

# Mini-Guide til Instagram

## - En guide til brug i afdelingerne

Denne guide giver et indblik i Instagram som medie og vil komme ind på, hvorfor og hvordan I kan bruge Instagram. Der vil også være eksempler på opslag udarbejdet efter DUI-LEG og VIRKE's content temaer / kommunikationsemner.

Vi anbefaler, at hver afdeling laver en Instagramkonto, hvor I kan dele de gode historier fra jeres afdeling med jeres følgere / vores målgruppe. I kan med fordel udpege én i afdelingen, der er ansvarlig for, at denne side opdateres regelmæssigt (mange unge vil elske denne opgave).

Ved at følge denne guide kan du, som frivillig, ude i afdelingerne, effektivt bruge Instagram til at styrke jeres kommunikation og engagement, hvilket vil bidrage til en livlig og aktiv forening.

## Instagram

Instagram er et visuelt socialt medie, hvor brugere kan dele billeder og videoer samt interagere med hinanden. Det er en ideel platform for foreninger som DUI-LEG og VIRKE til at fremvise aktiviteter, engagere medlemmer og tiltrække nye følgere gennem visuelt indhold. På Instagram fanger vi især den yngre målgruppe, som langsomt bevæger sig mere væk fra Facebook og bruger Instagram som deres primære medie.

### Hvordan opretter man en Instagram-konto?

#### 1. Opret en Instagram-konto:

- Udfyld oplysningerne efter denne guide, så vi kan skabe genkendelighed på tværs af DUI-LEG og VIRKE:
  - Udfyld brugernavn med: "duilegogvirke**afdeling**".
  - Udfyld navn med: "DUI\_ **Afdeling**".
  - Vælg et password og brug afdelingens DUI-mail/telefonnummer.
  - Udfyld en fiktiv fødselsdagsdato.
  - Udfyld beskrivelse (Kaldes bio på Instagram) \*I har max 150 tegn:

*Velkommen til DUI-Afdeling!*

*Vi er en del af en landsdækkende organisation for børn, unge og familier, med fokus på fællesskabet i sjove aktiviteter.*

- Udfyld afdelingsspecifikke kontaktoplysninger og link til DUIs hjemmeside.

## **2. Upload profilbillede:**

- Brug det hvide DUI-LEG og VIRKE logo med navnet på jeres afdeling som profilbillede. I kan finde profilbilledet for jeres afdeling [her](#) på DUI123.

## **3. Indsæt link i bio:**

- Gå til din profil, tryk på "Rediger profil.", under feltet "links" trykker du på "tilføj links" og derefter på "+ tilføj eksternt link", her kan du indsætte det link du vil dele, samt give linket en kortere titel. Gem dine ændringer, og linket vil nu være tilgængeligt for dine følgere.

## **Hvordan bruger man Instagram?**

### **1. Post regelmæssigt:**

- Del indhold jævnligt (f.eks. 2-4 gange om ugen) for at holde følgere engagerede.
- Det mest optimale tidspunkt at poste på er alle hverdage mellem kl. 09-14. Morgener eller middagstid, hvor folk holder pause, fungerer godt, og især tirsdag, onsdag og torsdag er gode dage.
- Variér mellem billeder, videoer, "Reels" og "stories" for at gøre indholdet interessant. Der kan ligges nye billeder og videoer op 1-2 gange om ugen. Hvor I med "stories" kan ligge flere op i træk, da de kun ligger der i 24 timer ad gangen. Dermed kan disse laves hyppigere.

### **2. Brug Instagram Stories:**

- Del øjebliksbilleder og korte videoer fra aktiviteter og begivenheder. Stories er en god måde at vise "behind-the-scenes" indhold og opdatere følgere hurtigt.
- Overvej at lave afstemninger eller spørgsmål i Stories for at opfordre til interaktion.

### **3. Opret Instagram Reels:**

- Del korte, kreative videoer, der kan være underholdende og informative. Det kan være lejrtips, sjove øjeblikke fra aktiviteter eller medlemsinterviews.

#### **4. Brug relevante hashtags:**

- Inkludér hashtags (#) relateret til jeres aktiviteter. Det kan være nogle faste hashtags, der bruges ved hvert opslag, f.eks.: #duilegogvirke #fællesskabmedborgerskabogleg og nogle yderligere, der er specifikke for opslaget, f.eks.: #lejr #udeliv #madoverbål. Dette gør, at I når ud til en bredere målgruppe. Det er vigtigt at hashtagene skrives med småt og som ét ord, ellers fungerer de ikke. Der er flere eksempler og forslag til relevante hashtags [her](#).

#### **5. Inkludér altid mindst 1 CTA (call to action) + link i bio:**

- Da man ikke kan indsætte direkte links i teksten på Instagram opslag, bruger man en "CTA", som er en direkte opfordring der anmoder læseren om en aktiv handling. Denne CTA er typisk noget i stil med "Læs mere via link i bio", som henviser til din profils "bio" som er det lille tekstfelt på din profilside, hvor du kan beskrive dig selv eller din virksomhed. Der kan indsættes flere links i bio på en gang.

#### **6. Tilføj Keyphrases i bunden af teksten:**

- Skriv Keyphrases i bunden af jeres Instagram opslag, da de gør, at vi når bredere ud til vores målgruppe. Det kan være små sætninger, der formidler fællesskab, engagement og sjove aktiviteter, f.eks.: | Plads til alle | Frivillighed og leg | Efterårsaktiviteter |. Find flere eksempler på Keyphrases [her](#).

#### **7. Planlæg opslag:**

- Hvis I laver jeres Instagramprofil til en virksomhedsprofil kan I planlægge jeres opslag på forhånd. Dette sikrer, at der altid er indhold tilgængeligt, selv når der er travlt. I kan på denne måde planlægge og oprette flere opslag på en gang, som Instagram automatisk deler, så I ikke skal opdatere siderne lige så hyppigt.
  - *Lav din profil til en virksomhedsprofil:* Inde på profilen - tryk i højre hjørne på de 3 streger, vælg "Kontotype og -

værktøjer", vælg "Skift til professionel konto", vælg kategori: "NGO".

## Sådan laver du et opslag

Et godt Instagram opslag bør bestå af 5 dele, uanset om det er et opslag med 1 billede, en karrusel (et opslag med flere billeder) eller en reel (en video).

- **Den gode overskrift**

- Overskriften skal være kort og fængende og hurtigt fange opmærksomheden. Leg gerne med billedsprog, tal, brug af guide, "How to's" og "gå ikke glip af" følelser.
  - Eks. "Vores guide til den ultimative efterårsferie", "7 fede grunde til at være medlem i DUI-LEG og VIRKE" eller "Har du endnu ikke tilmeldt dig vores aktivitetsfestival? - så skynd dig ind og meld dig til".

- **En eller flere CTA's**

- Disse bør være direkte, inspirerende og altid opfordre til handling. Brug et inviterende sprog, som skaber lyst til at deltage eller lære mere. Brug "link i bio" i opslag, og direkte CTA i Stories/Reels.
  - Eks. "Kom med os til næste event" eller "Læs mere og meld dig ind via link i bio".

- **Hashtags**

- Brug 6-15 hashtags for at nå en bredere målgruppe og engagere dem, der søger efter specifikke emner. Udvælg hashtags, der er relevante og lav gerne en blanding af faste hashtags, generelle hashtags og nichehashtags. Placér dem i opslagsteksten som det sidste afsnit.
- \*Det er vigtigt at huske **ALDRIG** at indsætte de samme hashtags på alle opslagene, hvis de ikke er forskellige, kan algoritmen tro man er en robot og vil blokere rækkevidden på ens opslag.
  - Eks. Faste = #duilegogvirke #dui**afdeling** #pladstilalle.  
Generelle = #børneaktiviteter #familietid  
#fællesskabmedborgerskabogleg.  
Niche = #fællesskabforalle #frivilligiduilegogvirke  
#børnsrettileg

- **Keywords og Keyphrases**

- De er med til at styrke genkendelsen af DUI-LEG og VIRKE som et brand. Fokusér på ord og sætninger, der formidler vores

kerneverdier: fællesskab, medborgerskab og leg. Tænk på keywords som den røde tråd, der hjælper læseren med hurtigt at forstå organisationens fokus. Keyphrases bør laves så specifikke som muligt og skal tænkes som SEO-sætninger

(Søgeordsoptimering – altså de ting man vil søge efter på google).

- Inkluder kun relevante keywords og placér dem i opslagsteksten, hvor det giver mening. Keyphrases placeres i det andet sidste afsnit i opslagsteksten.
  - Eks. Keywords = “Plads til alle” og “Frivillighed og leg.”  
Keyphrases = Efterårsferieaktiviteter i X | DUI-LEG og VIRKE | Børne-, unge-, og familieorganisation | Ferieguide til efteråret

- **Emojis**

- Brug flere, farverige emojis til at tiltrække opmærksomhed og skab luft i teksten.
  - Eks. 🌈 ✨ 😊 👍 💬

## Eksempler

Herunder kan I se eksempler på nogle Instagram opslag, der ligger på DUI-LEG og VIRKEs hovedprofil. I kan se nærmere på dem inde på Instagram kontoen: duilegogvirke.

## Instagram opslag eksempel (12.10.24):



**duilegogvirke** ...

**duilegogvirke** **KALDER ALLE BARNLIGE SJÆLE!** **Overskrift**

DUI-Nykøbing Mors holder et kæmpe indendørs legeland. Kom og vær med til to dage fyldt med sjov! I kan glæde jer til hoppeborg, bolsjefremstilling, klovneborg, rodeoty og som noget nyt: elastikspring og el-biler 🚗 **Emojis**

📅 Sæt kryds i kalenderen allerede nu! **CTA**  
Torsdag den 17. oktober 2024 kl. 12:00-18:00  
Fredag den 18. oktober 2024 kl. 10:00-16:00

📍 Nykøbing Hallen  
🏷️ 70 kr. for børn og 25 kr. for voksne

Hallen er fyldt med aktiviteter, så tag familie og venner med. Der er plads til alle, som har lyst til en sjov efterårsferie 🍂 **Keywords**

...

Tre ting man skal i Nykøbing Mors | Aktiviteter man skal opleve | Fællesskab for børn og unge | Kvalitetstid med familien **Keyphrases**

#duilegogvirke #pladstilalle #fælleskab #leg #venskab #børnogunge #aktiviteter #efterårsferie #duinykøbingmors **Hashtags**  
Edited · 1w

**Visuelt:**  
**4:5 format**  
**Aktivitetfokus**

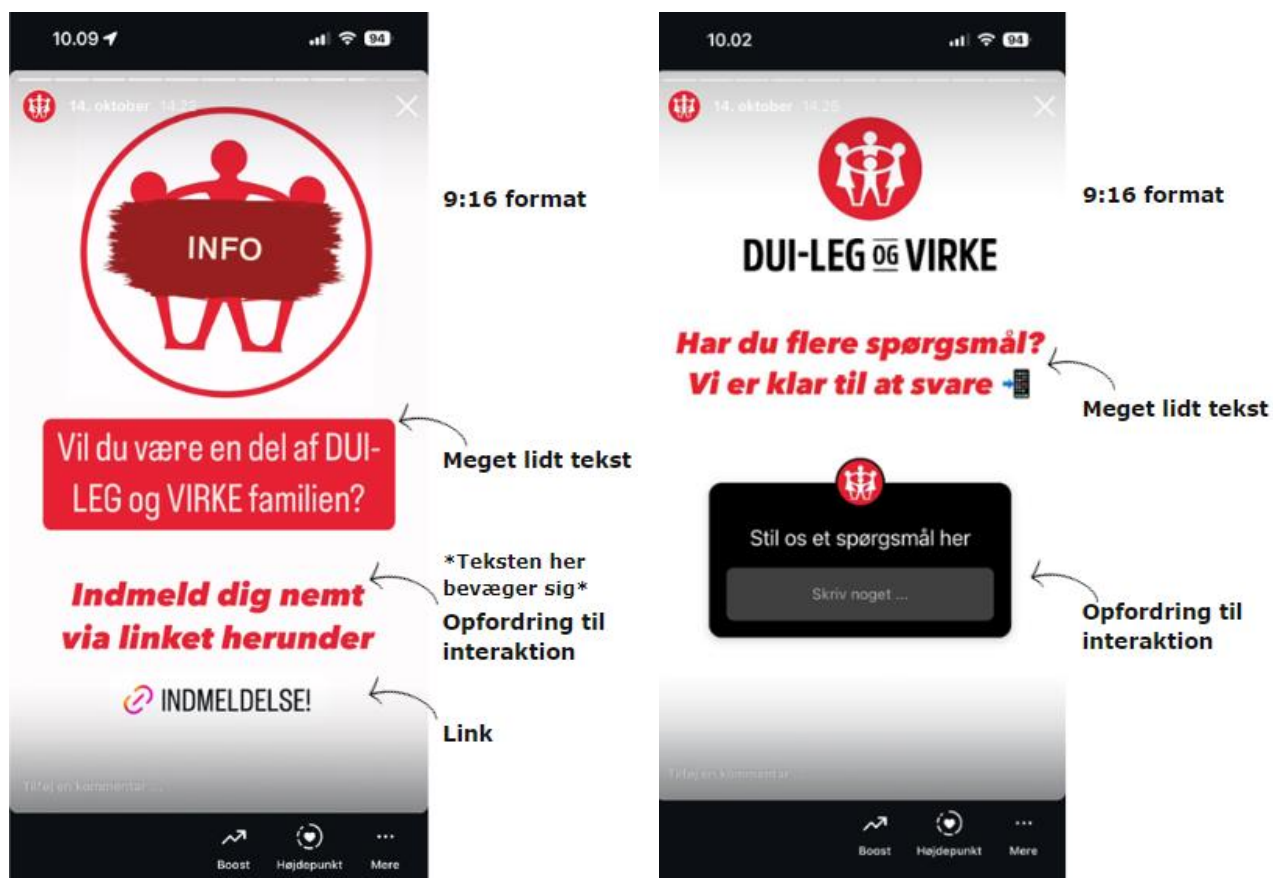
View insights **Boost post**

📍🔍📌

👍 Liked by lisbeth.henriksen60 and 13 others  
October 12

🗨️ Add a comment... **Post**

## Instagram Storys eksempel (14.10.24):



Disse stories var en del af en story serie med en masse informationer om DUI-LEG og VIRKE.

## Instagram Reel eksempel (23.10.24):

**3 Kerneelementer hos DUI-LEG og VIRKE**

**duilegogvirke**

**Overskrift**

**Keywords**

**Emojis**

**CTA**

**Keyphrases**

**Hashtags**

**Visuelt:**  
9:16 format  
Spændende men simpelt

View insights [Boost reel](#)

Liked by [lisbeth.henriksen60](#) and 7 others  
19 hours ago

Add a comment... [Post](#)

Dette er en video, så indholdet bevæger sig (både figurer og tekst). Den har 3 Billede/tekstfaser, udover den viste, der hver forklarer de 3 kerneelementer.



## 7 vigtige ting at huske på Instagram:

- **Vær konsekvent med både tone og stil** – det skaber genkendelighed. DUI-LEG og VIRKE's stemme som organisationen er: Imødekommende, smilende, positiv og familieorienteret.
- **Visuel kvalitet er vigtig** - sørg for at både billeder, videoer og grafikker står skarpt og er i høj opløsning. Tænk gerne over at vælge billeder/videoer, der fortæller en historie om det jeres opslag omhandler.
- **Tilføj keywords og keyphrases i teksterne** - Keywords er nøgleord/keyphrases er nøglesætninger, der bruges til at beskrive indholdet i jeres opslag, så I nemmere kan blive fundet af vores målgruppe. Ved at bruge relevante keywords og keyphrases, hjælper I med at forbedre jeres synlighed og placering i søgemaskiner og på sociale medier.
- **Emojis er visuelle venner** - I kan med fordel inkludere emojis i jeres opslag, for at give teksten mere liv. Emojis fanger øjet med de forskellige farver og sjove elementer. Vælg emojis, der passer til den tekst I skriver.
- **Opfordre til handling (CTA'er)** – få folk til at engagere sig med jeres opslag. Det kan f.eks. være en simpel tekst, som tydeligt fortæller, hvad I ønsker, de skal gøre, f.eks. "Tilmeld dig", eller "Læs mere via link i bio". Engagement = kommentarer, likes, delinger eller besøg via Instagrams link i bio til hjemmesiden.
- **Instagram er en tovejskommunikation** - så interager gerne med jeres følgere. Svar på kommentarer og beskeder for at vise, at I værdsætter deres engagement. Dette skaber yderligere en følelse af fællesskab. I kan også lægge op til samtaler ved at stille spørgsmål i opslagene.
- **Hold øje med engagement** (hvilke opslag får mest respons) - på den måde kan I se hvilken type af opslag, som lige præcis jeres følgere godt kan lide, og I kan med god grund lave flere af den slags.

*\*Hvis I har brug for hjælp til jeres sociale medier eller har spørgsmål kan I kontakte os på Sekretariatet.*