

	Alder/køn på brugere	Kontekst: arbejde/fritid	Hvad driver brugeren, hvilken glæde eller belønning giver det dem at være aktive på platformen?	Særlige algoritme good-to-know-betingelser	Dyr/billig annoncering	Bedst til brand/trafik/kontakter
Facebook	<p>Alle, rundt regnet, er på Facebook. Dog med mindre aktivitet blandt de potentielle studerende, som dog stadig følger passivt med og klikker på ting/konsumerer indhold.</p> <p>25-34-årige er vores mest trofaste målgruppe.</p> <p>18-25-årige er vores næstmest trofaste målgruppe.</p> <p>Der er en lille overvægt af kvinder.</p> <p>65% af danskerne benytter Facebook dagligt.</p>	<p>Mest fritid, men til gengæld den bredest favnende platform af dem alle: nyheder, familie og venner, events, køb og salg osv., underholdning, interessefællesskab fx i grupper + chat (messenger), politik, viden</p>	<p>Holde sig opdateret. Nyheder. Hvor skræmmende det end måtte være.</p>	<p>Det vigtigste: Indhold driver værket. Hvis indholdet ikke er godt nok, når du ud til meget få mennesker. Og annoncering bliver enormt dyr. Man får meget lidt forærende, så enten skal man være god (til at skabe godt indhold) eller betale for distribution. Hvis både indhold og annoncering er god, er Facebook en guldgrube.</p>	<p>Mellem. Mulighed for meget præcis annoncering. Kommercielt meget moden platform. Den mest modne.</p>	<p>Interaktion og trafik. God til B2C.</p> <p>Nyheder, forskning, viden fungerer godt, hvis det bliver serveret i interessante koncepter.</p> <p>Studie/SDU-relevante koncepter, der giver brugerne værdi.</p>
Twitter	<p>Lille overvægt af mænd. I DK bruges Twitter ofte aktivt af journalister, politikere og meningsdannere/debattører.</p> <p>7% af danskerne benytter Twitter dagligt.</p>	<p>Mest arbejde. Men også mere seriøse interesser: politik, sport, debat, politiske bevægelser.</p> <p>Følge med i strømninger i samfundet.</p>	<p>FOMO. Følge samfundet mens det sker og ikke som recap i TV-avisen om aftenen. Udkomme med holdninger. Teste budskaber.</p>	<p>Indhold er kongen. Konflikt prioriteres. Betalt er meget billigt. Kommentarer er nok ligeså gode som tweets. Corporate dør hurtigt.</p>	<p>Billig</p>	<p>Bedst til interessentpleje, journalister og politik.</p>

				Kan som alt andet hackes med noget overraskende, noget virkelig gennemarbejdet mm.		
Instagram	Det næststørste sociale medie, hvor både en del unge mennesker, men også mor og far følger med. Måske særligt mor og datter, da der er en lille overvægt af kvinder på dette medie. 30% af danskerne benytter Instagram dagligt.	Billedbåret medie. Mest fritids-kontekst.	Likes. Anerkendelse. Foto-interesse. FOMO og nede med de fede.	Reels er det nye sort. Flotte billeder performer godt uanset hvad der står nærmest. Man kan gå viralt stadig. God gratis eksponering.	Samme som Facebook	Branding og salg til 16 til 40-årige.
LinkedIn	De fleste brugere kommer først på LinkedIn som en karrierefremmende aktivitet i slutningen af deres uddannelse. LinkedIn er meget populært især indenfor videnstunge brancher. 8% af danskerne benytter LinkedIn dagligt.	Arbejde	Karrierefremmende aktiviteter og inspiration, selvpromovering i en karriere-kontekst.	Organisk er vejen frem. Ren forskning er no go. Personhistorier performer. Kan hackes af flotte billeder og Instagramagtigt indhold.	Dyr	Branding i en professionel kontekst. Intern stolthed, bejle til dygtige kommende SDU'ere både VIP og TAP.
YouTube	Rigtig mange unge er på. Særligt unge mænd benytter YouTube. 29% af danskerne benytter YouTube dagligt. Næststørste sociale medie i målgruppen 15-24 årige danskere, hvis man måler på tid brugt på platformen.	Fritid. Interesser.	Underholdning og undervisning.	Svært at komme ind og skabe en stor kanal fra scratch. Penge, timer, tid til at producere indhold skal prioriteres, hvis det skal lykkes.		How to-videoer.

				Spiller sammen med google-søgninger, så godt med en tilstedeværelse med en organiseret kanal, hvor der er tænkt over SEO.		
Snapchat						
TikTok	Største sociale medie i Danmark blandt de 15-24-årige målt på tid brugt på platformen	Fritid	Kreative videoer, kommentarer, en algoritme der ved hvad du vil have mere end nogen anden	Du kan gå viralt her, men du skal virkelig kende genrene og være kreativ. Dette er det mindst egnede medie til at promovere indhold, der er lavet til andre sammenhænge. Indholdet her skal være unikt og meget gennemarbejdet.	Meget billig	Branding og trafik fra vores kernemålgruppe ift. rekruttering