



HELSINGBORG

# Helsingborgs stad på LinkedIn

Strategi för stadens officiella sida på LinkedIn

# Om LinkedIn



LinkedIn är en social nätverksplats med fokus på arbetslivet och nätverkande mellan arbetssökande och företag/organisationer. Med över 690 miljoner användare globalt är LinkedIn världens största professionella nätverk på internet. År 2021 använde cirka 3 av 10 av alla svenska internetanvändare som är 18 år eller äldre LinkedIn. Bland de som är yrkesverksamma var siffran närmare 4 av 10 och användandet ökar hela tiden.\* Medlemmarna använder framförallt LinkedIn för att underhålla och utöka sina professionella relationer och nätverk, stärka sitt professionella varumärke, hitta jobb eller praktik samt ta del av intressanta diskussioner och nyheter inom sin bransch.

## Stadens officiella sida på LinkedIn

Sidan Helsingborgs stad på LinkedIn är en företagssida med det huvudsakliga syftet att attrahera potentiella medarbetare genom att kommunicera och marknadsföra staden som en attraktiv och intressant arbetsgivare.

Inläggen består till största del av berättelser, tips och storytelling från olika delar av organisationen. Skillnaden gentemot stadens övriga officiella sociala medier är att vi fokuserar på sådant som medarbetare gör eller annat som kan stärka bilden av staden som en attraktiv arbetsgivare.

Alla jobb som publiceras på helsingborg.se publiceras också automatiskt under Helsingborg stads sidas Jobb-flik på LinkedIn och är synliga i sök och bevakningar.

## Produktsidor (showcasesidor)

Kopplat till Helsingborgs stads sida finns också ett antal produktsidor. Syftet med dessa är att kunna kommunicera specifikt med vissa målgrupper eller att marknadsföra en specifik del av verksamheten. Produktsidorna fungerar som vanliga sidor och har egen administration, följarbas, information, omslagsbild, etcetera. Produktsidorna kan också ha andra riktlinjer och strategier än den officiella sidan.

De produktsidor som idag är kopplade till Helsingborgs stads sida är Helsingborg | Näringsliv; Stadsbyggnad Helsingborg; Vård och omsorg i Helsingborg, Miljöförvaltningen, Socialförvaltningen och Arbetsmarknadsförvaltningen.

*\*Källa: Svenskarna och internet 2021, Internetstiftelsen*



# Strategi och riktlinjer för Helsingborgs stads officiella sida

Utifrån sidans syfte, stadens övergripande strategi för arbetsgivarvarumärket (intern stolthet, extern nyfikenhet) och stadens riktlinjer för sociala medier tillämpar vi följande strategi för Helsingborgs stads sida på LinkedIn:

## Sidan ska...

### **...stärka bilden av Helsingborgs stad som en attraktiv och intressant arbetsgivare**

Vi lyfter och uppmärksammar sådant som medarbetare gör eller annat som kan kopplas till budskapen i arbetsgivarvarumärkesstrategin och stärka bilden av staden som en attraktiv arbetsgivare.

### **...ha ett målgrupps- och kanalanpassat varierat innehåll som bjuder in till dialog**

Vi samarbetar och bidrar gemensamt till att skapa ett intressant och varierande innehåll på sidan. Vi tar del av varandras och andras kompetens och idéer kring vilken typ av innehåll som passar kanalen, är varumärkesstärkande samt bidrar till att verksamheten når sina mål. Exempel på passande innehåll är behind the scenes, tips och storytelling från organisationen. Vi strävar efter att utforma innehållet på ett sätt som bjuder in till dialog och/eller handling.

### **...interagera och nätverka med medarbetare och andra som nämner eller visar intresse för staden**

Vi delar, gillar och/eller kommenterar relevanta inlägg från medarbetare och andra som pratar om staden. Alla kommentarer som innehåller en fråga på stadens inlägg ska besvaras.

### **...sprida stadens lediga tjänster**

Alla lediga tjänster i staden överförs automatiskt till stadens Jobb-flik på LinkedIn och blir synliga i sök och bevakningar. Vi uppmuntrar rekryterande chefer och andra berörda att dela och sprida annonsen i sina nätverk på LinkedIn. Chefer som vill uppmärksamma en viss ledig tjänst lite extra kan sponsra ett målgruppsuppsökande inlägg på LinkedIn i stadens namn via ReachMee.



# Rutiner för publicering av inlägg

Superadministratörer för stadens sida är projekt- och kommunikationsenheten på HR-avdelningen samt sociala medier-ansvarig på kommunikationsavdelningen på stadsledningsförvaltningen. Alla förvaltningar har också egna förvaltningsredaktörer som publicerar innehåll från förvaltningen. Förvaltningsredaktörerna består till största del av kommunikatörer som även ansvarar för förvaltningens närvaro i andra sociala medier. De flesta förvaltningsredaktörerna ingår i stadens nätverk för arbetsgivarvarumärket (SAV-nätverket).

## Gemensamt inläggsschema

Kopplat till SAV-nätverkets teamskanal finns ett schema för redaktörerna där den som vill publicera ett inlägg kan se när det finns ledigt utrymme och boka in det.

För att varje inlägg ska få bästa möjliga räckvidd strävar vi efter att sprida ut inläggen och undvika att publicera flera inlägg på samma dag.

## Uppföljning och interaktion

Alla redaktörer hjälps åt att bemöta och besvara kommentarer på sidans inlägg och bidra till ökad dialog. Den som har publicerat ett visst inlägg har dock ett extra ansvar att bevaka sitt inlägg och se till så att alla frågor får ett svar samt kontrollera att det inte förekommer hat, hot eller andra olämpliga kommentarer.

## Artiklar, evenemang och sponsrat innehåll

Alla redaktörer har möjlighet att publicera artiklar och evenemang på stadens sida. Eftersom artiklar och evenemang även publiceras som inlägg i flödet ska dessa inlägg bokas i schemat.

De redaktörer som vill publicera sponsrat, målgruppsuppsökande innehåll i stadens namn kan göra det via sitt privata annonskonto på LinkedIn. Chefer som vill betala för målgruppsuppsökande jobbbannonser gör det enklast via ReachMee.

Sponsrat innehåll konkurrerar inte om räckvidden med andra inlägg på sidan. Därför behöver dessa inlägg inte bokas i schemat.



# Målgrupper och följare

## Primära målgrupper

Befintliga medarbetare  
Potentiella medarbetare

## Sekundära målgrupper

Samarbetspartners  
Andra kommuner/organisationer

## Vilka följer oss idag?

Helsingborgs stads sida har i dagsläget 24 011 följare (september 2022)

Av dessa har ca 7 000 angett Helsingborgs stad som sin nuvarande arbetsgivare.

# Säkerhet och moderering

Sidans redaktörer tilldelas behörighet att publicera på sidan via sina privata Linkedinkonton. Kontots tre superadministratörer är de enda som kan göra genomgripande förändringar för sidan, som till exempel att tilldela eller ta tillbaka behörigheter, ändra information eller ta bort sidan.

Den som publicerar ett inlägg har ett särskilt ansvar att bevaka inlägget och eventuella kommentarer. Kommentarer som innehåller hat, hot eller annat olämpligt innehåll som bryter mot stadens riktlinjer för sociala medier ska tas bort. Om en redaktör upptäcker sådant innehåll ska hen spara en skärmdump av kommentaren, radera den och sedan informera superadministratörerna för kännedom.

Kritik mot stadens verksamhet eller negativa kommentarer som inte innehåller hat eller hot ska inte tas bort utan hellre bemötas av representanter för relevant verksamhet. Alternativt hänvisas till synpunktshanteringen på Kontaktcenter.