

AØLU digital kommunikationsstrategi, udkast

Mål

At vores digitale kommunikation når ud til størstedelen af østamagers befolkning over et år.
(svært at måle)

Mere målbart:

At opnå 10.000 lokale likes på vores Facebook side i 2020.

Gennemsnitligt 100 likes pr opslag

Gennemsnitligt 10 kommentarer pr opslag

Gennemsnitligt 10 delinger pr opslag

At bruge ovenstående til at mobilisere opbakning til vigtige lokale sager/møder /kampagner

Værdier

Glæde, engagement, positivt fokus. Glimt i øjet. Troværdigt, men aldrig kedeligt.

Talerør for alle mulige grupper og interesser i Amager Øst.

Metoder

Facebook nyheder der opfordrer til engagement

En nyhed hver dag.

Portrætter af amarkanerne, ung som gammel, deres historier, lidt lissom Humans of New York

Daglig moderation af kommentarsporet

Alle LU medlemmer kommer på facebook kursus. Opgaven er at vi alle skal være digitale ambassadører, som liker, kommenterer og deler.

Målrettet deling i alle mulige mærkelige grupper. Selvfølgelig primært Amager gruppen.

Strategisk partnerskab med bydelens aktører. Så de kan dele, like og kommentere vores indhold i deres sider og grupper.

Målrettet tagging af nøglepersoner med stor følgerskare.

Hurtige meningsmålinger på facebook.

Brug stednavne og stedtags til at synliggøre den lokale forankring

Brug af lokale influencers til at bygge vores følgeskab op og nå nye målgrupper.

Kampagnefokus: hvad mener vi er vigtigt at opnå i en given sag

Videoer der formidler de relevante, centrale og aktuelle ting lokaludvalget arbejder med