

SoMe – så simpelt er det heller ikke...

Sociale medier – populært kaldet SoMe – er afgørende for virksomheders kontakt med både nuværende og fremtidige kunder. Men er møbelbranchen kommet godt fra start?

Årets møbelseminar havde sociale medier på dagsordenen.

Kasper Iversen fra Social Works fortalte om vigtigheden af at lave en strategi. Virksomheden arbejder med at påvirke influenter, og der skal arbejdes systematisk hermed: "Man får ikke bare 50.000 følgere. Det kræver en strategi samt et målrettet arbejde med indholdet på de enkelte platforme. Man skal kende sit mål og vide præcist, hvilket image, man vil opbygge," forklarede Kasper Iversen.

Han fortalte blandt andet om styrkerne ved Instagram, hvor der er masser af respons fra forbrugerne og en mulighed for at skabe dedikeret organisk vækst, hvis man arbejder med de rette hashtags. Samtidig er det vigtigt at få alle sine SoMe-platforme til at spille sammen samt at følge med i sine egne statistikker, hvor man kan få et skarpt billede af udviklingen og de resultater, man skaber.

Kasper Iversens budskab var klart:

"De virksomheder, der ikke kommer med på de sociale medier, kommer til at tabe, fordi de ikke er der, hvor forbrugerne er."

Maja Bøgh Vindbjerg fra Nur Design fortalte, hvordan hun selv har skabt succes på Instagram. Hun startede på mediet i februar 2014 og et år efter havde hun 13.000 følgere. Herefter valgte hun at ændre sin danske profiltæst til engelsk, og det gav et boost, så hun i dag er oppe på 43.000 følgere, som ser, hver gang hun lægger billeder op af sit enkle nordiske design.

Designeren fortalte om sine erfaringer:

- Nur Design Studio har fra starten kørt et meget stramt koncept på Instagram med en klar visuel plan.
- Det gælder om at skabe en god historie, som folk kan lide at høre om og følge med i.
- Maja Bøgh Vindbjerg deler billeder 3-4 gange ugentligt. I starten var det meget oftere.
- Hun har været meget opmærksom på at synliggøre sine SoMe-kanaler – bl.a. via fysiske visitkort.

...og gav et par gode råd:

#Konsekvens. Vær konsekvent og følg kun de personer og brands, som giver mening og er relevante for din egen virksomhed.

#Indlevelse. Instagram kræver indlevelse og engagement – det er vigtigt, at man hele tiden følger med og er på.

Jens Hamborg Koefoed fra Vocast fortalte herefter, hvordan medie billedet har ændret sig. Det er ikke længere journalister, som kontrollerer, hvad vi læser, ser og hører. Sociale medier har skabt en hel ny scene, hvor man kan komme til orde mange steder – men også er tvunget til at være synlig på mange kanaler. Man skal nå sine målgrupper via traditionelle pressekanaler, sociale medier, bloggere etc., så vejen til forbrugerens opmærksomhed er meget mere fragmenteret end tidligere. Til gengæld er der også mulighed for at komme rigtig langt ud både nationalt og internationalt.

Møbelseminar

Hvert år står Lifestyle & Design Cluster bag et møbelseminar, der har som formål at udvikle branchen via dialog og videndeling.

Læs programmet for 2016-seminaret her: <http://com.ldcluster.dk/wp-content/uploads/sites/4/2016/10/Invitation-til-m%C3%B8belseminar-301116.pdf>

Læs mere om Lifestyle & Design Cluster på www.ldcluster.com