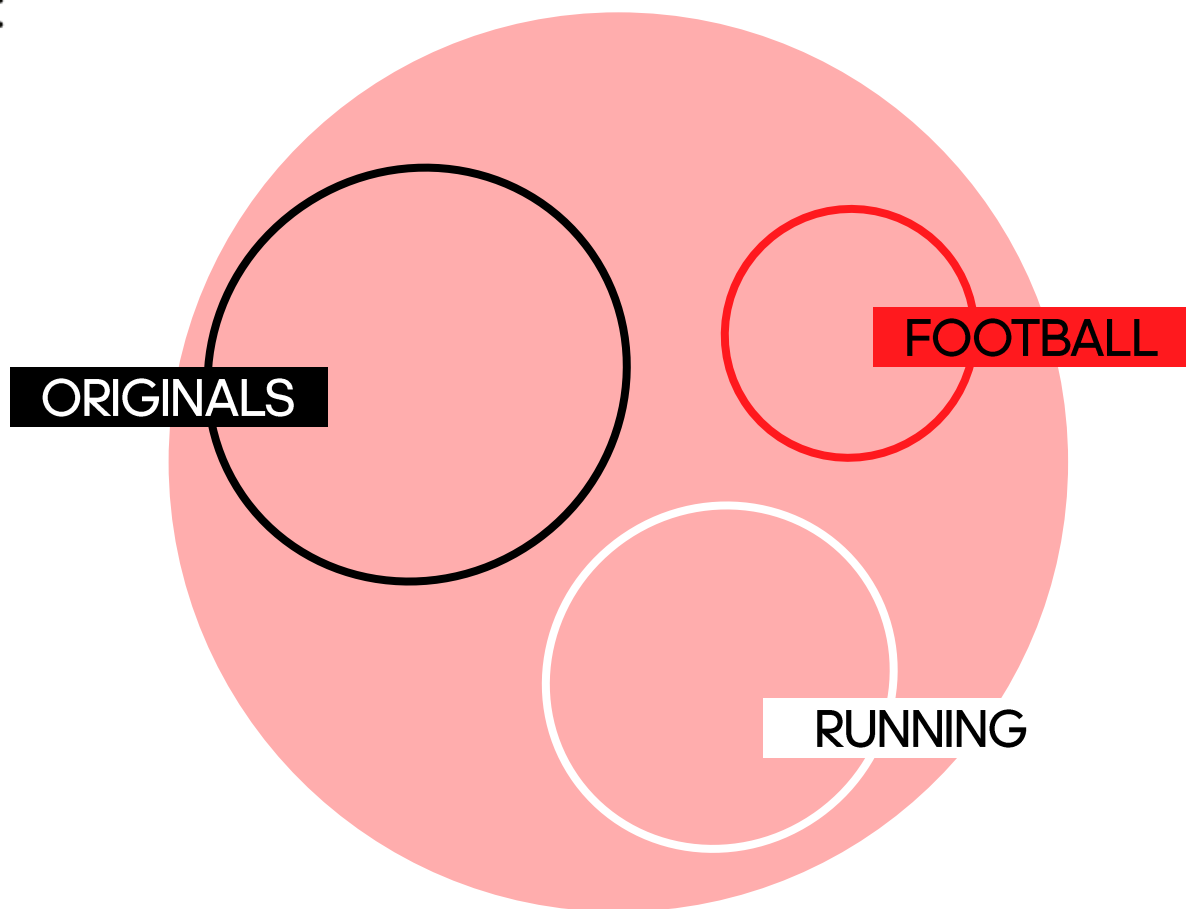


PR

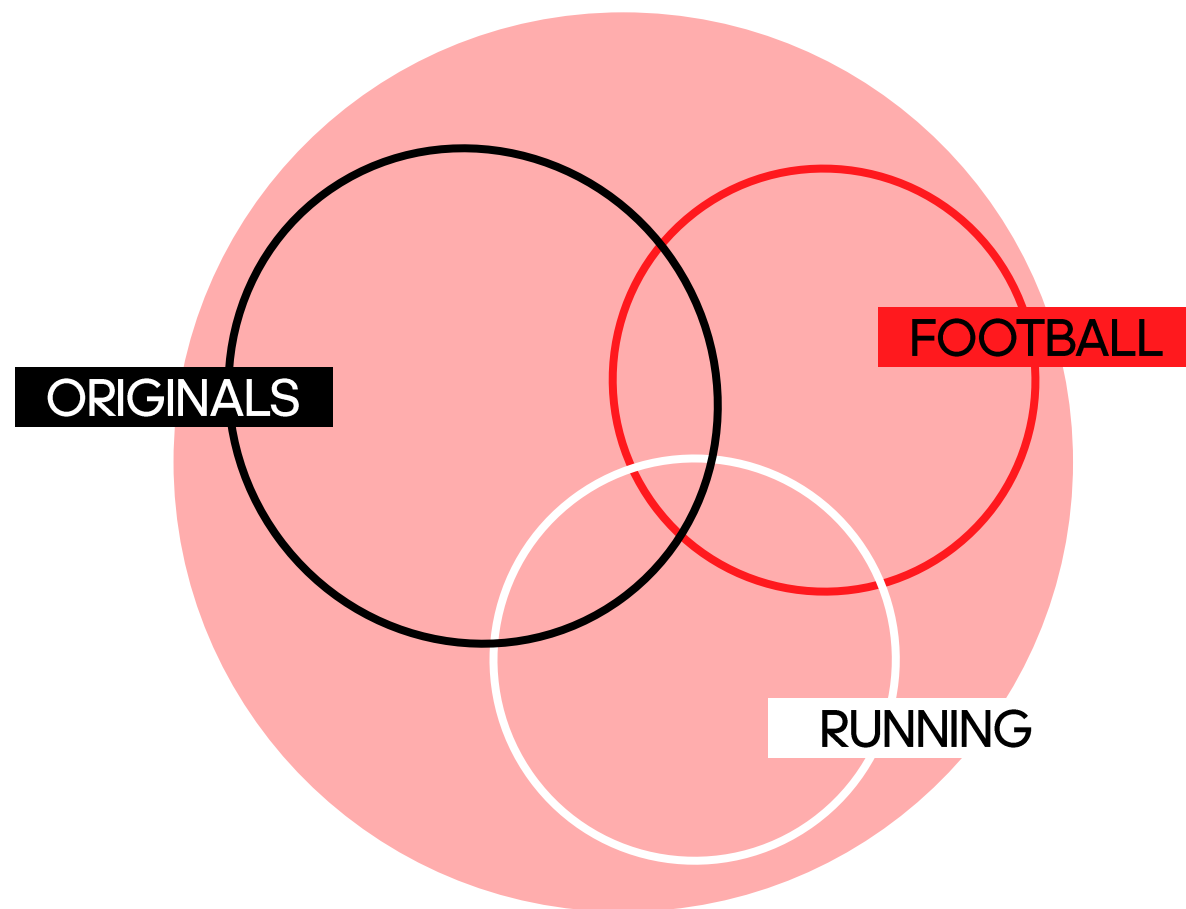


INFLUENCER /
ASSET

VI TRODDE...



MEN EGENTLIGEN...



VÅR MEDIA MIX

FULL MEDIA NEUTRALITET VID KAMPANJPLANERING



OOH



PAID SOCIAL



ONLINE VIDEO



INFLUENCER /
ASSET



DOOH



DISPLAY



PR



SEO/SEM

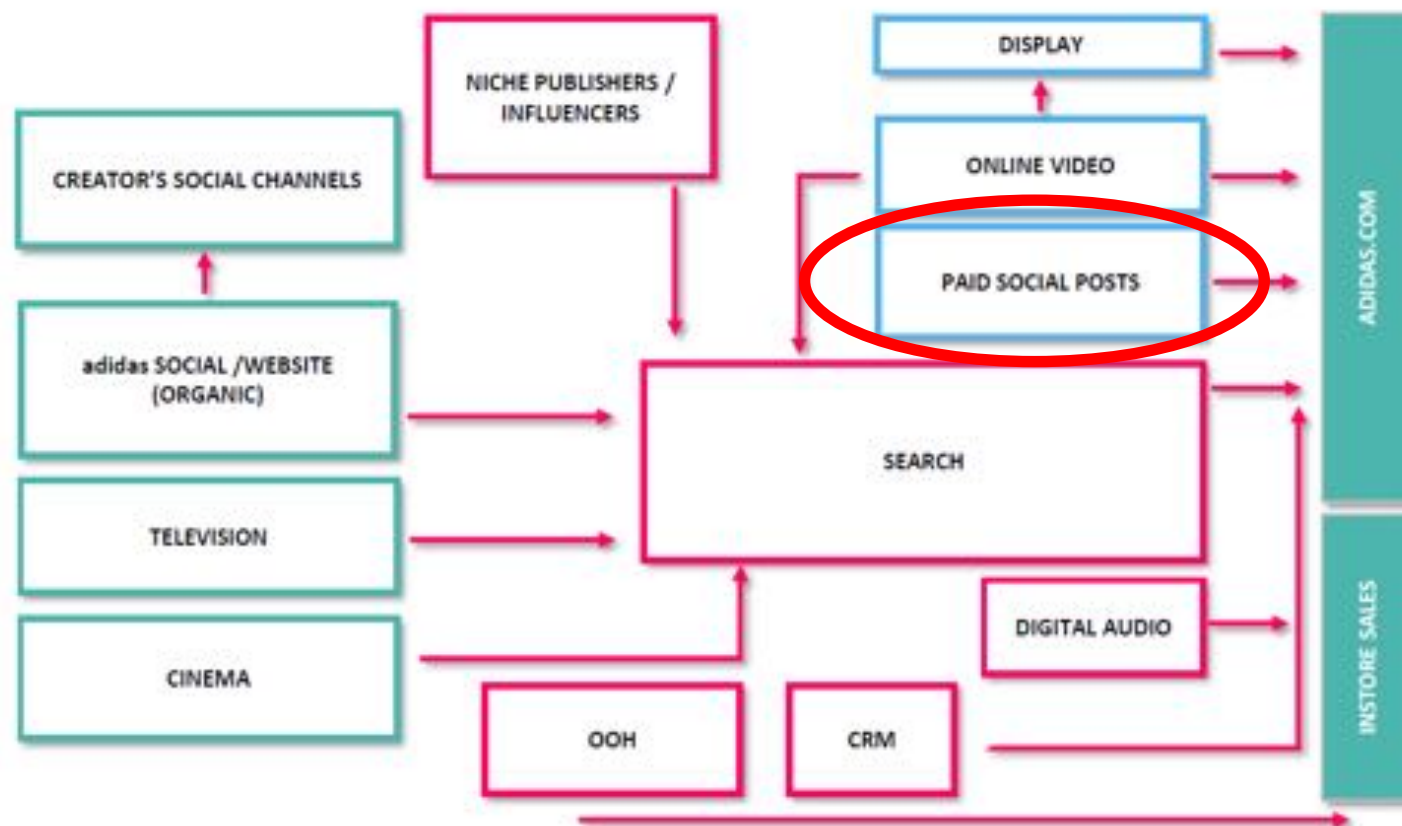


MEDIAPARTNERSKAP



MED FLERA...

VÅR MEDIA MIX



02 DIGITAL PUBLISHING



VÅRA FOKUS KANALER

PAID SOCIAL



FACEBOOK



YOUTUBE



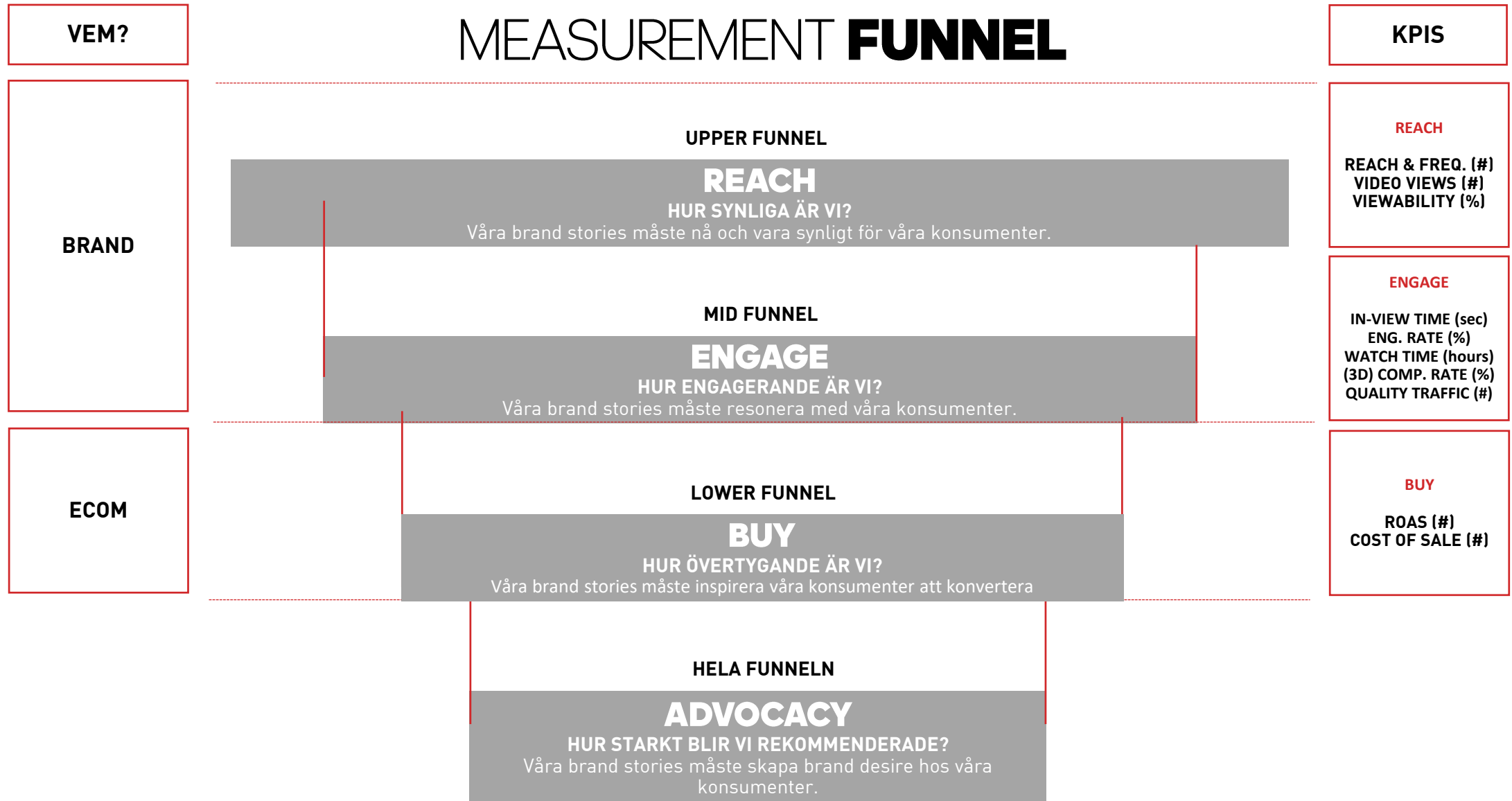
SNAPCHAT



TWITTER



INSTAGRAM



03 CAMPAIGN SEQUENCING



HUR FUNGERAR **CAMPAIGN SEQUENCING?**



Exempel:
Solar Instagram video



OBJECTIVE:

Quality reach med target audience

KPI:

Reach, frequency, viewability, video views.

TARGETING:

Demografi, location, intresse/social interactions.

CONTENT:

Hero film, key visual

PLATTFORM:

Facebook*, Instagram, Snap, YouTube

Exempel:
Solar Facebook Instant Experience



OBJECTIVE:

Driva djupare engagement med target audience

KPI:

Engagement rate, view through rate, in-view time, quality traffic

TARGETING:

Re-market to reach audience + prospecting

CONTENT:

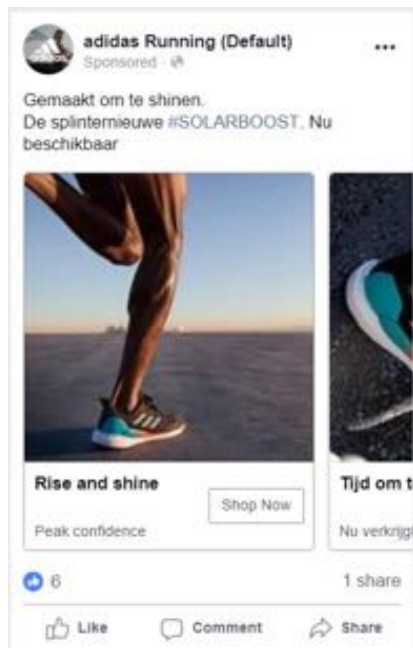
Facebook/Instagram Instant Experience, Snap Lens, Twitter Moment

PLATTFORM:

Facebook, Instagram, Snap, Twitter

BUY I DETAIL

Exempel:
Facebook carousel



Exempel:
Instagram stories



OBJECTIVE:

Drive sales conversions from adidas.com

KPI:

Return on ad spend, Cost of sale

TARGETING:

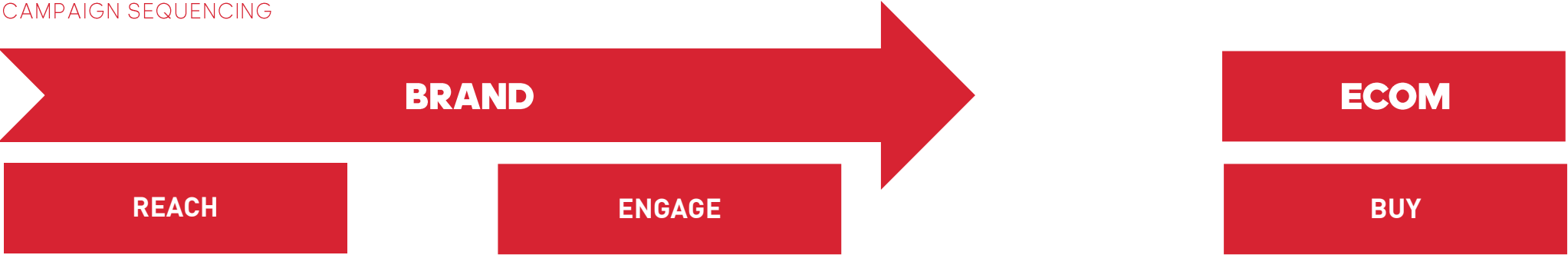
Remarketing till website visits, engaged audience + prospecting

CONTENT:

Facebook PPLA (bild & video), Facebook / Instagram carousel & Instagram stories.

PLATFORM:

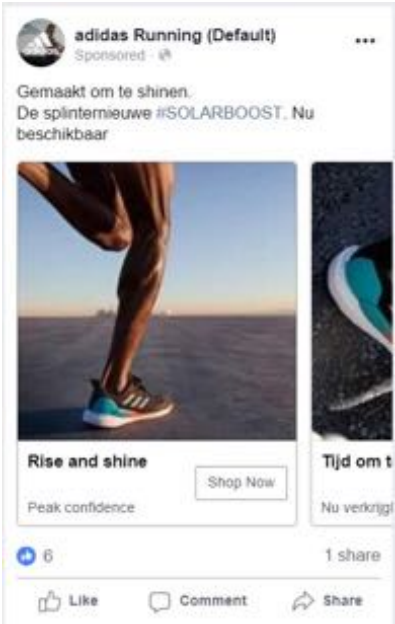
Facebook & Instagram



HERO VIDEO



FACEBOOK INSTANT
EXPERIENCE



RE-MARKETING

04

ANALYS

ÖVERSIKT



TOOLBOX

VÅRA FYRA VIKTIGASTE VERKTYG SOM HJÄLPER OSS ATT SAMLA IN DATA



FACEBOOK
BUSINESS MANAGER



INTEGRAL
AD SCIENCE



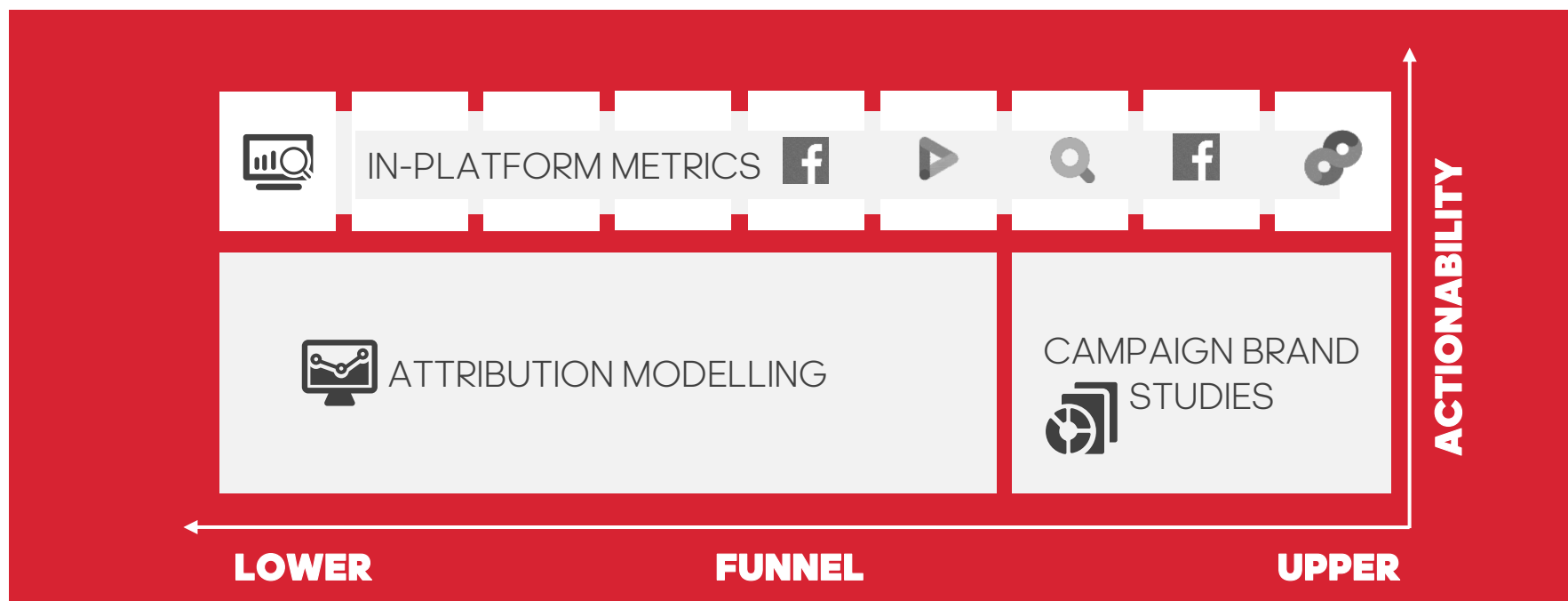
GOOGLE
ANALYTICS



CAMPAGIN MANAGER

ÖVERSIKT

OLIKA RAPPORTER SOM HJÄLPER OSS ATT FÖRSTÅ VÄRDET AV PAID SOCIAL



05 KEY TAKEAWAYS



KEY TAKEAWAYS



**RÄTT FORMAT
FÖR RÄTT SYFTE**



**FOKUSERA PÅ
TIME SPENT**



**ANNONSER MÅSTE
VARA VIEWABLE**



TACK SÅ MYCKET



REDWAAN HOSSAIN



IAMREDWAAN





#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER





#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER

KAFFEROSTERIET

LÖFBERGS

ETABLERAT

1906

A photograph of two young women standing in profile, looking out over a vast, dry field under a clear sky. The woman on the left is wearing a dark beanie and a light-colored jacket. The woman on the right is wearing a light-colored jacket. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and a lens flare effect. The text "Next Generation" is overlaid in the center of the image.

Next Generation



Next generation farmers



Next generation consumers



SEGRAR OCH VIKTIGA HÄNDELSE UNDER 2018/2019



Internationellt utvecklingsprogram för **ÄRÖRSGRÖN** och **ÄRÖRSGRÖN** i samband med viktiga miljöcertifikat för att säkerställa att alla våra produkter är grönare.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **ÄRÖRSGRÖN** och **ÄRÖRSGRÖN** i samband med viktiga miljöcertifikat för att säkerställa att alla våra produkter är grönare.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.

SEGRAR OCH VIKTIGA HÄNDELSE UNDER 2018/2019



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.



Internationellt utvecklingsprogram för **INTERNATIONAL COFFEE EXCHANGE** med en tydlig förståelse för våra gemensamma värderingar.

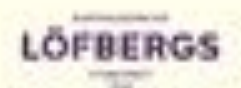
Redan 1992 antog vi vår första miljöpolicy. Sedan dess har vi jobbat med konkreta mål och åtgärder på hållbarhetsområdet, både i odlarländer och på hemmaplan.

Swajpa för att se några utdrag ur vår senaste hållbarhetsredovisning!



Uttag på vår senaste hållbarhetsredovisning på Instagram.

(Tjuvtitt, tas ut på onsdag)



Vi fortsätter att utveckla nya, klimatsmarta förpackningar. Idag är **67 procent av allt förpackningsmaterial vi köper in växtbaserat**, och vi jobbar stenhårt mot målet att våra förpackningar bara ska innehålla förnybart eller återvunnet material.



Ekologiskt, Fairtrade och Rainforest Alliance. Idag är **allt vårt kaffe certifierat**. Bra för både människor och miljö. Kaffet vi köpte i år bidrog bland annat till att användningen av **kemiska bekämpningsmedel minskade med 200 000 kilo**, och att odlare och kooperativ fick **52,5 miljoner kronor i extra premier**.



Nu har vi minskat vår klimatpåverkan med **50%**. Idag är vårt rosteri i Karlstad faktiskt **ett av Europas mest effektiva**, med koldioxidutsläpp som är **mindre än 0,1 ton per producerat ton kaffe**.



I våra utvecklingsprojekt **förbättra vi småskaliga kaffeodlares möjligheter** att möta klimatförändringar och förbättra sina livsvillkor. Nu har vi nått mer än **80 000 kaffeodlare** i projekt i tolv olika länder.

Ett syfte, vision och ambition
som alla intressenter vill tro på. Över tid.

En inspirerande resa från 1906
via 2019 med sikte bortom 2030.

Vad ska vi vara för vem?
Vad ska vi göra för dem?

Brands take a stand

STARTING-POINT

CULTURE
CREATION

TARGETS / RESULT

Customers
interests

*How do we
want to be
perceived?*

What are our
customers
busy with?

How do we
reach their
feelings?

Customize our
brand for their
interests

Brand value

Vs.

Our
values

*What do we
want to achieve?*

What we
believe in

The changes
we seek to
create

Walk in the front and
inspire to take actions

Brand with
relevance



A warm, dimly lit bar or pub scene. In the foreground, a man with a full beard and a black beanie, wearing a grey and white plaid shirt, holds a glass of beer. To his right, a woman with blonde hair tied back is looking down at her glass. Another person with long blonde hair is partially visible next to her. The background is filled with other patrons, slightly out of focus, creating a sense of a busy, social atmosphere. The lighting is soft and golden, typical of indoor bar lighting.

Kraften i mötet mellan människor

LÖFFBERGS

LÖFFBERGS
NATTEN & KLARFÄR

EXEMPEL:



Klimatångestsamtal



Podcast



webb & sociala kanaler



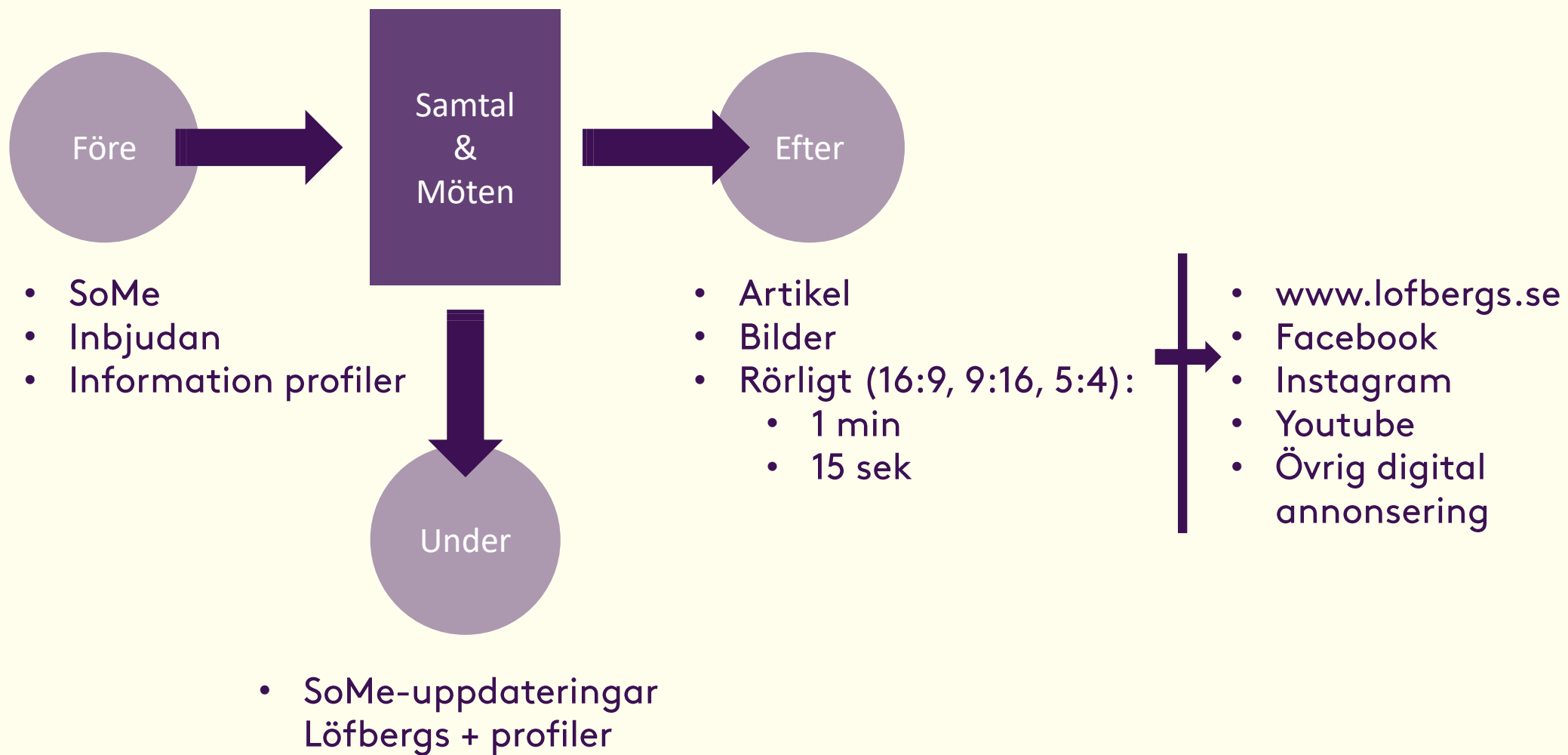


EL P30 Pro

LÖFBERGS

LÖFBERGS

ORGANIC



A photograph of two women sitting at a light-colored wooden table in a kitchen. The woman on the left has long brown hair and is wearing a light green long-sleeved top; she is gesturing with her right hand while speaking. The woman on the right has long dark hair and is wearing a dark blue pinstriped blazer; she is listening attentively. On the table are two white mugs, a wooden cutting board with several golden-brown croissants, and two small glass vases with flowers. The background features a kitchen with light wood walls, a white range hood, open shelves with dishes, a potted plant, a toaster, and a white refrigerator with the brand name 'SMEG' visible at the top.

Syftesdrivet innehåll



<https://www.youtube.com/watch?v=huvQ8IEmcX0>



**I 30 år har vi varit
huvudsponsor till
Färjestad BK.**

<https://www.youtube.com/watch?v=Zs4Vg-tTU38>

Respons?

Så bra! Och glänsande hört bort att det var reklam och blev intresserad av Messiah Hallberg och samtidigt sugen på kaffe.

Wow Hanna! Har kollat igenom alla tre avsnitten nu, och vill bara säga att du känns så närvarande, smart och rolig! Heja dig! Och heja Löfbergs Lila som gör detta möjligt och är med på tåget! Tjoho!

Fantastiskt!! Tycker verkligen om sparkas och tycker såklart väldigt mycket om sig! Kul att Löfbergs vill göra något annorlunda, man får en helt annan känsla för bolaget än om det hade varit ren REKLAM. Heja dig Hanna! PS glöm inte reklammarkera inlägget så det inte blir häxjakt.

ja men JA. Detta var SÅ bra. Älskar att det inte hymlas med att det är reklam, att det liksom får vara kaffereklam OCH viktigt samtal på samma gång. Att Löfbergs får kränga kaffe och att jag samtidigt känner mig fine med det för att det är transparent och görs inom ramen för något vettigt. Är så otroooligt trött på smygreklam och det här är PRECIS så vill jag att reklam ska vara!! Och så viktig diskussion! Tack för det <3

SUPERBRA PRODUCERAT, viktigt på riktigt och samtidigt varumärkestärkande. Sjukt smal balansgång, så imponerad!!

Så jäkla vettigt! All reklam bör vara utbildande?! Hatten av för dig o Löfbergs!

Vilket mysigt koncept! Kul med reklam som samtidigt är vettig och bildande. Riktigt grymt jobbat Hanna, ser fram emot de kommande avsnitten :)

Reaktioner FRÅGAN

👉). Stod där bland snabbkaffena å har såklart ingen aning om vad som e gott å så men ville ha ngt ekologiskt och där stod LÖFBERGS å lyste mitt framför näsan på mig, å ja DEN BLEV D! Pga BRA känsla för dem pga ert samarbete! Kanske kul å höra!!! Ska lyssna på poddis nu. Kram!



Web: Visitors

+42%

347 000

Web: Page views

+42%

797 592

Web: Top week

11 138 visitors

Web: Page speed

-29%



YouTube



800 037 minutes

+284%



Total reactions

17k +19%



Top post (Paid):
Caffeine water
1m reach

Total followers

+33%

Avg. reach (6,9k)

+553%



Impressions

3 396 312

+334%

Profile views (+90%)

50 641



Bianca Ingrosso, Lars Appelqvist, Greta Thunberg, Mia Skäringer och John Mellkvist är årets kategorivinnare i Näringslivets 150 Superkommunikatörer. Storvinnare är Greta Thunberg.

HELA LISTAN: De är Näringslivets 150 Superkommunikatörer

Mäktig och normbrytande
“Löfbergs vd Lars Appelqvist använder sin tyngd av att vara en av näringslivets höjdare för att driva hållbarhetsfrågor och ifrågasätter manlighetsnormer. När andra direktörer spelar golf och plockar hem bonusar förändrar han världen – vilket därtill har varit till fördel för både världen och det stora kafferosteriet i Karlstad.”

”Tidigare i år bjöd Löfbergs vd Lars Appelqvist in Färjestad BK:s elitlag på killmiddag för att diskutera manlighetsnormer på isen och i omklädningsrummet...”

TIPS?

Brands take a stand

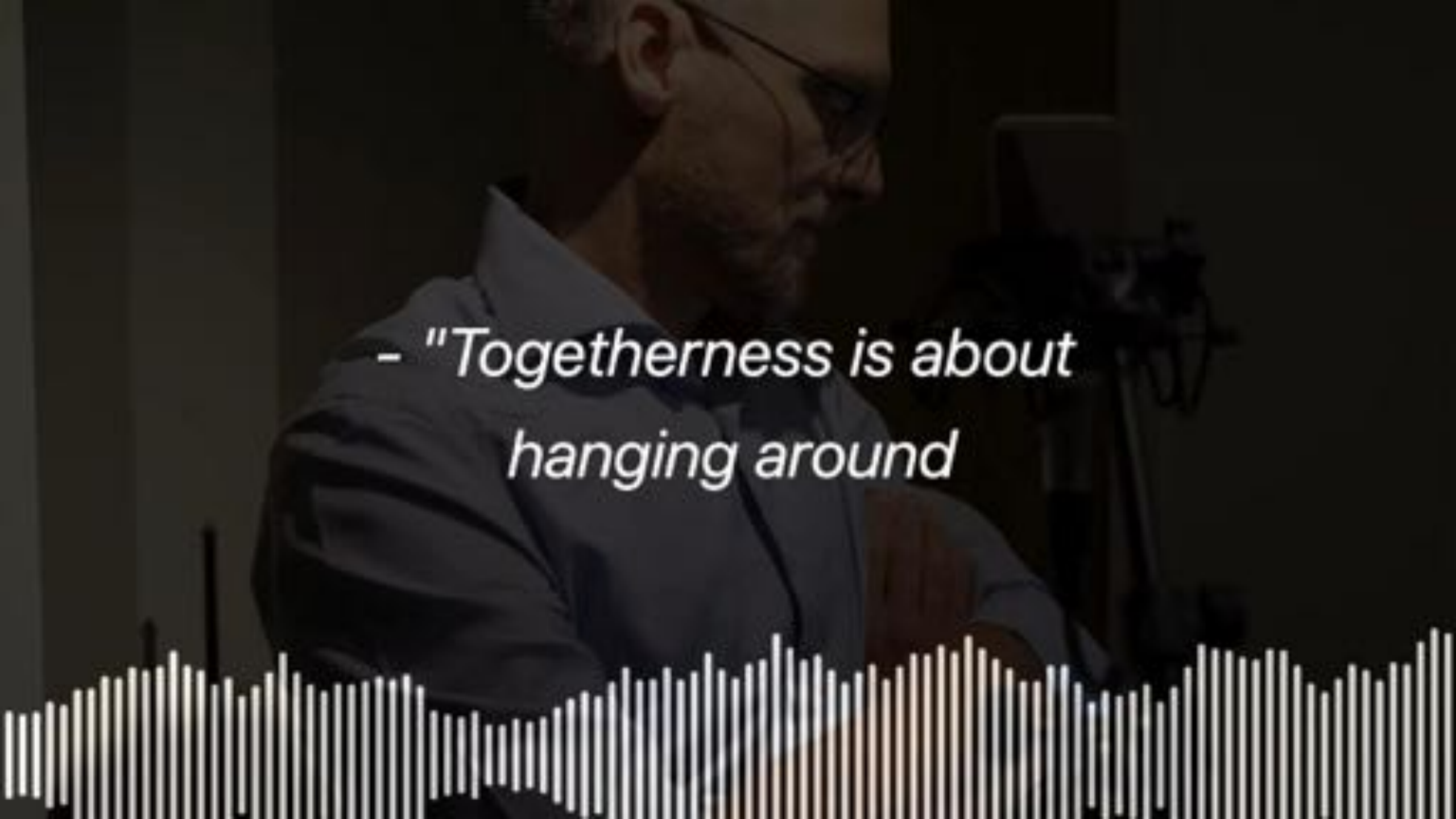


Hej Modelene! Vadå klimatsmartare förpackning?





SELF SERVE COFFEE BAR

A man with glasses and a beard, wearing a blue button-down shirt, is shown in profile, looking down. The image is dark and has a semi-transparent overlay. At the bottom, there is a white bar chart with many vertical bars of varying heights.

- *"Togetherness is about
hanging around"*

Tack!

Sofia.svahn@lofbergs.se

#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER

Nyheter på sociala medier -för barn och med barn



Svenska Yle: Mira Myllyniemi & Sandra Wikstrand



SVENSKA



Hajbo

För lite äldre

REKOMMENDERAS

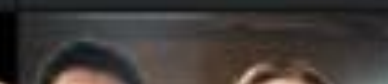
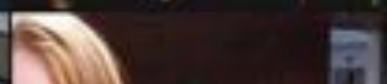
NYASTE

POPULÄRASTE

SISTA CHANSEN

A-O

SNART TILLGÄNGLIGT



Hajbo Nytt

Titta på nyaste

Del

Lägg till som favorit

Vodcast

AVSNITT

Titta nu

På kommande



NOBELPRISEN

2 min

Nobelpristagarna får 9 miljoner kronor som pris

Nobelpriset för fysik, kemi, ekonomi, psykologi och medicin samt litteratur och fred har delats ut för i år.

4 dagar sedan



NÅ PENGARNA INTE RÄCKER TILL

6 min

De utslagnas dag, fattiga barns mående, Happy Birthday Vasa och svenska kungliga barnbarners inkomster

På de fattigas och utslagnas dag ordnas evenemanget "De boendeslössas natt" för att bland annat uppmärksamma de 6500 hemlösa i Finland.

ca 17.10.2018



HÖSTLOV BLIR LÄSLOV?

3 min

Höstlov = läslov, välgörenhetssamfund för klimatet och får Greta Fredspriset?

I dag pratar Alvar och Ella om att höstlovet nu också ska kallas för läslov, att det ordnas en välgörenhetssamfund för klimatet i Finland och om att det nu blir klart om Greta Thunberg får Nobels fr

ca 10.10.2018



NYTTER SOM MAN ÄLSK GLAD AV

4 min

Kolkraftverken har blivit färre, Etiopien slog världsrekord i trädplantering och fredliga protester ger resultat.

I dag pratar Axel och Laura bara om positiva saker som har hänt i världen.

ca 3.10.2018



MÅNGA SKIPPAR SKOLMÄLT

5 min

Allt skippa skolemat och frukost och att skjuta utan ben och blir Finland klimatneutralt till 2035



FÄLSKA FÖJARE PÅ INSTAGRAM

4 min

Fälska följare på Instagram, strejk för klimatet och vad är Diet for a Green Planet.



MILJÖVÄNDIGARE FABRIKER

4 min

Miljövändigare fabriker, öppet hus på presidentens slott och genomsnittliga växlar



SÅ VILL INTE ATT HAN SKA KÖRA

3 min

Ska 15-åringar få köra bil, Road Hour och Amazonas skogsbränder





**2. PRESIDENT
SAULI NIINISTÖ
KÄNDIS PÅ
SOCIALA MEDIER
EFTER BESÖK I
USA**



**NIINISTÖ
TRÄFFADE USA:S
PRESIDENT
DONALD TRUMP
DAR**



Casting i skolor



A photograph of four young girls in a classroom. In the foreground, a girl with long brown hair is smiling. Behind her, a girl with short dark hair is holding a white folder. In the background, two more girls are visible, one holding a dark folder. The word 'Uttagning' is overlaid in blue text in the upper right corner.

Uttagning

Programledarutbildning



Tillstånd

Contract



Regionförvaltningsverket

VAD VI SÖKER:

Få barn uppfyller alla kriterier, men de tre ettorna är viktigast.

1. Utstrålning (levande ansikte och kropp, stadig blick, positiv energi som syns)

1. En stark vilja att vara med

1. Ja-sägare, samarbetsvillig, positiv attityd

2. En viss kaxighet

2. Nyfiken på samhällsfrågor, allmän nyfikenhet

2. Vågar improvisera

2. Gott språk



HAJBO NYTT



IG-NYHETER

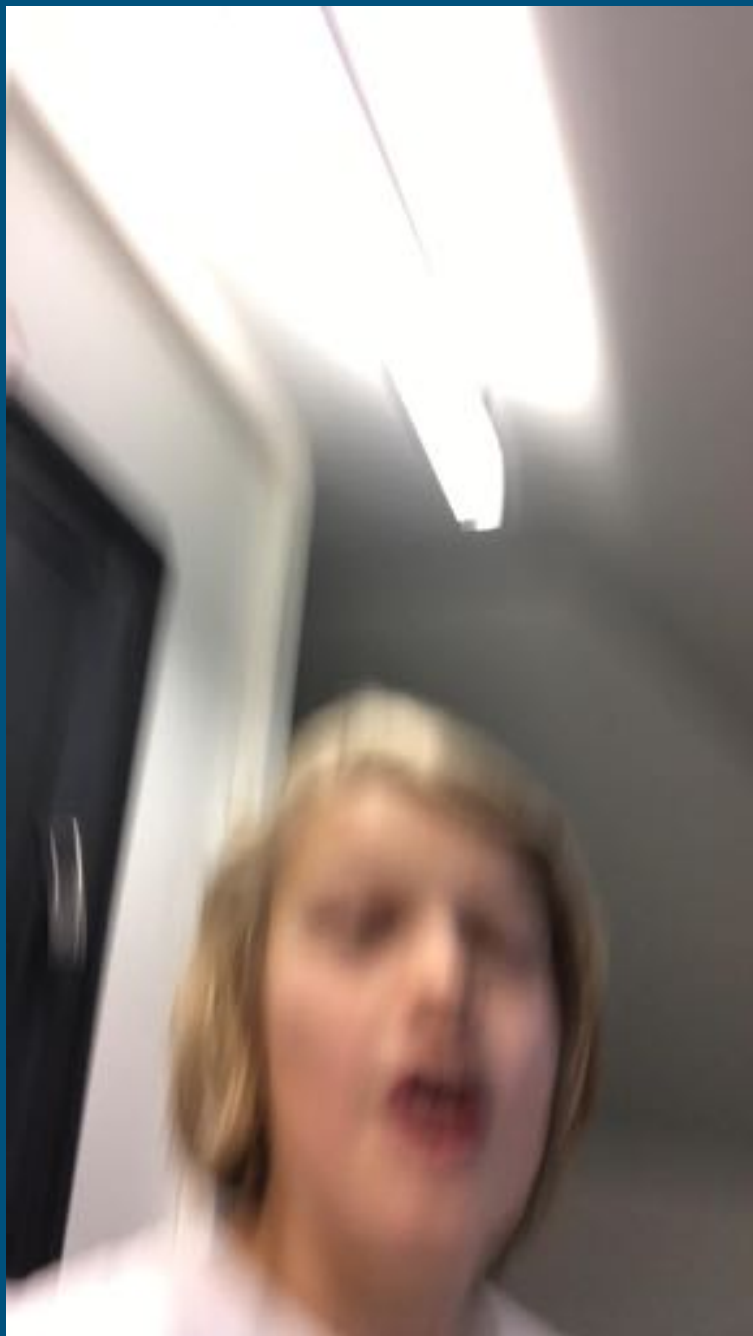


HAJBO NYTT



- Utstrålning
- Attityd

Joonas



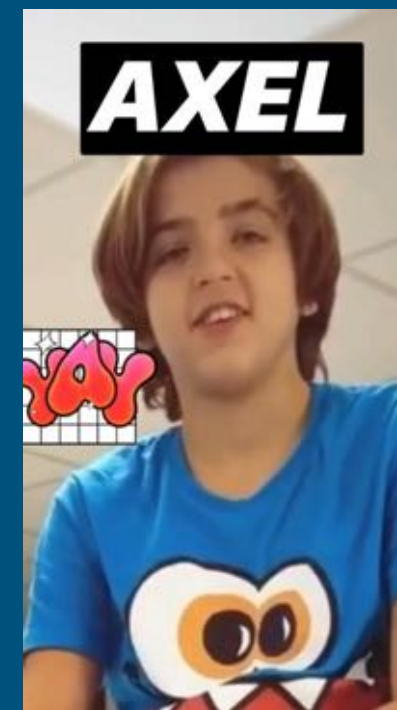
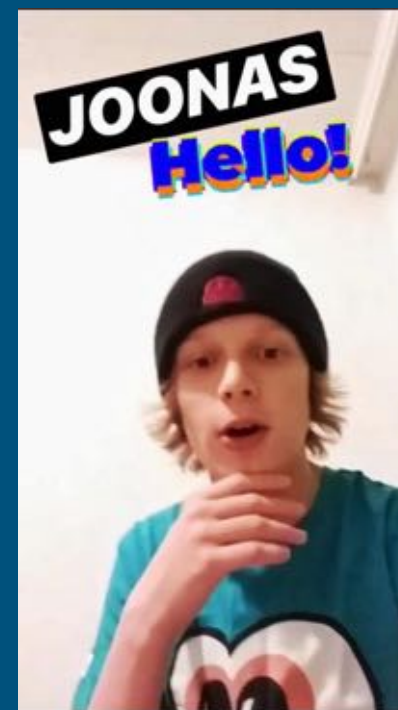
IG-NYHETER

- Gott språk



Ella

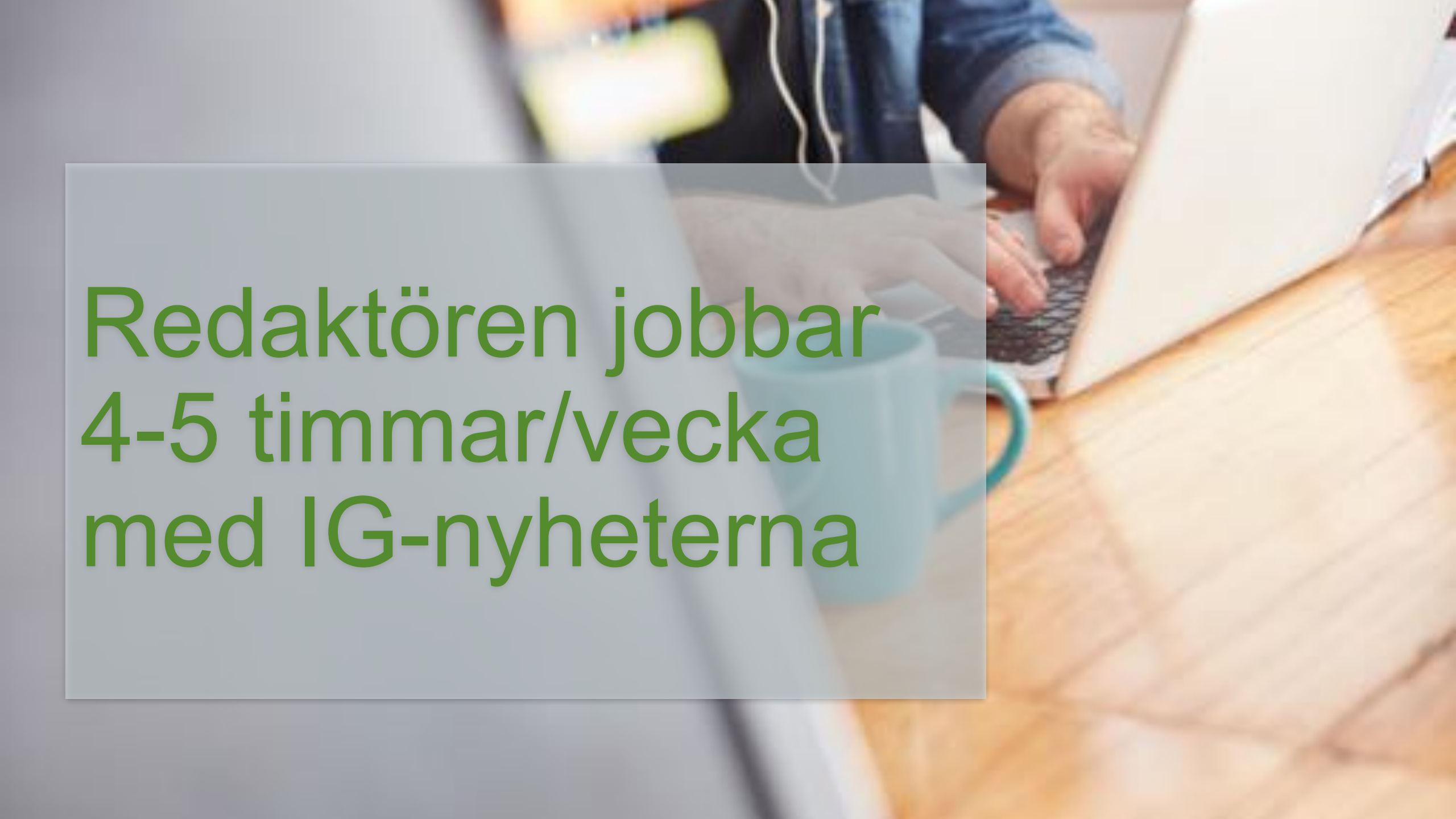






Hur jobbar vi med barnen?



A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a blue hoodie. A light blue ceramic mug sits on the wooden desk in front of the laptop. The background is out of focus, showing more of the desk and the person's arm.

Redaktören jobbar
4-5 timmar/vecka
med IG-nyheterna

A woman with dark, curly hair is smiling and holding a black smartphone with both hands. She is wearing a black top and a necklace with large, colorful circular pendants. The background is a light-colored, textured wall. Overlaid on the left side of the image is white text.

Skriver manus och
skickar det via
Whatsapp till
programledaren

Barnen filmar hemma



Välja nyheter

Välja nyheter



Välja nyheter



Välja nyheter







Bäst resultat
när
programledarna
tycker att det är
intressant



fre 11 okt.

Hej! 😊 Här kommer ditt manus:

13:48 ✓✓

För Gösta Thunberg fick alltid ENTE Sabahs fredspolis i år – trots att hon var förhandssmannen.

Priset gick i stället till Etiopiens premiärminister Abiy (arab: Abi) Ahmed Ali.

Han fick priset för att han har sett till att LÖSA gränskonflikten mellan Etiopien & grannlandet Eritrea.

—

Ses till verkliga ryheter från Mellanöstern.

För Turkiets militär har attackerat ett område i nordvästra Syrien & flera människor har dött eller skadats.

Det här & en konflikt som har att göra med en folkgrupp som kallas för KURDER.

Dem har inget eget land utan bor i flera olika länder i Mellanöstern.

Men dem har nu en tid tillbaka SIVRI OMRÅDET I FRÅGA i nordvästra Syrien – & dem har fått HJÄLP av amerikanska trupper.

O det här tycker grannlandet Turkiet ENTE som eftersom dem som länge har varit fiender med kurderna & vill inte att dem ska styra området.

SÅ när USA:s president Donald Trump flera veckor tidigare beslutat att DRA HEM dem amerikanska trupper från området kunde Turkiet attackera området.

Många tycker att det här var dumt gjort av Trump eftersom alla visste att Turkiet skulle kunna göra så här.

—

O till sin lita sport – för om du ännu inte har hört om den amerikanska gymnasten Simone Biles – så kommer du helt säkert att göra det snart.

För den 22-åriga gymnasten har REDAN NU så många VM-medaljer att hon bara behöver två medaljer till så står hon en rekord.

Den kvinnliga gymnasten som har flest VM-medaljer hittills fick 23 medaljer under hela sin karriär på 1990-talet.

13:48 ✓✓

fre 11 okt.

Hej! 😊 Här kommer ditt manus:

13:48 ✓✓

För Gösta Thunberg fick alltid ENTE Sabahs frestelser i år – trots att han var förhandssmannen.
Priser gick i stället till Etiopiens premiärminister Abiy (arab: Abi) Ahmed Ali.
Han fick priset för att han har sett till att LÖSA gränsskonflikten mellan Etiopien & grannlandet Eritrea.

–

Ses till verkliga ryheter från Mellanöstern.

För Turkiets militär har attackerat ett område i nordvästra Syrien & flera människor har dött eller skadats.

Det här är en konflikt som har att göra med en folkgрупп som kallas för KURDER.

Dem har inget eget land utan bor i flera olika länder i Mellanöstern.

Men dem har nu en tid tillbaka STYRT OMRÅDET I FRÅGA i nordvästra Syrien – & dem har fått HJÄLP av amerikanska trupper.

O det här tycker grannlandet Turkiet ENTE som eftersom dem som länge har varit fiender med kurderna & vill inte att dem ska styra området.

SÅ när USA:s president Donald Trump flera veckor tidigare beslutat att DRA HEM dem amerikanska trupper från området kunde Turkiet attackera området.

Många tycker att det här var dumt gjort av Trump eftersom alla visste att Turkiet skulle kunna göra så här.

–

O till sin lita sport – för om du ännu inte har hört om den amerikanska gymnasten Simone Biles – så kommer du helt säkert att göra det snart.

För den 22-åriga gymnasten har REDAN NU så många VM-medaljer att hon bara behöver två medaljer till så står hon ett rekord.

Den kvinnliga gymnasten som har flest VM-medaljer hittills fick 23 medaljer under hela sin karriär på 1990-talet.

13:48 ✓✓

- Vilka ord som betonas
- Hur vissa ord uttalas
- Annat, t.ex. miner

3. GYMNASTEN
SIMONE BILES =
EN LEVANDE
LEGEND



SIMONE



Super! :) Men några små saker ännu. Norovirus uttalas Nôråvirus, regeringen uttalas rejering 😅😏 och Vladimir Putin är EN AV världens mäktigaste ledare och inte världens mäktigaste. Sedan är det alltid så kul med dina reflektioner så gärna mera sådant, t.ex. om noroviruset (kanske bara någon min t.ex.)

15:00



Det räcker inte med nästan rätt

Det räcker inte med nästan rätt



Det räcker inte med nästan rätt



Det räcker inte med nästan rätt





30 PROCENT av en hade svarat RÄTT i vår instans om Nobels fredspris.

För Gösta Thunberg fick alltså INTE Nobels fredspris i år – trots att hon var förhandlaren.

Priset gick i stället till Etiopiens premiärminister Abiy (amhar: አብይ) Ahmed Ali.

Han fick priset för att han har sett till att LÖSA gränskonflikten mellan Etiopien o

...

Sen till tråkiga sybeter från Mellanöstern.

För Turkiets militär har attackerat ett område i norra Syrien o flera människor har dött eller

skadats.

Det här e en konflikt som har att göra med en folkgupp som kallas för KURDIER.

Dem har inget eget land utan bor i flera olika länder i Mellanöstern.

Men dem har sen en tid tillhållit STYRT OMRÅDET i FRÅGA i norra Syrien – o dem har

gett HJÄLP av amerikanska trupper.

O det här tycker grundandet Turkiet INTE som eftersom dem sen länge har varit färdig med

landerna o vill inte att dem ska styra området.

SÅ när USA:s president Donald Trump flera veckor plöjt att DRÅ HEM dem

amerikanska trupper från området kunde Turkiet attackera området.

Många tycker att det här var dumt gjort av Trump eftersom alla visste att Turkiet skulle

kunna göra så här.

—

O till sist lite sport – för om du ännu inte har hört om den amerikanska gymnasten Simone

Biles – så kommer du helt säkert att göra det snart.

För den 23-åriga gymnasten har REDAN NU så många VM-medaljer att hon bara behövt

två medaljer till så ska hon ett rekord.

Hon 4-åriga gymnasten som har flest VM-medaljer hittills fick 23 medaljer under hela sin

10:04



0:02

10:05



0:03

10:05



0:01

10:05



0:02

10:05



A close-up photograph of a person's hands holding a green smartphone. A white cable is plugged into the bottom of the phone. In the foreground, a pair of white over-ear headphones with black ear pads is resting on a blue, textured fabric bag. The background is blurred, showing a person with long brown hair wearing a red top. The word "Publicering" is overlaid in yellow text on the left side of the image.

Publicering







Finland kommer att
drabbas av orkaner på
grund av
klimatförändringen

SANT

FAKE
NEWS



Finland kommer att
drabbas av orkaner på
grund av
klimatförändringen

SANT

FAKE
NEWS

RÄTT SVAR:
FAKE
NEWS

Finland kommer att
drabbas av orkaner på
grund av
klimatförändringen

SANT

FAKE
NEWS

RÄTT SVAR:
**FAKE
NEWS**

SANT

27%

FAKE
NEWS

73%

**VILKA FÄRGER
HAR DEN
SAMISKA
FLAGGAN?**

Ditt svar:

BLÅTT, VITT & RÖTT	BLÅTT, RÖTT, GULT & GRÖNT
-----------------------	------------------------------

**VILKA FÄRGER
HAR DEN
SAMISKA
FLAGGAN?**

Ditt svar:

BLÅTT, VITT
& RÖTT

BLÅTT, RÖTT,
GULT & GRÖNT

**RÄTT
SVAR:**



**VILKA FÄRGER
HAR DEN
SAMISKA
FLAGGAN?**

Ditt svar:

BLÅTT, VITT
& RÖTT

BLÅTT, RÖTT,
GULT & GRÖNT

**VILKEN DAG
FIRAS SAMERNAS
NATIONALDAG?**

Ditt svar:

6.2

15.5

**RÄTT
SVAR:**



**VILKA FÄRGER
HAR DEN
SAMISKA
FLAGGAN?**

Ditt svar:

BLÅTT, VITT
& RÖTT

BLÅTT, RÖTT,
GULT & GRÖNT

**RÄTT
SVAR:**



**VILKEN DAG
FIRAS SAMERNAS
NATIONALDAG?**

Ditt svar:

6.2

15.5

**RÄTT
SVAR:
6.2**

**VILKA FÄRGER
HAR DEN
SAMISKA
FLAGGAN?**

Ditt svar:

BLÅTT, VITT
& RÖTT

BLÅTT, RÖTT,
GULT & GRÖNT

**RÄTT
SVAR:**



**VILKEN DAG
FIRAS SAMERNAS
NATIONALDAG?**

Ditt svar:

6.2

15.5

**RÄTT
SVAR:**

6.2

**VAD HETER
SAMERNAS
TRADITIONELLA
SÅNGSÄTT?**

Ditt svar:

HAIKU

JOKK

**VILKA FÄRGER
HAR DEN
SAMISKA
FLAGGAN?**

Ditt svar:

BLÅTT, VITT
& RÖTT

BLÅTT, RÖTT,
GULT & GRÖNT

**RÄTT
SVAR:**



**VILKEN DAG
FIRAS SAMERNAS
NATIONALDAG?**

Ditt svar:

6.2

15.5

**RÄTT
SVAR:
6.2**

**VAD HETER
SAMERNAS
TRADITIONELLA
SÅNGSÄTT?**

Ditt svar:

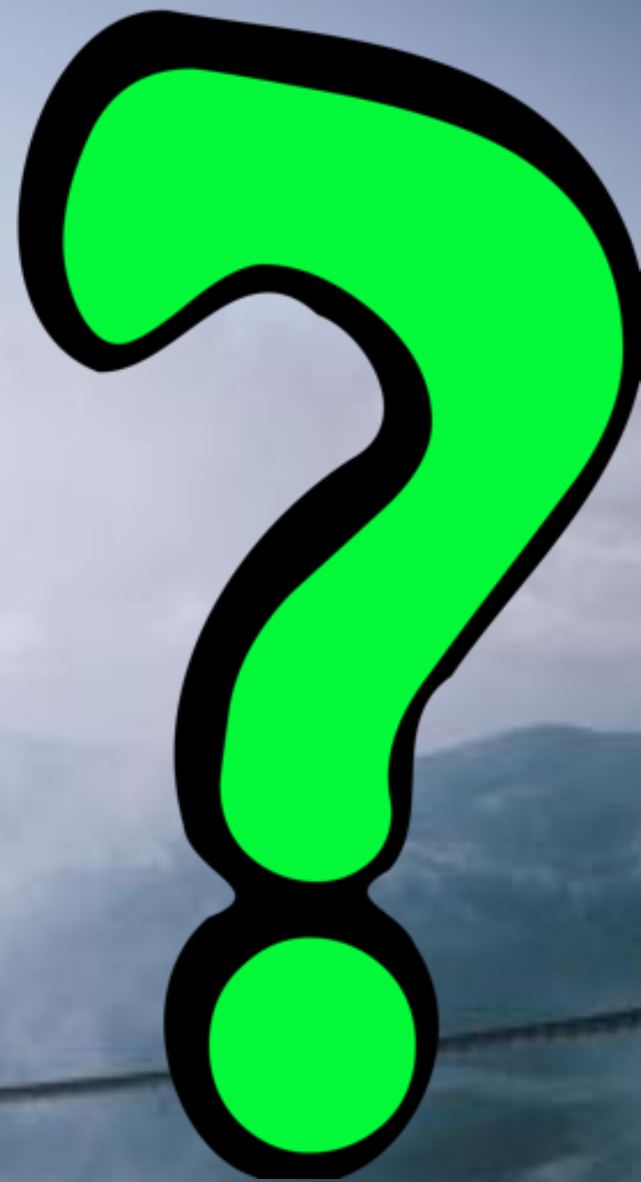
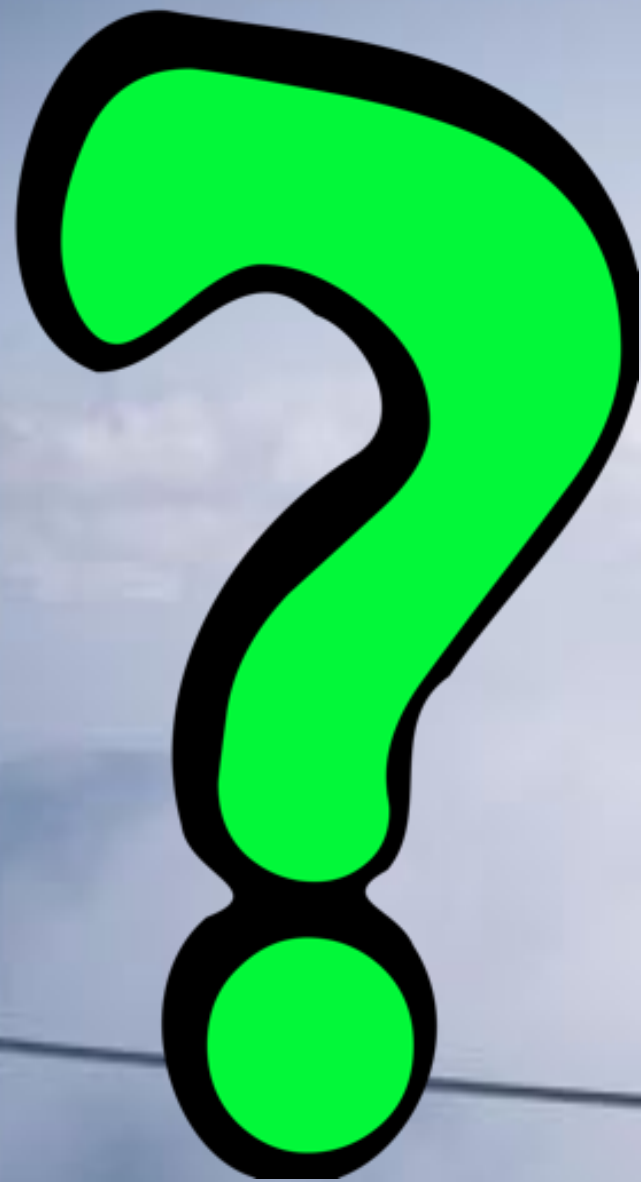
HAIKU

JOJK

**RÄTT
SVAR:
JOJK**









Varje barn har rätt att få tillgång
till information via till exempel
internet, radio och tv”

Barnkonventionen artikel 17



A close-up, high-angle shot of a group of diverse young children, mostly of elementary school age, smiling and giving thumbs up towards the camera. They are clustered together, with some hands and faces in the foreground slightly out of focus, creating a sense of depth and participation. The children are wearing various casual clothing like t-shirts and button-down shirts in colors like blue, yellow, and striped patterns. The background is a plain, light-colored wall.

Tilltalande

yle

svenskayle 5h



**Hundratusentals
människor i nordöstra
Syrien har tvingats fly
undan Turkiets offensiv.**



...

yle

svenskayle 5h



**Hundratusentals
människor i nordöstra
Syrien har tvingats fly
undan Turkiets offensiv.**



...



ylex3mfokus 9h



**Nu ska Indonesien
minska sitt avfall
med hela 70%
fram till år 2025**



**= Förbud av t.ex.
sugrör och
plastpåsar!**

Källa: TT



Skicka meddelande

...



yle

svenskayle 5h



**Hundratusentals
människor i nordöstra
Syrien har tvingats fly
undan Turkiets offensiv.**



...



ylex3mfokus 9h



**Nu ska Indonesien
minska sitt avfall
med hela 70%
fram till år 2025**



**= Förbud av t.ex.
sugrör och
plastpåsar!**

Källa: TT



Skicka meddelande

...



**1. BANANERNA
KAN BLI MERA
SÄLLSYNTA OCH
DYRARE**

**Wait...
What?**





Empowerment

Starkare relation



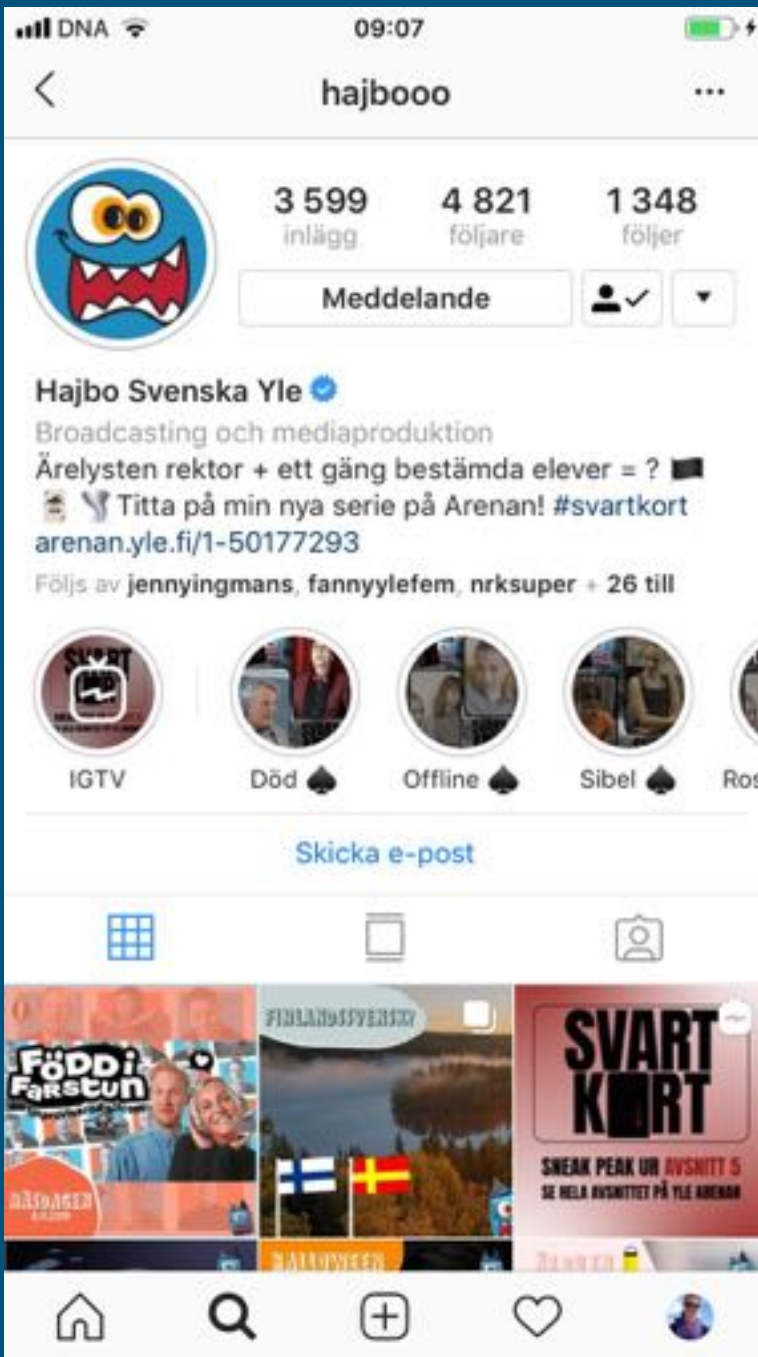


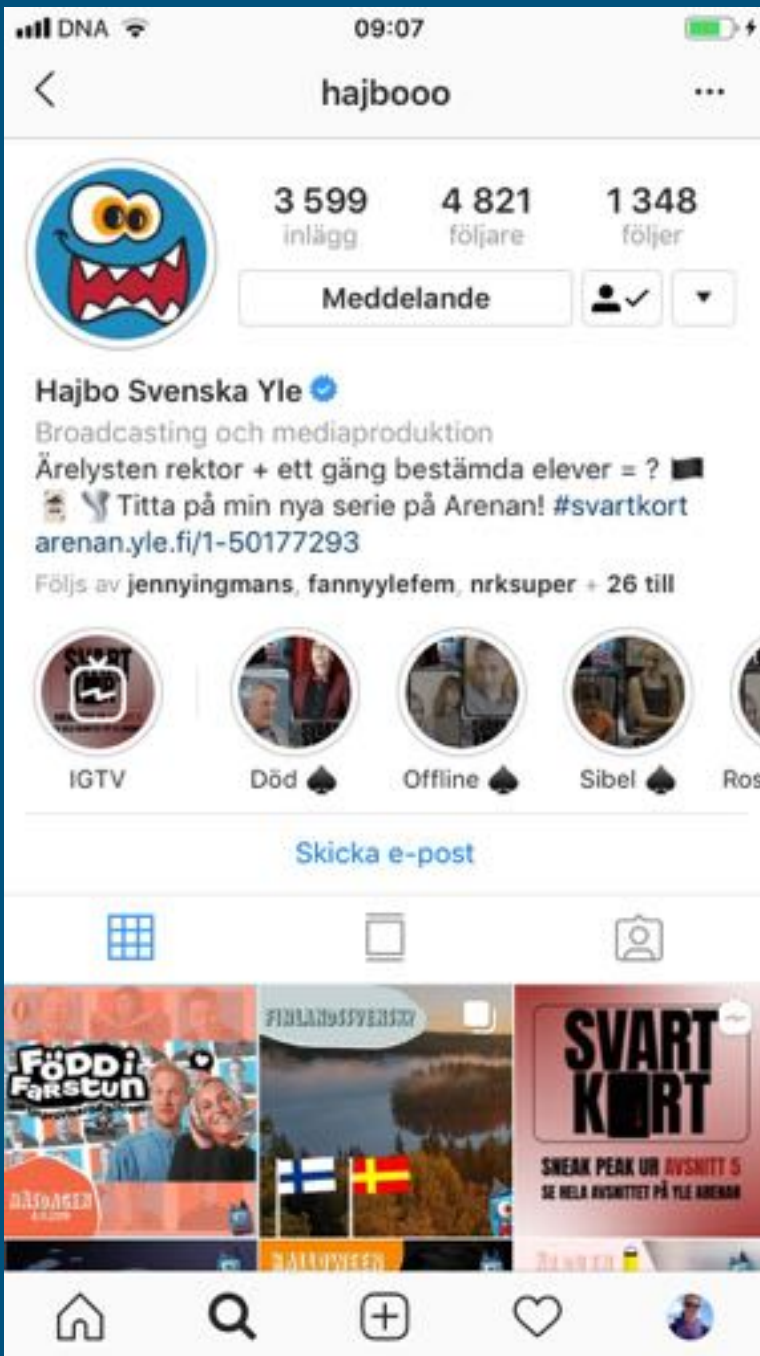
Fokusgrupp



Cirka
3500
13-åringar

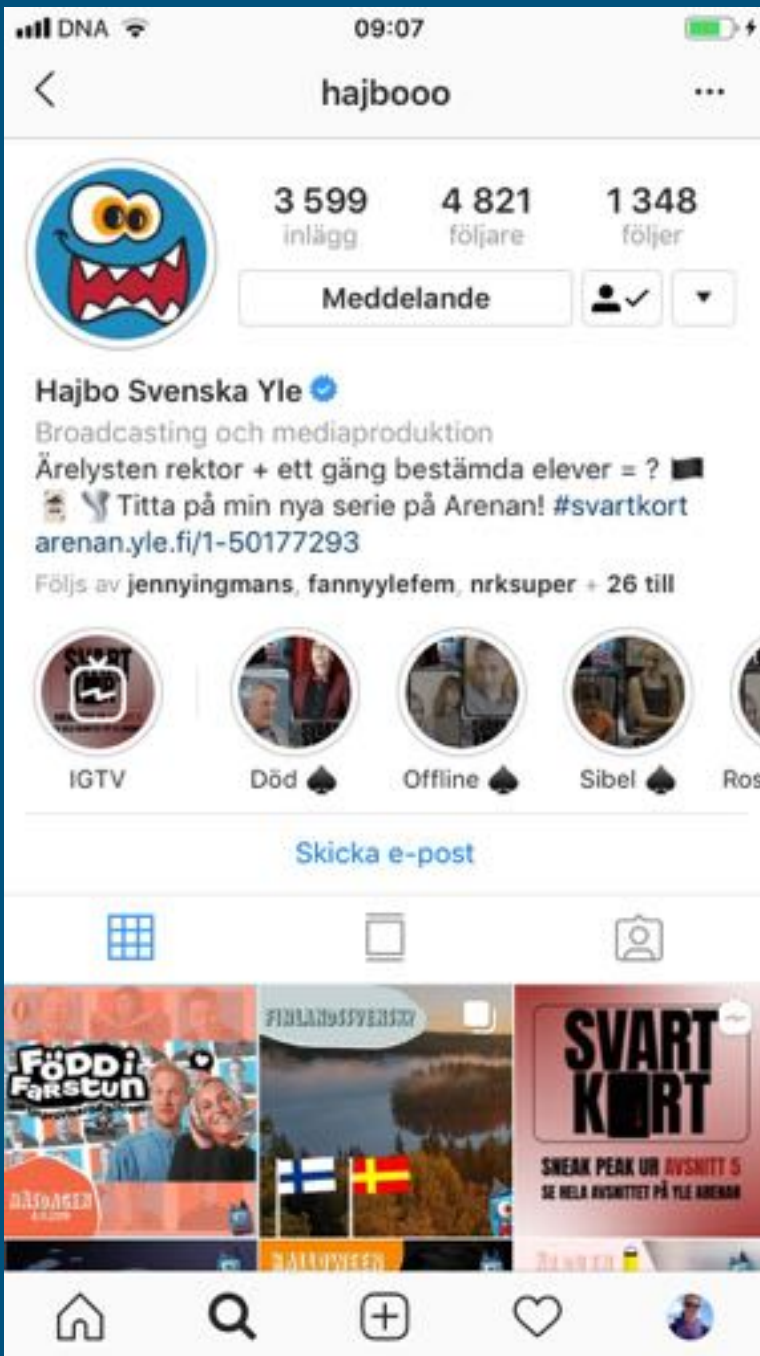






Genomsnittlig räckvidd på stories

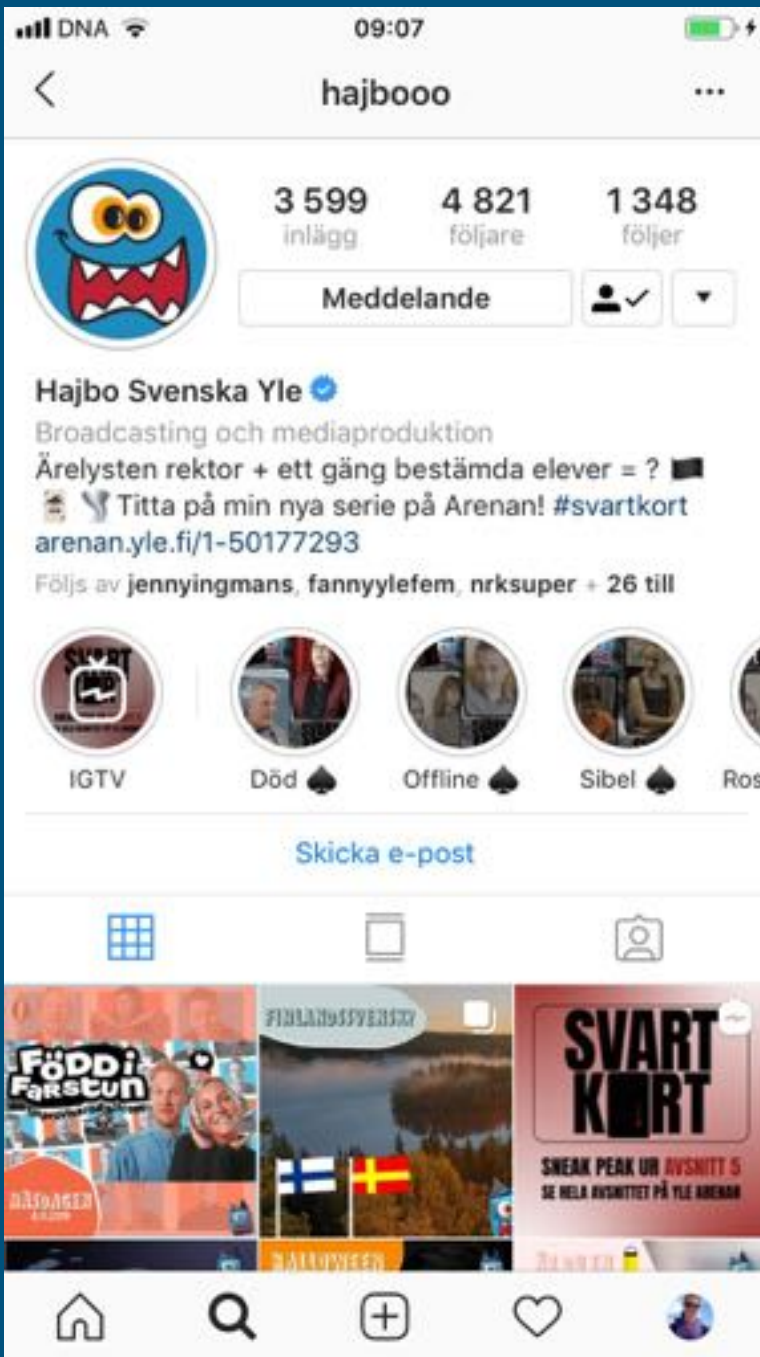
753,9



Genomsnittlig räckvidd på stories

753,9

15,5%



Genomsnittlig räckvidd på stories

753,9

15,5%

Replies

420





Swipe up rate
9%



yle





yle





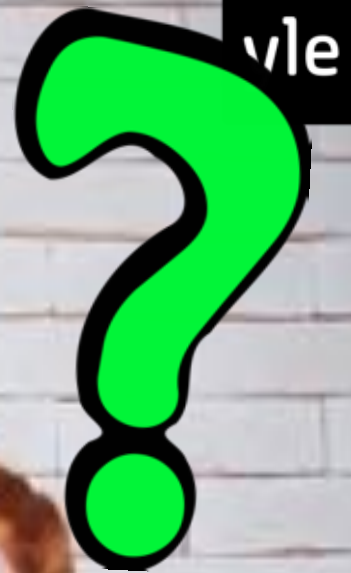
TikTok

yle





TikTok







TACK!

mira.myllyniemi@yle.fi
sandra.wikstrand@yle.fi

#IDG19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER



Helsesista

Våg å Være

Tale Maria Krohn Engvik

helsesista.no

@helsesista

A young person is sitting on a white utility pole on a city street. They are wearing black leggings with a large tear at the knee and black sneakers with white soles. They are holding a smartphone in their hands. The background shows a cobblestone sidewalk and a wall with red graffiti. The text is overlaid on the right side of the image.

**ALLE BARN OG UNGE
SKAL TRIVES OG HA
DET BRA UANSETT
HVOR DE ER I LIVENE
SINE!**



Sammenligner, konkurrerer,
dømmer og setter hverandre
i bås.

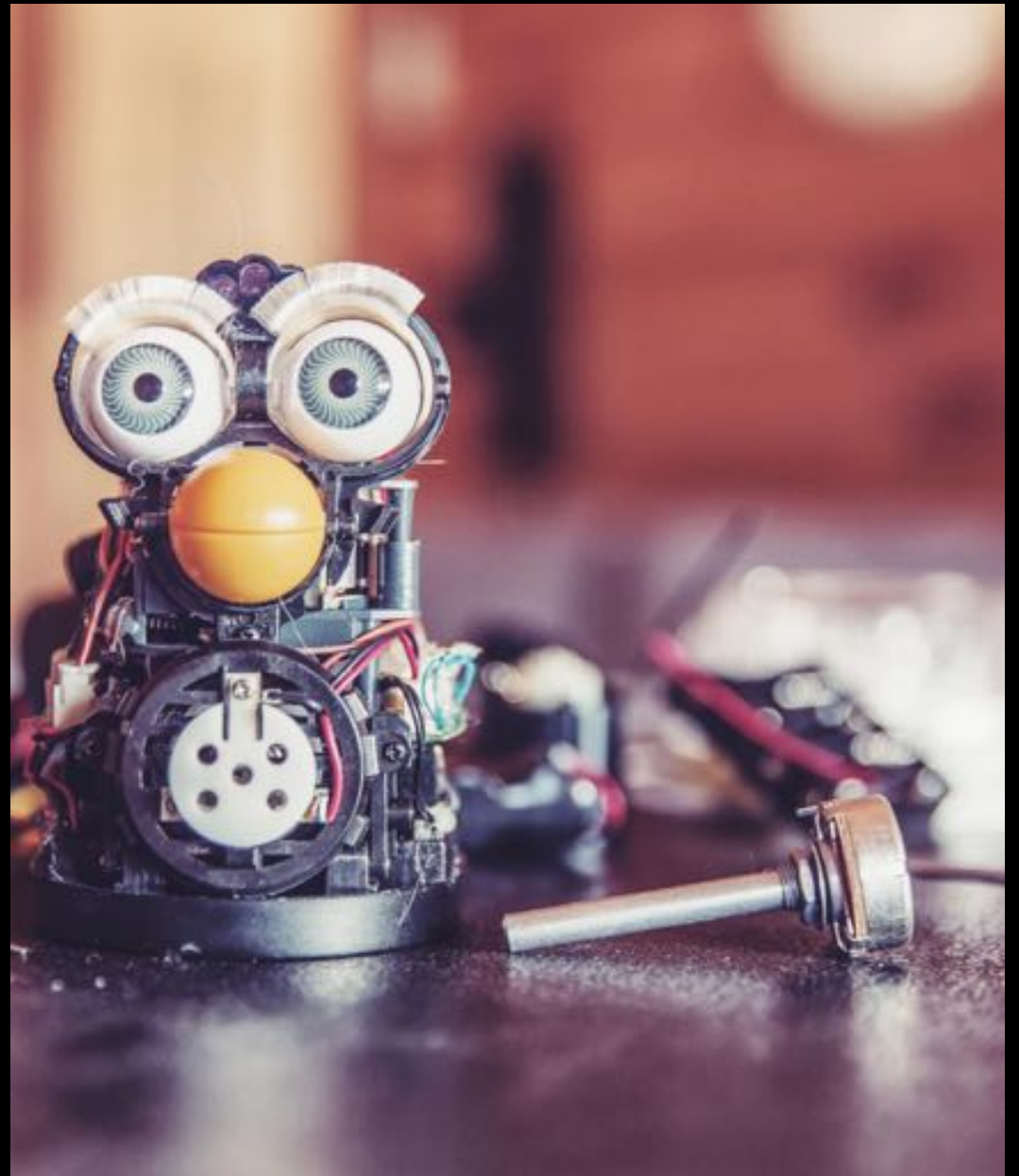
Hierarkiet.



**Hvordan gjøre seriøs informasjon
spennende...**

DET ER VI SOM MÅ SKREDDERSY

- JEG TENKER ALLTID PÅ HVEM JEG SNAKKER TIL/MED!
- DIREKTE OG ENKELT SPRÅK
- ANSIKT TIL ANSIKT /SOSIALE MEDIER
- HVA MÅ JEG GJØRE ANNERLEDES?
- INNHOLD: KUNNSKAP - EKTE OG UPERFEKT
- SPRE GLEDE, KJÆRLIGHET OG INSPIRASJON.



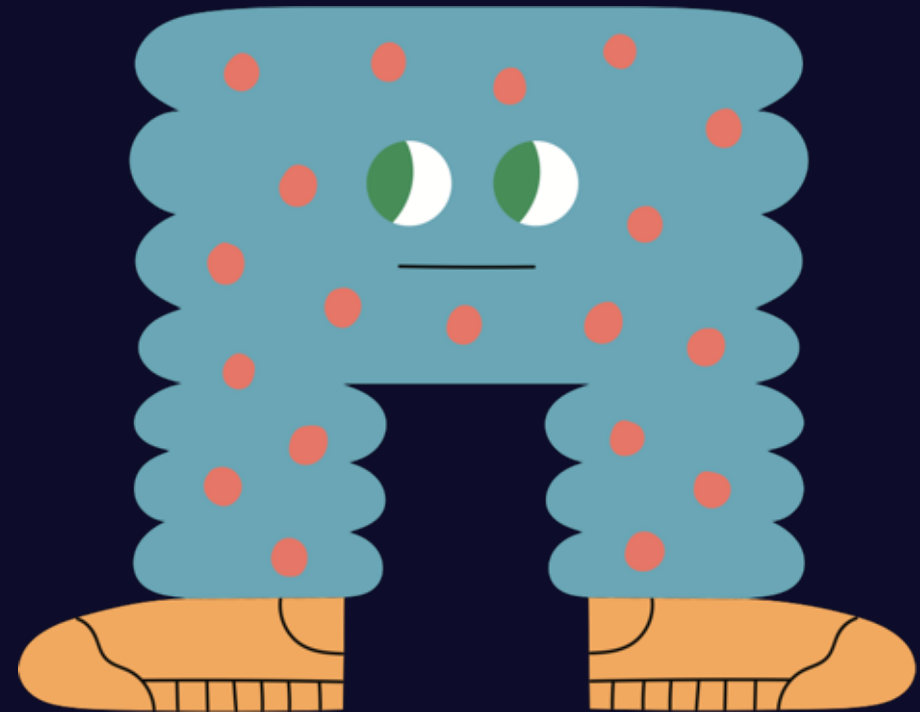




WARNING 🚨
nå skal jeg
snappe om
storrelsen på
pikken

Kropp...
Prestasjoner...
Status...

Normal?
Annerledes?



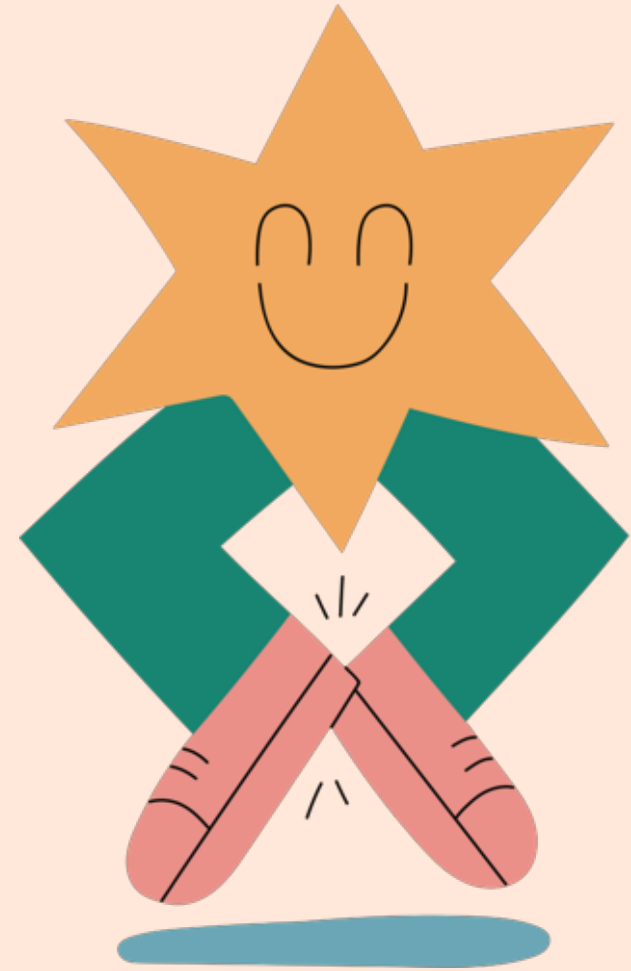
Når folk spør meg om nudes sender eg bare dette;)



De «uønskede» følelsene...



Våg å be om hjelp!



·❤️❤️❤️. Du er den beste helsesøsteren jeg vet om. Siden 3. Har jeg drevet med selvskading, men når jeg begynte å følle dei nå i 8. Har jeg følt at noen er der for meg og tenker på meg. Jeg har verken tatt overdose av tabbeleter eller kuttet meg sidan då. Du har nok redda mange liv. Vedder på at folk har søkt hjelp oss dei å tenk dette har du klart jeg vet ikke hvordan jeg skal takke dei. Det er ingenting som kan måles med ditt nivå du er super. Håper du vil jobbe som helsesøster på snapp resten av livet❤️❤️❤️❤️❤️.

Eg har hatt mye vondt i det siste,
og ville ikke leve mer! Men sånn
seriøst, med hånden på hjertet!
Jeg var på broen , tenkte jeg
skulle hoppe! Tok opp telefonen,
så såg jeg du hadde lagt ut noe
på storien din! Jeg snudde og
gjorde det ikke, fordi jeg hørte på
dine råd!! Takk thale 

Jeg ville gjerne ha snakket med noen.. bup er opptatt, helsesøster er ikke her, som vanlig på mandager. Så jævlig flott å være ungdom som liksom skal snakke med folk når IKKE EN JÆVLA PERSON ER DER.

HVORFOR SKAL JEG prøve å snakke med noen når INGEN ER DER?! Skal jeg bare gå til en lukket dør når alt jeg vil er å dø?! Det funker ikke sånn. En gang er nok til at jeg mister håpet.

Det må aldri bli viktigere
å gjøre alt rett - enn å
gjøre noe som er bra!

Bare kast
deg uti
det!!



Livet er godt og
livet er vondt

Ikke vær redd for å feile!

En feil er en erfaring du trenger for å utvikle deg!





Vi må tilpasse oss barn og unge, vær modige og ta i bruk ny teknologi, velg å være tilstede også på nett og på chat.

Invester tid og ressurser på sosiale medier.

Barn og ungdommer er som en grønnsakshage. Slutt å vanne ugresset :) Let etter hver enkelt sine ressurser - det er grønnsakene <3

MITT FORBILDE



Alle er et forbilde

Holdninger og verdier smitter

Snakk fint om andre mennesker

Løft dine hovedpersoner og samarbeidspartnere



VELG HVEM DU VIL BLI HUSKET FOR



Våg å være



helsesista.no



[@helsesista](https://twitter.com/helsesista)

#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER



Berätta alla historier med video (yes, we can!)

TAGGA OSS PÅ:



@storykit_io



@storykit.io



@storykit.io



@storykitio

Ni minns säkert detta...



Free 100%

How "Thinking Like a Girl" inspires "Real Girls"

The "Thinking Like a Girl" campaign is a...
Thinking Like a Girl campaign is a...
Thinking Like a Girl campaign is a...

[See more](#) [Like](#) [Comment](#)

[illegible]

N **News**

Great Thanksgiving video - under pressure when the "big guy" walks into the room!

Like Love 14 days Ago Great job defining what the Thanksgiving means! 🙌🏻

10/20/20



10/20/20

[illegible]

A screenshot of a YouTube video player. The video shows a woman with dark hair, wearing a pink top, speaking against a blue background. The video title is "Katie Couric: 'I'm not a politician'". The video has 1,100 views and 12 likes. The YouTube logo is in the top left corner.

[illegible][illegible]

The 4mat Learning

Thanking all the students who put their voices and hearts out.

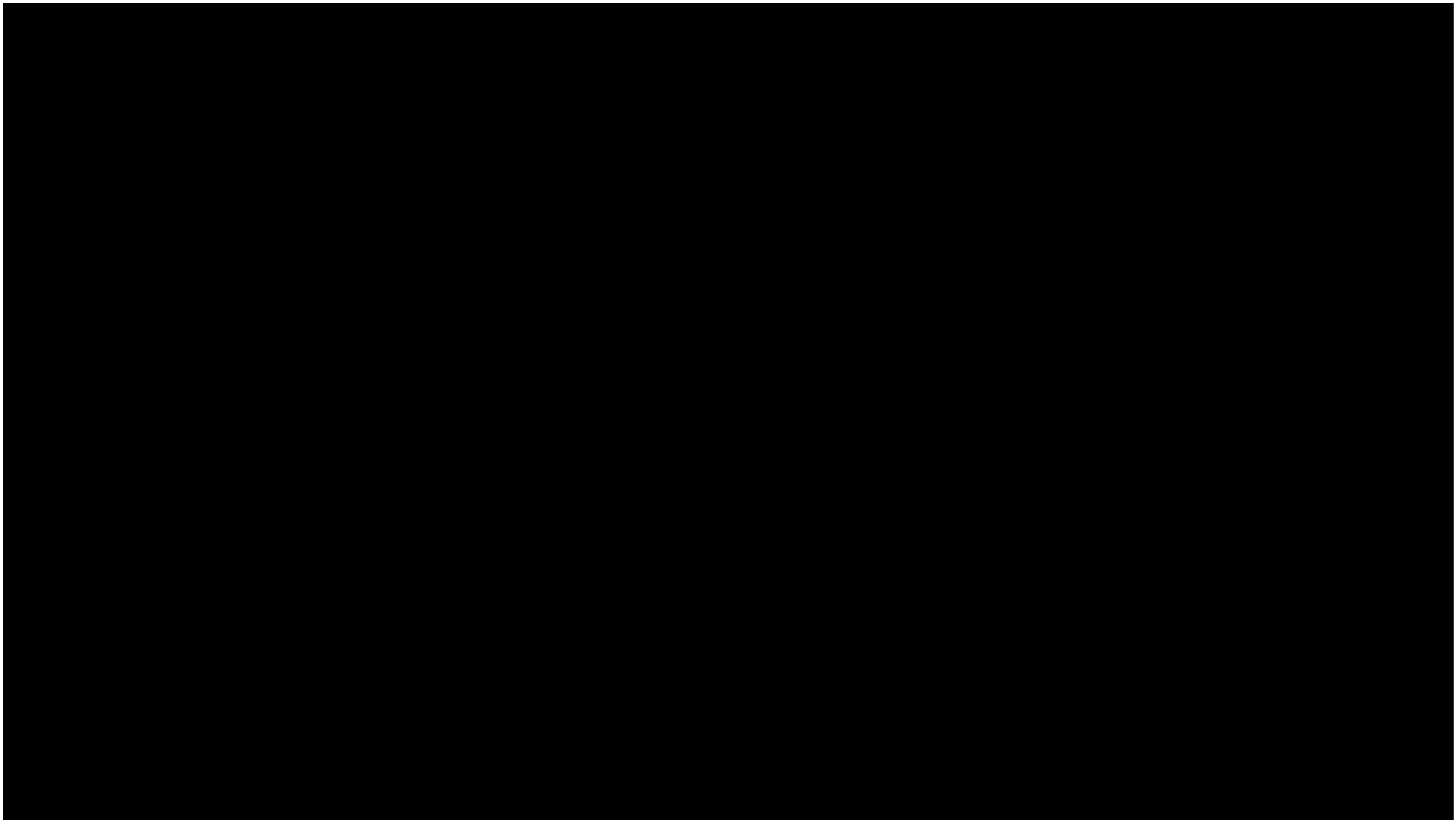
For a moment of unity and connection during these difficult times.

Facebook

100% 100% 100%

100%

Thompson **@thompson**
Thompson will submit testimony "to her health care providers"
"Both Thompson and her providers testified" we should
not have that kind of testimony from a doctor who
is not a doctor
100% 100% 100%



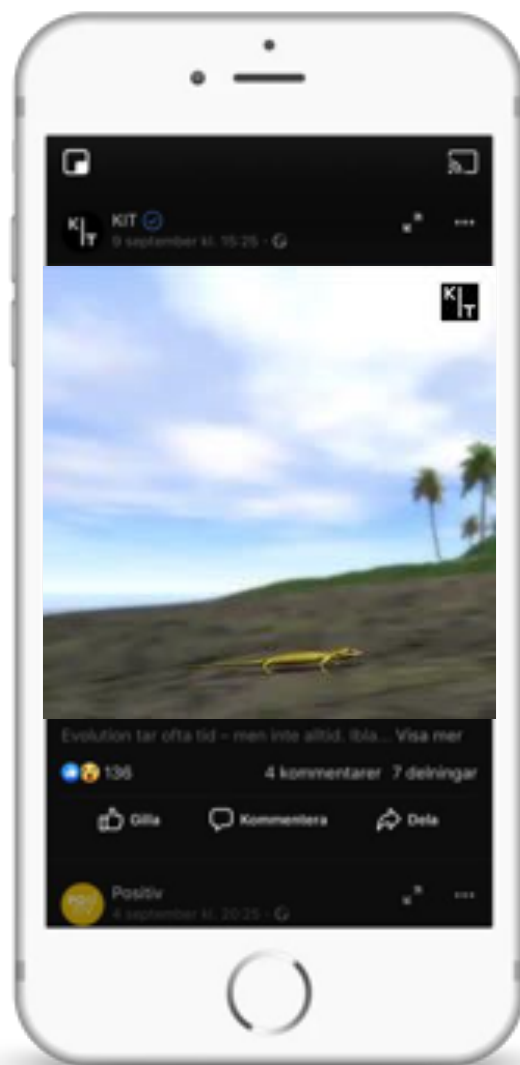
Berätta alla historier med video

Eller: social video tar över världen



Jonna Ekman

- Journalist som blev marknadsförare
- jonna.ekman@storykit.io
- Twitter: @jonnaekman
- linkedin.com/in/jonnaekman/



En roll i förändring...

Proaktiv



Reaktiv

Få, stora kanaler



Många små kanaler

Få annonsformat



Många annonsformat

Kampanjdrivet



Always on

Byrå som producerar



Inhouseproduktion

Annonsbudskap



Innehåll

Höga kostnader per enhet



Låga kostnader per beståndsdel

Risken ligger i att ha fel



Risken ligger i för låg aktivitet



Är det verkligen så viktigt med
video i sociala kanaler?

Låt oss kolla lite på siffrorna!

- Under förra året ökade antalet kommersiella videor som visades på Facebook med 258%
- 81% av alla företag använder video i sin marknadsföring
- 72% av publiken skulle hellre ta reda på saker om din produkt eller tjänst via video





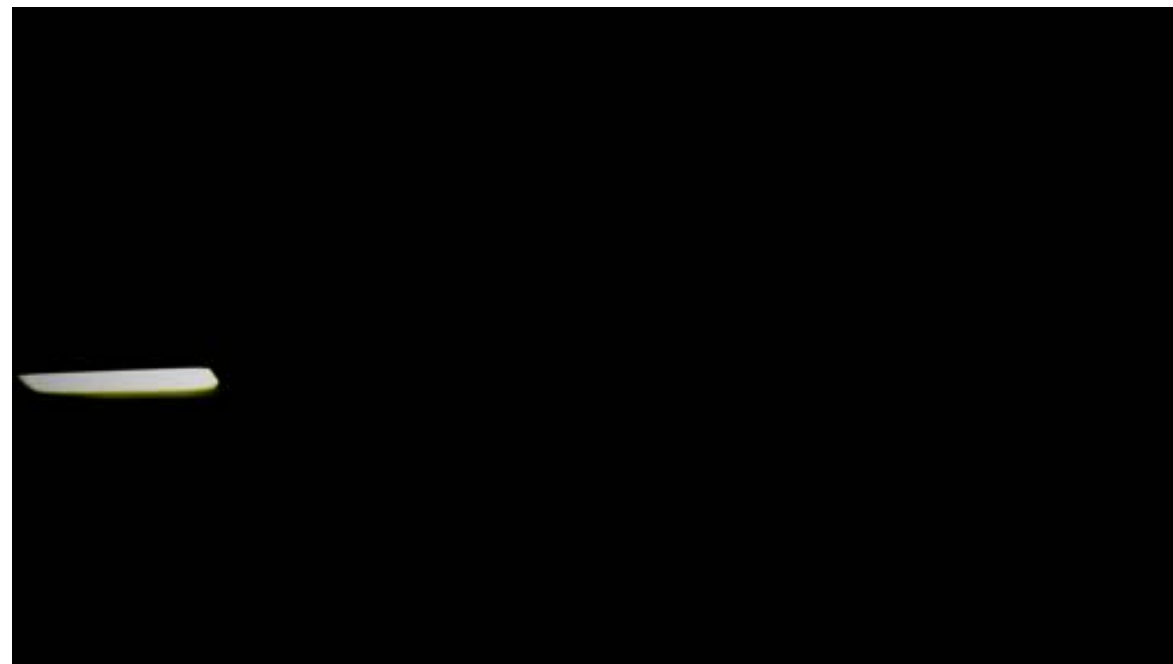
Kan jag få se lite fler siffror
som bevisar din poäng?

- 97% av alla marknadsförare säger att video har hjälpt deras användare att förstå deras produkt eller tjänst.
- 76% säger att video hjälper dem att öka försäljningen.
- 47% säger att video reducerat antalet supportärenden.
- 76% säger att video ökat trafiken till deras sajt.
- 80% säger att video ökar tiden besökarna ägnar åt deras sajt.
- 95% av användarna säger att de kollat på en explainervideo för att lära sig mer om en produkt eller tjänst.
- 81% av kunderna har någon gång övertygats om att de borde köpa en produkt eller tjänst genom att titta på ett företags video.
- 69% av användarna har övertygats om att de borde köpa mjukvara eller en app genom att se en video.
- 85% av publiken säger att de vill se mer video från varumärken nästa år.

Men gör inte vi tillräckligt
mycket video?

Förmodligen inte.

Det gjorde inte vi.







Men funkar det lika bra i
sociala kanaler?

Två av KITs mest sedda videor någonsin



För i sociala kanaler gäller helt nya regler

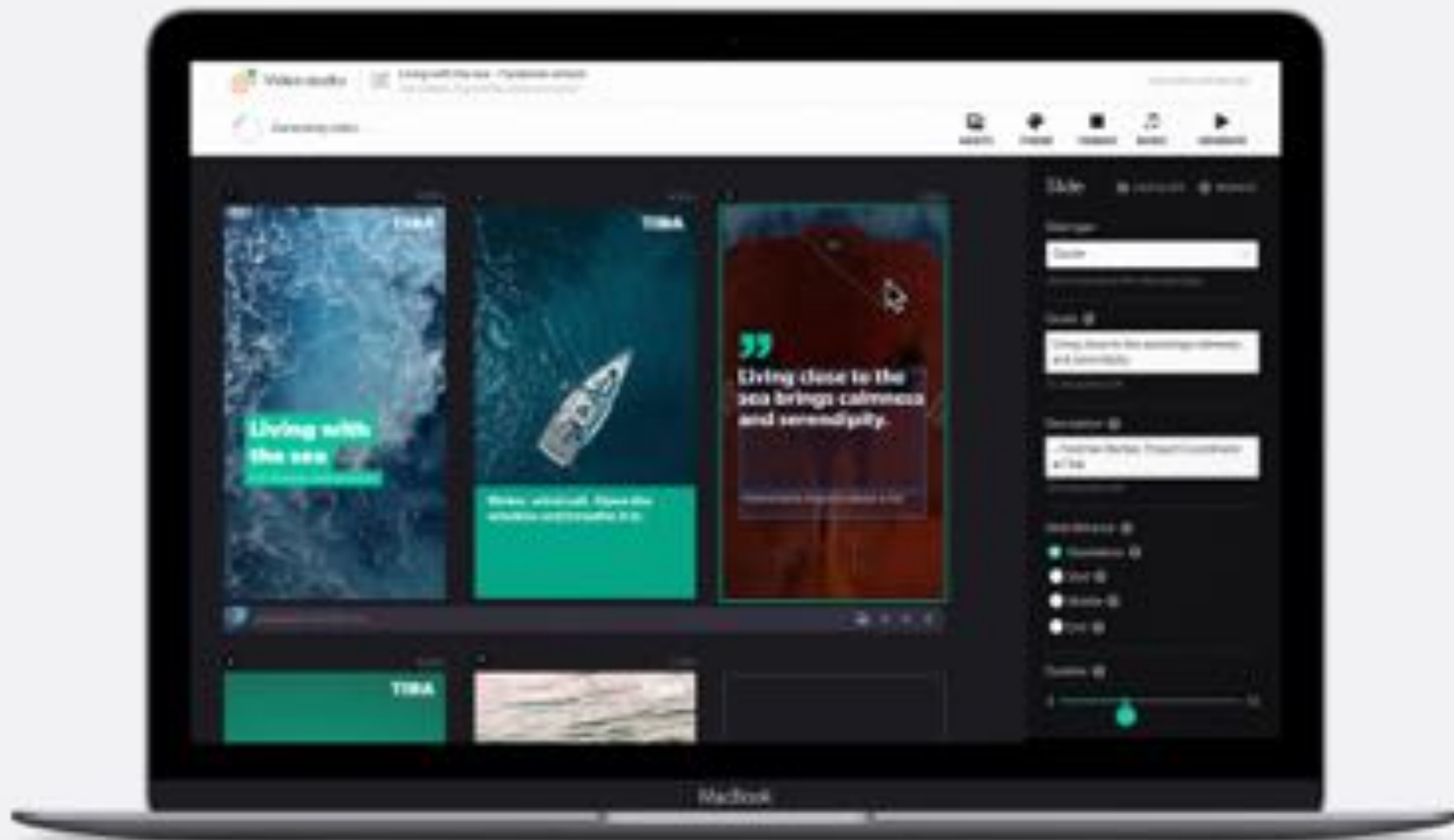
- Dina historier är viktigare än någonsin
- ...och HUR du berättar dem är helt avgörande
- Video på sociala plattformar är till stor del tyst
- ...därför har manuset blivit den absolut viktigaste delen i din video



Vilket innebär att det finns ett nytt videoproffs i stan



Vår lösning: Storykit Video Studio





Så vad borde min
organisation göra?

Berätta alla historier med en video förstås!

- När du har skrivit en bloggpost - gör en video
- När du gör en presentation - gör en video
- När du pitchar en idé - gör en video
- När du skickar ut en pressrelease - gör en video
- När du informerar vem som helst om vad som helst - gör en video
- När du gör ett case - gör en video
- När du skrivit en informationstext - gör en video
- När du kommenterar nåt av nyhetsvärde - gör en video
- När du ska rekrytera - gör en video
- ... ni fattar grejen

Men...

52%

av alla marknadsförare menar
att avsaknad av talang och
verktyg är ett hinder

Hootsuite 2019 Social Trends Survey

Varför?

- För att jag inte har rätt grejer
- För att jag inte har rätt talang
- För att jag inte vet vilka historier jag ska berätta
- För att jag inte har tillgång till bilder och filmklipp
- För att jag är orolig att det inte ska bli så snyggt
- För att jag inte har tid!
- För att det är dyrt
- För att det är svårt
- För att...

Låt oss göra nya videoregler!

Du behöver inte en massa dyr utrustning



Alla har bra historier att berätta

- Titta på innehållet ni redan gör
- Prata med kollegor, andra i organisationen, på oväntade ställen
- Vad pratar andra om?
- Vad pratar er publik om?

Det finns mängder av bra, gratis bilder och filmklipp

- Pixabay
- Pexels
- Unsplash
- <https://storykit.io/sv/30-places-to-find-photos-and-videos-for-your-content/>

Kan du skriva, så kan du göra video

“Manuset utgör 60% av jobbet, men 90% av effekten.”

Ge dig själv möjlighet att vara produktiv

- Äg dina kanaler
- Se över och sålla
- Gör strategier
- Använd ditt innehåll på flera sätt

**Den sämsta videon är den som
inte ens görs**

“Kör ba kör”

Men hur ska jag hinna med?

Låt dig inte bli överväldigad! Var produktiv.

- Ha ägarskap över de kanaler du jobbar i.
- Se över det ni gör och sålla!
- Gör en strategi för varje kanal
- Anpassa och använd allt ditt innehåll överallt (där det går)
- Återanvänd
- Skäms inte för att du sponsrar innehåll
- Tänk på att sociala medier är förlåtande (också)

Till sist: vilket innehåll funkar?

Hur The Times and the Sunday Times ökade digitala prenumeranter genom innehållsdata

- De ville veta: vilket innehåll kan vi skapa som konverterar läsarna?
- Hur: Content audit med Storykit Data
- 8 frilansare i 3 månader
- Taggade 1.000 artiklar per sektion (15.000 artiklar) med 16 kategorier av metadata (tonalitet, kontext, etc)
- Mätte dem mot 10 engagemangsmått (sidvisningar, konverteringar, etc)



**Nature**

Release

Context

Product

Development

Exclusive

Editorial intent

Identifiable

Article objective

Exhaustive

Content tonality

Embodied

Article Type

Person feature

Production type

Field reporting

Headline type

Indirect

Job type

Article

Category

Entertainment

Geography

Domestic



There are broad-brush strokes — like ‘features do well’ — that don’t do anything for the newsroom. This was our attempt to get actual data and findings for people who are doing the job and the wider company.

Taneth Evans, Head of Audience at The Times and The Sunday Times

Resultaten?

- Antalet betalande, digitala prenumeranter ökade med 19%
- ... samtidigt som de sänkte sin produktionsvolym med 15%
- De kan enklare prioritera vilken typ av innehåll de borde fokusera på
- "We have started to focus on the quality rather than quantity"





Fokusera på läsaren

- **Det handlar om livet jag lever.** Jag vill konsumera innehåll som linjerar med min livsstil, min vardag, min personlighet, mina åsikter.
- **...eller livet jag vill leva.** Jag älskar också innehåll som visar mig vad jag kan bli, valen jag kan göra, drömmarna jag kan ha.
- **Men jag vill också ha tuggmotstånd.** Jag gillar innehåll som ifrågasätter normer, myter och åsikter.

2

Gör "bra", inte "dåligt"

- **Proaktivt slår reaktivt.** Prioritera jobb som visar att ni har en stark röst och egenart, och dessutom resurser att hitta era egna historier.
- **Våga vara tydliga.** Det blir allt viktigare för alla varumärken att ta ställen och visa en tydlig riktning. Läsarna är uppenbarligen inte ute efter att strykas medhårs i alla frågor.
- **Skapa unikt värde.** Gör inte exakt det alla andra gör, bidra med det ni är unika kring, tex perspektiv, personer, bevakningsområden....



Overwhelmingly, things that we produce that no one else could do in the same way helped us to acquire new readers and led to high engagement with our current subscribers.

Taneth Evans, Head of Audience at The Times and The Sunday Times

17 frågor att ställa sig själv

för alla oss som jobbar med innehåll

- 1 **Beskriver det här innehållet...** ett livsstilsval som är relevant för vår publik?
- 2 ...en relevant person?
- 3 ...relevant information från ett av våra bevakningsområden?
- 4 ...ett nytt fenomen?
- 5 ...ett mönster i samhället?
- 6 ...en vardagssituation som är relevant för vår publik?
- 7 ...ett inlägg i en pågående debatt?

8

Publicerar vi det här innehållet för att... vi har exklusiv och relevant information?

9

...vi erbjuder ett nytt perspektiv på en känd fråga?

10

...innehållet kommunicerar nytta för mottagaren?

11

...det skapar identifikation för våra mottagare?

12

...det erbjuder någon form av verktygetsflykt?

13

...ge en motbild mot vad någon annan påstår?

14

Publicerar vi det här innehållet för att... det belyser nya frågeställningar i en känd fråga?

15

...det provocerar fram en reaktion hos mottagaren genom att gå emot deras egen inställning?

16

...det tar ställning i en pågående samhällsdebatt?

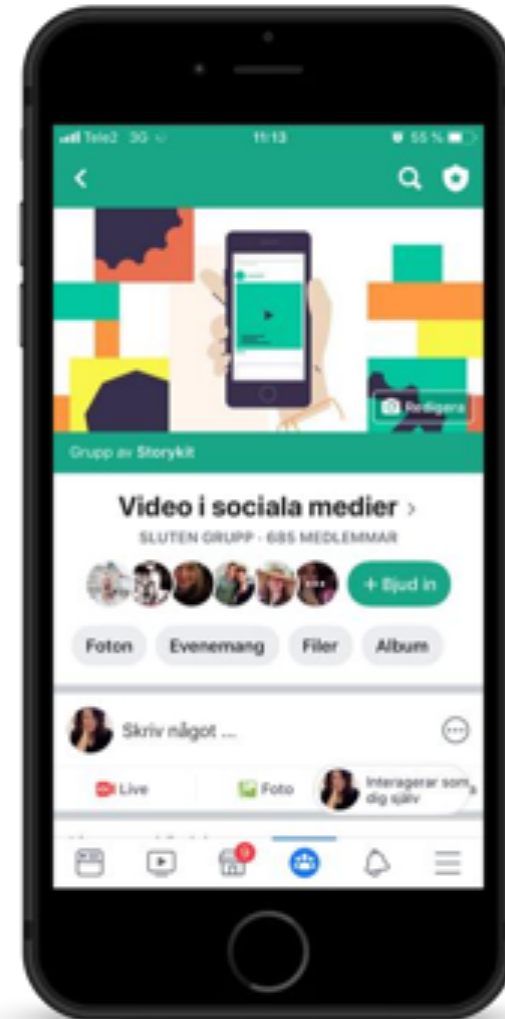
17

...det adresserar eller dödar en myt?

Gå gärna med i vår FB-grupp

– för mer inspo

- “Video i sociala medier”
- facebook.com/groups/storykit.io/



Tusen tack!

storykit.io



#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER

#IND19

PANELEN



Tor Rauden
Källstigen



Natalie Eriksson



Joakim Åström



Ängla Eklund

#IND19

FRAMTIDENS SOCIALA MEDIER