

Öka intresset med sociala medier

Grundläggande guide



I dagens samhälle är det lätt att sprida information. Tack vare vår ständiga uppkoppling är en publicering på internet och i sociala medier ofta bara ett klick bort. Men det snabba och omfattande kommunikationsflödet gör också att nyheter och information lätt försvinner i flödet. Det ställer också krav på dig som är arrangör. Deltagarna är vana vid att få snabb information och att hitta allt på internet. För att lyckas med ert arrangemang behöver din klubb inte bara ha duktiga seglingsfunktionärer. Ni behöver också kunna kommunicera med seglarna.

För deltagarna blir kappseglingen ännu roligare om de kan diskutera tillsammans med andra deltagare både före och efter seglingen. De vill se bilder både på sig själva och på de andra seglarna. Genom att ha koll på de olika kanalerna och seglarnas förväntningar kan du få fler att sprida information om ert arrangemang och dela bilder för att locka fler. Dessutom vill vi gärna att fler upptäcker hur roligt det är att segla. Med fina bilder, prat i sociala medier och referat är chansen större att fler vill prova.

Sociala medier

Sociala medier har öppnat nya möjligheter för oss att nå ut med vår kommunikation. Det är lättare att sprida bilder och information och ni kan dessutom få hjälp av era följare att sprida bilder och information.

Men glöm inte din roll! Var synlig. Kommentera andras inlägg, svara på frågor och hjälp till. Håll en dialog i stället för en monolog. Var närvarande!

Facebook

Skapa ett evenemang på Facebook för ditt arrangemang. De inbjudna kan lätt se vilka andra som är inbjudna och vilka som planerar att komma. Om du skapar ett evenemang i en befintlig grupp kan du enkelt bjuda in alla i gruppen. Om du skapar ett evenemang på en sida måste du manuellt bjuda in en person i taget.

Uppmuntra deltagarna att dela med sig av funde-

Det finns risk för spam och olämpliga inlägg i sociala medier. Ha koll på era kanaler. Ta bort det som inte hör hemma där, men censurera inte kritiska inlägg utan bemöt dem.



Inlägg med bilder delas oftare och får fler gillamarkeringar än inlägg som bara innehåller text.



ringar och frågor inför seglingen. Få i gång aktiviteten! Du kan t.ex. själv publicera både matnyttiga länkar och specifik information om arrangemang-
et. Om klubben får en fråga om t.ex. parkering kan ni lyfta upp svaret även på Facebook så att fler kan ta del av det.

Twitter

På Twitter kan dina evenemang få stor spridning även till dem som inte aktivt letar information om segling. Twitter är en mikroblogg där varje inlägg får innehålla max 140 tecken. Du kan följa vilka du vill utan att de behöver följa dig tillbaka – och tvärtom. Twitter handlar också mycket om att dela (retweeta) andras inlägg vilket gör att det du skriver kan få stor spridning. Det krävs dock konitnuerliga inlägg för att de inte ska försvinna i flödet. Men genom att fånga upp och dela vidare vad andra skriver om segling kan du också hjälpa till att skapa större intresse för idrotten segling och därmed även ditt arrangemang.

Tagga dina inlägg både med #segling och med kappseglingens namn. Då är chansen större att fler hittar dem.



Uppmana deltagarna att lägga upp och tagga sina bilder på Instagram. Som ett mervärde kan klubben belöna den bästa bilden. Notera att den som har tagit bilden har upphovsrätt till den. Du får alltså inte använda den utan tillstånd.



Instagram – foto och video

Instagram är en bildpubliceringsapp där du kan publicera dina bilder direkt från mobilen. Din klubb kan ha ett eget instagramkonto men du kan också ladda upp bilder till ditt eget konto och i stället märka dem med rätt hashtag. Då blir de lättare att hitta.

Så blir dina bilder bättre

I dag är kvaliteten med mobilkameror tillräckligt bra för att du ska kunna publicera fina bilder på nätet, åtminstone så länge du inte zoomar eller fotograferar i dåligt ljus. Mobilen duger utmärkt för t.ex. sociala medier. Och det är också det enklaste sättet att sprida dina bilder. Om du vill trycka eller förstora dem bör du dock se över bildens upplösning först.

Lägg gärna en liten stund på att fixa till bilderna innan du publicerar dem. I Instagram finns en bildredigeringsfunktion och de flesta mobiler har också en app för detta. Om du fotograferar med en vanlig digitalkamera finns ofta bildredigeringsprogram i din PC/Mac för de enklaste korrigeringsarna. Photoshop Elements är en enklare och billigare version av Photoshop.

Hashtag

För att andra lätt ska hitta dina bilder och inlägg på Twitter och Instagram ska du tagga dem. Fyrkanten före sökordet kallas hashtag eller fyrkantstagg. Det innebär att du märker inlägg eller bilder med ett lämpligt sökord, t.ex. #segling. När du arrangerar en kappsegling bestämmer du en specifik hashtag, t.ex. #vikensregatta eller ert klubbnamn. Berätta redan i inbjudan för deltagarna vilken hashtag som ni kommer att använda så att de också kan tagga sina inlägg och bilder. Då blir det lättare för andra att hitta dem. Det går att använda flera olika taggar.

Du kan publicera ett bildflöde från Instagram på din hemsida genom att ange följande URL: www.instagram.com/explore/tags/xxx. Där står xxx för den hashtag du vill använda, t.ex. www.instagram.com/explore/tags/vigganopen.

Om du vill publicera ett twitterflöde med en specifik hashtag anger du twitter.com/hashtag/xxx

Youtube – video

Främst Iphone har enkla videoredigeringsprogram. I Android kan du använda AndroVid. Du kan också filma och publicera direkt i Instagram.

I Windows finns programmet Moviemaker. Publicera din video på Youtube och klistra sedan in länken på Facebook/Twitter och hemsida.

Bloggar

Twitter har till viss del ersatt traditionella bloggar. Det är ett snabbare sätt att nå fler med mer. Men länka gärna till trevliga seglingsbloggar. Ett förslag är att göra det från Facebook och Twitter.

• **Se till att bilden har rak horisont. Om den är sned kan du rotera bilden en aning innan du publicerar.**

• **Våga välja bort. Vad vill du visa? Finns det något i kanten av bilden som du kan ta bort genom att beskära bilden?**

• **Undvik att lägga filter på bilden. De flesta bilder blir snyggast om de får tala för sig själva.**

• **Motivet behöver inte vara placerat mitt i bilden. Ofta blir bilden mer dynamisk om motivet inte är placerat helt symmetriskt.**



Vad får du publicera?

Personuppgiftslagen reglerar vad du får publicera och lagra för uppgifter om andra personer. Det finns inga särskilda regler för vad som får publiceras på nätet.

Datainspektionen skriver:

"En förening kan, med stöd av missbruksregeln, publicera bilder och löpande texter från evenemang, tävlingar och liknande på föreningens webbplats så länge publiceringen inte är kränkande enligt personuppgiftslagen. En bild från en fotbollsmatch eller en artikel om ett klubbmästerskap i tennis är exempel på vad som normalt inte kan anses kränkande. En förening som "hänger ut" en medlem som stängts av på grund av olämpligt uppträdande är däremot ett exempel på en publicering som skulle kunna vara kränkande."

Du får alltså nämna personer i ett referat, publicera deras namn i resultatlistor och lägga ut bilder på dem på webben så länge det inte är kränkande för personen. Var dock försiktig med att publicera bilder på barn utan att först ha ett godkännande. De kan ha skyddad identitet. Du får inte heller använda bilderna i reklam utan att först få ett godkännande.

Läs mer på www.datainspektionen.se

Låt dem som anmäler sig kappseglingen i samband med anmälan även godkänna att du får publicera t.ex. bilder på dem.



Skriv för att bli läst

Vem är din målgrupp? Du skriver aldrig allt för alla utan måste välja vinkel. Vad är viktigast att lyfta fram? Fundera på vad dina läsare vill veta och vad du vill berätta. Väder, vind och klurigheter med banan är typiskt innehåll i ett seglingsreferat.

Skriv hellre korta texter ofta än en riktigt lång. Genom att uppdatera ofta lockar du besökare till din webbplats och får också fler att läsa klart texten.

- **Skriv det viktigaste först**
- **Korrekturläs – efter två stavfel/grammatiska fel minskar läsarens förtroende för dig och din text.**
- **Var noga med fakta.**
- **Svara på frågorna när, var, hur?**
- **Rubriken ska locka till läsning. Den behöver inte berätta allt men den måste vara sann.**
- **Var inte för intern. Tänk på vem du skriver för. Alla känner inte alla. Nämn seglare vid både för- och efternamn, även om det är en liten klubbsegling, och undvik interna skämt som alla inte förstår.**



Lokal media

Ett pressmeddelande ska vara kort, enkelt och tydligt. Det ska innehålla information om när och var kappseglingen arrangeras samt vem media kontaktar för mer information. Kommer några spännande och kända seglare att vara med? Finns det en historia som kan intressera tidningens läsare?

En del lokala tidningar tar gärna in ett kortare referat av er kappsegling. Kolla gärna med tidningen i förväg. Håll texten kort och tänk "TT-text", d.v.s. det viktigaste först, fakta och eventuellt något citat. Men för många tidningar är det sällan intressant att rapportera från en lokal kappsegling. Lägg hellre tid på att berätta om t.ex. ett ungdomsprojekt eller segling för personer som har en funktionsnedsättning, alltså något som kan intressera fler än den närmsta kretsen.

Alla journalister kan inte segling eller seglingstermer. Förklara tävlingsmomentet på ett enkelt sätt.



Resultat

Publicera resultatet från kappseglingen så snabbt som möjligt. De seglare som deltagit är nyfikna, inte bara på sin egen placering utan även på andras. De som inte varit där men är intresserade av kappseglingen vill också ha så mycket information som möjligt.

Tips!

Lägg gärna ut en blänkare på Facebook och Twitter när den första seglaren kommer i mål.



Checklista



Före kappseglingen

- Vem ansvarar för information och sociala medier?
- Har ni skrivit pressinfo och skickat till lokaltidning?
- Vilka sociala medier vill ni använda dig av?
- Vilken hashtag använder ni?
- Har ni hänvisat till sociala medier och eventuell hashtag i inbjudan?
- Skapa regelbundet egna inlägg i de kanaler ni använder. Håll en dialog med seglarna.

Under kappseglingsdagen

- Vem tar hand om ev. media?
- Vem uttalar sig för media om något händer?
- Vem ansvarar för sociala medier under arrangemanget?
- Publicera info om väder, vind inför seglingen.
- Info när första resp. sista seglare är i mål.
- Lägg upp länk till resultat så snart de är klara.
- Ladda upp några bilder på Instagram.

Efter kappseglingen

- Om ni har kontaktat media skicka en resultatlänk och kortare referat även om ingen hört av sig.
- Gör en uppföljning i sociala medier. Tacka för den här gången, ge info om nästa arrangemang.
- Uppmana andra seglare att dela sina bilder och bloggar.

Den här kommunikationsguiden är producerad för Stockholms Seglarförbund. Klubbar anslutna till StSF får använda materialet i sin verksamhet.



STOCKHOLM