Kampanjer og sosiale medier

hvordan **lykkes?**

Live Askim Hansen
Kommunikasjonsrådgiver, Helsedirektoratet

Først: kampanjer

kampanjer

Lev

- Nytt konsept

Fem levevaneområder:

Kosthold, fysisk aktivitet, psykisk helse, tobakk & alkohol

Se her: Helsenorge.no/lev

Lev

Med «Lev» ønsker vi å ta befolkningen ut av pandemien og minne om at små og store valg man gjør hver dag har noe å si for hvordan man har det. Ambisjonen er å senke terskelen for at folk skal gjøre noe som er bra for helsa si. Det er ikke nødvendigvis store endringer som trengs. Ta ett skritt av gangen.

- Jakob Linhave, avd. direktør Helsedirektoratet

Lev

Vi skal fokusere

mer på ***TOBAKK***

Stopptober 2022

Årets kampanje: koblet opp mot LEV

Veldig effektfullt å bruke sosiale medier, også for frisklivssentralene!

Lag en plan i forkant – få med slutterne i oktober

Vi produserer innhold, men det er gull verdt om dere lager eget også

PS! Bruk Stopp-shop her:
Stopp-shop.bsdigital.no

Stopptober 2022

Skisser

Stopptober 2022

Følg med på Slutta Facebook

Stopptober 2022

Viktigheten av å poste engasjerende innhold:

Inkluder følgerne dine - oppmuntre til samtale

Lev tobakk

Sosiale medier

Hvordan kan DIN frisklivssentral
dra nytte av det?

Strategisk kommunikasjon

planlagt kommunikasjon for å komme fra nå-situasjon til ønsket situasjon.

I arbeidet med sosiale medier pleier vi å tenke slik:

Planlegge aktivitet i sosiale medier:

1. Hvem er målgruppen?

Eksempel, til Stopptober: voksne fra 35-70 år.

2. Hvilke kanaler bruker målgruppen?

I hovedsak Facebook.

3. Hva engasjerer målgruppen?

Historier om ekte folk som sluttet å røyke. Helsegevinster ved å bli røykfri.

4. Hva vil vi at målgruppen skal gjøre?

Melde seg på røykesluttkurs + slutte å røyke!

Litt om Facebook

Facebook er den **største sosiale mediekanalen i Norge,**

med over 3 500 000 brukere.

69% av den norske befolkningen bruker kanalen daglig.

Den høyeste andelen av Facebookbrukere er i alderen 40-59 år.

Anbefaler alle Frisklivssentraler å ha en god Facebookprofil, evt. gruppe.

MEN: bruk den godt, med planlagt, gjennomtenkt innhold.

Sysakene i orden?

- **Er profilen ferdig «oppstilt»?**
  Profilbilde, beskrivelse, kontaktinformasjon.

- **Poster dere jevnlig?**
  Ha en publiseringsplan,
  Tips! *Bruk et årshjul med merkedager som inspirasjon.*

- **Kontakt med følgerne**
  Svarer dere på meldinger og kommentarer?

Hvordan bygge opp et godt innlegg?

Først: hva er målet med innlegget?

Så: inkluder et grafisk element!
Tips! Canva.com for redigering & Unsplash.com for bilder.

Deretter: appeller til følelsene – hva slags språk bruker dere?

OBS!
God rettskriving er et must.
Bruker du linker – sjekk at de fungerer.

Pressearbeid

en liten guide

Når du kontakter media:

- Forbered deg godt
- Ta direkte kontakt på telefon – vær en selger!
- Yt service

PS! Ring mellom 10-14, *ikke* fredager

How to:

Lage egne nyhetssaker

Tenk brukerhistorier

Fengende titler!

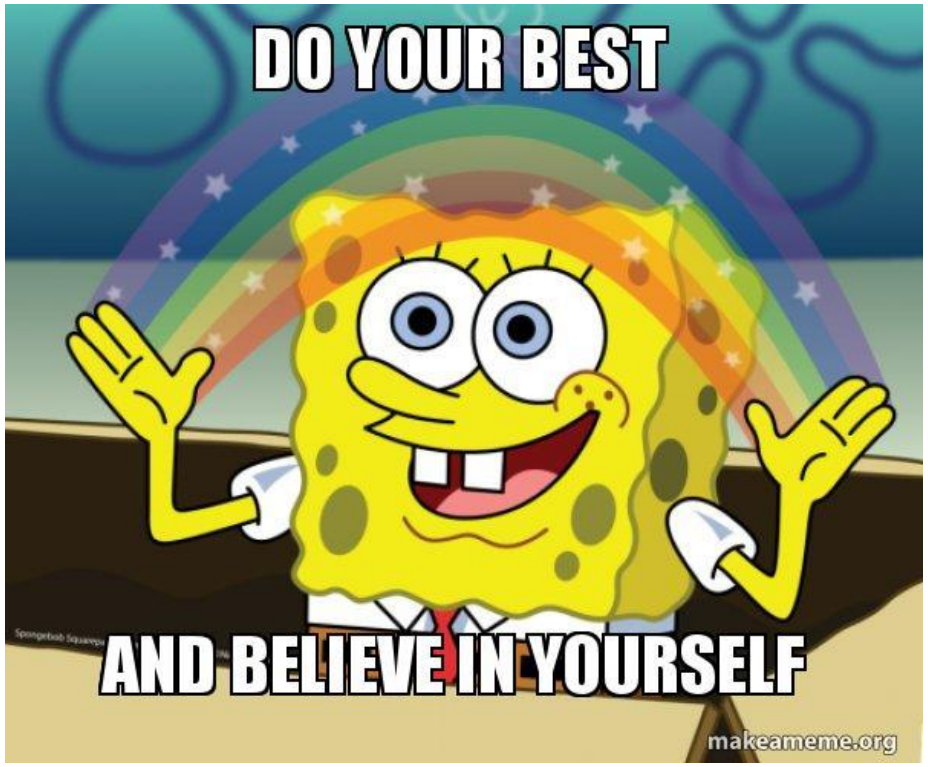
Gode bilder (fortsatt viktig!)

Rettskriving!!!

Laila (70) baker med barnebarn. Røykfri i 1 år.

Takk for meg!

Og et siste tips, min største oppfordring til dere:

Det er lov å prøve og feile når du jobber med sosiale medier.

Det viktigste er at du prøver – også er det IKKE juks å ta inspirasjon fra andre (men ikke stjel!)