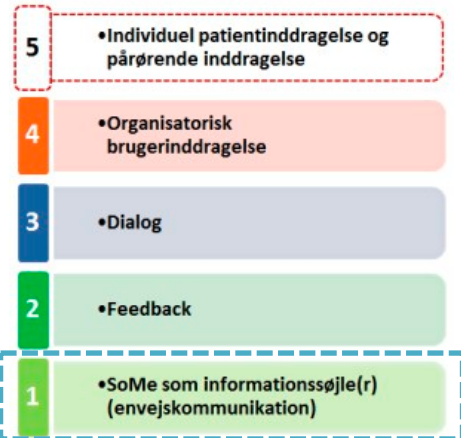
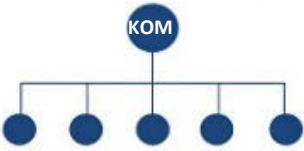

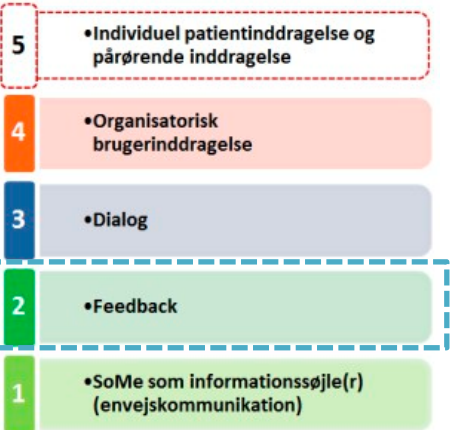
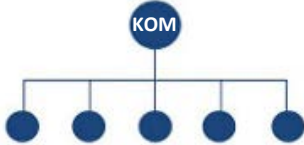


# SKALA FOR SYGEHUSES KOMMUNIKATION PÅ SOCIALE MEDIER

NIVEAU	MINIMUMSKRAV TIL RAMMER FOR DRIFT
<p><b>NIVEAU 1</b></p> <p><b>SOCIALE MEDIER SOM INFORMATIONSSØJLER (ENVEJSKOMMUNIKATION)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Platformenes grundlæggende (opslag)funktioner benyttes – men ingen mulighed for reaktioner, kommentarer og deling</li> <li>• Indholdsstrategier:             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Branding og omdømmepleje herunder at skabe synlighed</li> <li>➢ Åbenhed og indblik i sygehuset - dets medarbejdere, produkter, ydelser og service</li> <li>➢ Markedsføring af ydelser, events og relevante nationale kampagner</li> <li>➢ Krisestyring/-håndtering herunder publicering "uden filter"</li> </ul> </li> </ul> 	<p><b>ORGANISERING OG ANSVAR:</b></p> <p><b>CENTRALISERET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den centrale kommunikationsenhed står for hele indsatsen på SoMe: Administration af officielle profiler, vurdering af indholdsforslag fra afdelingerne, opslag på officielle profiler.</li> </ul>  <p><b>RESSOURCER OG ROLLER:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 person kan godt varetage rollen, men der bør være en back-up.</li> </ul>  <p><b>OVERVÅGNING:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daglige tjek af egne profiler</li> <li>• Evt. overvågning på "brandmentions" herunder afdelinger i mainstream newsfeeds og via mainstream hashtags</li> </ul> <p><b>RETNINGSLINJER FOR RESPONS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kriseplan</li> </ul> <p><b>EFFEKT MÅLING*:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Følgere og nye følgere</li> <li>• Evt. mentions og sentiment</li> </ul> <p>* Hvad man præcis måler på, afhænger altid af formålet med tilstedeværelsen og den ønskede effekt af det enkelte opslag.</p> <p><b>INDHOLDSPLANLÆGNING:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ad hoc – som led i anden indholdsproduktion</li> <li>• Opslag som SoMe-versioneringer af indhold til andre kanaler</li> <li>• Indhold kan publiceres i realtid eller som planlagte opslag efter behov</li> </ul>

NIVEAU	MINIMUMSKRAV TIL RAMMER FOR DRIFT										
<p><b>NIVEAU 2</b></p> <p><b>FEEDBACK – REAKTIV TILGANG</b></p> <p>Niveau 1 men nu med følgende muligheder:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der gives feedback på kommentarer, spørgsmål, og andre henvendelser, når det er relevant</li> <li>• Brugere har mulighed for deling af opslag og for reaktioner og kommentarer på opslag</li> <li>• Mulighed for at sende direkte besked til sygehuset via beskedfunktion eller e-mail</li> <li>• Brugere har mulighed for at lave opslag på profilen (hvis det er muligt)</li> <li>• Brugere har mulighed for at lave en anmeldelse af sygehuset (hvis det er muligt)</li> </ul> <p>• Indholdsstrategier:</p> <p>Niveau 1 +:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Uddannelse af brugere</li> <li>➤ Understøttelse af patientforløbet</li> </ul> 	<p><b>ORGANISERING OG ANSVAR:</b></p> <p><b>CENTRALISERET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den centrale kommunikationsenhed står for hele indsatsen på SoMe: Administration af officielle profiler, vurdering af indholdsforslag fra afdelingerne, opslag på officielle profiler, overvågning og feedback</li> </ul>  <table border="1" data-bbox="629 391 1003 1005"> <thead> <tr> <th>Community manager</th> <th>Social media producer/ coordinator</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> </tr> <tr> <td>Interaktion Publicering</td> <td>Produktion Publicering</td> </tr> <tr> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> </tr> <tr> <td>Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal</td> <td>Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>RESSOURCER, ROLLER OG OPGAVER:</b></p> <p>1 person kan godt varetage begge roller og alle opgaver Men min anbefaling vil være min. 2 personer, som overlapper i nogle funktioner, og som kan agere back-up for hinanden. Der kan sagtens være flere Social Media Producers, f.eks. alle skribenter i kommunikationsenheden</p> <p><b>ALLE AFDELINGER</b></p> <p>Afdelinger skal være klar til at give input til dialogen – spørgsmål, kommentarer mv. til diverse opslag.</p>	Community manager	Social media producer/ coordinator	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	Interaktion Publicering	Produktion Publicering	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender
Community manager	Social media producer/ coordinator										
<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>										
Interaktion Publicering	Produktion Publicering										
<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>										
Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender										

**RETNINGSLINJER FOR RESPONS:**

- Generelle retningslinjer og huskereglere for feedback
- Håndtering af positive/negative brugeropslag, kommentarer mv. (Triage respons diagram)
- Håndtering af personfølsomme oplysninger og klager
- Kriseplan

**OVERVÅGNING:**

- Formuleret formål med overvågningsindsatsen og handleplan i forhold til udnyttelse af resultater til optimering af indhold og feedback
- Plan for drive-by
- Flere daglige tjek af egne profiler med henblik på feedback, hvis relevant (indenfor normal arbejdstid)
- Overvågning på "brandmentions" herunder afdelinger og relevante emner i mainstream newsfeeds og via mainstream hashtags med henblik på evt. feedback

**EFFEKT MÅLING\*:**

- Følgere og nye følgere
- Rækkevidde (Totalt reach (fans/ikke fans) og på udvalgte opslag og videoer) – (Organisk og betalt)
- Engagement (Engagementrate + reaktioner - bedste og dårligste opslag i specifik periode)
- Mentions og sentiment

\* Hvad man præcis måler på, afhænger altid af formålet med tilstedeværelsen og den ønskede effekt af det enkelte opslag.

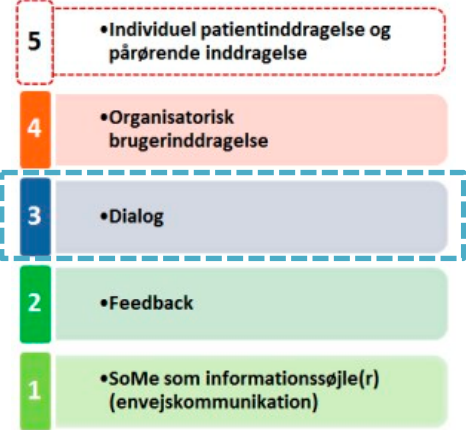
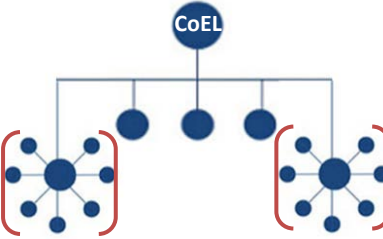
**INDHOLDSPLANLÆGNING:**

- Ad hoc - som led i anden indholdsproduktion
- Opslag er en blanding af SoMe-versioneringer af indhold til andre kanaler og indhold produceret specielt til SoMe
- Indhold kan publiceres i realtid eller som planlagte opslag efter behov

**UDDANNELSESPROGRAM:**

- Introduktion til sygehuset på sociale medier - Alle medarbejdere
- Sociale medier for ledere



NIVEAU	MINIMUMSKRAV TIL RAMMER FOR DRIFT																				
<p><b>NIVEAU 3</b></p> <p><b>DIALOG – PROAKTIV TILGANG</b></p> <p>Niveau 1 og 2 +:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialog og muligheden for at få svar på generelle spørgsmål initieres i opslag</li> <li>• Man responderer og deltager aktivt i samtaler initieret af brugerne + byder ind med nye input</li> <li>• Hurtig svartid 365/24/7</li> </ul> <p>• Indholdsstrategier:</p> <p>Niveau 1 og 2 +:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Skabe gode relationer via tilgængelighed og god brugerservice</li> </ul> 	<p><b>ORGANISERING OG ANSVAR:</b></p> <p><b>CENTRALISERET OG DELVIS KOORDINERET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der etableres et Center of Excellence (CoE) i en "lightform" – et specielt SoMe-team i den centrale kommunikationsenhed, som koordinerer alle indsatser på SoMe og udstikker regler og procedurer (Governance) samt retningslinjer ift. respons mv.</li> <li>• CoEL står for administration af officielle profiler, udvikling, support, uddannelse og kvalitetstjek mv.</li> <li>• CoEL står for størstedelen af opslagene på SoMe herunder vurdering af indholdsforslag fra afdelinger</li> <li>• CoEL varetager overvågning og community management (dialog)</li> <li>• CoEL koordinerer indholdet på profiler fx via en central online indholdskalender, som udvalgte afdelinger har adgang til</li> <li>• Udvalgte afdelinger kan få adgang til at lægge opslag på officielle profiler. Indholdsplanlægning sker i samarbejde med CoEL. Afdelingen hjælper med overvågning af egne opslag og er klar med input til dialogen ift. afdelingens egne opslag</li> </ul>  <table border="1" data-bbox="629 638 1400 1252"> <thead> <tr> <th>Social media strategit</th> <th>Social media manager/ Flowmanager</th> <th>Community manager</th> <th>Social media producer/ coordinator</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> </tr> <tr> <td>Strategier Resultater Ledelse</td> <td>Indhold Målopfyldeelse Teamledelse</td> <td>Interaktion Publicering</td> <td>Produktion Publicering</td> </tr> <tr> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> </tr> <tr> <td>Strategilægning Målsætning Platformsvalg Koncepter Design af effektmåling</td> <td>Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvalg Effektmåling</td> <td>Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal</td> <td>Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>RESSOURCER, ROLLER OG OPGAVER:</b></p> <p><b>CoEL:</b></p> <p>I CoEL bør alle roller være repræsenteret, dog kan rollen som Social Media strategit og Social Media Manger/Flowmanager godt varetages af samme person</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Min. 2 Community Managers, som kan afløse hinanden.</li> <li>• Gerne flere Social Media Producers</li> <li>• Udvalgte afdelinger:</li> <li>• 1 Flowmanager</li> <li>• 1 eller flere Social Media Producers</li> </ul> <p>Begge roller bør være repræsenteret, men de kan godt varetages af den samme person. Det anbefales dog, at der altid er min. 2 personer, der varetager rollen som Community Manger og Social Media Producer, så de kan afløse hinanden.</p> <p><b>ALLE AFDELINGER</b></p> <p>Afdelinger skal være klar til hurtigt at give input til dialogen – spørgsmål, kommentarer mv. til diverse opslag.</p>	Social media strategit	Social media manager/ Flowmanager	Community manager	Social media producer/ coordinator	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	Strategier Resultater Ledelse	Indhold Målopfyldeelse Teamledelse	Interaktion Publicering	Produktion Publicering	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	Strategilægning Målsætning Platformsvalg Koncepter Design af effektmåling	Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvalg Effektmåling	Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender
Social media strategit	Social media manager/ Flowmanager	Community manager	Social media producer/ coordinator																		
<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>																		
Strategier Resultater Ledelse	Indhold Målopfyldeelse Teamledelse	Interaktion Publicering	Produktion Publicering																		
<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>																		
Strategilægning Målsætning Platformsvalg Koncepter Design af effektmåling	Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvalg Effektmåling	Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender																		

### **RETNINGSLINJER FOR RESPONS:**

- Generelle retningslinjer og huskeregler for feedback og dialog
- Håndtering af positive/negative brugeropslag, kommentarer, anmeldelser mv. (Triage respons diagram)
- Håndtering af personfølsomme oplysninger og klager
- Kriseplan

### **OVERVÅGNING:**

Som niveau 2 +:

- Indsatsen er drevet af særlige funktionsansvarlige og er udpræget reagerende
- Løbende tjek af egne profiler med henblik på dialog og brugerservice (365/24/7)
- Producenter og afdelinger hjælper med overvågning af egne opslag

### **EFFEKT MÅLING\*:**

- Følgere og nye følgere
- Rækkevidde (Totalt reach (fans/ikke fans) og på udvalgte opslag og videoer) - (Organisk og betalt)
- Engagement (Total + bedste og dårligste opslag)
- Metions og sentiment

\* Hvad man præcis måler på, afhænger altid af formålet med tilstedeværelsen og den ønskede effekt af det enkelte opslag.

### **INDHOLDSPLANLÆGNING:**

- Sociale medier er prioriterede kommunikationskanaler på linje med andre medier
- Indhold planlægges på redaktionsmøder vha. indholdskalender – der koordineres med publicering i andre kanaler
- Opslag er en blanding af SoMe-versioneringer af indhold til andre kanaler og indhold produceret specielt til SoMe
- Oplæg til dialog indarbejdes i opslag, når det er relevant
- De udvalgte afdelinger planlægger og publicerer selv opslag - Indholdsplanlægning sker i samarbejde med CoEL

### **UDDANNELSESPROGRAM:**

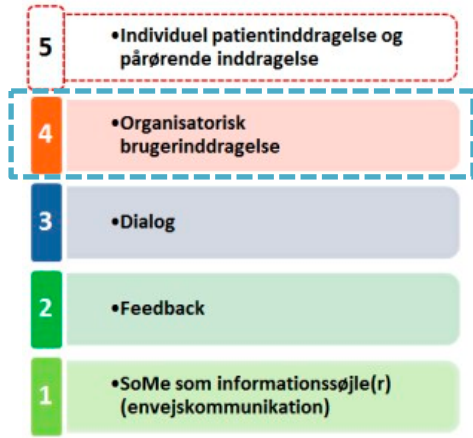
- Introduktion til sygehuset på sociale medier - Alle medarbejdere
- Sociale medier for ledere
- Ambassadør for sygehuset på sociale medier – Interesserede medarbejdere
- Koordinering og planlægning af aktiviteter i sociale medier – Flowmanagers i afdelinger
- Indhold på sociale medier - Social media producers i afdelinger
- Feedback og dialog på sygehusets sociale medier – Flowmanagers + nøglepersoner i afdelinger



**NIVEAU** **MINIMUMSKRAV TIL RAMMER FOR DRIFT**

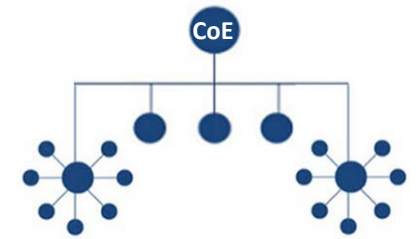
**NIVEAU 4**  
**ORGANISATORISK BRUGERINDDRAGELSE – PROAKTIV TILGANG**  
 Niveau 1, 2 og 3 +:

- Strategisk og struktureret brug af sociale medier til brugerinddragelse i forhold til generelle ydelser, service, arbejdsgange, praktiske forhold, kommunikation og kvalitet
- Rekruttering af deltagere i forskningsprojekter, innovationsprojekter, brugerråd o.l.
- Indholdsstrategier:  
 Niveau 1, 2 og 3 +:  
 ➤ Involvering af brugerne i udvikling af ydelser, service og kvalitet



**ORGANISERING OG ANSVAR:**  
**CENTRALISERET OG DELVIS KOORDINERET**

- Der etableres et Center of Excellence (CoE) – et specielt SoMe-team, som koordinerer alle indsatser på SoMe og udstikker regler og procedurer (Governance) samt retningslinjer ift. respons mv.
- CoE står for administration af officielle profiler, udvikling, support, uddannelse og kvalitetstjek mv.
- CoE står for en del af opslagene på SoMe herunder vurdering af indholdsforslag fra afdelinger
- CoE varetager overordnet overvågning og community management (dialog)
- CoE koordinerer indholdet på profiler fx via en central online indholdskalender, som udvalgte afdelinger har adgang til
- Afdelinger, som ønsker det, har adgang til at lægge opslag på officielle profiler. Indholdsplanlægning sker i samarbejde med CoEL. Afdelingen er ansvarlig for overvågning af egne opslag og styrer umiddelbart selv dialogen ift. afdelingens egne opslag



Social media strategit	Social media manager/ Flowmanager	Community manager	Social media producer/ coordinator
Ansvar	Ansvar	Ansvar	Ansvar
Strategier Resultater Ledelse	Indhold Målopfyldelse Teamledelse	Interaktion Publicering	Produktion Publicering
Opgaver	Opgaver	Opgaver	Opgaver
Strategilægning Målsætning Platformsvalg Koncepter Design af effektmåling	Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvalg Effektmåling	Moderation Kuratering Opdatering Overvågning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvågning Respons Kuratering Indholdskalender

**RESSOURCER, ROLLER OG OPGAVER:**  
**CoE:**  
 I CoE bør alle roller være repræsenteret:

- 1 Social Media Strategist
- 1 Social Media Manger/Flowmanager
- 2-3 Community Managers, som kan afløse hinanden
- Flere Social Media Producers
- 1 specialist i (SoMe) aktiviteter ift. brugerinddragelse

**DE UDVALGTE AFDELINGER:**

- 1 Flowmanager
- Min. 2 Community Managers - light
- 1 eller flere Social Media Producers

**ALLE AFDELINGER**  
 Afdelinger skal være klar til hurtigt at give input til dialogen – spørgsmål, kommentarer mv. til diverse opslag.

Derudover bør der etableres en **SoMe-følgegruppe** med repræsentanter fra sygehusets forskellige afdelingstyper, som kan bidrage med udviklingsidéer- og -ønsker samt internt markedsføring af sygehusets SoMe-aktiviteter og -muligheder.

**RETNINGSLINJER FOR RESPONS:**

Som niveau 3 +:

- Håndtering og huskeregler ift. håndtering af brugerinddragelse
- Håndtering (indsamling) og bearbejdning af input ift. organisatorisk brugerinddragelse (+ governance ift. organisatorisk brugerinddragelse)

**OVERVÅGNING:**

Som niveau 3 +:

- Speciel overvågning af opslag, som indbefatter brugerinddragelse

**EFFEKT MÅLING\*:**

Som niveau 3 +:

- Engagement for opslag ift. organisatorisk brugerinddragelse
- Input til spørgsmål om generelle ydelser, service, arbejdsgange, praktiske forhold, kommunikation og kvalitet

\* Hvad man præcis måler på, afhænger altid af formålet med tilstedeværelsen og den ønskede effekt af det enkelte opslag.

**INDHOLDSPLANLÆGNING:**

Som niveau 3 +:

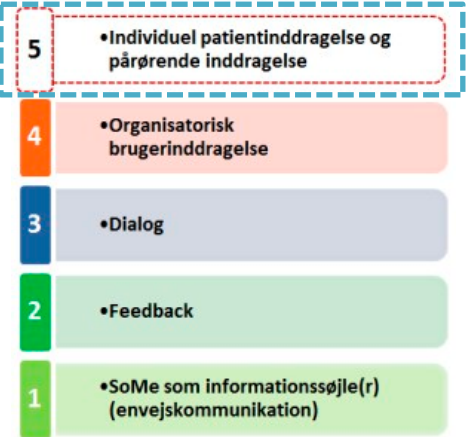

- Opslag ift. organisatorisk brugerinddragelse planlægges og formuleres specifikt til dette formål som led i den systematiske organisatoriske brugerinddragelse på sygehuset
- De udvalgte afdelinger planlægger og publicerer selv opslag ift. brugerinddragelse - Indholdsplanlægning sker i samarbejde med CoEL

**UDDANNELSESPROGRAM:**

Som niveau 3 +:

- Brugerinddragelse på sociale medier – Flowmanagers + nøglepersoner i afdelinger



NIVEAU	MINIMUMSKRAV TIL RAMMER FOR DRIFT																				
<p><b>NIVEAU 5</b></p> <p><b>INDIVIDUEL PATIENTINDDRAGELSE OG PÅRØRENDE INDDRAGELSE</b></p> <p>Niveau 1, 2, 3 og 4 +:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook: Der etableres lukkede netværk omkring patientgrupper og pårørende grupper i forlængelse af sygehusets behandlingstilbud – syghuset varetager administration og facilitering af gruppen</li> <li>Indholdsstrategier: <ul style="list-style-type: none"> <li>Niveau 1, 2, 3 og 4 +: <ul style="list-style-type: none"> <li>Understøttelse af patientforløbet (grupper)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> 	<p><b>ORGANISERING OG ANSVAR:</b></p> <p><b>CENTRALISERET OG DELVIS KOORDINERET</b></p> <p>Som niveau 4 +</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Afdelinger opretter, administrerer og faciliterer patientnetværk (grupper) tilknyttet de officielle profiler.</li> </ul>  <table border="1" data-bbox="629 446 1400 1061"> <thead> <tr> <th>Social media strategit</th> <th>Social media manager/ Flowmanager</th> <th>Community manager</th> <th>Social media producer/ coordinator</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> <td><b>Ansvar</b></td> </tr> <tr> <td>Strategier Resultater Ledelse</td> <td>Indhold Målopfyldeelse Teamledelse</td> <td>Interaktion Publicering</td> <td>Produktion Publicering</td> </tr> <tr> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> <td><b>Opgaver</b></td> </tr> <tr> <td>Strategilægning Målsætning Platformsvaeg Koncepter Design af effektmaaling</td> <td>Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvaeg Effektmaaling</td> <td>Moderation Kuratering Opdatering Overvaegning Respons Indholdskalender Trafiktal</td> <td>Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvaegning Respons Kuratering Indholdskalender</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>RESSOURCER, ROLLER OG OPGAVER:</b></p> <p><b>CoE:</b></p> <p>Som niveau 4 +</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 specialist i netværk på sociale medier</li> </ul> <p><b>DE UDVALGTE AFDELINGER:</b></p> <p>Som niveau 4 +</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Flere facilitatorer til hvert af afdelingens netværk</li> </ul> <p><b>ALLE AFDELINGER</b></p> <p>Afdelinger skal være klar til hurtigt at give input til dialogen – spørgsmål, kommentarer mv. til diverse opslag.</p> <p><b>SOME-FØLGEGRUPPE</b></p> <p>Skal bidrage med udviklingsidéer og -ønsker samt internt markedsføring</p>	Social media strategit	Social media manager/ Flowmanager	Community manager	Social media producer/ coordinator	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	Strategier Resultater Ledelse	Indhold Målopfyldeelse Teamledelse	Interaktion Publicering	Produktion Publicering	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	Strategilægning Målsætning Platformsvaeg Koncepter Design af effektmaaling	Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvaeg Effektmaaling	Moderation Kuratering Opdatering Overvaegning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvaegning Respons Kuratering Indholdskalender
Social media strategit	Social media manager/ Flowmanager	Community manager	Social media producer/ coordinator																		
<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>																		
Strategier Resultater Ledelse	Indhold Målopfyldeelse Teamledelse	Interaktion Publicering	Produktion Publicering																		
<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>	<b>Opgaver</b>																		
Strategilægning Målsætning Platformsvaeg Koncepter Design af effektmaaling	Eksekvering (ofte i realtid) Planlægning Indholdskalender Koordinering Koncepter Platformsvaeg Effektmaaling	Moderation Kuratering Opdatering Overvaegning Respons Indholdskalender Trafiktal	Opdateringer i tekst, foto, grafik og video Blogging Overvaegning Respons Kuratering Indholdskalender																		



**RETNINGSLINJER FOR RESPONS:**

Som niveau 4 +:

- Generelle retningslinjer ift. administration, drift og facilitering af netværk
- Afdelingsspecifikke retningslinjer ift. administration, drift og facilitering af netværk

**OVERVÅGNING:**

Som niveau 4 + :

- Afdelinger lytter, svarer og bidrager i realtid ift. egne opslag og aktiviteter og specifikt i egne netværk

**EFFEKT MÅLING\*:**

Som niveau 4 +:

- Specifikke målinger af medlemmer og engagement i netværk

\* Hvad man præcis måler på, afhænger altid af formålet med tilstedeværelsen og den ønskede effekt af det enkelte opslag.

**INDHOLDSPLANLÆGNING:**

Som niveau 4 +:

- Separat planlægning af opslag i netværk – afdelingsniveau

**UDDANNELSESPROGRAM:**

Som niveau 4 +:

- Styring og facilitering af patientnetværk – Flowmanager + moderatorer af patientnetværk

