

Brug sociale medier til dialog og markedsføring

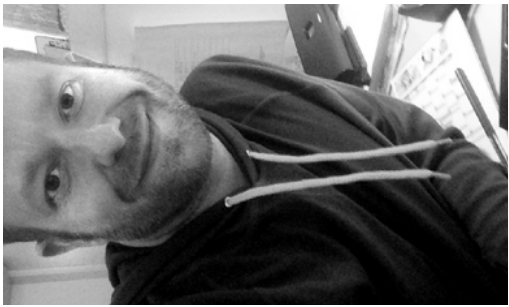
Facebook kan åbne dørene til aftenskolen, så nye kursister lettere kan finde ind. Og så giver Facebook mulighed for hurtigere kommunikation og for dialog - blandt andet.

Af Jonna Toft, freelance journalist, arbejder bl.a. med kommunikation på sociale medier.



Facebook er godt redskab til at nå ud til mange, fordi det er så dynamisk og hurtigt. Vi har for eksempel søgt en event kun via Facebook," siger Carsten Mørch-Bentzen, udviklingsmedarbejder ved Rytmik Center i København og redaktør for centrets Facebook-side.

"Sociale medier kan være et potent redskab til markedsføring og dialog, fordi brugerne deler indhold med hinanden, og man på den måde kan nå langt ud med sit budskab. Facebook er det absolut største sociale medie herhjemme med over 3 millioner aktive danske brugere. 72 procent af dem tjekker profilen dagligt. Den største vækst ligger hos de +40-årige, altså de grupper der oftest bruger aftenskoler. Mens mange unge ser Instagram som deres primære sociale medie, strømmer deres forældre og bedste-førelse ind på Facebook for at dele fotos, oplevelser, interesser og holdninger.



Selma, Carsten Mørch-Bentzen styrer Rytmik Centers Facebook-side.

Læg en strategi

Vi aftenskoler blande sig i kakofonien på Facebook og skabe øget interesse for deres kurser og arrangementer, kræver det en strategi.

På Rytmik Center lagde man en stram plan, inden Facebook-siden åbnede for godt tre år siden: På mandage skulle der lægges en nyhed ud. Tirsdage en video. På onsdage linkeede man til noget legrelevante stof. Og så videre.

"På den måde sikrede vi, at der blev et flow på siden, og det betød, at fanskaren hurtigt voksede. Vi har ikke brugt konkurrencer for at få fans, men vi lægger ind imellem gode tilbud ud, om for eksempel gratis studiefelt, og det virker," siger Carsten Mørch-Bentzen.

per. Vi skaber et kendskab til Rytmik Center hos en stor gruppe mennesker."

Gode tilbud og personlighed hitter

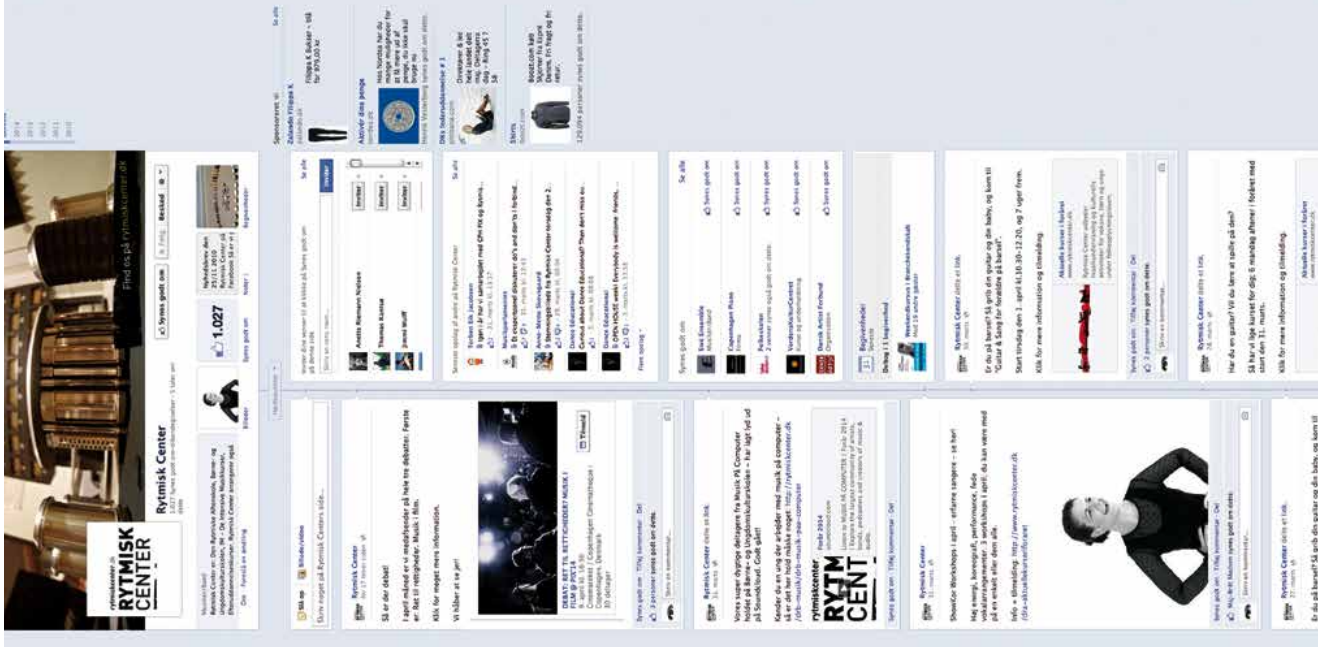
Det er Carsten Mørch-Bentzens erfaring, at især to slags indlæg hitter på Facebook. "Når vi har et virkelig godt tilbud, er der mange af vores fans, som deler det. Folk kommer der også godt ide, når vi viser noget personligt. For eksempel lagde jeg et foto ud af det nye hold på De Intensive Musikkurser, som er et 14-ugers dagskursus, og skrev velkommen til dem. Vi viser, at vi har set dem og er glade for, de er her, og kursisterne delte det på livet løs."

Det har også betydning, hvornår på dagen, man lægger indlæg ud. Aftener og week-ender er gode tidspunkter, og heldigvis kan Facebook indstilles, så indlæggene udgives automatisk på forud indstillede tidspunkter. I starten var man lidt belymrede på Rytmik Center for, om der ville komme kritik af undervisere, lokaler eller lignende på Facebook-siden.

"Hvis der kommer en kritik, skal man svare venligt og åbent. Men det har ikke været aktuelt," siger Carsten Mørch-Bentzen. Han vil gerne skabe mere dialog med brugerne fremover:

"Her er en glimrende mulighed for at få mere viden om, hvad de ønsker. Hvilke kurser vil de gerne have? Hvordan skal de organiseres? Den dialog vil jeg gerne have i gang."

På centrets nye hjemmeside, som man lige nu lægger sidste hånd på, er der lavet integration med sociale medier. Billeder og lyd kommer til at lyde mere, for kunst og kultur skal ses, høres og mærkes. Og så skal det kunne deles. ■



SÅDAN GØR MAN

Læg en Facebook-strategi

- > Hvad vil I fortælle?
- > Hvem er de primære målgrupper?
- > Hvad er formålet med Facebook-siden? (fx flere kursister, nye ideer til kurser, færre aflysninger, større synlighed.)
- > Vil I kun fortælle om aftenskolen tilfældig eller vil I også inke til andet interessant stof om de emner, skolen behandler?
- > Hvis aftenskoler dækker mange områder, fx musik, bevægelse, sprog og kunst, vil I så skrive om det hele på én fælles facebook-side, eller vil I oprette en side for hvert emne?
- > Hvem skal lægge indlæg ud på siden?
- > Hvor ofte skal der lægges indlæg ud?
- > I hvilket omfang skal undervisere involveres? Skal de for eksempel have adgang til at skrive om deres kurser på Facebook-siden og lægge fotos ud?
- > Hvor hurtigt vil I svare på spørgsmål fra brugerne?

PÅ FACEBOOK

Her kan du:

- > Markedsføre kurser og arrangementer.
- > Efterlyse ideer til nye kurser.
- > Sæge kursister til de sidste pladser på et hold.
- > Vise helt konkret, hvad kursisterne lærer, for eksempel ved at lægge fotos og video ud fra et smykkekursus, keramikhold med videre.
- > På ris, ros og forbedringsforslag fra brugerne.
- > Arbejde med at ændre image via fotos, videoer, anmeldelser fra kursister med videre.
- > Skabe et større kendskab til aftenskolen.
- > Få kendskab til kursisters og potentielle kursisters ønsker og behov ved at lægge op til dialog.
- > Give undervisere mulighed for at profilere sig selv og deres kurser.
- > Skabe et lukket grupperum for kursister på bestemte hold eller for kursister, der har den samme underviser. Her kan underviseren lægge videoer, øvelser, supplerende materiale med videre ud til kursisterne.