

Denna bok är utgiven av:

Tipsförlaget

e-post: holger.wastlund@gmail.com

mobil: 070 594 36 20

Hemsida: <https://tipsom.se>

Tidigare böcker av Holger Wästlund i denna serie:

Starta eget företag – snabbt och lönsamt

Så marknadsför du dig själv och ditt företag alldeles gratis

25 sätt att tjäna pengar när du sover

Jobba hemifrån

Bli inredare – så skapar du din drömkarriär steg för steg

Bli professionell managementkonsult – 250 tips för
managementkonsulter och andra konsulter

Starta eget som inredare

Starta eget som konsult

© Författaren och Tipsförlaget

Författare: Holger Wästlund

ISBN: 978-91-519-7290-9

Mångfaldigande av innehållet i denna bok, helt eller delvis, i tryckt eller elektronisk form, är enligt lagen om upphovsmannarätt förbjuden utan skriftligt medgivande av författaren.

Innehållsförteckning

Välkommen	5
En bunusgåva	8
Steg I: Chockdigitaliseringen	9
Råd 1 Ett unikt tillfälle att växa	9
Råd 2 Detta säger 5000 marknadsförare	13
Råd 3 Du "måste" finnas på sociala medier	17
Steg II: Din strategi för att lyckas	23
Råd 4 Så tänker smarta marknadsförare	23
Råd 5 Innehåll som engagerar	31
Steg III: Så får du följare till din webbsida	37
Råd 6 Kom i gång med din egen webbsida	37
Råd 7 Så skapar du trafik till din hemsida	43
Råd 8 Sökord som ger gratis marknadsföring	47
Råd 9 Så får du besökarna att bestämma sig	53
Råd 10 Lura Google? Nej, gör så här i stället	59
Steg IV: Facebook	65
Råd 11 Detta är speciellt med Facebook	65
Råd 12 Grunderna för Facebook	69
Råd 13 Använd Facebook i din marknadsföring	75
Steg V: Instagram	85
Råd 14 Detta är speciellt med Instagram	85
Råd 15 Grunderna för Instagram	87
Råd 16 Använd Instagram i din marknadsföring	93



Ett sista exempel. Om du är konstnär som erbjuder utbildning i form av kurser i målning, teckning, skulptur och liknande så bör dina kännetecken troligtvis vara att du är kreativ, inspirerande och ganska orädd. Om du dessutom gissar att dina kurser främst attraherar kvinnor så bör du främst vara på Facebook, Instagram och Pinterest. Vill du på ett påtagligt sätt visa hur dina kurser fungerar ska du naturligtvis välja Youtube.

Testa, testa och åter testa

Det bästa sättet att komma fram till vilken strategi som passar dig bäst är att du kommer i gång och experimenterar med olika sociala medier. På nätet finns många verktyg för att testa om du är på rätt väg. Sätt i gång, pröva dig fram, korrigerar, testa igen och korrigerar igen så att du successivt kommer fram till en strategi som passar dig och din verksamhet.

Råd 5: Innehåll som engagerar

I dag talar många marknadsförare om "Content Marketing" eller innehållsmarknadsföring. Orsaken till det är uppenbar. Folk är trötta på den gamla formen av reklam som pressas på oss utan att vi efterfrågat något. Man föredrar "pull" framför "push" i reklamsammanhang. Detta är speciellt framträdande inom sociala medier, där det är så lätt att klicka sig vidare så fort man tröttnar på ett budskap. Det är enormt viktigt att leverera innehåll som intresserar och engagerar.

Syftet med innehållsmarknadsföring kan man sammanfatta i tre punkter:

- Få fler följare som stannar länge på din sida.
- Engagera dina följare, både befintliga och nya.
- Få följare att gå vidare till din hemsida.

Vad kännetecknar bra innehållsmarknadsföring? Jo, det består av innehåll som mottagaren är intresserad av och som förmedlas på ett sätt som mottagaren kan ta till sig.

Innehåll som mottagaren är intresserad av

Det är viktigt att du fokuserar på ämnen som är relevanta för dina befintliga och kommande följare. Därför gäller det att göra research inom din bransch för att se vilka trender som är aktuella och vilka nyheter som kan vara värda att dela med dina anhängare. Troligtvis är det mesta som händer inom din bransch intressant att skriva om och dela på sociala medier. Det finns ofta en berättelse att förmedla som kan knytas till en aktuell händelse.

Det gäller dessutom ofta att vara snabb och skriva innan ämnet blir inaktuellt.

Ett annat sätt är att publicera sådant innehåll som har ett mer långsiktigt intresse. Här kommer ett exempel som jag har haft stor nytta av.

När jag började med marknadsföring på Internet gällde det att sälja min allra första bok. När det s.k. ROT-avdraget (ROT= reparation, ombyggnad, tillbyggnad) introducerades för några år sedan insåg jag att många, pga. de förmånliga skattereglerna, skulle vilja bygga om hemma.

Min första bok hette "Så får du ditt drömkök till lägsta kostnad". Boken handlade om hur man kan bygga om eller bygga ett nytt kök med rätt kvalitet till rimlig kostnad och samtidigt hålla tidplanen.

Problemet var att det fanns konkurrens från byggare, köksleverantörer, andra författare och konsulter. Det fanns många som kunde tillräckligt för att kunna sälja sin kunskap inom detta område. Min slutsats blev att här gäller det att bjuda på saklig och lättillgänglig information som är gratis för den som vill ha den.

Jag startade för några år sedan en webbsida med domännamnet byggaom.se. Den innehöll ca 250 undersidor med information om mycket av det som man behöver känna till för att kunna genomföra en lyckad ombyggnad. Boken har getts ut i fyra upplagor, och är f.n. slutsåld.

Jag hade drygt 1000 unika besökare på sidan per dygn men eftersom jag hade ambitioner att hålla den aktuell och samtidigt hade mycket annat att göra så avslutade jag så småningom hemsidan pga. tidsbrist.

Webbsidan var den enda marknadsföringsåtgärd som jag genomförde för att sälja boken och av det har jag lärt mig låxan: Leverera innehåll, innehåll och åter innehåll som är praktiskt, lättillgängligt och sakligt på ett sådant sätt att de som är intresserade av området kan hitta informationen när de själva söker efter den.

Jag tror inte på marknadsföring som avbryter och stör mottagaren. Det finns alldeles för mycket av den sorten som vi alla blir irriterade av.

Webbsidan hade dessutom en del som fungerade som en blogg så att besökare hade möjlighet att själva kommentera, ställa frågor och påverka vilket innehåll de själva ville ha.

Jag har gjort många fel på vägen. Det har jag lärt mig mycket av. Det viktigaste är att försöka lösa läsarens eller besökarens problem. Det kan t.o.m. innebära att man ger en länk till en annan sajt som har en bra lösning på problemet – även om det innebär att besökaren försvinner från min sida till en konkurrent.

Jag har en stark tro på att man ska samarbeta snarare än konkurrera.

Syftet med webbsidan var att visa att jag har kunskap inom det område som jag skriver om. När läsarna och besökarna inser att de hamnat hos någon som behärskar sin nisch så behöver man inte sälja.

Webbsidan resulterade inte bara i en massa sålda böcker. Journalister hittade den och frågade om de kunde få intervjua mig, konferensarrangörer hörde av sig för att be mig hålla föredrag, uppdragsgivare kontaktade mig och frågade om jag kunde ställa upp som konsult och specialister av olika slag kom med förslag om samarbete.

Enkel slutsats – det här sättet att marknadsföra sina tjänster eller produkter genom att leverera värdefullt innehåll som är gratis för den som frågar efter det och som inte kostar något för dig att ge bort är effektivt. Det ger dessutom andra, ofta oväntade, effekter.

Man kan sammanfatta vikten av att skapa sakligt, lättillgängligt och engagerande innehåll så här:

- I konkurrensutsatta områden kommer den att vinna som kan konstnär att leverera den mest lättillgängliga och sakliga informationen inom det aktuella området. Alla köpbeslut bygger på information. Se till att det är du som bjuder på den bästa informationen inom ditt område.
- Få kunden att förstå att du kan ditt område. Du är experten som besökaren med trygghet kan vända sig till.
- Ge informationen när kunden efterfrågar den. Stör inte, avbryt inte med det du har att säga. Låt kunden fråga och leta efter kunskap och se till att han eller hon då hittar dig som kan svaren eller tar reda på svaren.
- Kunderna är bortskämda med information och kräver att du som leverantör ska ge mer och bättre information än de kan få på annat håll. Den ska vara gratis och den ska levereras på ett sådant sätt att de inte besvärar sig för mycket "säljande".
- Sätt kunden i fokus. Ge alltid dina bästa råd även om det leder till att kunden går vidare till en konkurrent.
- Allt detta kokar ner till slutsatsen: Leverera innehåll, innehåll och åter innehåll.

Innehåll som är förmedlat på ett sätt som mottagaren kan ta till sig

Beroende på vilket sorts innehåll du levererar kan du välja sätt som du vill presentera det på. Budskapets karaktär styr i hög grad vilken form du bör välja. Besökare som skrollar fram till ett inlägg stannar gärna om det innehåller en vacker, engagerande eller roande bild eller video.

Här kommer några olika former som du kan välja mellan när det gäller att publicera ditt innehåll:

1. **Bilder** som illustrerar personer, platser, produkter eller projekt.
2. **Inspirerande citat** som kan läggas in på en bra bild. Citatet bör handla om det du skriver om och kan komma antingen från kända personer som har uttalat sig eller kanske du själv formulerar en träffande mening som kan spridas vidare som ett citat.
3. **Infografik**. Detta är en populär form att illustrera och på ett pedagogiskt sätt förklara ett komplicerat sammanhang.
4. **En tydlig knapp** som besökarna kan klicka på för att genomföra en aktiv åtgärd, beställa eller anmäla sig till någonting.
5. **Videoinspelningar** är den kraftigt ökande formen av publikationer på sociala medier. Den kändaste plattformen för videoinspelningar är naturligtvis Youtube men i dag sprids videoinspelningar på samtliga de plattformar som nämns i denna bok. Eftersom Instagrams och Facebooks algoritmer inte bara mäter hur många följare du har utan även hur lång tid som besökarna stannar på din sida så är naturligtvis videoinspelningar extra intressanta.

En gång lyssnade jag på en managementkonsult som ställde samma fråga till sina åhörare. En av åhörarna kommenterade stolt frågan med; "Vi är ett modernt företag och därför har vi en väl utvecklad (och påkostad) egen hemsida".

Konsulten gav då följande dräpande svar: "Att ha en egen hemsida är lika grundläggande för ett företag som att det finns en toalett på kontoret".

Några anledningar till att du absolut bör ha en hemsida

Din hemsida är ditt visitkort. Det är den bästa presentation man kan tänka sig av dig själv och din verksamhet, vad du har gjort och vad du planerar att göra.

Du kan fylla den med texter, bilder, videoklipp, ljudinspelningar mm.

Du bör fylla den med sådant innehåll som är relevant för dina följare, besökare eller fans under en lång tid framåt. På sociala medier kan du lägga ut sådant som kanske förändras med tiden och som känns aktuellt under en kortare tid. Där finns inte samma förväntningar på att innehållet skall vara aktuellt och hållbart länge.

Det är från hemsidan som de flesta administrerar sina erbjudanden eller konverteringar och sin försäljning av varor eller tjänster.

På nästa sida kommer några grundläggande frågor som du bör ställa dig själv. Då blir det självklart hur du bör bygga upp din hemsida.

- Vilken är din viktigaste målgrupp?
- Vad vill de få reda på när de besöker din hemsida?
- Hur ska du få de som ingår i din målgrupp och som surfar runt på nätet att hitta och gå in på din sida?
- Hur kan du med din hemsida få besökarna att bli kunder och beställa din produkt, bli medlem i en organisation, börja motionera, äta hälsosammare kost eller vad det nu är du eftersträvar?

Svaren på ovanstående frågor får du om du funderar ett steg till:

- Gör en lista på de frågor som din målgrupp oftast ställer. Känner du din målgrupp väl så är detta inget problem.
- Om du inte kommer på tillräckligt många frågor så kan du göra en undersökning på nätet, kontakta dina tidigare kunder eller de som beställt dina nyhetsbrev och fråga dem.
- Surfa runt på några av de diskussionsforum där din målgrupp är aktiv. Jag är övertygad om att du kommer att få massor av uppslag och idéer genom dessa olika kanaler.
- Var ännu mer fantasifull – fortsätt listan med att skriva ner sådana frågor som din målgrupp borde ställa.

Är du specialist inom ditt område så kan du säkert svaren på de flesta av dessa frågor. Om inte – ta reda på svaren, så blir du specialist!

Genom en sådan övning kommer du säkert märka att du har flera olika målgrupper som ställer sinsemellan olikartade frågor. Hur möter man det på mest effektiva sätt?

- Försök hitta ett domännamn som tydligt anknyter till ditt varumärke eller vad du gör.
- Det bör vara kort, lätt att förstå och uppfatta.
- Plagiera aldrig ett befintligt namn och lägg dig inte för nära ett existerande domännamn.
- Undvik att använda siffror och andra tecken som inte är bokstäver.
- Använd dig av .se eller .com i första hand. Det hjälper om någon försöker leta efter din domän utan att veta den exakta domänadressen.
- Använd gärna starka nyckelord/sökord i ditt domännamn. Det underlättar om du vill få många besökare till din sajt.
- Välj ett domännamn som du även kan använda på olika sociala plattformar.
- Tänk på att du ska kunna använda domännamnet under lång tid framåt.
- Om du riktar dig mot en geografiskt definierad målgrupp, t.ex. i din egen hemort, kan du försöka få med Ortsnamnet i domännamnet.
- Även om det kan kännas avlägset när du startar din hemsida kan det i en framtid bli aktuellt att sälja din verksamhet inklusive hemsidan. Tänk i så fall på att ditt domännamn inte knyts alltför starkt till din egen person utan kan fungera även om någon annan tar över och driver din nuvarande verksamhet.

Råd 7: Så skapar du trafik till din hemsida

Hur får du många besökare till din hemsida/blogg?

Det finns två sätt. Antingen betalar du eller jobbar du med s.k. organiska resultat.

Principen för att få besökare genom att betala kallas för "pay-per-click" och betyder att du får betala en viss förutbestämd summa för varje besökare som via Google klickar sig in på din hemsida. Det finns en hel vetenskap om hur man gör detta på bästa sätt. Eftersom den här boken i första hand handlar marknadsföring via sociala medier så beskriver jag inte det här. Om du är intresserad kan du gå in på Google Adwords och där läsa hur det går till.

Jag jobbar själv mycket med det som kallas organiska resultat. Det går ut på att skapa ett så värdefullt och aktuellt innehåll på sin webbsida så att Google's sökmotorer hittar den och därmed ser till att den kommer långt upp när någon söker information på Google.

Google's primära avsikt med sina sökmotorer är att hitta de allra bästa sidorna inom varje nisch eller specialområde. Det som fungerar bäst i längden är att du gör följande:

- Det viktigaste av allt: Leverera bra, relevant och aktuellt innehåll.
- Lär dig grunderna om sökmotorer och hur sökord fungerar

Här kommer några bevis på att detta fungerar och att du kan göra samma sak. Jag använder mig av flera hemsidor. Detta kombinerat med att jag jobbar efter ovanstående principer gör att jag kommer högt upp på Google's sökresultat med flera av mina sidor.

- Skriver jag till exempel sökorden "bli festfixare" på Google så handlar 3 av de 10 träffar som jag får på Google's första sida om en av mina böcker som handlar om detta.
- Med sökorden "bli managementkonsult" får jag 2 av 10 träffar som handlar om en annan av mina böcker.
- Skriver jag "bli inredare" på Google så handlar 2 av 10 träffar om min bok som heter just så.

Märk väl att jag här berättar om resultaten när jag skriver in dessa sökord på Google. Google's algoritmer är så fiffigt konstruerade att de även tar hänsyn till besökarens egen sökhistorik, geografiska position etc. Om du söker på samma sökord som jag så kan du få ett helt annat resultat.

Vikten av att leverera bra, relevant och aktuellt innehåll framgick tydligt i det tidigare avsnittet om innehålls-marknadsföring.

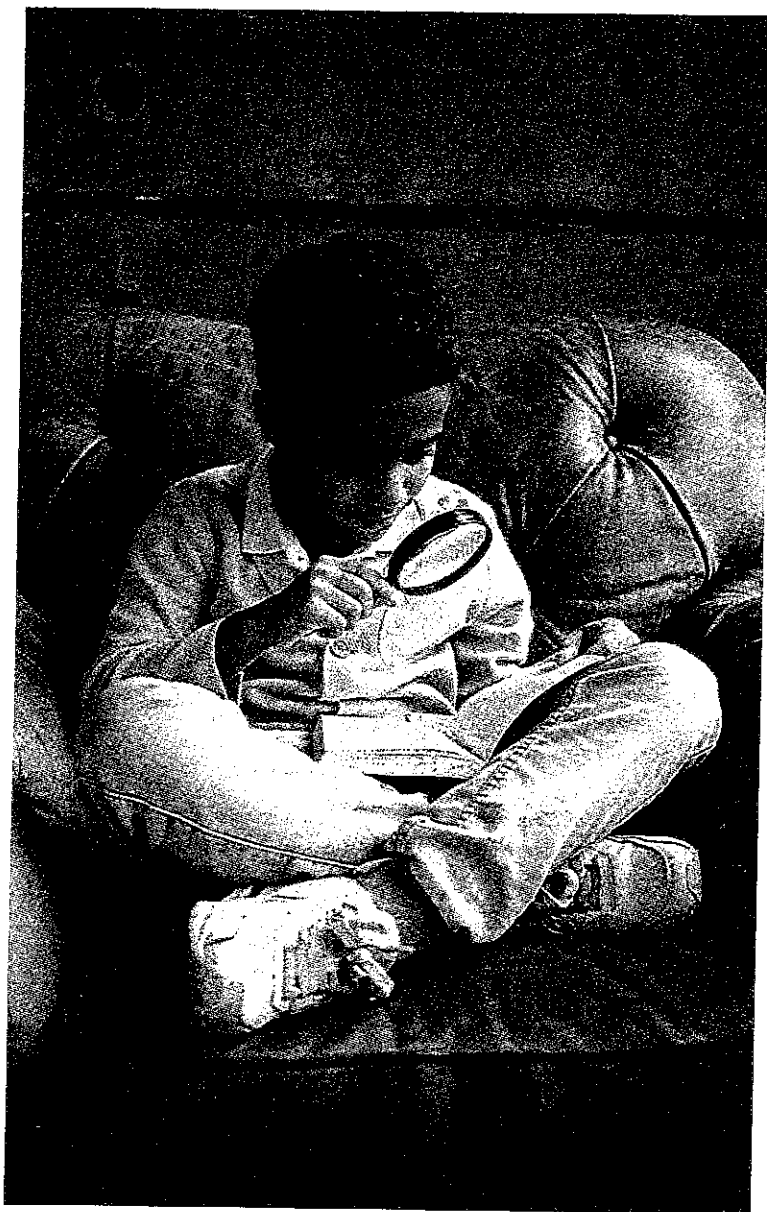
Grunderna om sökmotorer och hur sökord fungerar kan du lära dig genom att ladda ner Google's egen handbok.

Sök på "Google grundhandbok om sökoptimering". Det är en av de bästa handledningar som finns inom ämnet – och dessutom är den gratis.

Här kommer en lista på de punkter som behandlas i handboken.

- Grunderna i sökmotoroptimering (SEO)
- Så skapar du unika och relevanta titlar för sidorna
- Formulera en bra beskrivning av sidans innehåll
- Skapa en bra struktur för din webbplats
- Så gör du din webbplats lättnavigerad
- Optimera Innehållet
- Erbjud bra innehåll och tjänster
- Skriv bra s.k. ankartext
- Optimera din bildanvändning
- Använd rubriktaggar på rätt sätt
- Så fungerar sökmotoroptimering för mobiler
- Så meddelar du Google om mobila webbplatser
- Så vägleder du dina mobilanvändare till rätt version
- Analysera din sajts innehåll
- Så marknadsför du din webbplats på rätt sätt
- Så använder du kostnadsfria verktyg för webbansvariga

Har du din hemsida eller blogg på Wordpress så kan du ladda ner ett tillägg (plugin) som tar hand om mycket av detta åt dig. Även det är gratis.



Råd 8: Sökord som ger gratis marknadsföring

När vi går in på Google för att leta efter en viss produkt eller tjänst så skriver vi in de sökord eller nyckelord som vi tycker motsvarar vårt behov.

Låt oss ta som exempel att vi behöver en bra fotograf som vi kan anlita för att filma ett evenemang i Malmö.

Vi prövar med att skriva "fotograf" på Google. Vi får över 6 miljoner träffar. Eftersom Google visar ca tio träffar per sida så betyder det att det finns ca 600 000 sidor att gå igenom.

Hur hamnar man på någon av de första sidorna bland dessa 600 000 sidor? Jo, du måste jobba med bra sökord/nyckelord.

När du skriver på nätet ska du se till

- Att du har med dina viktigaste sökord i din rubrik
- Att du upprepar dina viktigaste sökord i början av den text som du skriver
- Att sidan består av unik text som innehåller dina sökord lagom mycket
- Dessutom kan du se till att texten till bilder och länkar till andra sidor även innehåller dina sökord

Den viktigaste slutsatsen av detta är att när du skriver på nätet så skriver du för både levande besökare och för sökordsrobotar.

Så här bör du göra:

- Tänk så här: "Om jag är ute efter att hitta en skicklig och erfaren filmfotograf i Malmö – vilka ord skulle jag söka på då som motsvarar just detta behov?"
- Tänk också på att de som surfar sällan söker på värdeomdömen som "skicklig" eller "erfaren". Man söker oftast på substantiv, arbetsuppgifter och den ort där man vill ha varan eller tjänsten levererad.

Om jag exempelvis söker efter en skicklig och erfaren fotograf så söker jag på ord som "fotograf", "fotografering", "foto" osv. Jag kommer då finna att jag får alldeles för många träffar så troligen vill jag begränsa mitt urval och skriver i stället "fotograf barn", "fotograf körkort" eller "fotograf bröllop" beroende på vilken sorts fotografering jag önskar.

Ofta har företag med stora resurser hemsidor med massor av text och bilder som bygger på väl utvalda sökord. Det är svårt att konkurrera mot dessa "drakar". Lösningen är därför att du letar efter kombinationer av nyckelord, s.k. nyckelordsfraser. Då blir konkurrensen mindre och du får större chans att hamna långt upp på Google.

Jag ska nu visa dig två vägar att hitta olika nyckelord eller sökord när du ska jobba smart på nätet.

Låt Google föreslå vad Google ska leta efter

Här kommer ett verktyg som du absolut bör använda dig av.

Klicka dig in på "Google Adwords sökordsverktyg".

Logga in på Adwords. Har du inte tidigare något gmail-konto så är det gratis att skaffa ett sådant.

Klicka på underrubriken "Upptäck nya sökord".

Under rubriken "Ange produkter eller tjänster med nära anknytning till ditt företag" skriver du några egna förslag till sökord. Jag fortsätter med exemplet "filmfotograf".

Klicka på "Hämta resultat" och då får du fram:

- En mängd sökord som har anknytning till dina ursprungliga sökord, t.ex. "filmfotograf"
- Antal sökningar som görs på samtliga dessa sökord per månad
- Konkurrensen från andra på respektive sökord
- En funktion där du kan spara de sökord som du är intresserad av att gå vidare med



Steg IV: Facebook

Råd 11: Detta är speciellt med Facebook

Är det värt för dig som småföretagare att finnas på Facebook? Det tar en massa tid som du kanske kan använda på ett bättre sätt för ditt företag.

Bra fråga! Svaren blir verkligen olika för olika företagare. En del struntar helt i Facebook oftast med argumentet att "Det har jag inte tid med". Andra finns på Facebook lite halvhjärtat. Man har en personlig profil och kanske en separat företagssida och man går in på Facebook då och då, främst för att man för tillfället inte har något brådskande som måste göras.

Så finns det en grupp småföretagare som har en tydlig strategi för sin närvaro och en väl utvecklad rutin för hur man kan sköta sin aktiva närvaro på ett rationellt och tidsbesparande sätt.

Funderar du på vilket av dessa alternativ du bör satsa på så ska jag i detta avsnitt ge dig underlag för att fatta ett sådant, förhoppningsvis väl underbyggt, beslut.

Facebook är störst

Facebook är det största sociala nätverket i dag. När denna bok skrivs använder 1,79 miljarder personer Facebook varje dag. Det är inte bara ungdomar. 2/3 av användarna i Sverige är över 30 år gamla.

Satsar du på att vara aktiv på Facebook så bör du förbereda dig på att det tar tid. Att bygga upp en sida en gång för alla och sedan låta den vara kan bli mer skadligt än att inte finnas där alls. Du bör då och då publicera nytt material. Helst regelbundet och ju oftare, desto bättre.

Facebook är ett bra ställe för att testa idéer och skaffa recensioner och omdömen

Akta dig för att se Facebook som en enkelriktad säljkanal. Du bör i stället ställa frågor, komma med förslag och försöka hålla en diskussion i gång. Det är lätt att kommunicera på Facebook. Det går snabbt att nå ut. Det är enkelt för alla som är intresserade av det du håller på med att ge synpunkter, svara på andras synpunkter och kommentera – både positivt och negativt. Det är lätt för de som bara tittar in på dina Facebooksidor att följa en pågående diskussion.

Du kan hitta samarbetspartners

Facebook, liksom LinkedIn, är utmärkta medier för att hitta samarbetspartners. Berätta om ditt behov och du kommer direkt att få alla möjliga förslag på hur du kan lösa det. Jag följer kontinuerligt några grupper på Facebook och LinkedIn och det är slående att se all den hjälp och så många goda råd som hela tiden ges. Prova! Du kommer att bli positivt överraskad.

Ett utmärkt sätt att ta hand om eventuell kritik

Dina kunder kommer att ha åsikter om din verksamhet. Förhoppningsvis är de positiva men det kan också komma negativa kommentarer. De som finns på Facebook och andra sociala medier kan vara grymma om du inte sköter dig. Värt att tänka på! Då är det viktigt att du finns med på Facebook så att du kan komplettera eller bemöta synpunkterna på ett effektivt och snabbt sätt när det är aktuellt.

Bra för att bygga upp en sändlista

Din Facebooksida kan bli ett utmärkt verktyg för att slussa besökare över till din egen hemsida/blogg där de kan beställa värdefull gratisinformation eller göra beställningar av de produkter eller tjänster som du erbjuder. Länka flitigt från dina inlägg på din Facebooksida till din egen sajt.

Det gillar både dina besökare och sökmotorerna.

Facebook passar för de flesta presentationsformer

Det är enkelt att lägga in texter, bilder och länkar till allt möjligt. Du kan lätt ladda upp bilder och videoklipp som finns på YouTube eller Slideshare och med det följer möjligheten att lägga upp musik och andra ljudeffekter.

Du kan enkelt lära dig hur dina besökare agerar

För dina egna Facebooksidor kan du lätt få fram "Statistik för Facebooksidan". Det låter inte särskilt kul men är en guldgruva när du vill använda din Facebooksida som ett marknadsföringsverktyg. Här får du för varje inlägg som du producerar uppgifter om:

- Totalt antal "gilla"-markeringar
- Nya "gilla"-markeringar
- Inläggets räckvidd = antalet personer som ditt inlägg har nått
- Interaktion = antalet personer som interagerat från föregående vecka genom att "gilla", kommentera, dela eller klicka på ditt inlägg.

På det sättet kan du testa dig fram och successivt förbättra dina aktiviteter på Facebook.

Nackdelen med Facebook

Den stora nackdelen med att vara aktiv på Facebook, liksom på alla sociala medier, är att det tar tid. Aktiviteterna i sig tar tid att genomföra och det är lätt att fastna i helt privata diskussioner som inte har att göra med marknadsföring av din verksamhet. Men det finns sätt att göra detta på ett tidseffektivt sätt som jag beskriver i avsnittet "Verktyg som gör det enklare".

Råd 12: Grunderna för Facebook

Du bör ha en företagssida

Jag kommer i nästa avsnitt in på hur du kan använda dig av Facebook för att marknadsföra dig själv eller din verksamhet. Det första steget är att du bör skaffa dig en personlig sida eller en företagssida på Facebook. Facebook har utmärkta instruktioner som talar om hur du startar en sida. Därför kommenterar jag de olika stegen här bara i korthet med utgångspunkt från att du just ska använda din sida i första hand ur marknadsförings-synpunkt.

För att skapa en företagssida behöver du gå igenom följande punkter:

1. **En personlig Facebook-profil:** Du behöver ha en profil för att skapa en sida. Din profil och sida betraktas som två separata delar på Facebook. Det är här du väljer ett användarnamn. Det namn du väljer kan vara ditt eget personnamn, ditt varumärke, ditt företagsnamn eller några ord som på ett bra sätt beskriver vad du gör.

Det kan vara klokt att redan nu tänka på att ha samma användarnamn på så många plattformar som möjligt. Om du dessutom har samma namn på din webbsida så är det allra bäst. Det gör det enklare både för dina besökare och för sökmotorerna att hitta dig och det du publicerar på olika ställen.

Du ska försöka hitta ett enkelt namn som är lätt att komma ihåg. Tänk igenom dessa punkter noga innan du bestämmer dig för ett namn. Det har tidigare varit lite krångligt att i efterhand ändra ett namn på Facebook men det verkar numera ha blivit enklare.

2. Kategori för din sida. Det finns ett antal färdiga kategorier att välja bland och Facebook erbjuder olika unika funktioner beroende av vilken kategori du väljer.

3. Informationen om ditt företag. Här kan du lägga in den formella informationen som t.ex. din postadress, din e-postadress, telefonnummer etc. Men det viktiga ur marknadsföringssynpunkt är att du här formulerar en entusiasmerande beskrivning av vilka områden du är aktiv inom. När en besökare söker information om ditt företag kommer han eller hon till att börja med bara se de två första raderna så det är viktigt att du formulerar din beskrivning med omtanke. Naturligtvis ska du även i beskrivningen ta med din webbadress och länkar till alla andra sociala plattformar där du är aktiv.

4. Mål som du vill uppnå. Det är viktigt att du har ett tydligt mål med din sida. Om du har jobbat igenom de punkter som jag berörde i det tidigare avsnittet "Din strategi för att lyckas" så innebär denna punkt inga problem. Om du inte gjort det ännu så är detta det rätta tillfället att formulera dina mål.

5. Använd många bilder och gärna video. Huvudbilden bör vara tilldragande och inte innehålla för mycket text. Den kan innehålla ditt varumärke och även visa en länk till din webbsida. Du kan eventuellt även ha länkar till några andra sociala plattformar där du är aktiv. Om du har text i bilden bör du placera den i mitten av bilden eftersom din sida kommer att visas i en massa olika skärmstorlekar - i mobiler och liknande.

Var noga med att använda dig av de bildstorlekar som Facebook rekommenderar.

Du kan även lägga in flera bilder och organisera dem i s.k. fotoalbum. På det sättet har du möjlighet att beskriva din verksamhet och dina produkter på ett fylligt sätt. Ytterligare en möjlighet är att lägga in videoinspelningar och sortera dem i s.k. spellistor.

6. Kontaktuppgifter. Självklart ska du här lägga in din webbadress. Jag tycker även att du ska lägga in din e-postadress och telefonnummer men det avgör du naturligtvis själv om du vill göra.

7. Var aktiv. Som i alla sociala plattformar gäller det att publicera inlägg ofta och regelbundet, helst varje dag. Detta är inte bara för att behålla engagemanget hos dina följare och få nya följare utan även för att Facebook's algoritmer ska notera dina aktiviteter. Det är nämligen så att alla dina följare kommer inte automatiskt se dina inlägg. Detta är något som många inte har en aning om. Anledningen är att Facebook har en strävan att du ska pusha dina inlägg med hjälp av annonsering på Facebook för då ökar naturligtvis Facebook's intäkter.

Detta är dock inte allt. Facebook strävar efter att göra nyhetsflöden så användarvänliga som möjligt. Eftersom det finns så många människor och företag som har sidor på Facebook så är Facebook på sätt och vis överbelastat. Det blir då svårt för besökare att hitta det de söker.

Facebook's algoritmer stödjer därför aktiva sidor med engagerade besökare. De som ligger sämre till måste därför betala annonser för att deras sidor ska rankas högt och nå sin publik. Detta kan uppfattas som frustrerande men det är bara att acceptera om man vill bedriva marknadsföring på Facebook.

Dessutom är det så att en enskild besökares aktivitet även påverkar samma besökares möjligheter att se din sida i fortsättningen. Om besökaren delar, kommenterar och markerar sidan med gillanden så kommer den besökaren nås av mer innehåll från samma sida i fortsättningen.

8. Schemaläggning

Facebook möjliggör för dig att tidsinställa dina inlägg. Du kan även datera inlägg i efterhand. Det finns många managementverktyg som kan förenkla dina aktiviteter, t.ex. att schemalägga inlägg på en eller flera sociala medier samtidigt.

9. Hur ofta ska man posta?

Facebook's algoritmer favoriserar kvalitet framför kvantitet så även om idealet är att posta en gång per dag så är alltid kvalitet viktigast.

Algoritmen är skapad så att inlägg med låg kvalitet filtreras bort och inlägg med hög kvalitet når användarna i första hand.

Använd snarare din tid till att skapa bra inlägg som dina följare kommer att dela i stället för att du publicerar inlägg med låg kvalitet som kanske i värsta fall leder till klagomål.

10. Posta bilder och videospelningar

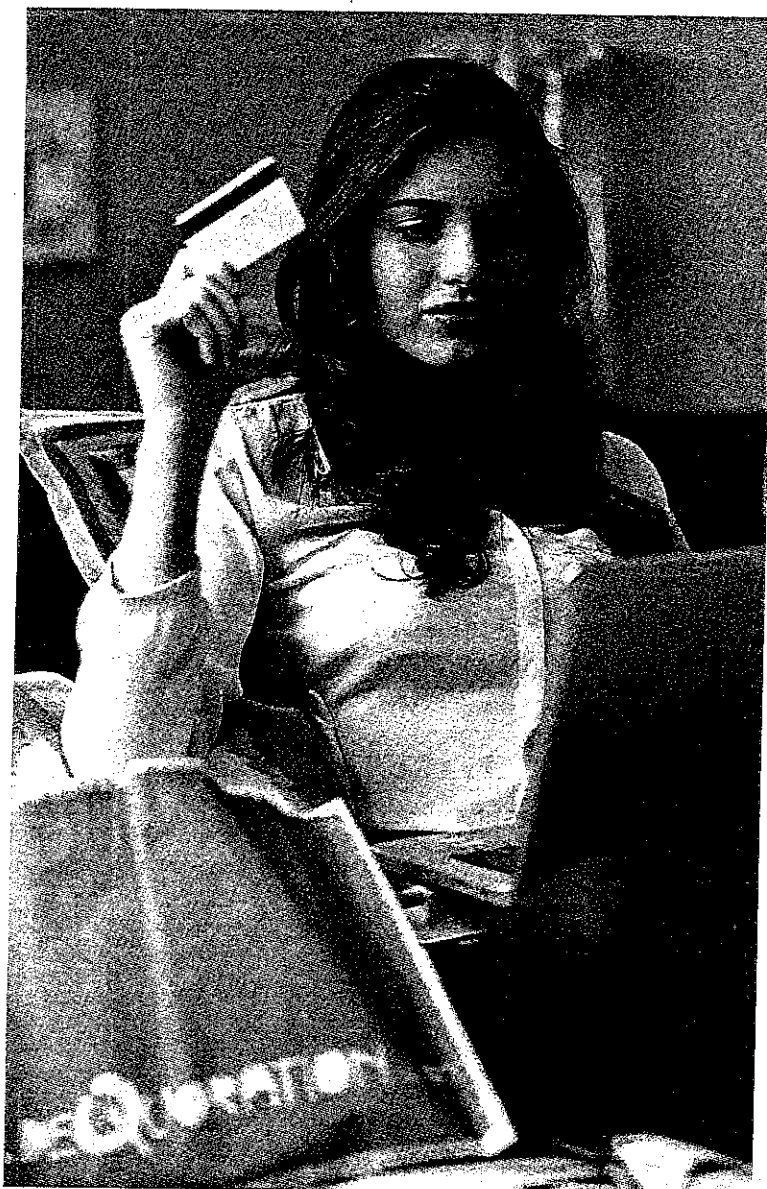
Facebook älskar bilder och videospelningar och favoriserar sådana inlägg i sina algoritmer.

Engagemang är också viktigt, speciellt när det gäller video. Du bör ha bra innehåll, speciellt i början av dina videospelningar, så att inte besökarna snabbspolar och lämnar videospelningen.

Facebook Live är en relativt ny möjlighet som Facebook erbjuder som möjliggör att du kan sända direkt in i dina följares tidslinjer.

Facebook ger höga poäng till live-inspelningar i jämförelse med vanliga inlägg och denna fokusering på video kommer dessutom att öka med tiden.

Detta var lite om grunderna för Facebook. Nu kommer vi till en spännande del – hur du kan utnyttja Facebook för din marknadsföring. Det tar vi i nästa avsnitt.



Råd 13: Använd Facebook i din marknadsföring

Det finns några olika sätt som du kan närvara på Facebook

Du kan ha:

- Egen personlig sida
- Särskild sida för din verksamhet
- En grupp eller gå med i en grupp som redan finns
- Annonsering på Facebook

Fundera igenom vilken den bästa formen är för marknadsföring av din verksamhet.

Facebook är som ett mingelparty

Facebook är som ett jättestort mingelparty. Här gäller i stort samma regler som på ett sådant party. Man får lätt kontakt med massor av människor, det gäller att vara generös och nästan inte sälja alls. Lyssna på andras kommentarer. Ställ frågor. Var lyhörd och försök svara snabbt. Vet du inte svaret på en frågeställning så ta reda på det. Samla på de frågor som ställs och de svar du ger och sammanställ dem för en separat "frågor och svar"-sida på din hemsida.

Dina sekretessinställningar är viktiga

Facebook är i första hand ett socialt nätverk där många publicerar bilder som visar att man varit på den värsta festen, när man var ute och tog en öl eller när man leker med barn eller barnbarn.

Därför gäller det att skilja på det rent privata och det som har att göra med att du vill marknadsföra dina tjänster eller varor.

Om du har ett konto på Facebook ska du gå in på "Inställningar" och där klicka på "Sekretess". Där kan du redigera följande tre områden:

1. Vem kan se mitt innehåll?
2. Vem kan kontakta mig?
3. Vem kan söka efter mig?

På den första rubriken kan du t.ex. välja mellan:

- Offentlig
- Vänner
- Vänner utom bekanta
- Bara jag
- Anpassat

Du kan också, när du skriver ett inlägg, för varje enskilt tillfälle styra just det inlägget på samma sätt, om du vill att det ska vara offentligt, bara för dina vänner, vänner utom bekanta etc.

På din egen sida kan du redigera din profil så att dina uppgifter om din verksamhet är offentliga. Du kan, om du vill, välja att bara dina vänner får åtkomst till dina uppgifter om förhållande, familj etc.

Alltså – Facebook kan vara oerhört bra om du vill marknadsföra din verksamhet. Skilj på vad du skriver om din professionella verksamhet och ditt privata liv!

Börja med att se till att du får många följare – gör så här

När du satt upp din företagssida ska du genomföra tre steg:

- Bjud in alla dina Facebookvänner.
- Dela din Facebooksida på alla andra sociala medier där du finns och bjud in de du har på din sändlista.
- Lägg in en "följ-knapp" och en uppmaning att dela dina inlägg på din blogg eller webbsida. Jag rekommenderar en "flytande" knapp som följer med besökaren när han/hon skrollar ner. En bra och gratis sådan är Wordpresstillägget SumoMe.

Engagera dina besökare

Svara på varje engagemang som visas från någon besökare med en kommentar eller ett meddelande. Facebook mäter faktiskt den tid du tar på dig för att svara och den uppgiften påverkar din ranking.

Starta kunddialoger och lär känna dina kunder bättre via Facebook.

Vilken typ av inlägg engagerar dina besökare?
Jag har tidigare kommenterat vikten av att du postar visuella inlägg. Låt oss på nästa sida titta på vilka specifika typer av inlägg som skapar engagemang.

- Ställ frågor, be om åsikter, feedback, personliga erfarenheter etc.
- Be att besökare fyller i något som fattas, t. ex. "Om du vore miljonär då skulle du...".
- Lägg in åtgärdsknappar av typ "Tagga någon som du vet behöver detta". "Dela detta till någon som gillar djur", "Dela detta med någon som du vet har det svårt" eller "Gilla om du håller med".
- Be besökare att lägga in ett foto, gärna något roligt.
- Inspirerande citat brukar delas flitigt.
- Skapa omröstningar, gärna om en kontroversiell fråga.

Gör research för att hitta viralt innehåll

För att öka antalet följare och för att få en hög ranking av algoritmerna bör du ta reda på vilken sorts innehåll som är mest effektivt. Det finns olika sätt att göra det.

Studera ledande influencers inom ditt område och se vilken typ av innehåll de postar regelbundet. Vilka ämnen är populära just nu? Vilka inlägg ger mest engagemang? Vad säger man i kommentarerna?

Följ sådana sidor som har ett innehåll som liknar ditt, men som har betydligt fler följare.

Ta reda på vilka inlägg som delas mest t.ex. under den senaste veckan eller senaste månaden och välj ämnen för dina inlägg med utgångspunkt från denna kunskap.

Skriv fräscha inlägg, skriv om nyheter och om intressanta trender – upprepa inte gamla inlägg om och om igen.

Om dina inlägg inte skapar engagemang måste du förbättra innehållet. Så enkelt är det.

Du kommer efter bara ett kort tag känna om du är på rätt väg eller inte.

Hämta inspiration

Miss inte chansen att bli inspirerad av andra som lyckas bra. Jag rekommenderar att du skriver in sökorden "bästa Facebooksidorna" eller "Bästa Facebookannonserna". Det är ett sätt att hitta inspirerande förebilder.

Tekniker för att få större spridning

Använd sökord på strategiska platser på din Facebook-sida precis på samma sätt som på din webbplats. Det viktigaste är att försöka få in relevanta sökord i din sidtitel. Dessutom bör du tänka på att få med dina viktigaste sökord i dina inlägg, bildtexter till bilder och video och liknande så att dina aktiviteter hittas av både besökare och sökmotorer.

Använd hashtaggar

Hashtaggar gör det möjligt för dig att pusha för andra sociala plattformar där du är aktiv, som t.ex. Twitter och Instagram.

Du kan även kategorisera dina inlägg efter ämne med hjälp av hashtaggar och du kan söka hashtaggar för att hitta de konversationer som du vill delta i.

Delta i konversationer

Hitta relevanta Facebookgrupper och delta i de konversationer som pågår där. Framhäv inte dig själv. Försök hela tiden lägga till intressanta och värdefulla synpunkter, hjälp andra, dela intressanta inlägg etc.

Om besökarna "gillar" det du skriver och inser att du är expert inom ditt område kommer de med stor sannolikhet söka sig vidare till din privata sida eller företagsida.

Om någon tar upp eller delar någon annans problem eller uttrycker frustration av något slag försök då att svara klokt. Du kan skriva ett svar, helst bifoga en förklarande bild eller t.o.m. skapa en liten video eller ett blogginlägg. Försök ge den som frågar värdefull information som hjälper till att lösa problemet.

Detta är ett mycket bättre sätt än att pusha mycket för din egen verksamhet eller din sida. Du ger hjälp och stöd när den efterfrågas och det kommer tas emot mer positivt än om du kastar din sida i ansiktet på dem (vilket även kan få dig straffad av Facebook).

Med andra ord – för att lyckas med marknadsföring på Facebook bör du bli en mästare på att nätverka.

Pusha från andra sociala medier

Pusha för din Facebooksida på andra sociala medier där du finns och från din webbsida. Du kan installera en speciell widget i en sidokolumn som visar dina senaste inlägg eller ett fotogalleri av dina följare.

Du kan också ha med din Facebooklänk på ditt visitkort och i din signatur på dina e-postmeddelanden.

Analysera dina resultat

På samma sätt som när det gäller din webbsida bör du analysera dina resultat.

De kommer att tala om för dig bl.a. dina besökares demografi samt vilka inlägg som fungerar och vilka som inte fungerar.

Analysera dessa data och justera det som behöver åtgärdas för att erhålla maximala marknadsföringsresultat.

Facebook Ads

Facebookannonsering är en avancerad kunskap som det finns mycket skrivet om och bra videoinstruktioner om. Jag går därför inte in på denna teknik här annat än tar fram lite av det som är så speciellt med just att annonsera på Facebook.

De som går in på Facebook går i första hand inte in på denna plattform för att köpa något. Man surfar runt på Facebook för att läsa inlägg från vänner och bekanta och man letar information och nyheter om det man är intresserad av.

Jag tror därför att det är viktigt att man även behandlar annonser på Facebook som ett sätt att kommunicera med vänner. Man bör inte vara för säljande eller pushande utan snarare betona och förstärka den typen av information som man även skriver om i vanliga Facebookinlägg.

En speciell möjlighet med Facebookannonser är att du kan rikta dem till mycket snävt definierade och nischade grupper.

Du kan styra dina annonser till vissa åldersgrupper, män eller kvinnor, vissa inkomstkategorier, mottagare med speciella intressen osv. Denna möjlighet har Facebook lagt ner ett stort arbete på och det fungerar bra. Facebook vill att du ska lyckas med din annonsering så att du kommer tillbaka och annonserar igen.

Här kommer ytterligare några regler för en framgångsrik annonsering på Facebook som naturligtvis gäller även i andra medier.

- Gör din annons visuell
- Ditt erbjudande måste uppfattas som relevant för mottagaren.
- Ditt erbjudande ska ge ett mervärde eller eliminera en nackdel för mottagaren
- Den måste ha en tydlig uppmaning till handling.

Som sagt, det finns mycket information om Facebook-annonsering att hämta på nätet. Skriv sökorden "Annonsering på Facebook" på Google eller Youtube och du kommer få massor av information att välja bland.

Den stora skillnaden mellan Facebook och t.ex. Amazon är att besökare går in på Amazon för att man vill köpa något medan man skrollar runt på Facebook av rent sociala skäl och det bör påverka tonen i en Facebook-annons en hel del.

SEO-tänkande behövs även på Facebook

Detta är viktigt. Här gäller i stort samma principer som gäller för SEO-tänkande med avseende på din webbsida som jag kommenterade i avsnittet "Så skapar du trafik till din hemsida".

Länka till och från dina Facebooksidor

Precis som när man bygger egna hemsidor så gäller det att skaffa sig många länkar. Tagga även flitigt andras Facebooksidor och webbsidor som är intressanta med tanke på ditt specialområde. Skriv på andras bloggar om din Facebooksida och länka till dessa inlägg från din Facebooksida. När du skriver artiklar, när du är aktiv i olika forum och när du skriver eller kommenterar i andras bloggar så bör du ha med länken i din signatur. Det är inte alla forum som tillåter det, så börja med att kontrollera hur andra gör och lägg in din länk med måtta och omdöme.

Dela intressant innehåll som du hittar på andra sidor och grupper. Länka så mycket du kan från och till intressant innehåll. Det gör dig till en expert som är spännande att följa. Men det ska handla om ditt specialområde. Jag är innerligen trött på alla "roliga, fräcka och ibland lite snuskiga klipp utan något sammanhang som sprids i sociala medier. Är du en av dem som brukar göra detta – snälla du sluta!

Ordna tävlingar för att få fler kunder, besökare och fler "gillanden"

Att ordna tävlingar är en effektiv metod att samla adresser till de som gillar en sida eller till de som är intresserade av samma specialområde som du. Du kan dela ut priser, som är digitala eller fysiska, i utbyte mot att besökaren ger dig sin e-postadress. Det finns undersökningar som visar att inte mindre än 40 % av alla de som gillar en företagssida gör det för att man har fått något i utbyte – rabatt eller någon form av gåva. Det finns tydliga regler för vad du och ditt företag får göra, respektive inte får göra på Facebook. Var noga med att följa dessa.

Detta får du som företag göra:

- Skapa en tävling som befinner sig på din sidas tidslinje eller i en applikation.
- Låta användare delta i en tävling genom att ladda upp bilder, skriva inlägg/kommentarer samt gilla inlägg/kommentarer på din tidslinje.
- Använda "gillande" som en röstningsfunktion.
- Be användare hitta på ett nytt produktnamn, svara på en fråga eller ge något annat utvecklingsförslag och utse en vinnare som skapat det bästa bidraget.
- Be användare dela ett inlägg, men detta får aldrig vara ett krav för att delta eller på något annat sätt ge användaren en fördel i tävlingen.
- Meddela vinnaren av en tävling via ett inlägg på din tidslinje.

Detta får du som företag inte göra:

- Kräva att användare delar inlägg (eller andra objekt) med sina vänner för att delta i en tävling.
- Anordna tävlingar där slumpen avgör vem som vinner. Tävlingar av svenska företag måste självklart följa Svenska Lotterilagen.

Analysera dina resultat

Du bör alltid mäta och analysera dina resultat. På det sättet lär du dig vilken typ av inlägg som fungerar och vilka som inte fungerar. Det finns utmärkta verktyg för detta på Facebook som jag återkommer till i ett senare avsnitt.

Steg V: Instagram

Råd 14: Detta är speciellt med Instagram

Instagram, är en gratis mobilapplikation för fotodelning och ett socialt nätverk som lanserades år 2010.

Programmet tillåter användaren att ta bilder, lägga på ett filter om man vill och därefter dela med sig av bilderna i sitt flöde på Instagram och även till flera andra sociala medier, t.ex. Facebook och Twitter. Till bilden kan användaren skriva text och markera den med hashtaggar och geografisk plats, för att göra bilden sökbar för andra användare.

Instagram tillåter bara att du skickar inlägg från din mobiltelefon. Det går inte från din dator direkt. Men när du väl lagt in en bild från din mobil kan du kommentera den från din dator. Detta kan ju vara en fördel om man tycker att det är lite knepigt att skriva långa inlägg på en mobil.

År 2012 köpte Facebook Instagram.

2013 tillkom möjligheten till 15 sekunders videofilmning och år 2016 tillkom även möjligheten att ladda upp 60 sekunders videos.

År 2016 lades en ny funktion till i Instagram som kallas Stories - numera "Händelser". Det innebär att användare kan lägga upp bilder som per automatik försvinner efter 24 timmar. Publiceras flera bilder och filmer i rad visas de i form av ett bild/filmspel i kronologisk ordning.

Det finns några skådespelare och idrottsmän som har fler än 100 miljoner följare på Instagram. Ca 15 % av svenska små och medelstora företag finns på Instagram.

Är Instagram en plattform som passar i din marknadsstrategi?

Det beror på.

Sysslar du med ett varumärke, produkt eller tjänst som gör sig bra på bilder? Har du produkter som säljs på grund av sin design? Tycker du själv om att fotografera?

Om du svarar "ja" på dessa frågor bör du absolut överväga att inkludera Instagram i din sociala marknadsföring.

Branscher som handlar om resor, mat, kläder, hälsa, lyx och skönhet passar på Instagram. Allt som innehåller vackra bilder med citat gör sig i allmänhet bra på Instagram, speciellt om de sätter i gång känslor och därmed börjar spridas viralt.

Om du gillar estetik och föredrar att kommunicera med bildmaterial hellre än att skriva texter då kommer Instagram troligtvis bli en av dina favoritplattformar.

Råd 15: Grunderna för Instagram

Din profil

Instagram växer kontinuerligt som marknadsföringskanal och därmed ökar konkurrensen. Använd din profil för att visa att du är unik. Din profil bör vara rolig, attraktiv och engagerande. Det är där du anger den ton som du vill använda för ditt varumärke. Du bör framstå som en person som andra vill hänga med för det är så som dina följare kommer att tänka.

Din profil består av följande:

- Profilbild
- Namn
- Användarnamn
- Webbplats
- Biografi
- Kategori
- Kontaktalternativ

Profilbild: Använd ett tilltalande och engagerande foto av dig själv, dina produkter eller tjänster om det är en affärsverksamhet.

Namn: Här kan du antingen skriva in ditt företagsnamn eller skriva in ett eller flera sökord som besökare kan tänkas använda sig av när de letar efter det du erbjuder.

Användarnamn: Se till att ditt användarnamn är unikt och lätt att komma ihåg. Försök nyttja samma användarnamn på så många sociala plattformar som möjligt där du är aktiv.

Webbplats: Här lägger du in en länk som kan vara antingen till din hemsida eller till en landningssida som är kopplad till din hemsida. På landningssidan kan du t.ex. erbjuda en gratis produkt mot att besökaren lämnar sin e-postadress. Alternativt kan du där erbjuda försäljning av en vara eller en tjänst.

Om du har en separat landningssida så möjliggör det för dig att mäta hur många besökare du får från Instagram eller från andra plattformar. Det kan du ha stor nytta av i kommande analyser.

Du bör använda dig av en url-adress som är enkel och lätt att komma ihåg. Det beror på att besökare ibland måste skriva av den när du föreslår din sida i något inlägg eller när den är inbäddad i en bild som blir delad.

Biografi: Här gäller det att tänka på att besökarna bara ser de två första raderna om de inte klickar på "mer". Var därför noga med att ta med det viktigaste i början.

Kategori: Detta är naturligtvis en viktig uppgift för att besökare direkt ska förstå vad du erbjuder.

Kontaktalternativ: Lägg in din e-postadress här och, om du vill, din telefon och din fysiska adress. De uppgifter som du lägger in här kommer att visas under din biografi.

Hur du gör detta rent tekniskt hittar du information om när du skriver in sökorden "profil Instagram" på Google.

Var uthållig och konsekvent

Som i alla sociala plattformar så är uthållighet viktigt.

Att kasta ut några inlägg på en och samma dag och sedan inte göra någonting på flera dagar eller flera veckor kommer inte att skapa fler följare för dig.

Det finns många som skriver fler än ett inlägg per dag och dessutom sprider ut dem under dagen. Skriv aldrig flera inlägg på en gång, Det kommer uppfattas som spam och många följare kommer lämna dig.

Innehåll

Vilken sorts innehåll du än publicerar bör det vara visuellt imponerande och originellt.

Skapa innehåll som startar känslor och engagemang. Tänk på din speciella målgrupp och vad som berör dem. Vad är det som gör att de blir engagerade tillräckligt för att följa dig och kommer vänta på mer från dig?

Om du behöver inspiration kan du kolla några influencers sidor inom din nisch. Vilka inlägg har skapat mest engagemang, kommentarer, gillanden etc.?

Plagiera inte det som andra gör. Hämta i stället inspiration att hitta din egen unika väg.

Om du är en bra fotograf kommer dina foton göra att du får många följare. Försök vara unik och håll dig inom din nisch så att ditt konto inte bara blir ett av alla de miljoner fotoprofiler som aldrig upptäcks av andra.

Försök hålla dig med en specifik stil och en bra titel. Se till att du alltid har med ditt namn, din e-postadress, varumärke, hemsida eller en speciell landningssida längst ner i dina inlägg. Det har många fördelar:

- Du skyddar ditt varumärke copyrightmässigt.
- Besökarna kan enkelt hitta din Instagramprofil eller din hemsida även om de har hittat ditt inlägg någon annanstans.
- Det stärker ditt varumärke när folk börjar dela dina inlägg.

Analysera alltid vilka speciella känslor en bild startar och använd de kunskaperna när du lägger till text till nya bilder.

Begränsa dig inte bara till bilder. Engagemanget blir ofta större med korta videoinspelningar, speciellt när det gäller resor. De kan nästan få folk att känna att de är på den plats där videon är inspelad.

Bildtexter

Lägg till en geografisk lokalisering. Varje gång någon söker efter bilder från den geografiska orten så kommer man se din bild och det ger ökad exponering för dig.

Du bör också lägga till en liten trevlig historia i din profil. Det är ett bra sätt att engagera besökare. Instagram handlar mycket om att beröra folks känslor och det gäller att inspirera mer än att leverera saklig information.

Gör dina bildtexter och de citat som du använder intressanta och helst så unika som möjligt. Folk älskar berättelser och om de ska följa dig så handlar det inte bara om att leverera snygga bilder utan också att dela egna erfarenheter.

Bara de tre första raderna kommer att visas på användarens inlägg så se till att du gör dessa tillräckligt intressanta så att folk klickar för att de vill läsa mera.

Du kan också skriva ut hela texten på din dator och synkronisera den mellan din Iphone och dator. Många tycker att det är enklare än att skriva på mobilen, speciellt om det är långa texter.

En möjlighet är att använda sig av FB Business Suite. Då kan du från datorn sköta texter, bilder och video från samma ställe. Eftersom Instagram ägs av Facebook är det, tror jag, enbart en tidsfråga när du kan sköta även det mesta som avser Instagram från datorn.



Råd 16: Använd Instagram i din marknadsföring

Din marknadsföringsstrategi

De viktigaste marknadsföringsprinciperna är likartade för alla sociala plattformar. Det gäller att hitta din stil, ditt tema och att du vänder dig till en tydligt definierad målgrupp.

Detsamma gäller när du letar efter innehåll med din målgrupp i sinnet. Dela inte inlägg om vad som helst utan tänk alltid på din speciella målgrupp.

Hur passar Instagram in i din översiktliga sociala mediastrategi och hur passar Instagram in i din översiktliga affärsplan?

Ägna tid åt att fundera på det för det kommer skapa en grund för din framgång på Instagram under lång tid framåt. När du är klar med detta är det dags att sätta i gång med att pröva de olika möjligheter som finns på Instagram.

Instagram historier (Instagram Stories)

Instagram Stories är en funktion som i stort liknar Snapchat. Det är ett effektivt sätt att komma nära och engagera dina besökare. Instagram Stories gör det möjligt för dig att låta dina besökare följa dig under 24 timmar genom att du lägger ut bilder och video om dig hur många gånger som helst under ett dygn. Speciellt video gör att dina följare kan känna att de kommer dig nära och därigenom förhoppningsvis känner sig motiverade att interagera med det innehåll som du lägger ut.

Ju mer dina följare interagerar, desto mer kommer Instagrams algoritmer premiera ditt innehåll. Om de t.ex. klickar på en av dina frågor eller skickar ett personligt meddelande till dig så uppfattas det av Instagrams algoritmer och det gör att din totala synlighet ökar. Instagrams algoritmer fungerar också så att de personer som du interagerar med kommer se dina inlägg på ett prioriterat sätt.

Vill du veta hur du rent tekniskt använder dig av Instagram Stories hittar du information om du skriver in "IG Stories för nybörjare" som sökord på Google.

Bild- och videokvaliteten behöver inte ha högsta möjliga kvalitet i dina Instagram Stories. En verklig och sann känsla av att dina följare verkligen kan ta del av din vardag är viktigare. Förhoppningen är att en besökare som följer en av dina stories blir så nyfiken att han eller hon vill gå tillbaka och titta på dina tidigare stories. Då har du lyckats.

Instagrams algoritmer premierar i sig inte video framför annat innehåll men eftersom video i allmänhet engagerar mer så premieras själva engagemanget i algoritmerna.

Emojis

Att använda emojis kan göra dina rubriker roligare och mer engagerande. Använd gärna händer som gör rörelser, pekfingrar eller highfive. Det är ett bra sätt för att fokusera på t.ex. en Call to Action-knapp.

Call to Action

Lägg in Call to Action-knappar under dina inlägg, inte under alla men under många. Det kan handla om

- Tagga till dina vänner
- Tagga två gånger om du håller med
- Klicka på länken till min biografi
- Dela detta med dina vänner
- Osv.

Miss inte möjligheten att ställa frågor och att inbjuda till feedback. Inlägg med frågor skapar ofta större engagemang än andra inlägg.

Se varje inlägg som en möjlighet för dina besökare att engagera sig i det du publicerar. Ju mer du gör av detta desto fortare kommer antalet följare att växa.

Undvik att verka för mycket säljande. Målet med varje inlägg från dig bör vara att skapa glädje och skönhet för dina följare vilket också får dem att dela ditt innehåll till sina vänner, dela deras egna upplevelser i kommentarerna och vilja lära känna dig, din blogg, ditt företag eller din verksamhet lite bättre.

Schemalägg dina insatser

Att vara konsekvent är viktigt och det är precis vad framgångsrika instagrammare ofta är. Det beror naturligtvis på vilken nisch du jobbar inom och hur mycket tid du vill lägga ner på denna plattform.

Sätt i gång med bara några få inlägg per dag och se hur det fungerar både för dig och för dina följare. Det är bättre att skapa färre inlägg och göra det kontinuerligt än att göra tio inlägg en dag och sedan ingenting under några dagar.

Du kan naturligtvis förenkla processen genom att skapa flera inlägg vid ett tillfälle och sedan automatisera en successiv publicering av dem. Så småningom kan du hitta de bästa veckodagarna och tider på dygnet för att lägga ut inlägg beroende på dina följares vanor. Instagrams algoritmer premierar färskare inlägg framför äldre.

Hashtaggar

Ingen kommer att hitta ditt innehåll om du inte använder dig av hashtaggar. Det är de fraser och ord som har ett #-tecken framför dem.

Hur hittar man bra hashtaggar?

Det finns två sätt:

1. Studera vilka hashtaggar andra inom din nisch använder sig av. Gör en lista på möjliga hashtaggar för olika typer av inlägg. Genom att analysera andra profiler så kan du också se vilka hashtaggar som har störst engagemang, i form av gillanden, delningar och kommentarer.
2. Gör egen research. Skriv in en vanlig term från din nisch i en sökruta på Instagram. Instagram kommer då att visa ett antal närliggande hashtaggar och hur många inlägg som finns för var och en. Detta hjälper dig att välja hashtaggar som är populära. Se till att du inte använder hashtaggar som är så breda att dina inlägg lätt försvinner i bruset.

Gör en lista på bra hashtaggar och spar den i din smartphone. På det sättet behöver du inte skriva ut dem varje gång. Du kan bara kopiera och klistra.

Använd gärna flera hashtaggar i varje inlägg för att dina inlägg ska spridas så mycket som möjligt.

Detta kan verka självklart men det gör stor skillnad.

Strategier för att få flera följare

1. Engagera dina följare. När någon följer dig följ dem tillbaka men kontrollera att det inte är ett spamkonto. Om någon kommenterar dina bilder, svara alltid och använd deras @-tecken. Tagga människor som du känner och som du tror kan ha nytta av en viss bild. Ställ frågor och be om feedback.

2. Tävlingar och gåvor. Tävlingar och gratis erbjudanden kan vara ett roligt sätt att skapa lite surr kring ditt konto och det kan leda till att du får många följare. Försök hitta eller skapa något som är värdefullt för följarna inom din nisch som kan användas som en gratis gåva eller pris i en tävling.

För att besökarna ska få delta kan du lägga upp det så att de måste ta följande tre steg:

- Följ mig
- "Gilla" detta inlägg och tagga två av dina vänner
- Skriv upp dig på mitt nyhetsbrev

Alla dessa steg gör att din följarskara ökar.

3. Profil-widget på din hemsida. Här kommer en självklar åtgärd. Du bör ha en Instagram-widget på din webbsida. Det bästa är om den dessutom visar t. ex. dina senaste fem inlägg på Instagram. Det finns tillägg (plugins) för att lösa detta på ett enkelt sätt.

4. Försök hitta de bästa influencers inom din nisch och börja följa deras följare. Jag tycker att man kan ha etiska funderingar beträffande denna metod och jag använder mig inte av den. Eftersom den är vanlig så beskriver jag den ändå. Du får själv välja om du vill använda dig av den.

Om du börjar följa framgångsrika instagrammarens följare så finns chansen att de kommer följa dig tillbaka förutsatt att du publicerar inlägg regelbundet och levererar intressant innehåll. På det sättet kan du snabbt bygga upp en stor följarskara.

Poängen är att på detta sätt hittar du personer som redan är intresserade av det du har att erbjuda. Om de följer likartat innehåll någon annanstans så finns chansen att de tycker om ditt innehåll, speciellt om det du skriver är ännu bättre.

Ett sätt att hitta de främsta influencers är att söka med en hashtag som är relevant för din nisch. Klicka på ett bra inlägg inom den hashtaggen och kolla om det är ett konto som har många följare.

Klicka på antalet följare och börja följa dem en och en. Repetera detta med alla de bästa influencers inom din nisch och med många olika hashtaggar. Vissa kommer fungera bättre än andra. Du kan jobba på det sättet med några varje dag och genom detta bygga upp din följarskara steg för steg.

Instagram har några restriktioner som handlar om hur många människor du maximalt kan följa för att förhindra spam. Du bör därför begränsa dig till att inte skapa fler följare än 50 per timme. Detta kan tyckas vara många men det är verkligen inte. Det tar bara några minuter att skriva en sådan lista.

Om du ser till att du följer fler än 50 per timme kommer Instagram så småningom stänga av följarfunktionen på ditt konto och du kan inte längre följa någon.

När det gäller automatiska verktyg så är Instagram skickliga på att hitta sådana så det är bäst att undvika den typen.

Nischa dig, skaffa eventuellt fler Instagramkonton

Försök hjälpa både levande följare och Instagrams algoritmer att hitta dig och det du publicerar. Det gör du framför allt genom att definiera din nisch eller dina nischer tydligt. Försök med dina inlägg hålla dig inom din nisch och successivt och målmedvetet förstärka det intryck du gör. Det gör det också lättare att använda passande hashtaggar.

Det leder till att det kan vara bättre att ha flera olika nischade konton än ett som är alltför brett. En arkitekt skulle, med det tankesättet, i stället för att ha ett konto med arkitektverksamhet kunna ha flera nischade konton med t.ex. bostäder, kontor, fritidshus, inredning etc. Och för varje nischat konto kan man då konsekvent använda väl utvalda hashtaggar.

Ta med text i alla dina bilder

Eftersom Instagrams algoritmer premierar hur lång tid besökarna stannar på dina inlägg så är förklarande och engagerande texter viktiga för din framgång. En bild kan folk skrolla förbi på en sekund men en intressant text som dessutom helst uppmanar till eftertanke på något sätt har chans att hålla besökarna kvar under betydligt längre tid. Avsluta gärna din text med en fråga, t.ex. "Så här ser det ut där jag sitter och jobbar nu. Hur har du det där du är?"

Skapa en typ av innehåll som inbjuder till att det delas

Du ska sträva efter att dina inlägg kommenteras och gillas. Du bör ständigt ha den tanken i bakhuvudet när du postar inlägg. Träffande citat som du presenterar ihop med en bra bild, gärna av någon känd person, blir ofta virala.

Använd flera hashtaggar på dina inlägg

Enligt Instagrams regler kan du ha ända upp till 30 st. hashtaggar kopplade till en bild. Men maximera inte användandet av hashtaggar. Risk finns att algoritmerna ser sådana inlägg enbart som ett sätt att nå ökad spridning och inte i första hand att leverera värdefullt och intressant innehåll. Som en tumregel bör man sikta på maximalt ett tiotal hashtaggar. När du postar flera inlägg på samma konto bör några hashtaggar vara desamma i flera inlägg. Använd även hashtaggar i Instagram stories för att öka spridningen.

Integrera mycket med andra

Följ flera konton där man postar inlägg inom "din" nisch. Delta aktivt i diskussioner, dela och kommentera andras inlägg. Då ökar chanserna att de som är aktiva i andra konton svarar med att vara aktiva och engagera sig på ditt konto.

Använd stora kontons hashtaggar när du publicerar något som har att göra med dem

Om du t.ex. postar ett inlägg om H&M som är stora på Instagram så bör du sätta in en hashtag om H&M. Dels är det etiskt korrekt att göra så och dels kan det leda till att folk från det stora kontot följer alla hashtaggar som berör det kontot och svarar eller kommenterar ditt inlägg.

Använd dig av Instagrams nyheter

Instagram förnyas ständigt inte minst pga. att Facebook äger Instagram. Det pågår en rad projekt som handlar om hur dessa båda plattformar ska samexistera och dra nytta av varandra utan att konkurrera och detta leder naturligtvis till en rad förändringar.

När Instagram introducerar nya verktyg eller möjligheter ligger det i Instagrams intresse att så många som möjligt använder det som är nytt redan från början. Det gör att Instagrams algoritmer premierar de inlägg där man utnyttjar nya möjligheter. Var inte rädd – hoppa gärna på det som är nytt, det kan löna sig.

Instagram

Instagram anses av många ha en algoritm som är knepigare att förstå än de som finns för andra plattformar. Här kommer deras prioriteringar och några tips.

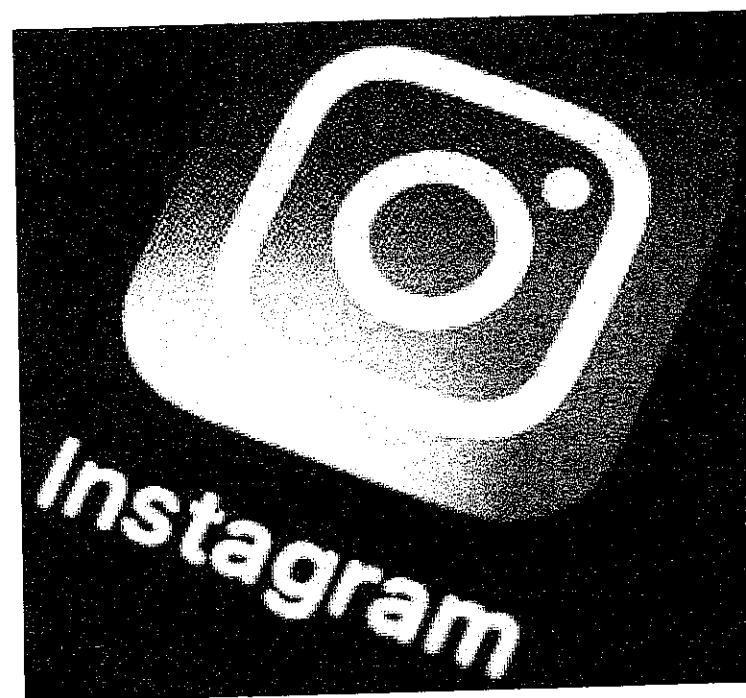
Instagram-algoritmen prioriterar:

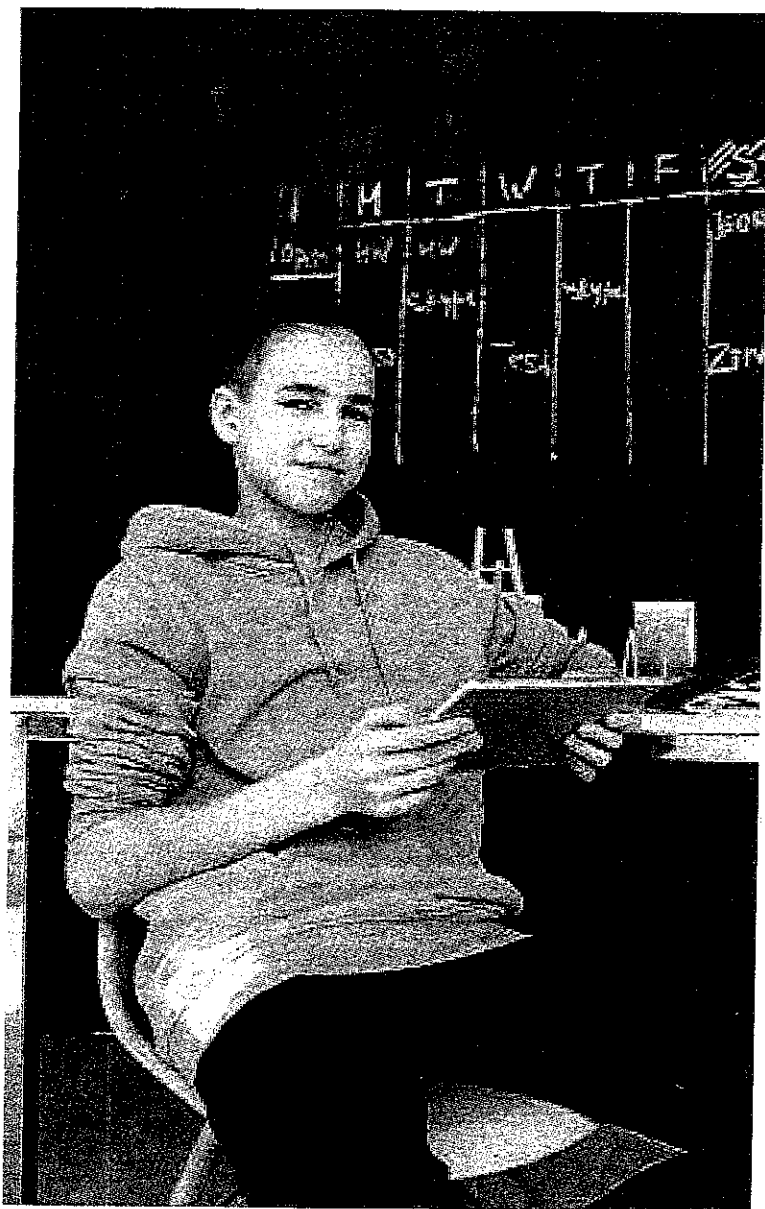
- Färska inlägg, dvs. sådana inlägg som är skapade inom några minuter efter att en användare loggat in.
- Inlägg från profiler som besökaren normalt läser och reagerar på.
- Inlägg med hashtaggar som besökaren följer.
- Varumärken som gillas av många konsumenter.

Tips för inlägg på Instagram

- Använd mycket bra bilder som är engagerande, visuellt starka och som väcker besökarnas uppmärksamhet. Det finns ingen tvekan om att de bilder som får flest gillanden är vackra bilder som ger starka skönhetsupplevelser.
- Att du själv reagerar på andras inlägg är lika viktigt som att du ständigt publicerar eget bra innehåll.
- Använd dina bildtexter för att ställa frågor så att du får bra kontakt med din publik. Det finns många sätt att göra detta på. Försök att på ett trevligt sätt uppmuntra dina anhängare att engagera sig.
- Det finns olika sätt att tillämpa hashtaggar. Experimentera med olika hashtaggar och se hur alternativen fungerar.

- Använd Instagram Stories för att på ett bra sätt nå din publik.
- Publicera konsekvent och kontinuerligt. Algoritmen kommer nedgradera dig om du publicerar oregelbundet. Du bör planera så att du publicerar t.ex en gång om dagen eller en gång varannan dag, det du känner att du kan hantera.





Råd 30: Så fungerar algoritmerna

En algoritm för en social plattform är i huvudsak en uppsättning av regler och dataformler som skapats för att förstärka den upplevelse som en användare får när han eller hon besöker plattformen. Algoritmerna gör att vissa inlägg lyfts upp och görs mer synliga än andra och vissa andra inlägg hamnar längre ner eller kanske inte alls blir tillgängliga för vissa besökare.

Att översiktligt förstå hur algoritmerna fungerar på varje social medieplattform är viktigt. Det är nyckeln till att få dina inlägg att hamna högt upp och bli möjliga att ses av många. Algoritmerna är olika för de olika plattformarna och dessutom ändras de successivt.

Se inte algoritmerna som komplicerade formler som datorerna jobbar efter och som det gäller att överlista. Nej, algoritmerna uttrycker vad respektive plattform vill åstadkomma och vilken typ av inlägg man vill lyfta fram.

Använd beskrivningen i detta avsnitt av hur algoritmerna fungerar och försök förstå vad respektive plattform vill prioritera när du publicerar dina inlägg. Då är chanserna stora att många besökare får möjlighet att se dina inlägg.

Jag har valt att beskriva hur algoritmerna hos de vanligaste sociala plattformarna fungerar vid den tidpunkt som denna bok skrivs. De förändras kontinuerligt och den ökande användningen av AI (Artificial Intelligence) kommer med stor sannolikhet öka förändringstakten ytterligare.

Jag har tidigare kortfattat nämnt hur algoritmerna fungerar på flera ställen i denna bok. I detta avsnitt är min ambition att presentera ett samlat grepp även om det medför några upprepningar.

Facebook

Facebook-algoritmen prioriterar:

- Innehåll från personer som du engagerar dig med, dvs. personer som gillar dina inlägg och som delar dem vidare.
- Inlägg med många besökare eller med långa innehållsrika kommentarer.
- Inlägg med många reaktioner på olika sätt.
- Nytt och fräscht innehåll som kommer från personer med vilka du ofta engagerar dig.

Tips för dina Facebook-inlägg:

- Publicera dina inlägg under sådana tider när människor är mer benägna att vara engagerande. Tänk igenom vilka du försöker nå och när de sannolikt är på Facebook.
- Använd video! Jag har sagt det tidigare och jag kommer säga det igen. Video är den mest visade formen på sociala medier och när besökare tittar länge på video så uppfattar algoritmerna det som ett stort engagemang. När du använder dig av video kommer algoritmerna göra så att dina inlägg prioriteras och lyfts fram.
- Uppmuntra dina vänner och dina kollegor att dela ditt innehåll inom sina nätverk på Facebook. Detta förstärker omedelbart dina inläggs räckvidd.

- Ställ frågor till dina besökare och starta diskussioner. Försök uppmuntra till engagemang i samband med dina inlägg där det är möjligt, men var försiktig så att du inte ber för mycket om reaktioner. Att be om kommentarer och liknande på varje inlägg betraktas som skräppost av Facebook.
- Att länka till din webbplats är bra men undvik att göra det i varje inlägg. Facebook vill naturligtvis att du har ditt innehåll och dina besökare i första hand på Facebook. Om du alltid har länkar som gör att dina besökare lämnar Facebook för att gå över till din egen webbplats kommer algoritmerna värdera det negativt.

Utöka ditt personliga nätverk

Att skapa en grupp på LinkedIn är en effektiv metod att bygga relationer med andra. Om din grupp är aktiv så kommer många medlemmar vilja ha kontakt med dig eftersom du är centralfiguren. Du kommer med stor sannolikhet få många inbjudningar till andra LinkedIn-grupper och sammankopplingar med intressanta personer.

Skapa leads och försäljning

När du skickar ut ditt första välkomstmeddelande och vill att människor ska gå med i din grupp kan du berätta om fördelar med att gå med och ge en kort bakgrund och beskrivning av dig själv och din verksamhet. Du kan också bjuda in medlemmarna att anmäla sig till ditt nyhetsbrev eller föreslå att de ansluter sig till dina andra sociala nätverk.

LinkedIn-grupper är med andra ord en bra social nätverksplattform där du har stora möjligheter att få kontakt med potentiella kunder och andra ledare inom din bransch.

Steg X: Din plan för att lyckas

Råd 29: Strategi och planering

Att skapa en strategi och en effektiv plan för hur du med minsta möjliga insats ska få bästa tänkbara resultat på sociala medier kan låta krångligt. Det behöver inte alls vara jobbigt om du följer de åtta punkter som jag beskriver i detta avsnitt.

En strategi för dina aktiviteter på sociala medier är en sammanfattning av det du planerar att göra och hoppas kunna uppnå på sociala medier. Den styr dina handlingar och får dig att förstå när du lyckas eller misslyckas.

Ju specifikare du gör din plan desto effektivare kommer den bli. Gör den kortfattad och realistisk. Om du gör den alltför bred och sätter för höga mål blir planen ouppnåelig och resultaten svåra eller omöjliga att mäta.

Punkt 1. Lär dig mycket om din målgrupp

Nyckeln till framgång ligger i att du vet vilken din målgrupp är och du har en uppfattning om vad de vill se på sociala medier. Det är först när du vet detta som du kan skapa innehåll som de kommer att gilla, kommentera och dela. Kunskapen om dina kunder är naturligtvis också viktig för att du ska kunna få dina besökare på sociala medier att bli kunder till ditt företag.