

Fortæl din historie

Bliv synlig på sociale medier

Du har mange års erfaring, faglig dybde og et netværk. Denne guide hjælper dig med at omsætte det til indhold, der skaber synlighed og kontakt.

Det får du ud af guiden

- ☐ Klarhed over, hvem du kommunikerer til
- ☐ Et skarpt kernebudskab
- ☐ Valget af 1–2 kanaler, der passer til dig
- ☐ 3–5 idéer til konkret opslag
- ☐ Et færdigt opslag, klar til at blive publiceret

Din erfaring er din ressource. Du behøver ikke opfinde en ny persona. Dit faglige liv og dine historier er dit indhold.

1 Hvem vil du gerne nå ud til?

God kommunikation begynder med kundens perspektiv. Udfyld felterne nedenfor.

Hvem er dine vigtigste kunder?

Hvad interesserer dem?

Hvilke problemer forsøger de at løse?

Hvilke ord bruger de selv om deres behov?

Husk: Brug kundens egne ord — ikke dine faglige termer.

2 Hvad skal de kende dig for?

Formulér dit kernebudskab i én til to sætninger. Udfyld skabelonen herunder.

Hvad hjælper du dine kunder med?

Hvad får kunden ud af at vælge dig?

Mit kernebudskab

Jeg hjælper _____ med _____, så de kan _____.

Det gør jeg med udgangspunkt i _____.

3 Hvor skal du være til stede?

Du behøver ikke at være til stede overalt. Vælg 1–2 kanaler der fungerer for dig — og brug dem godt.



LinkedIn

Faglige netværk, B2B-kunder, ekspertise og indsigter fra praksis. Ideelt til at dele faglig viden, erfaringer fra erhvervslivet og professionelle relationer.

B2B

Fagligt netværk



Facebook

Lokalsamfund, grupper, forbrugere og relationsopbygning. Mange mennesker bruger Facebook dagligt og er aktive i relevante grupper.

Lokalt

Grupper



Instagram

Visuelt indhold, processer, produkter og inspiration. Velegnet, når du kan vise noget — håndværk, forløb, resultater eller mennesker bag forretningen.

Visuelt

Inspiration

Vælg dine kanaler

Hvor befinder mine kunder sig primært?

Hvor passer mit indhold bedst ind?

Hvilken kanal vil jeg begynde med?

Det handler ikke bare om at poste

☐ Tiltrække nye kunder

☐ Dele viden og skabe tillid

☐ Pleje eksisterende relationer

☐ Holde kontakt med dit netværk

4 Hvad kan du fortælle om til målgruppen?

1 Del din viden

»Hvad de fleste overser, når de...«

2 Besvar et kundespørgsmål

»Jeg får tit dette spørgsmål...«

3 Historien bag virksomheden

»Grunden til, at jeg startede, var...«

4 Vis en løsning i praksis

»Her er et eksempel på, hvad jeg mener...«

5 Del en kundeoplevelse

»En kunde kom til mig med...«

Mine idéer til opslag

→ Hvad spørger kunder dig oftest om?

→ Hvilke fejl ser du ofte andre begå?

→ Hvorfor startede du din virksomhed?

→ Hvad ved du i dag, som du ville ønske, du vidste tidligere?

→ Hvilket råd giver du igen og igen?

→ Kan du vise et konkret eksempel på din hjælp?

1. _____ 2. _____

3. _____ 4. _____

5. _____ 6. _____

7. _____ 8. _____

9. _____ 10. _____

5

1 Fang opmærksomheden

Hvad stopper kunden op ved?

2 Fortæl

Viden, råd, observation eller historie.

[illegible]

3 Gør det relevant

Hvad får kunden ud af det?

[illegible]

4 Afslut

Hvad skal læseren gøre, tænke eller svare?

Mit færdige opslag

Saml de fire dele — og publicér det

Et opslag, der er godt nok til at blive sendt, er bedre end et opslag, der aldrig forlader kladdemappen.

Skabeloner der er klar til brug

Her er tre skabeloner, der er klar til brug. Udfyld felterne med dine egne ord og tilpas som du ønsker det.

Del din viden

Et spørgsmål, jeg ofte møder, er: _____.

Mit korte svar er _____.

Efter _____ år med _____ har jeg lært, at _____.

Historien bag virksomheden

Efter mange år med _____ besluttede jeg at _____.

Grunden var enkel: _____.

I dag hjælper jeg _____ med _____, så de kan _____.

Løs et kundeproblem

Mange _____ oplever, at _____.

En enkel måde at komme videre på er _____.

Det kan hjælpe dig med at _____.

Tjekliste: Inden du lukker guiden

☐ Jeg ved, hvem jeg gerne vil nå

☐ Jeg har valgt 1–2 kanaler

☐ Jeg har skrevet mit første opslag

☐ Jeg har formuleret mit kernebudskab

☐ Jeg har mindst 3 idéer til opslag

☐ Jeg ved, hvad mit næste skridt er