



Europa-  
Kommissionen

# EUROPÆISK UGE FOR ERHVERVSKOMPETENCER



**2018** | Værktøjskasse til sociale medier

**#DiscoverYourTalent**

Beskæftigelse,  
Sociale Anliggender,  
Arbejdsmarkedsfor-  
hold og Inklusion

---

## Om værktøjskassen til sociale medier

Værktøjskassen til sociale medier i forbindelse med kampagnen for den europæiske uge for erhvervskompetencer 2018 er designet til at hjælpe interessenter og partnere med at fremme den europæiske uge for erhvervskompetencer og fordelene ved erhvervsuddannelser i hele Europa.

Værktøjskassen indeholder oplysninger om kommunikationskampagnen for den europæiske uge for erhvervskompetencer og metoder til at deltage via de sociale medier:

- Ved at dele kampagnematerialer via de sociale medier.
- Ved at følge kampagnen på de sociale medier, dele indhold og benytte kampagnens hashtags.
- Tips og tricks til at udgive indhold på Facebook, Twitter osv., herunder færdige opslag og links igennem kampagnematerialet, som du kan bruge og lægge op.
- Tips og tricks til, hvordan du skriver dit eget indhold, og om, hvordan du bruger Facebook Live, Instagram live!
- Ved at sprede den gode nyhed ved arrangementer, herunder tips til live-tweeting.

## Om kampagnen den europæiske uge for erhvervskompetencer

Den europæiske uge for erhvervskompetencer i 2016 og 2017 var vellykkede, og Europa-Kommissionen afholder nu en tredje europæisk uge for erhvervskompetencer for at øge kendskabet til erhvervsuddannelser. Den officielle uge i Wien finder sted fra 5. til 9. november 2018, og der afholdes hundredvis af erhvervsuddannelsesrettede arrangementer i hele Europa fra september til december 2018.

Kampagnen samler uddannelsesudbydere, foreninger, offentlige myndigheder, erhvervsorganisationer og den bredere offentlighed for at profilere erhvervsuddannelser i hele Europa. Kampagnen har til formål at vise de mange muligheder, som erhvervsuddannelser kan give unge og voksne, og den værdi, som erhvervsuddannelser giver samfundsøkonomien og det fremtidige arbejdsmarked og arbejdsstyrkens kompetencer.

### KAMPAGNENS MOTTO OG HASHTAGS

Kampagnens motto er "**Opdag dit talent!**"

Der er to kampagnehashtags. #EUVocationalSkills er målrettet interessenter og oplysningsspredningstjenester, mens #DiscoverYourTalent er målrettet samfundet som helhed. Brug disse hashtags, så vi kan spore relaterede tråde på de sociale medier.

## 6 måder, som du kan deltage på

### 1. DEL KAMPAGNENS MATERIALER

Alle kampagnematerialer til den europæiske uge for erhvervs kompetencer ligger på kampagnens hjemmesider. Det gælder oplysninger om kampagnen, værktøjskasser, online udstilling osv.

Videoer er tilgængelige på Europa-Kommissionens audiovisuelle portal og på Europa-Kommissionens kanal Social Europa på YouTube, Facebook og Twitter, og du er velkommen til at dele, lægge dem ud<sup>1</sup> eller indlejre dem på hjemmesider, i blogopslag eller på kanaler på de sociale medier.

Kan du lide quizzer online?  
Se vores kanaler på de sociale medier, og deltag i quizzerne!

### 2. FØLG OS!

Følg os på nedenstående kanaler på de sociale medier, og bliv en del af samtalen ved at bruge hashtagene #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

Du er velkommen til at dele indholdet af disse kanaler.

**Twitter** @EU\_social og @EuropeanYouthEU

**Facebook** @socialeurope og @EuropeanYouthEU

### 3. UDGIV MATERIALER DE PÅ SOCIALE MEDIER

Vi har udarbejdet nogle færdige opslag, du kan offentliggøre via dine online-kanaler. Du kan tilknytte fotos, infografik, GIF'er og/eller videoer for at gøre dem mere interaktive og interessante.

Eksempel på opslag på de sociale medier

Vi afholder et arrangement i forbindelse med den europæiske uge for erhvervs kompetencer! #DiscoverYourTalent #EUVocationalSkills  
[www.ec.europa.eu/sociale/VocationalSkillsWeek](http://www.ec.europa.eu/sociale/VocationalSkillsWeek)

Så er det tid igen! Find et arrangement i forbindelse med den europæiske uge for erhvervs kompetencer på det interaktive kort #EUVocationalSkills  
[www.ec.europa.eu/sociale/VocationalSkillsWeek](http://www.ec.europa.eu/sociale/VocationalSkillsWeek)

<sup>1</sup> Gå til den video, du gerne vil bruge, og klik på del eller på ikonet; en URL bliver vist, som du kan bruge til at indlejre videoen med.

Vil du skifte karriere? Mulighederne inden for #voksenuddannelse er en god måde at opdatere sine kompetencer på. [www.ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek](http://www.ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek) #DiscoverYourTalent #EUVocationalSkills #adultlearning

Vil du gerne lære mere på jobbet? Overvej en #læreplads! Læs mere om vores arrangement i forbindelse med #EUVocationalSkills-ugen: [Link til oplysninger på arrangementet] #DiscoverYourTalent #apprenticeships

### Tips

- Indsæt links, der skaber trafik på hjemmesiden for den europæiske uge for erhvervskompetencer;
- Indsæt visuelt indhold og/eller videoer i dine tweets for at øge engagementet. Se yderligere vejledning om dette nedenfor;
- Brug Twitter-brugernavne til at nævne andre brugere i dine tweets, du kan tagge dem på dine billeder og interagere med andre ved at svare på deres tweets;
- Sæt tweets i toppen af dit feed om #DiscoverYourTalent-aktiviteter eller -videoer;
- Synes godt om, del og kommentér på opslagene via separate profiler eller din virksomheds eller forenings Facebook-side;
- Deltag i samtaler ved at kommentere eller svare andre brugere på opslag med #EUVocationalSkills og #DiscoverYourTalent;
- Du kan bruge Facebooks planlægningsværktøj til at planlægge fremtidige opslag, så du sikrer regelmæssige kampagneaktiviteter;
- Afhold en Facebook Live-aktivitet. Nedenfor finder du en vejledning i, hvordan du bruger Facebook Live. Du kan også finde flere oplysninger i Facebooks hjælpecenter

### Andre platforme på de sociale medier

Du kan tilpasse reklamematerialet for den europæiske uge for erhvervskompetencer til en lang række sociale medier. Hvis du for eksempel er med i en relevant LinkedIn-gruppe, eller hvis dit land har sin egen populære platform på de sociale medier, er du velkommen til at dele kampagnematerialer og oplysninger om arrangementer der.

## 4. SKAB DIT EGET INDHOLD

I hele kampagneperioden får du en række muligheder for at dele dine oplevelser og få adgang til arrangementer gennem en række platforme på de sociale medier. Det er en god metode til at få budskabet ud og opfordre andre til at finde arrangementerne, så det er vigtigt, at dit indhold er så engagerende som muligt! Det er godt at bruge en kombination af skriftligt og visuelt indhold, hvor det er muligt (der er f.eks. mindre sandsynlighed for, at folk scroller forbi et Facebook-tekstopslag og ignorerer det, hvis der er et iøjnefaldende billede tilknyttet).

Når du skaber dit eget indhold, er det altafgørende, at du konsekvent tagger og bruger de officielle hashtags for at øge opmærksomheden om kampagnen og muligheden for bedre at finde den i søgninger. Tagsene og hastagsene kan bruges både i skriftligt og visuelt indhold, og der står mere nedenfor.

Et andet vigtigt tip er at være kreativ! Tilføjelse af emojis, filtre og live-billeder fra arrangementet er en god måde at blive opdaget på og holde et publikum engageret i løbet af

---

hele ugen. Husk altid at tilpasse dit indhold til omgivelserne (vælg dine emojis med omhu) og få tilladelse fra enkeltpersoner til at figurere på dine fotos og i dit indhold.

### Sådan bruger du visuelt indhold

Gør dine opslag på de sociale medier mere interessante ved at knytte billeder, fotos eller videoer til opslagene. Du kan enten selv lave noget materiale eller bruge vores materialer, som er klar til brug, og som kan downloades på [hjemmesiden](#) for den europæiske uge for erhvervskompetencer.

Materialerne omfatter:

- Visuel identitet
- Der bliver føjet flere reklamevideoer til hjemmesiden, når vi kommer tættere på ugen.

### GIF-filer

En GIF-fil er en kort serie af billedrammer, der vises i rækkefølge, så der dannes et animeret klip. De er gode til at skabe opmærksomhed og kommunikere budskabet. Hvor der er et budskab, er der også mulighed for en GIF!

Der er GIF'er overalt; de er ekstremt populære på de sociale medier og en effektiv metode til at skabe engagement.

GIF'er er ikke kun effektfulde, men også nemme at lave. Der er mange brugervenlige værktøjer online, hvor du kan lave dine egne GIF'er.

[Gifs.com](#) – Det perfekte værktøj til at lave GIF-filer af videoer på YouTube og Instagram.

[Giphy GIF Maker](#) – Med Giphys enkle brugercirkulation kan du lave din egen GIF direkte af videofiler eller YouTube-links.

[Gifmaker.me](#) – Med dette online-værktøj kan du lave GIF-filer af billeder. Du kan tilpasse din GIF ved at ændre lærredets størrelse, antallet af gange GIF'en skal gentages samt hastighed.

Her finder du de bedste GIF-filer, der er lavet på forhånd

Der er mange online GIF-kilder at vælge imellem, og her er nogle af de mest populære.

[Giphy](#) – Giphy har en af de største GIF-samlinger. Søgefunktionen og kategorierne gør det nemt at finde den perfekte GIF.

[Twitter GIF-søgning](#) – Twitters GIF-bibliotek har et væld af animationer at vælge imellem. Søgefunktionen har to af de største lagre af GIF-filer på internettet: Giphy og Riffsy.

### Tips til at tage dine egne fotos

Fotos af mennesker giver liv til tekstindhold og gør det nemt at relatere til det. Her er nogle tips til at tage billeder med mennesker:

- Sørg for, at du har tilladelse til at offentliggøre dine medlemmers fotos, inden du bruger dem;
- Prøv at tage positive billeder af folk, der nyder at lære;
- Giv dit publikum et bedre indblik i din virksomhed eller din organisation ved at dele noget af det, der sker bag kulisserne.

### Tips til optagelse med din smartphone eller tablet

Du kan filme optagelser af dit arrangement med din smartphone eller din tablet og overføre dem til de sociale medier, så flere kan se, hvad der skete ved arrangementet. Her er lidt at skrive sig bag øret:

- Sørg for at holde smartphonen liggende (med den lange kant parallelt med jorden);
- Tryk let på skærmen på det punkt, du vil fokusere på;
- Sørg for, at der optages (en tidskode bliver vist på skærmen);
- Prøv at holde kameraet så stille som muligt;
- Hvis der er mørkt der, hvor du filmer, så tænd for blitzen for at få et bedre billede; Sørg for at vende kameraet mod det, du vil filme;
- Hvis du overfører videoen med Dropbox eller en tjeneste som f.eks. Transfer, er du sikker på, at videoen ikke bliver komprimeret.

### Det kan du tale om, hvis du filmer en meddelelse om et arrangement:

- En taler, der meddeler noget om arrangementet (husk at sige titlen på arrangementet og stedet, hvor det afholdes);
- Tal om, hvordan arrangementet understøtter det at have en erhvervsuddannelse som førsteprioritet;
- Tal om, hvad du forventer at få ud af arrangementet, hvad de håndgribelige fordele er for deltagerne (f.eks. lære nye kompetencer, hvis arrangementet er et kursus, få informationer om relevante kompetencer, der er nødvendige for at få arbejde i en bestemt branche, få oplysninger om tilgængelige ressourcer osv.);
- Inviter folk til at deltage i arrangementet.

### Det kan du filme i løbet af meddelelsen om arrangementet:

- Et nærbillede af en taler på scenen
- Et panoramabillede af folk på scenen
- Gruppearbejde
- Folk, der tager notater
- Folk, der smiler/griner
- Små videoklip af området
- Klip, der er specifikke for placeringen eller aktiviteten

## 5. SEND "LIVE"

Ud over traditionelle og planlagte opslag på de sociale medier er det vigtigt at bruge de muligheder, som værktøjerne på de sociale medier giver, så dine opslag kan være så engagerende som muligt. Især live-streaming er blevet mere populært med brugere på de sociale medier og med flere platforme, der gør det muligt. Det giver ikke kun et tættere forhold til dit publikum, når du giver dem adgang til ting, der sker "bag kulisserne" ved højt profilerede arrangementer, men det er også en god måde at udnytte dit kampagneindhold i realtid på.

### Sådan bruger du Facebook Live

Med Facebook Live kan folk dele live-video med deres følgere og venner. Med denne streamingtjeneste kan alle sende live ved hjælp af deres mobile enhed direkte til deres Facebook News Feed.

Når en live-udsendelse slutter, offentliggøres videoen på Facebook-siden, så de, der gik glip af live-videoen, kan se den senere.

### Sådan sender du live med Facebook Live

Du kan tilgå Facebook Live via Facebook-app på din mobil, som du kan downloade gratis via iTunes eller Google Play.

Før du starter live-udsendelsen, beder Facebook dig om at indtaste en beskrivelse af din udsendelse. Skriv en spændende beskrivelse, som giver dit publikum så mange oplysninger som muligt, så de ved, hvad de kan forvente.

Facebook anbefaler, at man er live i mindst 5 minutter. En udsendelse, der er for kort, giver ikke folk tid nok til at komme ind og se udsendelsen, mens den står på. Længere udsendelser kan også samle flere seere.

Der er mange forskellige slags udsendelser, som du kan lægge ud for at holde dit publikum fanget, såsom:

- En runde med spørgsmål og svar.
- Et kort interview med en kollega eller en ekspert.
- Vis seerne, hvad der sker bag kulisserne.
- Lær folk noget via en demovideo.



### De 5 vigtigste tips til Facebook Live

1. Fortæl folk før udsendelsen, at du har tænkt dig at sende live, så de ved, at de skal holde øje med live-videoen;
2. Øv dig på at lave en udsendelse. Du kan teste dine udsendelser ved at vælge indstillingen "Only me"/"Kun mig";
3. Du bør opfordre seerne til at synes godt om og dele videoen, f.eks.: "Klik på Synes godt om, hvis du ...", "Del videoen med ...";
4. Bed seerne om at abonnere på live-meddelelser, så de får besked, næste gang du sender live;
5. Besvar kommentarer direkte, og brug seernes navne, så de bliver engagerede.



## Sådan bruger du Instagram

Instagram er en app til deling af fotos og videoer, og den har i øjeblikket omkring 700 millioner aktive brugere. Med Instagram Live kan man dele live-videoer med sine følgere og andre Instagram-brugere.

Med streamingtjenesten kan alle sende live-videoer fra deres mobile enheder direkte til deres Instagram-feed. Med Instagram Stories kan brugerne uploade deres sidste 24 timers indhold, hvad enten det er billeder, videoer eller "boomerang" til deres følgere og andre Instagram-følgere, der så kan se op til 24 timers uploads.

## Sådan bruger du Instagram Stories

I appen kan du starte din "story" på to forskellige måder: ved at klikke på kameraikonet oppe i hjørnet, når du er på dit feed, eller ved at klikke på dit ikon, når du er på din profil. Som det fremgår nedenfor, bliver din historie set over en brugers feed og adviserer dem om, at du sender live.

Du kan bruge dit kamera på flere forskellige måder: normal, live-video, boomerang eller håndfri. Når du har taget billedet i den normale indstilling, kan du bruge alle funktionerne i Instagram.

Som eksemplet nedenfor viser, kan du tilføje filtre, tagge andre brugere, knytte geo-filtre, hashtags og emojis til dit billede. Desuden er tagging-funktionerne klikbare: Man bliver ledt videre til det hashtag, den profil eller den lokation, som du har skrevet på billedet, når man klikker på tagsene. Det er en god metode til at øge søgbarheden af dit indhold.





---

### Tips til Instagram Stories

- Sørg for, at du har tilladelse til at offentliggøre dine medlemmers fotos, inden de bruges, og sørg for at spørge, om de også har en Instagram-konto, der skal tagges i historien.
- Husk, at hvis du ikke vil tilføje billedet med det samme, har du kun 24 timer til at føje det til din historie.
- Når du tagger billeder, skal du huske at være konsistent med tags og filtre.
- Giv dit publikum et bedre indblik i din virksomhed eller din organisation ved at dele noget af det, der sker bag kulisserne.

### Sådan sender du på Instagram Live

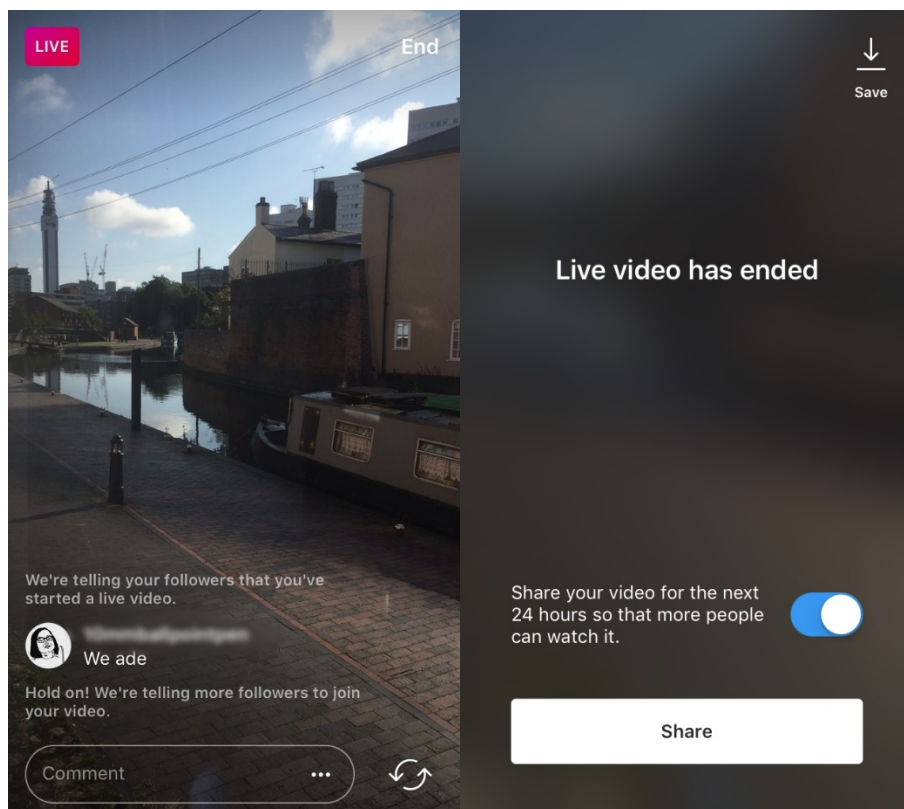
Instagram Live foregår på samme måde som Facebook Live, idet det kun er tilgængeligt via Instagram-appen, der kan downloades gratis via [iTunes](#) eller [Google Play](#).

Instagram Live er en live-stream ligesom Facebook Live, og som bruger kan din video være tilgængelig i op til 24 timer, efter du har filmet. Funktionerne er også de samme som ved Facebook Live, når du laver engagerende indhold, såsom:

- En runde med spørgsmål og svar.
- Et kort interview med en kollega eller en ekspert.
- Vis seerne, hvad der sker bag kulisserne.
- Lær folk noget via en demovideo.

Når du i eksemplet nedenfor vælger indstillingen "live" eller "hands-free", kan du sende direkte, ikke kun til dine følgere, men til alle Instagram-brugere.

Med denne funktion kan du dog ikke bruge alle filtre og al tagging af ekstra materiale, men brugerne kan kommentere og skrive positiv feedback i realtid. Der er ingen tidsbegrænsning på din direkte streaming af video. Når din video er slut, kan du se, hvor mange brugere der har set den, og du kan beslutte, om den skal kunne ses i 24 timer mere.

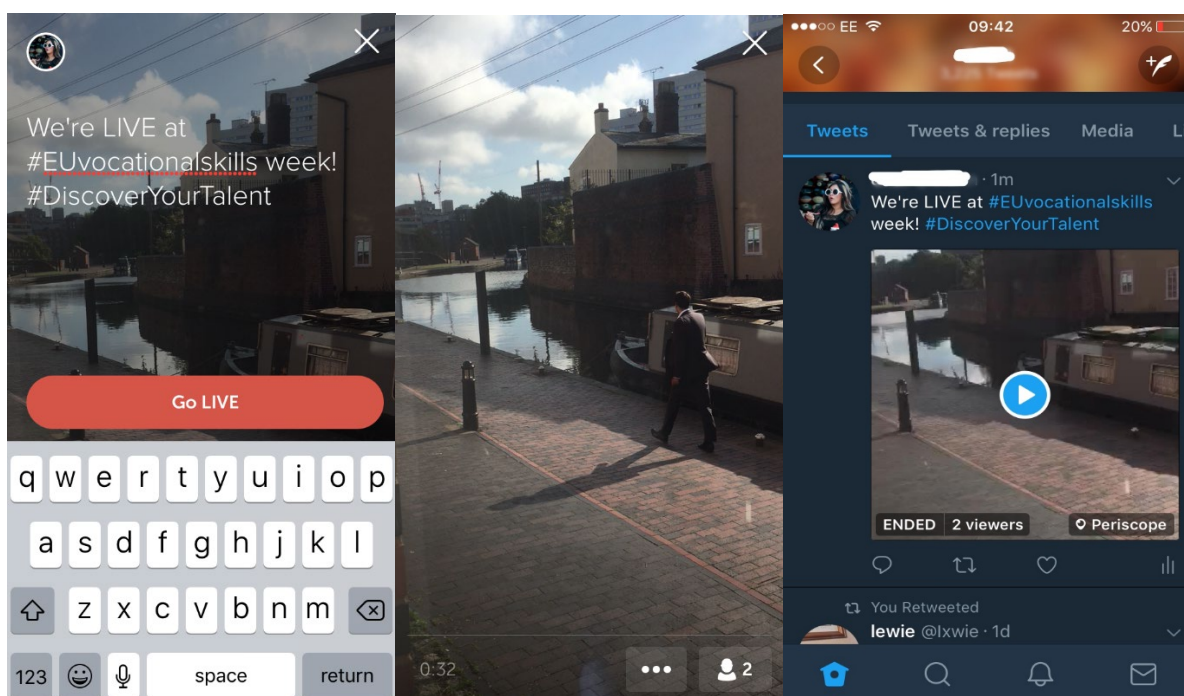


### Tips til Instagram Live

- Sørg for, at push-meddelelser er slået til, så brugerne får en påmindelse om at se med.
- Du kan opfordre seerne til at synes godt om og kommentere videoen f.eks. "Synes godt om videoen, hvis ...", "Hvad synes du om ...".
- Husk at filme interessant indhold, så folk bliver ved med at se med, herunder interessante medlemmer og gæster, som kan give seerne et indblik bag kulisserne
- Øv dig i at veksle mellem kameraet foran og bagved, så det bliver en effektiv streaming-oplevelse.

### Sådan bruger du Twitter Live (leveret af Periscope)

Twitter Live, der er leveret af Periscope, er en funktion i Twitter-appen, som brugerne kan bruge til live-streaming. Også Twitter Live ligner Facebook Live og Instagram Live: Funktionen giver mulighed for direkte engagement, du kan se streamingen, når du er færdig med at filme, og den kan ses af alle seere. Hvis du vil bruge Twitter Live, skal du downloade Twitter fra [iTunes](#) eller [Google Play](#).



Twitter giver dig besked, når du sender live, og andre brugere kan reagere og kommentere på videoen.

## 6. FÅ BUDSKABET UD TIL ARRANGEMENTER

Vi ønsker at sprede kampagnens budskab til et så bredt publikum som muligt.

Uanset om du afholder et arrangement offline eller online, opfordrer vi til, at du lægger informationer om arrangementet på det interaktive kort for den europæiske uge for erhvervskompetencer ved at [registrere dit arrangement](#). Når du promoverer arrangementet på de sociale medier, kan du tagge andre relevante virksomheder eller foreninger i dine opslag og tweets, så de kender til arrangementet og opfordres til at dele det med deres følgere.

Hvis du skal deltage i et arrangement i forbindelse med den europæiske uge for erhvervskompetencer, kan du jo også opfordre folk til at deltage og sprede budskabet!

### Tips til live-tweets

- Tjek arrangementets hashtags for at se, hvem der ellers live-tweeter, og del deres indhold;
- Skab værdi for dine følgere ved at give dem indhold, de ikke kan få andre steder;
- Prøv at inkludere billeder, GIF'er, infografik eller videoer i dine opslag – det virker engagerende;
- Del inspirerende citater, fakta og tal. Brug anførselstegn, når du citerer direkte.

---

Brug altid kampagnens hashtags #EUVocationalSkills, #DiscoverYourTalent, når det virker passende i dine opslag på Facebook, Twitter osv. På den måde kan vi holde øje med dine opslag og dele dem gennem Europa-Kommissionens konti, når det er relevant.

## Kontakt os

Vi hjælper gerne med forespørgsler, du måtte have om aktiviteterne på de sociale medier.

**Hjemmeside:** [ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek](http://ec.europa.eu/social/VocationalSkillsWeek)

**E-mail:** [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu)

**Telefon:** +44 (0)207 444 4264

**Yammer:** [www.yammer.com/europeanvocationalskillsweeknetwork](http://www.yammer.com/europeanvocationalskillsweeknetwork)

**Twitter:** @EU\_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

**Facebook:** @socialeurope, @EuropeanYouthEU