

Strategi för användning av Facebook inom SPF Seniorerna Skaraborgsdistriktet med föreningar

1. Mål och syfte med Facebook-användning

Syftet med att använda Facebook inom SPF Seniorerna Skaraborgsdistriktet inkl föreningar inom distriktet är följande

- **Kommunikation och information:** Dela information om aktiviteter som genomförs i distrikt och föreningar och tydliggöra de seniorfrågor som drivs
- **Gemenskap:** Skapa ett forum där medlemmar och potentiella medlemmar kan interagera, ställa frågor, dela erfarenheter, och stärka samhörigheten.
- **Marknadsföring:** Locka nya medlemmar och sprida ordet om föreningens syfte och aktiviteter.
- **Engagemang:** Inspirera till diskussioner och socialt engagemang genom att skapa en känsla av delaktighet.

2. Målgrupp

Målgruppen för Facebook –sidorna är dels befintliga medlemmar men i främsta rummet potentiella medlemmar, dvs person som definierar sig som seniorer och som söker en organisation som engagerar sig i samhällsdebatten för seniorfrågor och som erbjuder en gemenskap i närområdet.

3. Innehållsstrategi

Innehållet i respektive förenings Facebook måste vara aktuellt, korrekt och levande dvs sidorna behöver regelbundet uppdateras. Eftersom sidorna även riktar sig till potentiella medlemmar behöver text och bild anpassas till ett "utom-perspektiv" dvs. Utgå från att läsaren inte har stor kännedom om föreningen. Innehållet kan omfatta en eller flera delar av följande.

- **Evenemang:** Skapa Facebook-evenemang för kommande möten, föreläsningar eller sociala aktiviteter. Uppmuntra medlemmar att svara och dela evenemanget.
- **Nyhetsuppdateringar:** Informera om viktiga beslut som fattats av föreningen eller nyheter som kan vara av intresse för medlemmarna.

- **Bilder och videor:** Dela foton från tidigare aktiviteter och träffar, eller korta videoklipp som visar glada och engagerade medlemmar. Detta ger en personlig känsla till sidan.
- **Temainlägg:** Skriv inlägg som inspirerar till diskussion, till exempel ”Vad är ditt bästa seniortips?” eller ”Vilken aktivitet skulle du vilja se i föreningen nästa gång?”
- **Artiklar och resurser:** Dela länkar till artiklar om hälsa, teknik för seniorer, pensionärsrättigheter, eller andra relevanta ämnen.

4. Regelbundenhet och tidpunkt

- Publicera minst 2-3 gånger i månaden för att hålla sidan aktiv.
- Testa vilken tid på dagen som flest medlemmar är aktiva.

5. Engagera medlemmarna

- **Engagera medlemmar** att bidra med inlägg, “likes” och delningar
- **Uppmuntra till kommentarer** och frågor genom att ställa öppna frågor eller ha "frågestunder" där medlemmar kan fråga om föreningen eller dela sina tankar.
- **Frivillighet och delaktighet:** Uppmuntra medlemmar att dela sina egna bilder från föreningens evenemang eller starta diskussioner om ämnen som är viktiga för dem.

6. Moderatörer och administration

- **Utse en eller flera ansvariga** för att hantera sidan, svara på meddelanden och godkänna nya medlemmar i eventuella grupper.
- **Uppföranderegler:** Skapa tydliga regler för diskussioner på sidan för att undvika konflikter eller missförstånd.

7. Annonsering och marknadsföring

- Överväg att använda Facebook-annonser för att nå ut till lokala pensionärer eller anhöriga som kanske vill tipsa sina äldre om föreningen.
- Annonser kan också användas för att marknadsföra särskilda evenemang som till exempel föreläsningar eller resor.
- Om andra typer av medlemsvärvningskampanjer pågår bör en plan för Facebookuppdatering ingå i förberedelser och genomförande av kampanj

8. Utvärdera och justera

- **Statistik:** Använd Facebooks inbyggda statistikverktyg för att se vilken typ av inlägg som får mest interaktion och justera strategin därefter.
- **Feedback:** Be medlemmarna om feedback på hur de tycker att Facebook-sidan fungerar och om de har förslag på förbättringar.

9. Tillgänglighet

- För att säkerställa att alla kan delta, håll instruktioner enkla och tydliga. Använd större textstorlek i inlägg och var försiktig med teknisk jargong.