



PR i SoMe

Den 6 Mars - 2025

Agenda

VARFÖR?

VAD?

HUR?

VAR?

SAMMANFATTNING

FRÅGOR

- Bakgrund till PR och SoMe
- Vad fungerar och varför
- Kommunikation och To-Do lista
- Vilken kanal och varför

Om Mig - Lina Edenfelt Holst

- Empowerment consulting & coach

Jag stärker och stöttar företag och individer genom föreläsningar, workshops, konsultuppdrag och coaching.

Med mer än 20+ år inom kommunikationsbranschen och i olika roller så som strateg, kreatör, projektledare, coach content manager och VD fortsätter jag utveckla mig för att kunna stötta fler i allt från digitala kanaler till ledarskap.

Kontakt information:

lina@memini.one

+46(0)70-4401071



DISCOVER EVOLVE SUCCEED & REFLECT

Vill du att ditt varumärke ska synas, engagera och växa snabbare än någonsin?

Vill du att ditt varumärke ska synas, engagera och växa snabbare än någonsin?

Då är PR i sociala medier nyckeln.

Vill du att ditt varumärke ska synas, engagera och växa snabbare än någonsin?

Då är PR i sociala medier nyckeln.

Varför då?!....

PR i SoMe

VAD ÄR PR?

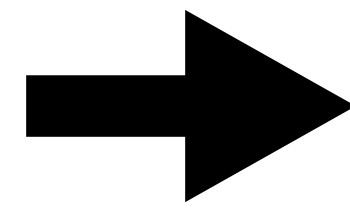
VARFÖR?

PR & KOMMUNIKATION - Då & Nu

PR i SoMe

Bakgrund

TRADITIONELL PR



PR i SOCIAL MEDIA



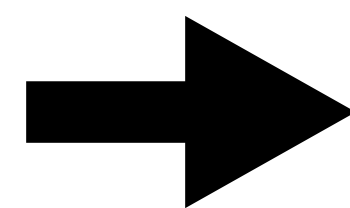
PR i SoMe

Bakgrund

TRADITIONELL PR

Plattform & Spridning

Budskap sprids via tidningar, radio och TV genom journalister.



PR i SOCIAL MEDIA

Företag når ut direkt till målgruppen via digitala plattformar.

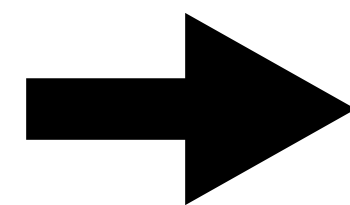
PR i SoMe

Bakgrund

TRADITIONELL PR

Kontroll över budskapet

Medier avgör hur och om budskapet publiceras.



PR i SOCIAL MEDIA

Företag styr själva innehållet och hur det presenteras.

PR i SoMe

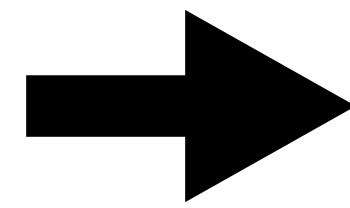
Bakgrund

TRADITIONELL PR



Interaktivitet & Engagemang

Kommunikation är oftast enkelriktad och begränsad.



PR i SOCIAL MEDIA



Företag och kunder kan interagera direkt i realtid.

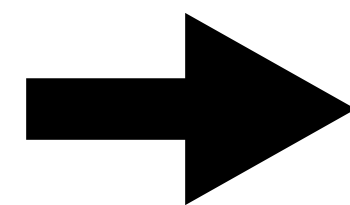
PR i SoMe

Bakgrund

TRADITIONELL PR

Hastighet & Anpassning

Pressmeddelanden och reportage tar tid att publicera.



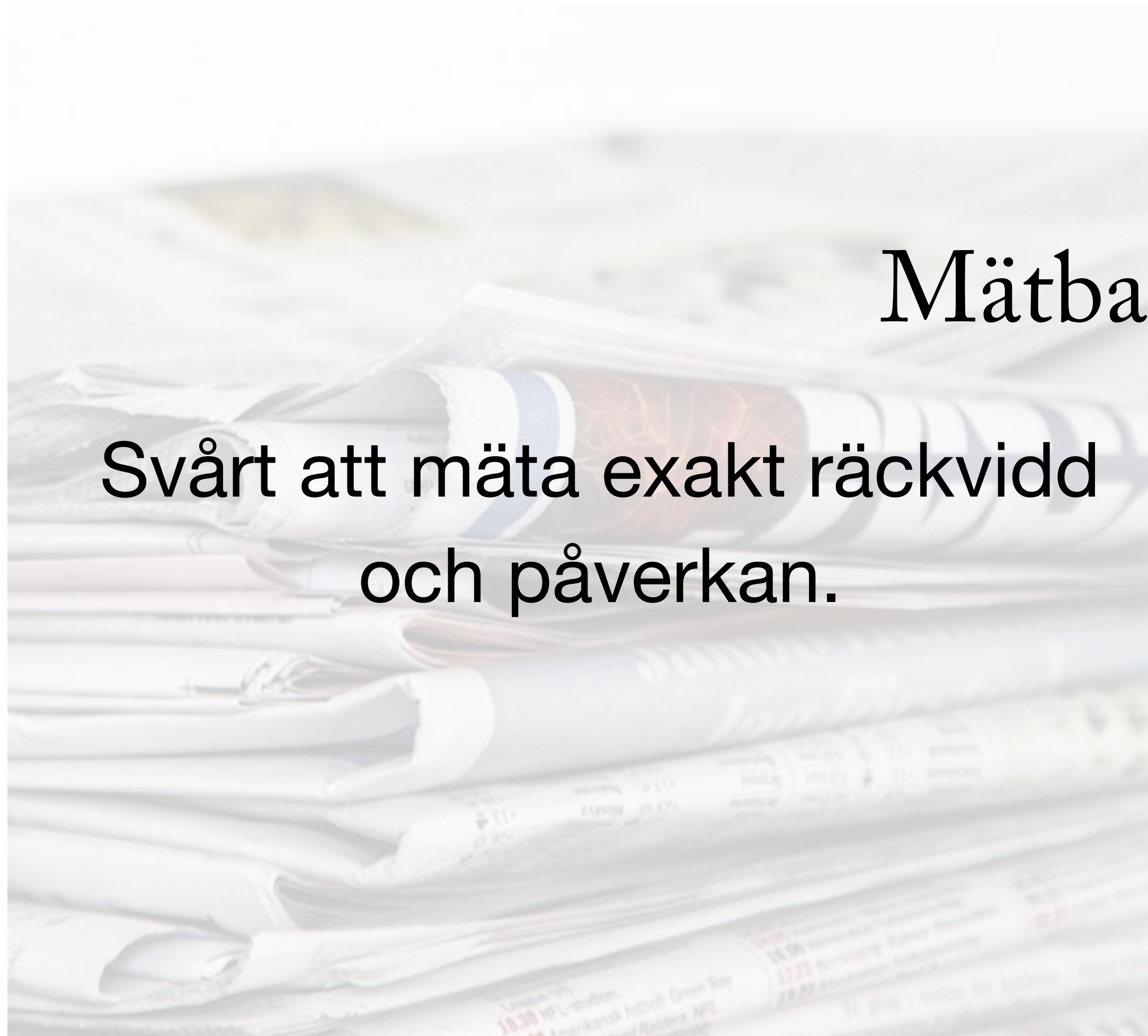
PR i SOCIAL MEDIA

Inlägg kan publiceras och ändras omedelbart.

PR i SoMe

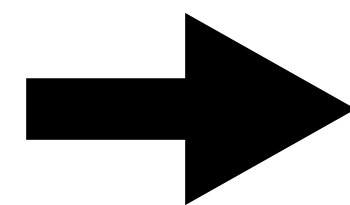
Bakgrund

TRADITIONELL PR



Svårt att mäta exakt räckvidd och påverkan.

Mätbarhet & Data



PR i SOCIAL MEDIA



Ger tydliga insikter om engagemang och effekt.

Så, vill du att ditt varumärke ska synas, engagera och växa snabbare än någonsin?

Då är PR i sociala medier nyckeln, eftersom...

Du når din målgrupp direkt, bygger starka relationer i realtid och sprider ditt budskap viralt. Dessutom kan du anpassa innehållet efter din publik och få mätbara resultat – allt till en bråkdel av kostnaden för traditionell PR!

VAD?

PR & KOMMUNIKATION i Digitala Sociala Kanaler

PR i SoMe

VAD?

PR i sociala medier innebär att använda digitala plattformar såsom Instagram, Facebook, Twitter och LinkedIn för att **BYGGA** samt **UPPRÄTTHÅLLA** en positiv varumärkeskänedom.

PR i SoMe

VAD?

1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.
2. Främjande av både engagemang och delaktighet.
3. Stärkande av varumärkets identitet och budskap.

PR i SoMe

VAD - 1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.

72 % av konsumenter säger att de föredrar att lära sig om en produkt/tjänst visuellt genom bild eller film.

- (HubSpot, 2023).

PR i SoMe

VAD - 1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.

Förberedelser

Börja med att öppna förpackningen och ta fram alla delar. Kontrollera att du har följande: två långa sidopaneler, en topppanel, en bottenpanel, ett bakstycke, fyra hyllplan, plastpluggar, träpluggar, spik och skruvar.

Montera sidor och topp/botten och mittenpaneler

Lägg en av de långa sidopanelerna platt på golvet.

Fäst träpluggar i de förberedda hålen på insidan av panelens övre och nedre kanta samt i mitten.

Placera topppanelen ovanpå sidopanelens övre del, så att träpluggarna passar in i topppanelens hål. Upprepa detta för bottenpanelen på den nedre delen av sidopanelen.

Använd skruvar för att säkra topppanelen och bottenpanelen till sidopanelen.

Montera andra sidopanelen

Ställ bokhyllans delar monterade struktur upprätt.

Placera den andra sidan av topp- och träpluggarna på plats. Skruva fast sidopanelerna.

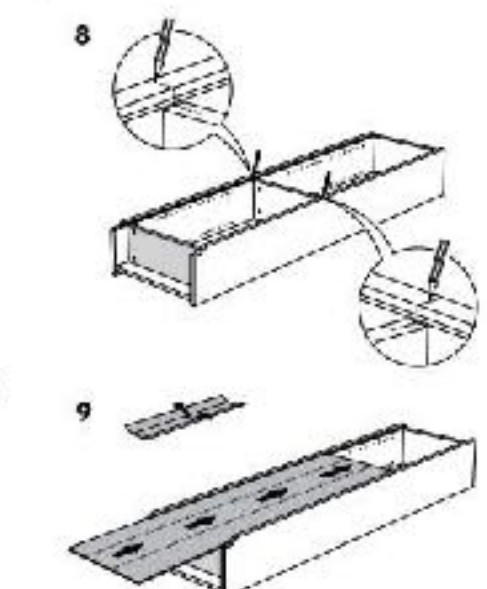
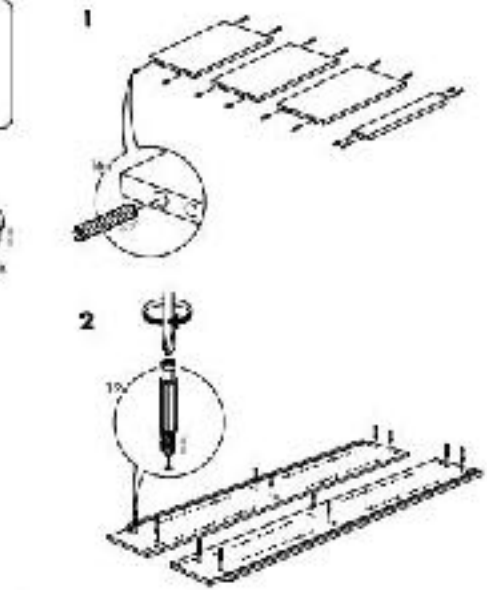
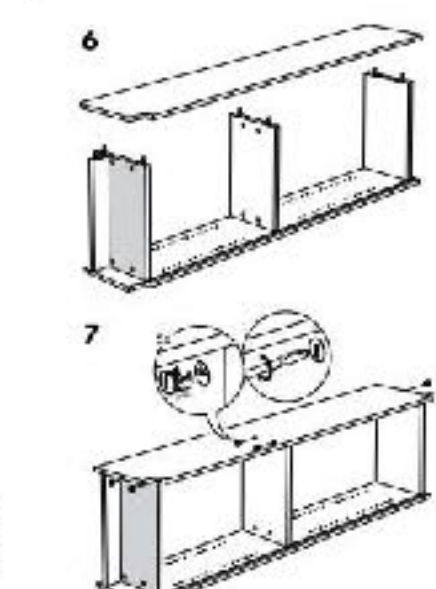
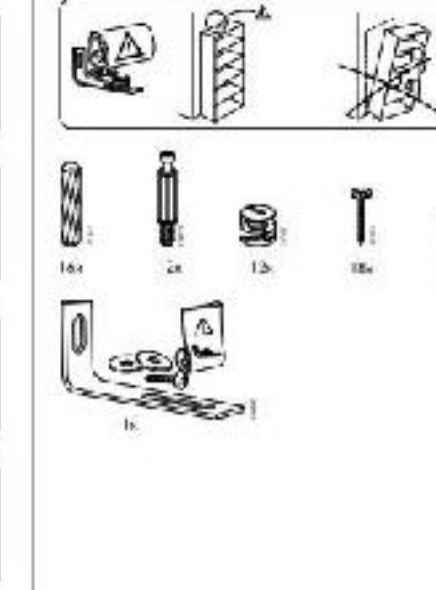
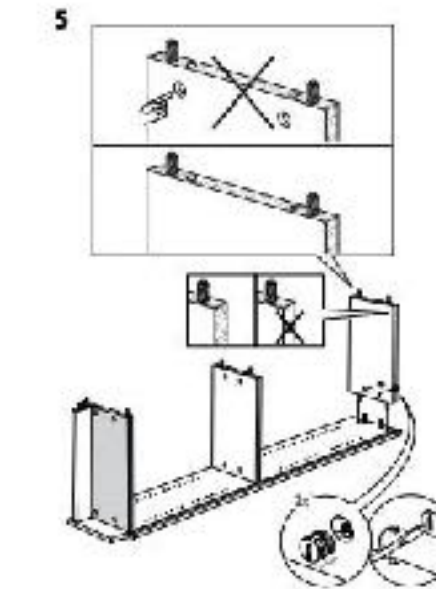
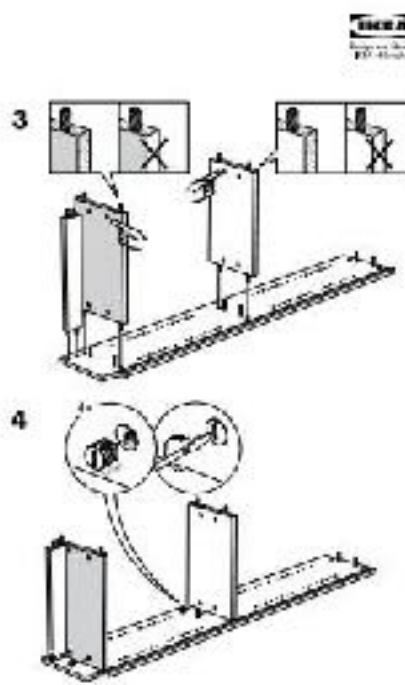
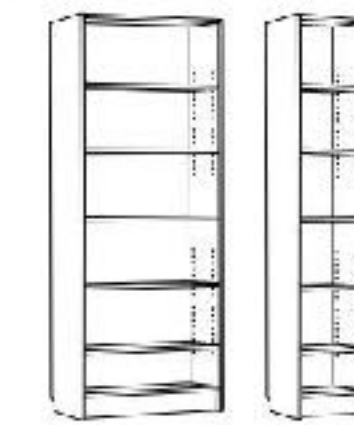
Fästa bakstycke

Lägg bokhyllan på golvet så att baksidan är mot väggen.

Placera bakstycket mot bokhyllans ram. Rikta bakstycket mot hyllans ram.

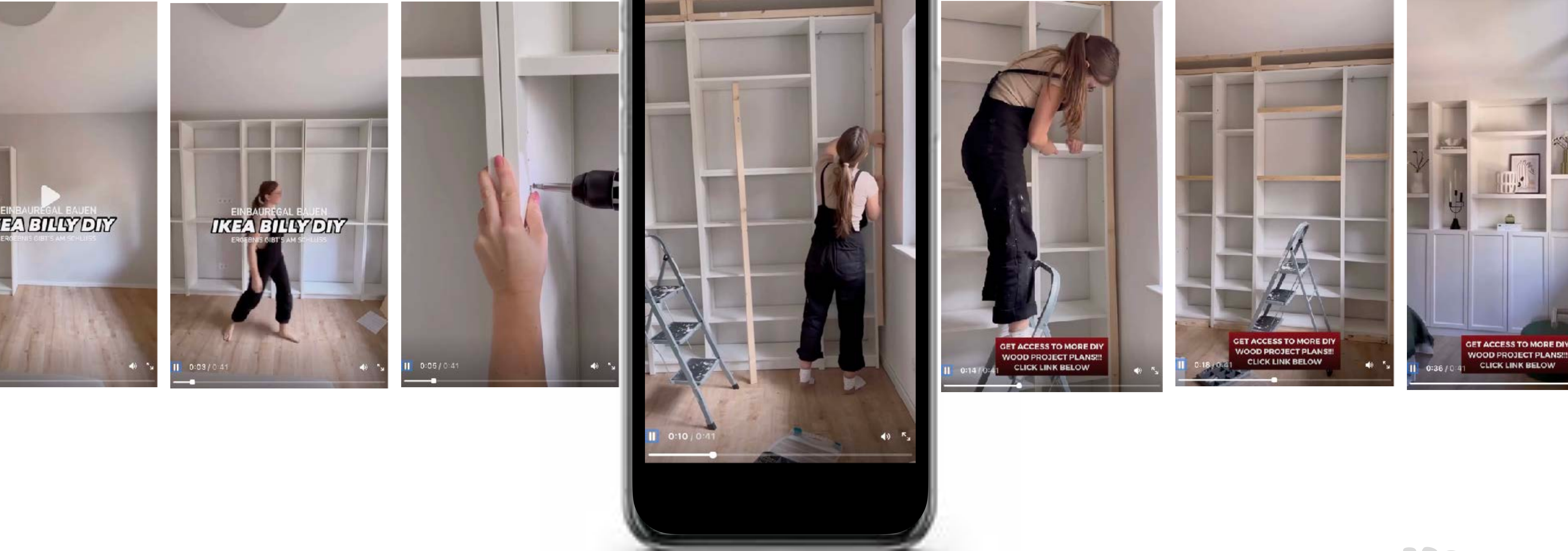
Använd hammaren med hjälp av de små spikarna. Börja i nornen och arbeta dig mot mitten för att säkerställa att det sitter jämnt.

BILLY



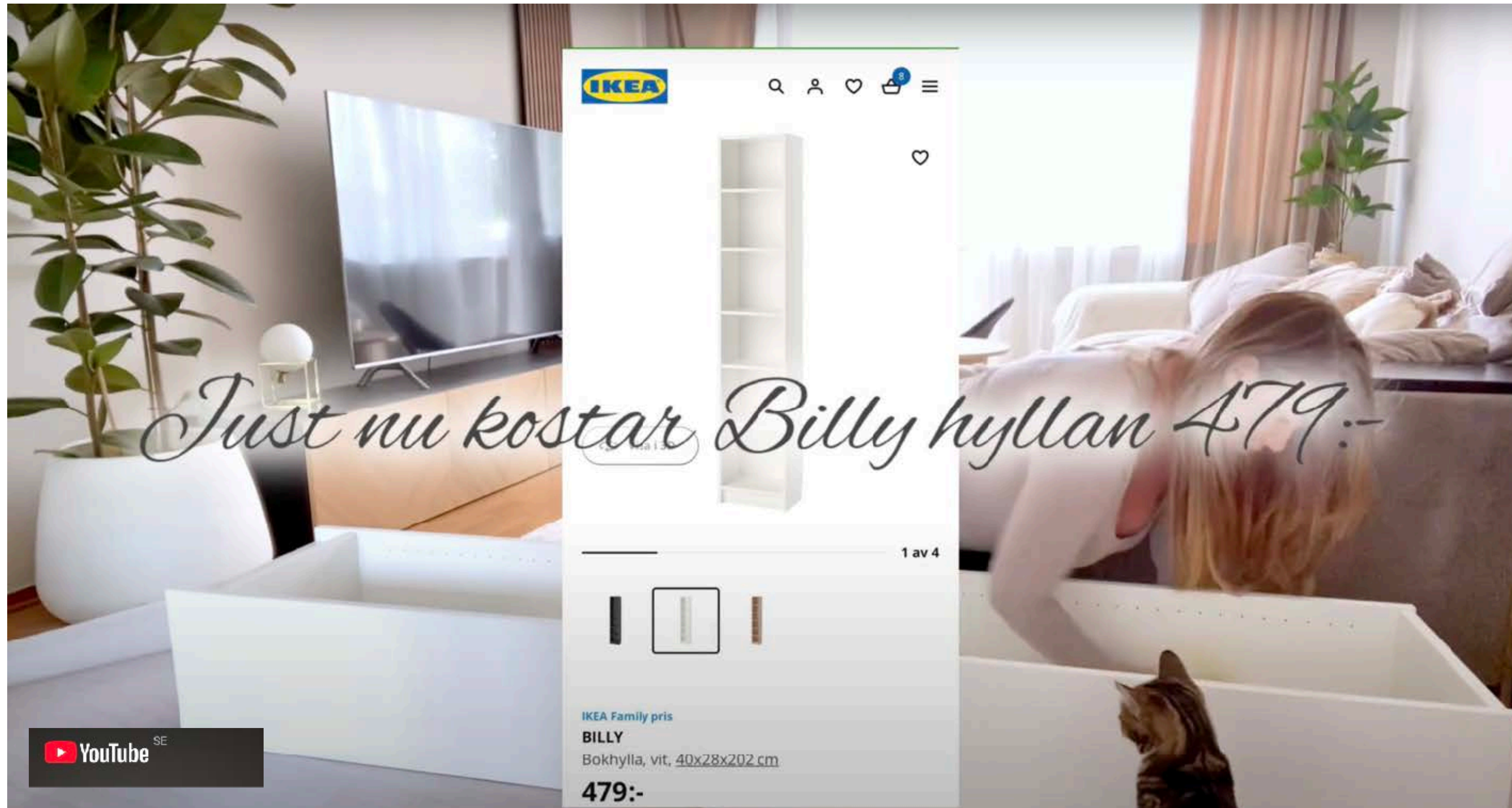
PR i SoMe

VAD - 1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.



PR i SoMe

VAD - 1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.



PR i SoMe

VAD - 2. Främjande av engagemang och delaktighet.

80 % av marknadsförare anser
att video hjälper till att
öka engagemang.

- (HubSpot, 2022).

PR i SoMe

VAD - 2. Främjande av engagemang och delaktighet.

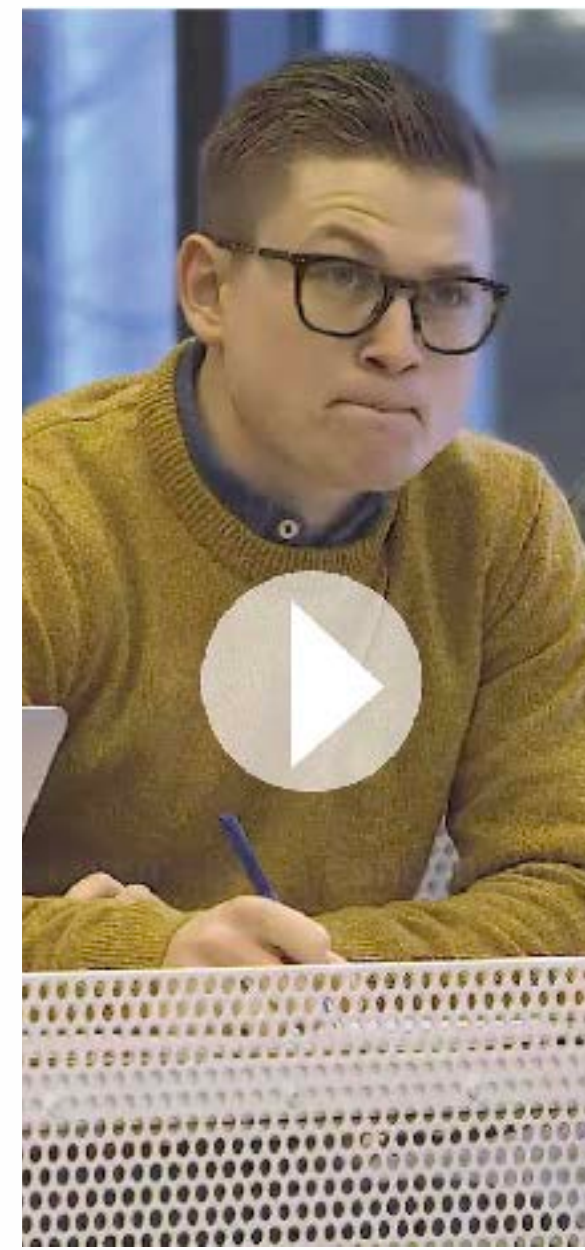
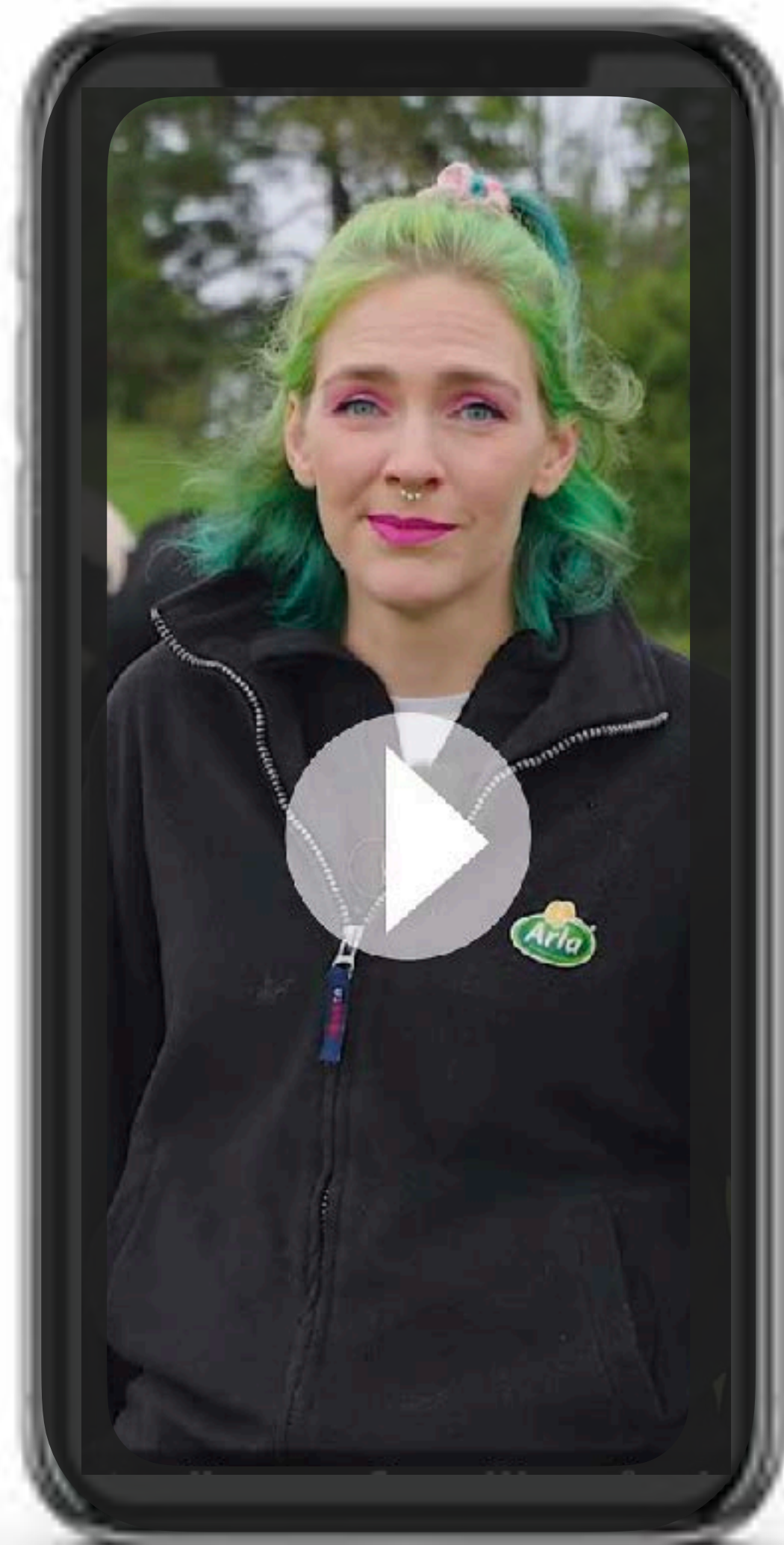


Instagram Reels genererar 55 % fler interaktioner än inlägg med en enda bild

- enligt en studie från Emplifi.

PR i SoMe

VAD - 2. Främjande av engagemang och delaktighet.

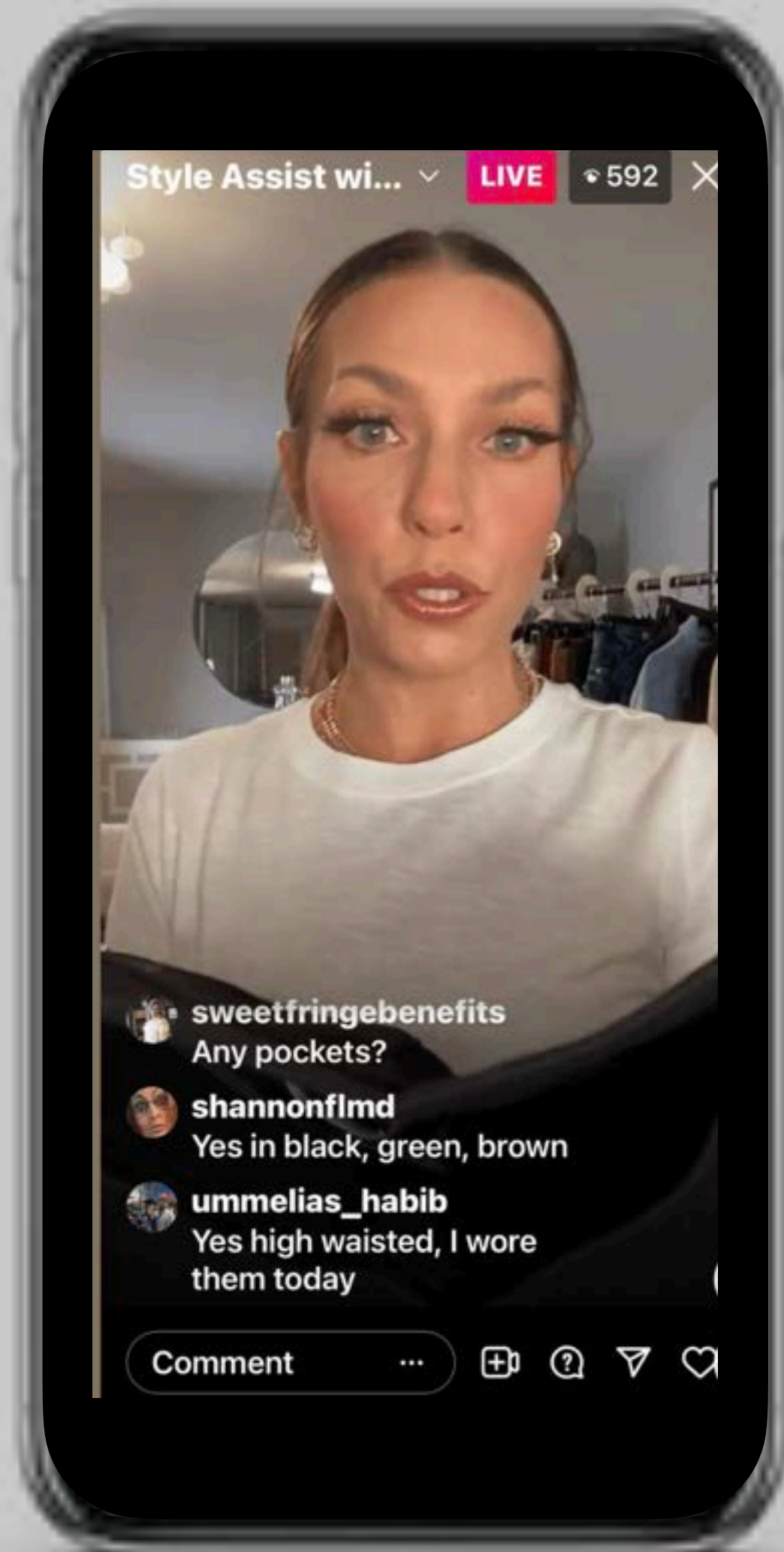


**Ett exempel är er kampanj:
"Jordens bästa"**

*"En kampanj för att rikta
strålkastarna mot människorna som
ser till att vi alla får mat på bordet."*

PR i SoMe

VAD - 3. Stärkande av varumärkets identitet och budskap.



Genom att använda sociala medier kan företag direkt interagera med sin målgrupp, vilket stärker varumärkets identitet och budskap.

- (Lunds Universitet, 2011).

PR i SoMe

VAD - 3. Stärkande av varumärkets identitet och budskap.



Ett exempel är er kampanj: "Goda Nyheter"
 "Vi är inte en organisation. Vi är hundratals. Denna kampanj handlar om att uppmärksamma allt bra som faktiskt redan händer och visa upp för det viktiga arbete som görs. Från norr till söder. På land och i vatten. Nu behöver vi dig: låt oss sprida #goda_nyheter_för_alla"



Foto: Jonathan Eriksson

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Eldrimner

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Dylan Wallman

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Lena Koller, Scandinav

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Pixabay

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Pixabay

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Anders Egle

[Läs mer i artikeln!](#)

Foto: Pixabay.

[Läs mer hos Smaka Sverige!](#)

Foto: Pixabay.



Foto: Christian Ferm/Scandinav



Foto: Alex & Martin Fotografers/Scandinav



Foto: Scandinav

HUR?

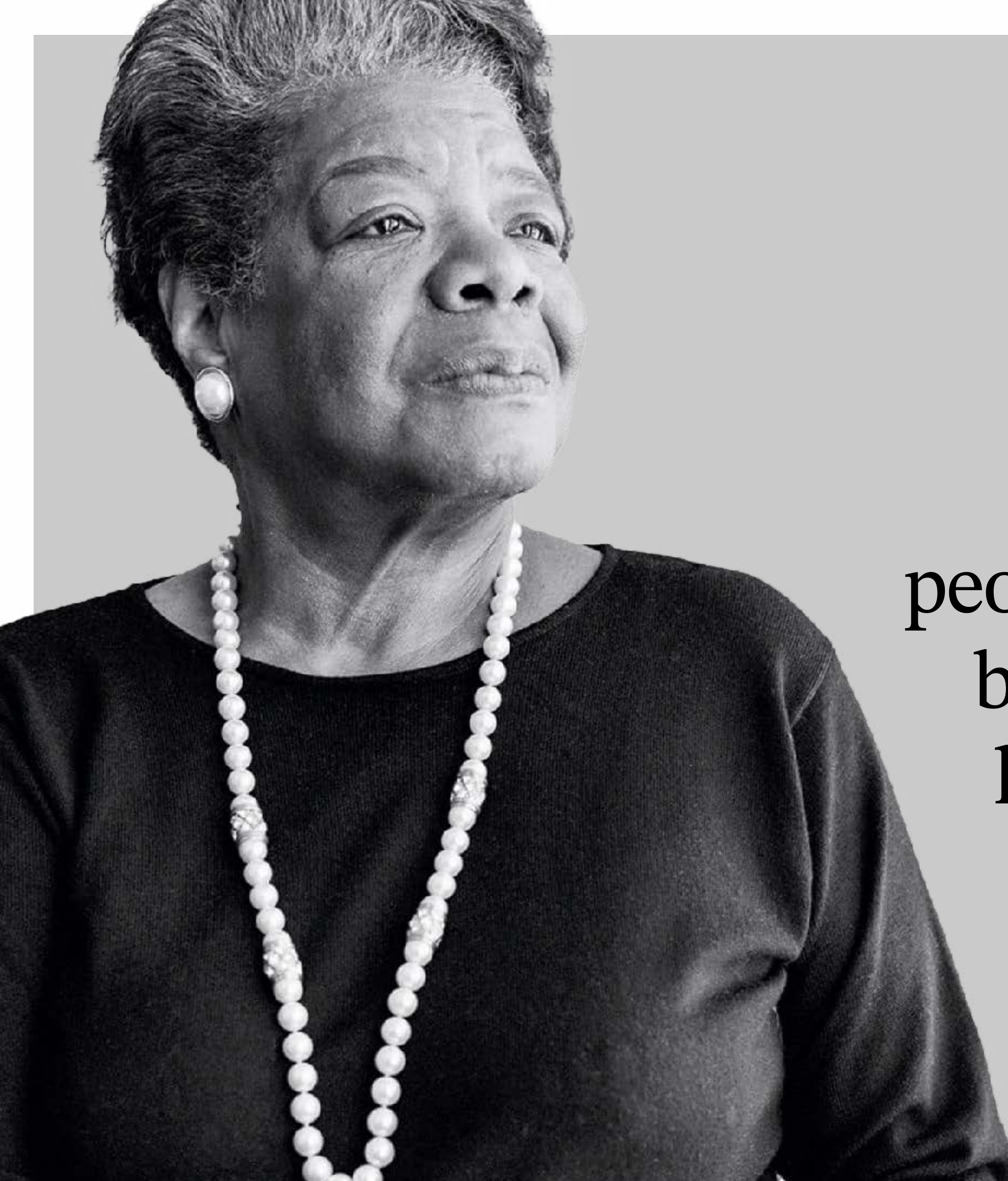
PR & KOMMUNIKATION i SoMe

PR i SoMe

HUR?

Ett genomtänkt, varumärkesanpassat innehåll som lyfter fram företagets kompetenser, intressen och/eller egenskaper, som påverkar och ökar engagemang.

Men ...




“I've learned that people will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel.”

- Maya Angelou, American author, singer, poet and civil rights activist.



Believe in something. Even if it
means sacrificing everything.

”Across the world, people report being prepared to not only buy products and services from  but pay more for them than their competitors when they do”.

- Futurebrands.com

PR i SoMe

HUR?

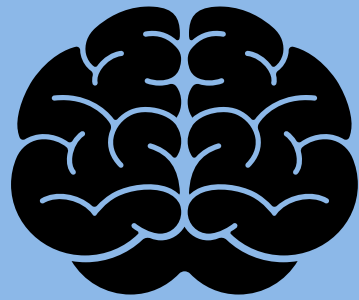

Det betyder att:

Innehållet behöver vara både **engagerande** och **minnesvärt**

- och då krävs en kombination av:
dramaturgi, visuellt berättande och effektiva kommunikationstekniker.

PR i SoMe

VAD? - Sammanfattning

From  to  =

STORY



TELLING

PR i SoMe

VAD?

🎭 Bygg en berättelse som engagerar!



PR i SoMe

HUR? - Den dramaturgiska kurvan (Början, Mitt, Slut)

BÖRJAN

Hook:

Väcker nyfikenhet direkt – ställ en fråga, visa något överraskande eller starta med ett problem.

MITT

Utveckling & Fördjupning:

Berätta mer, bygg upp spänning, ge kontext och visa hur situationen utvecklas.

SLUT

Call to action:

Leverera en lösning, uppmana till handling eller lämna tittaren med en stark känsla.

PR i SoMe

VAD?

🎭 Bygg en berättelse som engagerar
Två klassiska dramaturgiska modeller för SoMe.



1. Hjältens resa
(The Hero's Journey)



2. Hjälparen:
Problem – Lösning – Resultat

PR i SoMe

HUR? - 1. Hjältens resa (The Hero's Journey)

HJÄLTEN

Introduktion:

Etablera hjälten -
skapa igenkänning.

UTMANING

Utveckling:

T.ex.
händelseförloppet
när en individ ställs
inför en utmaning
eller genomgår en
förändring.

RESULTAT

Lyckas:

Individen lyckas
och når ett resultat.

PR i SoMe

HUR? - 2. Hjälparen: Problem – Lösning – Resultat

UTMANING

Problem:

Inled med en utmaning som målgruppen kan relatera till.

LÖSNING

Lösning:

Presentera lösningen (din produkt, tjänst, insikt eller lärdom).

RESULTAT

Resultat:

Visa en positiv förändring eller effekt.

PR i SoMe

HUR? - Sammanfattning av dramaturgin

HOOK

***Du har 3 sek på
att fånga kundens
intresse.***

INFORMATION

**Informera och
inspirera
målgruppen till att
lyssna stanna
kvar, vilja ha mer.**

CALL TO
ACTION

**Se till att
målgruppen
agerar för att ni
ska nå ert
önskade resultat.**

PR i SoMe

HUR? - TO-DO

✅ To-Do

Genom att kombinera stark dramaturgi, visuellt berättande och strategiska tekniker kan du skapa inlägg som:
berör, engagerar och får din målgrupp att agera. 🚀

PR i SoMe

HUR? - TO-DO

▣ 1. Definiera ditt budskap

Vad vill du säga? Vilken känsla vill du väcka?

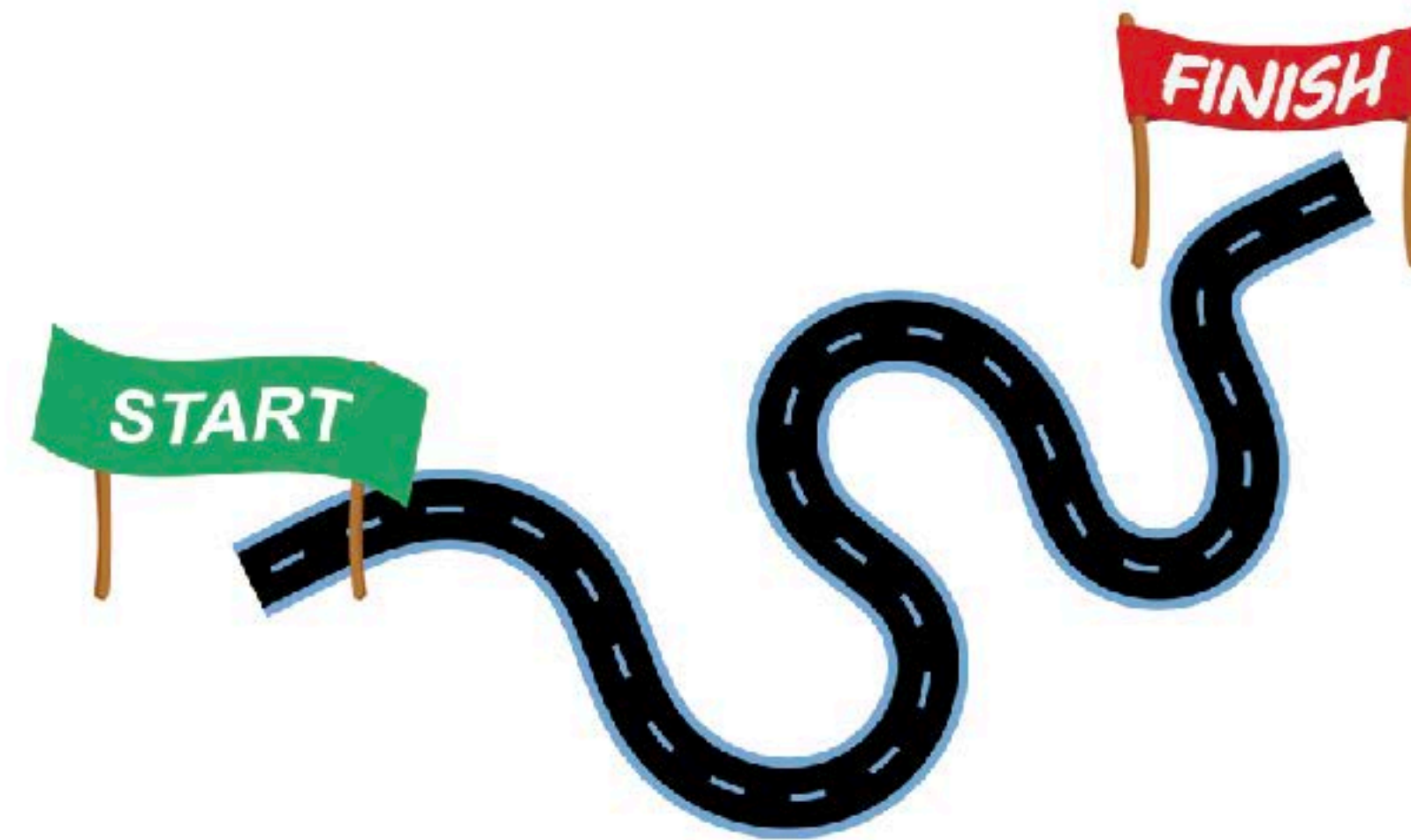


PR i SoMe

HUR? - TO-DO

2. Välj en dramaturgisk modell

Början-Mitt-Slut



Den dramaturgiska kurvan
(Början, Mitt, Slut)

PR i SoMe

HUR? - TO-DO

■ 3. Skapa en stark hook

Testa olika öppningar för att se vad som fångar målgruppen bäst.



PR i SoMe

HUR? - TO-DO

4. Planera det visuella

Vilken typ av bilder/video passar bäst för att förstärka ditt budskap?



PR i SoMe

HUR? - TO-DO

5. Spela in/redigera

Använd variation i bildspråk, musik och effekter.



PR i SoMe

HUR? - TO-DO

6. Lägg ALLTID till en call-to-action

Vad ska tittaren göra efter
att ha sett innehållet?

COMMENT
SHARE
SUBSCRIBE

SHARE

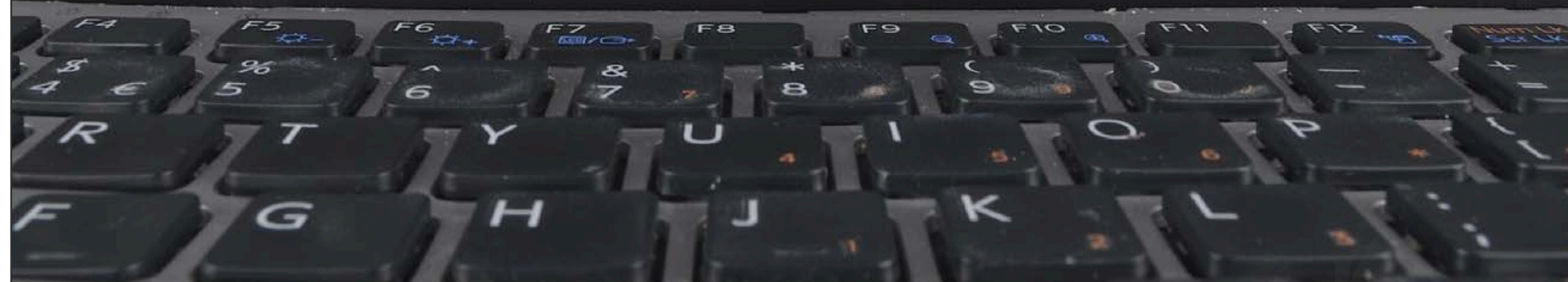
PR i SoMe

HUR? - TO-DO

7. Publicera och Analysera datan

Följ upp och justera utifrån
engagemang och räckvidd.

METTADATA



VAR?

PR & KOMMUNIKATION i Digitala Sociala Kanaler

PR i SoMe

VAR?



PR i SoMe

VAR? - LinkedIn

LinkedIn – Ledare & branschinsikter

 **Målgrupp:** Beslutsfattare, yrkesverksamma som söker kunskap.

 **Bäst för:** Branschinsikter & Employer branding

– analyser, statistik, expertinlägg, lyfta företagskultur & medarbetare.

 **Exempel:**

Artiklar: "Så kan storytelling hjälpa landsbygdsföretag att växa."

Infografik: "Statistik: Så förändras kommunikation inom offentlig sektor 2024."



PR i SoMe

VAR? - Instagram

Instagram – Visuellt storytelling & snabb inspiration

 **Målgrupp:** Visuellt drivna, söker inspiration & underhållning.

 **Bäst för:** Inspiration & trender – vackra bilder, korta videos, citat.

 **Exempel:**

En Reel: "En dag på en småskalig gård – häng med bakom kulisserna!"

Karusell: "5 myter om landsbygdsutveckling – och vad som stämmer."



PR i SoMe

VAR? - Instagram

Instagram – Nya uppdateringar under början på 2025.

- ✓ Visningar istället för gilla-markeringar
- ✓ Profiltrutnätet i stående format
- ✓ Story Highlights har flyttats
- ✓ Offentliga kommentarer på Stories
- ✓ Schemaläggning av direktmeddelanden (DMs)
- ✓ Mixade musikspår i Reels
- ✓ Zooma in på profilbilder
- ✓ Skärmdumpsnotiser i DMs
- ✓ Testa Reels utan att publicera i flödet
- ✓ Redigera skickade meddelanden



PR i SoMe

VAR? - Facebook

Facebook – Community & relationer

 **Målgrupp:** Bredare åldersspann, engagerar sig i grupper & diskussioner.

 **Bäst för:** Community-building – skapa & driva grupper för diskussioner.

 **Exempel:**

Storytelling-inlägg: "Möt familjen Andersson – så driver de en hållbar gård i Småland."

Live-video: "Hur påverkar digitalisering landsbygden? Ställ dina frågor live!"

(Fungerar även på instagram men hr kan man fokusera på en grupp)



Sammanfattning

PR & KOMMUNIKATION i Digitala Sociala Kanaler

PR i SoMe

Sammanfattning - VARFÖR

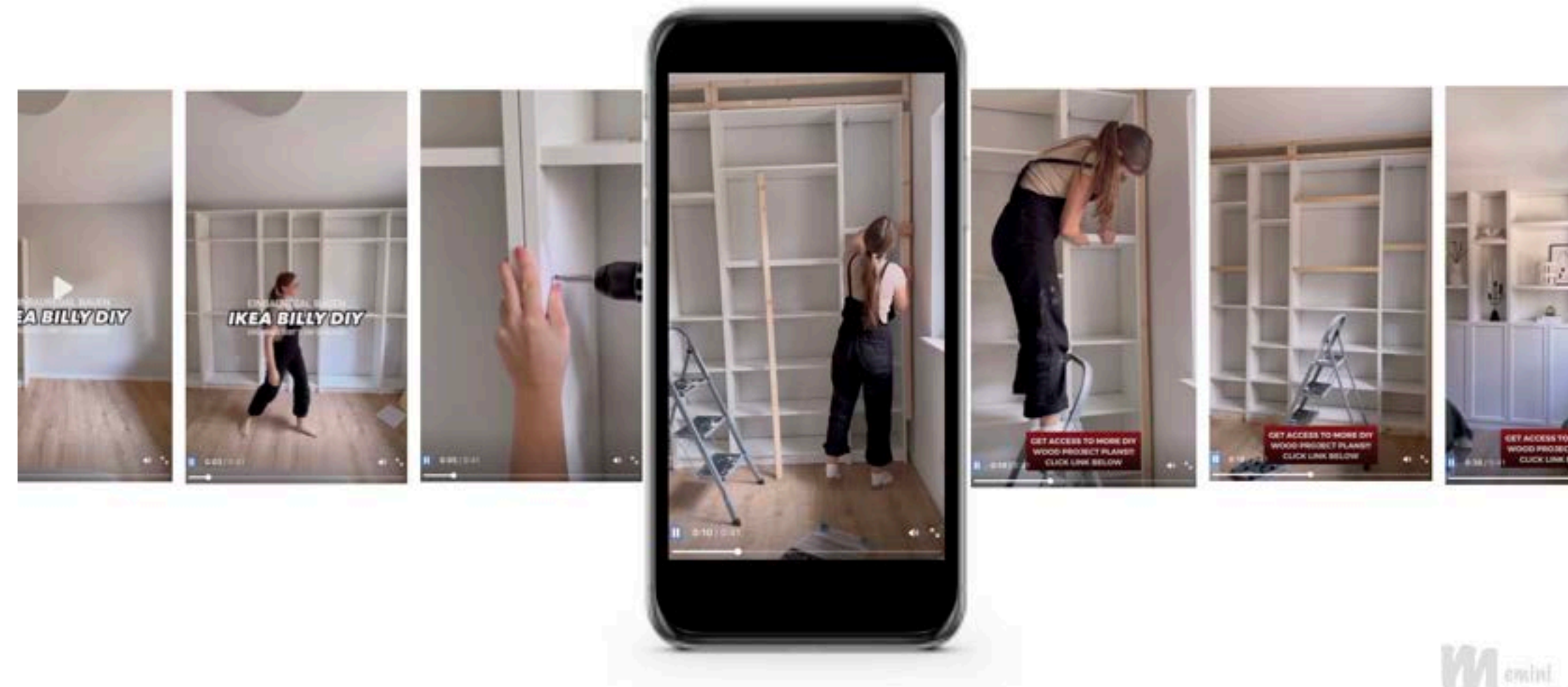
PR i SoMe

Du når din målgrupp direkt, bygger starka relationer i realtid och sprider ditt budskap viralt. Dessutom kan du anpassa innehållet efter din publik och få mätbara resultat – allt till en bråkdel av kostnaden för traditionell PR!

PR i SoMe

Sammanfattning - VAD

1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.
2. Främjande av både engagemang och delaktighet.
3. Stärkande av varumärkets identitet och budskap.



PR i SoMe

Sammanfattning - HUR



PR i SoMe

Sammanfattning - VAR



PR i SoMe

Sammanfattning

VARFÖR

PR i SoMe

Du når din målgrupp direkt, bygger starka relationer i realtid och sprider ditt budskap viralt. Dessutom kan du anpassa innehållet efter din publik och få mätbara resultat – allt till en bråkdel av kostnaden för traditionell PR!

VAD

PR i SoMe
Sammanfattning - VAD

1. Förmedling av komplex information på ett tillgängligt sätt.
2. Främjande av både engagemang och delaktighet.
3. Stärkande av varumärkets identitet och budskap.



HUR

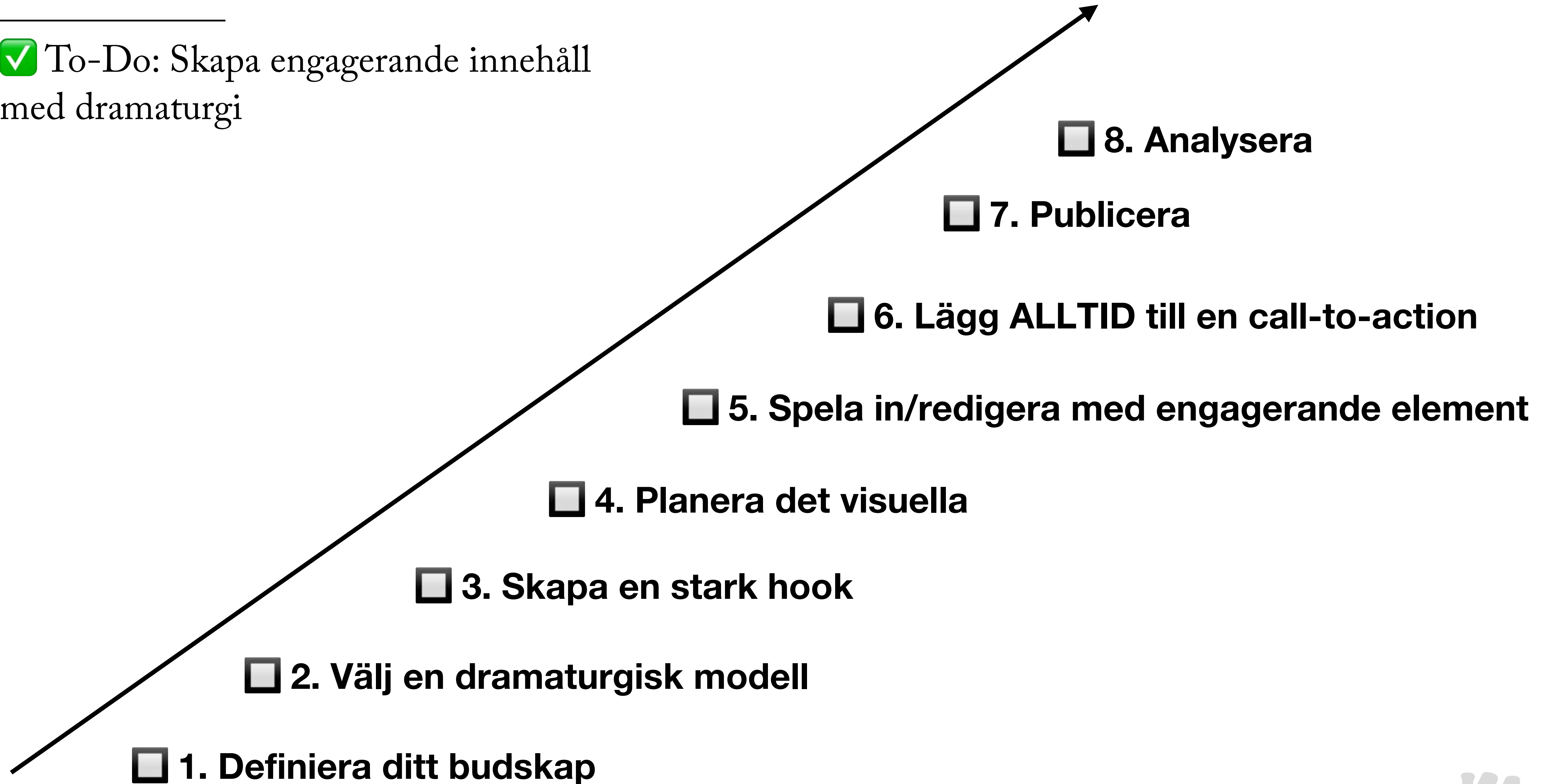


VAR



PR i SoMe

✓ To-Do: Skapa engagerande innehåll med dramaturgi



PR i SoMe

Verktyg

Grafisk design & bildredigering

Canva – Lättanvänt designverktyg med mallar för sociala medier

Adobe Express – Enkel grafik- och videoredigering

Figma – Perfekt för design och samarbete i team

Adobe Photoshop – Avancerad bildredigering

Piktochart – Skapa infografik och presentationer

AI-genererat innehåll

ChatGPT – Generera texter, idéer och strategier

DALL·E – Skapa AI-genererade bilder

Runway ML – AI-verktyg för videoeffekter och animation

Synthesia – Skapa AI-genererade videor med avatarer

Videoredigering

CapCut – Enkel videoredigering med AI-funktioner

InShot – Mobilapp för snabb videoredigering

Adobe Premiere Pro – Professionell videoredigering

Final Cut Pro – Kraftfull videoredigering för Mac

VEED.io – Onlinebaserat videoredigeringsverktyg

Foto & stockbilder

Unsplash – Högkvalitativa gratisbilder

Pexels – Gratis bilder och videor

Pixabay – Stort bibliotek av stockbilder och videor

Shutterstock – Premiumbilder och grafik

Planering & schemaläggning

Meta Business Suite – Schemaläggning för Facebook & Instagram

Hootsuite – Hantering och analys av sociala medier

Buffer – Enkel schemaläggning och analys

Later – Visuellt planeringsverktyg för Instagram

Sprout Social – Social mediehantering och analys

Hashtags & analysverktyg

Hashtagify – Hitta populära hashtags

RiteTag – Analysera hashtags för olika plattformar

Social Blade – Statistik och analys av sociala medier

PR i SoMe



FRÅGOR