



*“Sociala medier
handlar inte om websajter. De
handlar om upplevelser.”*

— Mike DiLorenzo, NHL social media
marketing director

Sociala medier en introduktion

Sociala medier något nytt? Sociala medier, ett sätt att träffas via internet. Är det verkligen nytt eller är det bara en annan typ av plattform? Har inte människan alltid träffats och skapat nätverk i verkliga livet? Är inte internet bara ett alternativt sätt till detta eller är det något mer?

Sociala medier ses oftast som en enahanda möjlighet att kommunicera, skapa relationer, främja dialog, dela kunskap och samverka med samhället. Det är nytt och fräscht. Närvaro i sociala medier anses vara en förstärkning av den bild man vill visa och en möjlighet att delta i debatten. Värden för information och kommunikation anses i stort präglas av öppenhet, kvalitet och engagemang. Men användningen av sociala medier kan också innebära faror. Du skriver på gott och ont. Dina ord kan återfinnas på mindre bra platser. Arbetsgivare som följer vad du skriver. Inbrottstjuvar som kan se när du är borta från hemmet. Kommunikation sker där användares identitet inte alltid är känd. Kan sociala medier rentav ge en baksmälla? Denna skrift ger en introduktion till vad sociala medier är.

“Kvinnor dominerar inom sociala medier”

Dagens Nyheter



Vad är sociala medier

Sociala medier är i en enkel definition platser där man kan träffas och interagera med varandra på internet i syfte att dela information såsom text, bilder, video och musik. Man kan bli medlem på sajter med olika inriktningar i syfte att dela intressant information med andra. Hitta gamla kamrater som man tappat kontakten med. Eller samla hela släkten och sedan skicka ut lämplig inbjudan till släkträff. Sätten att använda sociala medier begränsas oftast av ens egen fantasi och vilka ställen man är medlem på.

I dagsläget finns det flera hundra platser. Några av de mest kända är Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube och MySpace. Ett annat socialt medium som är värt att nämnas är Google+. Ett socialt medium som när detta skrivs bara är på beta test stadiet, men som redan har 18 miljoner medlemmar. Google+ är vid en första titt likt Facebook. Men med den skillnaden att du kan gruppera dina kontakter efter till exempel arbetskollegor, släkt och vänner. På Google språk kallas det för Kretsar. Detta är något som gör det lättare att dela relevant information med varandra. För inte vill du väl att mormor ska kunna titta på affärsinformation du delar, eller att din arbetsgivare kan läsa om barndomsminnen du delar med en kompis?

De mer framträdande

FACEBOOK Ett av de mest kända sociala medierna är Facebook med ca 500 miljoner användare. Bilden på framsidan visar kopplingar mellan människor på Facebook. Facebook gör det möjligt att dela information med varandra, skapa grupper och sidor. Annonsering är en annan given del av Facebook. Utan annonsering skulle det med största säkerhet kosta att vara med där.

För företag är Facebook ett mycket användbart verktyg både då det gäller att ha sin kundtjänst, annonsera och bygga varumärke, informera om företaget och skapa försäljning. I välordnade sociala medier segmenterar man medlemmarna väldigt väl. Det vill säga man kan dela in medlemmarna utifrån ålder, kön, geografi och intressen. Fakta du fyller i när du blir medlem.

Låt oss ta ett exempel på hur du kan nå ut till rätt målgrupp. Du säljer trädgårdsartiklar och vill nå ut lokalt där du har din butik på Lidingö i Stockholm. Du har sett i din butik att det i de flesta fall är kvinnor i åldern 55 - 65 år, som handlar hos dig. Du skapar din annons, väljer geografiskt läge som är Lidingö, du väljer kön, ålder och intressegruppering trädgård. När du gjort det får du fram exakt antal medlemmar som du kan nå ut till med din annons. Därefter anger du budget och sätter annonsen. Nu kommer annonsen att enbart visas för de Facebook användare som uppfyller dessa kriterier. Det vill säga, kvinnor i åldern 55 - 65 boende på Lidingö och intresserade av trädgård.

TWITTER Twitter är en enkel kanal där du följer eller blir följd. Du skickar korta textmeddelanden om max 140 tecken. Man talar ofta om aktuella händelser, talar om hur man mår, vad man gör etc. Mycket vanligt att skådespelare, musiker, politiker och andra berättar om vad som händer. Många tidningar följer kändisar på Twitter och kan snabbt rapportera. I sammanhanget kan nämnas Charlie Sheen som efter att han fått sparken från 2½ Men, började twittra och nu har 4,4 miljoner som följer honom. Fördelen med Twitter jämfört med Facebook är att ingen av de som följer dig förväntas få svar. Det blir en kanal där du skickar ut information.



Sociala nätverk är inget nytt. Det är bara plattformen som ändrats. Från möten i verkliga livet till platser på internet.



LINKEDIN Detta är ett professionellt socialt nätverk utformat med tre saker i åtanke, att göra det möjligt att ansluta till varandra, i syfte att öka kontaktyta, skapa affärsmöjligheter samt att dela branschinformation med varandra. En intressant funktion i LinkedIn är LinkedIn knappen som man som arbetsgivare kan lägga upp på sin webbplats när man söker folk. Genom att trycka på knappen överför man information om sig själv och kan därmed söka jobb utan att skriva en CV och skicka. LinkedIn är ett kraftfullt verktyg då det gäller professionella relationer.



MYSPEACE Ett socialt media främst för musiker. Här kan du skapa ditt konto, ladda upp din musik och låta dina vänner ta del av det du producerar. Här når du ut till dina fans som musiker eller skådespelare.



YOUTUBE Att skapa sin egen video och lägga ut på Youtube används professionellt av många. Här kan företag lägga ut filmer hur du använder deras produkter, skapa reklam och dela ut information för att nämna något. Nytt är också att du kan annonsera här. Din annons visas innan klippet startar eller som en liten remsa i botten av din video. Videos på Youtube kan ofta få många tittare och man har bra kontroll över hur många gånger klippet visats. En annan stor fördel är att man kan bädda in sina videoklipp på hemsidan. De lagras på Youtube:s hemsida men inbäddningen gör att besökaren på hemsidan knappt märker detta.



GOOGLE+ Google skapar mer och mer produkter som man kan använda utan kostnad. En nyhet är Google+. En uppstickare och konkurrent till Facebook. Här kan du som nämndes tidigare gruppera dina kontakter. Du kan tala i funktionen Hangouts visa att du gärna startar en videokonversation, med någon som likt dig vill prata lite.

Förutom dessa finns en mängd andra sociala medier, bloggar och annat. Ja det finns till och med bloggar som samlar innehåll från andra bloggar. Vill du dela med dig av dina foton kan du göra det via Flickr eller Picassa. Där kan du även geotagga dem så att de visar var du fotograferat i Google Earth eller Map.

Slutligen

Sociala medier kan inte alltid ersätta personliga möten och kommer inte heller att kunna göra det. Rätt använda kan de skapa affärsmöjligheter, kännedom om och lojalitet till ditt företag. Gör ditt varumärke starkare. Sociala medier är en del av din marknadsföringsmix.

För att lyckas behöver du sätta dig ned och skapa en strategi över vad du vill uppnå. Hur du ska uppnå det, vilka sociala medier, vilket syfte och budskap. Samt hur du ska mäta och följa upp resultatet.

Mobilt bredband och mobiler flyttar ut internet utanför kontor och hem. Sociala medier används mer och mer i smartphones.



Second Life

Sociala medier kan och kommer att ta nya former.



I takt med teknisk utveckling och fantasi kommer många nya och annorlunda former av social media att ta form.

Redan nu finns ett litet annorlunda sätt att träffas. Virtuella 3D världar där du skapar en egen Avatar som du använder dig av för att träffa andra människor.

Second Life är en av de mest kända. Där kan du köpa och sälja mark. Du kan bygga byggnader och träffa andra människor, nästan allt som du gör i den riktiga världen.

Den 30 maj 2007 invigde Carl Bildt den svenska ambassaden i Second Life. En ambassad som har Sveriges ambassad i Washington som förebild.

Ambassaden finansierades av Svenska Institutet och används för att sprida kunskap om Sverige. Dagtid finns det en kundtjänst som svarar på frågor och det hålls många utställningar och träffar där.

A high-angle, action shot of a surfer riding a massive, curling wave. The surfer is wearing a bright red jacket and dark pants, with arms outstretched for balance. The wave is a deep, dark green color, and the water is splashing and churning around the surfer. The sky is a pale, overcast grey.

Ligger du i framkant
eller sköljs du med i vågen?

Om skriften En liten skrift om sociala medier. Skriften kan användas fritt om källa anges.

För mer information vad Anders kan göra för ditt företag, kontakta honom på e-post, [anders @merconda.se](mailto:anders@merconda.se) eller internet www.merconda.se

Copyright © 2011 Anders Karlsson