

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. Föreningar i sociala medier.
- 13. Sociala medier utanför jobbet.
- 14. Uppföljning.



Inledning

Beslutad av Regionstyrelsen Norrland december 2022

Uppdaterad: 2024-09-20

Skriven av: Mia Dahlström

Sociala medier strategin går i linje med förbundets övergripande riktlinjer. 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.

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 regelbundet vår närvaro i sociala medier.



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 för att uppnå det övergripande målet anges i kommunikationsenhetens målstyrningsdokument.



Kanaler

Facebook:

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

Instagram

- Hyresgästföreningen Norrland.

Youtube:

- Hyresgästföreningen Norrland.

TikTok (annonskonto)

- Hyresgästföreningen Norrland.

LinkedIn

- Hyresgästföreningen (förbundets centrala kanal).



Målgrupper

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

Målgrupp för respektive kanal (mer information i kanalstrategi)

55 plus: Facebook
25 plus: Instagram
35 plus: Youtube
18-24 år: TikTok



Tonalitet

Vår tonalitet handlar om hur vi pratar, skriver eller gör saker. Och i slutändan så är det ju så att alla kommer inte alltid komma ihåg hur bra vi uttryckte oss eller vad vi sa.

Men alla kommer alltid ihåg hur vi fick de att känna sig. Därför är tonaliteten så viktig.

- 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 i regionen:

- Mia Dahlström kommunikationsenheten

Administratörer + redaktörer:

Uppdrag: hantera regionens sociala medier

- Kommunikationsenheten och fyra personer på folkrörelsenheten.



Riktlinjer/lagar vi förhåller oss till

- Hyresgästföreningens Kommunikationsplattform.
- 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 region Norrland

- Instruktion för redaktörer – så här arbetar Hyresgästföreningen region Norrland med sociala medier
- Digital kanalstrategi för vad vi publicerar i våra olika kanaler.
- Annonseringsstrategi för sociala medier.
- Kommunikationsenhetens målstyrningsdokument.



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 kommunikationnorrland@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?



Uppföljning

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

Vi utvärderar regelbundet vår närvaro i sociala medier med hjälp av statistikverktyg.

