

Sociala medier strategi

Hyresgästföreningen Region Norrland

Innehåll, sida:

- 3. Inledning.
- 4. Syfte.
- 5. Mål.
- 6. Kanaler.
- 7. Målgrupper.
- 8. Tonalitet.
- 9. Ansvar och roller.
- 10. Riktlinjer/ lagar vi förhåller oss till.
- 11. Radera/ dölja inlägg.
- 12. Vill din förening ha ett sociala medier konto?
- 13. Sociala medier utanför jobbet.
- 14. Uppföljning.



Inledning

Uppdaterad: 2022-02-05.
Skriven av: Mia Dahlström

Sociala medier strategin går i linje med förbundets övergripande riktlinjer och är förankrad med deras sociala medier-ansvariga. Strategin förhåller sig till lagar och riktlinjer som vi måste följa.

Strategin avser kommunikation i samtliga sociala kanaler där Hyresgästföreningen Region Norrland står som avsändare. När vi kommunicerar i våra sociala medier ska vi vara tydliga avsändare, främja dialog och anpassa våra budskap med utgångspunkt i målgruppens behov.

Hyresgästföreningens värdegrund genomsyrar vår närvaro i sociala medier: vi står för alla människors lika värde och rättigheter, vi agerar inte diskriminerande och vi accepterar inte rasism, främlingsfientlighet eller annan kränkande behandling och arbetar aktivt för att ta bort sådana kommentarer.

Vid händelse av kris, förhåller vi oss till riktlinjer som finns angivna i Hyresgästföreningens kris- och incidentplan.

Strategin uppdateras vid behov samt ses över i början på varje kalenderår. Vi utvärderar våra sociala medier 2 gånger per år och lyfter goda exempel.



Syfte: Synliggöra, utbilda, samverka och aktivt föra dialog med våra olika målgrupper.

Synliggöra - vad vi gör och står för, varumärkesbyggande, bli en attraktiv organisation.

Utbilda - påverka beslutsfattare och allmänhet om vikten av allas rätt till en bostad till rimlig kostnad.

Samverka - Få ökat engagemang bland våra målgrupper, tillsammans kan vi göra skillnad, få fler att engagera sig. Bli en bredare samhällsaktör.

Dialog - vi både svarar på frågor och ställer frågor för att få en aktiv dialog med våra följare.



Mål

Övergripande mål: Hyresgästföreningen vill genom sociala medier nå ut till nya och befintliga målgrupper i enlighet med det övergripande målet 51/22

Underliggande mål:

- Öka antalet följare under 2023 med 150 följare i våra respektive kanaler (Facebook och Instagram).
- Öka engagemanget på våra inlägg.
- Annonsering i sociala medier för att nå ut i medieflödet.
- Nå ut till en yngre målgrupp.
- Skapa och publicera lokalt innehåll, göra minst 15 filmer under 2023.
- Dela redaktionellt material från förbundet, Hem & Hyra och övrig media.
- Utvärdera våra sociala medier 2 gånger/år.
- Bygga och arbeta enligt ett digitalt ekosystem, där vi använder respektive kanal strategiskt för att lyfta varandra och föra trafik mellan våra olika kanaler.



Kanaler

Facebook:

- Hyresgästföreningen Norrland – officiella.
- Anslagstavlan HGF Norrland – Information och dialog med förtroendevalda.
- Lokala Hyresgästföreningsgrupper/sidor – en ansvarig ska finnas, vara aktiv annars ej ha.

Instagram

- Hyresgästföreningen Norrland.

Youtube:

- Hyresgästföreningen Norrland.

LinkedIn

- Hyresgästföreningen (förbundets centrala kanal).

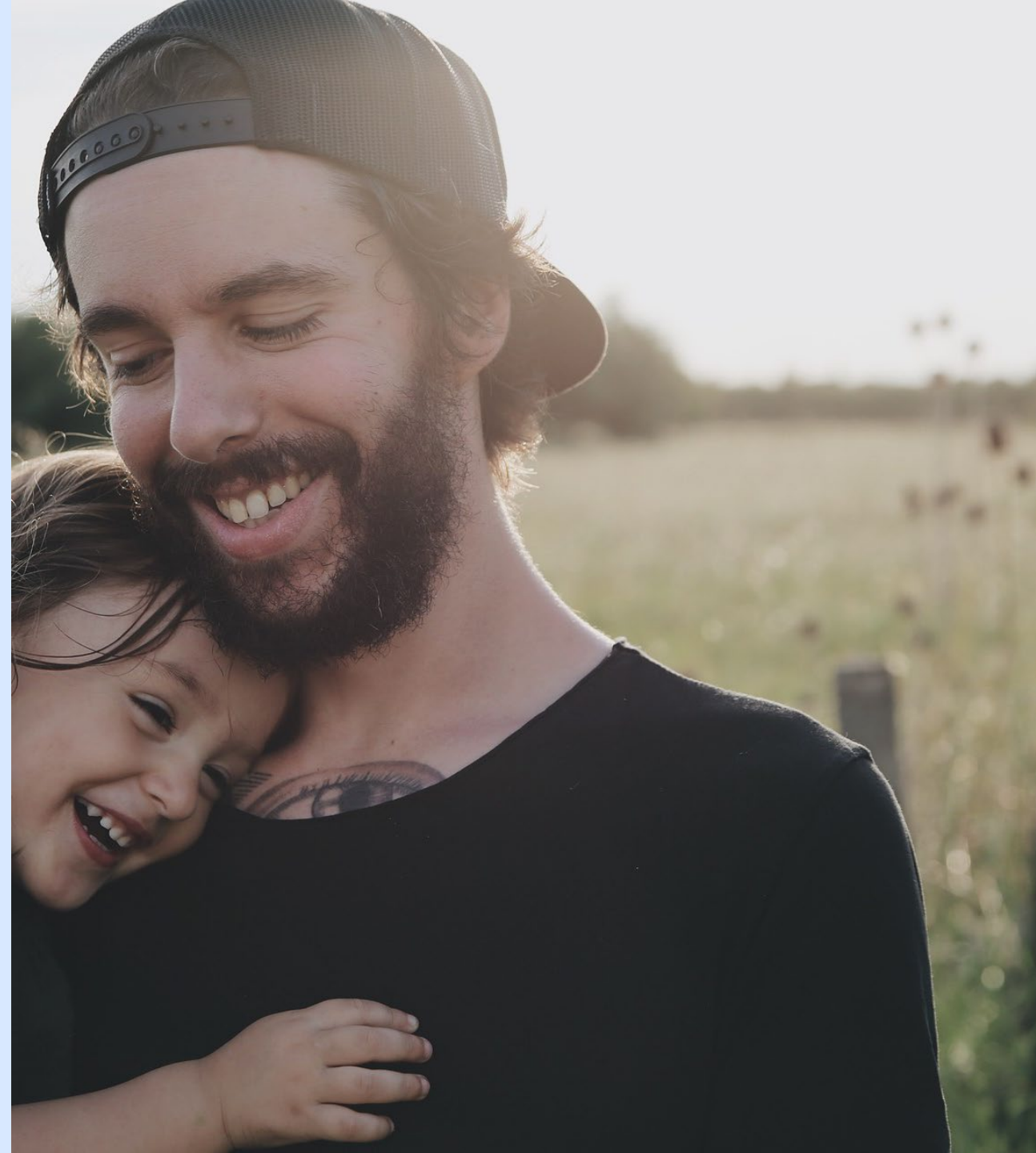


Målgrupper

- Förtroendevalda.
- Hyresgäster icke medlemmar.
- Medlemmar.
- Studenter.
- Medarbetare.
- Media.
- Politiska partier och beslutsfattare.

Huvudmålgrupp (mer information i vår kanalstrategi)

Anki 51 (Facebook).
Jossan 25 (Instagram).
Anders 39 (Youtube).



Tonalitet

- Göra nytta, skapa glöd och bidra till förnyelse.
- Uppmuntra till dialog och delaktighet.
- Uppmuntra till engagemang och pusha för att vi tillsammans kan göra en förändring för hyresgäster i vår region.
- Vi använder personligt tilltal.
- Visar intresse för motpartens synpunkter och visar empati.
- Vi använder klarspråk, undviker fackspråk, svåra ord, förkortningar, alla ska kunna förstå!
- Vara tydliga med att vi är en partipolitisk oberoende medlemsorganisation.
- Att tänka på att vi representerar Hyresgästföreningen, det vill säga att vi kommunicerar föreningens åsikter och inte våra egna.



Ansvar och roller

Allas ansvar:

- Synliggöra vad vi gör i Hyresgästföreningen. Tipsa kommunikationsenheten via kommunikationnorrland@hyresgastforeningen.se
- Publicera inlägg i HGF-anslagstavla på Facebook.

Sociala medier ansvarig:

- Mia Dahlström kommunikationsenheten

Administratörer + redaktörer:

Uppdrag: hantera regionens sociala medier

- Mia Dahlström, kommunikationsenheten
 - Anders Rubensson, kommunikationsenheten
 - Birgitta Gustafsson, kommunikationsenheten
 - Jeanette Fällman, kommunikationsenheten
- Planeras att utbildas fler.



Riktlinjer/lagar vi förhåller oss till

- Hyresgästföreningens Digitala strategi (ej klar i skrivande stund)
- GDPR: [GDPR-handbok för Hyresgästföreningen](#)
- [Grafisk profil.](#)
- [Klarspråk.](#)
- [Hyresgästföreningens värdegrund.](#)
- [Hyresgästföreningens kris- och incidentsplan](#), riktlinjer att förhålla sig i sociala medier vid kris.

Kompletterande arbetsdokument

- Instruktion för redaktörer – så här arbetar Hyresgästföreningen region Norrland med sociala medier (på gång).
- Digital kanalstrategi för vad vi publicerar i våra olika kanaler.



Radera/dölja inlägg

Vi raderar/döljer inlägg/kommentarer som strider mot vår värdegrund så som:

- Förtal eller personangrepp.
- Hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier.
- Olovliga våldsskildringar eller pornografi.
- Uppmaningar till brott.
- Upphovsrättsligt skyddat material.



Vill din förening ha ett sociala medier konto?

Vill din förening eller lokala hyresgästförening (LH) skapa ett eget sociala mediekonto? Kontakta kommunikationnorrand@hyresgastforeningen.se för rådgivning och information om vilka regler och riktlinjer man som förening bör följa.

Tänk gärna igenom innan:

- Vad är syftet med ert sociala medie-konto?
- Vilken nytta skapar din närvaro i sociala medier för dina målgrupper?
- Vem/vilka ansvarar för att publicera inlägg, svara på frågor och vid behov radera kommentarer som strider mot de lagar och regler vi följer?



Sociala medier utanför jobbet

Utgångspunkten är att Hyresgästföreningen Region Norrland ser mycket positivt att anställda och förtroendevalda på olika sätt engagerar sig i sociala medier, både privat och i tjänsten.

Engagemang i sociala medier sprider våra budskap och stärker vårt varumärke. Det stärker också bilden av organisationen som öppen och tillgänglig.

Även om yttrandefrihet och meddelarfrihet alltid gäller är det önskvärt att du skiljer på när du deltar i sociala medier privat eller inom ramen för din anställning/förtroendemannaskap där du följer denna strategi.



Uppföljning

Strategin uppdateras vid behov samt ses över av kommunikationsenheten i början på varje kalenderår.

Vi utvärderar med hjälp av statistikverktyg våra sociala medier två gånger per år och lyfter goda exempel internt.

