

Kom ud over rampen

Gør dine kurser uimodståelige med indsigt i målgruppen, skarpe tekster, “hooks”, personalisering og SoMe



Om mig

Erfaring

- Kommunikationsrådgiver (sociale medier), Gentofte Kommune
- Kommunikation-/marketingkonsulent, DGI
- 50-100 oplæg og workshops for foreninger
- Kandidat i kommunikation, Roskilde Universitet
- Tilknyttet som SoMe-annonce-konsulent i LOF: Mariagerfjord, Faxe, Haslev, Langeland, SØM, Trekanten, Skive og Kongeaa

Ansvarsområder

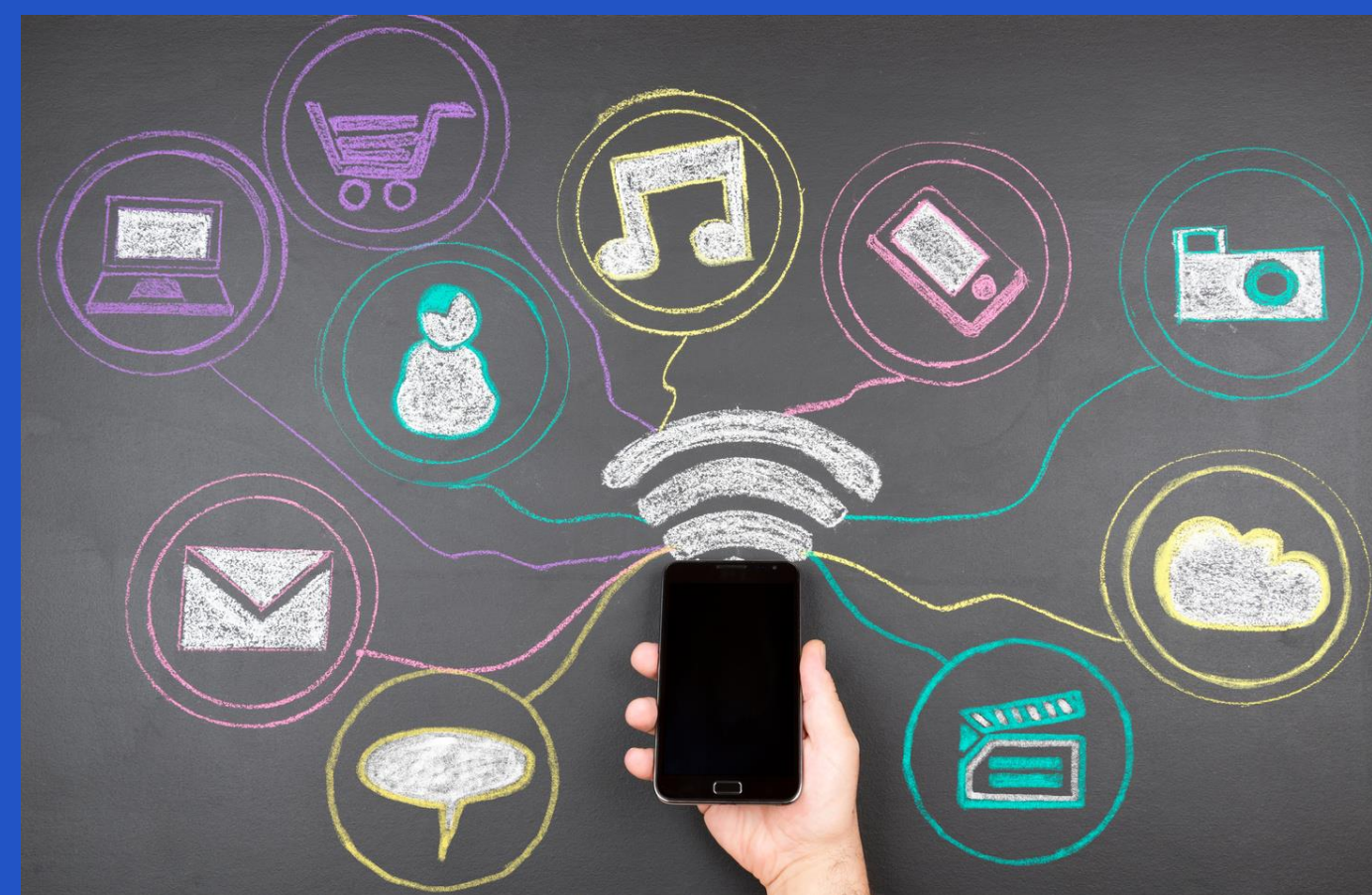
- SoMe-ansvarlig for Gentofte Kommunes Facebook og LinkedIn-profiler
- Ansvarlig for kommunens kanalstrategi
- Personlig rådgiver for borgmester Michael Fenger
- Rådgiver for flere områder/forvaltninger, institutioner mm.
- Tidligere kommunikation/markedsføring af kurser, uddannelser, events mm.

Privat

- Rækkehus i forstaden
- To piger på 4 og 7 år
- En kone

Hvad er udfordringen?

Kampen om folks opmærksomhed har aldrig været større. Vi bombarderes med tilbud, kampagner og budskaber – og folk vælger dig fra, hvis du ikke har noget spændende at tilbyde. Derfor er det vigtigt, at du fokuserer på, hvordan du strikker din markedsføringsindsats sammen.



Løsningen?



1. Tage afsæt i din målgruppe
2. Præsentere dine kurser endnu bedre
3. Markedsføre dine kurser via SoMe
4. Følge op og blive klogere

Målgruppe

Ved du nok om målgruppen?
Hvordan ser de ud? Hvad er deres behov? Hvor når vi dem?
Hvordan taler du til dem?

Markedsføring via SoMe

Skarpe budskaber og betalt annoncering kan forbedre trafikken til dine kurser.

Kursusbeskrivelser

Er kurserne i dit katalog køreklar eller kan vi forbedre beskrivelser, kursusfotos mm.?

Følge op og forbedre til næste gang

Hvad har virket? Hvad har ikke?
Kan vi forbedre noget til næste gang?

*Hvad er den seneste
reklame for et kursus, en
oplevelse, et arrangement
eller lignende du har set?*



Dagens program

Velkomst og Introduktion

- Formål og program

Medielandskabet har ændret sig

- Medieudviklingen 2024
- **It-anvendelse i befolkningen 2023, brug af sociale medier**

Kend din målgruppe

- Sådan definerer du din målgruppe
- Data der gør dig klogere på målgruppen
- Kort opgave

Den gode kursusbeskrivelse

- “What’s in it for me?”
- Hvad er en hook?
- Hooks til enhver lejlighed
- Refleksionsopgave

10 minutters pause

Markedsføring via SoMe

- Det virker på sociale medier
- Refleksion
- Erfaringer med SoMe-annoncer i LOF
- Opgave

Følge op og blive klogere

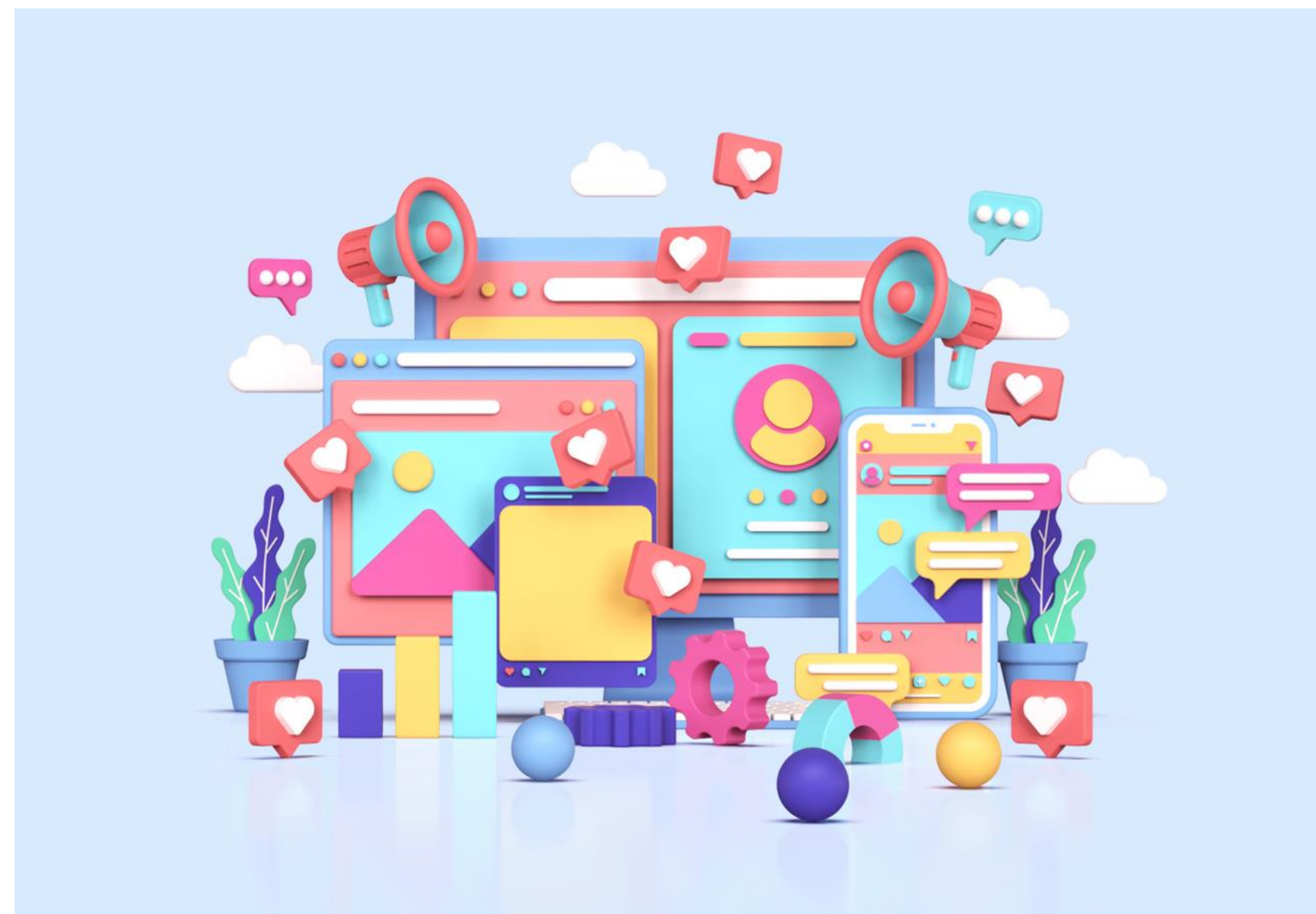
- Del dine erfaringer

Afrunding og spørgsmål

Medielandskabet har ændret sig...

Vores målgrupper er mange steder på én gang.

De har præferencer - *men* bruger mange forskellige platforme i løbet af en dag, en uge, en måned osv.



Medieudviklingen 2024

Daglig brug af sociale medier falder, men tiden vi bruger på SoMe vs. andre medier er konstant.

Facebook falder – men dominerer stadig

65% af danskerne brugte Facebook dagligt i 2022. Tallet i 2023 var 59% – men trods tilbagegangen er FB med afstand det mest populære sociale medie i DK. De tætteste konkurrenter er Messenger og Instagram, der ligesom Facebook er en del af Meta.

Danskerne bruger mindre tid på sociale medier

I 2023 brugte 77% af danskerne (15-75 år) de sociale medier dagligt (83% i 2022). Trods tilbagegangen er den tid, vi bruger på sociale medier meget konstant. Siden 2016 har danskernes brug af sociale medier ligget på 10-11% ud af den samlede tid, vi bruger på medier generelt.

*med andre ord... Danskerne flygter ikke (foreløbig) fra hverken FB eller sociale medier generelt.

It-anvendelse i befolkningen 2023 brug af sociale medier, Danmarks statistik

Brug af udvalgte sociale medier 1. halvår 2023

	Alle	16-19 år	20-24 år	25-29 år	30-34 år	35-39 år	40-44 år	45-49 år	50-54 år	55-59 år	60-64 år	65-69 år	70-74 år
	Procent i aldersgruppen												
Facebook	84	90	92	94	87	86	88	87	84	83	77	66	62
Instagram	56	90	86	79	72	57	57	53	50	45	33	26	22
Snapchat	45	90	80	74	67	43	41	37	31	30	22	15	9
LinkedIn	33	6	25	47	48	40	43	46	43	40	24	11	7

Kend din målgruppe

Derfor er målgruppen vigtig:

En god forståelse af målgruppen sikrer, at budskabet taler direkte til dem, du ønsker at nå.

Når du ved, hvad de har brug for, kan du ramme rigtigt og skabe større engagement og tilmelding til dine kurser.



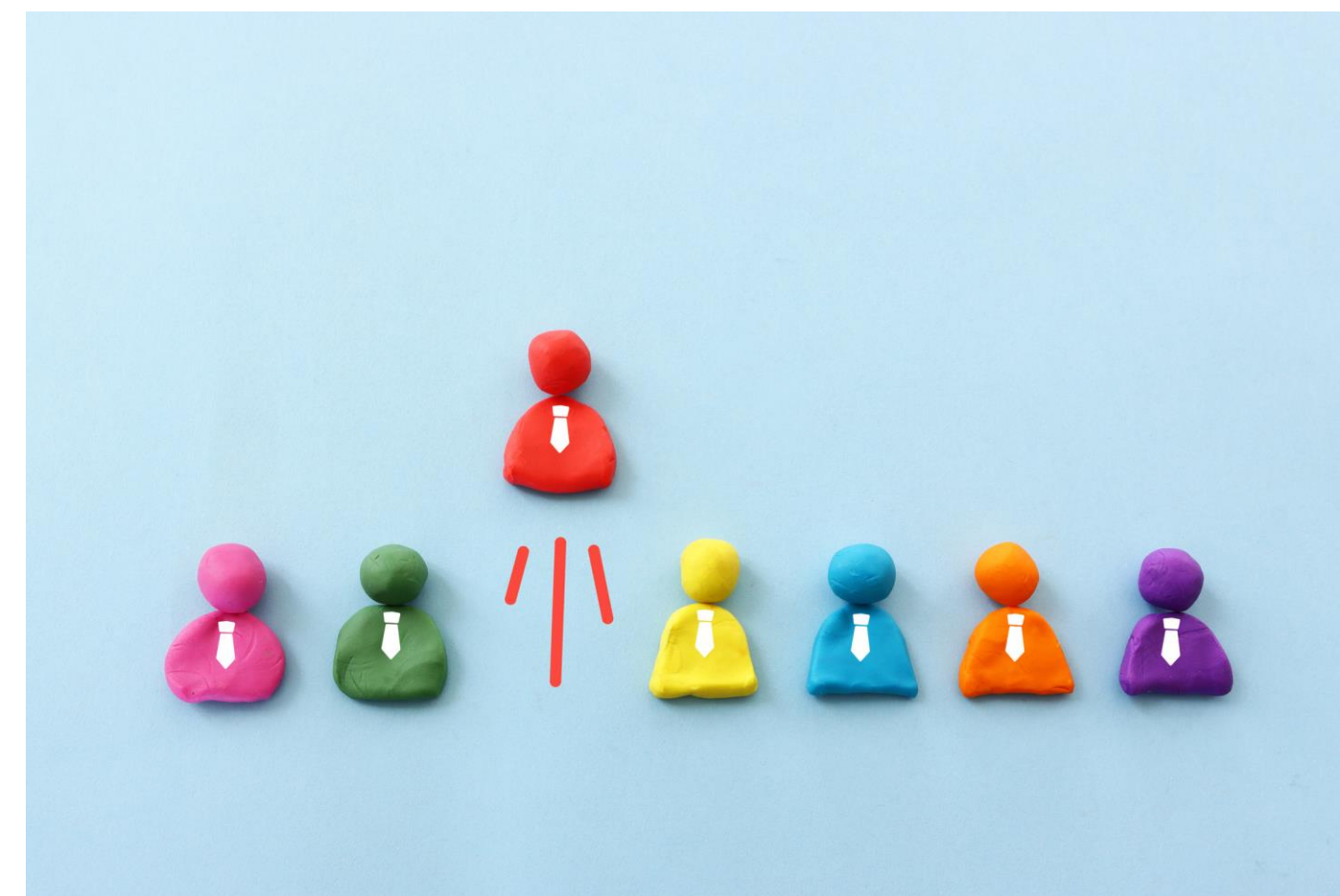
Sådan definerer du din målgruppe

Din målgruppe er en gruppe personer med fælles træk, behov eller interesser, der gør dem relevante for dit kursus.

Spørgsmål:

- Hvad er deres alder, køn og geografisk placering?
- Hvad er deres medieadfærd: Hvor finder vi dem henne Hvordan bruger de sociale medier? Hvilke typer indhold kan de lide?
- Hvad motiverer dem ift. at tilmelde sig kurser - er det læring, socialt samvær eller personlig udvikling?

Når du kender deres mål og udfordringer, kan du lettere skræddersy dit budskab og finde de rigtige kanaler til at nå dem.



Data kan gøre dig klogere på målgruppen

- 1. Lyt til dine kursister og deltagere:** få feedback fra tidligere deltagere via spørgeskemaer eller samtaler. Spørg dem, hvad de værdsatte, hvad der kunne forbedres, hvilke kurser der er mest populære, og hvad deltagerne har sagt om dem.
- 2. Observér engagement på SoMe:** Hold øje med, hvilke opslag brugerne bedst kan li'. Undersøg, hvad opslagene har til fælles (emne, kursustype, tone, visuelle elementer mm.). Læs kommentarer og beskeder og læg mærke til, hvilke spørgsmål/behov målgruppen udtrykker.
- 3. Lav personaer:** Udarbejd personaer baseret på din målgruppe fx "*Lone, 55 år, kreativ og søger et fællesskab.*" Det hjælper med at skabe billeder af, hvem du taler/skriver til.
- 4. Tjek konkurrenterne:** Se, hvordan andre organisationer når deres målgruppe. Hvad er deres strategi? Hvad ser ud til at virke?
- 5. Brug Plausible til indsamle data:** Se hvilke sider der er mest besøgte, og hvor trafikken kommer fra. Det kan give et indblik i, hvad målgruppen interesserer sig for.
- 6. Følg med i Facebookgrupper:** Deltag i lokale eller emnespecifikke grupper, hvor din målgruppe er aktive. Lyt til spørgsmål og diskussioner for at få indblik i interesser og behov.
- 7. Test og lær:** Lav eksperimenter med forskellige typer indhold og målgrupper fx et opslag for et kursus, der taler til småbørnsforældre - og et andet opslag, der taler til seniorer. Hvad virker bedst?
- 8. Hold øje med trends:** Følg relevante medier og trends fx "Medieudviklingen" og "IT-anvendelse i befolkningen". Det kan give idéer til, hvor din målgruppe er, og hvad der appellerer til dem.
- 9. Brug surveys:** Stil spørgsmål fx. på SoMe eller e-mail for at få direkte input fra målgruppen. Spørg fx, hvilke tidspunkter for kurser der passer godt, eller hvad de efterspørger af viden/inspiration.
- 10. Vær til stede, hvor målgruppen er:** Find ud af, hvilke platforme din målgruppe bruger mest, og fokuser din indsats der. Fx er ældre voksne ofte mere aktive på Facebook, mens yngre grupper mere er på Instagram, Snapchat og TikTok.

Kort opgave:

Hvem er din primære målgruppe? Vælg gerne et specifikt kursus og tag afsæt i det.

5 minutters sidemandssnak

Hvad ved vi allerede om målgruppen? Hvilke spørgsmål mangler vi svar på? Hvor kan vi evt. finde svarene?



Den gode kursusbeskrivelse

- Dine kursusbeskrivelser er “hjertet” i produktet.
- Det er det første - og vigtigste - redskab til at fange potentielle deltageres opmærksomhed.
- En god kursusbeskrivelse fortæller, hvad kurset handler om, og hvorfor det er relevant for målgruppen.
- Den skaber interesse, vækker nysgerrighed og overbeviser læseren om, at kurset opfylder et behov eller løser et problem.
- Er personlig og kommunikerer i "du" eller "dig"-form for at skabe en følelse af, at tale til den enkelte
- Den hjælper med at “differentiere” dit kursus fra andre lignende kurser/tilbud.



“What’s in it for me?”

- Skab “personlig” forbindelse mellem kursustilbuddet og deltagerens liv.
- Underlæggende spørgsmål: Hvordan gør dette mit liv bedre eller lettere?
- Fremhæv både praktiske og følelsesmæssige gevinster, såsom ny viden, socialt samvær eller personlig udvikling.
- Brug sprog, der vækker interesse og motiverer fx fra et kreativt kursus: *"Giv dig selv en kreativ pause, og kom hjem med noget, du kan være stolt af."*



“What’s in it for me” fortsat

Målgruffokus: Taler direkte til læserens behov, ønsker eller udfordringer.

Tydelige fordele: Beskriver konkret, hvad deltageren kan lære, opnå eller opleve.

Personlig tone: Skaber en følelse af, at kurset er designet specifikt til dem.

Resultatorientering - fokuser på udbyttet:

Du lærer at lave nemme og lækre retter, der sparer dig tid i hverdagen." (madlavningskursus) eller "Bliv stærkere, mere bevægelig, mere udholdende og få en bedre balance..." (varmvandstræning)

Praktisk relevans:

Nye færdigheder: *"Lær at lave hurtige og sunde måltider, som hele familien vil elske."*

Hverdagsfordele: *"Få teknikker til at reducere stress i hverdagen – uden at bruge ekstra tid."*

Løsning på udfordringer: *"Har du svært ved at bruge din smartphone? Vi viser dig, hvordan du får mest muligt ud af den."*



Hvad er en hook?

En fangende indledning, der gør modtageren nysgerrig.

Eksempler på “hooks”:

- Skabe nysgerrighed – fx ved at lave en ”videnskløft”: *”Den her ENE TING er afgørende for, at du ...”*
- Give læseren et løfte om værdi: *”Når du har deltaget på kursus X ved du præcis, hvordan du ...”*
- Sætte gang i følelser og holdninger: *”Vi ved det godt. Du er lige så træt af madpakker og putteritualer, som vi er. Du fortjener at gøre noget godt for dig selv. Lige nu kan du deltage i vores X Yoga-kursus, hvor du ...”*



Hooks til enhver lejlighed



både positive

- 🌟 Lad mig vise dig noget utroligt, der...
- 🌟 Få den perfekte [X] med dette trick!
- 🔍 En lille detalje, der gør hele forskellen!
- 📖 Her er noget, du ikke vidste om [emne].
- 😲 Du vil aldrig gætte, hvad der skete, da jeg....
- 🔗 Se, hvad der sker, når du kombinerer disse to ting!
- 🚀 Den hurtigste måde at [løse problem] på.
- 🏆 Sådan gjorde jeg [resultat], og du kan også!
- 🔑 Se hemmeligheden bag [noget utroligt].
- 🔧 Her er et nemt trick, du kan bruge i dag!
- 🌱 Vidste du, at dette kan hjælpe dig med at...?
- 💰 Sådan kan du spare tid og penge på [emne].
- 😲 Dette lille kendte faktum vil overraske dig!
- 🎯 Vil du også gerne have dette resultat?
- 🌟 Her er noget, der kan ændre din hverdag.
- 👥 Jeg troede aldrig, det ville virke, men...
- ▶️ Se, hvordan du kan opnå [mål] hurtigt!
- 💬 Find ud af, hvorfor alle taler om XXX!
- 🔧 Du kan forbedre din [færdighed] med dette enkle tip!
- 💰 Sådan får du [fordel] uden at bruge en formue.
- 😲 Har du nogensinde overvejet, hvorfor...?
- 🏆 Dette er den bedste måde at [løsning] på!
- 📧 Sådan kan du få mere ud af [produkt/tjeneste].
- 😲 Jeg prøvede dette, og det skete...
- 📅 Her er, hvad du behøver at vide om [emne].
- 😲 Du vil ikke tro, hvor nemt dette er!
- 🔧 Få det bedste resultat med disse simple skridt.
- 😲 Hvad hvis jeg fortalte dig, at du kunne...?
- 🎉 Her er noget, du skal prøve lige nu
- 🌟 Sådan opnår du [mål] uden stress.
- 🕵️ Her er, hvad de fleste ikke ved om [emne].
- 🎯 Du behøver ikke mere end dette for at få succes!
- 💪 Sådan kan du opnå fantastiske resultater med lidt indsats.
- 📺 Vil du have flere tips som dette? Bliv ved med at se med!
- ❓ Vidste du, at du kan gøre dette med...?
- 🔄 Med denne simple ændring kan du gøre en stor forskel for X
- 🏆 Sådan opnår du [mål] på bare [tid].
- 📋 Sådan gør de professionelle det!
- 📅 Dette simple trick vil spare dig masser af tid.

og negative

- 🚫 Undgå denne fejl, hvis du vil...
- ⊖ Stop med at gøre dette, hvis du vil undgå...
- 🚨 3 fejl du skal undgå for at...
- ! Gør ikke dette, hvis du vil undgå...
- ✗ Her er, hvad du aldrig bør gøre med [produkt/tjeneste]
- 🔴 Denne fejl begik jeg mange gange inden...
- ! Du bør aldrig gøre dette, når du arbejder med [emne]!
- 🕒 Stop med at spilde tid på dette, og gør dette i stedet.
- 🚨 Dette bør du undgå for at undgå uheld!
- 🚫 Her er, hvad du aldrig må gøre, når du arbejder med [emne]!
- ✗ Undgå denne fejl, hvis du vil...
- 😲 Får du ikke xx, gør du sikkert dette forkert...
- 🚫 Her er 3 ting, du aldrig må gøre når...
- 😲 Sådan undgår du at begå de samme 3 fejl som mig
- 🔴 Stop med at lave denne fejl, som alle andre laver!
- ⚠️ Stop med at gøre dette, hvis du vil lykkes!
- ✗ Disse 3 fejl gør at du ikke..
- 🚫 Dette er, hvad de fleste gør forkert med [emne].
- 🔥 Du må ikke gå glip af dette!
- 🚨 Vil du vide den største fejl, folk laver med...?
- 😲 Har du nogensinde spekuleret på, hvordan...?

Refleksionsopgave

Kursus fra LOF.dk: <https://lof.dk/oest/kurser/mad-drikke/fyldte-chokolader-med-honningkaramel-o-l-tirsdagsworkshop/id/41242204>

Brug 5 minutter med sidemanden:
Tal om, hvad der er godt ved kurset, ved beskrivelsen og hvad der kan forbedres.

★ Der er præmier, hvis I finder på en skarp “hook”.

Inspiration: "Drømmer du om fyldte chokolader, der smelter på tungen? 🍫 Tirsdagens workshop gør dig til chokolademester på én aften!" eller "Lær kunsten at lave fyldte chokolader – og forkæl både dig selv og dem, du holder af!"



10 minutters pause

Markedsføring via SoMe

Hvad virker på sociale medier?

- meget af det, vi allerede har gennemgået...

Indhold der:

- er lavet med afsæt i målgruppen og skaber værdi (“Whats in it for me?”)
- underholder, inspirerer, giver viden osv.
- er autentisk og viser mennesket bag♥
- blander/eksperimenterer med formater (foto, video, grafik, emojis, konkurrencer, afstemninger mm.)
- fortæller en historie (“Jeg vil fortælle at...”)

Og indhold ...

- der kort og præcis formidler budskabet
- er visuelt appelerende
- hvor du gør brug af billedsprog og metaforer: ”én på trynen”, ”for foden af bjerget” mm.
- hvor du lader dig inspirere af andre. Lån med arme og ben.

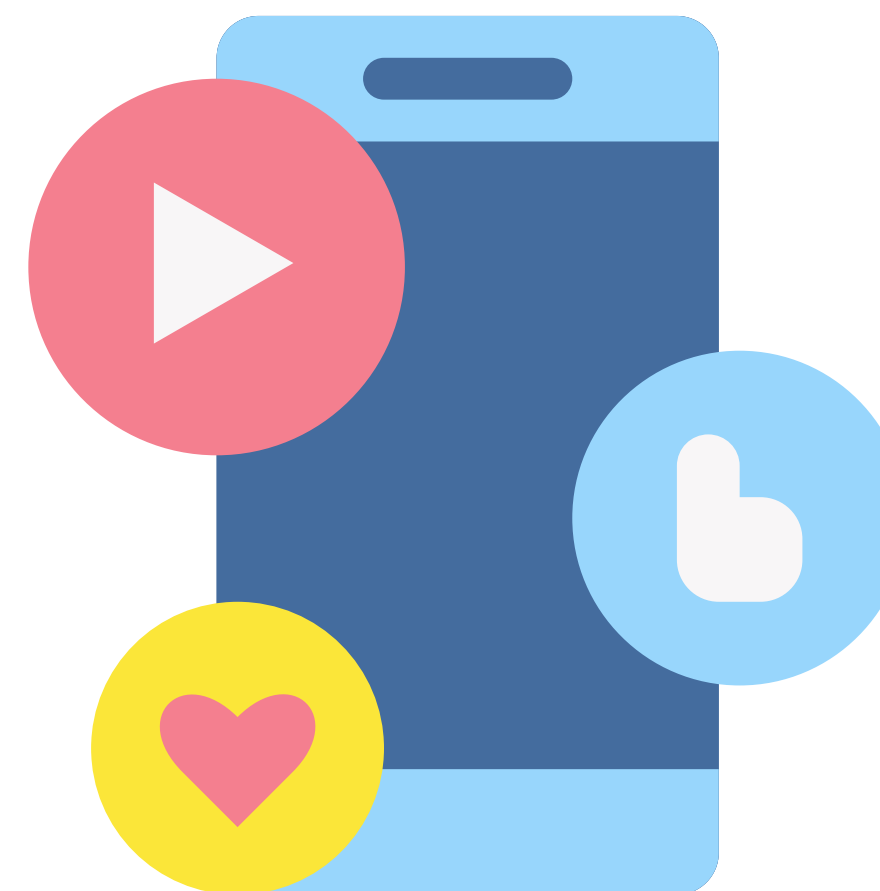


Eksempel på et *virkelig* godt SoMe-opslag

Roskilde Kommune:

<https://www.facebook.com/watch/?v=983528880060266>

Hvorfor er det godt SoMe-indhold?



19//november//2024

Hvilken ét af de her opslag er bedst?

 **Gentofte Kommune**
Offentliggjort af Mads Bergmann
· 9. oktober kl. 14.22 · 🌐

Skulle det have gået din næse forbi, så er Emma Lund ret sej. Det synes vi også her på kommunen, og derfor blev hun forleden hyldet på rådhuset efter en fantastisk medaljehøst i september måned 🏆

Hele fire medaljer hev hun i land til Danmark. Først olympisk bronze i enkeltstart efterfulgt af et olympisk mesterskab i linjeløb 🏆 🏆 Og herefter et verdensmesterskab i linjeløb og en sølvmedalje i enkeltstart 🏆 🥈

Den slags præstationer hænger ikke på træerne 🤩

Send... Se mere



Se indblik og annoncer

Boost opslag

  266

12 kommentarer 4 delinger

 Synes godt om

 Kommenter

 Send

 Del

 **Gentofte Kommune**
Offentliggjort af Mads Bergmann
· 9. oktober kl. 14.22 · 🌐

Forleden var Emma Lund, der netop har vundet en masse medaljer i september måned forbi rådhuset for at blive fejret. Her delte hun et glas champagne med borgmester Michael Fenger, som tog en snak med hende om hendes oplevelser og præstationer.

Hele fire medaljer hev hun i land til DK. Først olympisk bronze i enkeltstart efterfulgt af et olympisk mesterskab i linjeløb. Tillykke skal det lyde fra hele Gentofte Kommune.... Se mere



Se indblik og annoncer

Boost opslag

  266

12 kommentarer 4 delinger

 Synes godt om

 Kommenter

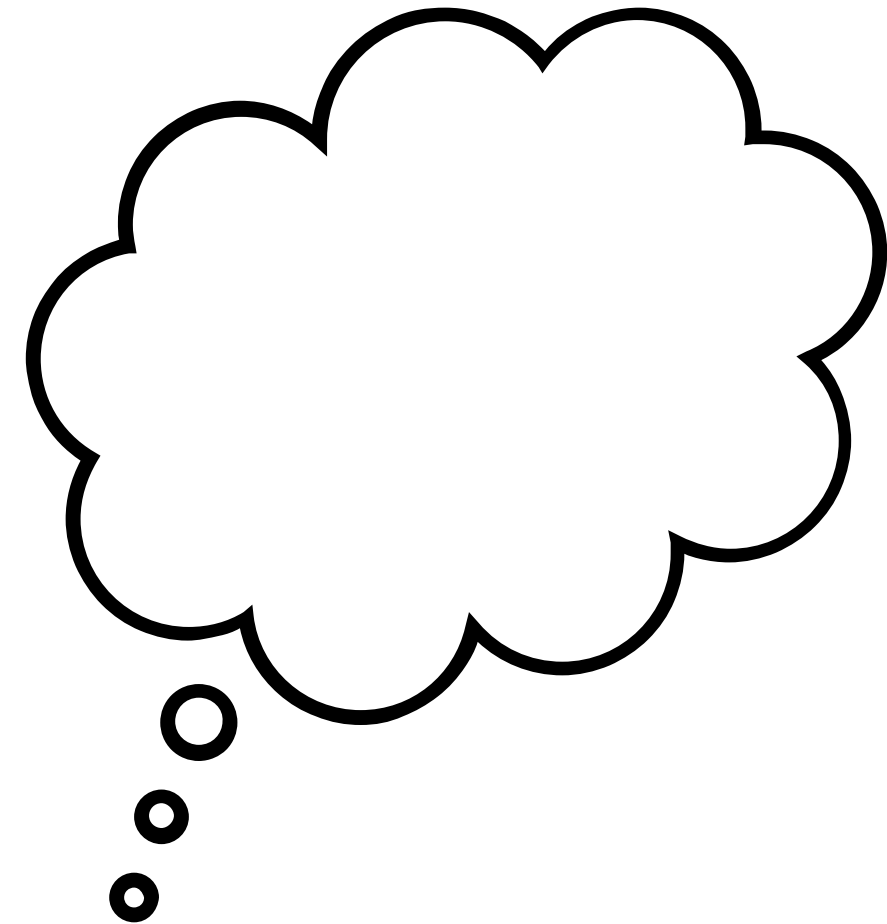
 Send

 Del

Refleksion

Hvad er det sidste SoMe-opslag eller den sidste SoMe-annonce, du kan huske?

Hvorfor var det godt - eller skidt?



Erfaringer med SoMe-annoncer i LOF

Forskellen på organisk og betalt indhold?

Organisk = uden budget (alm. opslag osv. uden boost)

Betalt indhold = med budget (annoncer)

Eksempler på betalte annoncer fra LOF Skive og LOF Kongeaa.




annoncer i LOF Skive

Procedure

- Afklaring af, hvilke kurser der skal markedsføres
- Indsamling af links til de pågældende kurser
- Opsætning af annonce herunder målsætning, budget, periode, målgruppe (interesser, køn, alder mm.), annonceformat (karrusel) og annonce-tekst og annonce-billeder
- Opfølgning på resultater (klik, rækkevidde mm.)

LOF Skive
8. august · 🌐

Få masser af oplevelser, ny viden og fornøjelser med aftenskolen LOF Skive. Følg med når sæsonen starter i august, og tilmeld dig et eller flere af vores mange kurser, foredrag og oplevelser. Mød os i Skive, Spøttrup og Roslev - der er også plads til dig 😊



Sundhed og fedtsyrebalance
Søndag 1. sep kl. 17-19.30 [Tilmeld dig](#)

Babysvømning
Fødselsforberedelse, baby... [Tilmeld dig](#)

Detox
lørdag

📣 Boost dette opslag for at få en rækkevidde på 1456 flere personer, hvis du bruger 180 kr. [Boost opslag](#)

Annoncer i LOF Kongeaa

Procedure

- Afklaring af, hvilke kurser der skal markedsføres
- Indsamling af links til de pågældende kurser
- Opsætning af annonce herunder målsætning, budget, periode, målgruppe (interesser, køn, alder mm.), annonceformat (link-billedannonce) og annonce-tekst og annonce-billede
- Opfølgning på resultater (klik, rækkevidde mm.)



LOF Kongeaa

10. oktober · 🌐



Mød Kim Krohn, vinderen af Alene i vildmarken 2020, når han gæster Magion i starten af december
👉 Her kan du høre Kims underholdende, medrivende og ærlige beretning om hans vilde vildmarkseventyr i de barske norske fjelde lige syd for Polarcirklen. Et eventyr der bl.a. bød på en mistet kæmpeørred, en alvorlig benskade, lejrevakuering, 40 dage med regn, over 100 km fjeldvandring i gummistøvler og meget mere 🌲



[HTTPS://LOF.DK/KONGEAA/KURSER/BILLUND/FOREDRAG-MED...](https://lof.dk/kongeaa/kurser/billund/foredrag-med...)

Foredrag med Kim Krohn, vinderen af Alene i vildmarken 2020

Tirsdag 3.12 kl.19-21, Magion, Grindsted



Tilmeld dig

👍 29

6 kommentarer 2 delinger

Opgave:

Hvad har I i kataloget, som egner sig til SoMe-annoncer?

Vend indsatsen med sidemanden 5 minutter.

Tænk gerne i temaer (børn, familie, outdoor, madlavning osv.) eller årstider/anledninger fx nytår (prøve noget nyt, ændre vaner mm.).

Hvis I har tid, så tænk også over, hvordan annoncen kan se ud (tekst, billede, links mm.)

LOF Kongeå
31. juli · 🌐

Få masser af oplevelser, ny viden og fornøjelser med LOF Kongeå. Følg med når sæsonen starter i august, og tilmeld dig et eller flere af vores mange kurser, foredrag og oplevelser. Vi lancerer løbende nye arrangementer - og der er også plads til dig 😊

Se kurser i Billund Kommune
Oplevelser, ny viden og fo... [Tilmeld dig](#)

Se kurser i Varde
Oplevelser, ny viden og fo... [Tilmeld dig](#)

Se kurser i Varde
Oplevelser, ny viden og fo... [Tilmeld dig](#)

17
1 deling

Følge op og blive klogere

Efter hver indsats, bør du stoppe op og stille dig selv to spørgsmål:
Hvad virkede? Og hvad virkede ikke?

Undersøg årsagerne

- Spørg og lyt til dine kursister og deltagere
- Brug surveys/polls ift. folks ønsker og behov
- Brug Plausible til indsamle data på webtrafik
- Se resultaterne af dine opslag og/eller annoncer fx i [Meta Business Suite Insight](#) (LOF Kongeaa)

Fortsæt med det der virker.

Overvej hvordan du forbedrer det, der ikke gør.

Obs: Er det f.eks. produktet, der er problemet? Eller er det kommunikationen/markedsføringen der skal ses igennem i sømmene.



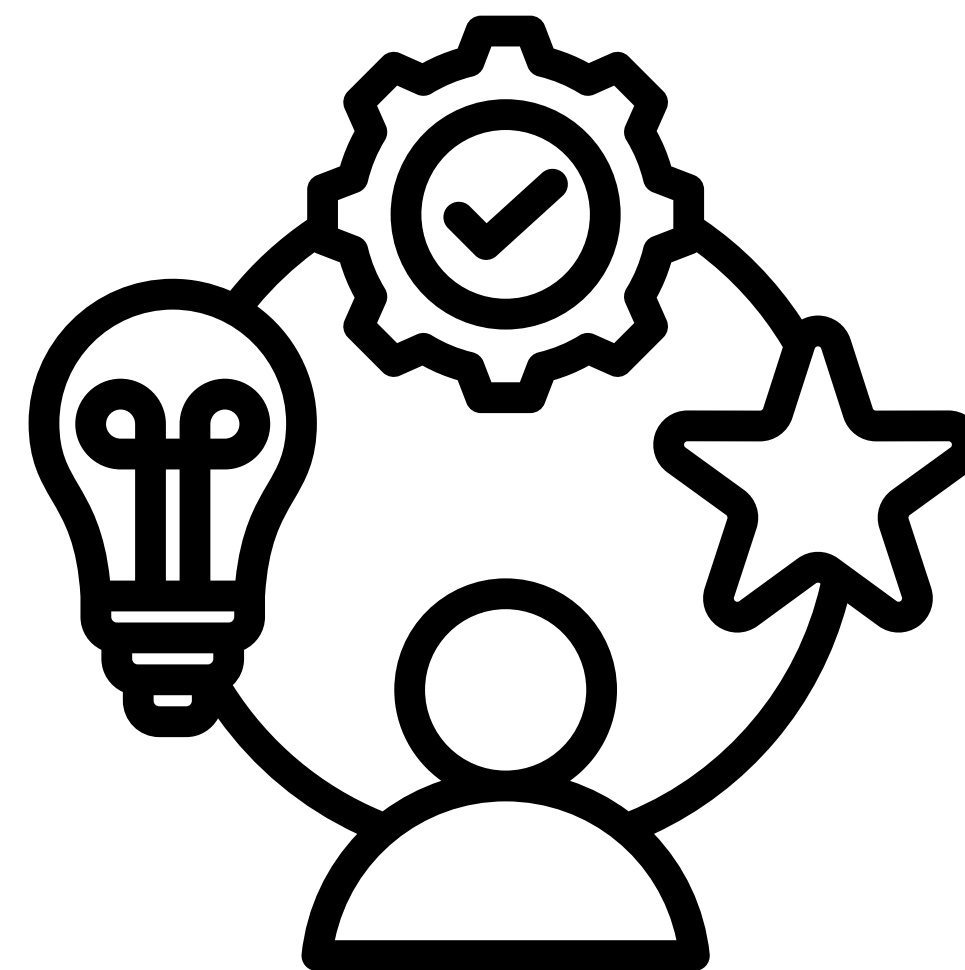
Del dine erfaringer

Gå sammen med én du ikke har talt med før.

Find et sted.

Brug 10 minutter, hvor I deler erfaringer med markedsføring af et eller flere kurser, hvor tingene er henholdsvis lykkedes og *ikke* er lykkedes.

Hjælpe spørgsmål: Hvorfor gik det som det gjorde? Hvad tror du er årsagen? Hvad kan vi gøre næste gang?



Afrunding og spørgsmål

Kontakt

Mads Bergmann

E-mail: madsbergmann@yahoo.dk

Tlf. 40 88 34 07
