



BIRDS WILL SING FOR YOU

SOCIALA MEDIER FÖR ARRANGÖRER

Hur förbättrar du dina chanser att nå genom bruset?

Vad ska vi prata om idag?

Introduktion

- Perspektiv
- Behov?

Sociala medier:

- Grundplanen: Hur planerar du din kommunikation?
- Materialet bakom: Text och bild. Hur får vi fram bra material?
 - Vilka sociala medier använder vi?
- Bra och mindre bra innehåll på sociala medier – handfasta tips.
- Hur ökar du intresset för ditt projekt på sociala medier långsiktigt?
 - Förändringar och trender att beakta i sociala medier 2020

Andra webbtjänster:

- Andra webbtjänster för arrangörer. Vad är bra?



Vårt perspektiv:

Enskild/oberoende arrangör

Alla typer av presentationer: Media/Samarbeten/Publik

Långsiktighet.

Tidsbesparare.

Låg budget.

Idéer och Struktur – inga färdiga mallar.

Inspiration.



Grundplanen: KOMMUNIKATION

- Arbetscykeln i musikvärlden år 2020? Skillnader/Likheter.
 - När och var hittar vi vår information 2020?
- Skapa anledningar att kommunicera. "Hack"-planera upp ditt år!
 - Programsläpp vs Konsertsläpp?
 - En nyhet = en postning/ett utskick/en kontakt.
- Följ artistens cykel när – använd artistens övriga verksamhet i din.
 - Vänta inte på nyheter – Skapa nyheter!



Grundmaterial: TEXT

- Lagg mycket tid på presentation. En ”bra” historia!
 - Vad är en ”bra” historia? ”Tre-frågor-regeln”.
- Vinklar – finns det mer än ett sätt att presentera ditt projekt?
 - Mindre Wikipedia och förstärkande adjektiv. Mer specifik.
 - Användandet av referenser och ankare?
 - Copy/Paste-vänligt material för allt som händer online.
- Koncept-tänk – paketeringen av innehållet, helhet, allt viktigare aspekt.



Grundmaterial: BILD

- Vad är en bra pressbild i din kommunikation?
Genre? Känsla? Mottagare? Egensinnig/Standardiserad?
- Ha varierande bildmaterial, byt ut ofta. Varför och hur mycket?
 - Alla behöver bra bilder – inte bara frontfigurer.
- Format-kontroll: Stående och liggande + för sociala medier + rörligt.
- Logotyper / Grafiska teman – Lagg tid på artwork, ökar spridning.
 - Vad kan ni kräva av artist/bokningsbolag/label i materialväg?
 - Vad kan artist/bokningsbolag/label kräva av er i materialväg?



Grundplanen: INNEHÅLL

Premisser:

- Följande är frivilligt och intressestyrt – och därmed skört!
- Innehåll och röd tråd i många fall viktigare än räckvidd.
- Du skapar själv bilden av dig själv som arrangör/projekt.
- Möjligheten att styra din egen kvalitet utåt i sociala medier.

Kontrollfrågor som arrangör/projekt:

1. Skulle jag vilja veta det här?
2. Lyfter det här bilden av vårt projekt / arrangemang?
- (3. Är bekräftelsebehovet under kontroll?)



Grundplanen: VILKA TJÄNSTER?

- Var finns er publik och var kan ni hitta en ny publik?
- Långsiktigheten. Vart rör sig publiken om några år?
 - Se till att finnas där flest människor finns.
- Lämna sociala nätverk som sjunker i tid. Tidstjuvar!
- Använd en vanlig www som uppsamlingsplats. Varför?

Facebook? / Instagram? / YouTube? / Twitter? / TikTok?



Praktiskt: BRA INNEHÅLL!

- Material från utomstående part – länka det som skrivs som har koppling.
Exempel: lokalpressintervju, recension, media om artisten, ny musik
 - Bilder – speciellt i realtid. Vikten av dokumentation.
Exempel: pressbild inför, bild från soundcheck, bild från gig, mingelbilder.
- Rörligt innehåll – varierande kvalitet – men optimerat för resp. tjänst.
Exempel: musikvideo, hälsningsvideo, livestream, livevideo.



Praktiskt: BRA INNEHÅLL!

- Horisontell kommunikation – var din egen redaktör! När din publik.
Exempel: Spotifylistor, krönikor, musiktips, arrangemangstips.
- Frågor – varför så viktigt? Sammanhang + mätinstrument + känslan.
Exempel: feedback-frågor, önskeartister, tävlingar, svara alltid på alla frågor..
 - Exklusivitet – på alla stadier. Dina följare vet allt först.
Exempel: early bird, Q&A med artist ledtrådar enbart på sociala medier.
 - Påminnelse-postning – hålla igång t ex Facebook-event.
Exempel: Posta musik och media i eventet.



Praktiskt: BRA INNEHÅLL!

- Ledord: *engagemang, intresse, vägledning, sammanhang*
 - Tanke: *röd tråd och algoritm-vänligt.*
- Kontinuitet: *vikten av att hålla igång, frekvens.*



Praktiskt: MINDRE BRA INNEHÅLL!

- Låtsas inte – var saklig men positiv!
- Känsla av reklam – Vill vill identifiera oss, inte vara primärt kund.
 - Köp! Köp! Köp! Vill jag köpa så vet jag troligen var.
- Dubbelposter – 100 likadana uppdateringar om nästa spelning.
- Allt material som inte gått igenom de tre kontrollfrågorna!
 - Allt slarvigt material – dvs slentrianpostningar!



Praktiska förändringar inom sociala medier 2020

Facebook

- Facebook dör inte, men det förändras – mer informationskälla/kalender.
 - Allt högre ålder på användarna. Generationsgap.
 - ”Organic reach” i princip borta om inlägg inte är naturligt virala.
 - Premierar sin egen videotjänst. Rörligt, rörligt, rörligt. Förhåll er!
 - Livesändningar (schemalagda?) – Enkelt och effektivt.
- Advertising-verktyget allt mer exakt och effektivt att använda i många fall.
 - Allt fler ”call-to-action”-möjligheter – bra för biljettsälj osv.



Praktiska förändringar inom sociala medier 2020

Instagram

- Användandet starkt uppåt – alla ålderskategorier.
 - Längre videos upp till 60 sek.
- Instagram Stories – kanske det mest populära verktyget just nu.
 - ”Highlights”-funktionen. Bra verktyg!
- Svårare att använda generiska # för att växa i ditt specifika område.

Andra sociala medier-tjänster inom musikmarknadsföring

Tik Tok

Twitter



Kompletterande webbtjänster!

Songkick

Turnédatum automatiserat till många digitala tjänster.

Canva

Bra app för att göra banners, profilbilder osv i rätt storlek.

Later

Schemalägg inlägg.

Mailchimp och liknande mailtjänster

Samla upp mailadresser. Nyhetsbrev!



Avslutningsvis: Har du tid?

- Handlar om förhållningsätt och planering i symbios.
 - Enkelhet och struktur i genomförande!
- Aktivt förändra sättet du hanterar din kommunikation.





BIRDS WILL SING FOR YOU

WWW.BIRDSWILLSINGFORYOU.COM

Följ oss:

Facebook: [birdswillsingforyou](#)

Instagram: [birdswillsingforyou_hq](#)