

Lektionsupplägg - Modul 5

Skola: Alströmergymnasiet

Skolform: Gymnasium - Handels- och administrationsprogrammet

Kontaktperson och mail: Malin Pettersson, malin.pettersson@alingsas.se

1. Rubrik på upplägget:

Skapa content i sociala medier för ditt UF-företag!

2. Syftet och mål med upplägget:

Att eleverna ska få **praktiskt öva sig på att skapa relevant content i sociala medier**, med hjälp av de metoder, tekniker och **handfasta tips** som presenterats av ledande experter inom området. Att eleverna ska planera sitt flöde i sociala medier och bli medvetna om sitt innehåll, vad de vill föra fram, till vem och varför.

3. Koppling till styrdokument och kunskapsmål:

Program: Försäljnings- och serviceprogrammet → Ämne: Handel → Kurs: Praktisk marknadsföring 2 (obs den uppdaterade kursplanen)

Centralt innehåll:

- ❖ Hur kommunikation kan utformas i olika typer av fysiska och digitala butiker med anpassning till kundtyper och kundbeteenden.
- ❖ Varuexponering i olika marknadsföringskanaler och på olika digitala plattformar.
- ❖ Metoder för marknadsföring i några olika sociala medier.
- ❖ Grundläggande tekniker för framställning av digital text, bild och rörlig bild med anpassning till sociala medier.

Kunskapskrav:

- Eleven **beskriver** hur en **gynnsam säljmiljö kan utformas** samt hur butikskommunikationen påverkar kundens köpbeteende.
- Eleven **planerar och organiserar**, arbetsuppgifter inom praktisk marknadsföring. Eleven utför arbetsuppgifterna med tillfredsställande/gott resultat. Dessutom utformar eleven säljstödsmaterial som är av tillfredsställande/god kvalitet.

Omfattning på upplägget (exempelvis tid och antal tillfällen):

6 lektioner á 60 min

Genomförande – så här gör vi (planering, genomförande, uppföljning):

Lektion 1: Digital marknadsföring - Vad är det? Belys sociala medier samt begreppet Content Marketing. Hur ser möjligheterna ut för dagens företag? Utgå från elevernas tankar och kunskaper och bygg vidare med ökad förståelse.

Lektion 2: Konkretisera - HURet! Genomgång "tips" från experterna. Visa praktiska exempel, vad hur och varför vissa metoder är att rekommendera och på vilket sätt de kan påverka kundernas mottaglighet för budskapet och därigenom köpbeteendet.

Lektion 3: Planera för UF-företagets content i valfri social kanal. Planera för en vecka fram. Vad vill vi lyfta fram? På vilket sätt? Hur många inlägg etc.? Ta hjälp av de "10 tipsen" från experterna.

Lektion 4: Skapa! Låt eleverna tillsammans eller enskilt skapa de planerade inläggen och lägg upp i företagets sociala kanal/kanaler.

Lektion 5: UF-grupperna visar upp sina flöden för övriga elever/företag i klassen, så att man kan lära av varandra och se fler verkliga exempel på HUR man kan skapa bra content!

Lektion 6: Motivera och reflektera enskilt kring VAD, HUR och VARFÖR arbetet gjort på detta sätt. Eleven visar på förståelsen av vad content marketing är, exemplifiera hur man kan göra det, och varför de olika metoderna kan lämpa sig för olika mottagare och hur de kan anpassas till just deras specifika målgrupp.

Övriga medskick och tips till någon annan som ska genomföra upplägget:



Ropa i megafon funkar dåligt 2021



Dialog är helt nödvändig och oundviklig för alla handelsföretag



Utmaningarna i dag:



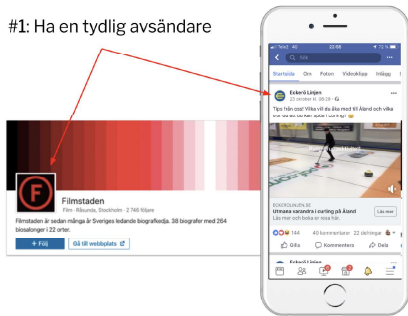
Tänk IDENTITET inte INFORMATION



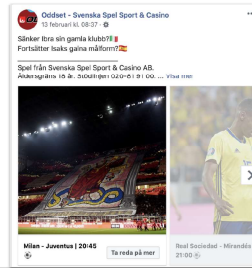
10 TIPS från experterna!

- #1: Ha en tydlig avsändare
- #2: Använd ett naturligt talspråk
- #3: Tala direkt till den enskilda personen
- #4: Inled inlägget på rätt sätt
- #5: Finns ett berättar-perspektiv i inläggstexten?
- #6: Uträkningar och tal fungerar dåligt
- #7: Relativa tal är lite bättre än exakta
- #8: Skriv för läsare som skummar texter
- #9: Använd bilder på personer, saker och företeelser som målgruppen känner igen
- #10: Är inlägget "nära" mottagaren?

#1: Ha en tydlig avsändare



#2: Använd ett naturligt talspråk



#3: Tala direkt till den enskilda personen



#4: Inled inlägget på rätt sätt



#5: Finns ett berättar-perspektiv i inläggstexten?



#6: Uträkningar och tal fungerar dåligt



#7: Relativa tal är lite bättre än exakta

Exempel på dålig text:

"Under 2014 var antalet trafikolyckor 10.000. Sedan har vi lyckats reducera antalet med 1000 olyckor per år."

Bättre text om samma sak:

"Vi har lyckats halvera antalet trafikolyckor från 10.000 till 5000 på fem år"

#8: Skriv för läsare som skummar texter



#9: Använd bilder på personer, saker och företeelser som målgruppen känner igen



#10: Är inlägget "nära" mottagaren?



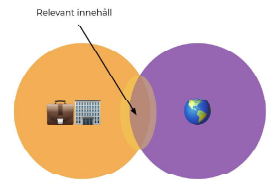
"Psykologin visar att våra hjärnor tolkar nära som viktigt"

3. SKAPA CONTENT - innehållsmarknadsföring i sociala medier

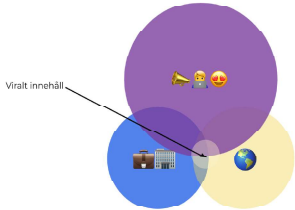
Vad är innehåll?



Skapa innehåll



Skapa innehåll



Skapa innehåll - idéer



Strategisk improvisation



Exempel - Strategisk improvisation

Heja IKEA!



"We are extremely flattered to seemingly be an inspiration for the latest catwalk designs for Balenciaga. Our IKEA bag is one of our most iconic products, which are already owned and loved by millions across the globe. - NIKO The menswear creative for Guy Laroche gave the designer some 'for less'."

Exempel - Strategisk improvisation

Heja ULL (Uppsala Lokaltrafik)

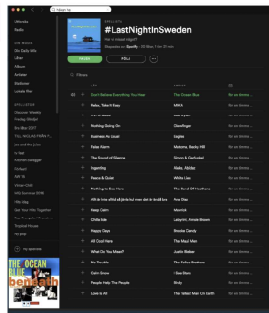


Snart är det sista april och stan kommer att fyllas av sjungande och glada människor

Exempel - Strategisk improvisation

Heja Spotify!

Last night in Sweden - Donald Trump



Exempel - Strategisk improvisation

Heja IKEA!



Gör det själv.

Ikea tipsar om Game of Thrones-päls - får global spridning

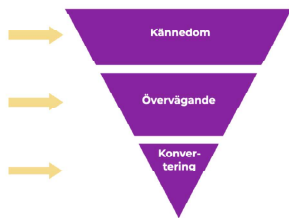
Skapa innehåll - efter funnel

Kampanjen riktar sig till **en bred, stor målgrupp**. Innehållet, oftast videos, är målbärande, intresseväckande och syftar till att **berätta om varumärket och skapa en positiv bild**.

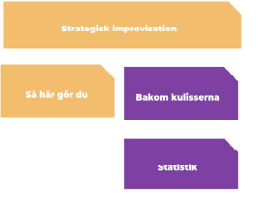
Målgruppen smalnar av utifrån de som **visat intresse för varumärket i tidigare kampanj**. Innehållet ger mer information och argumenter för att mottagaren ska agera.

I sista steget är målgruppen liten, här har det sållats bort så att **endast de mest intresserade är kvar**. Budskapet innehåller uppmaningar som får mottagaren att agera som vi vill. Exempelvis ansöka till en specifik tjänst.

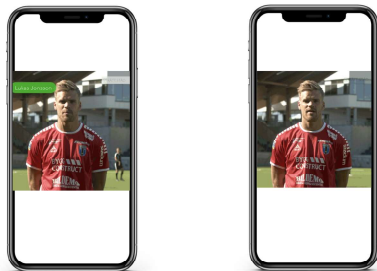
Var befinner sig din målgrupp? Vad är ditt syfte med marknadsföringen?



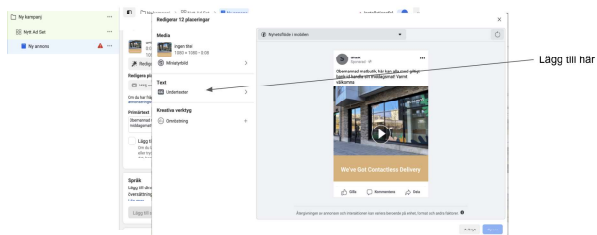
Skapa innehåll - efter funnel



Anpassa innehåll efter ljudöst



Lägga till undertexter



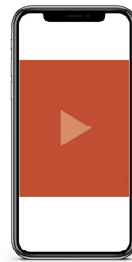
Lägg till här

Tips!

Flodande text ♥



Miniatyrbild



vs



Anpassa innehåll för sociala medier



Exempel - Content marketing



Lyft fram människorna bakom företagsnamnet. Eldsjälarna, experterna, nördarna...

Content marketing

- Prata mer om **det som rör användandet** av produkterna än om själva produkterna.

Vad kan man prata om?



Badass Queen: Faith Dickey

<https://www.youtube.com/watch?v=1ZXwUo6Szys>

