

# SoMe oplæg

Hvordan opbygger og udvikler man en stærk tilstedeværelse på sociale medier?



# Kort præsentation

---

- 28 år, fra Roskilde
- Baggrund I modebranchen, Designteknolog og salg
- SoMe erfaring fra Bahne
- Læser jura på Aarhus Universitet
- Ny I sporten
  
- *Instagram:* @caumapau
- *LinkedIn:*  
<https://www.linkedin.com/in/caroline-mathilde-paulsen-022644114/>



# Start i det små..

- **Hvem er jeres publikum?**

- Her starter vi, for hvis vi ikke ved hvem vi laver opslag til, hvad er så pointen?
  - Klubbens medlemmer
  - Potentielle nye medlemmer

- **Hvor møder vi vores publikum?**

- Århus 1900's tilstedeværelse på sociale medier:
  - Intern Facebookside for klubmedlemmer (kræver godkendelse)
  - Instagram profil som opdateres og er koblet op med Facebook
  - (Klubmodul for medlemmer, via login)
- Find ud af hvad der er rigtigt for jeres klub
  - Svar på: Hvor er i selv?



# Instagram som redskab

- **Instagram er koblet op til Facebook**
  - Tidsbesparende → 1 opslag bliver til 2
- **Instagram Professionel profil**
  - Gratis, giver adgang til en masse dataindsigter ift. bl.a.
    - Hvem følger vores profil?
    - Hvor bor de?
    - Hvad køn er de?
    - Hvor gamle er de?
    - Hvornår er de aktive?
    - Osv.
- Super brugbart, ift. at bygge sin profil op fra start

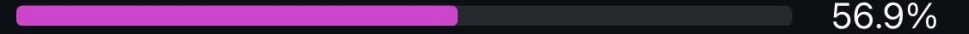




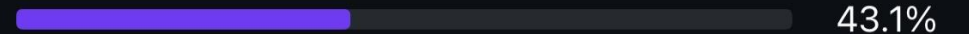
# Instagram som redskab

## Gender

Men



Women





# Instagram som redskab

## Age range

All

Men

Women

13-17

0.7%

18-24

11.5%

25-34

38.1%

35-44

23.9%

45-54

16.1%

55-64

7.3%

65+

2.3%



# Instagram som redskab

## Top locations

Towns/cities

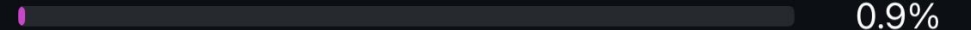
Countries

Denmark



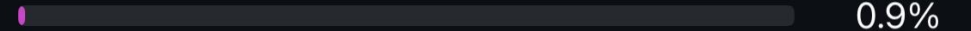
92.0%

United States



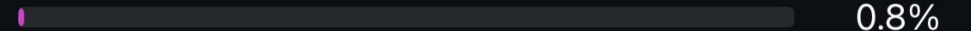
0.9%

Spain



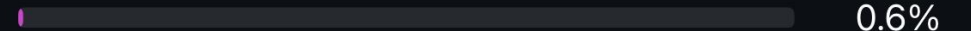
0.9%

Germany



0.8%

United Kingdom



0.6%



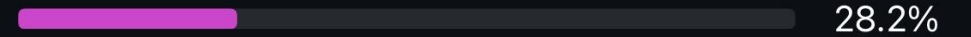
# Instagram som redskab

## Top locations

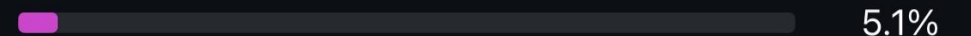
Towns/cities

Countries

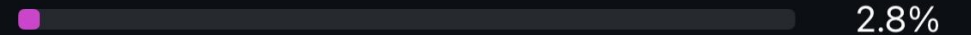
Aarhus



Copenhagen



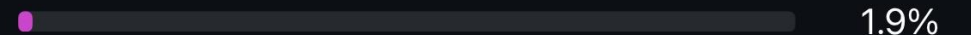
Højbjerg, Aarhus



Odense



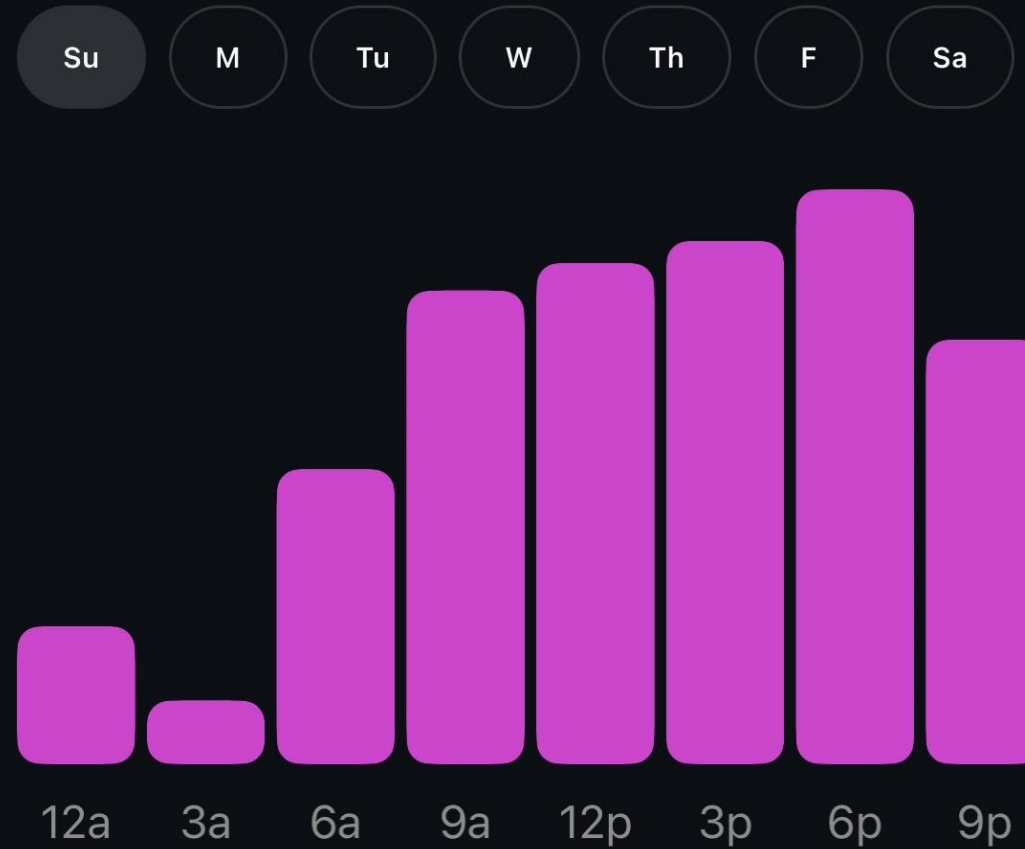
Risskov, Aarhus





# Instagram som redskab

## Most active times





# Instagram som redskab

## Konklusion ud fra dataindsigt:

- Mænd og kvinder i alderen 25-34 år
  - Primært
- Bosat i Danmark, i og omkring Århus
  - Content på dansk
  - Lokalt content fra nærområdet, relaterbart
- Online i tidsrummet 18-21, primært mandage, onsdage og søndage
  - Her når vi ud til flest mulige

# Nu ved vi hvem vores publikum er – hvad så nu?

- **Formålet:** Inspirer nye medlemmer:
  - Vis hvad klubben kan!
- I Århus 1900:
  - Billeder og videoer fra træningspas
    - Mandagstræning vs. lørdagstræning – forskel ift. fokus (teknik/udholdenhed)
  - Info om klubbens faste træninger
  - Sociale arrangementer, hvad binder klubben sammen?
    - Streetfood, foredrag, social runs, morgenmad efter svøm på Lagkagehuset (fast tradition hver fredag)
      - Hvis hvad man køber ind til, som medlem af jeres klub?
- I gør sikkert allerede en masse for jeres medlemmer – **men viser i det også?**





# Øvrige tips til opslag

- Inddrag klubbens **samarbejdspartnere**
  - Århus 1900:
    - Flemming Andry:
      - Opslag om vigtigheden af styrketræning, gode øvelser rettet mod triatleter, skadeforebyggelse osv.
- **Konkurrencer**
  - Vær specifik, og tænk; hvad kunne være fedt/relevant at vinde?
    - Husk at klubben sætter ansigt på, derfor skal det være relevant
  - Brug hinanden, tænk ud af boksen!
    - Århus 1900 x Røde kro Tri og Motion, Tri ved Søen
  - Stor mulighed for at **booste antallet af følgere**
    - Betingelse for konkurrence at man følger klubben samt evt. "partnerklubben"/virksomheden der sponsorerer en præmie?
    - Muligheder for at nå bredere ud: "Fortæl os hvem du vil have med?"
      - Husk META's regler for konkurrence: Tagging må ikke være betingelse



# Øvrige tips til opslag

- **Brug relevante hashtags**

- Funktion: Fungerer som et søgeord, der gør dit opslag synligt for andre, der søger efter samme emne

- Inddrag **klubbens interne ressourcer** til inspirerende opslag og foredrag/events:

- Århus 1900 erfaringer:
  - Klubmedlem som har skrevet PhD om vigtigheden af søvn
  - Træner med erfaring i træningsplaner og opbygning af disse
  - Klubmedlem med erfaring inden for mental sundhed

- **Månedlig klubkalender:**

- Hvad laver vi i klubben i denne måned?
  - Til inspiration for potentielle medlemmer, samt overblik for nuværende



# Månedlig klubkalender

## FEBRUAR

### ARRANGEMENTER MED KLUBBEN

- 7/2 Padel arrangement ved Pakhus77  
17-20
- 9/2 Bikefit event hos Transition Zone  
18-20
- 14/2 1900 cup: 800-meter svømmetest  
15-16.30
- 15/2 Fastelavnsbolleløb fra Lige om Hjørnet  
09-11
- 15/2 1900 cup: 800-meter svømmetest  
15-16.30

Læs mere på klubbens  
Facebook side for  
medlemmer



# Øvrige tips til opslag

- **Timing:**

- Hvilke opslag er relevant hvornår?
  - Eksempler: Mere tryk på opslag om cykeltræninger om sommeren, end om vinteren, og open water træning (hvis jeres klub udbyder det) i forårs/sommerperioden
- Kom stævnekalenderen i forkøbet:
  - Tænk: Hvad ville være relevant for mig at se/vide på nuværende tidspunkt, ift. den sæson vi går i møde?

- **Inddrag klubben som helhed:**

- Århus 1900:
  - AG-afdeling (hovedparten af vores indtægter), elite-afdelingen og ungdomsafdelingen
    - AG fylder mest i klubben, derfor også på sociale medier
    - Elite skaber meget omtale til klubben, inspirerer og kan bidrage til flere medlemmer, derfor fylder de næstmest
    - Ungdom er den mindste indtægtskilde og fylder derfor mindst
      - Men undervurder ikke, se muligheden i potentialet for vækst her!



# Øvrige tips til opslag

- **Hold det kort og præcist**

- Undgå lange tekster, husk at Instagram primært er et fotomedie, dvs. opslag med fokus på det visuelle, og mindre tekst → folk læser det ikke!
  - Hvis vigtig info om f.eks. Klubtræning: Lav oversigt som selve opslaget, i stedet for tekst under

- **Ensartethed:**

- Bevæger i jer ud i den grafiske verden, så hold det ensartet:
  - Vælg samme skrifttype, evt. som bruges i klubbens logo
  - Har klubben farver i logoet? Brug dem, sikrer synlighed og bedre branding
  - Brug logo så ofte i kan; sikrer genkendelighed, og udbreder klubbens "brand"



# Opsummerende..

- **Vigtigst af alt:**

- Ligesom med træningen → **vær kontinuerlig!**
  - Hold kadencen, start ikke for hårdt ud, men start i et tempo der er realistisk på "den lange distance"
  - Instagram har "planlægnings" funktion → dvs. lav opslaget klart og sæt et tidspunkt for hvornår det skal lægges op

- **Undgå for mange kokke i køkkenet → sikrer ensartethed:**

- Find 1-2 klubmedlemmer som har flair for SoMe eller synes det er sjovt
  - SoMe kommer aldrig i gang, hvis man ikke er nysgerrig på at få det til at fungere
  - Kvalitet frem for kvantitet: Hellere 2 gode billeder end 10 dårlige/uskarpe/slørede
    - Hvis i har midlerne: Invester i én session med en fotograf til træning, og opbyg billedbank til senere brug
- Husk: Jo mere synlige i er, jo mere attraktivt er det at indgå sponsorater og samarbejde, samt at få flere medlemmer til klubben



**Spørgsmål?**

