

Indhold

Forord, 6

Om kapitlerne, 8

Indledning, 10

1 Nye krav til troværdighed og lederskab, 12

Styrk din forretning med sociale medier, 14

Du skal sikre transparens og tilgængelighed, 17

Du skal sikre legitimitet, der giver gennemslagskraft, 20

Du skal forøge virksomhedens troværdighed, 22

Du skal sætte dine værdier fri på sociale medier, 32

Du skal kommunikere holdninger, 36

Sociale medier gør dig tydeligere som leder, 38

Sociale medier giver dig tempo og fleksibilitet, 40

Skab relationer og styrk din interessevaretagelse, 41

Genvej til mediernes spalter, 43

Lyt med og bliv hørt, 45

Thought leadership – tag ejerskab på dine emner, 47

Social selling – kan alt sælges på sociale medier?, 52

2 Personlighed fremmer forståelsen, 55

Ja, det er svært at komme i gang, 56

Selvpromovering er en del af jobbet, 58

Er du bange, modig eller bare forsigtig?, 59

Fire veje til gennemslagskraft, 61

Find din personlige stil, 63

Hvor privat skal du være på sociale medier?, 68

3 Formål, målgrupper og det gode indhold, 75

Hvem kommunikerer du til?, 79

Vælg dine målgrupper, 81

Lav det rigtige indhold, 83

Storytelling – din hjælper til det gode indhold, 85

Fem typer indhold, der virker, 90

Du skal tale til følelserne, 98

Sig det med kant, og kend dine grænser, 101

Find din tone – og tal pænt, 105

Blokér, ignorér, markér eller debatter, 109

Lederens kompas til sociale kanaler, 114

4 Vælg dine sociale medier, 118

Facebook: Følelsemaskine og mobilisering, 119

Instagram: Tænk visuelt og ud af boksen, 124

LinkedIn: Netværk og interessevaretagelse, 129

Træn dig bedre – og tag dig tid, 137

Opbyg din profil på LinkedIn, 139

Brug LinkedIns forskellige muligheder, 142

Twitter: Bland dig i samfundsdebatten, 144

7 Indholdstyper på Twitter, 151

Sæt din Twitter-profil rigtigt op, 156

Kom ud af startblokken – og tweet!, 157

5 Spil med i organisationens SoMe-strategi, 159

Nye krav til organisationens kommunikationsafdeling, 161

6 Brug dine medarbejdere som ambassadører, 167

Vis retningen i employee advocacy, 168

Barrierer for medarbejdere på sociale medier, 171

Lav en ambassadør-strategi, 173

Hvilke medarbejdere er bedst til employee advocacy, 177

Guidelines, ikke regler i employee advocacy, 178

Træn, deltag og evaluér, 181

7 Mål dig til succes, 183

Se selv, hvad der virker, 186

Afrunding: Fremtidens stærkeste topledere deler, 194

Kilder, 196