

Retningslinjer for SoMe synlighed via SDU RIO

SDU RIO ønsker at tilbyde erhvervspartnerne relevant og rettidig synlighed overfor vores studerende. Vi beder dig derfor som erhvervspartner læse dette bilag igennem, og bruge det aktivt i produktionen af indhold til SDU RIOs sociale medieplatforme.

Jf. bilag 1 kan erhvervspartnerne få adgang til SDU RIOs medieplatform, Facebook (SDU Studiejob og Karriere). Eksponeringen aftales på baggrund af formål og budskab, og koordineres med SDU RIO, for at sikre den bedst mulige synlighed af det enkelte opslag. Alle opslag skal imødekomme SDU RIOs retningslinjer og visioner for brug af medieplatform og kommunikation med de studerende¹.

Da det er SDU RIO der står som afsender for alle opslag på medieplatformen, skal erhvervspartnerens indhold kunne ses som en naturlig forlængelse af det eksisterende indhold. Derfor kan indhold, der skal markeres som reklame, jf. Markedsføringslovens §6, stk. 4, ikke indgå som en del af dette indhold.

Når budskabet er aftalt, fremsendes tekstmateriale, samt link, billede eller video til det enkelte opslag. Dette skal gerne modtages minimum en uge før opslagsdatoen, for at sikre at indholdet lever op til SDU RIOs retningslinjer. SDU RIO sørger for opsætning, og forbeholder sig samtidig retten til at afvise det tilsendte materiale, hvis det er på kant med markedsføringslovgivningen, ikke stemmer overens med budskab, ikke er studie- og/eller karriererelevant for de studerende på SDU eller, hvis materialet har en overvejende karakter af salgs- og markedsføringsmateriale.

Alle opslag skal benyttes inden kontraktens udløb, og kan ikke overføres til en eventuelt fortløbende aftale.

Planlægning af opslag

I starten af et nyt semester bedes du som erhvervspartner tage kontakt til SDU RIO med det formål at aftale en plan for jeres synlighed på SDU RIOs Facebook; enten for et halvt eller helt år ad gangen. Her drøftes årshjulet på platformen, jeres ønsker og tanker om indhold og budskaber, samt gode vinkler og kommunikationsformer – f.eks. variation af video, billede og links.

For at sikre den bedst mulige eksponering og synlighed skal markedsføringen fordeles over et år, hvorfor alle opslag ikke kan bruges indenfor f.eks. én måned.

¹ Læs nærmere om retningslinjer på www.sdu.dk/forpartnere

SDU RIOs retningslinjer og visioner for kommunikation på sociale medier

SDU RIO ønsker at kommunikere med de studerende, hvor de studerende er. Alle opslag på SDU RIOs medieplatforme skal have karakter af studie- og/eller karriererelevant indhold. SDU RIOs vision er at styrke de studerende på deres studie og på deres vej ud på arbejdsmarkedet. Alle opslag bør derfor være i naturlig forlængelse heraf – f.eks. via nedenstående inspiration til indhold. Alle SDU RIOs medieplatforme og indsatser evalueres med jævne mellemrum mhp. at sikre optimal brug og eksponering. Oprettelse eller nedlæggelse af platforme og indsatser kan derfor forekomme.

Inspiration til indhold

- 1) Undersøgelser, statistik eller data som kan være relevant for målgruppen. F.eks. hvilke kompetencer arbejdsmarkedet efterspørger, statistik på antal ansøgere indenfor bestemte brancher, studerende/lediges vej til jobbet – hvad virker? Mm.
- 2) Bliv klogere på job- og karrieremuligheder
- 3) Opslag om relevante events og begivenheder for SDU-studerende (disse må dog ikke være lukket for særlige grupper af studerende eller medlemmer)
- 4) Opslag der bidrager til en 'hvis de kan, så kan jeg også' mentalitet blandt SDU-studerende
- 5) Opslag som viser SDU-studerende, hvordan deres kompetencer kan komme i spil i jeres virksomhed eller i erhvervslivet generelt
- 6) Information om studie- og karriererelevante tilbud, som vil gavne de studerende – både under studiet og som dimittend (disse må dog ikke være lukket for særlige grupper af studerende eller medlemmer)

Alle opslag på SDU RIOs medieplatforme skal være målrettede studerende på SDU.

Guidelines

- 1) Videoer med tale skal indeholde undertekster (80% er brugerne på sociale medier ser videoer uden lyd)
- 2) Videoer bør kun vare omkring 30 sek. eller derunder
- 3) Begrænset brug af emojis
- 4) Ingen brug af #
- 5) Det primære sprog er dansk, men ved behov kan opslag laves enten udelukkende på engelsk eller begge sprog. Laves der opslag hvor teksten både står på dansk og engelsk skal der øverst i teksten stå 'please see english below'.

Husk en fængende overskrift og fokus på "Call to action"

Årshjul for SDU studerende

Temaer for SoMe

Hele året

- Gode råd til ansøgning
- Gode råd til CV
- Gode råd om det første job
- Tips og tricks til LinkedIn
- Hvorfor bør man have et studiejob
- Hvad får man ud af et studiejob
- Den gode historie fra erhvervslivet
- Studietrivsel
- Tips til dimittender

