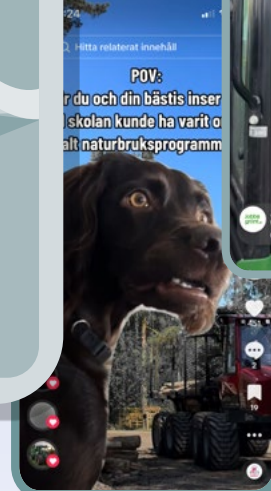
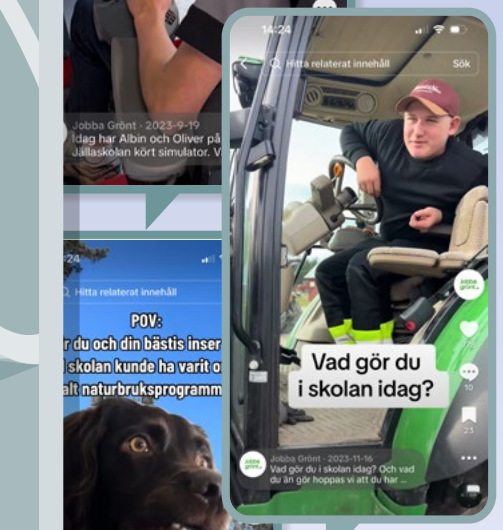
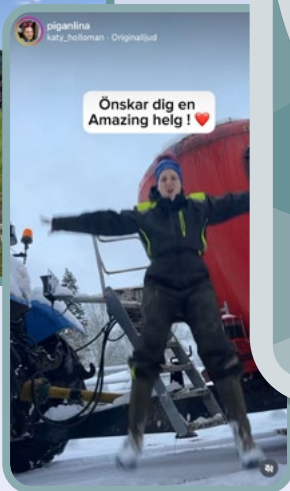
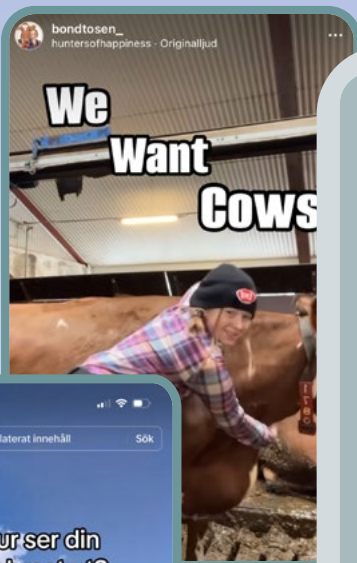


FRAMTIDENS GRÖNA INFLUENCER

LEKTIONSMATERIAL



FRAMTIDENS GRÖNA INFLUENCER

UPPGIFTSBESKRIVNING

Nu är det dags för dig att marknadsföra branschen för att nå din målgrupp. Din uppgift är att skapa en marknadsföringsvideo med hjälp av TikTok-plattformen för att öka kunskapen om lantbruket på ett positivt sätt därmed stärka attraktionskraften inom näringen. Detta ska göras på ett engagerande och effektivt sätt utifrån dina kunskaper inom området och tipsen du får i lektionsvideosarna nedan.

BEGREPP OCH BAKGRUND

TITTA PÅ FÖLJANDE VIDEOS OM MARKNADSFÖRING

- En liten lektion om sociala medier - [youtube.com/watch?v=VEXRPfjNkBQ](https://www.youtube.com/watch?v=VEXRPfjNkBQ)
- **How to do:** TikToks som visar upp livet på landet - [youtube.com/watch?v=_3yWb90llkl](https://www.youtube.com/watch?v=_3yWb90llkl)

I lektionen om sociala medier nämner Bethiel begreppet USP. Det står för "Unique Selling Proposition"- på engelska eller "Unikt Försäljningsargument" på svenska. Det är en kortfattad beskrivning av det unika och differentierande som din produkt eller tjänst erbjuder jämfört med konkurrenterna på marknaden. USP är det som gör att din produkt eller tjänst sticker ut och lockar målgruppen att välja dig istället för konkurrenterna. Det kan vara en specifik fördel som adresserar ett behov eller intresse på ett sätt som andra branscher/konkurrenter inte kan erbjuda på samma sätt. Att kommunicera och betona USP i marknadsföring och försäljning är avgörande för att locka och behålla kunder. Fundera på vad du anser är lantbrukets USP och det unika med att arbeta inom näringen.

Fakta om de gröna näringarna:

jobbagrönt.se/om-oss/om-det-grona-naringslivet

Läs mer om branschen och dess yrken

jobbagrönt.se

Exempel på tiktok/instagram med fokus det gröna näringslivet:

- TikTok @jobbagrönt - [tiktok.com/@jobbagrönt](https://www.tiktok.com/@jobbagrönt)
- TikTok @gudhemsgamlaprustgard
[tiktok.com/@gudhemsgamlaprustgard?lang=sv-SE](https://www.tiktok.com/@gudhemsgamlaprustgard?lang=sv-SE)
- TikTok @skogskvinnas - [tiktok.com/@skogskvinnas?lang=sv-SE](https://www.tiktok.com/@skogskvinnas?lang=sv-SE)
- Instagram @piganlina - [instagram.com/piganlina](https://www.instagram.com/piganlina)
- Instagram @bondtosen - [instagram.com/bondtosen_/](https://www.instagram.com/bondtosen_/)

FRAMTIDENS GRÖNA INFLUENCER

LEKTION 1

FÖRBEREDELSE

IDENTIFIERA DIN MÅLGRUPP:

Definiera tydligt vilken målgrupp din produkt eller tjänst riktar sig till.
Vilka åldersgrupper, intressen, och beteendemönster har din målgrupp?

UTFÖR OMVÄRLDSANALYS/TRENDANALYS:

Genomför en kort undersökning för att förstå vad din målgrupp gillar och reagerar på. Vilka trender, memes, eller hashtags är populära bland din målgrupp på TikTok?

FRAMTIDENS GRÖNA INFLUENCER

LEKTION 2

GENOMFÖRANDE

UTFORMA DIN MARKNADSFÖRINGSVIDEO:

Skapa en 30-60 sekunder lång marknadsföringsvideo som lyfter sätt de gröna näringarna på ett positivt sätt. Använd dig av kreativa idéer och strategier för att fånga din målgrupps uppmärksamhet.

Tänk på de tips Bethiel och Alma gett dig i lektionsvideosarna samt dessa tips:

- **Berätta en historia:** Skapa en berättelse som relaterar till din produkt eller tjänst och fånga tittarnas intresse från början till slut.
- **Använd rätt estetik och ton:** Anpassa din video till din målgrupps preferenser. Använd rätt färger, musik och stil för att skapa en meningsfull upplevelse.
- **Inkludera en tydlig kallelse till handling:** Försäkra dig om att din video uppmanar tittarna att agera, såsom att besöka din webbplats, köpa produkten eller registrera sig för mer information.

DELA DIN VIDEO PÅ TIKTOK:

- **Ladda upp din marknadsföringsvideo på din TikTok-kanal** och använd hashtaggen **#jobbagrönt #framtidensgrönainfluencer** samt andra relevanta hashtags för att öka dess synlighet och spridning. Observera reaktionerna och engagemanget från din målgrupp.
- **Skicka in ditt tävlingsbidrag** om du vill tävla om att bli framtidens gröna influencer och vinna 10 000 kronor till klasskassan, fina priser till dig själv samt diplom från Jobba Grönt.

FRAMTIDENS GRÖNA INFLUENCER

LEKTION 3

UTVÄRDERING

UTVÄRDERA RESULTATET:

Efter att din video har varit ute en stund, analysera dess prestanda. Hur många visningar, gilla, kommentarer, och delningar fick den? Vilka insikter kan du dra från reaktionerna och engagemanget? Hur kan du förbättra din marknadsföringsstrategi för framtida kampanjer?

BEDÖMNING FÖR LEKTIONSUPPGIFTEN:

Din marknadsföringsvideo kommer att bedömas utifrån dess kreativitet, relevans för målgruppen, visuell estetik, användning av TikTok-funktioner och dess effektivitet att kommunicera budskapet och uppmuntra tittarna att agera.

DEADLINE:

Datum för inlämning och presentation av din marknadsföringsvideo kommer att meddelas av din lärare. För att tävla - skicka in bidraget här senast 5 maj.

Mer info om tävlingen hittar du här.

www.jobbagront.se/tavling-influcener