

Din afdelings digitale kommunikationspakke

I 2015 fik Røde Kors en ny kommunikationsstrategi. Strategien handler blandt andet om, at alle i Røde Kors skal kommunikere, at vi skal have en fælles fortælling og at vi skal skabe engagement gennem vores kommunikation. De ambitioner kræver en række nye redskaber bl.a. på området for digital kommunikation.

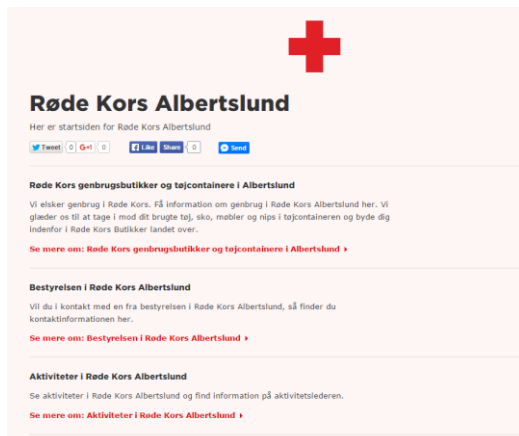
Derfor har vi lanceret den digitale kommunikationspakke, der indeholder følgende fire dele:

1. Autogenereret hjemmeside
2. Gør-det-selv hjemmeside
3. Mit Røde Kors
4. Sociale medier: Facebook

Efter at have læst denne introduktion kan I i afdelingen selv vælge, hvilke dele af den digitale pakke I er interesserede i at arbejde med. Man bør som afdeling lave en grundig afvejning af, hvilke ressourcer man har til rådighed på det digitale område, og hvilke konkrete behov man faktisk har for at kommunikere før man vælger.

<ul style="list-style-type: none">• Visitkortet på nettet• Grundinfo og kontakt• Kontaktinformationer• Aktiviteter• Altid opdateret• Ingen vedligeholdelse	<ul style="list-style-type: none">• En reldamesøjle• Skal markedsføres• Skal opdateres løbende• Kan rumme meget indhold om aktiviteter• Løsningen er en gør-det-selv-hjemmeside som kræver en dedikeret webredaktør	<ul style="list-style-type: none">• Et internt forum med andre i Røde Kors• Nyheder og info om RK• Erfaringsudveksling• Fortællingsbank og billeder• Dialog• Kun 'internt' publikum	<ul style="list-style-type: none">• Dialog og markedsføring af aktiviteter• Hurtig og løbende opdatering• Mange kan bidrage• Stort publikum• SoMe manager
Autogenereret hjemmeside	Gør det selv hjemmeside	Mit Røde Kors	Facebookside
			

1. Autogenereret hjemmeside



Røde Kors Albertslund
Her er startside for Røde Kors Albertslund

Røde Kors genbrugsbutikker og tøjcontainere i Albertslund
Vi elsker genbrug i Røde Kors. Få information om genbrug i Røde Kors Albertslund her. Vi glæder os til at tage i mod dit brugte tøj, sko, møbler og nips i tøjcontaineren og byde dig indenfor i Røde Kors Butikker landet over.

Bestyrelsen i Røde Kors Albertslund
Vil du i kontakt med en fra bestyrelsen i Røde Kors Albertslund, så finder du kontaktinformationen her.

Aktiviteter i Røde Kors Albertslund
Se aktiviteter i Røde Kors Albertslund og find information på aktivitetslederen.

Målgruppe: Alle afdelinger

For at sikre os, at der altid er korrekte og opdaterede oplysninger om de enkelte afdelinger at finde på internettet, er der fra centralt hold blevet oprettet en automatisk hjemmeside til alle afdelinger. Siderne er allerede oppe at køre, og du kan finde din afdelings automatiske side her:

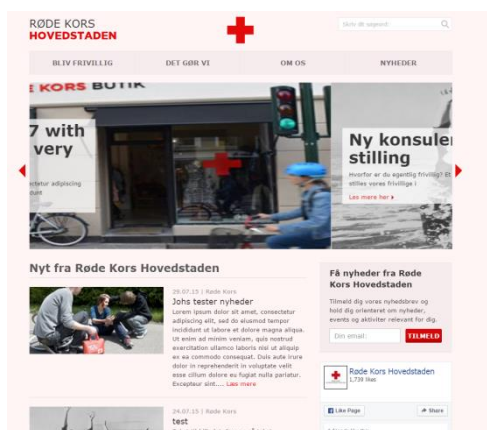
<https://www.rodekors.dk/afdelinger>

Karakteristika: Indholdet på den automatiske hjemmeside bliver automatisk hentet fra afdelingens oplysninger i KONTAKT systemet. På denne måde vil der altid være et ajourført overblik over afdelingen og dens aktiviteter samt kontaktpersoner uden, at man i afdelingen selv skal foretage sig noget vedligeholdelsesarbejde på siden.

Den automatiske hjemmeside er et online visitkort, der i kombination med brugen af sociale medier vil være en god løsning for langt størstedelen af alle afdelingerne (Se mere om Facebook på s. 4).

Ressourcer: Med minimalt vedligehold af KONTAKT får man en god og informativ hjemmeside, der altid er korrekt opdateret. Derudover kan man bruge sin Facebook-profil til at fortælle historier om afdelingens aktiviteter og events, annoncere efter nye frivillige eller dele information.

2. Gør-det-selv hjemmeside



Målgruppe: De afdelinger, der har en meget stor volumen samt et stort behov for interaktion med lokale samarbejdspartnere i form af sponsorer, kommunen, andre organisationer og erhvervslivet.

Karakteristika: Som supplement til de automatiske lokale hjemmesider vil der være mulighed for at opbygge sin egen hjemmeside i en Røde Kors skabelon. Denne hjemmeside løsning har de samme muligheder som den gamle hjemmeside, men den er derimod bygget op i det meget

brugervenlige CMS-system Wordpress.

Hvis man vælger en Gør-det selv hjemmeside bliver skabelonen oprettet af Landskontoret. Derefter har afdelingen selv det fulde ansvar for at opbygge og servicere hjemmesiden. Se hvordan skabelonen ser ud her:

<http://drk.rainbowriders.dk>

Ressourcer: At have en Gør-det-selv-hjemmeside skal ansues som en ny aktivitet i afdelingen. Det kræver en webmaster, der har kompetencerne til at bygge en hjemmeside i Wordpress, og som desuden forpligter sig til at vedligeholde den. Præcis som at man også ville engagere sig med en kyndig fagperson, hvis man skulle oprette en ny besøgstjeneste eller lignende, bør man også i afdelingen have en webmaster, der har kompetencerne til det.

Support: Afdelingerne er selv fuldt ansvarlige for at oprette og vedligeholde hjemmesiderne. Landskontoret står for at facilitere et netværk af de afdelinger, som ønsker en Gør-det-selv-hjemmeside. I netværket kan afdelingerne rådgive og spørge hinanden til råds. Allerede nu kan du melde dig ind i netværket på Mit Røde Kors: <http://mitrodekors.dk/aktiviteter/formidling/netvaerk/lokalafdelingernes-digitale-kommunikationspakke>

Hvordan: Hvis I ønsker en Gør-det-selv hjemmeside, skal dette oplyses på mail til: frivillighotline@rodekors.dk hvorefter man modtager besked med log-in oplysninger, når arbejdet med at opbygge siden kan gå i gang.

3. mitrødekors.dk



Kors i Danmark

Mit Røde Kors er vores alle sammens digitale mødested. Alle Røde Kors afdelinger er født ind i dette univers, og der eksisterer derfor allerede en afdelingsside til jer, som er lige til at gå i gang med at bruge. Find din afdeling her:

<http://mitrodekors.dk/afdelinger>

Målgruppe: Alle der er frivillige i Røde

Karakteristika: Afdelingssiden fungerer som et visitkort eller en slags opslagstavle. Afdelingssiderne bliver typisk brugt til smånyheder, mødeindkaldelser, referater fra bestyrelsesmøder og lignende. Det er på Mit Røde Kors, at vi deler oplevelser og erfaringer, og det er her, vi lærer af hinanden og koordinerer aktiviteter.

Det er også på Mit Røde Kors, vi samles i interessefællesskaber og bruger disse til at udvikle vores tilbud til f.eks. udsatte grupper.

Afdelingerne kan derfor også benytte sig af afdelingssiderne på Mit Røde Kors til f.eks. at gøre opmærksom på, hvilke aktiviteter der at finde i jeres lokalafdeling, hvem der er i bestyrelsen og hvad der generelt foregår i afdelingen.

Ressourcer: Da siderne allerede eksisterer på Mit Røde Kors, er I allerede i gang.

Hvordan: Hvis formanden i jeres afdeling har oprettet en profil på Mit Røde Kors, kan vedkommende bare logge ind, finde afdelingssiden og gå i gang.

4. Sociale medier

Sociale medier er den bedste måde at komme i kontakt med en stor skare af personer i lokalsamfundet, hvad enten de allerede er frivillige eller ej. Her er det muligt på en nem måde at kommunikere nyheder, events og for afdelingen relevante historier ud til et bredt forum på samme tid. Samtidig er der den fordel, at man kan gå i dialog - folk kan stille spørgsmål, kommentere og komme med forslag til jeres aktiviteter.

Facebook



Facebook er den nemmeste måde for en lokalafdeling at være i dialog med lokalområdet på. Næsten fire millioner danskere er aktive på Facebook, og derfor er det en kommunikationskanal, hvor man potentielt kan nå ud til rigtig mange mennesker i alle aldersgrupper.

Målgruppe: Alle danskere

Karakteristika: Vi anbefaler, at I opretter én Facebook-side per afdeling. En offentlig Facebook-side er den bedste måde for interesserede borgere i lokalområdet at følge med i arbejdet på.

Opretter man derimod en lukket Facebook-gruppe ender det med at blive et mere privat forum for folk, der allerede er frivillige, og så får man ikke den udbredelse til lokal samfundet, som man egentlig gerne ville have.

Al kommunikation mellem afdelingens frivillige hører desuden til på Mit Røde Kors. Vi anbefaler, at I blot opretter én Facebook-side pr. lokalafdeling, så det er helt tydeligt for Facebook-brugerne, hvor de skal melde sig til, hvis de ønsker at følge med i det lokale Røde Kors arbejde.

Ressourcer: En Facebook-side kræver, at der bliver udgivet indhold jævnligt – gerne en eller flere gange ugentligt. Det kan være en idé at lave en decideret indholdsplan et par uger frem, og det vil være en klar fordel, at der er et par redaktører, som sørger for at lave opslag.

Vær opmærksom på, at man som tommelfingerregel altid bør bruge billeder på sine Facebook-opslag. Billeder og video fungerer rigtig godt til at vække folks interesse på Facebook, imens tekst alene ikke på samme måde giver opmærksomhed.

Hvordan: Hvis lokalafdelingen har lyst til selv at give sig i kast med at oprette en Facebook-side, kan man finde inspiration her: <http://mitrodekors.dk/nyheder/saadan-opretter-du-en-facebook-side>

Opret en side her: <https://www.facebook.com/pages/create/>

Mod på flere sociale medier i afdelingen? Danskerne er også på både Instagram og Twitter, og det vil være et oplagt næste skridt at prøve disse to platforme af.

Instagram



Instagram bruges til at dele billeder, som kategoriseres med et #hashtag.

En Instagramkonto vil formentlig ikke være relevant for langt de fleste lokale Røde Kors-afdelinger. Det vil for mange være bedre at dele afdelingens billeder på Facebook, fordi der er flere, der vil se dem på Facebook.

Har man dog f.eks. en meget aktiv butik eller en aktiv samaritter aktivitet, er Instagram perfekt til formålet. Her kan man vise billeder af flotte varer, der er til salg eller seje samaritter i arbejde.

Målgruppe: Instagram har lidt under en million danske brugere – flest yngre kvinder.

Karakteristika: Instagram er et billedmedie, der især bruges af unge kvinder til at dele livsstils-billeder af f.eks. mad, fritid, tøj og lignende hverdags elementer. Instagram kan også sagtens bruges i Røde Kors sammenhæng. Dog skal man være opmærksom på, at man bør tilpasse kommunikationen til mediet og målgruppen:

- Billedet bør kunne tale for sig selv
- Tilføj kun en kort tekst
- Brug altid gerne et hashtag (Det officielle for Røde Kors Danmark er #rodekorsdk men du må gerne opfinde dit eget til afdelingen)
- Brug gerne smileyer og andre emojijs

Eksempler på hvordan Instagram kan bruges:

- <https://instagram.com/rodekorsdk/>
- <https://instagram.com/rodekorsalbertslund/>

Ressourcer: Lige som på Facebook bør man poste jævnligt og gerne have en redaktionsgruppe, der tager ansvaret for det. Nogle af de større afdelinger har

allerede Instagramprofiler, men skal man lykkedes med det, kræver det også, at man ser et konkret behov for at være på Instagram – fremfor eksempelvis Facebook.

Hvordan: Vi anbefaler, hvis man giver sig i kast med at oprette en konto, at man husker at give kontoen et genkendeligt navn f.eks. rodekorsdk_bynavn

Hent Instagram appen til din smartphone:

- Til iPhones: <https://itunes.apple.com/app/instagram/id389801252?mt=8>
- Til Android telefoner:
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.instagram.android&referrer=utm_source%3Dinstagramweb%26utm_campaign%3DunifiedHome%26utm_medium%3Dbadge

Twitter



Målgruppe: Twitter er ikke nær så udbredt i Danmark, som de to andre sociale medier. Der er flest politikere, journalister, meningsdannere og lignende, der bruger dette sociale medie.

Det er omvendt et rigtig godt sted at holde sig orienteret i forhold til politik: #dkpol og humanitær

bistand: #dkaid #dkhum

Karakteristika: Det kun muligt at skrive opdatering på 140 karakterer eller mindre på Twitter. Derfor skal man kommunikere i korte opdateringer, nyheder og lignende.

Ressourcer: Da Twitter er et aktualitetsmedie, kræver det meget tid og vedligeholdelse at være online ofte nok til at kunne følge med i debatter og lignende.

Hvordan: Skulle I få lyst til at eksperimentere med Twitter i jeres lokalafdeling, kan I finde inspiration her:

- <https://twitter.com/danskrodekors>
- <https://twitter.com/RedCrossCph>

Opret en profil her: <https://twitter.com/signup>

Har du yderligere spørgsmål til, hvordan du kommer i gang?

For mere vejledning i kommunikationspakkens indhold eller generelle spørgsmål send en mail til frivillighotline@rodekors.dk

Ved tekniske spørgsmål til brugen af Wordpress og andre tekniske udfordringer henvend dig på Mit Røde Kors:

<http://mitrodekors.dk/aktiviteter/formidling/netvaerk/lokalafdelingernes-digitale-kommunikationspakke>