

20. januar 2023



# Kommunikationsplan 2023

**Valby Lokaludvalg**



# Fællesskab, engagement og relationer

Udfordringer

Målgrupper

Kanalstrategi

Særlige indsatser

# Udfordringer

- Lokale københavnernes mulighed for indflydelse gennem lokaludvalget er ikke alment kendt
- Lokaludvalget inddrages ikke i tide i politiske sager med betydning for Valby
- Lokale københavnere engagerer sig ikke i lokaludvalgets sager
- Lokaludvalget opfattes som et svært sted at søge indflydelse
- Medlemmernes lokale viden og erfaring bliver ikke udnyttet tilstrækkeligt

# Målsætninger

- Lokaludvalget opsøges af lokale københavnere i lokale sager
- Lokaludvalget kan tidligt informere og inddrage lokale københavnere i sager og udvikling, der har betydning for bydelen
- Lokaludvalget inddrages tidligt af forvaltningerne ud fra forståelsen om, at det gør planerne og modtagelsen af dem bedre
- Lokale københavnere kender til lokaludvalgets sager, ambitioner og resultater
- Lokale københavnere engagerer sig i netværk, sager og begivenheder der vedkommer dem
- Lokaludvalget får relevant input til lokale sager og dagsordner

# Målgrupper

- Lokale københavnere i alle aldre
- Det lokale erhvervsliv
- Lokale foreninger og institutioner
- Forvaltninger på rådhuset
- Politikere på rådhuset

# Kanalstrategi

Formål er at finde de engagerede lokale københavnere, og via de eksterne og betalte kanaler få dem ind i vores eget univers.

At aktivere og inspirere til at give input til høringer, deltage i vores netværkstilbud og begivenheder, og generelt blive oplyste og aktive københavnere.

# Kanalstrategi

## Egne kanaler

Vi har kontrol og ejer data

- Hjemmeside
- Nyhedsbrev
- Borgerpanel

## Eksterne kanaler

Vi lejer os ind og har mindre grad af kontrol

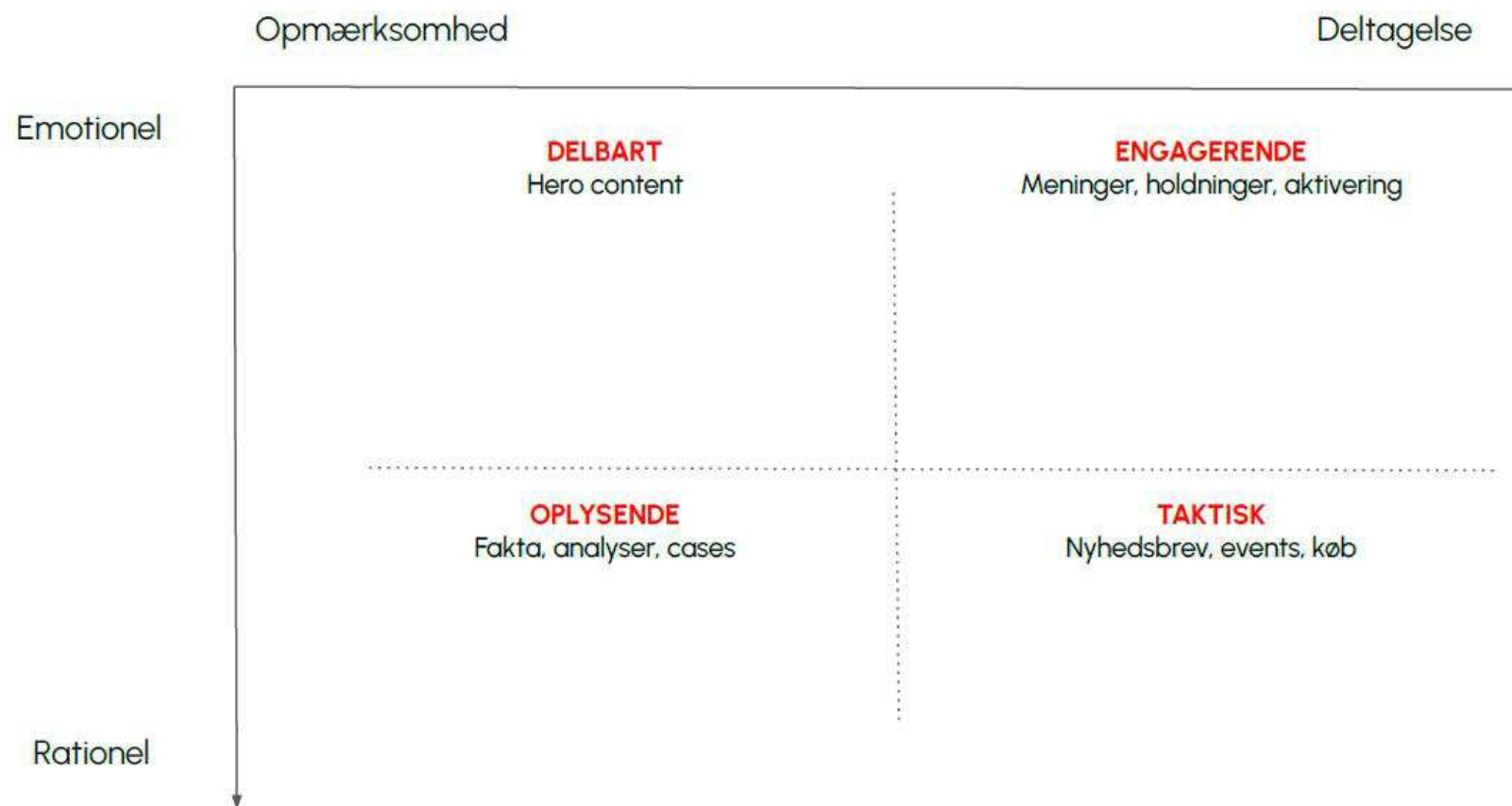
- Facebook
- Instagram
- Presse

## Betalte kanaler

Synlighed i det omfang vi betaler os fra det

- Facebookannoncer
- Instagramannoncer
- Outdoor annoncer
- Google adds
- Annoncer i print

# Kanalstrategi på indhold

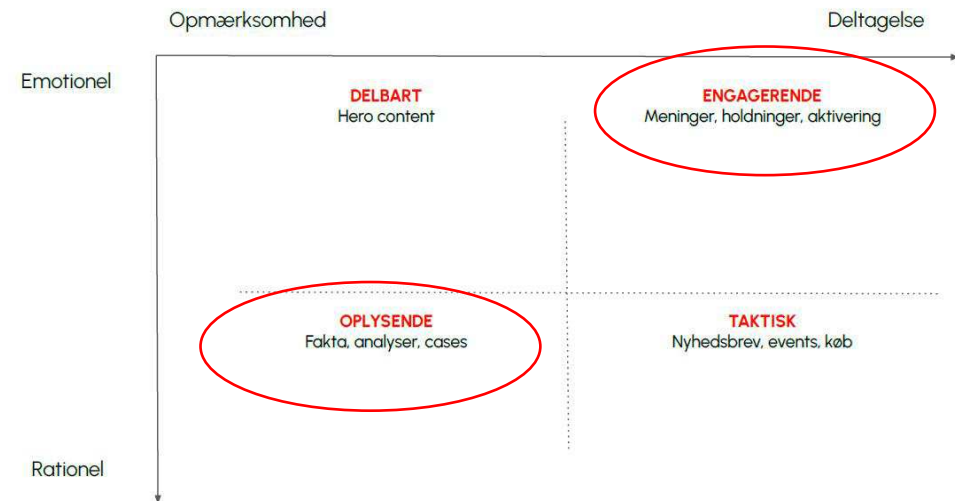




# Hjemmeside

Oplysende, engagerende og opdateret

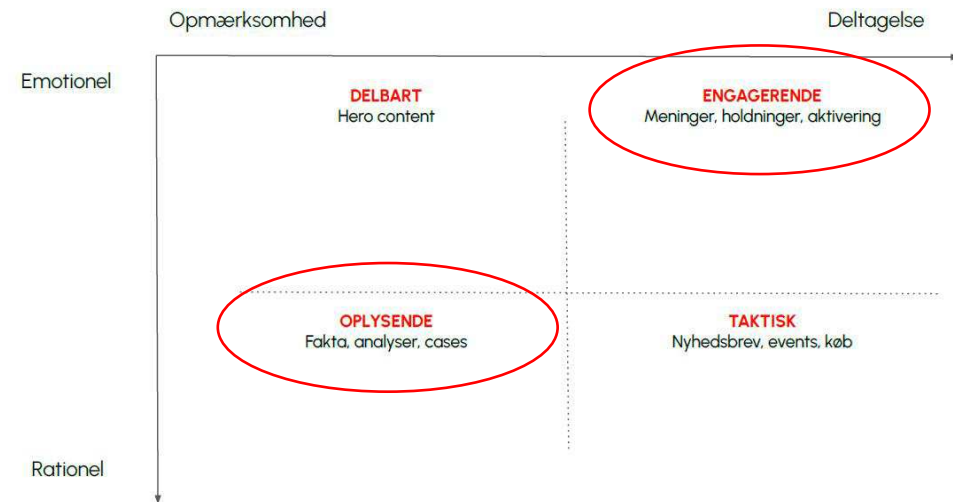
- Målgrupper:
  - Den engagerede lokale københavner, der søger information om begivenheder, lokal udvikling og tilbud
  - Foreninger, institutioner mv., der søger puljer
- Holdes opdateret med relevant og engagerende indhold
- Fokus på oplysende, engagerende og opdateret indhold
- **Indsatser**: Regelmæssige opdateringer og relevant indhold, der kan deles på tværs af øvrige kanaler



# Nyhedsbrev

Relevant, oplysende og engagerende

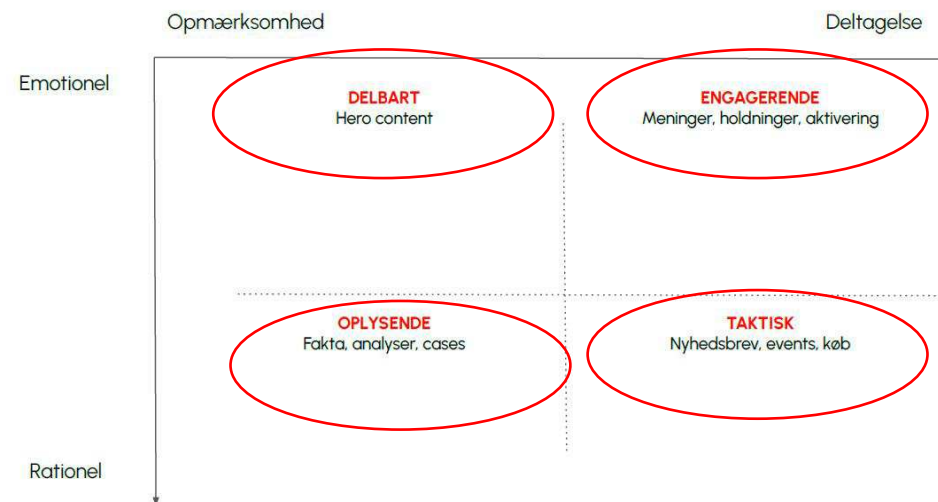
- Målgrupper
  - Den engagerede, lokale københavnere
  - Politikere, der holder sig lokalt opdateret
  - Forvaltningen, der læser med og bidrager med indhold
- Regelmæssig udsendelse sikrer genkendelighed og engagement
- Fokus på oplysende og engagerende indhold
- **Frekvens:** Ugentligt eller hver 14. dag, afhængig af mængden af relevante nyheder. Ikke sjældnere.
- **Udviklingsmål:** 4000 abonnenter v udgang af 2023



## Facebook

Engagerende, oplysende og delbar

- Målgrupper
  - Den engagerede, lokale københavner
  - Politikere, der holder sig lokalt opdateret
  - Forvaltningen, der bidrager med indhold
- Regelmæssig opdatering sikrer genkendelighed og engagement
- Fokus på oplysende, engagerende og delbart indhold, der vækker følelser og provokerer til interaktion
- Hero-indhold. De gode historier, der vækker følelser
  
- **Frekvens:** Daglige eller semi-daglige opdateringer Mix af formater med fokus på billeder som bærende visuelt medie.

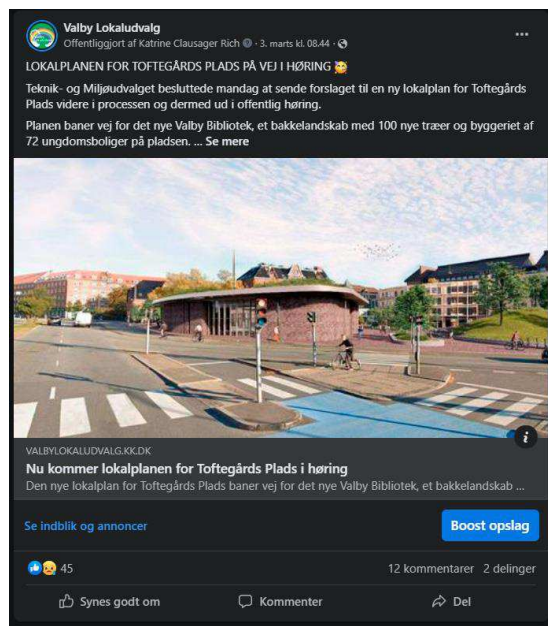


# Facebook

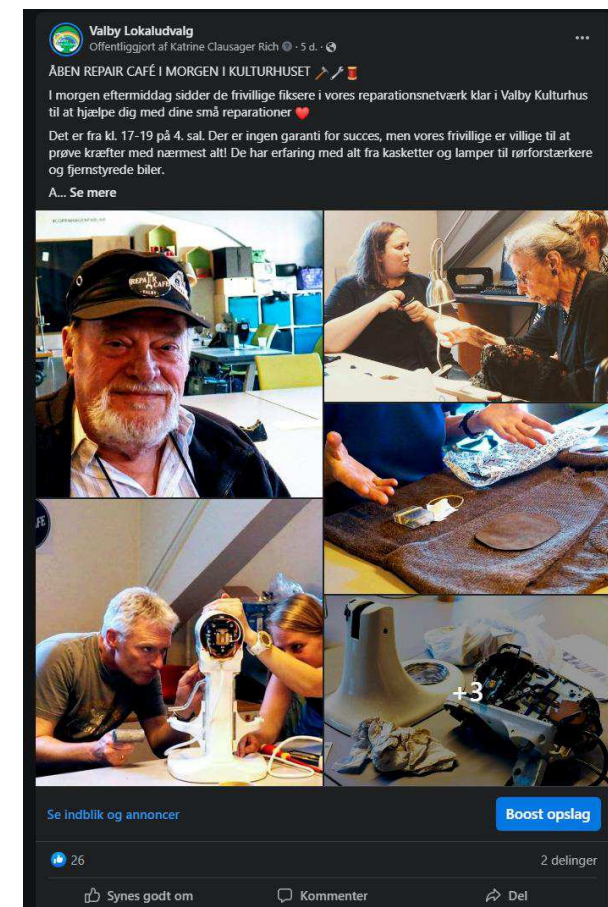
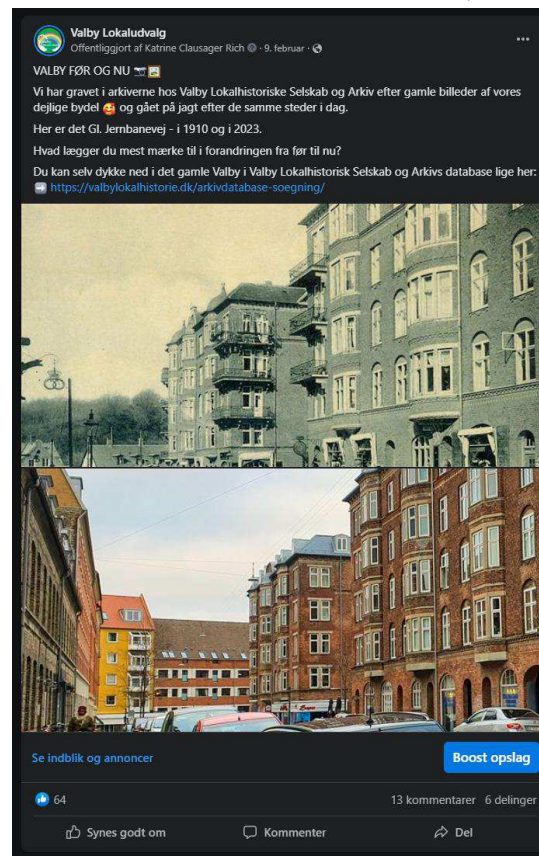
## Indholdstyper

## Meninger

### Hero



### Oplysende

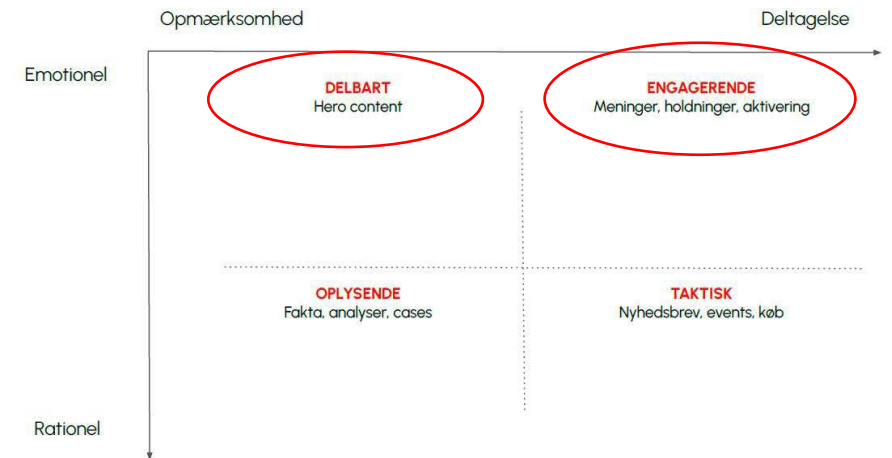


### Taktisk

# Instagram

## Fællesskab og fælles glæde

- Målgrupper
  - Engagerede, lokale københavnere
  - Yngre målgruppe, overvægt af kvinder på platformen
- Fokus på fællesskab om det daglige liv i Valby
- Blive fælles eksperter på det levede Valby-liv
- Reposte og interagere med lokale københavnere, der aktivt deler deres liv og oplevelser
  
- **Frekvens:**
  - Feed opslag: 3-4 ugentligt
  - Stories: 5-6 ugentligt, gerne som sammenhængende historie
  - Reels: 1-2 ugentligt



# Presse

## Fokuseret og oplysende indsats

### – Målgrupper

- Den engagerede, lokale københavnere
- Politikere, der følger med i dagspressen
- Forvaltningens medarbejdere
- Københavnerne i bred forstand

### – Indsats:

- Række ud til ValbyLIV med aktuelle, relevante nyheder fra nyhedsbrevet
- Række ud til MagasinetKBH med vinkler på aktuel byudvikling
- Være opmærksom på dagsordner med national interesse, f.eks. Ny Ellebjerg. Indsatser planlægges fra sag til sag.

# Annoncering

- Sociale medier:
  - Ugentligt boost af populært indhold – for større rækkevidde
  - Kampagner for udvalgte projekter og begivenheder, med snæver geografisk eller interessebaseret målgruppe
- Outdoor annoncering
  - 2-3 kampagner i KK's abrisbuser lokalt. Giver øget lokal synlighed
  - I forbindelse med begivenheder i bydelen, f.eks. Valby Kulturdage og juletræstænding
- Print
  - Omdeling af reklamer/invitationer. Række ud i udvalgte kvarterer med relevante tilbud eller begivenheder
  - Avisannoncer kun i særlige tilfælde, jf. ValbyLIV's udfordringer med distribution



# Mål

- Stigende engagement og rækkevidde fra uge til uge
- Mere ligelig fordeling af følgere på køn
- Flere følgere generelt – men engagement er vigtigere



# Særlige indsatser 2023

- Brevkassestrategien – saml de gode spørgsmål sammen og besvar dem
  - Fællespostkassen
  - Kommentarer på so-me
  - Opkald med spørgsmål
  - På vandrørene
  - Strategi for fælles opsamling fra fællespostkassen
- Nye kvarterer, nye Valbyborgere
  - Gennem fokuseret annoncering og omdeling af print
  - Uge 10: Borgerpanel, omdeling i nye kvarterer
- Øge andelen af mandlige følgere på Facebook
  - igennem fokuseret annoncering

# Særlige indsatser 2023

- Navneskift på Instagram
  - Gennemføres senest efterår. Proces med deltagelse af sekretariat og LU
- Udvikling af frekvens, indhold og formater af Stories og Reels på Instagram
- Bruge tid på relationer og tilstedeværelse på Facebook og Instagram
- Opfølgning på politiske sager til Facebook og nyhedsbrev
- Medlemmernes egen tilstedeværelse
  - Give konkrete værktøjer til dem, der i forvejen er aktive
- Julekalender
  - Engagere medlemmerne i årets julekalender