

## Markmið með samfélags- og vefmiðlum

Byggja upp samfélagsmiðlasýnileika um matarauð Íslendinga fyrir markhópa með notkun Facebook, Instagram, Instagram stories og Twitter.



## tónninn

Við viljum fá lesandann til að hrífast af íslenskum vörum, matarmenningu og hefðum og ýta undir tengsl neytenda og frumframleiðanda/þeirra sem vinna með sjávarfang

Við viljum fræða án þess að predika og leggjum áherslu á að vera persónuleg í skrifum





# Facebook

Aldurshópur 25-70 ára

## tilgangur facebook

Efla vitund og áhuga um matarauð  
Íslendinga og tækifæri henni  
tengdri

Stuðla að jákvæðri umræðu. Efla  
sjálfsmýnd okkar og stolt sem  
matvælaþjóð.



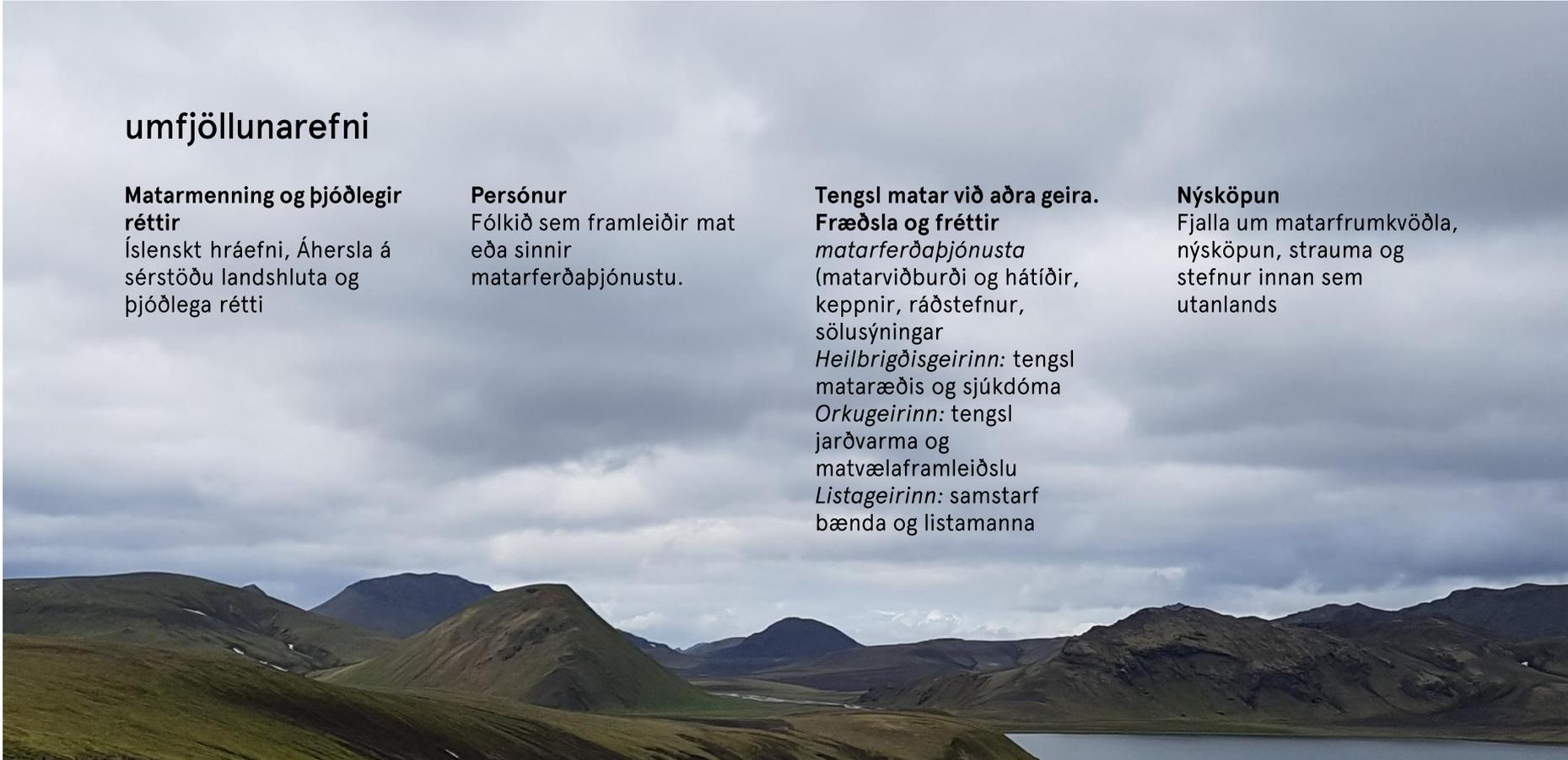
## umfjöllunarefni

**Matarmenning og þjóðlegir réttir**  
Íslenskt hráefni, Áhersla á sérstöðu landshluta og þjóðlega rétti

**Persónur**  
Fólkið sem framleiðir mat eða sinnir matarferðapjónustu.

**Tengsl matar við aðra geira. Fræðsla og fréttir**  
*matarferðapjónusta* (matarviðburði og hátíðir, keppnir, ráðstefnur, sölusýningar  
*Heilbrigðisgeirinn:* tengsl mataræðis og sjúkdóma  
*Orkugeirinn:* tengsl jarðvarma og matvælaframleiðslu  
*Listageirinn:* samstarf bænda og listamanna

**Nýsköpun**  
Fjalla um matarfrumkvöðla, nýsköpun, strauma og stefnur innan sem utanlands



## markhópur

Einstaklingar með sterka gæða- og umhverfisvitund. Áhuga á heilsubúðum, sælkeraverslunum, beint frá býli, umhverfismálum og heilsusíðum. Engagement ambassadorar

Frumframleiðendur og sjómenn. Svæðisbundin nálgun

Fólk sem hefur áhuga á stjórnmálum og ferðamálum



## persónur (segment)

Persóna 1 „Earth & Food lovers,  
Aldur 35-55 ára. Vill gæði í mat,  
stundar heilsu og sælkerabúðir. Er  
skrefi á undan í flokkun sorps,  
fiktar við ákveðin fæðutrend eins  
og vegan, lífrænt, hráfæði osfrv.

Persóna 2 „Food Producers &  
Entrepreneurs“ Aldur 30-60 ára.  
Sjómenn, bændur og frumkvöðlar  
sem hafa ástríðu fyrir vinnunni.

Persóna 3 „Political influencers“  
Aldur 30-60+ ára. Mikinn áhuga á  
stjórn- og þjóðmálum og geta  
orðið skoðanaleiðtogar.

Persóna 4 „Young & Thinking“  
aldur 18-30 ára. Sterkar skoðanir,  
mætir á viðburði sem hafa spröttið  
upp á samfélagsmiðlum og  
umhugað um íslenska náttúru.

# ÍSLENSK MATARHEFÐ



## Hverjir samstarfsaðilar- með editor aðgang

Íslandsstofa, Bændasamtökin, Matís,



Instagram

## Tilgangur – ná til aldurhópsins 15–25 ára

Vekja áhuga á íslenskum mat og matvælum, með áherslu úr heimabyggð. Sýna fjölbreytni og gæði íslensks matar



Búa til instagram stories. Tímabilum skipt milli bænda, sjómanna og matarfrumkvöðla ofl. Hver fær 12 mánaða aðgang. Póstar a.m.k. 2-3 pósta á viku úr daglegu starfi og lífi.

Breyta myndaframsetningu á neti og samfélagsmiðlum eftir leitarorðum Icelandic food, Icelandic traditional food og íslenskur matur



Leyfa notkun á myndum í eigu Matarauðs Íslands. Nota tögg í samræmi við stefnu Matarauðs.



## tögg

Aðal  
#matarauður #ísland  
#íslenskurmatgur

Auka  
#stolturbondi  
#stoltursjómaður  
#stoltur bakari....  
#beintfrabyli  
#íslenskthráefni  
#sjálfbærni #þjóðlegirréttir  
#veitingageirinn



Aðal  
#Icelandicfood  
#Nordicfood  
#Food

Auka  
#Icelandic traditionalfood  
#fooddestinationIceland  
#foodtravel #localfood  
#instafood  
#foodandhealth  
#farmtochef #visiticeland  
#tastingeurope  
#nordicfood  
#farmlifeiceland  
#SDG

