

HUR DU SKAPAR ENGAGERANDE INNEHÅLL PÅ INSTAGRAM

En guide för ideella organisationer som saknar resurser för att skapa innehåll på sociala medier.

Utifrån en studie med en fokusgrupp har det visats att det finns några avgörande tekniker man bör ta hänsyn till för att skapa engagerande innehåll. Utifrån en modell baserad på olika strategier har 16 Instagraminlägg skapats. Dessa inlägg har sedan exponerats för en fokusgrupp där deltagarna fick engagera sig i innehållet utan att tala med varandra. De innehåll som fick mest engagemang hade en del gemensamt vilket resulterat i en guide. Vill du skapa engagerande innehåll? Kolla in den här guiden!

2. KONTEXT

FOKUSERA PÅ SLUTPRODUKTEN

Vad vill du åstadkomma med innehållet? Vill du skapa medvetenhet, få fler volontärer eller sprida information vidare? Fokusera på slutprodukten och fluffa inte till ditt budskap för mycket. Invävd reklam är passé!

ASSOCIATIONER ÖKAR RÄCKVIDDEN

Genom att skapa innehåll som dina följare kan relatera till har du möjlighet att nå fler än bara den primära följaren. När dina följare engagerar sig i ditt innehåll är det nämligen stor chans att andra användare i dina följares sociala nätverk kommer över innehållet. Detta kan du göra genom att uppmana följare att tagga någon i deras sociala nätverk i ditt innehåll vilket gör att det sprids vidare. Dessutom kan du skapa mervärde genom att vidga dina vyer och skapa innehåll som träffar dina följares sociala nätverk. Om du driver en ideell organisation kan du till exempel skapa innehåll med utgångspunkt i frågan: Vem tycker du skulle passa som volontär i vår verksamhet?

GEOGRAFISKA ASPEKTER

Många ideella organisationer erbjuder aktiviteter eller genomför projekt på olika platser. Det är därför bra att skapa mindre communitys för de specifika platserna och ta vara på just den kontexten. Detta gör du genom att utifrån organisationen starta mindre konton eller grupper som riktar sig till följare inom ett visst område. Om din organisation verkar i både Stockholm och Skåne är de som befinner sig i Stockholm inte lika intresserade av aktiviteter i Skåne. Som sagt, människor är bekväma och relevant innehåll engagerar mer.

1. INNEHÅLL

BILDEN KOMMER FÖRST

Instagram är en plattform som fokuserar på bilder och det är genom bilden som användare först får kontakt med ditt innehåll. Det är därför viktigt att tänka efter när du ska välja bilder till ditt flöde. God kvalitet och bilder som väcker nyfikenhet är grundläggande riktlinjer att gå efter.

KONKRETA BUDSKAP

Studien visade att innehåll som förmedlar konkreta budskap och som grundas i verksamheten tenderar att få högre grad av engagemang än innehåll som inte gör det. Många organisationer och företag försöker idag involvera sina följare i skapandet av innehåll genom att efterfråga följarna vad de önskar för typ av innehåll. Studien visar däremot att det inte är lika framgångsrikt. Istället bör du experimentera med olika typer av innehåll för att sedan följa upp och upptäcka vad just din målgrupp uppskattar.

LESS IS MORE

Det utvecklas ständigt nya digitala produkter, applikationer och verktyg som gör vardagen mer bekväm för oss människor. Det är nämligen precis vad vi är – bekväma. Innehåll som kräver för mycket tankekraft är därför inte att rekommendera. Skapa innehåll som dina följare enkelt kan engagera sig i genom att svara ja/nej eller välja mellan olika alternativ. Vill du att dina följare ska besöka en webbplats till exempel, gör det enkelt för dem genom att klistra in länken i din Instagramprofil och hänvisa dit.

3. KÄNSLOR

STARKA KÄNSLOR ENGAGERAR

Det är bevisat att innehåll som väcker starka känslor så som glädje, ilska eller sorg får större engagemang hos följare. Arbeta med storytelling och förmedla ditt budskap genom att väcka känslor kring er organisation och verksamhet. Om din organisation till exempel arbetar med välgörenhet, berätta om vilka som fått hjälp och vad det givit för effekt. Låt de som fått hjälp berätta sina historier!

KOMBINATIONEN AV TEXT OCH BILD

Det är viktigt att det finns en röd tråd i ditt innehåll. Även fast bilden är det första användare möts av på Instagram blir de inte engagerade om inte text och bild hör samman. Skapa enhetlighet genom att hitta en tonalitet i språket som uttrycker din verksamhet och väv samman med dina bilder. Låt bilden och texten tala ett gemensamt språk.

SKAPA INNEHÅLL OCH RELATIONER

Det har även uttryckts att användare engagerar sig mer i innehåll om de har en relation till avsändaren. Det behöver inte betyda vänner, familj eller kollegor. Inspireras av Influencers – det handlar om igenkänning. Genom att publicera innehåll som riktar sig till användare som vet om hur organisationen fungerar men även till de som inte vet innebär att du riktar dig till både existerande och potentiella användare. Varva introducerande innehåll med innehåll som skapar mervärde och sätt dig in i användarens roll. Om jag har en relation till organisationen, vad vill jag då ta del av för innehåll? Om jag är helt främmande – vad vill jag då veta?