

**DAC&
LIFE
BUILD
CITIES**

DANSK
ARKITEKTUR
CENTER

DANSK ARKITEKTUR CENTER PÅ SOCIALE MEDIER - erfaringer, overvejelser og gode råd

Byens Netværk, 21. oktober 2013

SIDSEL HARTLEV, projektleder og webredaktør

KATJA PRYDS BECK, kommunikationsrådgiver

Social Media Landscape



<http://theperfectspacenc.com/about-the-team-the-perfect-space/diego-munoz/>

THE CMO'S GUIDE TO: THE SOCIAL LANDSCAPE

2010 IS THE YEAR CMOs WILL HEAVILY INVEST IN SOCIAL MEDIA. HERE'S A GUIDE TO HELP YOU UNDERSTAND HOW BEST TO LEVERAGE MAJOR SOCIAL MEDIA SITES.

GOOD!

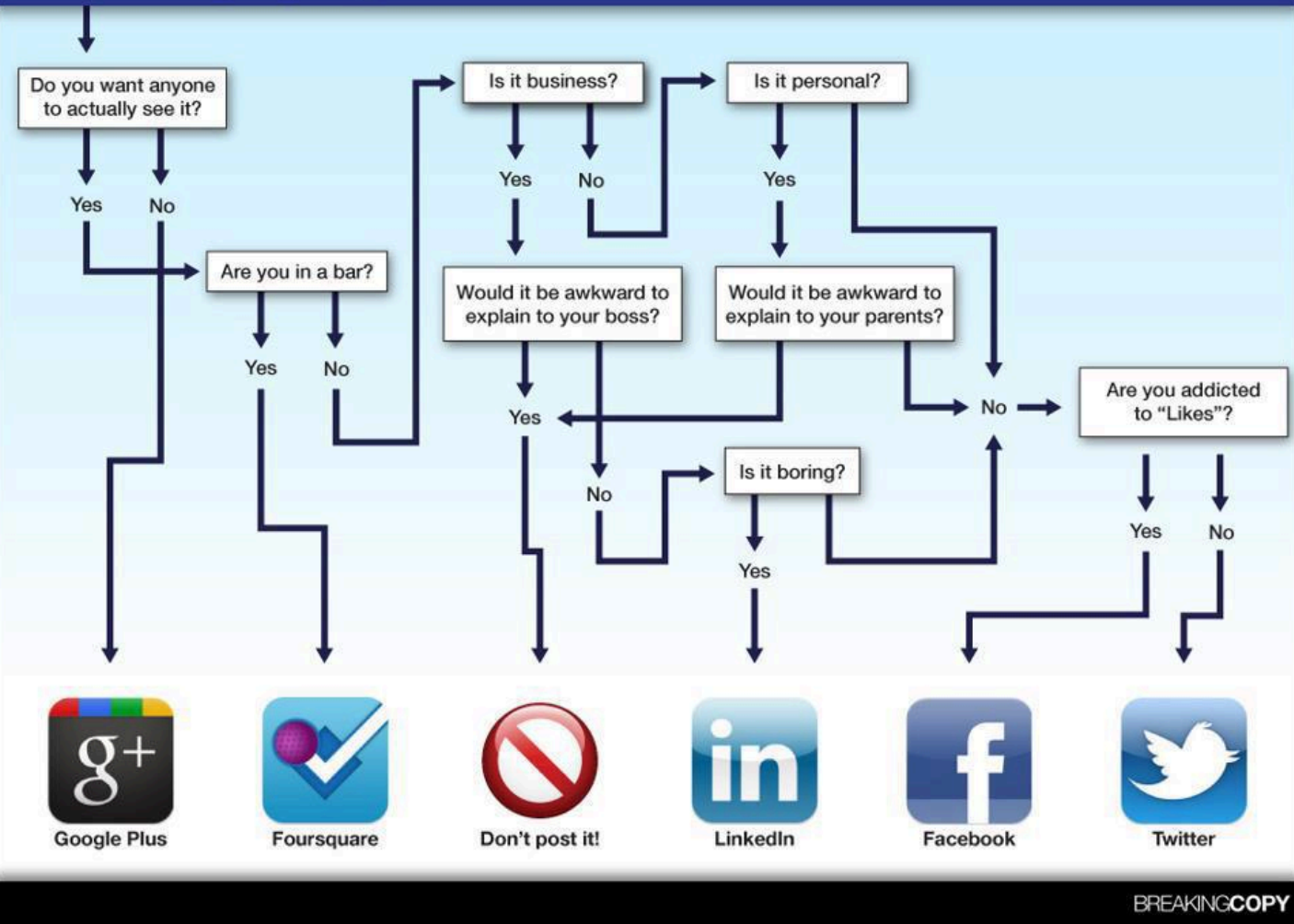
OK.

BAD!

WEBSITE	CUSTOMER COMMUNICATION	BRAND EXPOSURE	TRAFFIC TO YOUR SITE	SEO
 A microblogging site that enables users to send 'tweets', or messages of 140 characters or less	Use keyword search monitoring through a program such as Hootsuite, Twtjump or Radian 6 to track what people are saying about you and your competitors.	Offers unique opportunities for Web site integration and to engage with customers in a viral way, helping your company stand out from the masses.	Potential can be large, but promotion is an art form -- promote your brand too heavily and turn off followers, yet don't promote enough and receive little attention.	Value to your site's SEO is limited, but tweets will rank high in search results -- good for ranking your profile name and breaking news, though shortened URLs are of little benefit.
 A social networking site where users can add friend, send messages and build their own profile	Great for engaging people who like your brand, want to share their opinions, and participate in giveaways and contests.	Facebook brand pages are great for brand exposure. Jump-start your brand exposure through the ad platform, or hire a Facebook consultant to help you grow your brand presence.	Traffic is decent and on the rise thanks to share buttons and counters, but don't expect massive numbers of unique visitors to go to your site.	Little to no value, aside from blogs picking up and featuring your posted links. Not worth the time expenditure.
 An image and video hosting website where community members can share and comment on media	Unnecessary to spend too much time on this, though properly tagged photosets of company events can help customers put a face on the team behind your brand.	Participation in industry-related groups might get your photos, and thus your brand, viewed by people with similar interests, but numbers will be small.	Even if you get tens of thousands of visits to a photo hyperlinked with your URL, click-through rates are among the lowest around.	Heavily indexed in search engines, passing links and page ranks. Also helps images rank higher in Google Images and in building inbound links.
 A social networking site for business professionals	Not the primary focus, but customer engagement opportunities are possible by answering industry-related questions, establishing yourself as an expert in the field.	Effective for personal branding and demonstrating your organization's professional prowess. Encouraging employees to maintain complete profiles to strengthen your team's reputation is advisable.	Unlikely to drive any significant traffic to your site, though you never know who those few visits might be from -- perhaps a potential client or customer.	Very high page rank -- almost guaranteed on the first page of search results -- especially for your company name or individual employees' names, but that's about it.
 A video sharing website where users can share and upload new videos	Whether you seek to entertain, inform, or both, video is a powerful channel for quickly engaging your customers, responding to complaints, and demonstrating your social-media savvy.	One of the most powerful branding tools on the Web when you build your channel, promote via high-traffic sites, and brand your videos.	Traffic goes to the videos. If the goal is to get traffic back to your site, then add a hyperlink in the video description, but don't expect traffic to correlate closely with video views.	Very good for building links back to your site because videos rank high. Also a tried-and-true way for your brand to gain exposure.

Kilde: <http://www.cmo.com/articles/2010/2/10/the-cmos-guide-to-the-social-media-landscape.html>

Where should you post your status?



Kilde: <http://www.itaiboublil.com/where-should-you-post-your-status/>

Facebook

I januar 2013 var der **3.031.980** danske brugere på Facebook som har været aktive inden for de sidste 30 dage. I marts 2010 var antallet 2,3 millioner, der er altså kommet 30% flere danskere på Facebook på tre år. Der ses fortsat stigning – og det er i alle aldersgrupper.

Kilde: <http://www.nettendenser.dk/2013/01/25/facebook-statistik-2013-for-danmark-sadan-er-befolkningen-fordelt/>

LinkedIn

- **840.000 danske brugere** +15.000 nye profiler hver måned
- 66% er over 40 år
- 55% er mænd
- 51% er fra hovedstadsområdet
- 66% er højtuddannede
- +5100 grupper

Kilde: <http://digitalworks.dk/artikler/linkedin-stormer-frem#sthash.FIJJ4yl.dpuf>

Twitter

150.000 danske profiler. Der er dog en del inaktivitet i profilerne, dvs. at 90% af brugerne faktisk ikke deltager, men kun lytter og ser med, 9% som deltager og engagerer sig, mens kun 1% står for en stor del af indholdet og diskussionerne.

Kilde: <http://blog.overskrift.dk/2013/05/13/tal-pa-anvendelse-af-sociale-medier-i-danmark/>

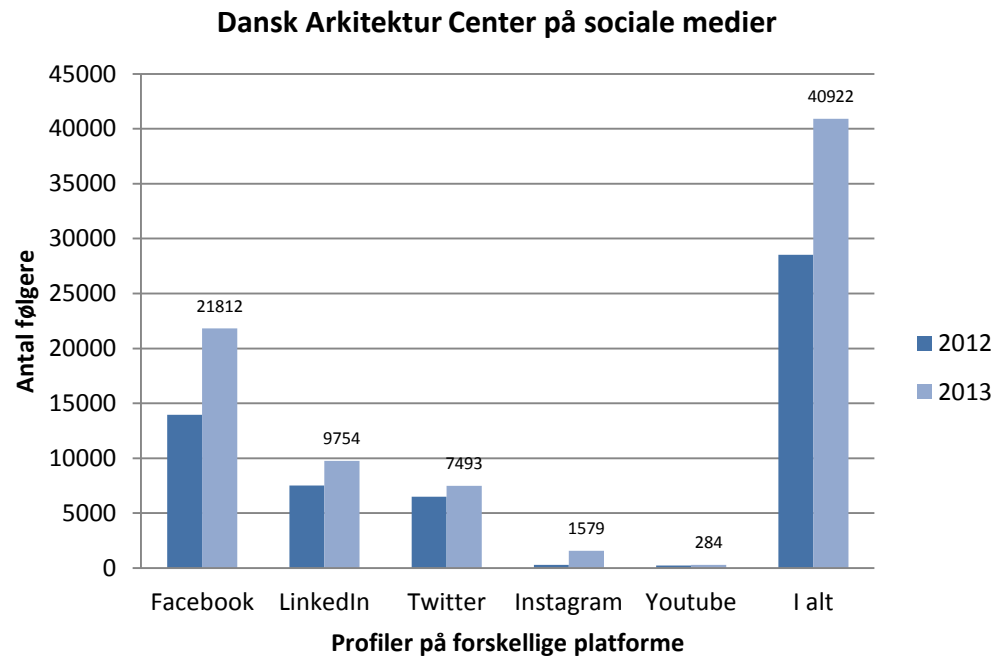
Instagram

150 mio registrerede brugere verden over
40 mio. billed-uploads om dagen på verdensplan.

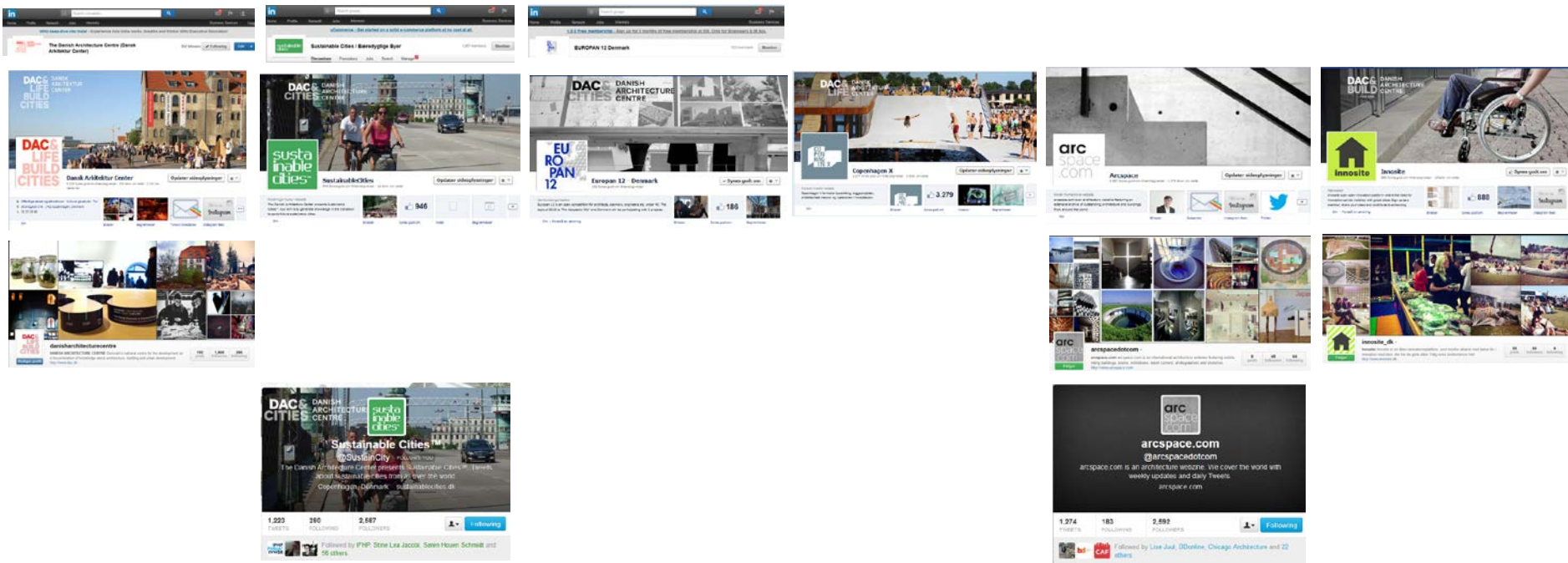
Dansk Arkitektur Center på sociale medier

Dansk Arkitektur Center er med sin samlede projektportefølje til stede på en række sociale medier – herunder Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram og YouTube.

- 8 Facebooksider
- 5 LinkedIn profiler / grupper
- 3 Instagram profiler
- 2 Twitter profiler
- Desuden anvendes bl.a. YouTube, Flickr og My News Desk som distributionskanaler.



Dansk Arkitektur Center på sociale medier



**DAC &
LIFE
BUILD
CITIES**

Dansk Arkitektur Center
på sociale medier

#HAVNERDIN

– et eksempel på brugerinvolvering og relationsopbygning på sociale medier

I forbindelse med udstillingen HAVNEN ER DIN søsatte DAC en fotokonkurrence på Instagram.

Formål:

- Tiltrække / aktivere en ny målgruppe, som måske ellers ikke typisk ville komme i DAC
- Skabe viral markedsføring af udstillingen, en ambassadøreffekt, hvor folk blev motiveret til at dele udstillingen med deres netværk via sociale medier.

Koncept:

- Opfordre borgere og besøgende i København til at gå på opdagelse i havnen → understøtte udstillingens budskab
- Vise brugernes egne billeder af høj visuel kvalitet i udstillingen → brugergenereret indhold i udstillingen
- Forbinde OFFLINE oplevelsen (i udstillingen og ude i havnen) med en delbar ONLINE oplevelse.





“De nye broer kommer til at forbinde og tværs. Dermed bliver vandet i virk, som vandet altid har været i et lille la noget, der samler, i stedet for noget

Nicolai Carlberg, etnolog

#havnenerdin

Foto: Hanne Hvattum

Resultater

- Antallet af faste følgere på DACs Instagramprofil er steget med 426% i perioden primo januar (300) til ultimo juni (1579).
- Medio maj var der 2000 fotos med hashtagget #havnenerdin – og tagget lever og anvendes fortsat af Instagrams brugere, så der medio september er 2455 billeder under tagget #havnenerdin, fra mere end 315 unikke brugere. Ca. 400 af det bedste fotos har i løbet af udstillingen været vist projiceret op på væggen, mens alle billederne har været vist på dac.dk.
- Antallet af fans eller følgere på DACs Facebookside er steget med 21% i perioden fra primo marts (6167) til medio juni (7469).
- Sammenlagt har udstillingen, fotokonkurrencen og de mange relaterede undersider, arrangementer og nyheder bidraget til, at dac.dk i marts og april 2013 havde det højeste antal webbesøg i år (kilde: Google Analytics).



Your Harbour exhibition at Danish Architecture Centre 9
billeder

Danish Architecture Centre just opened a new exhibition called Your Harbour. The exhibition casts the spotlight on the rapid development of Copenhagen's inner harbour. As it develops, the Harbour becomes an increasingly attractive, fascinating and open recreational area, providing the people of Copenhagen with a wonderful range of activities and experiences. The exhibition will be on until 16 June 2013. Read more at <http://www.dac.dk/en/dac-life/exhibitions-1/2013/your-harbour>
Photos: Thomas Christensen — her: Dansk Arkitektur Center.



Synes ikke godt om længere · Tilføj kommentar · Del 12

Dansk Arkitektur Center, Tyler Coa Arias, Veronica Ferrari, Kurt Sjølander og 68 andre synes godt om dette.

Muhammed Islam If i could gone, I'll visit.
for 22 timer siden via mobil · Synes godt om · 1

Friederike Erichsen-Wendt If you should visit DACI, it's a good place for creativity and new ideas.
for 20 timer siden · Synes ikke godt om længere · 3

Skriv en kommentar...

Alba Gry Nybo
for 26 minutter siden

Jeg ved godt, at du med stor sandsynlighed foretrækker brændeovnen og romtoddy, fremfor friluftsmobilfotografi i disse dage... Men du kan stadig nå at være med og smide dine smukke mobilshots ind på #havnenerdin på Instagram kurateret af Dansk Arkitektur Center. De sætter ovenkøbet premier på spil (så lad os se at de tre øverste i opslaget hér har en ærlig chance;) Læs mere her og join the party!
http://www.dac.dk/da/dac-life/udstillinger/2013/havnenerdin/fotokonkurrence-paa-instagram/?utm_source=DAC+Nyhedsbrev&utm_campaign=caefdc09af-DAC_Nyhedsbrev3_14_2013&utm_medium=email

FOTOKONKURRENCE



FÅ DINE INSTAGRAM-FOTOS VIST I USTILLINGEN 'HAVNEN ER DIN'

Er du på Instagram og har du blik for nye, sjove måder at bruge Københavns Havn på? Så gå på opdagelse i 'Havnen med din smartphone' og tilføj hashtagget #havnenerdin til dine fotos. Udvalgte billeder bliver vist i udstillingen 'Havnen er din' og hver uge kåres vi ugens foto på Dansk Arkitektur Centers Facebook side. Til sidst kåres én vinder blandt ugens fotos. Vinderpræmien er en iPhone5.

1 billede mere om fotokonkurrencen på Instagram

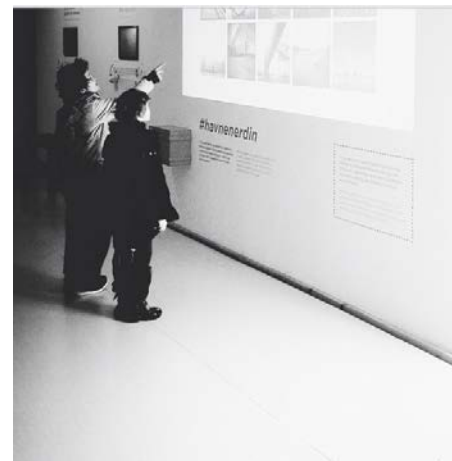
Del
Anders Bo Petersen synes godt om dette.



ciparby
5 minutter siden
Fandt lige mig selv på #havnenerdin · sjovt) god udstilling!

danisharchitecturecentre, omgbristol, maloujansen and 3 others like this

Leave a comment...



156 likes

- sondergaard** Kids watching the #havnenerdin exhibition at @danisharchitecturecentre.
- kuld** Dum 100. Og fedt billede :)
- kaikanraya** Interesting ... (👍👍 :))
- bobbyanwar** Hey hvemår var du der?
- sondergaard** @bobbyanwar i går. Det var faktisk helt fint derude.
- sondergaard** @kaikanraya he's pointing at my photo
- sondergaard** #instagramhub #igdaily #bestoftheday #follow #instagramers #clubsocial #all_shots #iphonesia #instaaaaah #instamood #insta_pick #hot_shotz #igersoftheday #instalove #igpiccol
- sondergaard**

Gode eksempler fra branchen:

- Fagligt og personligt netværk og inspiration, fx bloggeren missdesignsays og stadsarkitekt Tina Saaby på både LinkedIn, Facebook, Twitter, Flickr og Instagram
- Employer branding og specific målgruppekommunikation, fx Grontmij Karriere på Facebook
- Brugerinvolvering og brand awareness, fx Henning Larsen Architects på Facebook
- Videndeling, dialog, netværksfacilitering og lytte til målgruppen, fx Byens Netværk og Sustainable Cities på LinkedIn



Tina Saaby delte Lydkunst på Musikorvetets billede. 12. oktober

hel fantastisk måde at arbejde med kunst i byens rum - har sjældent set så godt et eksempel på hvordan kunst og arkitektur fletter sammen. Cykel lige forbi hvis du er i nærheden

Stadsarkitekt Tina Saaby indvier Lydkunst på Musikorvet. Tak for en fantastisk aften. Vi erklærer hermed værket for åbent! Nu kan du høre Lydkunst på Musikorvet hver dag hele året hver hele klokke. Lad der blive lyd!



Synes godt om · Tilføj kommentar · Del

Jesper Pajh og 7 andre synes godt om dette.



Henning Larsen Architects delte et link. 4. oktober i nærheden af København

Congratulations to Gitte Stark on winning our Instagram competition! We are looking forward to sending to her our latest book about Harpa - Reykjavik Concert Hall and Conference Centre and other music venues by Henning Larsen Architects.

Thanks to everybody who shared their greatest experience from one of our buildings on Instagram - you can see all the posts under #experiencehla. Have a lovely weekend!



Instagram
instagram.com

gittestark's photo on Instagram

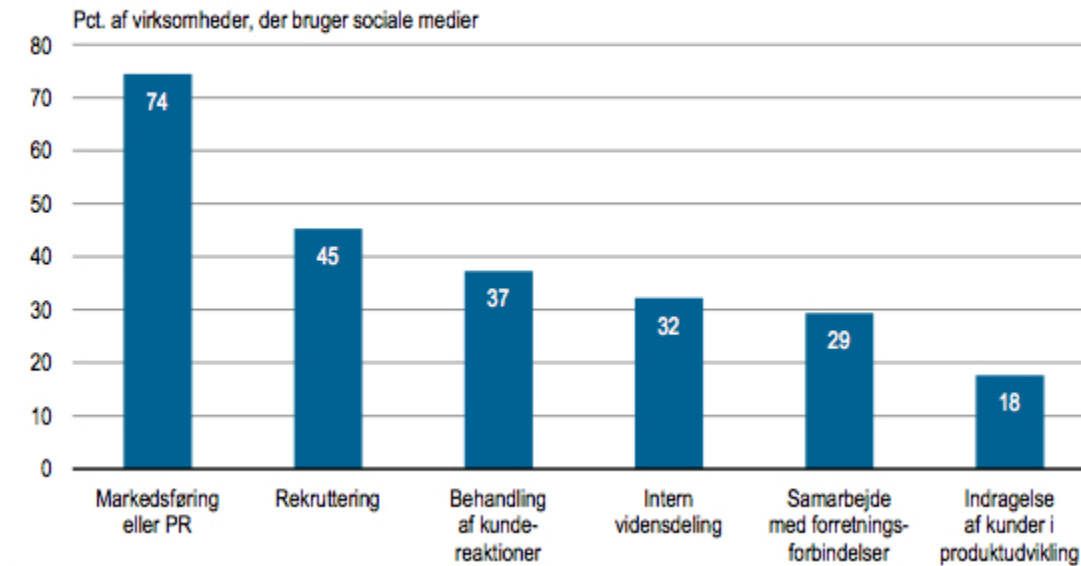
Synes ikke godt om længere · Tilføj kommentar · Del

Du, Gitte Westergaard Stark og 21 andre synes godt om dette.

Topkommentarer ·

Derfor er danske virksomheder aktive på sociale medier

Virksomhedernes formål med brug af sociale medier. 2013



Kilde: <http://digitaletanker.dk/2013/09/05/40-af-danske-virksomheder-bruger-sociale-medier/#more-3521>

Strategiske overvejelser:

*Tilstedeværelse på sociale medier er en invitation til dialog.
Og det er uhøfligt at ignorere folk, der taler til dig!*

Hvor er jeres målgruppe?

Har I ressourcerne?

Gør I det af de rette årsager?

Husk at der er tovejs kommunikation

Strategiske overvejelser: Hvad vil I have ud af de sociale medier?

Formål: Hvad vil I opnå? - lytte, samtale, styrke eller inddrage? (jf. Kresten Schulz Jørgensen)

Målgruppe: Hvem vil I sige det til?

Budskab: Hvad vil I sige? **Men også:** hvad skal andre sige til jer?

Kanal: Hvor skal I sige det? **Og hvem** skal sige det?

Succeskriterier: Hvad vil I måle/evaluere på?

Exit-strategi: Hvad sker der ”bagefter”?

Organisatorisk forankring : Forfrem hende, der arrangerer jeres julefrokost!

Find den med naturligt flair for involvering og organisering
- community manageren er festens gode vært

Gør alle ansatte til talspersoner
- brug fagpersoner, henvis til rette medarbejder

Opstil guidelines og mål
- gør det let for dine kolleger at tage medansvar

Guideline til kommunikation på sociale medier

- Vær personlig
- Vær ærlig
- Skriv i et enkelt og klart sprog med en uformel tone og korte sætninger
- Vær professionel og respektfuld – også selvom tonen er uformel
- Læs dit svar igennem inden publicering – husk at det er offentligt tilgængeligt
- Gør det klart for medarbejderen hvis der er emner, projekter, produkter eller andet, der IKKE må skrives om

Husk

Vær til stede og svar – ikke kun hverdage 8-16

Guidelines – sådan gør vi

Negativ feedback – det håndterer vi også

Involver målgruppen – hvad er de optaget af?

Aktiver medarbejderne – find de rette medarbejdere til opgaven men gør det også gerne til et fælles projekt

Links:

<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/en-oversigt-over-forskellige-social-media-modeller>

<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/kforum-100-ideer-til-sociale-medier>

<http://www.ibiz-center.dk/muligheder/sociale-medier/tips-ideer-og-best-practise>

<http://socialmediatoday.com/>

<http://www.nettendenser.dk/2013/01/25/facebook-statistik-2013-for-danmark-sadan-er-befolkningen-fordelt/>

http://www.fdim.dk/sites/default/files/mediearkiv/rapporter/danskernes_brug_af_internettet_2012_rapport.pdf

<http://atcore.dk/blog/danmark-pa-facebook-2013/>

Litteratur:

Jacob Bøtter, Glem din IQ. Tænk over din NQ. 55 eksempler på involvering med sociale medier

Anna Ebbesen og Astrid Haug, Lyt til elefanterne. Digital kommunikation i praksis

Social media hype? Speciale om virksomheders brug af sociale medier

<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/speciale-om-virksomheders-brug-af-sociale-medier>

Kresten Schulz Jørgensen, 10 bud på at bruge sociale medier strategisk

<http://www.kommunikationsforening.dk/menu/fagligt-nyt/artikler/10-bud-pa-at-bruge-sociale-medier-strategisk>

Brug konsulenter

Gå på kurser

Brug hinanden!