

MOTIVATION.SE

BOKSAMMANFATTNING

MOTIVATION.SE

#Twitterboken - smarta tips från första kvittret till att flyga fritt

En grundläggande manual såväl som affärstips kring hur du får ut det bästa av twitter. Innehåller essutom exempeltweets och hjälp för att tänka strategiskt i ditt Twitter-användande.

Av Sophia Sundberg

Innehållsförteckning

Om författaren	3
Twitter betyder interaktion	3
Varför ska du använda Twitter?	4
Hur får jag fler retweets?	4
Fakta om Twitterfunktioner	5
Exempeltweets	5
Sammanfattning	6

#Twitterboken - smarta tips från första kvittret till att flyga fritt

En grundläggande manual såväl som affärstips kring hur du får ut det bästa av twitter. Innehåller essutom exempeltweets och hjälp för att tänka strategiskt i ditt Twitter-användande.

Av Sophia Sundberg

Om författaren

Sophia Sundberg föreläser och håller utbildningar kring hur du ska få största möjliga nytta av Twitter. Hon utsågs till Årets Affärsnätverkare 2009 för region Stockholm och Uppsala och nominerades till Stora Talarpriset 2012.

Twitter betyder interaktion

Det viktigaste, anser Sophia, för att få ut det mesta av Twitter är att använda mediet för interaktion. Andra sociala medier, som Facebook eller Instagram, används ofta som envägskommunikation. En bild eller en textsnutt får många gilla-tecken men ofta med väldigt lite interaktion. För att få ut det mesta av Twitter är det tvärtom interaktionen som bör vara i fokus för att få ut det mesta av mediet. Du kan på twitter tala direkt med kända såväl som okända människor. Till skillnad från till exempel Facebook behöver du inte fått ett godkännande av personen du vill följa - du väljer att följa och kan interagera med vem du vill. Vissa kändisar svarar dessutom på varenda meddelande du skickar eftersom de sett styrkan och fördelarna med att interagera. Visst, du kan vara passiv och använda twitter till att bara följa andra utan att själv skriva så mycket. Men om du börjar interagera får du ut så mycket mer.

Twitter hjälper dig då även att hitta andra som du kanske vill följa och genom att använda rätt sorts taggar kan du tala, och bli hörd av, rätt personer. För att lyckas med det krävs ett annat tänk än i andra sociala medier - du måste bli mer personlig. Det betyder inte att du måste bli privat, det väljer du själv, men du behöver bli personlig för att människor ska våga börja interagera med dig. Ställer du dig i mitten av festlokalen och basunerar ut budskap kanske några lyssnar på dig, men väldigt få kommer att våga samtala med dig. Så fungerar Twitter. Och det gör att du kan göra affärer, marknadsföra, lyckas med PR etc om du väljer att börja interagera istället för att basunera.



Varför ska du använda Twitter?

Olika kanalerna i sociala medier är bra på olika sätt. På Facebook kan du ha max 5000 vänner. Det innebär att du som mest kan nå ut till 5000 när du gör en statusuppdatering. Dessutom till dem som redan känner dig eller i alla fall vet vem du är. Facebook har också börjat med att välja i flödet vilka statusuppdateringar som du får se eller inte. Som exempel så prioriteras en statusuppdatering med bild mer, än utan. Du kan också öppna din profil så att andra kan prenumerera på dig och på det du skriver (fast det kräver ju att dessa människor vet om dig och att du finns, annars kan de ju inte vara intresserade). Du kan också styra vilka inlägg som vilka ska kunna se och så vidare.

Men Facebook är fortfarande "begränsat". Samma sak är det på LinkedIn.

På Twitter kan du använda 140 tecken i ett inlägg, en tweet. Det är ju väldigt få tecken, så det gäller att gå rakt på pudelns kärna och vara konkret och precis. Att då få ROE, Return on Engagement, är genast mycket enklare. De som läser det du skriver och finner det intressant kan mycket enkelt skicka det vidare i sitt eget nätverk på Twitter. De gör en s.k. Retweet, en återtwitching av mitt inlägg. Enligt senaste undersökningen från Social Bakers framkommer att mediabranschen får 400 % bättre effekt på Twitter än på Facebook.

Hur får jag fler retweets?

Många strävar efter att få sina tweets att nå så långt ut som möjligt. Det är svårt att veta om ett tweet kommer att spridas eller inte men Sophia listar ett antal taktiska tips för att lyckas. Tänk på att ju mer generös du är mot andra, desto mer generösa kommer de att vara tillbaka mot dig. Här kommer några av tipsen:

- Humor. Kan du föra fram ditt budskap med glimten i ögat, men med bibehållen professionalism, så gör det.
- Ilska. Fast här får du fundera vilken typ av ton det är du vill ha och hur du vill uppfattas.
- Varningar. När det är något som hänt, som en gasläcka, problem med dricksvattnet och så vidare. Det vill många sprida vidare.
- Om du skriver om någon annan: Ha med personens alias som börjar på "@" så att de ser och noterar att du skriver om personen.
- Om du är på en föreläsning: bifoga en bild på föreläsaren.
- Om du skriver ett inlägg om någon och vet att personen använder en särskild hashtag; använd den i ditt tweet.
- När det finns något som många kommer att instämna i. Ofta gör man en retweet för att visa att man håller med något och vill hjälpa till att sprida detta vidare.

Fakta om Twitterfunktioner

Boken lyfter fram ett antal viktiga detaljer kring hur funktioner på Twitter fungerar. Även om antal tecken är begränsat till 140 tecken är det i praktiken 120 tecken du kan använda. För lägger du till en länk eller bild så tar det 20 tecken (oavsett hur lång länken är, Twitter förkortar automatiskt). Och ännu kortare utrymme får du om du lägger till vart du befinner dig geografiskt eller retweetar (vidarebefordrar ett tweet i ditt eget flöde).

Max antal tweets per dag är 1000 men även andra begränsningar finns om du skickar för många tweets på kort tid. Twitter meddelar då att du tillfälligt är avstängd utan information om när du får möjlighet att fortsätta att twittra. De 3200 senaste inläggen sparas men längre historik är så sparas inte.

Exempeltweets

I boken visas ett antal framgångsrika exempeltweets. Dessa tweets kommenteras av författaren för att visa på hur Twitter har använts och i vilket syfte.

Exempel Hotell Scandic



Författarens kommentar:

Här är ett exempel på hur Scandic använder Twitter på ett uppsökande sätt. @HannesHervieu skrev i sin originaltweet och letade boende och Scandic går in och svarar. Fantastiskt bra sätt att använda Twitter, visa att de finns, få @HannesHervieu att känna sig väldigt välkommen, och på så sätt hitta nya kunder och definitivt stärka sitt varumärke på vägen.

Sammanfattning

Boken är uppdelad i tre delar. Den första delen visar hur du ska använda Twitter för att få ut det mesta av mediet. Det spänner såväl över det stora perspektivet som konkreta tips kring hur du ska tänka kring Twitter om du sätter upp ett evenemang, hur du ska tänka som småföretagare eller hur du får nytta av det i vardagen. Exempel på hashtags och statistik kring olika sorts användande ger en helhetsbild av användandet.

Den andra delen innehåller exempeltweets och visar såväl kända som okända människors tweets och hur de har fungerat.

Den sista delen är en konkret manual. För dig som ännu inte startat ett konto beskriver boken hur du steg för steg går till väga.

Boken är utgiven av TUK förlag