MARKNADSFÖRINGSMANUAL

Unga Forskares föreningar

En guide som hjälper er att välja budskap, kanal och arbetssätt.



DE TRE GRUNDERNA

Syfte

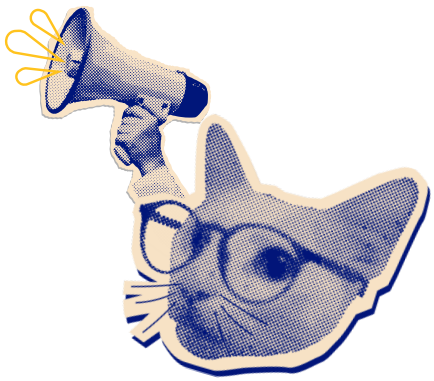
Vad vill vi uppnå med vårt inlägg?

Mottagare

Vem ska se detta och varför?

CTA

Call To Action –
Vad ska personen göra
med informationen?

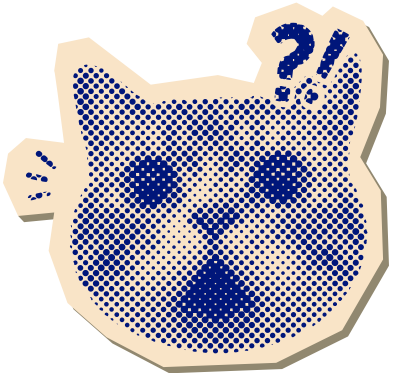


BÖRJA MED SYFTE OCH MOTTAGARE

Varför vill vi publicera det här? Vill vi få in anmälningar till ett event eller vill vi haka på en trend för att få likes? Specificera syftet innan ni går vidare!

FEM FRÅGOR ATT BESVARA INNAN NI BÖRJAR TA FRAM INNEHÅLL

1. Vad vill vi uppnå – fler deltagare, nya medlemmar eller större kännedom?
2. Vem ska se detta?
3. Varför är detta relevant för just den personen?
4. Vilken information behövs för att kunna ta nästa steg?
5. Vad vill vi att personen gör efter att ha läst eller sett innehållet? (CTA)



TIPS!

Var tydliga med varför innehållet är relevant. Anpassa budskapet till mottagaren och avsluta med en enkel CTA.

VANLIGA MÅLGRUPPER

Vilka målgrupper ni vill nå kan skilja sig från förening till förening men här listar vi några av de målgrupper Unga Forskare generellt vill nå:



Unga och potentiella medlemmar

Innehållet bör berätta om er förenings aktiviteter, vilka intressen ni riktar er till och vad personen får ut av att gå med/delta.



Medlemmar & engagerade

Berätta vad som är på gång i föreningen och lyft fram medlemmarna. Det kan vara allt från praktisk information till påminnelser, men även om utmärkelser, avtackning och medlemsträffar.



Skolor, lärare & vårdnadshavare

Lyft fram hur ni utvecklar och stimulerar deltagarnas intressen. Använder ni skolans lokaler? Lyft fram det! Har ni en lärare som är extra engagerad i er förening? Lyft fram hen!

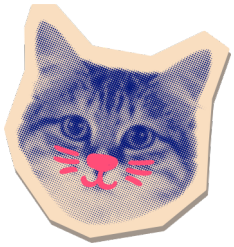


Företag, media och sponsorer

Vad tillför vi? Har vi någon medlem som åstadkommit någonting extraordinärt? Visa upp resultat!

TONALITET OCH VARUMÄRKE

Vilka är vi och hur syns det?



Er förenings kommunikation ska förmedla det **NI** står för, era intressen och vilka ni primärt riktar er till.

GRAFISK IDENTITET

Har ni en grafisk identitet?
Utgå från den i er marknadsföring! Ju mer ni använder er identitet, desto fler kommer att känna igen när ett inlägg kommer från er.

Har ni ingen identitet?
Välj ut ett typsnitt och några färger ni tycker passar er förening. Det finns inget rätt eller fel, utan ta något ni tycker är fint och roligt att jobba med!

Logotyp
Använd logotypen i material såsom affischer, dokument och trycksaker. UNDVIK att använda logotypen i inlägg på sociala medier då algoritmerna prioriterar ner dessa inlägg. Har ni ingen logotyp? Försök ta fram en eller be oss om hjälp!

HUR LÅTER VI?

Ska vi vara peppiga, roliga, sakliga eller neutrala? Den typ av förening vi vill vara ska speglas i hur vi kommunicerar! Vill ni hitta likasinnade medlemmar är det viktigt att förmedla rätt tonalitet i er kommunikation.

VÄLJ RÄTT KANAL



HEMSIDA

För vem?



Vad?

Information om er förening, hur man blir medlem, kommande evenemang, kontaktinfo osv.

Tänk på

Korrekt info, tydliga länkar och minst en kontaktperson. Uppdatera när det behövs!

MAIL & NYHETSBREV

För vem?



Vad?

Nyheter och viktig information som behöver komma fram snabbt till rätt mottagare.

Tänk på

Fånga intresset redan i ämnesraden. Var tydliga och kom snabbt fram till budskapet.

INSTAGRAM & TIKTOK

För vem?



Vad?

Lyft fram människor, aktiviteter, gemenskap, tips, trender och roliga idéer.

Tänk på

Försök använda mycket riktiga foton och filmer från er verksamhet. Våga ha roligt!

LINKEDIN

För vem?



Vad?

Lyft fram samarbeten med andra föreningar, företag, science centers osv.

Tänk på

Sälj in er förening och visa upp prestationer!



Unga och potentiella medlemmar

Medlemmar & engagerade



Skolor, lärare & vårdnadshavare

Företag, media och sponsorer

FRÅN IDÉ TILL PUBLICERING

Fördela ansvar tidigt och skapa en tydlig bild över idé och arbetsprocess. En person kan ha flera roller, men det ska vara tydligt vem som fattar beslut.

IDÉ

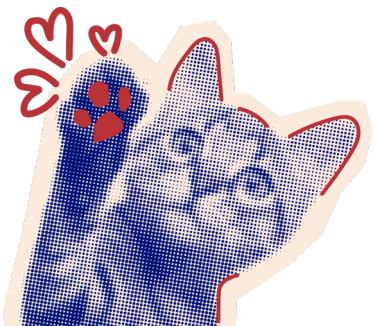
Vad är syftet och har ni en tydlig idé kring innehåll?
Har ni en tydlig idé? Toppen! Då kan ni gå vidare till nästa steg. Har ni ingen tydlig idé? Ta 30 min till att tillsammans spåna fram idéer, eller varför inte scrolla lite för att hämta inspiration från andras innehåll!

MÅLGRUPP OCH KANAL

Vilka målgrupper har ni idag och vilka kanaler använder ni?
Identifiera vilken målgrupp just detta inlägg ska rikta sig till. Gå tillbaka och kolla vilka kanaler den målgruppen befinner sig i för att ta reda på format och innehåll.

SKAPA!

Fota, filma eller designa? Baserat på vilken kanal ni ska publicera i så kan ni nu bestämma er för hur ni ska skapa innehållet! Här kan det också vara bra att se över ansvarsområden – är någon i föreningen intresserad av att fota? Har ni en designer nära till hands?



TIPS

Börja enkelt!
Är ni inte vana att arbeta med kommunikation så håll det enkelt. Börja med max 1-2 kanaler, rikta er framförallt till en målgrupp och försök att få ut i alla fall ett inlägg i veckan.

- **Foto och video är roligare än en designad bild med info.**
- **Utgå från vad ni själva gillar och våga hämta inspiration från andra.**
- **Testa! Våga testa och använd er av vänner för att testa innehållet innan ni publicerar. Förstår de vad ni försöker säga?**
- **Utvärdera! Gick ett inlägg bra men ett annat inte? Vad gjorde ni annorlunda?**

Har ni något ni tror skulle passa i Unga Forskares kanaler? Skriv till vår kommunikatör Tobias. Kom också ihåg att ni alltid kan fråga Tobias om tips och hjälp med kommunikation!

tobias.edlund@ungaforskare.se

LYCKA TILL!

