

Brief – Workshop Content Creation til TikTok og Instagram

I denne workshop skal I arbejde praksisnært med content creation til TikTok og Instagram med udgangspunkt i viden om forbrugeradfærd, mediets logik og platformens rolle i hverdagen. Formålet er at opleve og afprøve, hvordan det samme brand eller budskab skal formes forskelligt afhængigt af platform.

I arbejder i grupper og kan tage udgangspunkt i:

- en virksomhedscase, I allerede arbejder med
- eller vælge en selv
- eller anvende en fiktiv virksomhed, hvis I ikke har en aktuel case
(En virksomhedsbeskrivelse af fiktiv virksomhed kan findes nedenfor - efter opgavebeskrivelserne).

I skal med udgangspunkt i samme virksomhed lave content med samme overordnede budskab, men indholdet skal tilpasses til hvert medie.

Opgave

Del 1 – Content til TikTok

Med udgangspunkt i dagens input om TikTok som on-demand flowmedie skal I udvikle idéen til et TikTok-contentformat, der passer til brugssituationen og forbrugeradfærden på platformen.

I grupperne skal I definere og drøfte følgende i forbindelse med produktionen:

- Hvad er hooket i de første sekunder?
- Hvordan skaber I brugerværdi (underholdning og/eller inspiration)?
- Hvordan arbejder I med autenticitet frem for æstetik?
- Hvilket format (fx humor, before/after, POV, tips, trend)?
- Overordnet summere op: Hvordan passer dette indhold til den forbrugeradfærd/brugssituation TikTok finder sted i?

I skal drøfte og definere ovenstående og producere min. 1 stk content/mockup.

Del 2 – Content til Instagram

Med udgangspunkt i input om Instagram skal I udvikle et content-forslag til samme virksomhed, men tilpasset Instagrams platform og brugerforventninger.

I grupperne skal I overveje:

- Hvilken målgruppe har jeres indhold på Instagram i forhold til TikTok?
- Hvordan kan jeres indhold tilpasses livsstilsfokus på Instagram?
- Hvordan kan I 'lege' med følgernes medieforståelse?
- Hvordan kan I arbejde med indholdsalgoritmen?
- Hvilke etiske dilemmaer er der, ved at bruge influencere i fht selv at have en kanal?

Også her skal I drøfte og definere ovenstående og producere min. 1 stk content/mockup.

Præsentation og feedback.

Klokken 12:30 starter vi rundturene ved bordene, hvor vi vil høre kort om jeres produktioner og tankerne bag. Hvordan er det tilpasset henholdsvis TikTok og Instagram – hvad har været jeres overvejelse.

Vi slutter dagen af med en fælles refleksion og drøftelse om forskellene mellem TikTok og Instagram i forhold til content creation.

Fiktiv virksomhed – til brug til workshopen

Virksomhedsnavn: REFILLD

Branche: Drikkedunke og hverdagsprodukter (B2C)

Hvad sælger virksomheden: REFILLD sælger genanvendelige drikkedunke og termokopper, designet til studie-, arbejds- og hverdagsbrug. Produkterne kan bruges igen og igen og har fokus på funktionalitet, æstetik og bæredygtighed.

Sortimentet består fx af:

- Genanvendelige drikkedunke i forskellige størrelser og farver
- Termokopper til kaffe/to-go
- Smarte låg, sugerør og personaliserbare sleeves



(Ai genereret billede)

Produkterne sælges online via webshop og gennem udvalgte livsstils- og designbutikker som bahne, magasin osv.

Målgruppe:

Primær målgruppe er unge voksne 23–29 år. Studerende og unge i starten af arbejdslivet, som bor i byerne og går op i miljø, design og funktionalitet. De bruger sociale medier dagligt,

især TikTok og Instagram. De køber ikke kun ud fra pris, men også ud fra værdier, æstetik og identitet.

Brand og værdier - REFILLD står for:

- Bæredygtighed i hverdagen (gør det nemt at droppe engangsprodukter)
- Autenticitet og ærlighed frem for perfektion
- Praktiske løsninger, der passer ind i et travlt ungdomsliv

Brandet ønsker at fremstå nede på jorden, uformelt og relaterbart – som et brand, man kunne forestille sig blev brugt af ens venner.

Sociale medier – overordnet tanker fra virksomheden:

- TikTok bruges til underholdende, ærlige og uperfekte videoer fra hverdagen: studie, pendling, kaffe-pauser, “relatable moments” og små tips.
- Instagram bruges mere visuelt og inspirationspræget: stemninger, æstetik, produktbilleder, Reels og storytelling om hverdagsbrug og livsstil.