

DANSKE KOMMUNER PÅ  
**FACEBOOK**

UDARBEJDET AF KOMFO I FEBRUAR 2010

**KOMFO**

ÅBOULEVARD 40, GÅRDHUSET · 2200 KØBENHAVN N.  
TELEFON: 3535 3503 · MAIL: [INFO@KOMFO.COM](mailto:INFO@KOMFO.COM) · [HTTP://KOMFO.COM](http://KOMFO.COM)

# HVAD FÅR MAN UD AF AT LÆSE DENNE GUIDE?

Facebook bliver i disse tider diskuteret vidt og bredt i mange forskellige sammenhænge, og vi har erfaret, at dette også er tilfældet ude i kommunerne. Emnet er blevet relevant, da så mange danskere bruger Facebook, men spørgsmålet er, om dette er grund nok til at bruge værdifulde ressourcer på at beskæftige sig seriøst med netværket? Vi mener, at det kun kan forsvares, hvis målet bag indsatsen på Facebook er klart defineret og i overensstemmelse med kommunens overordnede målsætninger. Det kan fx være at bruge Facebook aktivt til at arbejde mod en forbedret borgerservice, en øget borgerinvolvering eller mere direkte demokrati i kommunen. Alle mål er formentlig nogle de fleste kommuner tilstræber i forvejen, men de færreste er klar over, hvilke af disse mål, man i praksis forfølger, når man diskuterer et aktivt engagement på Facebook.

Hensigten med denne guide er ikke at komme med den perfekte målsætning, man som kommune kan have på Facebook, men i højere grad at skabe den nødvendige forståelse for mulighederne på Facebook for en kommune. En forståelse der så videre kan bruges i arbejdet med, først og fremmest, at tage stilling til, om Facebook overhovedet er et egnet medie, og dernæst hvilken målsætning, man bør arbejde med. Som Danmarks førende Facebook specialister, har vi en interesse i, at man sætter af på den rigtige fod.



Rasmus Møller-Nielsen, Adm. Direktør

## INDHOLD

<b>1</b>	<b>ÉN ELLER FLERE FACEBOOK SIDER?</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>OPRET FACEBOOK SIDEN</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>HVORDAN FÅR MAN BORGERNE TIL AT BLIVE FANS?</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>HVORDAN FASTHOLDES INTERESSEN HOS BORGERNE?</b>	<b>6</b>
<b>5</b>	<b>HVOR FINDES DET INTERESSANTE INDHOLD?</b>	<b>7</b>
<b>6</b>	<b>HVORDAN SVARER MAN HENVENDELSER PÅ FACEBOOK SIDEN?</b>	<b>9</b>
<b>7</b>	<b>UDVIKLING AF UNIKKE FANER</b>	<b>10</b>
<b>8</b>	<b>REGISTRERING AF FACEBOOK-DOMÆNE</b>	<b>13</b>

# 1

## ÉN ELLER FLERE FACEBOOK SIDER?

I første omgang er det vigtigt at tage stilling til, om de forskellige områder inden for kommunen skal samles under den samme Facebook Side, eller om hver afdeling eller område skal have hver sin Side. Eksempelvis har Albertslund hjemmepleje sin egen Facebook Side ([Hjemmeplejen i Albertslund kommune](#)), Københavns Kommune har oprettet en Facebook Side kun til rekruttering ([Københavns Kommune – en attraktiv arbejdsplads!](#)) og flere biblioteker har deres egen Facebook Side, som fx [Ringsted Bibliotek](#).

Det er vigtigt at understrege, at der ikke er noget rigtigt svar på, hvorvidt man skal oprette én eller flere Facebook Sider, men det er i høj grad op til de praktiske udfordringer, de enkelte kommuner sidder med. Man bør dog tage stilling til dette område og dernæst kommunikere det ud i de enkelte organer i kommunen, så man undgår et ”Facebook-anarki”, hvor Facebook Sider bliver oprettet af folk, der lige følte for det den pågældende dag. Sådant har vi set udfordringerne omkring Facebook opstå mange steder, men det er ikke anbefalelsesværdigt. Eksempelvis kan navnet på Facebook Siden ikke ændres efter oprettelsen, og her har vi set mange komme i klemme, når deres hobbyprojekt pludselig blev strategisk vigtigt.

Hvis man kommer frem til at holde de forskellige områder adskilt, er det en god idé at linke til de forskellige Facebook Sider fra én hovedside, hvorfra borgerne nemt kan navigere til den Side, de søger. Dette kan gøres simpelt ved at gøre de underliggende sider til favoritsider på hovedsiden, eller det kan gøres mere avanceret ved at oprette en egentlig navigationsside på hovedsiden - læs mere herom under [punkt 7](#). Følgende eksempel på favoritsider er fra [Ringsted Biblioteks Facebook Side](#).



RINGSTED BIBLIOTEKS FACEBOOK SIDE

Ydermere er det vigtigt at gøre sig klart, hvem der skal være ansvarlig for at opdatere den konkrete Side, samt hvor ofte nyt indhold skal tilføjes. I denne forbindelse kan det være relevant at de personer, der er ansvarlige for Facebook Siden, i et eller andet omgang også har at gøre med kommunikationen på kommunens hjemmeside, så man opnår en vis konsistens mellem de forskellige onlineplatforme.

## 2

### OPRET FACEBOOK SIDEN

Det er gratis, hurtigt og brugervenligt at oprette en Facebook Side via dette link:  
<http://facebook.com/pages/create.php>

Når Siden oprettes vælges en kategori, som blandt andet afgør hvilke muligheder, man har for at lægge indhold på Siden. Derudover kan det være en hjælp for brugeren til at skelne imellem officielle Sider, oprettet af repræsentanter for kommunen, og uofficielle Sider, oprettet af eksempelvis borgere. Der er ikke en direkte kategori, der hedder "kommune", men kategorien Regering (Government i den engelske version af Facebook), er den mest hensigtsmæssige.

Næste skridt er at tilføje et billede til siden. Billedet, som er 200 pixels bredt og op til 600 pixels højt, er en vigtig del af Facebook Siden, da det er det første brugerne støder på. Her vil det være oplagt at benytte kommunens logo som billede, da Siden på denne måde vil skille sig ud, når der på Facebook søges på kommunens navn.

Inden Siden offentliggøres tilføjes grundlæggende indhold, som fx en kort beskrivende tekst om Sidens afsender, formål, kommunens adresse, telefonnummer, hjemmeside, åbningstider for henvendelser etc., samt begyndende indhold som eksempelvis en statusopdatering, et par billeder eller en video.

Følgende eksempel er fra [Allerød Kommunes Facebook Side](#).

**Allerød Kommune** [Bliv fan](#)

Væg Information **Billeder** Bokse Noter

**Grundlæggende oplysninger**

Sted: Bjarkesvej 2  
Allerød, Denmark, 3450

Telefon: +4548100100

**Detaljerede oplysninger**

Website: <http://www.alleroed.dk>

Foreslå til venner

Allerød Kommunes side på Facebook - for personer med interesse for kommunens ve og vel. Har du officielle henvendelser og spørgsmål - så er det rette medie [www.alleroed.dk](http://www.alleroed.dk)

ALLERØD KOMMUNES FACEBOOK SIDE

### 3

## HVORDAN FÅR MAN BORGERNE TIL AT BLIVE FANS?

Facebook har udviklet nogle værktøjer, der gør det enkelt og brugervenligt at få flere fans til Facebook Siden, henholdsvis via kommunens hjemmeside og annoncering på Facebook.

### FÅ FANS VIA HJEMMESIDEN

Det er oplagt, at konvertere nogle af de mange daglige besøgende på kommunens hjemmeside til at blive Facebook-fans, og derigennem skabe muligheden for en længerevarende relation til borgerne. Den enkleste måde er, at indsætte et "Find os på Facebook"-ikon på hjemmesiden, der linker direkte over til Facebook Siden, hvorefter borgerne kan blive fans.



En anden mulighed er, at integrere en Facebook Sidebadge (det som tidligere hed Fan Box), som er en lille boks (widget), på kommunens hjemmeside. Via en Sidebadge er det muligt at vise de seneste statusopdateringer fra Siden, samt en liste med Facebook Sidens fans på hjemmesiden. Har man en lidt statisk hjemmeside, er det dermed en god mulighed for at integrere dynamisk indhold, og give borgerne den opfattelse, at hjemmesiden er en interessant og dynamisk platform, hvor man får et indblik i, hvad der rører sig i kommunen netop nu. Illustrationen til venstre er et eksempel på en Sidebadge tilhørende Siden [Socialdemokraterne i Skanderborg Kommune](http://janrs.blogspot.com/2009/11/billet-haj.html) (hentet fra <http://janrs.blogspot.com/2009/11/billet-haj.html>)

Borgerne kan blive fans af Facebook Siden med et enkelt klik, uden at forlade hjemmesiden, via "Bliv fan"-knappen i Fan Box (se illustration). På den måde er det nemt at konvertere brugere til fans og dermed øge trafikken på begge platforme. En Sidebadge kan integreres alle steder på hjemmesiden ved blot at indtaste et par linjers kode og er noget jeres webmaster nemt ville kunne håndtere. Mere info om "Find os på Facebook" funktioner, samt Fan Box kan findes via dette link: <http://www.facebook.com/badges/>

### FÅ FANS VIA FACEBOOK

Hvis man for alvor ønsker at nå ud til borgerne, er det mest enkle at købe sig til opmærksomheden via Facebooks forskellige annoncemuligheder. Har man et væsentligt markedsføringsbudget (over kr. 50.000,-) kan man med fordel kontakte Facebook for mulige løsninger. Har man, som de fleste, noget færre penge at gøre med, har Facebook deres manuelle, men meget brugervenlige, annonceværktøj, der kan tilgås her: <http://www.facebook.com/ads/create/>

Sociale annoncer, som er en kombination af tekst og grafik og vises i højre side på Facebook, er de annoncer som de fleste har stiftet bekendtskab med. Denne form for annoncering på Facebook giver mulighed for at nå en hel specifik gruppe af borgerne, da annoncerne kan målrettes brugerne på Facebook meget nøjagtigt, både ud fra en



EKSEMPEL PÅ EN SOCIAL ANNOUNCE

række demografiske parametre og ud fra brugernes interesser. Derudover er det muligt at målrette annoncen til borgere, der bor i kommunen, men som endnu ikke er blevet fans af Facebook Siden. De borgere, som annoncen vises for, kan så nemt blive fans af Siden direkte i annoncen ved at klikke på det integrerede ”Bliv fan”-link (se illustration til venstre) eller ved at navigere til Facebook Siden, som der naturligvis linkes til.

Når en borger bliver fan af Facebook Siden, vil det automatisk generere en besked ud om denne handling til brugerens netværk, som derved også bliver opmærksom på Facebook Siden, ganske gratis vel at mærke. På denne måde spredes kendskabet til Facebook Siden hurtigt, og mængden af fans vil stige stødt.

Ligesom annoncen kan målrettes borgere, som endnu ikke er fans, kan annoncen også målrettes eksisterende fans (se illustration nedenfor). På denne måde kan annoncen rettes mod dem, som allerede har engageret sig i Facebook Siden, og som kommunen ønsker at gøre opmærksom på yderligere tiltag, som fx en gruppe, en applikation eller en begivenhed. Læs mere om begivenheder under [punkt 5](#).

<b>Forbindelser:</b>	<b>Målret til brugere, som er forbundet med:</b>
	<input type="text" value="Indtast din side, begivenhed, gruppe eller applikation"/>
	<b>Målret til brugere, som ikke allerede er forbundet med:</b>
	<input type="text" value="Indtast din side, begivenhed, gruppe eller applikation"/>

Læs mere om mulighederne med annoncering på Facebook i vores [guide til Bannerannoncering på Facebook](#).

## 4

### **HVORDAN FASTHOLDES INTERESSEN HOS BORGERNE?**

Ligesom på en hjemmeside og andre medier, er det vigtigt at give læserne interessant indhold. Facebook er ikke anderledes. For at tiltrække flere borgere til at blive fans, samt fastholde de eksisterende, er det altså essentielt at Facebook Siden regelmæssigt opdateres med relevant indhold, der kan engagere borgerne.

Hver gang, der postes indhold på Facebook Siden, vil det blive vist i de mange fans' nyhedsstrøm under fanen Startside, når de logger på Facebook. En statusopdatering vil dermed fungere på samme måde som brugerprofilers statusopdateringer, der vises i vennernes nyhedsstrøm. Vi vil derfor anbefale, at man fremstiller indhold, der i høj grad involverer borgerne, da man derved øger muligheden for at virale historier spredes igennem deres netværk, når de interagerer med indholdet på Facebook Siden. Man bør derfor kombinere brugen af simple tekst-opdateringer med eksempelvis underholdende billeder og videoer, samt interessante begivenheder som brugerne kan tilmelde sig. Dette vil øge sandsynligheden for at borgerne kommenterer eller tilkendegiver at de ”synes godt om” de konkrete opslag.

Illustrationen nedenfor er et eksempel på en statusopdatering fra [Allerød Kommunes Facebook Side](#).



STATUSOPDATERING FRA ALLERØD KOMMUNES FACEBOOK SIDE

Når borgerne bliver fans af Facebook Siden vil det medføre en besked til vennernes nyhedsstrøm. Kommenterer borgerne på kommunens indhold, bliver dette endvidere vist på deres personlige Facebook væg. På disse måder vil brugernes interaktion med indholdet fra Facebook Siden sprede sig igennem deres netværk, og kendskabet til Facebook Siden udbredes gratis – eller viralt om man vil.



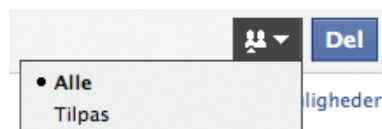
## 5

### HVOR FINDES DET INTERESSANTE INDHOLD?

At skrive relevante statusopdateringer og dele fotos og videoer fra Facebook Siden er helt essentielt, eftersom det er denne information, der optræder i borgernes nyhedsstrøm, og dermed giver størst mulighed for involvering (se [punkt 4](#)). Der er naturligvis ingen måder at opfinde relevant indhold på, hvis der i bund og grund ingen relevant aktivitet er i kommunen, men den situation må de færreste forventes at stå i. Oftest har man indhold, men udfordringen er i højere grad, hvordan man får det ”overført” til Facebook. Der findes et par gode fif i den forbindelse, som vi har beskrevet nærmere her.

Det er muligt at sende opdateringer til Facebook Sidens fans, baseret på, hvor i landet de bor. Hvis Siden eksempelvis hedder Odense, og ikke Odense Kommune, kunne man godt forestille sig at nogle af Sidens fans ikke bor i Odense, men er fans af andre årsager. Ved at tilpasse hvem statusopdateringerne skal vises for, kan man derved sørge for, at praktiske informationer om kommunen udelukkende vises for de brugere som rent faktisk bor i kommunen.

For at målrette statusopdateringen efter geografiske områder, klikker man på ikonet ved siden af del-knappen og vælger funktionen Tilpas (se illustration til venstre). Herefter kan land og by indtastes.



## Vælg dit publikum

Gør dette synligt for fans med \_\_\_\_\_

Sted

Danmark x

Alle steder

Efter by

Odense x

## IMPORTÉR BLOGINDLÆG TIL FACEBOOK SIDEN

Hvis jeres kommune har en blog, vil det være muligt automatisk at "feede" jeres indlæg ind på Facebook Siden og på denne måde hele tiden holde borgerne på Facebook opdateret på, hvad der rører sig i kommunen. Brug for eksempel applikationen [NetworkedBlogs](#) til automatisk at importere blogindlæg til Facebook Siden.

Ønsker man ikke, at alle blogposts skal lægges på Facebook, kan man alternativt oprette Noter, som ligger i en fane for sig selv på Facebook Siden. Her er der mulighed for at skrive lidt tekst, vedhæfte et billede og linke til de mest relevante indlæg. Når noten publiceres vises den på Væggen og samtidig også i borgernes nyhedsstrømme. Derudover har borgerne mulighed for at kommentere noten, angive at de "synes godt om" noten, videresende den til en ven, eller publicere den på deres egen Væg.

Følgende eksempel er fra [Roskilde Kommunes Facebook Side](#).



NOTE FRA ROSKILDE KOMMUNES FACEBOOK SIDE

## OPRET BEGIVENHEDER

En god måde at få flere borgere til at engagere sig i kommunens Facebook Side, samt blive fans, er ved løbende at oprette begivenheder (events) på Siden. Dette er en oplagt mulighed for at sprede kendskabet til Siden gennem de eksisterende fans og videre til deres netværk og venner som også bor i kommunen. Begivenheden kan fx være



forskellige arrangementer i kommunen, en konkurrence, en undersøgelse eller noget helt andet.

Når borgerne tilmelder sig begivenheden på Facebook vil det generere en besked ud til deres netværk om begivenheden, og derfor også reklamere for Facebook Siden, da der linkes hertil. Jo flere fans, der svarer på invitationen, jo større er chancen for at få begivenheden distribueret gennem flere netværk og i sidste ende rekruttere flere fans til Facebook Siden. Følgende er et eksempel på en begivenhed fra [Nyborg Kommunes Facebook gruppe](#).



**Nyb** KOMMUN

**Nyborg Kommune** Nyborg lægger asfalt til sidste etape af Fynske Mediers Etape-Marathon

Igen i år får løbere landet over mulighed for at fylde efteråret og vinterens løbskalender op med fem smukke fynske etaper på mellem 8 og 10 km. Fynske Mediers Etape-Marathon gentager nemlig sidste års succes, og denne gang har Nyborg sat sig på femt...

Vis mere

**Fynske Mediers Etape-Marathon**  
Tidspunkt: 21. marts 2010 11:00  
Sted: Nyborg Idræts- og Fritidscenter

5. november 2009 kl. 10:50 · Del · Svar på invitationen til dette arrangement

BEGIVENHED FRA NYBORG KOMMUNES FACEBOOK GRUPPE

En simpel måde at oprette en eventkalender på, er ved at tilføje fanen Begivenheder i navigationsbaren. På denne måde har borgerne en kronologisk liste over kommende arrangementer i kommunen.



Har man ikke mandskabsmæssige ressourcer til at vedligeholde Siden med relevant indhold af denne karakter, er det muligt at lave teknisk smartere løsninger. Har man eksempelvis en eventkalender på sin hjemmeside i forvejen, kan man lade denne "feede" en eventkalender på Facebook Siden, hvor borgerne måske endda også selv har mulighed for at tilføje events. Løsninger som denne er beskrevet nærmere under [punkt 7](#).



## **HVORDAN SVARER MAN HENVENDELSER PÅ FACEBOOK SIDEN?**

Med en Facebook Side, opstår en mulighed for at blive en stor del af borgernes samtale på Facebook, og drage fordel af dette. Ved at oprette debatmenner, begivenheder, stille spørgsmål via statusopdateringer, uploade fotos og videoer, giver man borgerne mulighed for at kommentere på kommunens tjenester og ydelser. Man bliver dermed også konfronteret med både glade og utilfredse borgere og bliver dermed stillet over for udfordringen: Hvordan reagerer man henholdsvis på den konstruktive og den negative kritik? Det handler altså om at få udarbejdet det, man kunne kalde en responspolitik.

Hvis hensigten er at engagere borgerne og åbne op for tovejs-dialog, er det essentielt, at man er opmærksom på henvendelser, der kræver et svar eller på anden vis lægger op til dialog.



HILLERØD KOMMUNES FACEBOOK SIDE

Alternativt kan ønsket også være at Facebook Siden udelukkende bruges til at levere information til borgerne, og altså ikke bruges som kontaktplatform. Hvis dette er tilfældet, er det vigtigt, at det klart fremgår hvor borgerne i givet fald skal henvende sig med spørgsmål. Det kan eksempelvis nævnes i informationsboksen under profild billedet, som Hillerød Kommune har valgt at gøre på deres [Facebook Side](#).

Der findes ikke nogen skabelon for en sådan responspolitik, men som udgangspunkt er Facebook et dialogværktøj. Så kan man skrive nok så mange forudsætninger for sin tilstedeværelse, men når borgerne nu har mulighed for at kommentere på det indhold, man lægger op, er der vel en vis rimelighed i, at de også forventer et svar. Ønsker man ikke dialogen, er det ikke sikkert Facebook er den rigtige kommunikationsplatform.

Vælger man at indgå i dialog med borgerne efterlader det naturligvis en række spørgsmål. Hvem har ansvaret for kommunikationen? Hvor tit svarer man? Svarer man på alt, eller er der en rimelighedsgrænse? Osv. Spørgsmål som disse er nødvendige at tage stilling til, men det er vores erfaring, at det oftest kan klares med sund fornuft.

Vi ser desuden ofte organisationer overvurdere det forventede krav til ressourceforbrug i forbindelse med at svare brugere. Man skal ikke forvente en sand byge af spørgsmål blot fordi, man nu er til stede på Facebook. Brugere har oftest mere interessante ting at tage sig til. Først når man for alvor har fået opbygget en fanbase, og man løbende præsenterer brugere for relevant indhold, vil man opleve at spørgsmålene opstår. På det tidspunkt skulle Facebook Siden også meget gerne have bevist sin værdi, så der vil være en vis fornuft i at afsætte ressourcer til området.

## 7

### UDVIKLING AF UNIKKE FANER

Har man først fået opbygget en stor og aktiv fanbase, er det meget muligt, at standardmulighederne på Facebook Siden ikke er tilstrækkelige til jeres behov. Der er dog også en løsning på dette, da Facebook har gjort det muligt at udvikle sine egne unikke faner på Siden, som kan laves med design og funktionalitet præcis efter ens unikke behov. Det betyder, at man i endnu højere grad kan tænke Facebook Siden sammen med sin hjemmeside og overordnede onlinestrategi. Det koster ikke noget i forhold til Facebook at lave denne form for udvikling, men det kræver en vis viden om kodning i Facebook. Har I ikke kompetencerne i huset, er det blandt et område vi, hos [Komfo](#), tilbyder at hjælpe med.

Et eksempel på, hvordan dette kan bruges, er fx til at ændre startside på jeres Facebook Side. Når nye brugere kommer ind på Siden, er standard-startside altid Væggen, hvor de seneste opslag vises, både dem I selv har offentliggjort, samt dem jeres fans har lagt op. Det kan være fordelagtigt at ændre startside for nye brugere til andre og mere værdifulde faner. På denne måde kan man styre, at nye brugere træder ind i et kontrolleret miljø som det første og derefter navigerer til sider med mindre struktur. Samtidig giver det god mulighed for at styre den information, de først skal præsenteres for, og dermed informere borgerne om interessante og relevante oplysninger med det samme. Det skulle gerne øge sandsynligheden for at nye besøgende bliver konverteret til fans.

## FANE SOM NAVIGATIONSSIDE

Hvis der findes separate Facebook Sider for hvert område inden for kommunen, som fx biblioteker, hjemmeplejen, politistationer osv., kan der udvikles unikke faner til hver af de separate Sider, således at borgerne nemt kan navigere videre til det, de søger. Hvis Facebook Siden derimod samler alt i kommunen, kan det være en fordel at startside giver en oversigt over, hvad der findes på Siden og linker til de forskellige områder, som fx begivenheder, information (herunder kontaktoplysninger), fotos, debat osv.

Nedenstående eksempel er fra [vores egen Facebook Side](#), hvor startside giver et overblik over hele Facebook Sidens indhold til den knap så erfarne bruger. En anden ting at bemærke i denne sammenhæng er, at sådanne faner kan tilgås, uden at man er logget ind på Facebook, dvs. at man ikke udelukker nogle internetbrugere, da ”ikke Facebook brugere” således også har adgang til informationerne.



The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Komfo'. At the top, there is a navigation menu with tabs: 'Væg', 'Information', 'Start', 'Guides', 'Applications', 'Ledige job', and a plus sign. Below the menu is a dark banner with the text: 'SOM FACEBOOK SPECIALISTER HJÆLPER VI VORES FANS OG KUNDER I DERES PROFESSIONELLE ARBEJDE MED FACEBOOK'. To the right of the text are the Danish and UK flags. Below the banner, there are three promotional cards. The first card features the Facebook logo and the text: 'Download vores populære Facebook guides gratis'. The second card features a 'PHOTO BATTLE' app icon and the text: 'Tjek et par af vores mest populære Facebook applikationer ud'. The third card features a photo of a woman and a man and the text: 'Skriv et spørgsmål på vores væg for en åben dialog' and 'Kontakt os direkte for at høre hvordan vi kan hjælpe jer'.

EKSEMPEL PÅ UNIK FANE SOM NAVIGATIONSSIDE

## FORSKELLIGE STARTSIDER TIL FORSKELLIGE MÅLGRUPPER

Unikke faner kan også bruges til mere, end værende startside/navigationsside for borgerne. Det kunne eksempelvis være, at man kunne se fordele i at have forskellige startsider til forskellige målgrupper, særligt i forbindelse med kampagner.

Nedenstående eksempel er fra Facebook Siden [ELEVERNE ved Aalborg Kommune](#), der har fået udviklet en unik fane til rekruttering, hvor interesserede ansøgere kan læse mere om stillingerne samt få information om, hvor de skal henvende sig.

**ELEVERNE ved Aalborg Kommune**

Wall Info Photos Om ELEVERNE

**Om ELEVERNE**

De forbedrer dagligdagen for mange tusinder. De er med hvor beslutningerne bliver truffet. De kender samfundet indefra.

Aalborg, Bruxelles, Edinburg, Lancaster, Galway. Kontoreleverne ved Aalborg Kommune kommer vidt omkring. Bliv fan af ELEVERNE og hør om deres hverdag. I hele januar måned kan du møde ELEVERNE hver eneste dag her på facebook siden.

**Vil du være med?**

Vil du være en af ELEVERNE? Så har du muligheden lige nu. Vi søger 20 kontorelever, som vil være med til at præge hverdagen for borgerne i Aalborg Kommune.

Søg fra 4. januar

For mere information kontakt Elevkoordinator Jannie Hedelund - JHN@aalborg.dk

FACEBOOK SIDEN ELEVERNE VED AALBORG KOMMUNE

Denne mulighed er især nyttig, hvis man bruger Sociale annoncer til at reklamere for kommunens Facebook Side, da man dermed kan styre hvilke faner forskellige brugere lander på som standard, baseret på den annonce, de har klikket på. Hvis man for eksempel vil ramme to grupper af brugere (det er blandt andet muligt at segmentere alder, køn, uddannelse, interesser og mange andre parametre i annoncerne), kan man oprette to forskellige annoncer, der hver især kun vises for den ene gruppe. Derefter kan man vælge hvilke faner de to forskellige brugergrupper skal lande på, når de klikker på annoncen.

Læs mere om annonceringsmulighederne på Facebook under [punkt 3](#) samt i vores [guide til Bannerannoncering på Facebook](#).

Ovenstående er forholdsvis simple integrationer af unikke faner på jeres Facebook Side, der enten kan varetages af jeres egen webmaster, eller udvikles for et relativt overkommeligt budget af en samarbejdspartner som os. Som skrevet tidligere er der stort set ingen begrænsninger i kreativiteten på disse faner. Man kan integrere dele af hjemmesiden, man kan lave en eventkalender som beskrevet under punkt 5, man kan lave meningsmålinger, og i det hele taget sætter kun fantasien grænser. Kravet til ressourcer og indsigt i Facebook platformen øges naturligvis i takt med kompleksiteten. I første omgang kan det anbefales, at man først prøver kræfter med de gratis funktioner Facebook stiller til rådighed. Herefter kan man altid [henvende sig til os](#) for en uforpligtende snak om de videre muligheder.



### REGISTRERING AF FACEBOOK-DOMÆNE

Det er muligt at registrere et ”pænt” domæne efter eget ønske. Det koster ikke noget og kan være anvendeligt i forbindelse med markedsføring af Facebook Siden, og i andre tilfælde, hvor man skal kommunikere vejen til sin Side på en let overskuelig måde.

For eksempel: [www.facebook.com/komfo](http://www.facebook.com/komfo) eller [www.facebook.com/WhiteHouse](http://www.facebook.com/WhiteHouse)

Det er nemt, gratis og brugervenligt at oprette sin unikke URL. Det kræver dog følgende for, at det kan lade sig gøre:

1. At man er administrator på siden.
2. At domænenavnet er mindst 5 tegn langt.
3. At domænenavnet er ledigt.
4. At Facebook Siden har over 25 fans.

Er disse 4 betingelser opfyldt kan man registrere domænet på:

<http://www.facebook.com/username/>

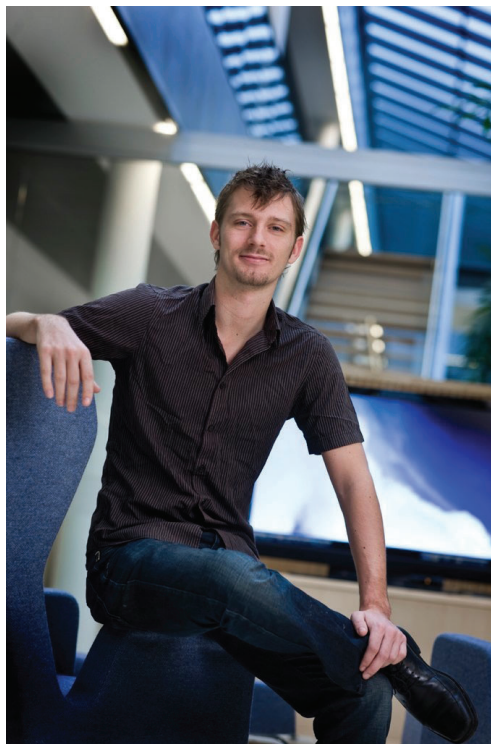


Vi håber, at denne guide kan hjælpe jer til at gøre de rigtige overvejelser i forhold til brugen af Facebook i kommunikationen med borgerne. Hos Komfo tror vi på potentialet i Facebook til at styrke borgerservice og demokratiet. Facebook er fortsat en forholdsvis uprøvet platform til formålet, men den vil modnes i takt med, at flere og flere kommuner tager opgaven seriøst og lærer borgerne, at her er en unik mulighed for at opnå indflydelse.

## FÅ EKSPERT-HJÆLP TIL STRATEGIEN

Hos Komfo ved vi, at jo bedre I forbereder jeres strategi fra starten, jo mere sikre er I på at nå jeres mål. Derfor er strategisk rådgivning og intern undervisning en essentiel del af de ydelser, vi tilbyder vores kunder.

Jeres direkte kontakt til Komfo er vores Relation Manager, [Mikael Lemberg](#), der har en baggrund som tidligere kommunalpolitiker, og af flere medier er blevet udråbt som Danmarks førende Facebook ekspert.



Som kunde hos Komfo har I altid en ekspert på sidelinjen, når I planlægger, udfører og evaluerer jeres Facebook strategi. Hvad enten I har behov for inspiration, sparring, workshops eller medarbejderkurser, er vi klædt på til at hjælpe jer.

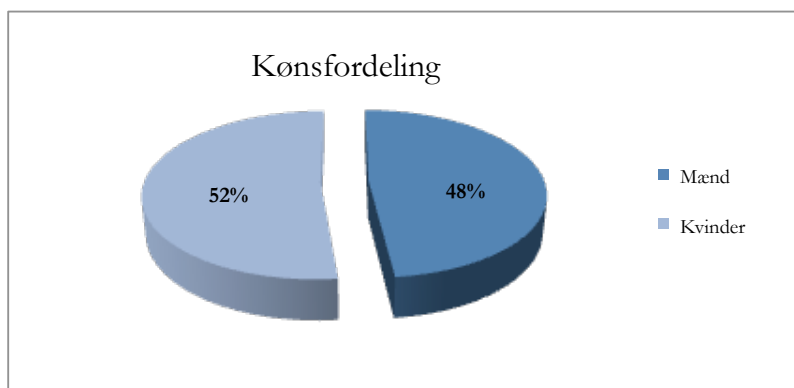
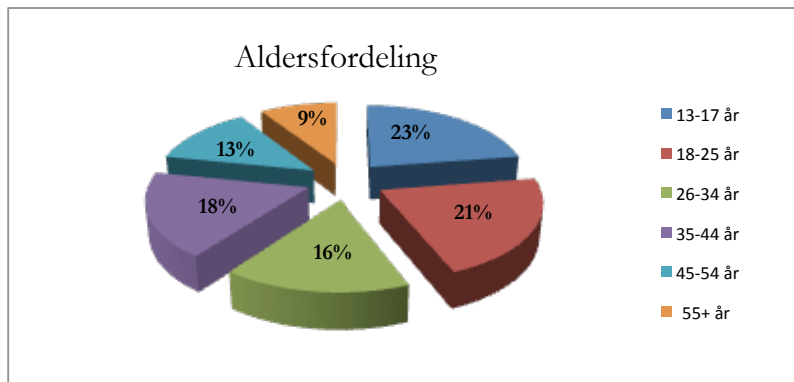
Er I interesserede i en gratis uforpligtende snak om jeres kommunes Facebook strategi? Så ring til Mikael Lemberg på tlf. 53 37 79 88 eller skriv på [mil@komfo.com](mailto:mil@komfo.com)

## DANMARK

Facebook brugere 2.241.520

Penetration 41 %

Gennemsnitsalder 31,9 år



KILDE: FACEBOOK DEMOGRAFI UNDERSØGELSE UDARBEJDET AF KOMFO I DECEMBER 2009



## 5 FACEBOOK FACTS

#	Facts
1	Facebook har over 400 millioner aktive brugere på verdensplan
2	Flere end 35 millioner brugere opdaterer deres status hver dag
3	Der er oprettet mere end 3 millioner Facebook Sider
4	Den gennemsnitlige bruger har 130 Facebook-venner
5	Den gennemsnitlige bruger tilbringer over 55 min på Facebook hver dag

KILDE: FACEBOOK DEN 10. FEBRUAR 2010



TELEFON: +45 3535 3503

MAIL: [INFO@KOMFO.COM](mailto:INFO@KOMFO.COM)

WEB: [WWW.KOMFO.COM](http://WWW.KOMFO.COM)

OM KOMFO:

KOMFO ER SKANDINAVIENS FØRENDE IT- OG RÅDGIVNINGSVIRKSOMHED INDEN FOR STRATEGI OG UDVIKLING PÅ FACEBOOK, OG ER FACEBOOKS FØRSTE PREFERRED DEVELOPER I SKANDINAVIEN.

ÅBOULEVARD 40, GÅRDHUSET · 2200 KØBENHAVN N.

TELEFON: 3535 3503 · MAIL: [INFO@KOMFO.COM](mailto:INFO@KOMFO.COM) · HTTP://[KOMFO.COM](http://KOMFO.COM)