



## Tips og triks for sosiale medier

Digitale kanaler er viktigere enn noen gang for å kommunisere med hverandre, men også for å kommunisere med politikere. Tenk alternativt for å nå ut med budskapet ditt, og bestem deg for hvilke kanaler som er best for å nå de målgruppene du ønsker. Tenk også på at du indirekte kan nå politikere gjennom å treffe befolkningen med dine budskap. Mange idrettslag, idrettsråd og idrettskretser har tatt i bruk sosiale medier i sin kommunikasjon. Facebook, Twitter, Instagram og/eller TikTok kan være nyttige verktøy for å kommunisere idrettens valgsaker. Norges idrettsforbund kommer med forslag til poster i januar/februar. Du kan lese mer om idrettens valgsaker på:

<https://www.idrettsforbundet.no/tema/idrettensvalgsaker/>

### 1. Planlegg for bruk i sosiale medier

1. Hva er saken? Hva er budskapet ditt?
2. Definer hvem dere ønsker å snakke til og hvor og når målgruppen er mottakelig for informasjon.
3. Informasjonen må være relevant for målgruppen.
4. Forestill deg at du selv er målgruppen, og spør deg selv hva du vil at mottakeren skal gjøre når hen har lest, sett eller hørt budskapet.
  - a. Lik og del
  - b. Ring og ta kontakt
  - c. Svar på spørsmål
5. Fordel ansvaret og lag en plan for hvordan og når dere skal kommunisere.

### 2. Bruk sosiale settinger

Ikke glem mobilen når det skjer noe sosialt, er kamp på det lokale idrettsanlegget, dugnad i idrettslaget eller en lokalpolitiker kommer innom klubbhuset. Her er det flere gode bildemuligheter. Tenk på hvordan dere kan bringe det som skjer, ut til et større publikum.

### 3. Vær særegen

Finn din «tone of voice», stil og lag egne konsepter. Folk der ute skal kjenne dere igjen i det dere skriver.

### 4. Skriv for publikum

Etter å ha planlagt etter punkt 1 må dere finne ut av hvordan dere skriver best mulig for å nå målgruppen deres. Ofte er målgruppen et lokalt publikum, og det anbefales ofte lokale vinklinger på sosiale medierposter. Ville du selv ha lest, likt og delt innlegget?

### 5. Vis frem folk

Alle har en historie, og alle elsker en god historie. Vis frem menneskene i idretten og bak idretten. Alt fra toppidrettsutøverne til pensjonisten som låser anlegget på kvelden. Menneskene dere møter, er historier om ditt idrettslag. Tagg dem og spør pent om de også kan dele videre. Husk godkjenning fra dem som løftes fram (NB: egne regler med hensyn til barn).

### 6. Tenk bilder og video

Bruk mobilkameraet og legg alltid ved tekst. Bilder og videoer får mer respons enn rene tekst-poster.

### 7. Skriv kort og greit

Korte tekster gir ofte mer engasjement. De fleste ser gjennom sosiale medier på en telefon, og scrollingen kan gå raskt. Derfor får vi bare noen få millisekunders oppmerksomhet hos den enkelte. Korte tekster gir

mulighet til å lese, og kanskje trykket seg videre om leseren er mer interessert i temaet.

### 8. Spre budskapet i flere kanaler

Flere idrettslag blir nevnt i de lokale avisene. Både egne innsalg og reportere som uoppfordret skriver om idrettslaget, er ofte god PR. Disse sakene bør deles i sosiale medier. Sørg for at budskapet i avisen kommer frem i flere kanaler som Facebook og Instagram, og legg ved bilder. Du blir fornøyd, og avisen blir fornøyd.

### 9. Få folk til å dele

Dette er vår «call to action». Be om kommentarer, svar og likes. Still gjerne spørsmål som folk kan svare på, for å øke trafikken på innleggene deres.

### 10. Lytt, skap relasjoner og følg opp!

Det er viktig å svare folk på sosiale medier. Hele grunnlaget for sosiale medier er dialog og direkte kontakt! Det er positivt å være aktiv i kommentarfeltene, svare ut, og følge opp om nødvendig.

#### Noen eksempler:

«Én og én – sammen er vi sterke. Takk til @ordfører for støtte til gratis idrettsanlegg for barn!»

«Vi ønsker å redusere de økonomiske barrierene i idretten – er du med, @politiker?»

«Vi ønsker idrettsglede for alle – da behøver vi flere idrettsanlegg NÅ! Er du med, @politiker?»

«Visste du at barn har rett til å delta i et trygt treningsmiljø, fritt for press og utnyttelse?»

«Visste du at @kommune har x færre anlegg per innbygger enn @kommune?»