



Markedsfør din event på sociale medier

Guide

Denne drejebog tager først og fremmest afsæt i markedsføring på Facebook.

Det er på denne platform, organisationer får størst effekt, og det er her, der er mulighed for at komme i kontakt med flest mulige danskere.

Første skridt er at hverve følgere til din Facebook-side, næste skridt er at få følgerne flyttet ud i det virkelige liv til en event og til sidst motivere dem til at stemme til Europa-Parlamentsvalget i maj 2019.

Guiden er delt op i **6 overskuelige trin**, som hver især indeholder **links** til video-instruktioner og blogindlæg med cases.

God fornøjelse!

1. Sæt dine sociale medier rigtigt op

Din Facebook-side skal sættes rigtigt op, så du kan få maksimal effekt ud af indsatsen. En hurtig måde at gøre det, er ved at klikke på 'Indstillinger for side' øverst i menuen på din side, dernæst ind på 'Rediger side' i menuen til venstre og så vælge skabelonen for 'Nonprofit-organisationer' (...)

→ [Læs hele afsnittet på bit.ly/europaafsnit1](https://bit.ly/europaafsnit1)



Hør mere om, hvordan du kan bruge Twitter på din event på bit.ly/europavideo1



2. Hverv følgere

Det er det lange seje træk, der giver flere følgere til en Facebook-side, og der er med andre ord ingen hurtige genveje, hvis man vil have værdifulde følgere. Nøglen til flere følgere ligger i, hvad du deler på din side. Det er via det indhold, du deler, at brugerne bliver opmærksomme (...)

→ [Læs hele afsnittet på bit.ly/europaafsnit2](https://bit.ly/europaafsnit2)



Hør mere om, hvordan du hverver følgere på bit.ly/europavideo2



3. Skriv, så du flytter noget

Du har brugernes opmærksomhed i et splitsekund ude i nyhedsstrømmen, og det vil sige, at det, du skriver, skal være meget præcist og til at afkode ganske hurtigt. Brugere skal altså i løbet af et øjeblik se, at her er tale om et spændende opslag, som giver brugeren lyst til at stoppe op og læse (...)

→ [Læs hele afsnittet på bit.ly/europaafsnit3](https://bit.ly/europaafsnit3)



Hør mere om, hvordan du bruger følelser på bit.ly/europavideo3



4. Op i gear

Du skal betragte dine følgere som såkaldt kolde leads. Det betyder, at dine følgere som udgangspunkt ikke er lune nok til at konvertere (deltage i en begivenhed), hvis du spørger dem direkte, uden først at give dem muligheden for at engagere sig i din sides indhold. Følgerne skal lunes op (...)

→ [Læs hele afsnittet på bit.ly/europaafsnit4](https://bit.ly/europaafsnit4)



Hør mere om, hvordan du luner følgere op på bit.ly/europaafsnit4



5. Post og annoncer, så følgerne konverterer

Når du i 4-5 opslag har givet dine følgere noget, de kan like, kommentere og dele, så må du forsøge med et mere salgsrettet budskab. Her skal budskabet være knivskarpt og målrettet specifikt til det event, du ønsker tilmeldinger til. Her er fem tips til det målrettede budskab, som (...)

→ [Læs hele afsnittet på bit.ly/europaafsnit5](https://bit.ly/europaafsnit5)



Hør mere om, hvordan du bruger annoncering på bit.ly/europaafsnit5



6. Brug video og billeder til at skabe engagement

Facebook er som platform glad for video, som prioriteres højere i nyhedsfeedet end andre indholdsformater. Det skal jeres organisation lukrere på. Husk derfor at tænke i video før, under og efter begivenheden. Når I laver video, så gem aldrig guldet til sidst. Facebook er som sagt et medie, hvor der (...)

→ [Læs hele afsnittet på bit.ly/europaafsnit6](https://bit.ly/europaafsnit6)



Hør mere om, hvordan du bruger video på bit.ly/europaafsnit6





Europa-Parlamentet har lanceret kampagnen: [denne gang stemmer jeg.eu](https://dennegangstemmerjeg.eu)

Du kan blive en aktiv del af valgkampen frem mod EU-valget i maj 2019 og hjælpe med at overbevise venner og familie om, at det er vigtigt at stemme!



denne gang [stemmer jeg.eu](https://dennegangstemmerjeg.eu)

Guiden er udformet af Europa-Parlamentet i Danmark
i samarbejde med Elberth Kommunikation