

## ***Policy för sociala medier***

Detta dokument syftar till att ge allmänna riktlinjer för Gefle studentkårs (GS) strategi gällande sociala medier.

### **ALLMÄNT**

GS ska vara närvarande i sociala medier för att:

- Sprida studentnyttig information, intern som extern
- Stärka GS varumärke
- Rekrytera presumtiva medlemmar och studentrepresentanter

### **Förhållningsregler:**

- De inlägg som publiceras ska vara av relevans för följarna: studentnyttigt, utbildningsrelaterat, studiesocialt och/eller generellt nyttigt för studenter i grupp (främst extern marknadsföring)
- Ej överbelasta GS sociala kanaler, om för många inlägg publiceras kan de viktigaste inläggen försvinna i mängden och/eller GS uppfattas reklamiga/spammiga
- Minst ett inlägg per vecka och media ska publiceras.
- Jämn spridning av inlägg över tid är att eftersträva. Exempelvis: Om fem inlägg postats under en vecka, vänta till nästa vecka förutsatt att det inte är akut/av brådskande karaktär för medlemmarna.
- Försök att skapa inlägg som leder till diskussion och som kan spridas, exempelvis genom likes, delningar, uppmuntra kommentarer eller svar på frågeställningar.
- Inlägg ska uppmuntras att publiceras på såväl svenska som engelska. Är det publicerade inlägget en hänvisning till ett dokument/en artikel utan engelsk översättning ska en kortare sammanfattning ges på engelska. Detsamma gäller det omvända.
- Tänk på att inlägg får större spridning vid olika tidpunkter beroende på val av media. Undersök trafiken och posta då om möjligt.
- Marknadsföring på sociala medier med renodlad (intern) GS verksamhet ske vid ett par (ca 4) tillfällen per termin.
- Betalda och riktade annonser kan med fördel användas vid allmän marknadsföring samt för särskilt viktiga inlägg.

## **INNEHÅLL**

Allt som postas ska följa GS befintliga styrdokument.

- Tänk på att du representerar GS. Det är positivt att GS syns, postar och interagerar, men se bortom personlig politisk och kulturell identitet. GS är ett eget varumärke.
- När politiska ställningstaganden görs ska det ha förankrats i GS styrelse och med talesperson.
- Artiklar/radio/TV-inslag där GS förekommer ska publiceras/delas i sociala medier. Är medieutrymmet av negativ karaktär bör GS:s egen syn på situationen presenteras.
- Fotoalbum som dokumenterar GS:s evenemang uppmuntras.
- Irrelevanta men ”småroliga” inlägg kan förekomma, men bör publiceras relativt restriktivt. Dessa kan vara ett bra sätt att skapa en lättsam diskussion.
- Extern, studentnyttigannonsering via sociala medier får förekomma då det är en bra inkomstkälla men får inte utgöra en för stor del av det totala innehållet på våra sociala medier. Det ska finnas en tydlig medlems- och/eller studentnytta.

## **MEDDELANDEN OCH KOMMENTARER SKICKADE TILL GS**

GS som verksamhet avser svara så snabbt som möjligt, detta visar att vi bryr oss om våra följare och att vi värnar om våra medlemmar. Känner du att du inte kan svara, kontakta någon som kan och be dem svara eller informera dig om vad du ska svara. Det kan bli fel i ett meddelande eller en kommentar och det är mänskligt, men var då ödmjuk och erkänn ditt misstag.

## **BILDER**

Gängse lagar angående publicering av bilder gäller:

- När du vill publicera en bild som tydligt rör en ett eller fåtal personer på sociala medier, kolla med berörda personer finns med på bilden/bilderna att det är ok. Om någon drar tillbaka sitt godkännande i efterhand ska detta respekteras och bilden/bilderna på personen ska omedelbart plockas ner.
- Tänk på att även få godkännande om andras bilder/intellektuella egendom används.