

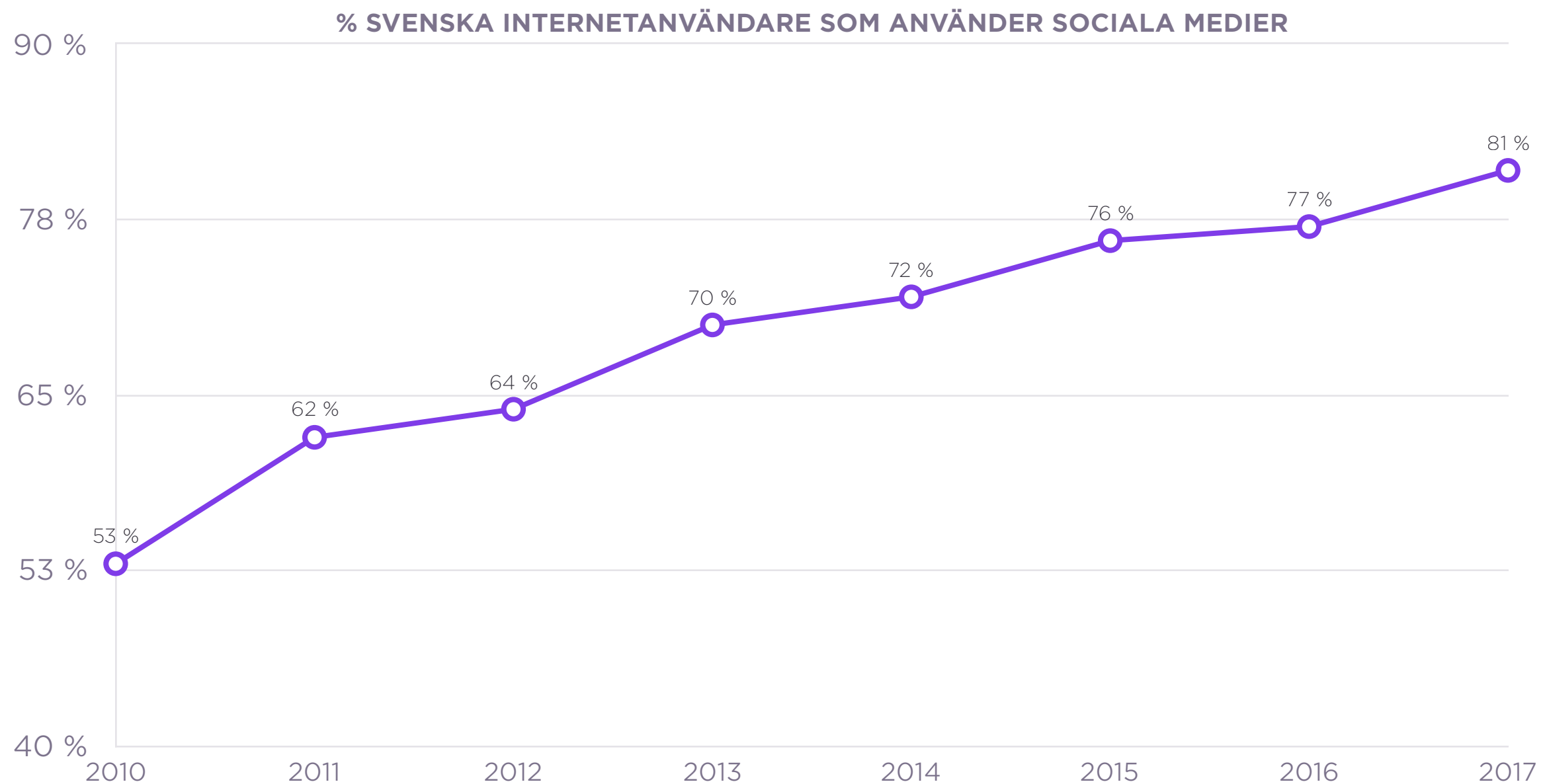
[illegible]

LÅT OSS BÖRJA MED DEN HÄR



Varför sociala medier?

Idag är svaret: varför inte?

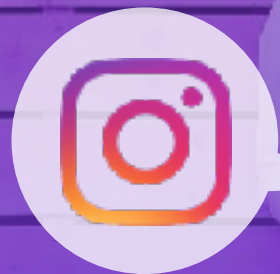


Allt fler konsumerar nyheter via sociala medier

Över två tredjedelar av vuxna i USA.



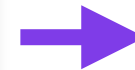
Men vad innebär det här?



...

Produkten är död

Vi bestämmer inte längre vad användaren ska se.



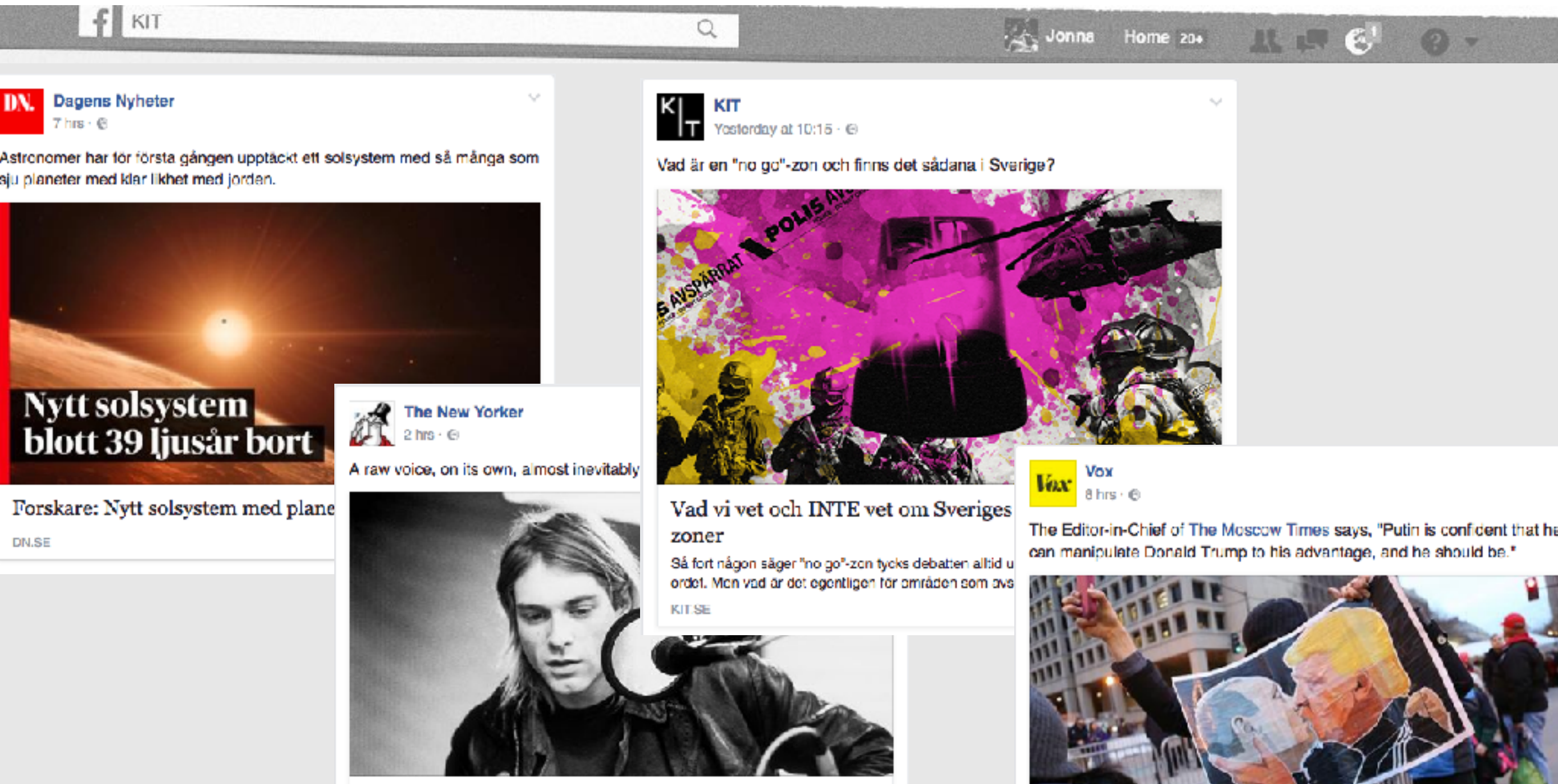
Personan är död

Något för alla har blivit allt för någon.



Innehåll trumfar varumärke

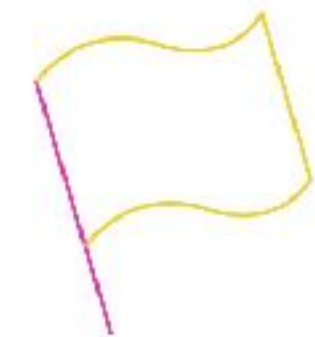
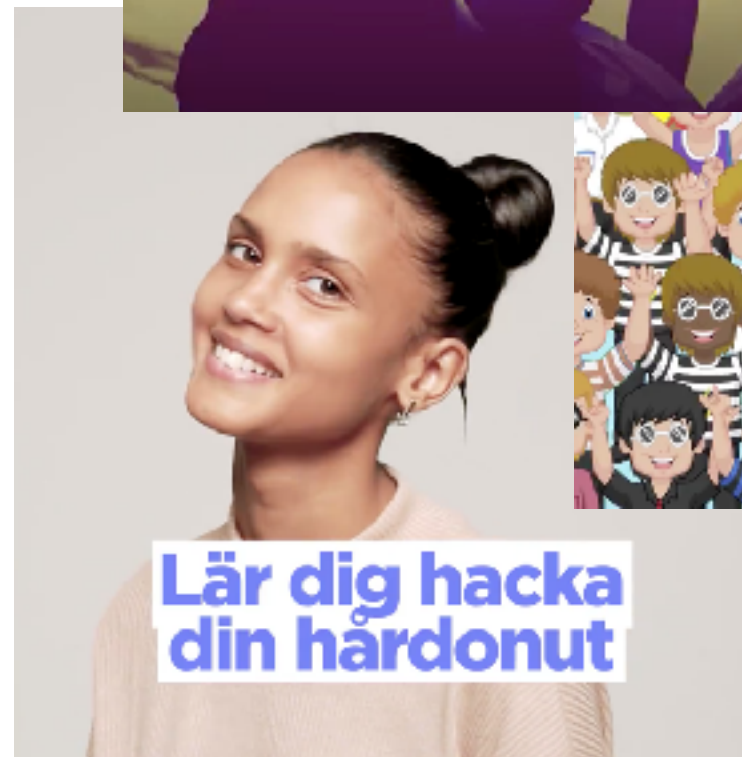
Även om varumärke inte är oviktigt.



Detta är KIT

KIT är en publicist i en tid där **mobil** och **social mediekonsumtion** är normen.

Vi **publicerar primärt på sociala plattformar** och strävar ständigt efter att addera värde för vår publik där de befinner sig; nämligen i deras egna sociala flöden.



Vår vision

**Vi vill skapa en framtid där
kvalitetsjournalistik är
oberoende och tillgänglig
för alla**

- 👉 Vi är ett varumärke för den bortglömda generationen. För den smarta, nyfikna, uppkopplade och urbana 20-45-åringen som älskar och kräver fantastiskt innehåll.
- 👉 Vi undersöker trenderna, kontexten och de händelser som formar vår tid. Vi gör det genom ämnen som nyheter, politik, ekonomi, skönhet, sport, familj och mat.



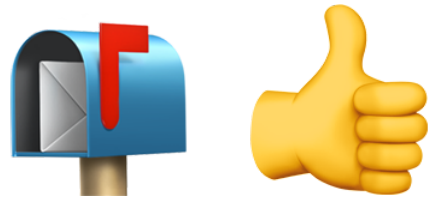
Det låter väl fint och så.
Men jag undrar ju:



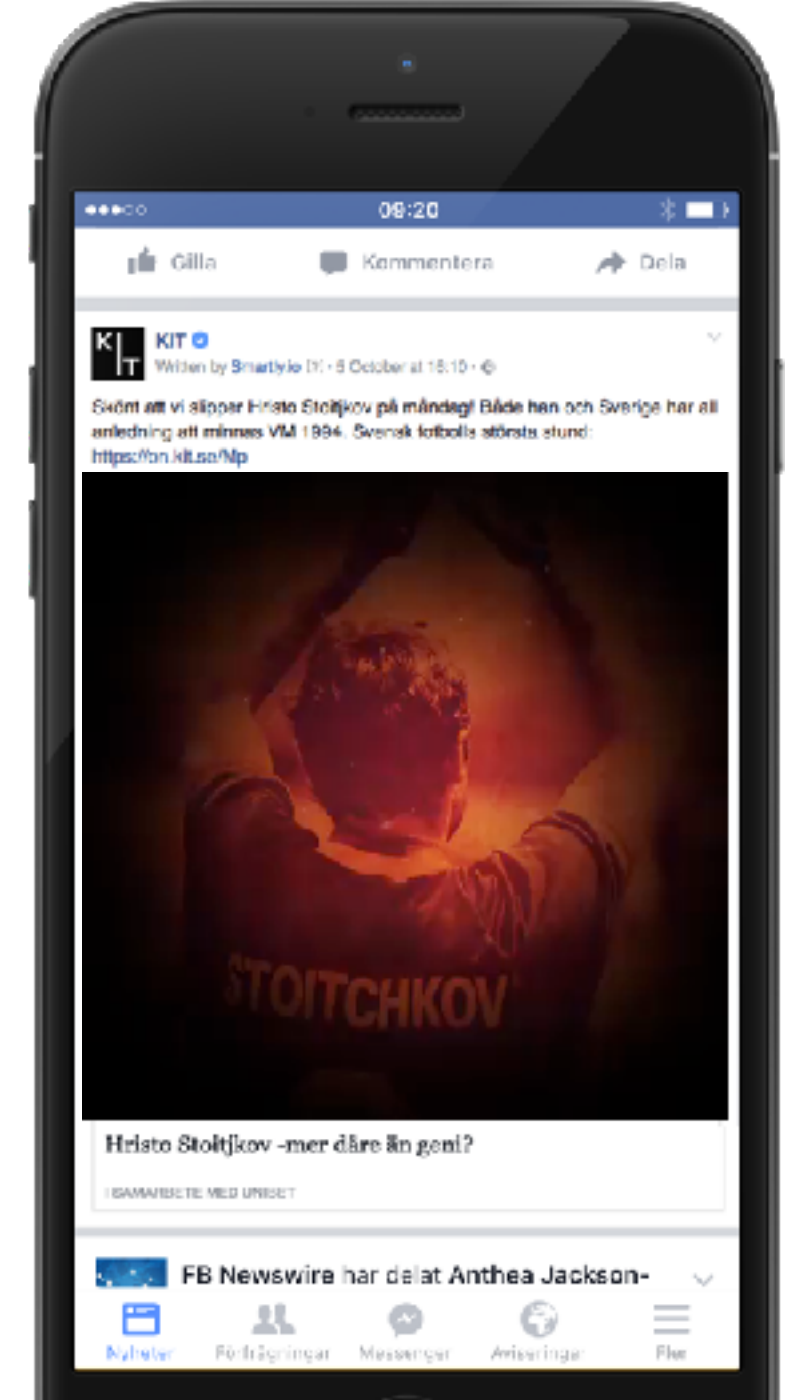
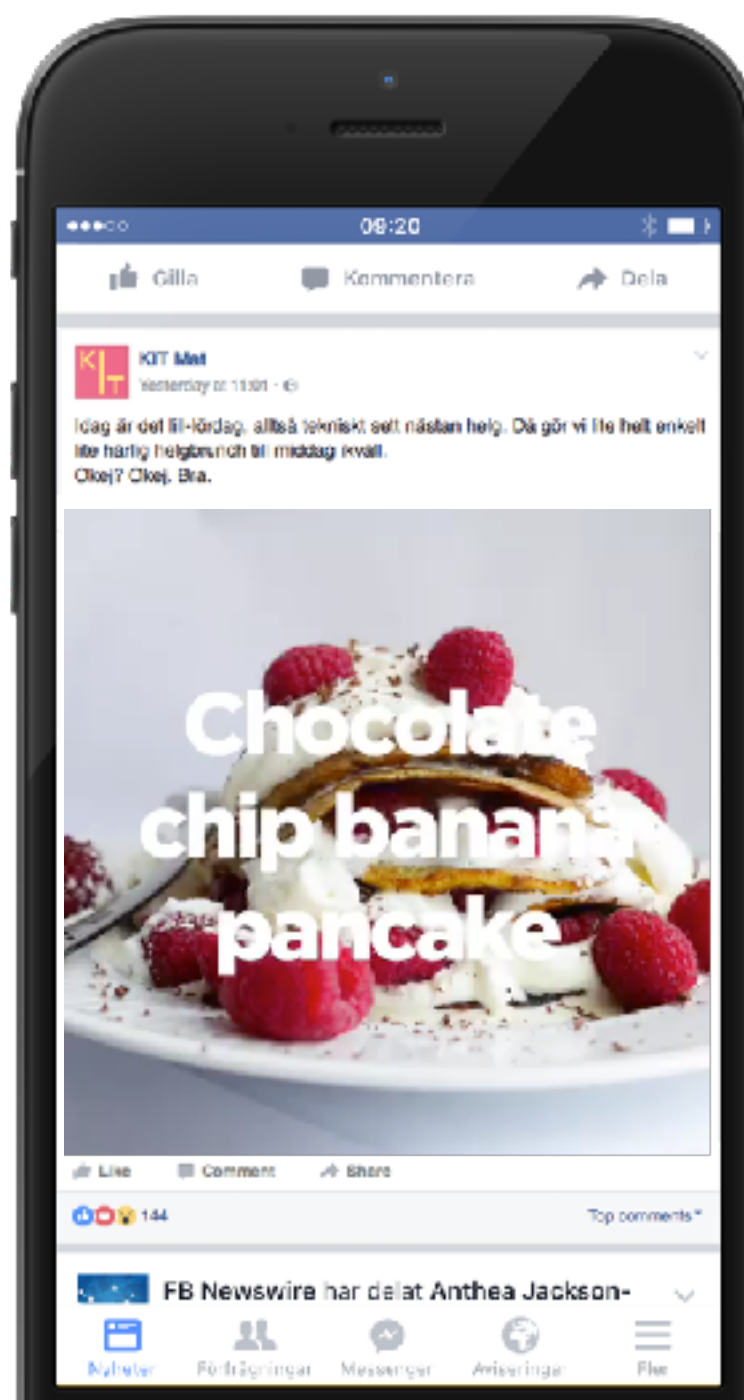
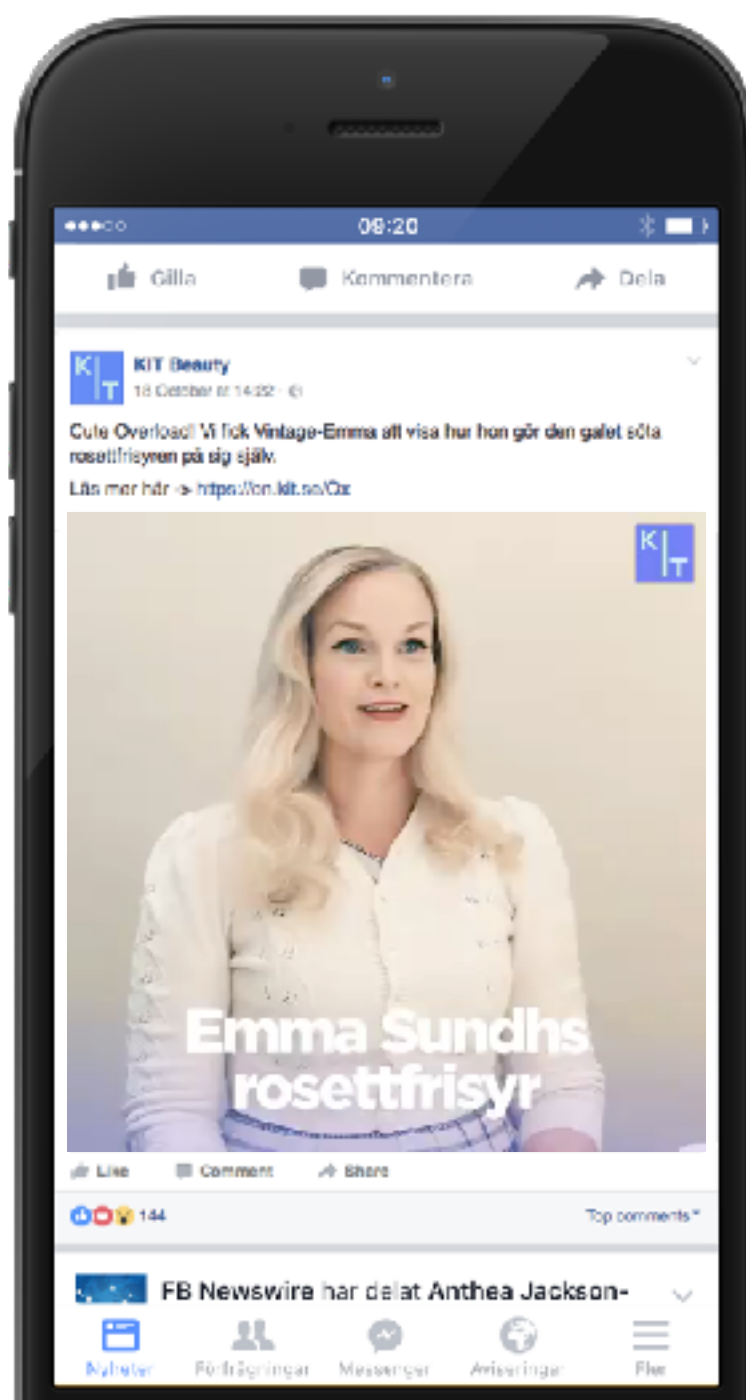
Hur får man
uppmärksamhet när
man tävlar med allting?



Distribution är... ganska viktigt



Men effektivt innehåll är helt avgörande



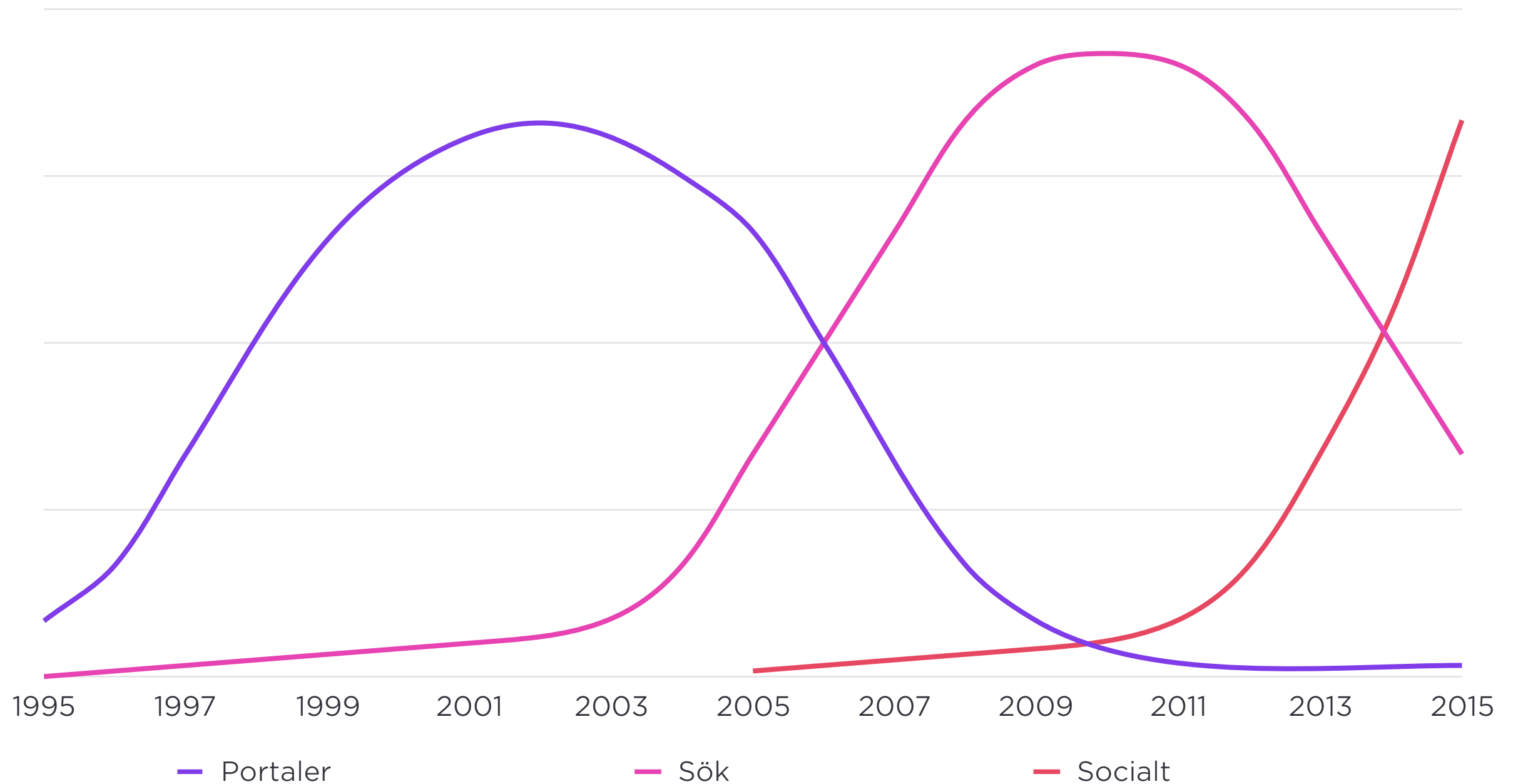
Jamen då är ju frågan
helt enkelt:



Hur gör vi bättre
innehåll?

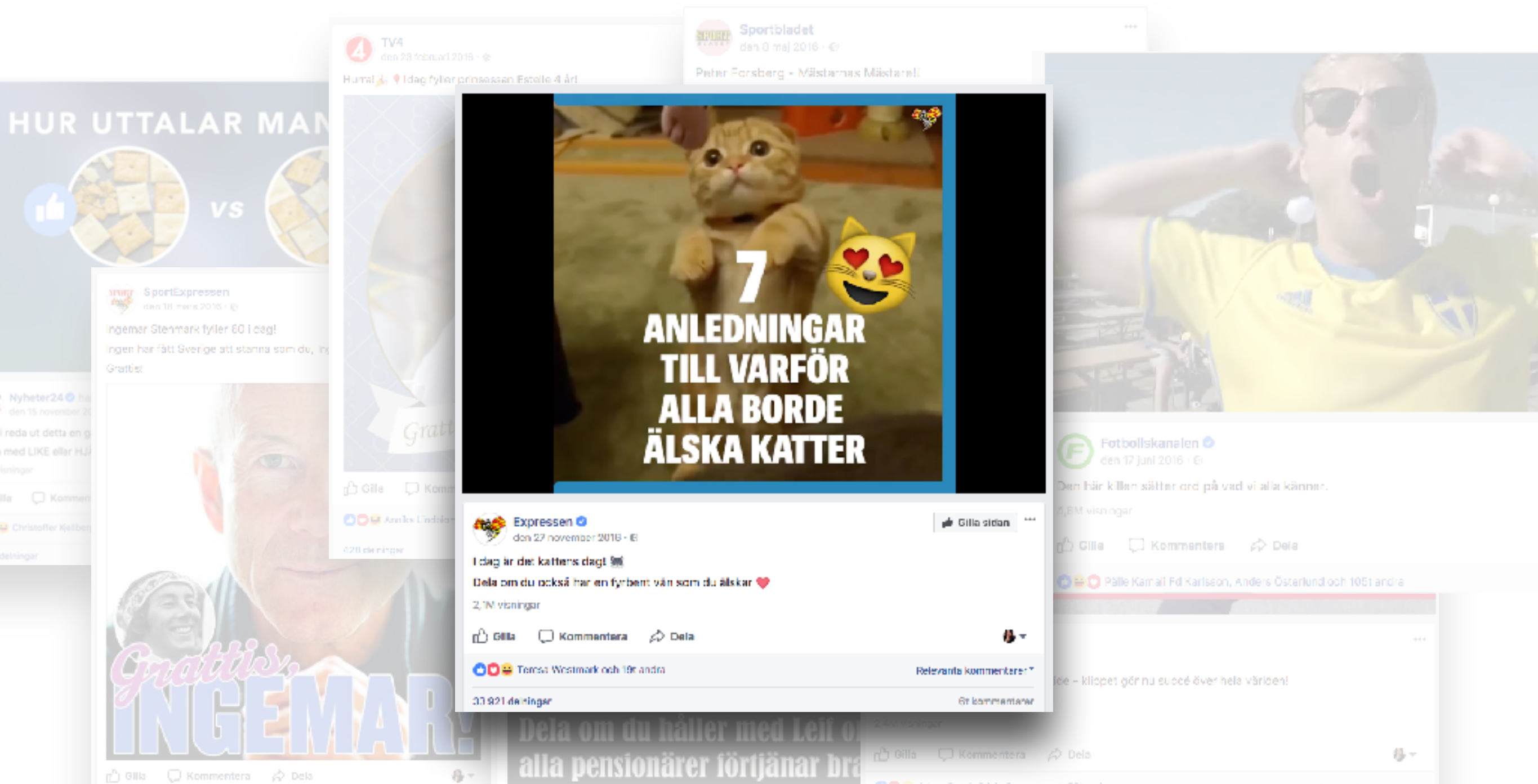


Var konsumerar vi innehåll?



Att få uppmärksamhet på sociala plattformar

Vad “funkar” i sociala medier? Det finns många enkla svar.



Men: alla historier är olika

Vi kan (och vill) inte berätta alla historier med en katt.



Så det gyllene svaret är...

DET BEROR PÅ



Story Engine: **Två** **unika innovationer**



Ett nytt språk för att tala om innehåll

VAD VET VI OM VÅRT INNEHÅLL?

👉 Semantik

👉 Struktur

👉 Kategori

De flesta
innehållsskapare
i dag

Ska vi göra nåt på det
där som hände i går?
Pelle, du är bra på
sånt, kan du göra en
grej på det?



Med KIT Core får vi veta gallet mycket mer

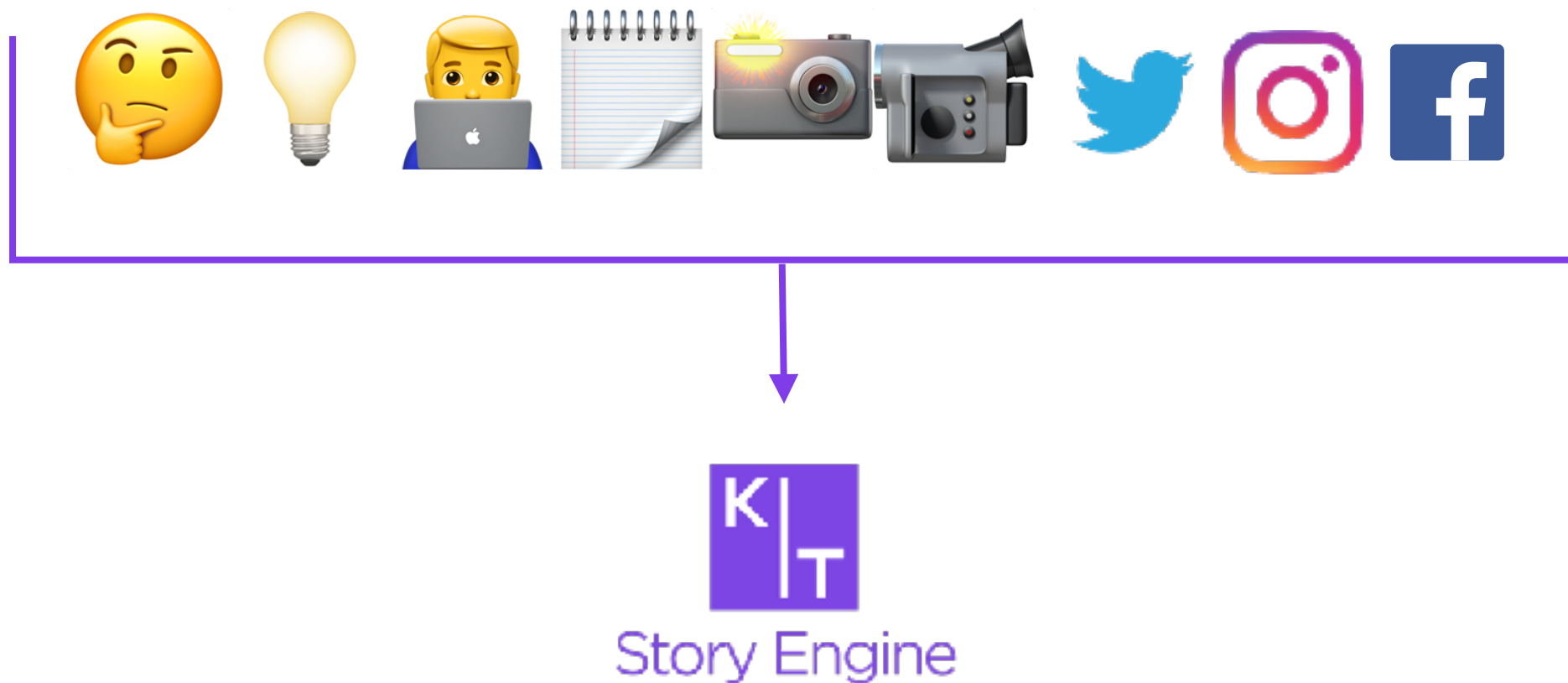
VAD VET VI OM VÅRT INNEHÅLL?

- 👉 Semantik
- 👉 Struktur
- 👉 Kategori
- 👉 17 nya kategorier
- 👉 145 termer
- 👉 > 43 miljarder kombinationer

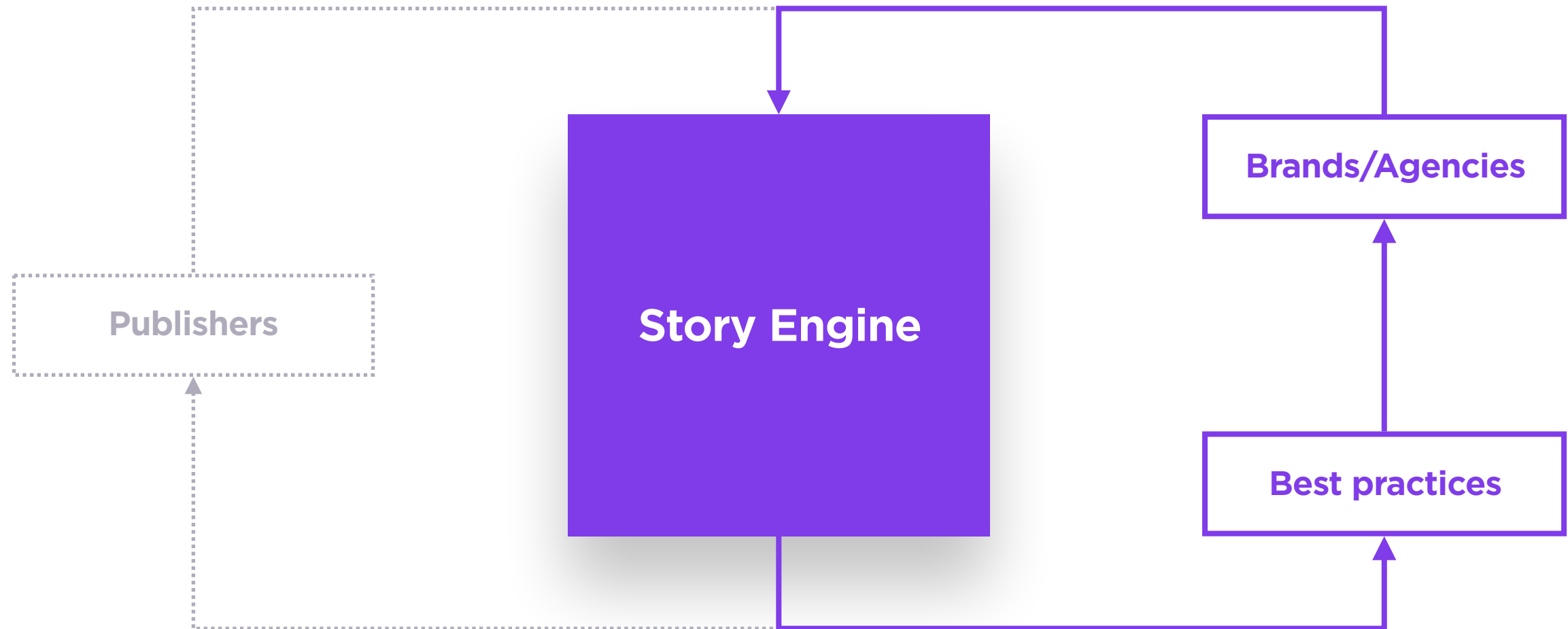
Vi behöver en **agendasättande** och **summerande guideartikel** om den där **olyckan** som visar på en **global förändring**. Vi har **ny information**, så håll **tonaliteten objektiv** och producera den som en **förklarande artikel**. Vi behöver en **indirekt rubrik** på den. Och ja, den bör gå på **Facebook efter lunch i morgon**. Med ett **citat** som rubbe i puffen.



En databas med en unik infrastruktur



Story Engine – smartare för varje jobb

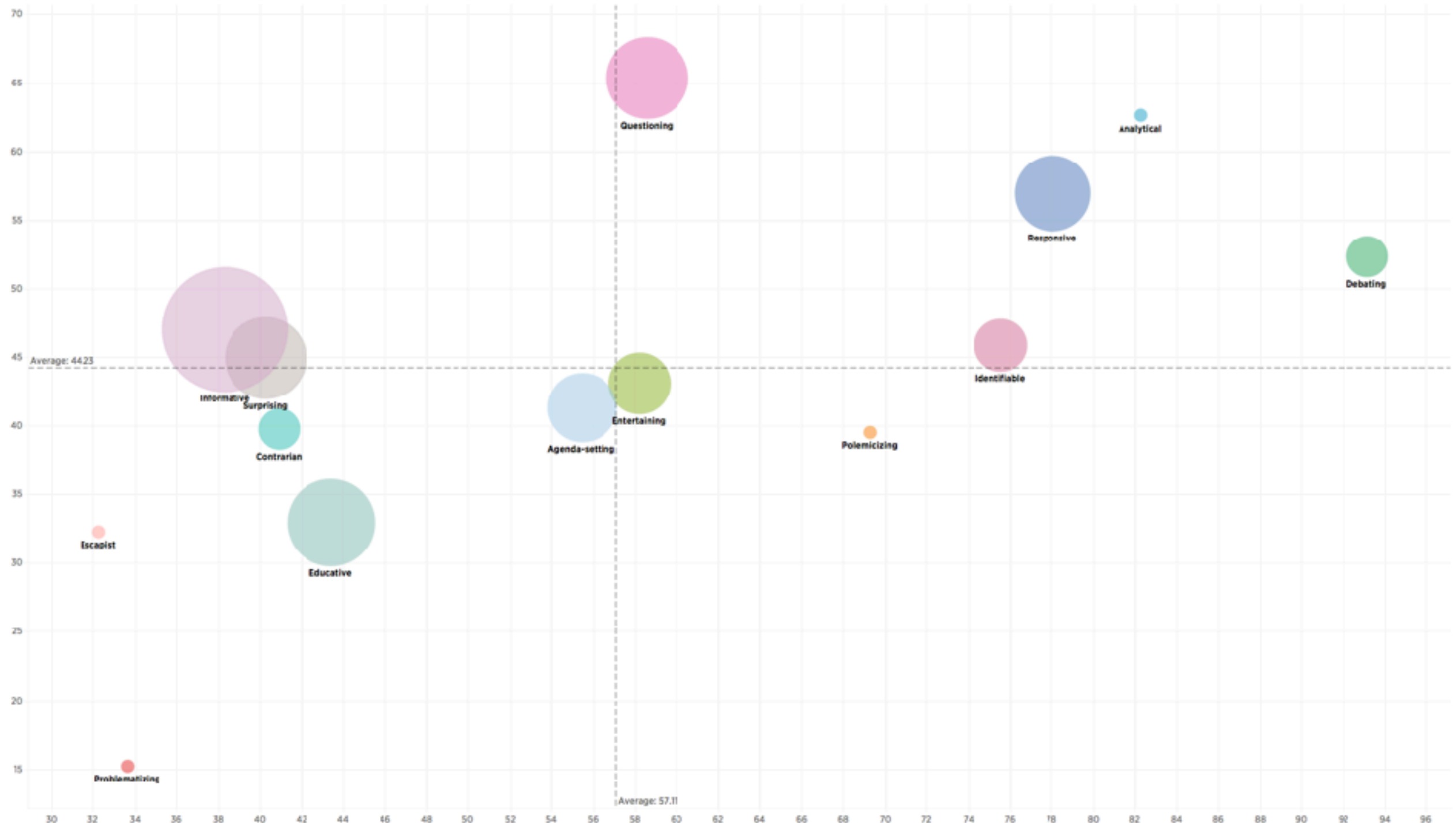


Hmm... Funkar verkligen
det där?



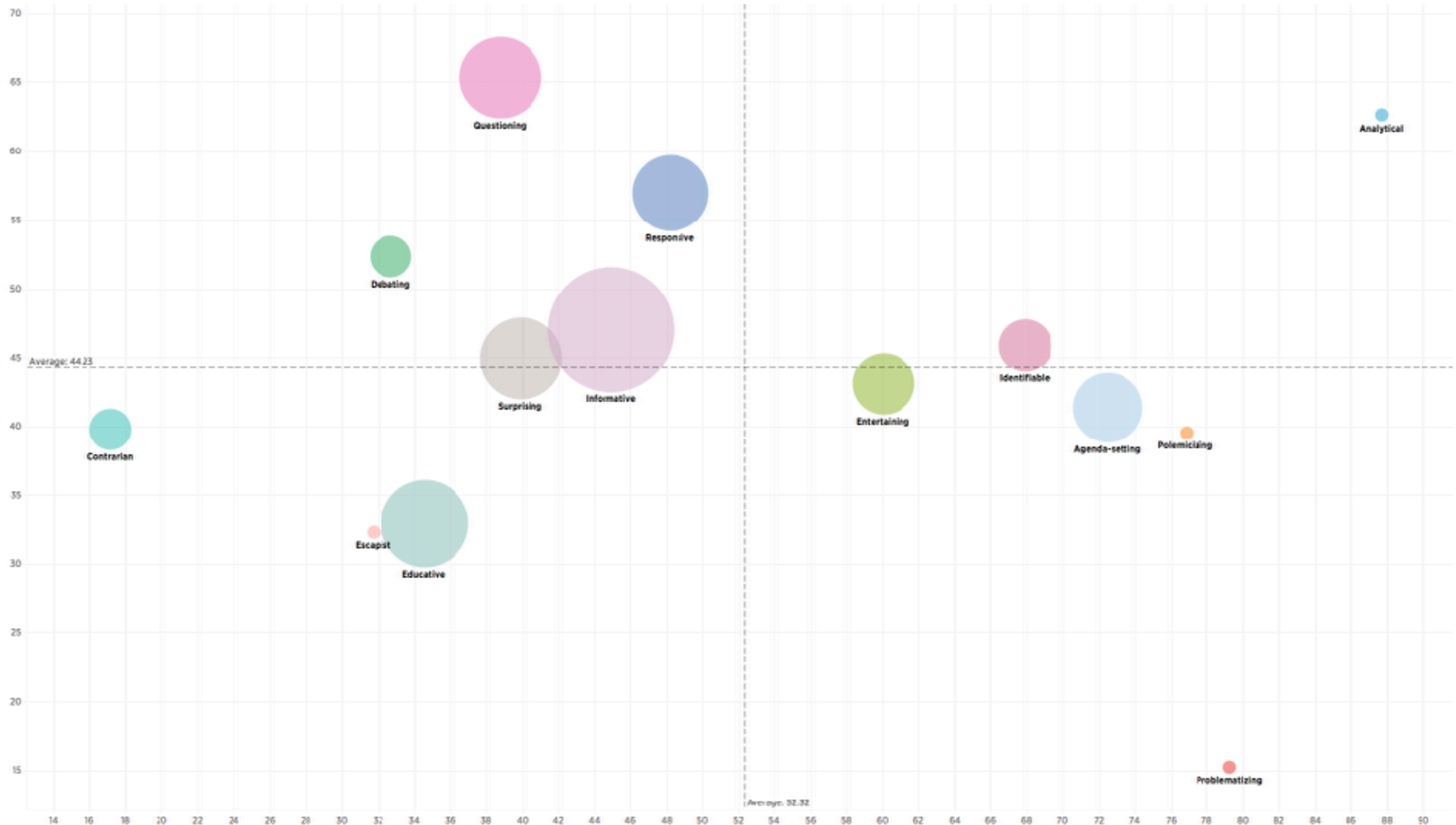
Kategori: teknologi

Editorial intent over page views and reach



Kategori: teknologi

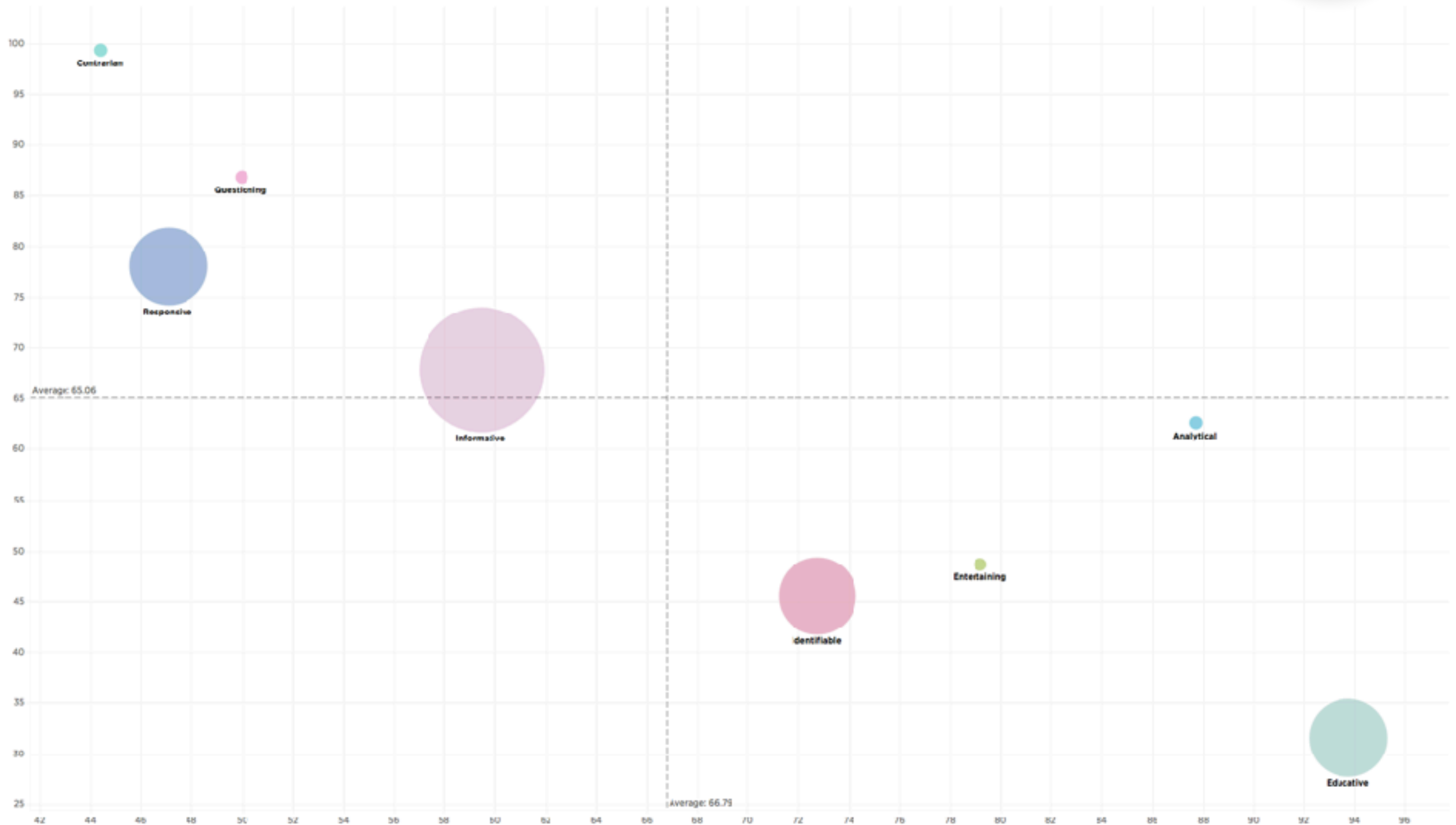
Editorial intent over content completion and reach



Kategori: teknologi



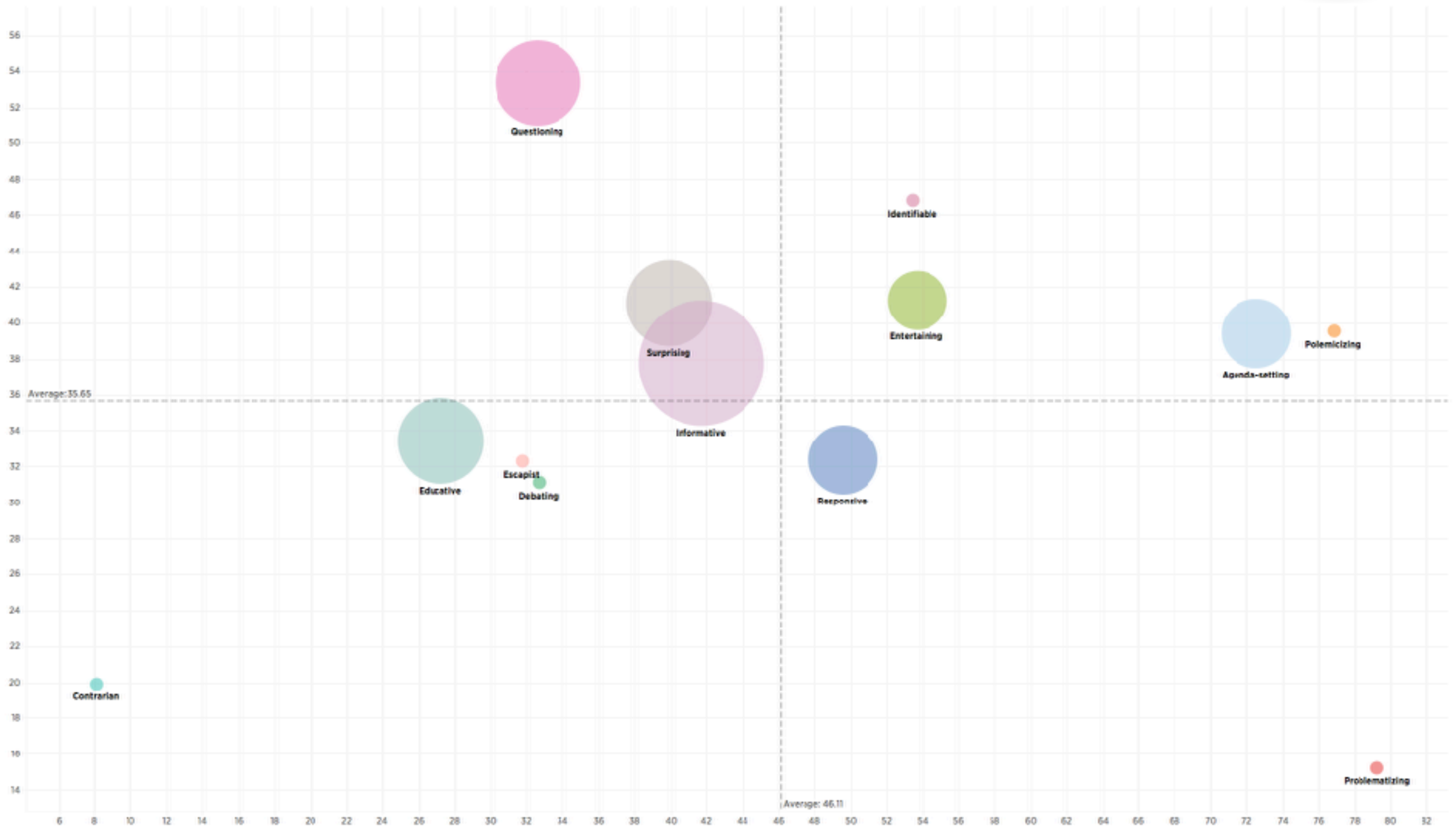
Editorial intent over content completion and reach



Kategori: teknologi



Editorial intent over content completion and reach

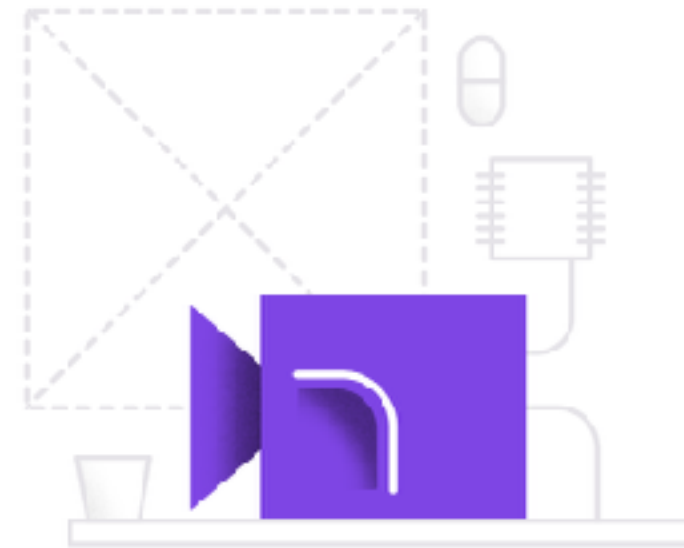


Det är ett himla snack
om “KIT-filmer” just nu.
Hur gör ni det då?



Med best practice gör du bättre innehåll

För video i sociala flöden finns det några **grundregler** (som ni säkert har koll på):



1. Autoplay

Sociala medier har skapat en helt ny videostandard: att filmerna börjar spelas automatiskt i din feed.

2. Silent play = subtitles

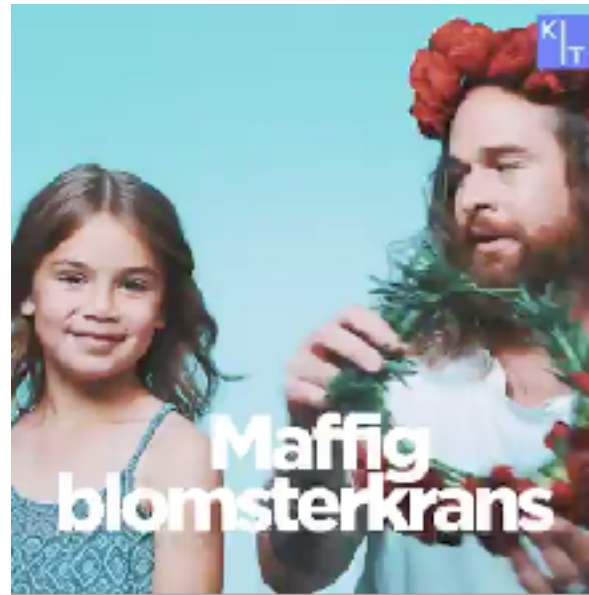
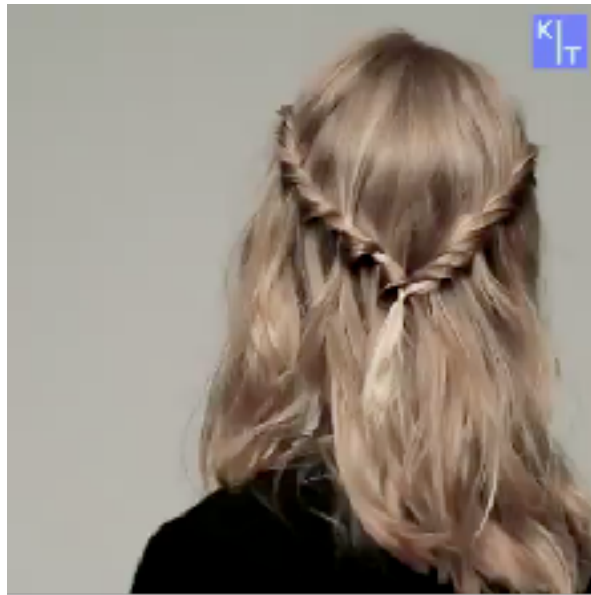
Det bästa ljudet för en videoannons i sociala medier är - tystnad.

3. Right aspect ratio

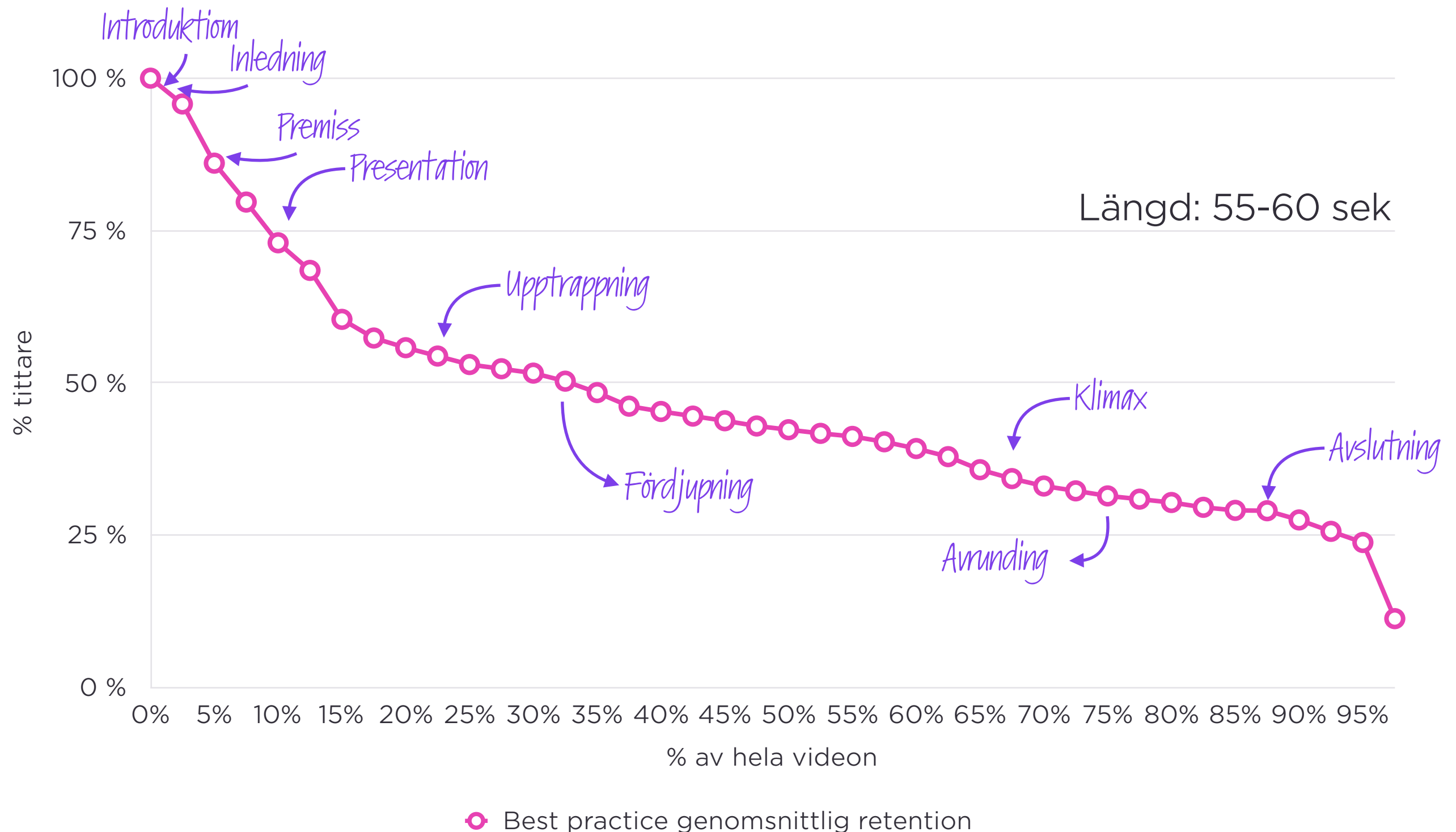
Sociala medier kräver andra format än vanlig teve. Välj det som passar din historia bäst!

Definiera format

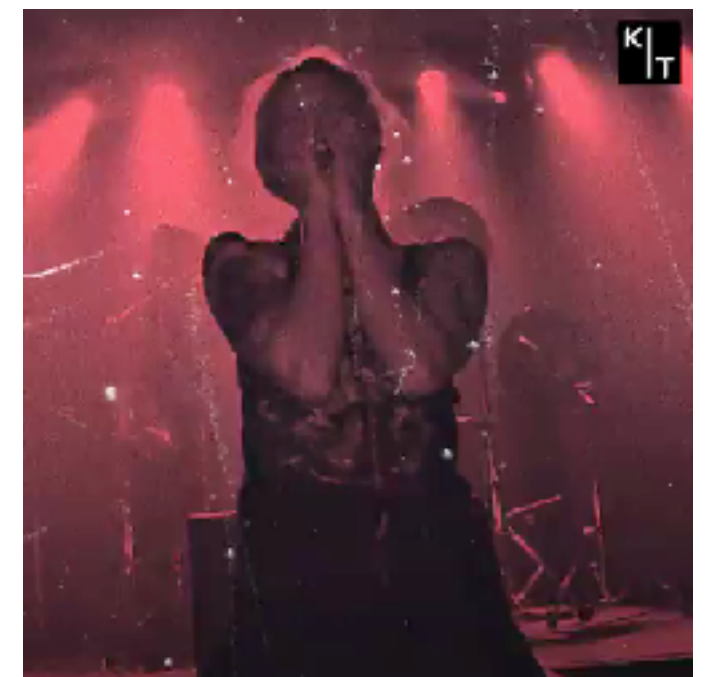
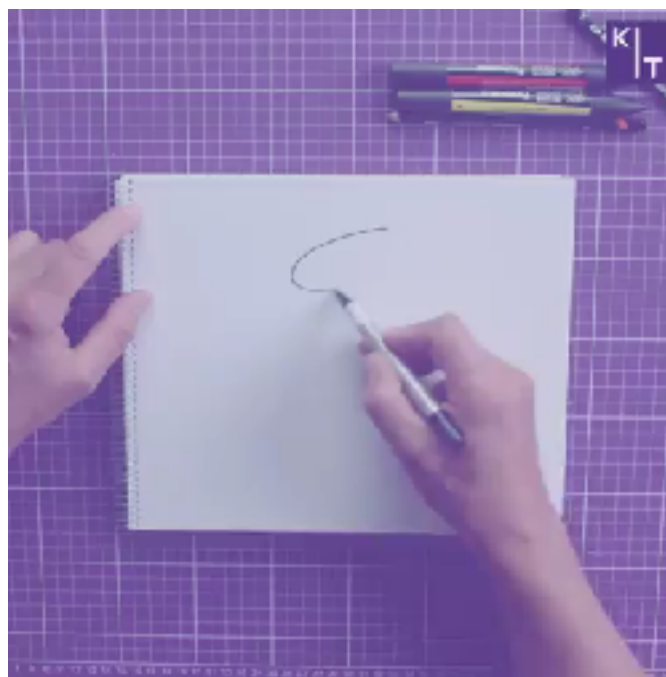
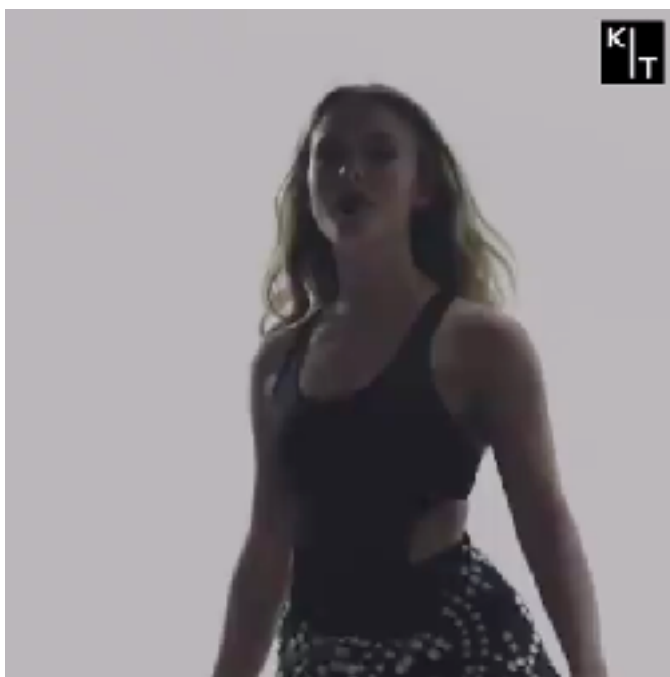
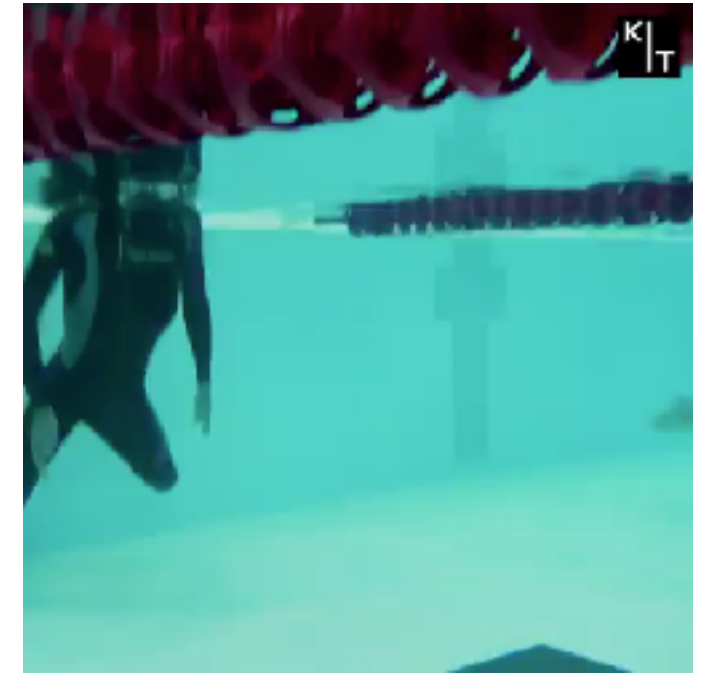
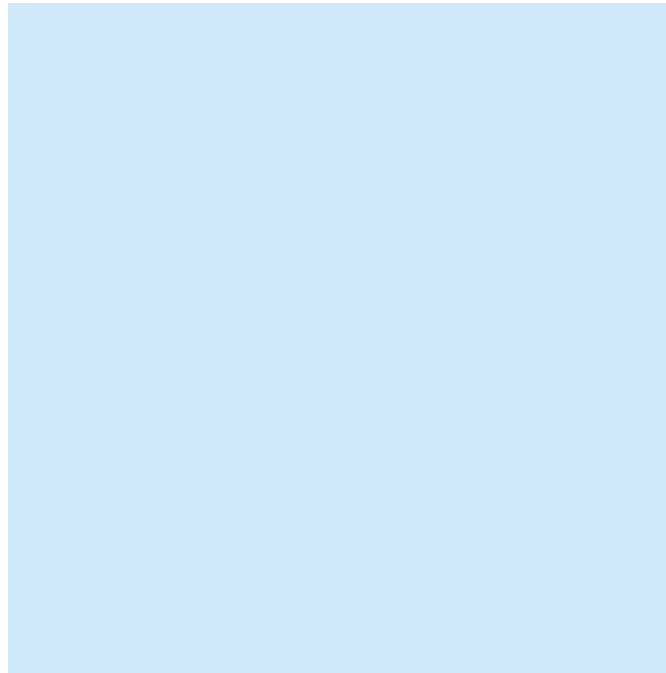
Vi har identifierat ett antal olika format som vi ständigt arbetar för att bemästra och förbättra till perfektion.



Dramaturgi och best practice



Resultat: bättre historier





+ 46 701 62 23 82 | jonna.ekman@kit.se | @jonnaekman

