

SKAPA EN KAMPANJ PÅ SOCIALA MEDIER



Att skapa en kampanj på sociala medier är ett jättebra sätt att nå ut till andra och påverka. Genom en kampanj kan du rikta in dig på ett specifikt ämne och skapa förändring. I den här texten kan du läsa om några tips kring att skapa en kampanj på sociala medier.

Vad är temat för kampanjen?

När du har bestämt dig för att du vill göra en kampanj är det dags att komma på vilket tema kampanjen ska ha. Temat kan vara stort eller litet – det är helt upp till dig att bestämma. En fördel med ett stort tema är att fler kan känna igen sig i det. En fördel med ett litet tema är att det blir lättare att påverka i specifika frågor.

Stora och små frågor hör ofta ihop. En liten fråga kan vara att du vill att personer med synnedsättning ska ha rätt till ledarhund, oavsett ålder. Den stora frågan blir här synnedsattas rättigheter.

Vad vill du uppnå med kampanjen?

Det är bra om du vet vad du vill uppnå med kampanjen. När du vet det blir det också lättare att se när du har uppnått ditt mål. Dina mål kan exempelvis vara att din kampanj når ut till ett visst antal personer, att kampanjen omnämns i tidningar eller att du engagerar andra personer i kampanjen. Kampanjen kan exempelvis handla om att du vill förändra ett beslut eller en lag. Då kan det vara viktigt att frågan

lyfts offentligt så att fler personer som delar din åsikt kan organisera sig tillsammans. Det kan göras genom medborgarförslag eller demonstrationer bland annat. Du kan även ha helt andra mål – det är bara fantasin som sätter gränser!

Vad vill du uppnå med kampanjen?

Om du vet vilka du vill nå ut till med kampanjen, blir det lättare att veta hur du ska göra för att nå dem. Riktas du dig till personer med en viss ålder? Till personer med en viss funktionsnedsättning? Till politiker? Till en specifik yrkesgrupp? Du kan vilja nå flera grupper med din kampanj, men det är bra att du vet vilka dessa grupper är i förväg så att du kan anpassa din ton och budskap.

Vilka sociala medier-plattformar vill du använda?

När du vet vilka du vill nå med kampanjen är det dags att bestämma vilka sociala medier-plattformar du vill använda. Fundera först på var dessa personer kan tänkas finnas. Är de aktiva på Facebook, Instagram, TikTok, YouTube eller Twitter? Använd gärna den plattform som du tror att personerna du vill nå ut till finns på.

Vilka inlägg vill du publicera?

Vilka slags inlägg vill du sprida i din kampanj? Ska det vara text, bild, ljud eller video? Ska inläggen vara roliga, informativa eller oväntade?

Hur vill du att andra ska använda inläggen? Vill du att de gillar, kommenterar eller delar inläggen? Vill du att de ska börja följa din sida och sprida den till andra? Hur ska du göra för att nå dit?

Ett tips är att fundera på sidor eller personer du följer. Hur gör de? Hur påverkar det dig? Hur reagerar du när du ser deras inlägg, och vad får det dig att göra?

Hur ofta vill du publicera?

Unden en kampanj är det vanligt att publicera flera inlägg. Det kan vara en eller flera gånger per dag, en gång per vecka eller en gång per månad. Hur ofta du publicerar saker är upp till dig att bestämma. Om du laddar upp inlägg ofta blir det lättare för andra att hålla sig uppdaterade om kampanjen. Om du laddar upp inlägg mer sällan kan det bli intressant för läsare att se dem för att få veta vad som har hänt sedan sist. Inget sätt är bättre eller sämre, det handlar bara om olika sätt och vad du vill uppnå.

Checklista

Här kommer en checklista du kan använda dig av när du skapar en kampanj på sociala medier.

Du har bestämt tema för kampanjen:

Du vet vad du vill uppnå med kampanjen:

Du vet vilka du vill nå ut till:

Du har bestämt vilka sociala medier-plattformar du ska använda:

Du har koll på vilka inlägg du vill publicera:

Du vet hur ofta du vill publicera saker:

När du har kryssat i alla checkboxar betyder det att du har gjort allt förarbete inför din kampanj. Nu är det bara att sätta igång att skapa och publicera inlägg, och såklart påverka andra!