

Til IKF-skolene

**Rundskriv IKF 08-2020**

Oslo 15.05.2020

*(IF-skolene får tilsvarende informasjon i eget rundskriv)*

## Kommunikasjon rundt betaling

De fleste skoler har avregnet med elevene eller holder på med å gjøre det i disse dager. Vi har inntrykk av at de fleste elever har forståelse for betalingen.

Vi ser imidlertid at enkelte elever gir uttrykk for misnøye og uenighet i sosiale medier. Vi har også fått inn klager til oss og det har kommet en forespørsel rundt betaling til en partigruppe på Stortinget.

Klagene vi har sett i sosiale medier eller som vi har fått inn til oss belyser to hovedproblemer:

- En del elever skjønner ikke at de faktisk har sluppet vesentlig billigere enn den vanlige elevbetalingen.
- Enkelte skoler har lagt til små ekstrabeløp, som kan virke fornuftige for skolen, men som provoserer elevene.

De to informasjonskontorene vil derfor komme med en oppfordring ut fra et omdømmeperspektiv:

- Vi vil anbefale skolene å være ekstra tydelige på hva elevene har betalt for, og ikke minst, hvor stort beløp de har sluppet å betale for.
- Vi vil også anbefale skolene å ikke legge til små ekstrabeløp selv om dette er faktiske utgifter skolene har hatt.



Elevene er våre viktigste ambassadører for å få nye elever i kommende år. Avslutningen på året ble ikke helt slik elevene hadde sett for seg, men dette skjønner elevene at ikke skolene

rår over. De fleste elever er nok også imponerte over hva skolene fikk til i en vanskelig tid. Vi får mange positive tilbakemeldinger om dette.

Med ekstra god kommunikasjon rundt elevbetalingen, og ingen provoserende ekstrabetalinger, så vil nok årets elever være minst like gode ambassadører som tidligere års.

## **Fortsatt svært gode søkertall**

Søkertallene den siste måneden har vært svært gode. Etter en liten dupp ned i mars, da folkehøgskolene måtte stenge og det ble en generell usikkerhet rundt oppstart til høsten, har søkertallene nå gått opp igjen.

**Fra 15. april til 15. mai var oppgangen i antall søknader på over 30 prosent.**

I tillegg er antallet som har takket ja til plass på folkehøgskole høyere enn i fjor. **Vi har hatt en økning på 1 prosent pr 1. mai.** Dette på tross av nedgang i ungdomskullet. 10,36 prosent av alle 19-åringer har nå takket ja til plass på folkehøgskole mot 9,88 prosent på samme tid i fjor og 9,65 prosent på samme tid for to år siden.

## **Hjelp til informasjon og markedsføring**

Vi har tidligere i vår sendt ut rundskriv med fokus på ulike sider av informasjonen og markedsføringen. Vi har fått flere forespørsler om å få dem tilsendt igjen. De er derfor lagt ved dette rundskrivet.

Det dreier seg om disse fem:

- Råd til PR
- Råd om sosiale medier
- Markedsføring i sommer
- Remarketing på Google
- Remarketing på Facebook

Ta gjerne kontakt dersom skolen ønsker hjelp eller veiledning til informasjon og markedsføring.

Med vennlig hilsen

Andreas Melberg  
Daglig leder

# PR for å skape lokal trygghet

PR i lokalmediene er viktigere nå en noen gang. Den kan være med til å gi trygghet i lokalmiljøet, og til lokale helsemyndigheter, at folkehøgskolen er i god gang med å planlegge for trygg oppstart til høsten.

I tillegg vil det kunne trygge de kommende elevene deres – og elever til andre folkehøgskoler – å høre om den lokale folkehøgskolens planer for høsten

## **Kontakt med lokalmedier**

Det har vært oppslag i mange lokalaviser om stengte folkehøgskoler og hjemmeundervisning. Dere har vært gode til å svare i en uoversiktlig og usikker tid. Nå som også Regjeringen har lagt ut setninger om at vi skal planlegge for skolestart i august, kan det være et godt tidspunkt for å kontakte deres lokalmedier med en hyggeligere melding. Vis gjerne til formuleringene fra myndighetene, og snakk om deres egne konkrete planer.

**Hensikten med kontakten bør være å trygge kommende elever, men samtidig vise lokale helsemyndigheter at dere er i gang med å tenke smittevern og tilrettelegging for neste skoleår. Flest mulig lokale oppslag som fremhever oppstart til høsten, vil trygge flest mulig elever over hele landet om at valg av folkehøgskole til høsten skal være trygt.**

Meldingen fra Regjeringen ligger her:

<https://www.regjeringen.no/no/tema/utdanning/innsikt/barnehager-skoler-hoyskoler-og-universiteter-stenges-pa-grunn-av-koronaviruset/sporsmal-og-svar-om-gradvis-gjenapning-av-barnehager-og-skoler/id2697382/> Og setningene om folkehøgskole ser slik ut

## **Kan jeg søke folkehøgskole til høsten?**

- Ja, du kan søke folkehøgskole helt som vanlig. Opptaket er i gang og man kan søke fram til skolestart eller til linjene og skolene er fulle. Folkehøgskolene planlegger for oppstart i august.

## **Vil det være trygt å gå på folkehøgskole til høsten, der mange unge bor tett sammen på lærestedet?**

- Folkehøgskolene er et viktig og populært tilbud for mange unge. Beslutningen om stengning gjelder kun ut dette skoleåret. Vi vet ikke nå hvordan smittesituasjonen vil utvikle seg fremover, men folkehøgskolene har god tid til å planlegge for hvordan de kan sørge for kontaktreduserende tiltak når skolene åpner opp igjen til høsten.

## **Tips til hva dere kan ha med i kontakten med lokalmedier:**

- Vi planlegger for skolestart som vanlig i august. Vi gleder oss til å fylle dagens tomme bygg med ungdommer og liv – slik det skal være på en folkehøgskole.
- Frem mot skolestart vil skolen jobbe godt med retningslinjer for smittevern og skoledrift. Det utarbeides noen retningslinjer sentralt for alle folkehøgskoler, og skolen vil jobbe med lokale tilpasninger. Samtidig vil man være i god dialog med lokale helsemyndigheter for å gjøre oppstarten av skoleåret så bra som mulig.
- Nevne tilpasninger dere har planlagt for neste skoleår allerede nå, enten det er å flytte studieturer fra høsten til våren 2021, om det er endring av reisemål eller om det er planlagt mer aktivitet i skolens nærområde.

- Folkehøgskolene nasjonalt opplever veldig god søkning til neste skoleår. Før koronapandemien oppsto lå søkertallene nærmere 15 prosent over hva det var på samme tidspunkt i fjor. Inneværende skoleår er «all time high» for folkehøgskolene med nærmere 8000 elever. I dag har vi nøyaktig like mange som har takket ja til skoleplass for skoleåret 20/21, som vi hadde på samme tid for toppåret i fjor. Naturlignok gikk søkertallene noe ned i mars, men nå er de på full fart oppover. **Det er fremdeles populært å gå på folkehøgskole!**
- Legg gjerne til deres egne søkertall og elever som er tatt opp for neste skoleår. Kanskje kan dere fremheve en linje som går spesielt bra, noen endringer dere har gjort som har slått spesielt positivt ut for søkning eller hva årets elever sier om hvorfor de valgte nettopp deres skole.
- Vi forstår at neste års elever har spørsmål, både om oppstart og eventuelle endringer som må gjøres i skole- og reiseplaner. Vi holder derfor god kontakt med alle søkere, og sender ut informasjon hyppigere enn vi ville gjort i et helt normalt år. Alle er selvfølgelig også velkomne til å kontakte oss når de lurer på noe.
- Vi skal gjøre alt vi kan for at neste års elever får et så godt folkehøgskoleår som de drømmer om.
- Det er naturlig å tro at det er en del usikkerhet blant avgangselevne på videregående knyttet til deres planer for høsten. Mange har sikkert tenkt å jobbe et år eller legge ut på lengre reiser i høst. Koronasituasjonen gjør begge deler vanskelig, og de som befinner seg i en slik situasjon er veldig velkomne til å søke folkehøgskole.
- Det er ikke for sent å søke folkehøgskole for høsten. Opptaket er rullerende, og skolene tar opp elever så lenge det er ledige plasser.

## Sosiale medier-råd for sommerferien

Her kommer noen råd om hvordan dere kan begynne å planlegge aktiviteten på sosiale medier i sommer allerede nå.

### Hvorfor er det viktig å holde aktiviteten oppe på sosiale medier i sommer?

- Det kan bidra til å rekruttere nye elever
- Det kan skape engasjement og dialog med elever som allerede har takka ja. Det kan være ekstra viktig i sommer der elevene nok er mer usikre på høsten enn ellers.
- Det vil opprettholde engasjementet og rekkevidden dere har opparbeida dere gjennom året. Om det er stille i sommer kan dere risikere at det dere publiserer til høsten blir mindre synlig for følgerne deres.

### Ting som kan planlegges på forhånd

- Bilder der dere mimrer fra skoleåret og viser tilbakeblikk og høydepunkter. Disse kan det være lurt å **samle inn allerede nå** mens elevene fortsatt er i "mimremodus". Husk å be om tillatelse til å bruke bildene. Sjekk **emneknaggen** til skolen for å finne bilder elevene har delt gjennom året. Det kan også være lurt å sjekke **geotaggen** til skolen for å se om elevene har lagt ut bilder der. Dere kan også spørre elevene om de har noe de vil dele.
- Intervjuer til nettsider/blogg og sosiale medier. Å bruke erfaringene til årets elever kan være fin markedsføring. **Dere bør spørre dem om intervjuer/anbefalinger nå som dere har daglig kontakt med dem.** Om dere spør de samme spørsmålene trenger det ikke å ta så lang tid å lage en liten intervjuserie som kan deles på Instagram Story eller i et innlegg. Overskrifter kan være. "De fem beste tingene med å gå på xxx FHS" eller "Mine høydepunkter på folkehøgskole". Velg gjerne et variert utvalg av elever for å vise bredde blant elevene. Sjekk @folkehøgskolene på Instagram for eksempler på sånne intervjuer. **Jeg har også delt et foredrag med tips og triks for Instagram Stories på gruppa "Markedsføring og informasjon i folkehøgskolen" tidligere.** Det finnes også mange videoer om dette på YouTube.

### Hvordan planlegge publisering

Det finnes mange verktøy og triks som gjør det mulig å skrive et innlegg i mai og publisere det i juli. Her er noen alternativer.

- **Creator Studio på Facebook sine Business-sider.** Om man har en Business-konto på både Facebook og Instagram og har kobla disse sammen kan man forhåndsplanlegge innhold til Instagram, helt gratis. Dette gjelder for Instagram-innlegg, både med ett og flere bilder, videoer og IGTV-videoer. Stories må man legge ut direkte.

- På **Facebook** er det lett å bruke det vanlige publiseringsverktøyet for å skrive ferdig et innlegg og velge når det skal publiseres. Eventuelt et utkast som du kan ferdigstille når du vil at innlegget skal ut.
- **Betaltjenester.** @folkehogskolene bruker tjenesten **Later** som koster ca. 200 kroner i måneden. Man kan velge å bare abonnere de månedene man trenger tjenesten. Her kan man forhåndspubliserer innlegg, men man må innom en app for å legge ut mer enn et bilde samtidig og Instagram Stories. Appen gir deg beskjed om at karusellen/storyen skal ut og du får enkelt lasta opp innholdet i rett rekkefølge. Tagger og emneknagger må legges på live. Later har også en fin funksjon der du kan **dele bildene til andre ved å legge inn lenka til Instagram-innlegget**. Du slipper også vannmerke på bildet. Later har også en kjekk kalenderoversikt. Spør gjerne om dere vil teste ut tjenesten og trenger hjelp. Det finnes også andre sånne tjenester på markedet.
- **Lag innhold uten å publisere det og spar det i ei mappe på mobilen.** Instagram Stories har en funksjon der du kan velge å lagre bildet og teksten du har lagt på uten å publisere innholdet. Bildet havner på kamerarullen din. Om du sparer historiene i en eller flere mapper kan du hente opp bildene og publisere dem til rett tidspunkt seinere. Sett på en påminnelse på telefonen, så har du en hjemmelaga versjon av de betalte tjenestene.

### Aktivitet dere bør ha en plan for i ferien

- Spørsmål på sosiale medier. Hvem svarer på Instagram og Facebook? Potensielle elever/elever som skal starte forventer nok å få svar rimelig kjapt, selv om det er sommerferie.
- Publisering av innhold som ikke kan autopubliseres. F. eks Instagram Stories eller innhold som må lages "live". Gjelder også deling av aktuelle saker fra folkehogskole.no og oppdatert informasjon om koronasituasjonen.
- Eventuell aktivitet i Facebook-grupper for kommende elever. Hvem legger til elever som søker i løpet av ferien?

### Hvilket innhold passer når?

Her er noen tips til hvordan dere kan tenke gjennom våren/sommeren

- Kontinuerlig: Oppdateringer om hvordan dere forbereder dere på et nytt skoleår på en trygg måte
- Rett etter skoleslutt: Nostalgi og mimring
- I starten av sommeren: sommerstemning
- 1.juni: Restplasstorget åpner. Del informasjon om ledige plasser. Intervjuer med elever som tok sjansen på en restplass i fjor og hadde et drømmeår.

- Rett før/etter 20.juli: Samordna opptak. Intervjuer med elever som ble tryggere på studievalget etter folkehøgskole. Gratulasjoner til elever som er kommet inn på relevante studier etter folkehøgskolen. Informasjon om restplasser.
- Starten OG slutten av sommeren: Informasjon om skolestart. Husk at noen elever liker å være forberedt, og vil ha pakke/utstyrstips tidlig. Andre trenger lista dagen før skolestart. Del flere ganger gjennom sommeren. Om dere vil oppfordre til å kjøpe brukt utstyr er det lurt å gi elevene litt mer tid. Å komme med denne informasjonen tidlig vil også kunne trygge elevene om at dere planlegger å starte som vanlig til høsten og kanskje venne dem til tanken om at det blir folkehøgskole i år også.
- Starten OG slutten av sommeren: Spørsmålsrunde på Instagram Stories. Få gjerne tidligere elever til å svare på spørsmål (del spørsmålene dere har fått inn og be elevene svare i historien) eller la stipendiater lage historien rett før skolestart når de er på plass.

Del også gjerne relevant innhold fra Folkehøgskolene sine kanaler. Vi håper å få lagd en del godt innhold til sommerferien, sånn at det vil komme jevnlig innlegg på Facebook som kan deles.

Det går også an å dele tidligere bloggsaker som kan være nyttige for elevene, enten generelle saker eller reprints av intervjuer med tidligere elever. Kikk gjerne innom arkivet vårt når dere planlegger innhold for sommeren.

# Råd for markedsføring framover

- Kjør på med annonsering nå! Målgruppen vår er ikke opptatt med russefeiring for tiden, så de er mottakelig for markedsføring. Fra 16. juni kan det planer om russefeiring, så det kan være lurt å sette inn et støt før dette.
- Husk at dere ikke kan kjøre markedsføringen som «same procedure as every year». I år må dere tenke gjennom budskap og målretting ekstra nøye.
- Vi anbefaler å heller *annonser* om ledige plasser på Instagram og Facebook enn å lage dette som vanlige innlegg. Dette for å unngå å provosere årets elever. Vi anbefaler å inkludere 2000-årgangen i målgruppa, men ta vekk de som liker siden deres (årets elever).
- Vær bevisst på at hoveddelen av de som ser ubetalte innlegg nå er årets elever, gamle elever og eventuelt de som allerede har takka ja. Det er altså ikke noe vits i å legge ut masse info om nye linjer til dem. Det kan imidlertid være lurt å «pusse opp» Instagram-profilen sin, siden aktuelle søkere kanskje er innom profilen for å lete etter informasjon/skape seg et førsteinntrykk.
- Vi vil sende ut en veiledning om hvordan man best kan organisere arbeidet med ubetalt innhold i sosiale medier i sommer. Vi oppfordrer dere til å fortsette å involvere elevene i innholdsproduksjonen, f. eks ha en spørsmålsrunde for nye elever mens de fortsatt er tilknyttet skolen. Det er lurt å samle inn bilder fra elevene som kan brukes i markedsføring (og hente inn samtykke til å bruke det). Det er nok lettere å få ja nå enn seinere.
- Tenk også på hvilken målgruppe dere vil nå. Jenter er mest på Instagram og gutter på YouTube, så tilpass annonseringen til det.
- Google-annonsering: Annonser gjerne på andre ord enn skolenavn og linjer. Det kan være lurt å være synlig på søkefraser som «hva skal jeg gjøre til høsten» og lignende.
- YouTube: Annonser gjerne med filmer som viser folkehøgskolehverdagen uten utenlandsturer.
- Vis at dere har gjort endringer for å tilpasse linjer og skole til en ny smittesituasjon
- Fremhev den delen av folkehøgskoleåret som ikke dreier seg om reising. Opplevelser og reiser i lokalmiljøet og resten av Norge, det sosiale livet på skolen osv.
- Vær bevisst på ordbruken i markedsføringen deres. Å reklamere for «det beste året i ditt liv» når det sitter mange skuffede elever rundt omkring i landet kan bli oppfattet litt feil. Vær også restriktiv med tekst og bilder om studieturer, siden det fortsatt er et usikkerhetsmoment. Folk som klemmer hverandre kan også bli oppfattet feil.



- Annonser med budskap om «Usikker på hva du skal gjøre til høsten?» kan treffe bra i målgruppen fra rundt 10. juli og et godt stykke ut i august. Samordna Opptak melder om en kraftig økning i antall søkere på, og det kan bety at mange ikke får tilbud om førstevalget. Her kan budskapet «Kom du ikke inn på drømmestudiet? Fortsatt ledige plasser hos oss» passe.
- Pass på å snakke til foreldre/ foresatte i markedsføringen deres også. I slike usikre tider vil sikkert ungdommer og foresatte kommunisere enda mer om hva de skal/bør gjøre til høsten. Derfor bør budskapet i annonsene også målrettes mot foreldregruppen om folkehøgskolene som et godt og sikkert valg. Dette blir det (forhåpentlig) enda sikrere å kommunisere om et par måneder. Et eksempel kan være «Kjenner du noen som er usikker på hva de skal gjøre til høsten?»
- Vi anbefaler fortsatt å drive med remarketing, det vil si annonser rettet mot de som har vist interesse i form av besøk på nettsiden eller har begynt å fylle ut et søknadskjema.
- Godt innhold i sosiale medier er god markedsføring for skolen.
- God undervisning og gode eleverfaringer, selv under de vanskelige forholdene dere har, kan vise seg å være et godt bidrag til markedsføringen.
- Vi anbefaler alle skoler å sende ut god og trygghetsskapende informasjon til alle som har takket ja til plass på skolen før 10. juli. Så blir dere ikke valgt bort for Samordna Opptak pga. utrygghet.
- Vi minner igjen om at de som har takket ja til plass er den viktigste målgruppen og at man må jobbe med informasjon til dem (se tidligere rundskriv der dette var tema).
- Skolene må informere godt om hva de har tenkt rundt studieturer til utlandet, både på nett og brev/mail til nye elever. Det bør dessuten være frivillig å reise på studietur siden mange kan være skeptiske til utenlandstur.

# Remarketing i Google Ads


## Lag den første remarketing-kampanjen din for Display-nettverket

Remarketing-kampanjer brukes for å vise annonser for folk som har besøkt nettstedet ditt. Disse kampanjene inneholder ekstra innstillinger og rapporter som er laget spesielt for at det skal bli enklere å nå ut til tidligere besøkende og brukere. Den første gangen du konfigurerer en remarketing-kampanje, må du også fullføre en prosess for å lage en remarketing-tag og remarketing-lister.

### Veiledning

Merk:

Minst én målgruppeliste for remarketing må allerede være konfigurert for at du skal kunne opprette remarketingkampanjen din. Finn ut hvordan du [opprettet remarketinglister for nettsteder](#).

1. Logg på [Google Ads-kontoen](#) din.
2. Klikk på Kampanjer i sidemenyen.
3. Klikk på plussknappen  for å opprette en ny kampanje.
4. Velg ønsket kampanjeresultat i «Mål»-delen.
5. Velg Displaynettverket i «Kampanjetype»-delen.
6. Deretter angir du parametere for kampanjen din, innbefattet:
  1. Kampanjenavn
  2. Steds- og språkinnstillinger
  3. budsjett og budstrategi
7. Klikk på Flere innstillinger for å se flere alternativer, for eksempel innholdsekskludering, enhetsmålretting og annonseplanlegging.
8. Se deretter etter «Målgrupper» i «Personer»-delen.
9. Klikk på Remarketing.
10. Klikk i avmerkingsboksen ved siden av målgruppene du vil legge til. Slik blir de lagt til i målrettingen din.
11. Klikk på Lagre.

Les mer her: <https://support.google.com/google-ads/answer/3210317?hl=en>

# Remarketing på Facebook

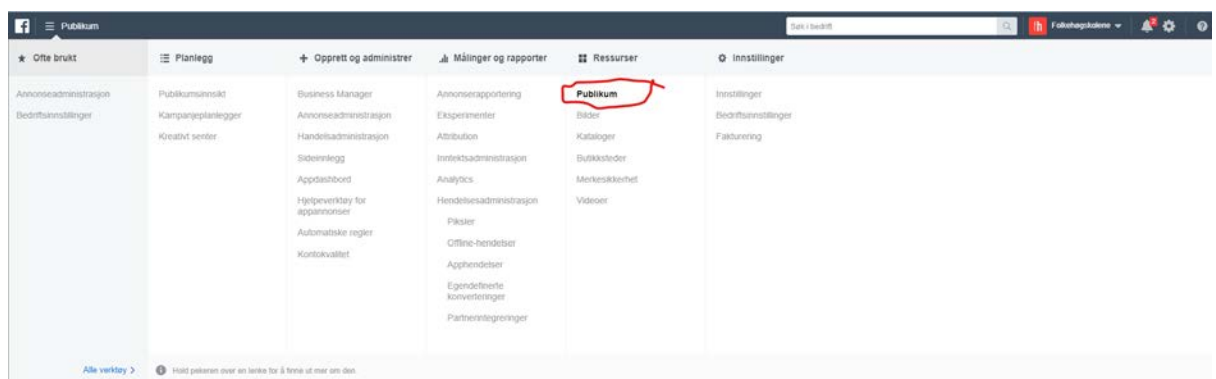
Oppskrift på hvordan du lager annonsegrupper til dem som allerede har vist interesse for skolen deres

1. **Du må være på Facebooks annonseadministrasjon (business manager/ads manager)**

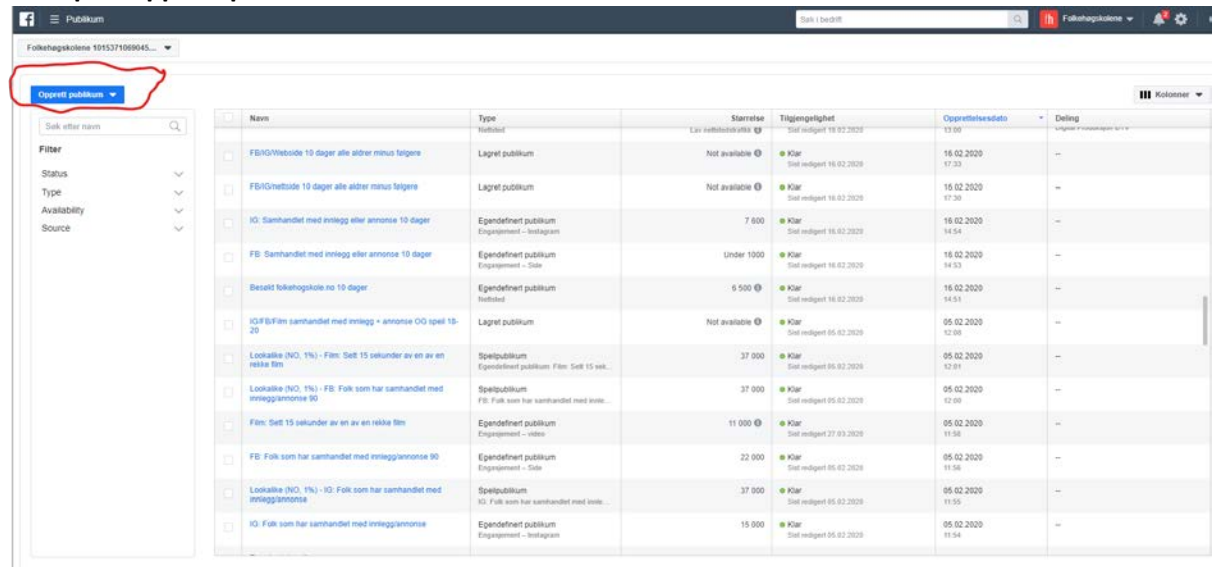
Om skolen ikke har dette så er det en god oppskrift her:

<https://www.facebook.com/business/help/1710077379203657?id=180505742745347>

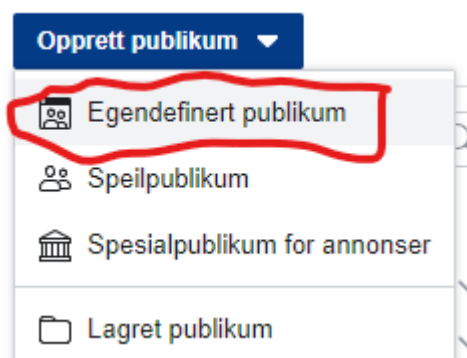
2. **Gå til publikumsadministrasjon**



3. **Klikk på «Opprett publikum»**

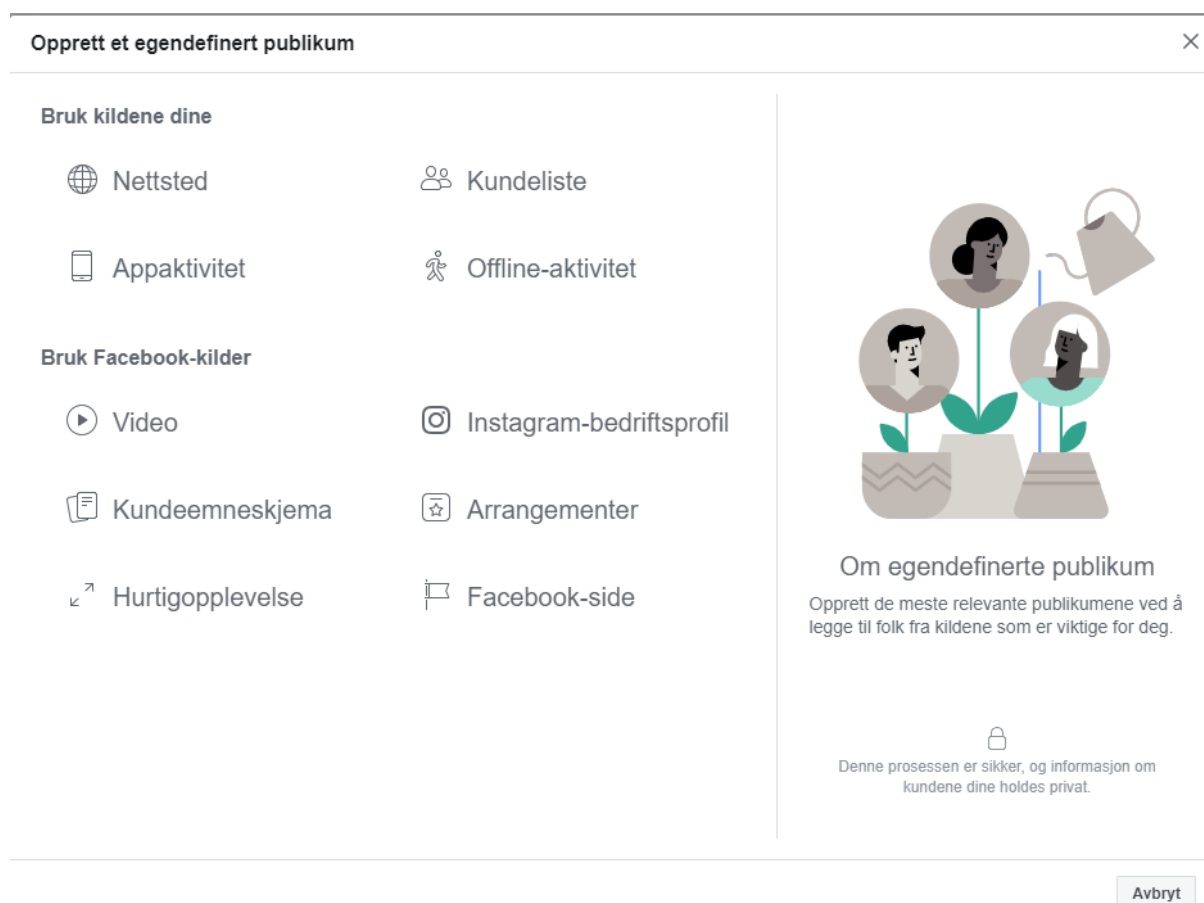


4. **Klikk på «egendefinert publikum»**



5. **Velg hva slags publikum du er ute etter**

Klikk på «**nettsted**» dersom du ønsker å annonsere mot dem som har vært inne på nettsiden deres. Dere må ha en Facebook-pixel lagt inn på nettsiden.



6. **Besøkende til nettside: Lag den gruppen eller de gruppene du ønsker**

Du kan velge å lage grupper av folk som har vært inne på bestemte undersider (for eksempel linjesider), du kan definere hvor langt tilbake du ønsker å treffe (det kan være lurt å ikke velge alt for langt tilbake i tid) og du kan velge ulike kombinasjoner. Klikk deg gjerne litt rundt og velg grupper som passer for deg.

Gi deretter gruppen et navn som gjør det mulig for deg å huske hvem denne gruppen er, for

eksempel «Besøkende nettsted 30 dager». Du vil da få opp denne gruppen som en av annonsegruppene du kan velge mellom når du skal lage annonse.

Opprett et egendefinert nettstedspublikum ×

1 Legg til personer i publikummet ditt ↶ Vis tips

Inkluder personer som oppfyller **HVILKET SOM HELST** av følgende kriterier:

Folkehøgskolene's Pixel

Alle besøkende på nettstedet de siste 30 dager

[+ Inkluder flere personer](#) [- Ekskluder personer](#)

2 Gi publikummet ditt et navn

Gi publikummet ditt et navn 50 × [Legg til beskrivelse](#)

[Avbryt](#) [Tilbake](#) [Opprett publikum](#)

## 7. Aktivitet i sosiale medier

Under punkt 5 så kan du også velge å lage annonser rettet mot dem som har sett dere i sosiale medier. Man oppretter en for Facebook, en for Instagram etc. Alle annonsegrupper kan siden slås sammen når man skal lage annonsen.

Det kan være lurt å trekke fra følgerne deres slik at dere ikke annonserer mot nåværende og tidligere elever.

Opprett et egendefinert publikum for en Facebook-side ×

1 Legg til personer i publikummet ditt ↶ Vis tips

Inkluder personer som oppfyller **HVILKET SOM HELST** av følgende kriterier:

Side: Folkehøgskolene

Alle som har samhandlet med siden din de siste 30 dager

Alle som har samhandlet med siden din

Alle som har besøkt siden din

Folk som har samhandlet med et innlegg eller en annonse

Folk som har klikket på en hvilken som helst handlingsknapp

Folk har sendt en melding til siden din

Folk som har lagret siden din eller et innlegg

[+ Inkluder flere personer](#) [- Ekskluder personer](#)

2 G

G 50 × [Legg til beskrivelse](#)

[Avbryt](#) [Tilbake](#) [Opprett publikum](#)

## 8. Annonsering til dem som har sett siden eller linjesidene deres på folkehogskole.no

Ta kontakt med meg på [dorte@folkehogskole.no](mailto:dorte@folkehogskole.no) og send meg ditt annonsekontonummer. Så skal jeg lage grupper av dem som har besøkt skolens side på folkehogskole.no slik at dere kan annonsere til disse.

Ta også gjerne kontakt om det er noe du lurer på.

## 9. Lage annonse

Når du har laget disse annonsegruppene så kan du lage annonser på helt vanlig måte i Facebooks annonseverktøy (se punkt 1). De vil dukke opp under «egendefinerte publikum» når du begynner å skrive navnet på gruppen i boksen. Det er mulig å legge flere grupper sammen i samme annonse.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The 'Publikum' (Audience) section is highlighted with a red circle. The interface includes a left sidebar with navigation options like 'Kampanje', 'Annonse', and 'Publikum'. The main area shows settings for 'Dynamisk annonseinhold', 'Tilbud', and 'Publikum'. The 'Publikum' section has options for 'Opprett nytt publikum' and 'Bruk lagret publikum'. Below this, there are filters for 'Steder' (Locations), 'Alder' (Age), 'Kjønn' (Gender), and 'Språk' (Language). The right sidebar displays 'Publikumsstørrelse' (Audience Size) with a gauge, 'Potensiell rekkevidde' (Potential Reach) of 3,600,000, and 'Beregnete resultater per dag' (Estimated Results per Day) showing a reach of 2.4K-7.1K and 16-56 impressions.

Lykke til!

Med vennlig hilsen

Dorte Birch

[dorte@folkehogskole.no](mailto:dorte@folkehogskole.no)