

Indstilling til Social Media Manageren ToTy 2023

Virksomhed/Organisation

Søstrene Grene

Indstilling kategori

Social Media Management – commercial

Navne på medlemmer af teamet

Xxx, xxx

Indstillingskriterier

Baggrund

I hjertet af Søstrene Grene brænder visionen "Experiences Like no Other". Med hvert opslag og hver interaktion forsøger vi at skabe mindeværdige stunder på vores digitale kanaler. Vores tilstedeværelse på sociale medier er ikke blot en marketingkanal; det er en direkte kommunikationslinje til vores kunder, som muliggør dialog. Fra Facebook til Instagram, og Pinterest til TikTok, bevæger vi os med naturlig ynde og en konsistent, distinkt og vedholdende storytelling, som er kendetegnende for Søstrene Grene. Vi har skiftet fokus fra traditionelle medier til fuldt ud at favne den digitale tidsalder. For os er relationer ikke noget, man tænder og slukker for. Vi ser længere end blot nuet. Med en dyb tro på storytelling fortsætter vi den tidløse fortælling om Anna & Clara, hvis eventyr begyndte i 1973, og som nu er hjørnestenen i vores branding. De spiller en central rolle i vores engagement med kunderne. Vi tror på, at den bedste udnyttelse af sociale medier er den langvarige dialog og relation til kunderne. Derfor ønsker vi også at indgå i meningsfulde relationer med vores kunder, hvor de aktivt tilvælger os, og ikke føler sig pressede til at vælge os fra.

Vi forsøger hele tiden at skabe indhold, der inspirerer og engagerer i løbet af hele kundens købsrejse - lige fra inspiration, brug til efter-brug. Her spiller vores DIY-univers blandt andet en vigtig rolle. Produkter og salg træder i baggrunden til fordel for reel nytteværdi for vores kunder. Vi har i stigende grad også åbnet op for en lang række DIY-projekter, som slet ikke benytter vores sortiment eller produkter. Det tør vi, fordi vi tror på, at den langvarige kunderelation har større betydning for vores forretning på længere sigt end det taktiske salg her og nu. Over de sidste år har vi produceret mere end 2.000 forskellige DIY-projekter, så det er et område, vi investerer massivt i.

Udover vores content-strategi og storytelling forsøger vi hele tiden at udfordre status quo, når det angår vores betalte SoMe-performance. Vi arbejder ud fra tesen "always in beta", og vi har skubbet grænserne for, hvad danske og europæiske SoMe-annoncører kan præstere på sociale medier. Vi har blandt andet udgivet flere best practice cases med Meta, hvor vi som de første i Europa og verden har været med til at teste (med succes) nye værktøjer og arbejdsmetoder. En af vores cases er endda blevet præsenteret for Metas COO under deres quarterly earning calls som en best case fra Skandinavien. I det forgangne finansår har vi haft mere dialog med vores kunder end nogensinde før, vi har nået flere mennesker via sociale mediekkanaler, og vi har aldrig leveret bedre forretningsresultater – både online og offline.

Resultater/Målsætninger

De langvarige og meningsfulde relationer har skabt et af Nordeuropas største Communities inden for vores sektor med +1,7 mio. følgere på Instagram, 2,4 mio. følgere på Facebook, +172K følgere på TikTok, 70K følgere på YouTube, +105K følgere på Pinterest. Alene i Danmark følger næsten 1/3 af alle kvinder +18 år os enten på Facebook eller Instagram – fordi vi serverer dem relevant og engagerende indhold og fordi vi virkelig gør en

indsats. Hos Søstrene Grene har vi investeret i et stort fotostudie, hvor vi selv producerer al indhold til alle vores digitale kanaler, herunder SoMe. Det betyder at vi kan servere indhold til vores kunder af høj kvalitet og bl.a. sikre at vores produkter altid præsenteres i et miljø, som vi håber inspirerer til kreativitet og alternative idéer til brug af vores produkter. Vi stræber efter dybt engagement og værdsætter dialog med vores community. Vores samarbejde med Meta har taget os til nye højder, og vi er stolte af at være pionerer i brugen af nye værktøjer. Vi har også formået at nå et nyt publikum gennem TikTok, hvor vores DIY-indhold har vundet stort indpas. Vores fokus har altid været på kvalitet, og vi arbejder utrætteligt for at levere den bedste brugeroplevelse. Hver interaktion tæller, og vores indsats bliver belønnet med en stigende kundebase og loyalitet.

SoMe står i perioden for ca. 25% af vores totale online omsætning (direkte afledt), hvoraf tæller vores organiske tilstedeværelse 8% altså ca. 1/3 af vores samlede omsætning gennem SoMe svarende til xx mio. Vi skelner generelt mellem vores organiske og betalte tilstedeværelse på SoMe. Vi er meget bevidste om at de personer vi er i kontakt med organisk har valgt at følge os, hvorfor vi gør en stor dyd ud af at både levere godt indhold til vores følgere og svare på alle de henvendelser vi måtte få. Som omsætningstallet for vores organiske tilstedeværelse viser tror vi hos Søstrene Grene i høj grad stadig på det gode håndværk omkring community management og en konstant tilstedeværelse med relevant kommunikation. I perioden har vi således skrevet 35.923 posts, svaret på 185.998 henvendelser og fået mere end 9.000.000 post likes.

Inkluderer vi betalt annoncering har vi i perioden leveret en omsætning på xxx mio. og været i kontakt med +93.000.000 personer hvoraf 30% er nye brugere som vi ikke har været i kontakt med før. Forretningsmæssigt er det de bedste resultater vi har leveret gennem SoMe i Søstrene Grenes 50 årige levetid.

Hvorfor skal teamet kåres til årets social media management team?

Hos Søstrene Grene følger vi ikke bare trenden - vi skaber den! Vi fejrer i år vores 50 års jubilæum, og Anna & Clara's digitale eventyr aldrig været mere levende. Vores team repræsenterer dedikation, innovation, og en dyb tro på at vi i fællesskab kan løfte Søstrene Grene til nye højder. Vi arbejder hver dag for at forme den digitale fremtid, og sætte vores særpræg. Det er en rejse fyldt med hjerte, sjæl, og en urokkelig tro på vores mission; "At røre menneskers hjerter gennem et vidunderligt univers, som verden aldrig har set mage". Vores resultater taler for sig selv, og vi mener, at vores team fortjener at blive anerkendt for deres utrættelige indsats og passion. Vores stræben efter fornyelse og hver dag at gøre det bare lidt bedre, gør os til en stærk kandidat til denne pris.

3 Eksempler på konkrete kreativer teamet er særligt stolte af?

- [SocialMediaManageren2023_SostreneGrene_Kreativer.jpg](#)

3 eksempler på en konkrete brugerdiallog teamet er særligt stolte af?

- [SocialMediaManageren2023_SostreneGrene_Brugerdialoger.jpg](#)