

DSMF social medie-strategi

Version 1 / september 2015 / KS

Medier

DSMF er aktiv på følgende sociale medier: Facebook og LinkedIn.

Formål

Formålet med aktiviteten på sociale medier er:

- at brande DSMF som et anerkendt fagligt selskab,
- at skabe opmærksomhed omkring selskabets aktiviteter,
- at bruge sociale medier som en dynamisk og interaktiv kommunikationskanal til medlemmerne,
- at bruge sociale medier som netværksdannende værktøj mellem medlemmer på tværs af ansættelsessteder.

Målgruppe

Målgruppen er primært selskabets medlemmer samt andre fagfolk med særlig interesse for medicinsk fysik, herunder også jobsøgende fysikere og ingeniører. Sekundær målgruppe er politikere, meningsdannere, journalister og interesseorganisationer.

Hvem kan opdatere?

- LinkedIn: Gruppen er åben, og alle medlemmer kan således lægge indlæg på siden og kommentere på disse. Alle medlemmer af DSMFs bestyrelse tildeles en rolle som "Manager" og har således fuld rettighed til at foretage ændringer i gruppens indstillinger.
- Facebook: Gruppen er åben, og alle medlemmer kan således lægge indlæg på siden og kommentere på disse. På Facebook kan man meget nemt komme til at sammenblende DSMFs profil med sin private profil, og administratorrettigheder forsøges derfor holdt på få personer i bestyrelsen, der er oplært i brugen.

Indhold

Indhold på Facebook og LinkedIn vil ofte bestå af artikler fra DSMF.org. Proceduren er således først at skrive en nyhed/kalenderevent på hjemmesiden, hvorefter dette opslag deles via de sociale medier.

Det tilstræbes, at nyheder på DSMF.org tilføjes et billede af god kvalitet, da dette billede vil fremhæve artiklen, når den deles på sociale medier. Der bør ikke anvendes fotos, som DSMF ikke har rettigheder til.

- LinkedIn: LinkedIn er et faglig medie, og her prioriteres opslag med:
 - stillingsannoncer
 - kalenderevents
 - nyheder fra medicotekniske firmaer (f.eks. lancering af ny teknologi)
 - videnskabelige publikationer
 - forskningsnyheder
 - andre faglige nyheder (f.eks. installation af ny teknologi, ansættelse af ny cheffysiker, etc.)
- Facebook: På Facebook kan vi som udgangspunkt dele alt, der er af relevans for selskabets medlemmer, både fagligt og socialt. Det kan dreje sig om:
 - alle nyheder, der lægges på DSMF.org, skal samtidig deles på Facebook

- billeder fra faglige eller sociale arrangementer
- andre sociale opslag med relevans for selskabets medlemmer
- nyheder, der deles på LinkedIn, kan tilsvarende lægges på Facebook. Det er dog ikke nødvendigt, at *alt* der deles på LinkedIn samtidig deles på Facebook.

Facebook er især relevant i forhold til LinkedIn, hvis man ønsker brugerrespons i form af "likes" og kommentarer. På LinkedIn deler vi ikke opslag, der ikke har en professionel relevans (f.eks. billeder fra sociale begivenheder).

Vi benytter os ikke af hashtags, da dette ikke er veletableret på hverken Facebook eller LinkedIn.

Kommentarer og debat

Vi tilstræber at give relevant feedback på indlæg, hvor dette er påkrævet. Et spørgsmål via sociale medier besvares således hurtigt og professionelt.

Hvis selskabets profil bruges til at kommentere eller svare på spørgsmål, skal beskeden underskrives med navn, så modtageren kan se hvilken person, der gemmer sig bag DSMF-profilen. Alternativt kan et bestyrelsesmedlem svare ved at bruge sin egen profil.

Vi "like'r" ikke vores egne opslag med DSMF-profilens navn, men gerne via bestyrelsesmedlemmernes egne private profiler.