

DISTRIBUTION / SPRIDNING

Att sprida de filmer och bilder som du skapat tillsammans med Landsbyggare är en av de viktigaste uppgifterna för att lyckas med Landsbyggare. Ibland kan det vara enklare att ta fram material än att få tillräcklig spridning på det, så därför är det bra att lägga lite extra tid på att planera distributionen och tänka till hur man ska nå ut på bästa sätt. Om man inte når ut till de som vi vill ska nås av Landsbyggare, så når vi inte heller målen med att locka människor och inspirera till ett liv på landsbygden.

Vi vill så klart att så många som möjligt ska se det vi gör. Bli inspirerade av Landsbyggare och våga

ta steget. Så kom ihåg: att distribuera ut materialet och sprida det till våra målgrupper är en av dina viktigaste framgångsfaktorer. För att underlätta för dig - har vi tagit fram lite tips och förslag. Se även exempel på en distributionsplan inför att nå ut med en kampanj.

Om ni följer riktlinjerna för produktion av material, så kommer det finnas möjlighet att sprida ert Landsbyggare-material genom vår främsta distributionskanal, Instagramkontot för Landsbyggare. På så sätt kan ni nå ut till 4000 människor som är intresserade av ett liv på landsbygden.

BUDGET

Planera in ungefär lika mycket pengar på distribution som du lägger på produktion, så vet du att du håller höjd på att nå ut och sprida materialet till målgruppen du önskar nå.

MÅLGRUPP

Målgruppen vi vänder oss till är kreativa, skickliga och samarbetande entreprenörer och föreningar som vill utveckla landsbygden (25-50 år, som bor eller vill flytta till området och intressenter (landsbygdsorganisationer, politiker m.fl.

LANDSBYGGARE SOM AMBASSADÖRER

När du träffar Landsbyggarna för att filma dem; se till att skapa en god relation så att de självmant blir ambassadörer och vill sprida det du gör. Prata om vilka kanaler de har och hur de kan bidra till att filmer sprids. På landsbyggarekoncept.se finns ett exempel på mail som vi på Leader Höga Kusten skickade till våra Landsbyggare när vi skulle påbörja vår vinterkampanj. Landsbyggarna får självklart både tillgång till foton och filmer som en del av att det är del i kampanjen.

Kampanjen bygger också mycket på samarbete och spridning via Landsbyggare och entreprenörerna som delar bilder och filmer från kampanjen för att tillsammans förstärka bilden av landsbygden.

TIPS:

Uppmuntra i i **kommunikationen** med Landsbyggarna att det är viktigt att dela materialet samtidigt för att nå så stor spridning och effekt som möjligt.

Uppmuntra även till att använda hastag #landsbyggare för att stärka varumärket och nå ut ännu mer.

INSPIRERA GENOM ATT PORTRÄTTERA LANDSBYGGARE OCH SKAPA KAMPANJER

Som en del av kampanjen har bilder tagits och filmer gjorts där Landsbyggarna porträtteras, ger sina bästa tips för att komma igång och en film som berättar hur vi kan hjälpa till att förverkliga idéer. Landsbyggarna representeras i kampanjerna av företag, fördelade över både bransch och område som alla på sitt sätt bidrar till regionens utveckling. Vi vill med kampanjen inspirera andra genom att visa de Landsbyggare som redan vågat ta steget, för att få fler att satsa på sin idé eller flytta till landsbygden för att driva sin verksamhet eller utveckla sin idé. Vårt call to action är: Alla som vill kan bli en Landsbyggare, och när man väl har bestämt sig ska man kontakta oss.

Betrakta spridningen av ert Landsbyggare-koncept som kampanjer. Börja med en sommar- eller vinterkampanj med 5-10 Landsbyggare som porträtteras varje omgång. Därefter kan ni göra hur många kampanjer som helst beroende på budget. Det går självklart bra att återanvända en vinterkampanj även vintern därpå. Men en rekommendation är att skapa minst två kampanjer för att ge en bredare bild av möjligheterna på Landsbygden.

DISTRIBUTIONSMIX

En kampanj består av ett antal filmer (se landsbyggarekoncept.se), därtill kommer bilder och texter av olika slag. Följande distribution bör ingå i en kampanj:

- **Facebook** – Landsbyggareporträtt i bild och text – Samtliga filmer
- **Instagram** – Samtliga korta filmer – Stories
– Låna ut kontot en vecka per Landsbyggare i kampanjen
- **Opinion/artiklar** – Debattartiklar, en-två per kampanj – Artiklar ”Framtidens landsbygd”, minst två per kampanj – Pressrelease, en per kampanj

BOOSTA OCH ANNONSERA

Både på Facebook och Instagram kan du annonsera för att nå ut med dina inlägg. För att annonseringen ska fungera bra och för att du ska få fram relevant statistik behöver du ha ett business-konto på Facebook. Om du inte redan har det, så skapa ett sådant innan du börjar. När du annonserar väljer du målgrupper i admin-verktyget och ser till att kampanjen får stor spridning. En rekommendation är att göra tre annonser och se vilken som ger mest resultat (mäts i antal interaktioner, alltså klick eller delningar). Efter ett en vecka kan du plocka bort de två annonser som ger minst resultat och öka budgeten på den som ger mest. På landsbyggarekoncept.se finns ett exempel på distributionsplan som du kan inspireras av för att skapa din egen.