

Ishøj Havn - Facebook

Opfordring til principbeslutning vedrørende brug eller ikke brug af Facebook.

Såfremt vi ønsker at have en FB-side, bør der nedsættes et udvalg der ser på retningslinjer og strategi. Alternativt bør vi overveje at slette vores eksisterende FB-side.

Ishøj Havn har en officiel facebookside:

https://www.facebook.com/IshoejHavn?locale=da_DK

Administratorer:

Fuld administrator: Ishøj Havn havnekontor.

Administrator: Preben Bjørn.

Havnekontoret har ikke et eget ønske om at bruge havnens FB-side i sin kommunikationsstrategi. Derfor er det vigtig for bestyrelsen at tage stilling til, om Ishøj Havn overhoved skal have en FB-side og i givet fald, hvordan skal den bruges.

Ser vi blandt lystbådehavne generelt, er der stor forskel på om man overhoved har en side, flere er registret med en uofficiel side, som ikke drives af havnen selv, mens andre derimod aktivt bruger deres FB-side som markedsføring, information m.m.

https://www.facebook.com/Vallensbaekhavn?locale=da_DK

https://www.facebook.com/koegemarina?locale=da_DK

Hvis vi ønsker en FB-side, bør vi udarbejde en strategi for brug af FB / sociale medier.

I øjeblikket er vores seneste opslag fra 2023, hvorved vores FB-side i princippet er uinteressant og ligegyldig. Derfor bør vi nok overveje helt at lukke den.

Modsat, hvis vi ønsker at være på Facebook / sociale medier, bør vi etablere en strategi for vores tilstedeværelse på de mulige platforme.

Ønsker vi at være på sociale medier, er der en række ting, vi bør overveje, inden vi går i gang.

1) Kend din målgruppe

Hvor bor vores kunder? Hvilke sociale medier bruger de? Hvor leder de efter information om vores havn? Bruger de overhoved Facebook, eller går de andre steder hen. Når vi har fundet ud af det, ved vi, hvilke socialt medier vi skal bruge for at skabe opmærksomhed om os.

2) Lav en plan

Hvad er formålet med vores tilstedeværelse på de sociale medier? Er det øget salg, større kendskab til virksomheden eller mere nærværende kundeservice og kundekontakt? Hvor ofte skal der et nyt opslag op? Det er nogle af de spørgsmål, vi skal stille os selv. Der er meget rift om opmærksomheden på de

sociale medier, så vi skal huske regelmæssigt at lægge nyt indhold op, og besvar kundernes spørgsmål. Vi bør udvælge bestemte personer i virksomheden til at være ansvarlig for virksomhedens profiler på de sociale medier

3) Skab værdi for kunderne

Hvilken værdi får kunderne ud af at 'følge' vores virksomhed på de sociale medier? er det en bedre kundeservice? Eller? Vi skal sørge for, at indholdet ikke er en nøjagtig kopi af havnens hjemmeside – kunderne kan godt selv finde generel viden om os på din hjemmeside.

4) Besvar kritiske kommentarer

Der skal laves en plan for, hvordan vi håndterer kritik. Man kommer langt med at besvare kritiske kommentarer imødekommende og personligt, men det kan også være nødvendigt at blokere kommentarer, hvis de er for grove. Vi bør sørge for, at alle, der er involveret i de sociale medier i virksomheden, kender planen.

5) Overvåg omtale af din virksomhed

Hvad siger brugerne om vores virksomhed? Det er en brugbar viden til at finde frem til kernekunderne, og lære dem at kende. Overvåg, hvad de skriver om os. Det vil hjælpe os til at fokusere og skabe indhold, der er relevante for brugerne. vi kan gratis overvåge vores virksomhedsnavn via Google Alerts.

6) Brug statistik

Hold øje med, hvilken type indhold der virker, og hvad der ikke gør.

Regler for virksomheden på de sociale medier

Er der mange, der er involveret i at udvikle indhold til de sociale medier og besvare kommentarer, så er det en god idé at udarbejde et sæt regler. Reglerne bør udarbejdes i overensstemmelse med virksomhedens øvrige strategier, politikker og retningslinjer. Husk at inddrage medarbejderne i udarbejdelsen af reglerne for brugen af sociale medier – især dem, der er involveret i at drive profilerne.