

Instagramtips

för kretsar i Naturskyddsföreningen

Instagram är ett bild- och videobaserat socialt media. Det är väldigt populärt bland yngre vuxna, särskilt gruppen 18-34 år. Inläggen skiljer sig från Facebook genom att de måste innehålla en bild eller en video och har oftast kortare texter. Många lägger upp inlägg för att inspirera, berätta vad de gjort eller väcka reaktioner/känslor.

Här kommer några tips på hur en krets kan tänka kring vilka inlägg som kan publiceras samt hur ett Instagramkonto kan skötas.

Typer av inlägg som är bra för Naturskyddsföreningen att publicera på Instagram

1. **Bilder/videor** på aktiviteter du är med på i roll av kretsen, främst sådant kretsen själv anordnar.
2. **Externa möten** där du är representant för föreningen. Det kan vara att du träffar en politiker, en kommuntjänsteperson eller en förening för att prata samarbete. Exempelvis: "Vi har precis haft ett möte med politikern i partiet X där vi pratat hur vi kan få bättre kollektivtrafik i kommunen."
3. **Interna möten**, exempelvis: "I kväll träffades Skogsgruppen och spånade idéer för hur vi kan rädda våra sista naturskogar. Peppigt!"
4. Om det är något vi vill **skydda**: Ta en bild på skogen som hotas av avverkning eller arten som riskerar att försvinna, och skriv några rader om det.
5. **Vinster**. Om vi lyckats med något, lägg upp en bild med några rader, exempelvis: "Efter vår överklagan

har Mark- och Miljödomstolen stoppat Trafikverkets plan att bygga den nya motorvägen. Nu kan naturen

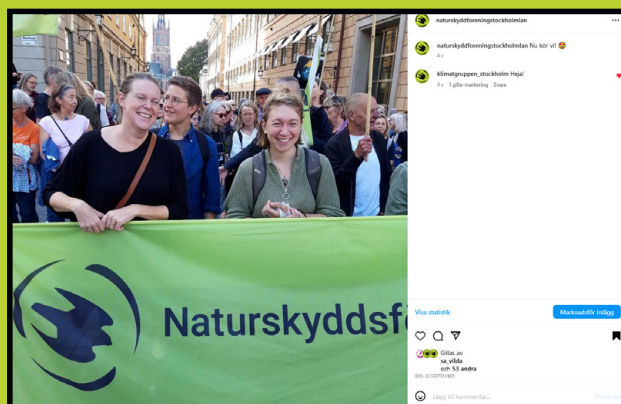
frodas och det finns en större chans att vi når upp till tvåprocentsmålet!"

6. **Tips** inför träffar eller möten du vill marknadsföra, exempelvis: "Imorgon är vi med och demonstrerar för klimatet i centrum. Hoppas vi ses där!" eller "På tisdag 18:30 träffas vår Klimatgrupp! Alla är välkomna. Hoppas vi ses! =)"



Våra följare vill veta att vi gör saker för naturen, att vi är aktiva. De vill också ha tips på hur de kan engagera sig och även lära sig saker.

Länsförbundets mest gillade Instagraminlägg är från en klimatdemonstration.



Naturskyddsföreningen
Stockholms län



Exempel på inlägg med textstrippar.

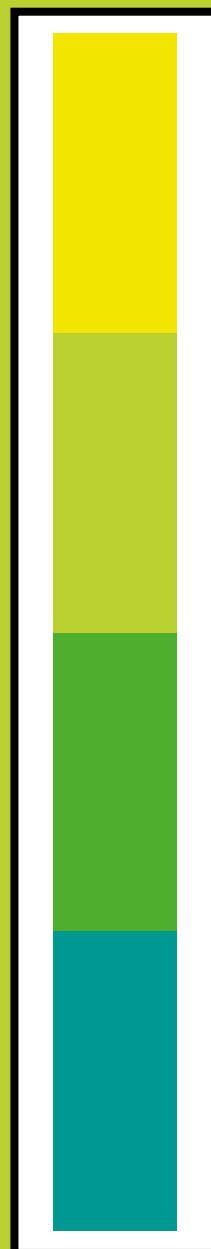
Tio allmänna tips

1. Ta för vana att ta bilder när du gör besök eller **aktiviteter** för föreningen. Instagram är bild- och videobaserat och alla inlägg behöver en bild eller video. Fota gärna med mobilen och lägg upp snart, men senast inom ett par dagar om det är en aktivitet.
2. Tänk på att de flesta som använder Instagram gör det i sin **mobil** och ofta snabbt scollar genom sitt flöde. Det är bra att fånga uppmärksamheten snabbt i inläggen.
3. Använd **stående format** när du fotar/filmar och lägger upp inlägg, i och med att de flesta tittar i mobilen.
4. Använd gärna **personlig jag eller vi-form** när du skriver inlägg men gör det tydligt vem som är avsändaren för just detta inlägg. Om du använder jag-form så skriv ditt namn och roll antingen i första meningen i inlägget eller som signatur sist i inlägget.
5. När du använder begreppet **Vi** på Instagram så betyder det som regel Naturskyddsföreningen i Xxxxx (kretsen).
6. **GDPR** och personlig integritet: Om du fotograferar människor som är i fokus och kan identifieras på bilden så behöver du fråga dem om det är OK att lägga upp på sociala medier. Är det en klunga med människor på stan så är det OK utan att fråga, men är det någon person som är i fokus i bilden så behöver denne tillfrågas.
7. Använd gärna **hashtags** så får inläggen bättre spridning. Om du träffar en politiker kan du skriva #svpol och

- #svenskpolitik, eller om du är på en träff med klimattema skriv #klimat. Du kan använda flera hashtags i inlägget. Hashtags skrivs sist i texten.
8. När du gör ett inlägg, håll koll på om det kommer **kommentarer**. Du som inläggsskapare bör besvara själv eller delegera om du känner att någon annan är mer lämplig att svara.
 9. **Textstrippar** är populära i bilder och videor och skapar mer tydlighet om vad inlägget handlar om för den som snabbt scollar genom sitt flöde. Det går att lägga till en textstripp i de flesta bildredigeringsprogram. Textstripparna ska vara mycket korta. Har du tagit en bild när ni är ute på klimatdemonstration så kan du skriva: "Vi demonstrerar för klimatet". Eller har ni en uppkommande träff ni vill marknadsföra kan ni skriva "Planeringsträff onsdag 16 maj". Se exempel uppe till vänster på denna sida.
 10. Särskilt när du lägger upp bilder från interna träffar, tänk på att visa att ni är en **trevlig grupp** som det är välkommande att komma med i (ta bilder på leende personer, inte personer som står med armarna i kors och ser allvarliga ut).

Färger

Föreningen har **fyra färger** som är bra att använda till exempelvis bakgrundsfärg i textstrippar eller annan färgsättning. Använd dem helst i ordningen som visas till höger (gul överst och blå underst).



Gul: C10 M0 Y100 K0 (CMYK), R240 G230 B10 (RGB), HEX #F0E60A.

Standardgrön (vanligast): C35 M0 Y90 K0 (CMYK), R185 G210 B50 (RGB), HEX #B9D232.

Mörkgrön: C70 M0 Y100 K0 (CMYK), R115 G175 B60 (RGB), HEX #73AF3C.

Blå: C100 M0 Y50 K0 (CMYK), R0 G150 B145 (RGB), HEX #009691.

Dödsrunan för Miljödepartementet är riksföreningens mest delade inlägg, och har över 48 000 likes.



Vem bör ha tillgång till och publicera på kretsens Instagram?

Det finns tre överlappande sätt att tänka:

1. Kretsen utser **en person** som sköter kontot. Personen får en stor förståelse för hur kontot fungerar och vilken typ av material som fungerar. Om personen vill ha material (bild/video) skickat till sig är det viktigt hen får materialet helst inom en dag efter ett event har hänt, om hen inte själv kunnat delta. Det är fördelaktigt om personen är en god fotograf eller van vid att filma med mobilen. Denna variant ger sannolikt ett mer sammanhängande material med samma stil.
2. Kretsen utser en **kärngrupp** av 2-5 personer som tillsammans diskuterar material, försöker vara med på aktiviteter och publicerar på kontot. Gruppen kan också försöka få material skickat till sig när de inte själva kan närvara. Denna variant ger sannolikt ett mer sammanhängande och material med samma stil.
3. Kretsen ger **alla i styrelsen och ledare i arbetsgrupper** tillgång till Instagramkontot. De som är med på aktiviteter eller producerar material publicerar själva. Det kräver mer koordinering men kan ge en större variation i inlägg.

I och med att Instagram är bild- och videobaserat så är det viktigt att personen/personerna som publicerar är de

som är ute mycket på föreningens aktiviteter och har skaplig koll på vad föreningen står för.

Prova att fråga eller annonsera i nyhetsbrev och sociala medier efter någon som vill sköta föreningens Instagramkonto. Det behöver inte vara någon från styrelsen. Medlemmar gillar att hjälpa till med avgränsade uppdrag.

Instagrams fem funktioner

1. **Feed posts:** Vanliga inlägg. Det är basen i det du lägger upp. Feed posts syns bara i dina följares flöden.
2. **Reels:** Korta videor. Tik Tok inspirerat. De hittas lättare av icke-följare. Bör fånga uppmärksamheten inom ett par sekunder. Exempel: Kort highlight från något uppseendeväckande.
3. **Stories:** Tidsbegränsade inlägg. Syns i 24 timmar. Tänker mer "fånga ögonblicket" än kvalitet. Exempel: "Snart drar vi igång!"
4. **IGTV:** Längre videor (15-60 minuter). Mer som YouTube fast för mobilen.
5. **Livestreams:** Filmas och visas i realtid. Exempel: Seminarium eller guidning.

Fler tips

Fler Instagramtips på [Naturkontakt](#).

Dokumentförfattare:

Jonatan Borling, 2023-10-27