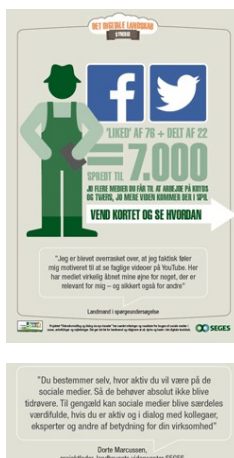


## 7. SKAB SYNERGI

STØTTET AF

# Promilleafgiftsfonden for landbrug

Vær på flere sociale medier samtidig og del på kryds og tværs



De vigtigste råd og anbefalinger på kortet er:

- Vælg de medier, der er relevante til dit formål. I den forbindelse skal du tænke på både emne og målgruppe
  - Husk billedsiden: Skal du have en YouTube-kanal eller en Instagram-konto?
  - Arbejde på kryds og tværs: Del og link til nye opslag på andre medier – og på dit website
  - Læg widgets på din hjemmeside med indhold fra Facebook, Twitter, Instagram m.m.
  - Brug faglige hashtags til at knytte indhold på Twitter, Instagram og Facebook sammen
- Tænk "ambassadørbedrifter" ind i et projekt eller i rådgivning. Følg landmænd på de sociale medier, og inddrag deres opslag, næste gang du selv byder ind.

Alle anbefalingerne i [Værktøjskassen](#) er relevante når du skal tjekke efter om du får skabt synergi og effekt på din tur ud i det digitale landskab.

Oplysningen "'liked' af 76 + delt af 22 = spredt til 7.000" er et eksempel hentet fra et opslag med en video på [Ågårdens Facebookside](#).

De to udtalelser på kortet stammer fra henholdsvis [Landmænd på sociale medier 2014](#) og casen [Grovfoder – få budskabet ud på tværs - er på vej](#).

Relevante indlæg på bloggen "Dialog om rådgivning og videnformidling" er dem, der er tagget med:

[Erfalands](#), [Facebook](#), [Hashtag](#), indholdsstrategi, Instagram, LinkedIn, mediestrategi, pinterest, Slideshare, Twitter, video, webinar, Wordpress, Yammer og Youtube.

Besøg også [Værktøjskassen](#) for at finde vejledninger du kan benytte på turen ud i det digitale landskab.