LATHUND FÖR SOCIALA MEDIER

BPs gemenskap i sociala medier

Följande hashtags används av samtliga BP-konton på Twitter och Instagram

#IFBP

*För lag i Sanktan*

#Sanktan

#BPUngdom

#BPAkademi

*För representationslag*

#BPDam

#BPHerr

*För lag på resa*

#IFBPOnTour

Följande konton administreras centralt

*Instagram*

@ifbp1942

@bpdam

@bp.herr

@bpungdom

@bpakademi

*Twitter*

@IFBP

Varje lag uppmanas att ha egna konton och då även ha användarnamn som följer samma mall.

Exempel: @IFBPF0510

INLEDNING

Den här lathunden riktar sig till alla som på något sätt är engagerade i IF Brommapojkarna (nedan BP). Vi har idag ca 250 lag i seriespel och ca 700 ledare som jobbar med lagen varje vecka. Förhoppningsvis kan även föräldrar få nytta av lathunden, om inte annat så för att få en förståelse för vad barnen gör med mobilen.

Lathunden kommer att fokusera på hur föreningen och specifika lag kan bygga upp intresset för sin verksamhet - både från de nära lagen (familj, släkt, vänner) till de nya supportrar föreningen fortfarande värvar, varje dag.

*Fotboll handlar om att ha kul och att göra mål.*

Det sa alltid min tränare till oss i laget när jag spelade i BPs P90-13. För det är så det är, mål är vad som avgör matcher och som får våra fotbollshjärtan att dunka lite hårdare, men också finter, vackra passningar, gemenskapen och hur våra spelare utvecklas. Det är framförallt det senare vi vill förmedla i våra sociala medier, men även de stunder som inte alltid är glada. Det är precis lika viktigt att meddela vid förlust som det är vid seger.

Sociala medier är en förlängning av vardagen och en möjlighet att nå ut till familjemedlemmar, till nya och gamla vänner och bekanta samt andra intressenter. Sociala medier är dessutom det idag smidigaste sättet att hålla sina intressen uppdaterade - om det du är intresserad av existerar i sociala medier.

*Viktigaste på alla sociala medier - Var aktiv, tänk efter vad du vill förmedla, planera.*

Tänk på att när vi postar något i dessa kanaler representerar vi både BP som förening samt det egna laget.

Hoppas du får nytta av lathunden

Peter Appelquist, Kommunikationsansvarig BP

**Varför aktivitet i sociala medier?**

Tiderna förändras och sättet vi syns, hörs och får uppmärksamhet på förändras snabbare än någonsin. Kortfattat är sociala medier de egna nyhetskanalerna. Istället för att vänta och hoppas att etablerade mediehus rapporterar om vår fantastiska verksamhet får vi berätta den själva, med allt vad det innebär.

Med en tydlig plan och agenda med sin närvaro i sociala medier har vi som idrottsförening mycket att vinna. Det finns idag ett naturligt intresse för sport, men i vågorna av information är det lätt att just vår match, vår specialträning eller vårt föreningsgemensamma evenemang försvinner ur våra supportrars minne. Därför måste vi vara aktiva, men inte tjatiga, i sociala medier.

Den här lathunden ger både dig som ny på sociala medier en ingång till hur du kommer igång och förhoppningsvis en del tips och tricks, även för den som redan använder dessa verktyg för att få till en strategi som håller i längden och som inte gör att det blir en extra tyngd över ledarens axlar, ledare som redan idag gör ett fantastiskt jobb för att underhålla, utbilda och träna föreningens alla spelare.

**Grundläggande strategi för fotbollslag runt varje match:**

(senast) En vecka innan hemmamatch publiceras event på Facebook

*Två till en dag innan varje match publiceras följande:*

* Inför-text på webben som länkas i samtliga sociala medier
* Filmade intervjuer med tränare plus spelare (minst en, kanske två vid speciella tillfällen)
* Påminnelser om avsparkstid och plats i sociala medier

*Matchdag*

* Påminnelse på morgonen i samtliga sociala medier. Länkar till webb-texten samt filmade intervjuer
* Startelvan ut i samtliga kanaler 60 minuter innan avspark
* Direktrapportering på Twitter samt målrapportering via Insta Stories
* Resultatrapport i samtliga kanaler direkt på slutsignal.
* Matchrapport samt filmade intervjuer publicerade senast tre timmar efter slutsignal.

*Dagen efter*

* Påminnelse om webbtext samt filmade intervjuer i samtliga kanaler
* Påminnelse inför kommande omgång

**De fyra stora idag**

**Facebook** är störst, äger Instagram och vill hela tiden utvecklas gentemot sina konkurrenter för att fortsätta vara störst och öka trafiken på sin app/sida. Facebook sysselsätter, enligt egna siffror, över en miljard människor varje vecka. Ett socialt medie i ständig utveckling och idag vill de helst kalla sig endast för “medie” och jobbar för att Facebook ska kunna vara den enda tjänst du behöver. Vi får se hur de lyckas med det.

**Instagram** startade som en renodlad bildapp där bilder är i fokus. Med tiden har det blivit möjligt att ladda upp video, att chatta via appen samt att koppla ihop sin instagram med andra sociala medier, för att sprida sina “instamoments” med världen.

**Twitter** är en s.k. mikroblogg. Används idag främst av journalister/medialt anställda och politiskt aktiva - men också frekvent kring idrott och på många sätt har twitter blivit en livescore för pågående matcher. Twitter är snabbt, smidigt och utvecklas hela tiden. Från början var det endast text (max 140 tecken för att hålla det kort). Nu kan du lägga till både foto, video och även live-sändningar direkt via Twitters “dotterapp” Periscope.

**Snapchat** är uppstickaren som vuxit extremt fort och som är populärast bland de yngsta användarna. Snapchat är en bildbaserad chatt där bilderna syns i max tio sekunder, sedan försvinner bilderna. Bra för korta meddelanden och populärt som den privata sfären i sociala medier. Funktionen Stories innebär att användaren kan koppla ihop flera snaps (foton) till en historia. Historian kan ses i 24 timmar av mottagarna. Det går att ställa in så att stories bara kan ses av användarens vänner, en speciellt skapad grupp användare eller av alla som har Snapchat. Via Stories är det möjligt att göra “utskick” av information, kanske direkt till spelare eller till hela laget.

**Hemsida och Sociala Medier**

Rätt använt är sociala medier en fantastisk möjlighet att skapa engagemang och intresse i och runt laget. Laget kanske har officiella konton på Twitter och Instagram samt en Facebook-grupp. Dessa sköts och administreras av en grupp föräldrar/ledare som arbetar med dessa konton på uppdrag av laget.

På lagets hemsida ska besökaren kunna hitta allt som den har rättighet att se. Detta är t.ex. historia, lagbilder, nyheter, spelprogram etc. En uppdaterad hemsida ger oss möjlighet att länka en nyhet på våra sociala medier, och därigenom driva trafik till vår hemsida.

På vår hemsida och våra sociala medier postar vi i första hand lagrelaterat innehåll som skickas ut av BPs Sportkontor, lagledning och/eller spelare/föräldrar. Här publicerar vi inte konfidentiell eller intern klubbinformation. Om denna typ av information inte har delats med dig på uppdrag av BP ska den inte delas offentligt i dessa kanaler.

## **Personligt ansvar**

Precis som i det verkliga livet gäller samma regler på nätet liksom i sociala medier. Var och en har ett personligt ansvar för det man skriver och publicerar.

### **Några enkla regler**

* Vi använder de olika kanalerna för att dela med oss av information och berätta om kul saker som du och laget är med om för att skapa intresse runt laget.
* Alltid prata gott om varandra, föreningen, domare och motståndare på och utanför planen.
* Alltid försäkra dig om att närbilder är godkända av de som finns med på bilden.
* Kommentarer baserat på en persons religion, kön, sexuella läggning eller hudfärg är inte tillåtet.

## **Hemsidan**

Lagets hemsida är vår primära informationskanal inom och om laget. På vår hemsida publicerar vi i första hand klubb- och lagrelaterat innehåll som genereras av BP samt vår egen lagledning. Alla våra lags egna hemsidor nås via BPUngdom.se.

*Förslag på innehåll*

* Lag- och klubbrelaterade nyheter
* Information från lagledningen
* Officiell kalenderinformation som t.ex.
	+ träningar - tider och plats
	+ cuper - namn, tider, plats och lagets spelschema, ev. länk till hela spelschemat
	+ matcher - namn, tider och plats
	+ sociala aktiviteter
	+ cup- & matchnotiser

*Riktlinjer för matchnotiser:*

* Vi skriver kort ur ett lagperspektiv
* Vad tyckte tränaren att laget gjorde bra den här matchen/cupen? Någon synlig förbättring av lagprestationen?
* Vi kommenterar inte andra lag/klubbars verksamhet
* Vi publicerar inte information om individuella prestationer vad gäller antal mål, assist och liknande

## **Facebookgrupp**

Med vår Facebookgrupp håller laget kontakten med vänner och bekanta.

Här delar vi med oss av våra aktiviteter i text och bild samt de uppdateringar på vår webbplats och de tweets som vi uppfattar är intressant för vänner och bekanta som t.ex. inledande matchrapporter med hänvisning till Twitter, notiser och bilder från matcher och övriga aktiviteter.

*Förslag på innehåll*

* Lagrelaterade nyheter och information på vår hemsida som anses intressant för vänner och bekanta
* Information om kommande händelser som saknar datum/tid som anses som intressant för vänner och bekanta
* Inledande tweets från Twitter för att uppmärksamma om att något händer just. Denna publiceras på Twitter men kan även delas med Facebook. Resterande tweets under en händelse kan den som är intresserad av sedan läsa på Twitter.
* Matchnotiser på vår webbsida eller unik matchnotis för Facebooksidan
* Information från spelare/föräldrar som bilder, hälsningar, glada kommentarer etc.

## **Twitter**

Twitter är lagets informationskanal för de som följer oss.

Twitter-kanalen är bra för att i text och bild berätta ”det här händer nu”. Twitter är korta meddelanden och här berättar vi vad vi gör när det pågår. Vi kan även använda Twitter som inför-kanal för att berätta om det är något intressant på gång som vi kommer att berätta mer om på vår webbsida och/eller på Facebook.

På Twitter kan vi visa upp en annan sida av verksamheten än det vi lägger upp på Facebook som t.ex. ”bakom kulisser”-bilder/texter om det som sker i samband med träningarna, innan matcherna eller när det händer något extra roligt eller intressant som handlar om laget.

*Förslag på innehåll*

* Lagrelaterade nyheter med länk till hemsidan
* Information om samt skapa intresse för kommande händelser som saknar datum/tid som anses intressant för de som följer oss. Ta med information som svarar på Vad? När? Var?
* Information om vad som händer just nu
	+ Innan, under och efter matcher som t.ex. om vad som händer bakom kulisserna i laget som i omklädningsrummet, på väg till matcher, vad gör vi innan matchen, korta anekdoter om laget och de runt omkring
	+ Resultatrapportering
	+ sociala aktiviteter
* Matchrapporter, denna publiceras på webbsidan och delas med vårt Twitterkonto

## **Instagram**

Instagram är lagets informationskanal för de som följer oss och våra bilder. Vi blandar roliga bilder med bilder från vår verksamhet. Med hjälp av Instagram kan vi bygga upp en bra image av laget för alla våra följare. Vi försöker publicera bilder ofta och svara på kommentarer för att visa att laget är aktivt och bryr sig om sina följare. Huvudsyftet är att visa upp verksamheten och skapa en positiv bild av laget.

Instagram handlar om bilder, bilder och bilder! Instagram är särskilt bra för att

* Inspirera snabbt och lätt – en bild säger mer än tusen ord.
* Skapa engagemang och tillhörighet.
* Visa sådant som är bildmässigt, och inte gör sig lika bra i text.
* Sprida bilder i flera kanaler.
* Nå nya och oväntade följare och målgrupper.

*Förslag på innehåll*

* Lagrelaterade nyheter med hänvisning till hemsidan via länk i Bio
* Information om samt skapa intresse för kommande händelser. Ta med information som svarar på Vad? När? Var?
	+ Information om vad som händer just nu
	+ Innan, under och efter matcher som t.ex. om vad som händer bakom kulisserna i laget som i omklädningsrummet, på väg till matcher, vad gör vi innan matchen, korta anekdoter om laget och de runt omkring
* sociala aktiviteter

# **Förslag på innehållsflöden**

* Intern laginformation om ändrade träningar, möten och liknande
	+ Publicera på hemsida
	+ Information om laget som även är av intresse för våra vänner och/eller de som följer laget
		- Publicera på hemsida → Dela nyheten med Facebook, Instagram och Twitter

**Skapa intresse inför en aktivitet/match. Vad? Var? När?**

* + Förslag på flöden beroende på grad av intresse:
	+ Publicera på hemsida → Dela nyheten med Facebook, Instagram och Twitter
	+ Publicera inlägget enbart på Facebook, Instagram och Twitter

**Löpande resultatrapportering från matcher**

Publicera på Twitter, gärna med en beskrivande bild i första tweeten.

**Match-/aktivitetsrapport**

Text + bild/video: Publicera på hemsida → Dela nyheten med Facebook, Instagram och Twitter

**Enstaka ögonblicksbilder/bakom kulisserna från aktiviteter**

Publicera ett inlägg på Twitter → Dela därefter denna tweet med Facebook och med Facebook-gruppen

Publicera ett inlägg på Facebook → Dela med Facebook-gruppen och på Twitter

Publicera ett inlägg på Instagram

**Bilder från matcher/aktiviteter**

Dela på Facebook och Instagram

**Video från matcher/aktiviteter**

När det pågår:

Publicera på Youtube → Dela på Twitter

Efter aktiviteten:

Publicera på Youtube → Länka video i notis på hemsida → Dela med Facebook resp. Twitter

Publicera på Youtube → Länka video i notis på Facebook → Dela med hemsida resp. Twitter

# **Om korspubliceringar**

Vi kan tipsa om en effektiv tjänst som heter IFTTT, If This Then That,<https://ifttt.com/>. Du kan låta något hända automatiskt när något annat sker. Ett exempel kan vara att när du postar ett inlägg på Instagram så postas det automatiskt en tweet på Twitter. Det kommer stadigt nya recept som du kan använda vid olika tillfällen.

Skapa konton och börja testa!