

We
Lead



WOMEN IN
TOURISM,
HOSPITALITY
& LEISURE

LEIÐARVÍSIR UM

NETHERFERÐIR

Að efla sjálfbæra
ferðapjónustu

 Co-funded by
the European Union



Að efla sjálfbæra ferðaþjónustu og hvetja ferðamenn til að taka sjálfbærar ákvarðanir

Þessi leiðarvísir um netherferðir er ætlaður konum sem starfa í ferðaþjónustu, litlum og meðalstórum fyrirtækjum og öðrum aðilum í ferðaþjónustu sem vilja efla sjálfbæra ferðaþjónustu með markvissri og grípandi netherferð, þar sem Instagram og viðeigandi myllumerki yrðu notuð.



Þennan leiðarvísi er heppilegt að lesa með leiðbeinindahandbók We Lead. Báðum bæklingum er ætlað að hvetja til góðra verka og kortleggja mikilvægi hagsmunabaráttu sem tengist eflingu kvenleiðtoga, sjálfbærni og loftslagsaðgerðum/mótvægisáðgerðum innan ferðaþjónustunnar.

Þessi leiðarvísir um netherferðir á að vera innblástur fyrir mögulegar stafrænar herferðir og þær mismunandi aðferðir sem aðilar ferðaþjónustunnar og hagsmunaaðilar geta notað til að vekja athygli á og hefja samtál um mikilvægi sjálfbærni og þess að takmarka neikvæð áhrif ferðamennsku á loftslagið. Þar með taldar ábendingar og ráð til að auka áhuga markhóps þíns á þinni herferð og tillögur að hvers konar efni sem þú getur búið til fyrir Instagram og/eða aðrar samfélagsmiðla.

We Lead hvetur þig til að nýta aðferðirnar í þessum leiðarvísi og fara af stað með herferðir sem skapar öflugt og styðjandi netsamfélag sem eflir sjálfbærniaðgerðir í ferðaþjónustu.

Með áhrifaríkum efnistöfum, gagnvirku efni og áhrifaríkum stafrænum aðferðum geturðu knúið fram mikilvægar breytingar og verið innblástur fyrir næstu kynslóð kvenleiðtoga!

Stafræn herferð samanstendur af þremur lykilþáttum:

01

Efnisvinnsla

Þróaðu áhrifaríkt efni, þar á meðal texta, myndbönd og grafík. Vertu meðvituð um myndirnar og myndatextana sem þú notar til að fanga athygli fólks og koma skilaboðum þínum á framfæri.

02

Gagnvirkar aðferðir

Samþættu gagnvirkar aðferðir til að auka þátttöku fólks. Nýttu þér tól á samfélagsmiðlum á borð við skoðanakannanir, spyrðu spurninga og hvettu fólk til að deila eða búa til eigin færslur með sérstökum myllumerkjum.

03

Stafrænt læsi

Notaðu stafræn tól og greiningar til að tryggja árangursríka herferðastjórnun. Fylgdust með alla herferðina hvað virkar og hvað ekki. Er fólk virkast á einhverjum ákveðnum tíma dags? Er það að bregðast betur við einum þætti herferðarinnar en öðrum? Nýttu þér þessar upplýsingar til að gera herferðina betri.



Efnisvinnsla



Vikuleg þemu

Leggðu áherslu á mismunandi þætti starfseminnar í hverri viku. Þetta snýst um stóru söguna sem þú vilt koma til skila með herferðinni. Skapaðu þemu í gegnum alla herferðina til að undirstrika skilaboðin sem þú vilt koma á framfæri. Vertu viss um að þemun sem þú velur séu sniðin að þínum markhópi og þjóni vel sögunum og gildunum sem þú vilt koma á framfæri.



1. vika

Kynning á fyrirtækinu, sjálfbærum starfsháttum og gildum.

2. vika

Hvernig ferðamenn geta tekið sjálfbærar ákvarðanir á ferðalögum og af hverju það skiptir máli.

3. vika

Sérstakar kynningar og/eða tímabundin tilboð.

4. vika

Litið bak við tjöldin á vörurnar/þjónustuna sem þú selur og hvernig þú samþættir sjálfbæra starfshætti inn í starfsemina.



Færslur

Notaðu mismunandi aðferðir á samfélagsmiðlum til að birta færslur. En vertu klók með það hvernig þú notar allar þessar aðferðir, þar sem fólk notar mismunandi hluta miðlanna á mismunandi hátt. Þú þarft ekki að búa til splunkunýjar hugmyndir fyrir hvern hluta, en þú þarft að taka tillit til hvaða aðferð þú ert að nota þegar kemur að því hvernig þú kemur upplýsingum á framfæri. Hér eru nokkur ráð um hvernig þú getur matreitt efni á mismunandi hátt fyrir mismunandi hluta Instagram.



Sögur

Daglegar Instagramsögur sem sýna þjónustuna sem þú veitir, samskipti við viðskiptavini og daglegan rekstur.

Færslur á eigin vegg

Vandaðar myndir og myndaseríur sem sýna þjónustu þína, teymi og ánægða viðskiptavini.

Myndbönd

Lengri myndbönd sem veita dýpri innsýn í fyrirtækið, til dæmis gildin þín eða viðtöl við stofnendur.

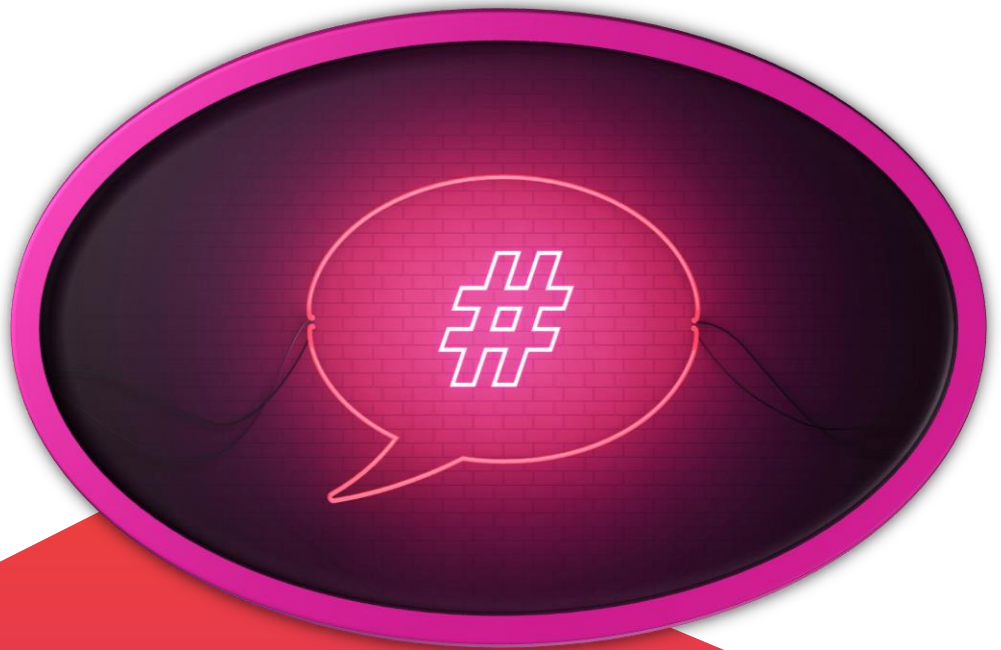
Myndskeið

Stutt, grípandi myndbönd sem leggja áherslu á lykilatriði í fyrirtækinu, sjálfbært vinnulag, sértíloboð og reynslusögur viðskiptavina



Myllumerki

Notkun myllumerkja við færslur er frábær leið til að ná til hugsanlegra markhópa og ná athygli þeirra sem kynnu að hafa áhuga. Dæmi um myllumerki sem þú getur notað:



#VerslaðuHeima

#SjálfbærFerðamennska

#UmhverfisTúrismi

#Hægferðir

#Gæðaferðir



Gagnvirkar aðferðir

Vertu skapandi í herferðinni og virkjaðu fólk til að bregðast við efninu!



Spurningakeppnir

Búðu til Instagramsögur með gagnvirkum spurningakeppnum um sjálfbærni ykkar, loftslagsaðgerðir og þjónustuna ykkar.

Kannanir

Notaðu Instagramkannanir til að fá álit viðskiptavina á vörum, óskir sem og hugmyndir.

Upplýsingamyndir

Deildu sjónrænt sterkum upplýsingamyndum sem varpa ljósi á kosti vöru ykkar og þjónustu, ánægju viðskiptavina og sjálfbærniárangur fyrirtækisins.

Stafræn hæfni



Þú getur notað nokkur mismunandi verkfæri sem hjálpartæki við að halda utan um stafrænar herferðir.



Utanumhald samfélagsmiðla

Notaðu tól eins og [Hootsuite](#) eða [Buffer](#) til að tímasetja færslur og greina árangur.

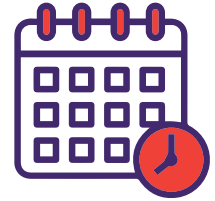
Efnisvinnslutól

Notaðu tól eins og [Canva](#) eða [Visme](#) til að hanna grafík og upplýsingamyndir.

Greiningar

Fylgstu með þátttöku og árangri með því að nota [Instagram Insights](#) og [Google Analytics](#).

Tímalína herferðar



Áður en herferð hefst er mikilvægt að vera búin að skipuleggja hana fyrirfram og eiga efni sem er tilbúið til birtingar.

Þetta mun hjálpa herferðinni að halda dampi og koma í veg fyrir að hún koðni niður á miðri leið.

01

Forherferð:

1.-2. vika:

Skipulegðu og skapaðu efni. Settu upp reikninga á samfélagsmiðlum og tímasettu fyrstu færslurnar.

02

Herferð ýtt úr vör:

3.-4. vika :

Byrjaðu að birta efni í takt við vikuleg þemu og hafðu samband við fylgjendur í gegnum athugasemdakerfi og skilaboð.

03

Mið herferð:

5.-6. vika :

Notaðu gagnvirk tól á borð við spurningakeppnir og kannanir.

7.-8. vika :

Deildu efni sem fylgjendur hafa skapað og velgengnissögum.

04

Eftir herferð:

9.-10. vika:

Greindu gögn og safnaðu saman endurgjöf. Endaðu á því að deila samantekt um áhrif herferðarinnar og þakkaðu þeim sem tóku þátt.

Dæmi um færslur



Færsla
01

Fyrirtækjakynning

Mynd:
Búðin þín eða hópmýnd af starfsfólki.

Myndatexti:
„Velkomin/n í [nafn fyrirtækis]! Við hlökkum til að deila ferðalagi okkar með þér. #SustainableTravel #SlowTourism“

Færsla
02

Vitnisburður viðskiptavina

Myndasería:
Myndir sem sýna ánægða viðskiptavini í ferðum á ykkar vegum eða að nota þjónustu fyrirtækisins

Myndatexti:
„Viðskiptavinirnir eru okkar helstu stuðningsmenn! [Nafn viðskiptavinar] hefur þetta að segja um [vöru/þjónustu]. #TravelGood #EcoTourism“

Færsla
03

Á bak við tjöldin

Instagramsaga:
„Hefurðu einhvern tíma velt fyrir þér hvernig [nafn ferðarinnar] lítur út? Sjáðu töfrana! #YourBusinessName #BehindTheScenes“

Færsla
04

Sértilboð

Mynd:
Kynningarmynd.

Myndatexti:
„Ekki missa af þessu tilboði! Fáðu [prósenta] % afslátt af [vöru/þjónustu]. Notaðu kóðann [kóði] við kassann. #ShopLocal #YourBusinessName“



welead.eu

This license enables reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use. CC BY includes the following elements: BY: credit must be given to the creator.



Þetta verkefni hefur hlotið styrk frá framkvæmdastjórn Evrópusambandsins. Höfundarnir bera alla ábyrgð á þessari útgáfu (samskiptum) og framkvæmdastjórnin tekur enga ábyrgð á hvernig upplýsingarnar hér eru notaðar.

