

# Video og live på sociale medier

Video på Facebook, Youtube og Instagram giver for lidt trafik til vores nyhedssider. I stedet holder det brugerne på de sociale medier, hvilket ikke giver os annoncekroner eller konverteringer.

Med indkøbet af vores egen player ændrer vi derfor nu strategi. Vi vil fremadrettet primært vise vores videoer og sende live på vores nyhedssider ved brug af TwentyThree.

Der er dog undtagelser, hvor det fortsat giver mening at dele levende billeder på sociale medier.

*Vi vil herunder differentiere mellem (optaget) "video" og "live". Følg links til eksempler.*

## Video

### Generelle retningslinjer for video:

- Alt video uploades til Twentythree
- Alt video er som udgangspunkt tænkt til nyhedssiderne og embeddes i en artikel
- Video optages som udgangspunkt i horisontalt 16:9-format
- Personer i videoen præsenteres med tekst. Undertekster og bulletpoints er bonus
- Vi indsætter ikke logo, da videoen skal kunne bruges i hele koncernen
- Video placeres i toppen af artiklen som en "video-artikel" i NCS - medmindre det for historien er vigtigt, at videoen ligger nede i teksten.

### Video på Facebook og Instagram

Vi deler kun videoer på Facebook og Instagram, som opfylder ét eller flere af følgende kriterier:

- **Branding-værdi**  
*Videoen bruges til at [brande en kampagne](#), [en artikel-serie](#), en [begivenhed vi står for](#), [en guide til brugerne](#) eller en [mindre niche-båren Facebook-side](#).*
- **Viralt potentiale**  
*Videoen har et stort potentiale til at [gå viralt på Facebook](#) på grund af indholdet. Rådfør gerne med en webredigerende eller redaktør for sociale medier.  
Virale opslag på Facebook kan føre til stor trafik via et link i opslagsteksten og har en gavnlig virkning på de andre opslag fra samme medie i tiden efter.*

- **Gensælger en breaking-historie**

Ved breaking kan en [video fra for eksempel en brand](#) være med til at legitimeret et nyt Facebook-opslag fra samme begivenhed.

Sørg dog for at linke til en ny artikel, der ikke tidligere har været delt, da Facebook straffer gentagne delinger af samme link. Vi deler ikke breaking på Instagram.

- **Er en del af en Story**

På både Facebook og Instagram er det muligt at dele korte videoer på 15 sekunder i den såkaldte Stories-funktion.

## Video på Youtube

Youtube skal ses som et socialt medie på linje med Facebook og Instagram, hvor vi har følgere, og hvor vi kan nå nye brugere og hente trafik. Alle videoer skal indeholde en god rubrik, en beskrivelse og et link til en artikel.

Vi deler kun videoer på Youtube som opfylder ét af følgende kriterier:

- **Landsdækkende interesse**

Har vi en video med fx [kendte danskere](#) eller et [populært emne](#), som vi tror kan hente betydeligt flere visninger på Youtube end på vores egne sites, kan det give mening af dele den på Youtube – men altid med en god rubrik, en beskrivelse og link til en relevant artikel, så vi kan trække trafik.

- **Stor niche-båren interesse**

Har vi en video omhandlede [fx e-sport](#), kan det give mening at dele den på Youtube, hvor vi kan nå en målgruppe, som vi har svært ved at nå via vores nyhedssider. Husk en god rubrik og altid link til ekstra indhold på nyhedssiden.

Vi deler ikke videoer som:

- **Andre medier kan være interesserede i at embedde**

Eks.: [Gangbang-kongen i Aarhus](#), [fyrværkeri mod Odense Rådhus](#) osv.

## Live

### Generelle retningslinjer for live:

- Live aftales med en webredigerende eller ansvarshavende på redaktionen
- Live foregår med brug af minimum en mikrofon og gerne et greb til mobilen og evt. stativ/stabilisator

## Live med TwentyThree

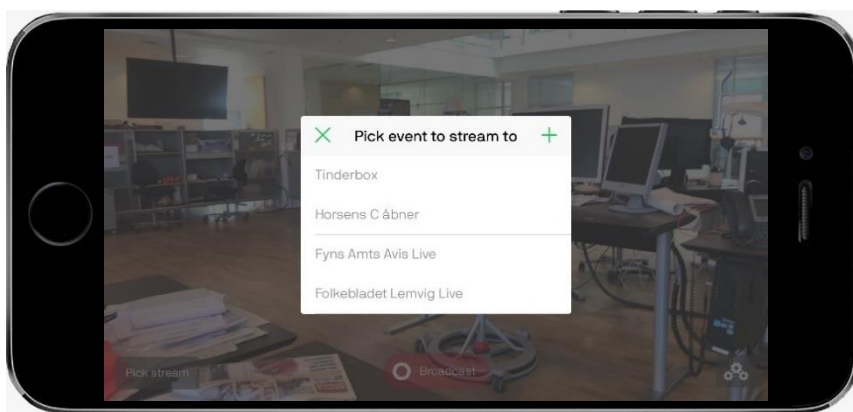
Twentythree er vores primære live-kanal, hvor vi nemt kan skære relevante klip ud af en livevideo og efterfølgende bruge i en artikel.

Vi sender live på Twentythree fra følgende situationer:

- Breaking
- Planlagte begivenheder

Retningslinjer:

- Live embeddes i en artikel med en "Live: "-rubrik
- Live foregår i horisontalt-format med telefonen på siden:



## Live på Facebook

Facebook Live er primært med mobilbrugeren i tankerne:

Vi sender live på Facebook fra følgende situationer:

- Lives med fokus på interaktion med brugerne

Retningslinjer for brug af Facebook til live

- Live foregår som udgangspunkt i vertikalt-format, hvilket fungerer bedst på mobiltelefoner
- Beskrivelse med oplæg til interaktion samt link til artikel står i opslagsteksten
- Både reporter og især en person på redaktionen svarer brugerne

