



”Öppna verkstäder 2.0”: manual för sociala medier

Syfte

Att sprida information och skapa engagemang i sociala medier ger fler vinningar:

- Sprider innehållet till en plats där publiken garanterat är på.
- Möjlighet till kommunikation som faktiskt kan motivera den yngre målgruppen. På så sätt stärker man bilden av yrket och bidrar till att flera vill utbilda sig inom yrket.
- Ger er möjlighet att själva forma materialet.

Förväntat genomslag

9 av 10 svenskar använder sociala medier någon gång under veckan. Personer födda på 80-talet och senare använder det oftare än så. Sociala medier har helt enkelt blivit en del av svenskarnas liv.

De inlägg som vi tidigare har publicerat i sociala medier från Öppna Verkstäder har alla fått ett bra genomslag på både Instagram och Facebook. Något som vi märker premieras är rörligt material med människor i videon, då detta tenderar att engagera tittaren mer.

Guide för Facebook & Instagram

Före eventet

Innan eventet bör man skapa intresse och engagemang för att skapa en förväntan för dagen.

Tid: 2–3 dagar före eventet

Bild: En inbjudande bild på verksamheten eller någon tidigare aktivitet som genomförts.

Textförslag: ”På [dag för event] öppnar vi vår verkstad för [skolans namn] i [Ort]! Eleverna kommer få testa olika arbetsuppgifter och lära sig mer om motorbranschen.

Följ oss här för att se hur det går!

#ÖppnaVerkstäder #Motorbranschen”



Under eventet

Tidpunkt: Under eller efter besöket

Bild: Fota eller spela in när elever testar olika moment.

Textförslag: "Full fart i verkstaden! Idag har vi haft besök av [Skolans namn] som fått prova på jobbet som mekaniker.

Tack för att ni kom och hoppas vi ses i branschen i framtiden!

#Motorbranschen #ÖppnaVerkstäder"

Efter evenemanget

Tid: Samma dag eller någon dag efter eventet

Bild: En gruppbild eller flera bilder från dagen.

Textförslag: "Tack till alla som deltog i "Öppna verkstäder 2.0"! Det är fantastiskt att få visa upp vårt yrke för nästa generation.

#ÖppnaVerkstäder #Motorbranschen

Tänk på detta:

- Fråga alltid om lov innan ni fotar och eventuellt publicerar något på sociala medier. Alla personer vill inte visas.
- Använd gärna flera plattformar. Exempelvis: Facebook, Instagram och Tiktok
- Använd gärna taggar för att skapa mer genomslag. #Motorbranschen #ÖppnaVerkstäder är exempel på bra taggar.
- Använd gärna emojis för att göra texten mer levande och lättläst.
- Den yngre målgruppen, 00–10-talisterna finns ofta på följande plattformar: Youtube, Snapchat och Tiktok.
- Avsluta gärna med en handlinsuppsmaning, alltså något som du vill att tittaren ska göra efter hen har läst inlägget.