

Facebook-politik for danske Zonta-klubber

Indledning

Danske Zonta-klubber kan med fordel bruge facebook og andre sociale medier i arbejdet med at nå Zontas mål.

Formål

Formålet med at være til stede på facebook og sociale medier er:

- At skabe synlighed om Zonta-klubbens arbejde
- At markedsføre Zonta-klubbens projekter
- At gøre det muligt at dele og sprede information om Zontas arbejde, projekter og arrangementer.
- At række ud til og engagere mennesker, der er interesseret i de emner og opgaver, som Zonta-klubben arbejder med
- At skabe større nærhed og fællesskabsfølelse blandt klubbens medlemmer og på tværs af klubber
- At skabe interesse og nysgerrighed hos potentielle medlemmer

Hvordan

Facebook har mange funktioner. Her fremhæves tre af dem, som Zonta-klubber med fordel kan arbejde med:

- En facebook-*side*.
Er en åben, udadvendt og offentlig platform. En administrator eller flere kan lave gratis opslag, sponsorerede opslag og begivenheder og derigennem markedsføre klubbens aktiviteter og projekter.
Fordelen ved facebook-sider er, at de er offentlige, søgbare på internettet og kan ses af alle uanset, om man er medlem af facebook eller ej. Personer, der er interesseret kan '*Synes-godt-om*' og '*følge*' siden. Det er også muligt at '*dele*' opslag og dermed sprede budskaberne.
Ulempen ved sider er, at alle fans og følgere *ikke* ser alle opslag
-
- En facebook-*gruppe*.
Kan være lukket, delvis lukket og offentlig, og den har en administrator eller flere, der holder styr på opslag og medlemmer.

Man skal melde sig ind i gruppen.

Fordelen ved grupper er, at alle medlemmer ser alle opslag.

Ulempen er, at medlemmerne aktivt skal melde sig ind (og derfor også selv have en profil på facebook).

En klub kan bruge en lukket facebook-gruppe til intern klubkommunikation.

- **Facebook-begivenhed**

Er en omtale i facebook's kalenderfunktion. Begivenheden kan være offentlig eller for 'inviterede'. Husk, at det skal være tydeligt omtalt, om en begivenhed er et åbent arrangement eller kun for medlemmer.

Offentlige begivenheder kan med fordel 'boostes' til en defineret målgruppe, dvs. begivenheden sendes ud som bannerreklame til potentielt interesserede.

Fordelen ved begivenheder er, at de kan omtale klubmøder og enkelt-projekter.

Ulempe: At boost og reklame koster penge. Man kan dog sagtens oprette begivenheder uden at skulle bruge penge på reklamer eller boost.

Forarbejdet

Zonta-klubbens facebook-side skal fremgå professionel og troværdig i henhold til Zonta Internationals branding-guide (findes på Zonta.org). Derfor:

- Husk at udfylde alle krævede informationer under 'Indstillinger'.
- Lev op til Zontas Branding- og identitet-guide i forhold til logoer og billeder (zonta.org)
- Der skal være minimum to administratorer, da administrator har magten over siden.
- Tjek indstillingerne for opslag, så kun administratorer kan slå indhold op på siden og så opslag fra andre både medlemmer og eksterne godkendes først. Denne proces sikrer, at indholdet er i overensstemmelse med vores formål og værdier.
- Alle medlemmer af Zonta kan med fordel oprette en profil på facebook. Bemærk: profilen kan indstilles, så den udelukkende bruges til at følge zonta klubbens – eller andre zontaklubbens aktiviteter.
- Indhent samtykke-erklæringer fra klubbens medlemmer mht. at få delt billeder på facebook og hjemmeside. Der skal ikke indhentes samtykke, når der fotograferes fra offentlige arrangementer.

Driften

- En facebook-side lever gennem opslag. Undgå lange perioder med pauser
- Slå op, når du har noget relevant og aktuelt. Minimum to opslag pr. måned.

- Afholdte arrangementer og aktiviteter dokumenteres ved hjælp af billeder og video.
- Medlemmer, der sender opslag til godkendelse af administrator har pligt til at drage omsorg for at billederne har en såvel etisk som æstetisk kvalitet. Billeder af aktiviteter og medlemmer skal afspejle den seriøsitet, de værdier og det engagement, der præger klubbens arbejde.
- Alle Zonta-medlemmer opfordres til at dele relevante opslag med det formål at øge kendskabet til klubbernes arbejde, projekter, værdier, formål og resultater.