



2014-02-06

RIKTLINJER FÖR SOCIALA MEDIER FÖR DANSPORTKLUBBEN SPIORNA

## Hur vi kan använda sociala medier

### Vad är sociala medier?

Sociala medier är kanaler där användare själva kan skapa innehållet, kommentera och diskutera med varandra. Det omfattar inte bara texter utan även möjligheten att dela med sig av bilder, filmer och ljud. Idag använder många föreningar sociala medier för att kommunicera med sina målgrupper, eftersom det är ett snabbt och enkelt sätt att nå fram och skapa en dialog.

### Varför behöver vi riktlinjer för sociala medier?

Att erbjuda möjligheten att hålla kontakt med medlemmarna via sociala medier skapar förväntningar. Det förväntas att hemsidan innehåller uppdaterad information och att frågor som ställs via sociala medier besvaras inom rimlig tid. Det i sin tur leder till praktiska frågor om vem som gör vad och hur vår närvaro i sociala medier ska se ut. Ett medvetet arbete med sociala medier kan bidra till att bygga ett starkt varumärke medan det omvända kan få motsatt effekt. Riktlinjerna är ett stöd för föreningen att arbeta med sociala medier på ett bra sätt.

### De sociala medier som riktlinjerna handlar om

Riktlinjerna för sociala medier omfattar webbplatsen [www.spirorna.se](http://www.spirorna.se), samt Danssportklubben Spirornas officiella konton på Facebook, [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Ett årsmötesbeslut från 2012 (som finns bifogat sist i detta dokument) reglerar användandet av Facebook, som är en del av de sociala medier som finns.

### Vad du själv kan göra

#### Håll koll på vad som sägs

De sociala medierna är ett relativt enkelt och billigt sätt att arbeta med omvärldsbevakning. Att ägna en liten stund varje dag till att följa inlägg på både Facebook och Twitter kan ge en uppfattning om vad som pratas om just nu.

#### Berätta om det du är med om

Ju fler som berättar om vad som händer inom föreningen desto bättre. Idag är det många som twittrar eller facebookar om det som de just nu är med om. Via mobilen är det relativt enkelt att dela med sig av sina tankar samtidigt som du är med på ett arrangemang.

#### Agera och reagera

Eftersom innehållet i de sociala medierna skapas av oss användare kan du själv vara med och både agera och reagera. Agera genom att berätta om det du arbetar med och visa att du gärna delar med dig. Reagera genom att svara på andras inlägg och visa att du är intresserad av kontakt.



2014-02-06

## **Tipsa och dela**

När du läser något intressant på Twitter eller Facebook är det troligt att andra du känner är intresserade av samma sak. Med bara ett par klick är det enkelt att dela och sprida information vidare. Inlägg som delas vidare av många fortsätter ofta att delas vidare av fler.

## **Gilla och gillas**

På Facebook finns funktionen Gilla som gör det enkelt att gilla ett inlägg som någon annan skrivit. Att ”gilla” ett inlägg är ett bra sätt att visa sitt stöd för det som står. Att själv ”gilla” mycket ger ofta gillanden tillbaka från andra. De inlägg som gillas av många fortsätter ofta att gillas av fler.

## **Följa och följas**

På Twitter finns möjligheten att ”följa” andra twittrare och är ett sätt att kunna följa vad de skriver. Att ”följa” en twittrare är ett sätt att visa sitt intresse för vad twittraren skriver. På Twitter är det vanligt att den du väljer att följa, följer dig tillbaka. Vill du få många som följer dig bör du därför börja med att följa andra.

## **Samordning och administration**

### **Vem får administrera föreningens officiella kanaler?**

Behörigheten att administrera föreningens officiella sociala medier är främst tilldelad styrelsemedlemmar, tränare och aktivitetsansvariga i föreningen. Dock kan du som är intresserad och vill vara med och ta ett övergripande ansvar för administrationen, kontakta styrelsen som sedan beslutar om behörighet.

### **Att tänka på när du skriver i de officiella kanalerna**

Språket bör vara enkelt och kortfattat. Dialog bör präglas av ärlighet och ansvarstagande. Skapa förtroende genom att bara lova det du kan hålla. Oavsett om du möter positiva eller negativa kommentarer om rörelsen ska de tas emot med respekt. Om du svarar på frågor i föreningens namn ska det ändå framgå att det är just du som person som svarar. Det blir då lättare att följa upp samtalet i efterhand. Innan du svarar ska du känna att du är påläst. I annat fall ska du hänvisa till någon annan.

### **Hur du bör använda bilder och filmer**

Använd gärna bilder och filmer för att förstärka det som du skriver eftersom det lättare skapar uppmärksamhet i de sociala medierna. Tänk på att endast använda bilder och filmer som du får använda, helst sådana du tagit själv. Sträva efter att endast använda bilder och filmer av så bra kvalitet som möjligt. Om möjligt bör du kontrollera med de som är med på bilderna att det är okej att publicera dem. Innan du fotograferar i kurslokalen så skall kursledare (ansvarig) tillfrågas som sedan i sin tur tillfrågar deltagarna för godkännande.

### **Hur ofta och när bör vi skriva?**

Det är viktigare att vi har ett jämnt flöde i vår kommunikation än att vi gör det stötvis med långa mellanrum. De sociala medierna ger möjlighet att vara närvarande i människors vardag. Vi kan förstärka känslan av föreningens närvaro genom att varje dag eller åtminstone några gånger i veckan ta initiativet till kommunikation.



2014-02-06

### **Redigering**

Föreningen förbehåller rätten att ta bort olämpliga kommentarer på föreningens sociala medier. Styrelsen är ansvarig att detta sköts. Samt att jämte utsedda administratörer ska även ordförande ha möjlighet att utföra dessa åtgärder.

### **Styrelsens tolkning av årsmötesbesluten från 2011 och 2012.**

All information skall läggas ut på hemsidan. På sociala medier så informeras om det som finns på hemsidan genom att lägga ut en länk.

Bildserier läggs ut på hemsidan och ej på sociala medier.

Enskilda styrelsemedlemmar och tränare får lägga ut egna bilder (max 3) på sociala medier vid aktiviteter som redan finns annonserade på hemsidan.

Styrelsemedlemmar, tränare och aktivitetsansvariga får göra reklam för föreningens aktiviteter på sociala medier och undertecknas av den som lägger ut texten. Uppföljning av hur aktiviteten genomfördes får också publiceras för att öka intresset för dansen.

### **Marknadsföring på sociala medier.**

Det är viktigt att vi använder sociala medier för att marknadsföra våra kurser och andra aktiviteter.

Styrelsen

---

### **Motion 2011**

Nu är det hög tid för Spirorna att börja använda Facebook ..... Jag vill poängtera att Facebook ska användas som ett komplement till vår hemsida. Vår primära nyhetskanal ska fortfarande vara [www.spiroma.se](http://www.spiroma.se). Inga exklusiva nyheter ska stå på Facebook.

### **Årsmötesprotokoll 2011 §12**

..... Årsmötet godkänner motionen och överlåter till den nya styrelsen att bestämma formen hur sidan ska se ut.

---

### **Motion 2012**

Alla bilder ska finnas på Spirornas hemsida. Några bilder från varje tillfälle kan finnas på Facebook med hänvisning att det finns fler bilder på vår hemsida. Då säkrar vi också att bilderna finns kvar i klubbens ägo. Vad vet vi om Facebook i framtiden?

### **Årsmötesprotokoll 2012 §12**

..... Mötet beslutar att bifalla motionen. Det kommer ett tilläggsyrkande också om att den som skriver även anger sitt namn. Tilläggsyrkandet bifalls också.