

ANNICA THORBERG

VI HJÄLPER **B2B FÖRETAG**
&
LEDANDE PERSONER
BLI DIGITALA INFLUERARE
FÅ FLER LEADS OCH ÖKAD TILLVÄXT MED HJÄLP AV
DIGITAL OCH SOCIALA MEDIA MARKNADSFÖRING



 www.facebook.com/themarketinghouse

 www.instagram.com/marketinghouse1

 www.linkedin.com/in/annicathorberg

 www.twitter.com/annicathorberg

 www.linkedin.com/company/marketinghouse

 www.twitter.com/marketinghousee

#linkedinforetag & #marketinghouse



Dagens workshop
Hur kan du använda bilder i din digitala och sociala
mediamarknadsföring

DET DIGITALA LANDSKAPET HAR
FÖRÄNDRAT FOLKS BETEENDE!

HAR DU
- I DIN PROFESSION?

DET ÄR PÅ ETT
ANNAT SÄTT NU...

EN BILD SÄGER
MER ÄN TUSEN ORD....

EN FILM SÄGER MER ÄN
TUSEN BILDER

- Nu gäller KOMMUNIKATION på MOTTAGARENS villkor
- Vi vill SJÄLVA bestämma vad, när, hur vi vill läsa, se på tv, ta emot info
- För bara 5 år sedan såg det helt annorlunda ut
- SOCIAL Broadcasting växer så det knakar
- **ÄNDÅ...**
- Använder de flesta företag OUTBOUND MARKETING och TRADITIONELL MARKNADSFÖRING
- OCH EN DEL HAR BARA ÖVERFLYTAT DET GAMLA SÄTTET TILL NÄTET

- Har du koll på vilka bilder som finns på dig eller ditt företag?
- På Google och andra sökmotorer
- Googla detta 1 gång i månaden för att ha koll
- Alla dina bilder du själv lägger upp digitalt eller sociala medier
 - Måste du ha rättigheterna till att publicera
 - Ska alla ha ALT-TEXT döpta utifrån rätt sökordsoptimering

SYNS JAG
DIGITALT MED
BRA BILDER
FÅR JAG MER
ENGAGEMANG

VAD INNEBÄR DET FÖR
DITT VARUMÄRKE OCH DINA
MÖJLIGHETER ATT STICKA UT DIGITALT
OCH FÖRSTÄRKA VARUMÄRKET
MOT KUNDER, PARTNERS,
MEDARBETARE & OMVÄRLD?

!!

FÖR ATT STICKA UT I SOCIALA MEDIER
RÄCKER DET INTE MED INTRESSANTA
TEXTER...

2015 ÄR ÅRET DÅ RÖRLIGT SLÅR
IGENOM STORT I FÖRETAGENS
MARKNADSFÖRING

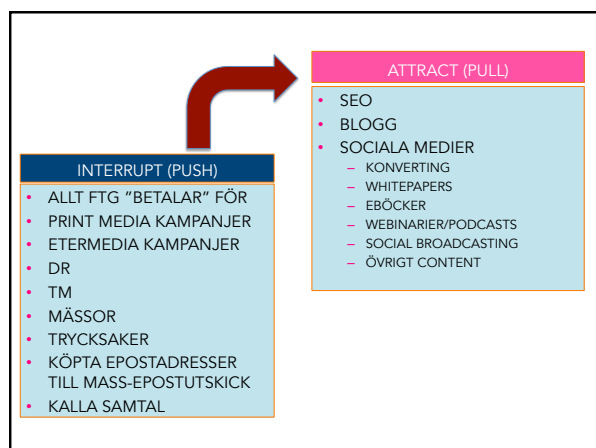
INBOUND MARKETING
ÄR DET "NYA SVARTA"

GOODBYE
GAMMELMEDIA

HELLO
NYMEDIA

Outbound Marketing

Inbound Marketing

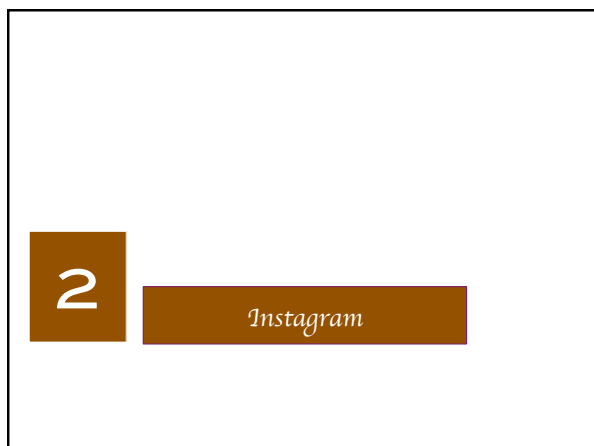


BILDER I SOCIALA MEDIER OCH DIN WEBB

- Viktigt i alla sociala medier
- Det du publicerar måste hänga ihop och finnas i alla dina kanaler
- Bilderna bör vara anpassade till respektive socialt medium
- Bildstorlekarna varierar
- Använd verktyg och appar för att redigera dina bilder – ökar engagemanget

HUR UPPFATTAS DINA BILDER I SOCIALA MEDIER

- Vem vill du PÅVERKA och ATTRAHERA
- NUVARANDE INLÄGG är de vad dina bueyers personas förväntar sig?
- Uppmuntra ditt nätverka att gillar, kommentera och dela vidare
- Skaffa spokespersons och ambassadörer för "walk the talk"
- CROWDSHARING = The real power



INSTAGRAM VIDEO

- Instagram videos introducerades juni 2013
- Inkluderar 15 sek video
- Kan importera video och redigera
- Skapa egen "thumbnail"
- Lägg till unikt videofilter
- 40 % av de mest delade videos var skapade av varumärken och inte personer
- Videos kan ge 3x mer inbound länkar än skriven text
- BuzzFeed Foods Pizza Grilled Cheese 60, 7 milj visningar

INSTAGRAM VIDEO

- Instagram videos introducerades juni 2013
- Inkluderar 15 sek video
- Kan importera video och redigera
- Skapa egen "thumbnail"
- Lägg till unikt videofilter
- 40 % av de mest delade videos var skapade av varumärken och inte personer
- Videos kan ge 3x mer inbound länkar än skriven text
- BuzzFeed Foods Pizza Grilled Cheese 60, 7 milj visningar

29 TIPS

1. Berätta en historia
2. Använd unika hashtags
3. Använd högkvalitativa redigerade bilder
4. Posta inte för ofta 2-3 per vecka räcker r- öka efterhand som följarna växer
5. Visa produkter på ett kreativt sätt
6. Etablera ett visuellt varumärke
7. Skapa interaktiva hashtag-kampanjer
8. Din bio är så kort – så bilderna måste tala ditt varumärke och vad du vill säga
9. Bilderna som ska tala men en bra kort mening kan förstärka bildbudskapet
10. Instagram profiler är inte indexerade så du behöver inte använda sökord
11. Följ dina hashtags och är själva livsblodet i Instagram
12. Lär dig vilka hashtags dina kunder använder och "utnyttja det" för att hitta följare
13. Leta via hashtags efter personer eller starka påverkare inom din nisch som har många följare
14. Leta via hashtags eftersom personer som nämner ditt varumärke eller redan finns etablerade i din nisch
15. Andra sätt – "Find friends" > föreslå vänner

29 TIPS

16. Instagram Direct. Direktmeddelanden
 17. För att nå lyckat engagemang måste du bidra själv
 18. Använd tredjeparts- app för att redigera bilderna innan de läggs upp
 19. De mest uppskattade bilderna har fokus på en del som täcker 2/3 av hela bilden
 20. "No-filter" (normal) är det mest populära filtret medan Mayfair ger högst interaction
 21. Dela kunders bilder – så uppmana dem att ta kort med dina produkter/tjänster
 22. Sälj du produkter, skriv alltid in länken till vart man kan köpa
 23. Använd texter i bilderna med Calls-to-action eller beskriver mer
 24. Skapa mobila kuponger (tidsbegränsade)
 25. Instagram Direct
 26. Tillåt följare att skicka kundservicefrågor och få svar visuellt
 27. Skicka tack-bilder till kunder som precis köpt någoy
 28. Skicka kuponger, pressmeddelanden och undersökningar till dina toppföljare
 29. Använd fönuftigt och hitta en medelväg
- Instagram är en mer personlig kanal, så "sälj försiktigt" och marknadsför smart"

1. Bästa dag att posta på?
 1. Söndag, måndag och torsdag
2. Snittantal hashtags för att få mest engagemang?
 1. 11
3. Hashtag-strategi
 1. Varumärkesspecifika hashtags
 2. Bransch specifika hashtags
 3. Trending hashtags
4. Instagram + Facebook = sant
 1. Kan autopublicera
 2. Sprid bilderna på alla dina sociala mediekanaer för störst chans till engagemang
 3. Om fokus är på produkter lägg till Instagram flödet på företagets webbplats
5. Meta dina följare
 1. Använd hashtags föra att hitta relevanta följare inom din nisch
 2. Följ andra influerare, engagerare och andra varumärken för att utöka din spridning
 3. Se till att ha minst 5-10 bilder upplagda i ditt eget konto innan du börjar följa andra
6. Gilla sådant ni själva gillar
 1. Gilla och kommentera populära bilder hos andra och @mention de som gjort inlägget och de som kommenterat
 2. Svara på alla kommentarer och glöm inte nämna @mention den so skrev den
 3. Följ vår 6/3/1 regel
 4. Lägg till frågor för att få engagemang?
7. Belöna dina följare

BILDSTORLEKAR

- Instagram bilder
 - Alltid rektangulära
 - 1080px x 1080px
 - Gärna med bild som täcker 2/3 av ytan för mest engagemang
- Pinterest
 - Profilbild 165px x 165px (rek är 600px så skalar Pinterest)
 - Pins 238 x justerbar höjd
 - Förstorad bild (när du klickar på en pin) 735px
 - Komplet board storlek 238px x 284px
- Facebook
 - Omslagsbild 828 x 315px
 - Profilbild 180 x 180px (blir 168 x 168)
 - Uppladdade bilder kvadratiska 403px x 403px
 - Milstolpebilder 874px x 403px
 - Tumnelg-bild 470px x 246px
 - Endast bild ingen text 470px x 470px
 - Liggande bild med länk passar i en box som är 155px bred
 - Stående bild med länk passar i en box som är 114px

3

PINTEREST

TILL VAD OCH VARFÖR
ANVÄNDA PINTEREST

10 TIPS FÖR ATT LYCKAS MED PINTEREST

1. Planera för din framgång
2. Kolla källan innan du pinnar
3. Pinna strategiskt
4. Producera visuellt innehåll
5. Kom ihåg att skapa och dela andras pins
6. Prata inte bara om dig själv och er förträfflighet
7. Puffa kreativt
8. Slarva inte med SEO & Referenstrafik
9. Använd verktyg
10. Undersök och mät

VAD ÄR PINTEREST

- Möjlighet att organisera och dela olika saker du gillar och inspireras av på webben
- Använder s.k pinboards (digitala anslagstavlor) för att t ex visa sina produkter och lägga upp andras inspirationsbilder
- Lite som Instagram, dvs. Facebook i bilder
- Du kan också visa upp pinboards som skapats av andra och är ett kul sätt att upptäcka nya saker och få inspiration från andra människor som delar dina intressen.

20 TIPS

1. Addera en Följ oss på Pinterest-knapp och/eller Pin-IT-knapp
2. Varumärken och Pinterest, ange ditt epostadress för Twitter
3. Crowdsorce, uppmana kunder att pinna bilder med dina produkter eller när de är hos er/använder era produkter/tjänster och tagga ditt fbg
4. Skapa följa-knappar
5. Pin-etiquette – be nice, generous
6. Fokus-grupper
7. Utveckla dina pins och anslagstavlor och uppdatera regelbundet
8. Hur använder man Pinterest, lär dina följare hur de ska göra
9. Installera Pin-it-booklet
10. Förklara varför ni använder Pinterest
11. Använd sökord och hashtags
12. Länka tillbaka till din egen webbplats
13. Jag + bidragare – tillåt andra att pinna
14. Nätverka med andra
15. Observera och kommentera
16. Pinterest som del i content marketing
17. Använd kvalitativa foton
18. Referenstrafik
19. Sök efter pins från din blogg eller webbplats
20. Gruppkommunikation (privat anslagstavla)

PINBOARDS /DIGITALA ANSLAGSTAVLOR

- Varumärkesbyggande
- Driver trafik
- Ger en bra bild av företaget och dess produkter/tips
- En digital anslagstavla
- En digital anslagstavla består av ett antal pins
- Enn digital anslagstavla kan du skapa inom vilket ämne som helst, t ex "världens bästa hotell", recept, Min önskelista etc.
- Och du kan lägga till så många pins du vill på den digitala anslagstavlan. (egna och andras du repinnat)

PINTEREST FÖR FÖRETAG

- Grundades 2008 av Paul Sciarra, Evan Sharp och Ben Silbermann.
- Pinterest är nu det tredje största sociala mediet i USA efter Facebook och Twitter, enligt rapporten The 2012 Digital Marketer
- 100 miljoner användare, 85% kvinnor
- 500 000 företagskonto
- Mest engagerande konto : Norstrom

På Pinterest kan du hitta idéer till alla dina projekt och intressen, handplockade av människor som du.

DA LINGO

- Like
- Pin
- Repin
- Follow
- Search Boards or People
- 200 tecken i din Om oss
- Viktigt att använda text för att länka till sociala medier eller webb för SEO och mäta

TO PIN OR NOT TO PIN

- En pin är en bild eller video som lagts upp av någon på Pinterest
- Pins är precis som fina bokmärken!
- Klicka på en pin så ser du vilken webbplats den kommer ifrån.
- En pin kan läggas till eller länkas från en webbplats som har en s.k Pin it knapp eller ladda upp egna bilder från din dator
- Varje pin som adderas/lägs upp via Pin It-knappen från en webbplats länkar tillbaka till den webbplats den kom ifrån.
- Snart kommer fler och fler webbplatser som lägger till Pin It knappen sk share-knapp bredvid de andra för t ex Twitter, Facebook och LinkedIn

ATT FÖLJA

- Med "följ alla" menas att du har en viss användarens anslagstavlas oins på ditt konto i realtid
- Om den användaren skapar nya anslagstavlor kommer du automatiskt att följa dem också
- Du kan följa enstaka pinboards om du t ex bara är intresserad av att se en användares pins på en särskild anslagstavla
- Kan självklart välja att sluta följa anslagstavlor och användare när som helst OCH de blir INTE informerade om att du valt att sluta följa dem

FOLLOW ME ON 

VERKTYG

- Canva
- PicMonkey (app)
- Snappa
- Afterlight (app)
- Pinstamatic (app)
- Aviary
- TurboCollage
- Tweegram
- Snagit
- Skitch
- Place It
- WordSwag (app)
- Over (app)
- Pin Booklet
- Hubspot

SAMMANFATTNING

- Bilder blir allt viktigare för att nå ut med budskap
- Ha en strategi, tema, färger, vad du plåtar
- Bygg en story
- Anpassa bilderna till din målgrupp
- Testa dig fram och se vad som gillas
- Våga