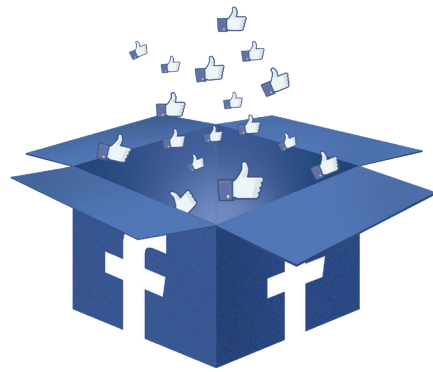


FACEBOOK

Facebook är ett socialt nätverk som skapar goda möjligheter att ha en dialog med befintliga och blivande gäster. Det är en bra kanal för att få ut information, nyheter och erbjudanden snabbt men även en kanal för inspiration. Facebook är gratis och har mängder med användare världen över.



ANVÄNDA FACEBOOK PÅ BÄSTA SÄTT

- Inkludera Facebook i din marknadsplan
- Se till att företagsinformationen är uppdaterad
- Använd verksamhetens logotyp eller en bild som speglar din verksamhet som profilbild. Tänk på att bilden är liten, välj motiv efter detta.
- Välj en omslagsbild eller film som speglar din verksamhet. Byt innehåll efter säsong eller om någon nyhet ska uppmärksammas.
- Gör en månadsplanering för dina inlägg. Schemalägg de inlägg som är möjliga och ha utrymme för "just nu inlägg".
- Håll en viss frekvens på inläggen, sidan måste kännas aktuell. Genom att ha en konsekvent frekvens på inläggen ökar också chansen att nå befintliga följare och att få nya följare. För att inte försvinna från följarnas flöde måste följarna interagera med dina inlägg. Endast ett fåtal procent av dina följare kommer att se dina inlägg om du inte får dem att dela, gilla eller kommentera.
- Tänk på att avsätta tid för närvaro i sociala kanaler. För att få bättre koll på aktivitet på ditt konto samt hantera dina publicerade och schemalagda inlägg kan du ladda ner appen – Meta Business Suite.
- Variera innehåll och typer av inlägg. Du kan tex skapa bildinlägg, fotoinlägg, evenemang, stories och livesändningar. Variera också vilken tid på dagen ett inlägg publiceras.
- Koppla samman Facebook med ditt Instagramkonto för att kunna göra annonser för båda kanalerna. Det finns även möjlighet att korspublicera innehåll men vi rekommenderar att ha två olika innehållplaner för Instagram och Facebook.
- Vid medverkande i någon av Turistrådets kampanjer tänk på att dela och göra egna inlägg under kampanjperioden.

- Besvara kommentarer, meddelanden, recensioner och inlägg från dina följare. Besvara både positiva och negativa kommentarer. Ha en policy för hur negativa kommentarer besvaras. Om det behövs en längre dialog är det bättre att sköta den via mail.

SKAPA INNEHÅLL TILL FACEBOOK

- Innan du skriver ett inlägg, bestäm dig för: Vad vill jag säga, vad ska det leda till och hur kompletterar det övriga marknadsaktiviteter? Tänk igenom vad syftet är med er närvaro i sociala medier. Är det varumärkesbyggande, inspiration, sälj, fler följare eller kanske besök till hemsidan?
- Ha målgruppen i fokus när du skriver inläggen. Sociala medier handlar mycket om att skapa en relation till sina följare. Försök att ha en bra blandning mellan information, inspiration och marknadsföring/sälj.
- Använd bilder av bra kvalitet.
- I inläggstexter finns möjlighet att länka till andra Facebookkonton. Det kan tex vara att du vill tipsa om företag i din närhet eller lyfta en destinationssida. För att länka till annans sida använder du dig av @taggning följt av Facebooksidans namn.
- Vid tidsbrist kan du, när du gör ett inlägg på Instagram, klicka i Facebook för att exponera samma inlägg i båda kanalerna. Tänk på! Att se så inläggen ser bra ut i bägge kanalerna.

Nyheter, funktioner och förutsättningar ändras hela tiden. Håll dig uppdaterad och testa dig fram vad som funkar för din verksamhet.

- Använd bara bilder som du har rättigheter till. Ange fotografen om det är ett krav i användarvillkoren.
- Glöm inte att lägga till plats för att följarna ska se var bilden är tagen.
- Se över dina inlägg innan publicering. Se till att bild och text har rätt tonalitet, att det är rättstavat och att inlägget ser bra ut i mobil och desktop.

SKAPA ETT FACEBOOK-EVENEMANG

Att skapa ett evenemang från din Facebooksida, där tydlig information om innehåll, tider, plats och relevanta länkar finns med, kan vara ett bra sätt att locka besökare till ett evenemang. Via evenemanget kan du bjuda in folk och även be dina kollegor att göra detsamma.

Länktips! Facebook – [Skapa och redigera evenemang](#)

SKAPA TÄVLINGAR PÅ FACEBOOK

Tävlingar kan vara ett bra sätt att få ökad interaktion och få fler följare till Facebooksidan. Tänk på att Facebook har en del regler att förhålla sig till:

- Tävlingsregler ska finnas i inlägget eller som länk till en extern sida. Här informerar du om tävlingen, om priset och dess värde samt hur personuppgifter behandlas.
- Uppmana inte användning av någon av Facebooks funktioner som dela, gilla eller tagga sig själv eller andra.
- Tävlingsinlägget ska innehålla en bekräftelse på att den inte på något sätt är sponsrad av, administrerats av eller fått någon form av stöd från Facebook.
- När tävlingen är avslutad och vinnare utsedd skriv ett publikt inlägg eller kommentar så att alla kan se vem som har vunnit.

Mer info om tävlingsregler hittar du [här](#).



ANNONSERA PÅ FACEBOOK

För att nå din befintliga eller en ny målgrupp kan du använda dig av annonsering på Facebook. Att annonsera och marknadsföra inlägg är ett måste för att företag ska nå ut på ett effektivt sätt till befintliga och potentiella följare via Facebook. Här tar vi upp två olika sätt att annonsera: Marknadsföra inlägg och Annonsering via Ads manager.

Marknadsföra inlägg

Om du är nybörjare på annonsering på Facebook så är att marknadsföra inlägg det enklaste att börja med. Detta görs via ett befintligt inlägg i ditt flöde och används för att nå dina följare och deras vänner eller en vald målgrupp (här kan du välja mellan geografiskt område, kön, ålder samt intressen för målgruppen). Ett marknadsfört inlägg är bra för att öka engagemang som likes, delningar och kommentarer. Det kan även vara ett erbjudande eller en nyhet som du vill nå ut med. Obs! Under automatiska placeringar är alltid Instagram förvalt. Du måste aktivt gå in här och klicka ur för att inte det marknadsförda inlägget ska visas i instagramflödet samt stories.

Länktips! Facebook- [Så här marknadsför du dina inlägg](#)

Annonsering

För att nå en ny målgrupp kan du skapa annonser via Facebooks annonsverktyg – Ads manager. Här kan du anpassa vilken typ av annons som passar beroende på syfte och innehåll samt vilka kanaler annonsen ska exponeras i. Även målgruppsvalen är fler vid annonsering än när man marknadsför ett inlägg. Du väljer även vilket syfte annonsen har; driva trafik till sida, få fler följare till din Facebooksida, försäljning/bokning med mera.

Länktips! Facebook – [Förbered din annonsering på Facebook](#)

Länktips! Facebook- [Hjälpcenter för annonsörer](#)

STATISTIK PÅ FACEBOOK

Med Sidstatistik kan du se vilka inlägg som användare interagerar med (eller inte interagerar med), så att du kan fatta välgrundade beslut om vilket innehåll som ger bäst resultat på din sida. Resultaten hjälper dig utöka din målgrupp och få fler användare att interagera med ditt företag via din Facebook-sida.

Med hjälp av statistiken kan du bland annat få koll på:

- Hur många användare dina inlägg nått och hur många användare som interagerat med dina inlägg.
- Antalet användare som ringt till ditt företag från din sida.
- Antalet gånger du har besvarat kunder och din genomsnittliga svarstid.

”Använd statistiken på Facebook för att utöka din målgrupp och få fler användare att integrera med din Facebook-sida”

- Antalet incheckningar som användare gjort på ditt företag med sina inlägg.

Använd din Facebook-sidas statistikuppgifter för att justera sidan, utöka din målgrupp och få bättre engagemang. Gör det genom att titta på:

- **Räckvidd** - Se hur många användare som har sett dina inlägg och hur många som har gillat, kommenterat eller delat inlägg. Det hjälper dig att ta reda på vilka inlägg som får mest uppmärksamhet, så att du kan skapa fler liknande inlägg som användare kommer att interagera med.

- **Sidvisningar** - Upptäck hur många användare som tittar på din sida och vilka avsnitt de tittar på. Få sedan sammanslagen information om din målgrupp baserat på ålder, kön och plats. Använd den här informationen för att rikta dig mot olika målgrupper med marknadsförda inlägg och annonser, eller anpassa innehållet efter deras intressen.

- **Aktiviteter på sida** - Se vilka åtgärder användare vidtar på din sida, inklusive om de tar sig till webbplatsen på egen hand eller om de klickar på din Call to Action-knapp. Det här hjälper dig anpassa din sida för att uppmuntra att användare vidtar de åtgärder som du vill.

- **Inlägg** - Se en uppdelning av resultat över tid för vart och ett av din Facebook-sidas inlägg. Du ser hur många användare varje inlägg har nått, hur många som har svarat med klick och reaktioner samt typen av inlägg så att du snabbt kan analysera vad som fungerar bäst.

- **Personer** - Förstå din målgrupp med sammanslagen information inklusive ålder, kön och plats. Du ser även när användare tittar på din sida och hur de hittade den. Detta kan hjälpa dig skapa inlägg som ger så bra gensvar som möjligt.

Texten är hämtad från: [Facebook Page Insights](#)

