

ARIK-modellen

Indholdsstrategi

ARIK-modellen

Indholdsstrategi

ARIK-modellen



ARIK-modellen

Indholdsstrategi

Afsæt:

Som virksomhed skal du have et klart afsæt for din indholdsstrategi.

- Hvad vil du gerne opnå?
- Hvem du vil ramme?
- Hvilke kompetencer besidder dine medarbejdere?

ARIK-modellen

Indholdsstrategi

Redaktion:

Med en redaktionel kalender kan du uddele ansvaret for arbejdsopgaverne og sikre kvaliteten af indholdet. Her er det også vigtigt at indtænke variation i indholdet, så du giver brugerne værdifuldt indhold og ikke kun fokuserer på salg.

Du skal tage stilling til:

- Hvem skal lave hvad?
- Hvordan skal dit indhold se ud?
- Hvad vil du bruge de forskellige sociale medier til?

ARIK-modellen

Indholdsstrategi

Indhold:

Det gode indhold:

- Overrasker (fortæl aldrig brugerne noget, de allerede ved)
- Er relevant, vigtigt og/eller underholdende
- Let kan gå viralt
- Har brugerne i fokus (modtagerorienteret)
- Passer til mediet og er letlæseligt
- Er visuelt (billeder, video m.m.)
- Giver brugeren værdi

ARIK-modellen

Indholdsstrategi

Kontrol:

Typisk skal du som minimum måle på følgende:

- Rækkevidde for opslag (hvor mange brugere ser dine opslag?)
- Visninger (hvor mange visninger har du i alt?)
- Interaktion/engagement af følgerne (hvordan interagerer brugerne med dine opslag, bl.a. likes og delinger)
- Antal kommentarer og deres konkrete indhold
- Klikrate/CTR (hvor mange af dem, der ser dit indhold, klikker?)
- Konverteringsrate (fører de sociale medier direkte til salg?)