

## Tips, tankar och idéer från chatten under Kommunikationskonferensen 18-19 mars 2021

### Tips på bildbanker

- <https://unsplash.com/>
- <https://pixabay.com/sv/>

### Tips på musikbanker

- <https://www.bensound.com/>
- <https://freemusicarchive.org/>
- [https://audiojungle.net/?osr=tn&\\_ga=2.178717540.1768597497.1541517437-1775610612.1541517437](https://audiojungle.net/?osr=tn&_ga=2.178717540.1768597497.1541517437-1775610612.1541517437)
- Fler tips här: <https://smartbizz.se/gratis-musik-for-sociala-medier/#.YFh5FK9KiUk>

### Diskussion om rättigheter musik

- Tänk på att det inte alltid är tillåtet som verksamhet att använda saker bara för att det är det som privatperson. Ganska ofta är det olika regler. Som exempel så har Warner music låtit privatpersoner använda "Jeruselema" men börjat skicka jättefakturer till företag som deltagit i Jeruselemachallenge på Youtube utan licens på musiken :)
- Angående det som kom upp tidigare i chatten med musik och rättigheter. Min skola vill göra Jeruselema challenge, är det ok som skola att använda musik i Instagram reels? Har hört att företag inte får det, men känner att jag inte har tillräcklig kunskap. Någon som kan svara? Att lägga upp på Youtube känns inte aktuellt om Warner Music skickar fakturer till företag som gjort det.
- Du kan googla men det senaste jag hörde (2 v sedan) så har Jeruselema släppt rättigheterna fritt helt nu. Vi har gjort en på vår skola.

### Diskussion om konverteringar och SchoolSoft

- **Flera konferensdeltagare:** Upplevelsen är att det är svårt att få gehör för förändringar och i dagsläget finns inga möjligheter att placera Facebook-pixlar eller andra tracking-script på formulär i SchoolSoft, vilket gör att det inte är möjligt att spåra konvertering.
- **Svar från Sveriges folkhögskolor:** Vi förstår att SchoolSoft kan vara en viktig del i detta arbete och att förändringar kan ta tid att få igenom. Det finns en ny fokusgrupp med representanter från folkhögskolorna som tar upp nyutveckling och presenterar för SchoolSoft. Lyft gärna era önskemål och tankar till dem! Ni hittar kontaktuppgifter till fokusgruppen här: <https://www.sverigesfolkhogskolor.se/for-personal-pa-folkhogskola/stod-utveckling/schoolsoft/forvaltningsgrupp/>

## Tips kring rättvis representation

- Vikten av representation belyser författaren Chimamanda Ngozi Adichie: [https://www.ted.com/talks/chimamanda\\_ngozi\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story?language=sv](https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story?language=sv)
- Aproppå film och representation: Lite utanför ämnet, men ändå inte: Jag kan tipsa alla om att Youtube har ett helt avsnitt om att skapa inkluderande innehåll. Det finns 3 timmar på deras egen utbildningssida: <https://creatoracademy.youtube.com/page/course/creating-inclusive-content-on-youtube?hl=sv>

## Tankar kring deltagarrekrutering och att nå målgruppen

- "Nötande" regelbundna inlägg, kontinuitet.
- Det går utmärkt att blanda känsla och fakta!
- Förmedla känslan som finns på en avlägsen plats digitalt.
- Vi pratade om att lyfta fram personer / case för att skapa känslor.
- Fick höra att 80 % av deltagarna säger att dom är där för att dom har blivit tipsade av en kompis som gått på skolan
- Vi startade en Facebookgrupp med gamla deltagare som kommit in på olika skolor där de deltagare som går nu på skolan också är med i så de kan få en kontakt in om de kommer in på samma skola. Det var uppskattat.
- Personliga möten. Följ upp våra ansökningar och personerna bakom. Även tips från vänner väger starkt. Bra kontakter med studievägledare.
- När tidigare/närvarande deltagare (= ambassadörsskapet) aktiveras kring ngn kommunikationsaktivitet = fakta/känsla i kombo
- Våra studerande är de bästa rekryterarna. Personliga rekommendationer.
- Tror också på att gamla deltagare tipsar vidare. Samt att de gärna delar vidare på ex Facebook. :)
- Riktad marknadsföring nära sista ansökningsdatum för att fylla specifika platser (basister i det här fallet) på musikutbildning - direkt resultat i form av flera sökande basister
- Medskapande är absolut nödvändigt för att kommunicera riktigt effektivt. Ensam är inte stark (även andra kan ha goda tankar). De bästa kampanjer jag skapat har jag gjort tillsammans med andra - aldrig själv.
- Jag har utformat hemsidor, broschyrer, rollup, Facebook, Linkedin utan ha avsedd tid för marknadsföring. Detta påverkar att man ligger efter med uppdateringar. Det är viktigt att rektor förstår att det är viktigt att satsa på marknadsföring.
- Den typen av inslag på Facebook, vardagshändelser, gör ju att de som går på skolan känner sig sedda och bekräftade. Det är ju bra. Tycker jag. Sådana inlägg får ofta hurrarop och klick, likes osv från andra deltagare.
- Jag har upplevt att det bästa vi gjort är att ge enskilda deltagare möjlighet att sköta våra konton i sociala medier. Då uppstår kontakt och det kommer många frågor, det blir någon sorts dialog.
- *Ang svårsålda namnet "Allmän kurs". Vi har valt att inte marknadsföra våra allmänna kurser, utan tänker att de "följer med" när vi pratar om våra särskilda kurser. Blir dock lite skillnad i år då vi bestämt att satsa på en allmän kurs med fjärrundervisning och en allmän kurs på distans. Vi finns på tillfället på sju olika orter.*

## Varför blir man så trött av Zoom?

- Här finns forskning: <https://news.stanford.edu/2021/02/23/four-causes-zoom-fatigue-solutions/>