

KBA på SoMe



Dagsorden

- Fokus på rekruttering – udnyttelse af mulighederne på SoMe
- KBA på Instagram
- Skal vi genbruge den eksisterende profil – og er navnet KBA NOH passende?
- Indhold i bio
- Plan for posts – antal, typer, de første 20
- Billeder og GPDR-regler
- Administratorer og bidragsydere
- Hjemmesiden (herunder medarbejderportrætter)

Slides fra webinar om branding på SoMe – Region H, Center for Politik og Kommunikation



Hvorfor er sociale medier en god idé?

Vi mangler medarbejdere

Lige nu er der 492 opslag på regionh.dk –
det dækker over endnu flere ledige jobs

Medarbejdere er i bevægelse og de kan fristes

De passivt jobsøgende udgør 75% af alle
jobsøgere (Kilde: LinkedIn)

Rekruttering er ikke længere kun HRs ansvar

Medarbejderne vil se hvem de skal
arbejde for – stemmer det overens
med idealerne?

Tænk kreativt

Brug dig selv og organisationens
medarbejdere som kanaler og
brug "nye medier"

Hvad kræver det at være på sociale medier som leder eller afdeling?

- Det kræver vedvarende opmærksomhed og arbejde
- Det kræver en plan
- Og det kræver, at I åbner dørene – også til jeres kontorer og visioner!
- Brug IKKE dine helt private profiler fx på Facebook – opret en professionel profil

Det kigger kommende medarbejdere efter på sociale medier

HVAD: Hvad laver de på arbejdspladsen? Er det nye spændende opgaver for mig?

OMGANGSTONEN: Kan de også grine eller er det kun arbejde? Hvordan er kollegerne?

FAGLIGT: Hvordan er det faglige niveau? Er der faglige fyrtårne jeg kan lære noget af?

LEDEREN: Hvordan er lederen – lav en varedeklaration

I opbygger en fortælling om jer og jeres afdeling

- Når ledelsen deltager aktivt på sociale medier, viser I resten af organisationen, at det er okay adfærd hos jer
- I kan kommunikere jeres vision, jeres tiltag, jeres hverdag til omverdenen og potentielle og nuværende medarbejdere
- Det er den fortælling mange kommende medarbejdere søger, når de scanner efter nyt arbejde – og derfor klikker på, når I lægger et jobopslag op

Jeres "univers/omtalen af jeres afdeling"
skal bygges op som en væg

**KOLLEGA
SØGES!**

KOM OG ARBEJD HOS OS

**VI MANGLER DIG OG DINE
KOMPETENCER.**

**DU FÅR SPÆNDENDE
ARBEJDSOPGAVER.**

VH. AFDELING XYZ

Hvad kendetegner de 3 forskellige sociale medier?



LinkedIn

LinkedIn: Det faglige medie

Karriere og faglig
udvikling, jobs



Facebook

Facebook: Socialt – med
streg under socialt

Vækker følelser og
inviterer til dialog,
underholdning



Instagram

Instagram: Her holder vi mest
af hverdagen – i billeder

Det nære,
hverdagen i billeder
og ord,
underholdning

Det rekrutteringsvenlige indhold på Instagram

- Her holder vi mest af hverdagen i billeder og video
- Anekdoter om jeres medarbejdere og arbejdspladsen (gerne fagligt, men også sammenhold og hyggestunder)
- Resultater og forskning, der gør jeres medarbejdere stolte – hvis det kan vises i billeder
- Stillingsopslag

KBA på Instagram

- Som led i strategiprojektet om rekruttering og fastholdelse – vi skal bygge den mur, som vores stillingsopslag skal hænges op på 😊
- Mange afdelinger på hospitalet og på de øvrige hospitalet i regionen (og landet) har deres egne profiler på de sociale medier
- Kræver løbende indsats fra SoMe-gruppen



Den eksisterende Instagram-profil: KBA_NOH

- 'KBA' er en intern forkortelse – rammer vi vores modtagergruppe med det navn?
- Kan vi se eksempler på posts, som allerede ligger på den lukkede profil?

Beskrivelsen, introduktionen – KBA's bio

- Kan vi se den eksisterende bio?
- I vores bio skal der være link til **hjemmesiden** og til **aktuelle jobopslag**
- vi vender tilbage til hjemmesiden om lidt.

Plan for posts

- Minimum ét opslag om ugen?
- Vi skal lave et rul – fem er det magiske tal

A	B	A
B	A	B
A	B	A
B	A	B
A	B	A

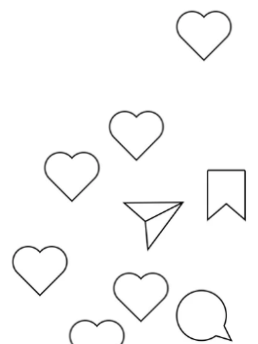
2 typer i
kombination

C	B	A
C	B	A
C	B	A
C	B	A
C	B	A

3 typer i
kombination

C	B	A
D	C	B
A	D	C
B	A	D
C	B	A

4 typer i
kombination



E	D	C
B	A	E
D	C	B
A	E	D
C	B	A

5 typer i
kombination

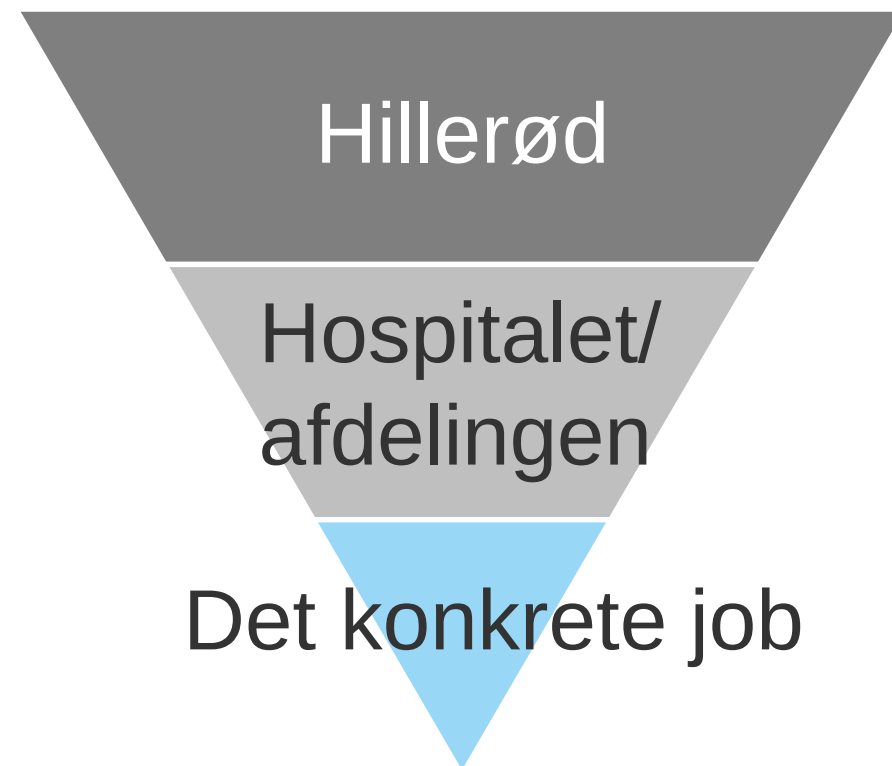
C	B	A
F	E	D
C	B	A
F	E	D
C	B	A

6 typer i
kombination

Vi skal vælge 5 typer af indslag – her er et forslag

V	S	P
D	F	V
S	P	D
F	V	S
P	D	F

- F** Fagligt indhold
- D** Dagligdagen
- P** Portræt af en medarbejder
- S** Sjov/kage/social/nuttet
- V** Vidste du at...? (Fun fact)



Brainstorm: Kan vi finde på de første 20 opslag?

V	S	P
D	F	V
S	P	D
F	V	S
P	D	F

- F** Fagligt indhold
- D** Dagligdagen
- P** Portræt af en medarbejder
- S** Sjov/kage/social/nuttet
- V** Vidste du at...? (Fun fact)

F	
V	
S	
P	
D	
F	
V	
S	
P	
D	

F	
V	
S	
P	
D	
F	
V	
S	
P	
D	

Vores (visuelle) identitet – vi er repræsentanter for NOH

- Det er vores ansigt udadtil
- Korrekt uniform, ingen smykker mv.
- Skal vi have et grafisk element?
- Husk: vi repræsenterer Nordsjællands Hospital, og vi må ikke fx inddrage produkter eller fagforening i vores opslag

Generelle råd til det gode post

- Hav modtageren i fokus ("what's in it for me?")
- Skriv ikke 'man', men 'dig' og 'du'
- Brug emojis
- Sæt teksterne overskueligt op; brug nedryk.

- Husk at billede og tekst skal passe godt til hinanden
- Gør det nemt at dele og like dine opslag
- Husk samtykkeerklæring hvis du tager billede/filmer en kollega tæt på
- Undgå billeder af patienter – med mindre det handler specifikt om patienten

#Hashtags og lokation

Hashtags

- Hashtag giver i gennemsnit 12.6% engagement
- Max 30 stk.
- Kommentar eller captions
- Brug data til at finde dine rigtige
- Undgå skjulte hashtags (tjek too

423
446
223
209
14

Patrick, DJ
Morten Pape
Niclas V. M.
Christine

Digitale Brands

Lokation

- Tilføj altid lokation
- Giver mere reach i det område
- Tænk på hvor din målgruppe er

GPDR – hvordan håndterer vi det?

Når vi bruger film / billeder med ansigter på, kræver det samtykke fra de medvirkende. Hvordan håndterer vi det rent praktisk?

<https://intranet.regionh.dk/regi/kommunikation/For-kommunikationskonsulenter/persondataforordningen-for-kommunikatoerer/Sider/default.aspx>

Hvordan organiserer vi os i SoMe-gruppen?

- Der skal være én, der svarer (pr. kommentar)
- Svar hellere ”det undersøger jeg lige” end undlad at svare
- Vores profil er en fest – giv advarsler og i sidste ende: smid dem ud, som ikke er søde. Blokér brugere som yderste konsekvens.

KBA's hjemmeside skal piftes op først

- Medarbejderportrætter / nyhedsfeed
- Se [Akutafdelingens hjemmeside](#)

Nordsjællands Hospital Akuthospital i Region Hovedstaden

SØG MENU

Forside / Afdelinger / Akutafdelingen

Akutafdelingen

Akutafdelingen er hospitalets indgang for akutte patienter i Nordsjælland på matriklerne i Hillerød, Frederikssund og Helsingør. Her står vi klar til at give den bedste modtagelse med hurtig lindring, klar diagnose og en plan for behandling. I alt behandler vi 70.000 akutte patienter om året.

Ved udskrivelsen bygger vi bro mellem behandlingen på hospitalet, kommunen og hos den praktiserende læge. I Akutafdelingen har vi et særligt udskrivelsesteam og et udekørende team, som behandler patienten i eget hjem.

Akutmodtagelse og -klinikker →
Akutmodtagelsen Hillerød - Akutklinikken Frederikssund - Akutklinikken Sundhedshuset Helsingør

Dit besøg i Akutafdelingen →
Find vej - Parkering - Kontaktoplysninger - Patientguiden - Sådan kontakter du bedst Akutafdelingen som pårørende

Bliv en del af Akutafdelingen →
Læs om Akutafdelingen - Mød nogle af Akutafdelingens seje medarbejdere - Se ledelsen - Søg job hos os

Se flere nyheder om Akutafdelingen →

Nyheder om Akutafdelingen

Akutafdelingen styrkes med studerende
7. april 2022
Næsten 20 sygeplejestuderende er nu ansat til at aflaste personalet, mens de selv får praktisk erfaring med basal sygepleje. De studerende kaldes SIF'ere, som står for

Akutafdelingen opruster på geriatrien
13. januar 2022
Med ansættelsen af to geriatriske speciallæger i Akutafdelingen får hospitalet endnu bedre mulighed for at behandle ældre multisjyge patienter, som kommer ind akut.

Lasse arbejder for bedre røntgenundersøgelser
3. januar 2022
Som fellow undersøger læge Lasse Kjær Nielsen, hvordan man kan opnå en bedre kultur mellem afdelingerne for at gøre patienterne "stråleklar", når de ankommer til

Natalie gør læger bedre
24. november 2021
Læge Natalie Neziraj er i fellows. Som fellow er man at komme med forslag til arbejdsopgaver i lægernes

Hvornår går vi i gang?

- Hvad er den konkrete køreplan?
- Hvem er friske på at give de første portrætter til hjemmesiden?