



Brand Boss

WORKBOOK

-

*Strategi för sociala medier
och personligt varumärke*

SYFTE

Den första delen av din strategi handlar om att reda ut ditt syfte. Att svara på frågan "varför" och hitta dina drivkrafter.

1. Vad är din vision med ditt personliga varumärke? Dröm stort.

2. Vad driver dig? Pengar? Berömmelse? Kreativt skapande? Var ärlig.

3. Beskriv ditt "editorial mission". Vad erbjuder du din publik?

4. Varför vill du satsa på din sociala medie-närvaro? Svara på det och fråga sedan "varför" igen. Fortsätt så tills du kommer till kärnan. En ledtråd? Passion.

MÅL

Att sätta upp mål är ett måste för att komma någonstans. Och om du inte vet var du är på väg, hur ska du då veta om du kommit fram?

**Lista fem mål för det kommande året. Använd dig av SMART-modellen.
(Specifik, Mätbart, Avgränsat, Realistiskt och Tidsatt)**

1

2

3

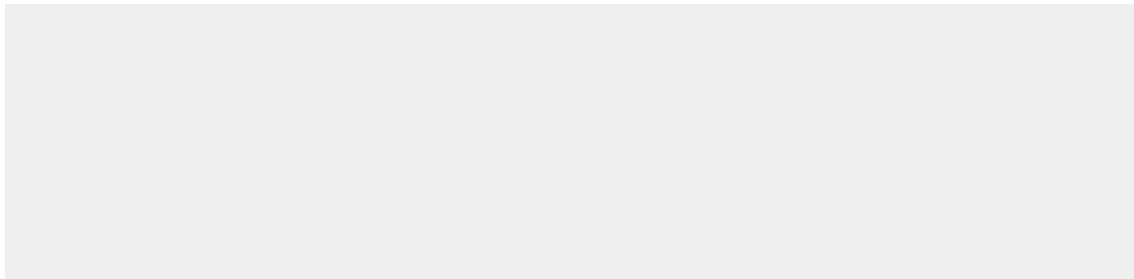
4

5

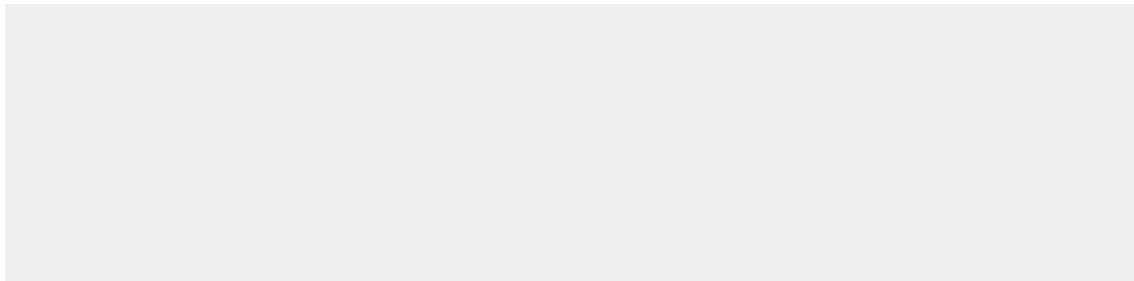
MÅLGRUPP

Att definiera din målgrupp handlar inte bara om vilka som *faktiskt* följer dig på sociala medier utan även om vem du *vill* ska följa dig.

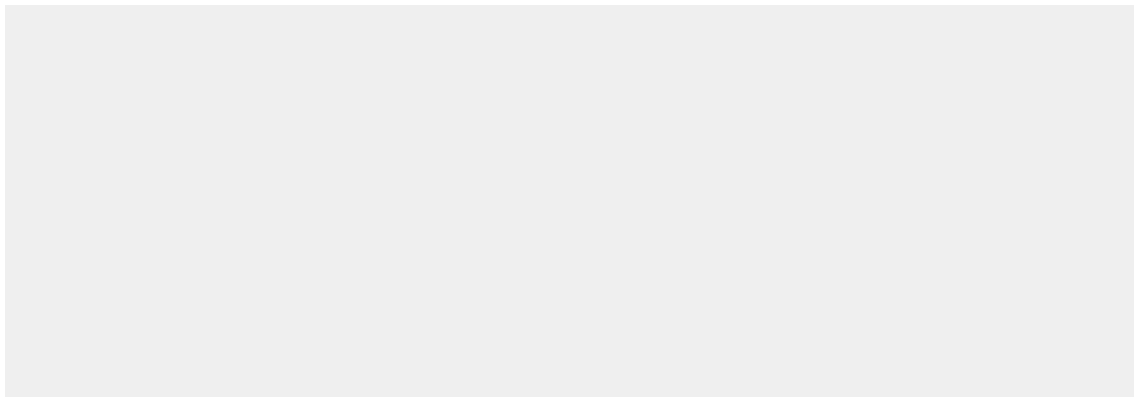
1. Vem läser din blogg? Hur gamla är de? Var bor de? Ta hjälp av Google Analytics och plattformarnas statistikverktyg för att hitta svaren.



2. Stämmer din faktiska målgrupp överens med din önskade målgrupp? Hur skulle din önskade målgrupp skilja sig från den faktiska?



3. Vilka steg skulle du kunna ta för att nå din önskade målgrupp?



NISCH & USP

En nisch är en röd tråd, inte en fyrkantig låda. Läs hela artilen om att nischas här: <https://influencersofsweden.se/sa-nischar-du-dina-kanaler/>

1. Skriv upp de saker du är bra på och har erfarenhet av.

2. Skriv upp de saker som du är intresserad av och brinner för.

3. Skriv upp de erfarenheter och händelser som format dig.

4. Skriv en lista över de personlighetsdrag och egenskaper som är mest utmärkande för dig.

5. Gå nu igenom punkterna ovan och ringa in 3 punkter på varje lista som känns mest unika för dig, eller som gör dig mest uppmärksammad och leta mönster.

INNEHÅLL



Titta på listan från förra sidan om nisch. Ser du några mönster? Hittar du kombinationer av kunskaper, egenskaper och erfarenheter som är intressanta? Brainstorma nu kring ämnen utifrån dina listor.

<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	

KANALSTRATEGI

Vilka sociala medier bör du finnas på och varför? Testa gärna nya sociala kanaler och känn efter om det är något för dig. Men - hellre få kanaler riktigt bra än många kanaler halvbra.

KANAL:

MÅLGRUPP:
TONALITET:
INNEHÅLL:

KANAL:

MÅLGRUPP:
TONALITET:
INNEHÅLL:

KANAL:

MÅLGRUPP:
TONALITET:
INNEHÅLL:

KANAL:

MÅLGRUPP:
TONALITET:
INNEHÅLL:

**Vill du gå ner mer på djupet?
Missa inte våra webbkurser!**

-

<https://influencersofsweden.se/webbkurser/>



**Influencers
of Sweden**