

Vilket filmformat passar er?

Format, längder, hooks och en rytm-mall för månadsproduktion. Tänkt som ett internt arbetsdokument när ni planerar er content-takt för 2026 — eller när ni jämför byrå mot abonnemang.

01	Så använder du guiden
02	De fyra formaten
03	Längd, kanal och hook-fönster
04	Rytm-mall: månadsproduktion
05	Checklista: är ni redo att börja?

Så använder du guiden

Guiden är byggd för marknadschefer och founders som vill översätta affärsmål till en konkret film-takt. Läs igenom de fyra formaten, välj 1–2 som matchar er fas, och använd rytm-mallen på sidan 4 för att bygga ett rullande månadsschema.

Regeln: börja smalt. Ett format, en kanal, fyra leveranser per månad i 90 dagar slår alltid en byråkampanj som tar ett halvår att lansera.

De fyra formaten

Intervjuformat

Dokumentärt · Kundcase · Thought leadership

Dokumentärkänsla som bygger förtroende och auktoritet. Perfekt för LinkedIn, kundcase och 'möt grundaren'-innehåll. Kombinerar gärna företagets vinkel med inspel från kunder eller forskning.

Längd: 30s / 60s / 90s · klipps om till teasers för Reels och Shorts.

Bäst på: trovärdighet, pipeline-vård, employer branding.

Sketchformat

Reels & TikTok · Delbart · Igenkännande

Korta, roliga klipp med branschhumor som får målgruppen att känna sig sedd — och dela vidare. Hook inom en sekund, punchline innan du hinner scrolla förbi.

Längd: 15–30s · vertikalt (9:16) för Reels, TikTok och Shorts.

Bäst på: räckvidd, top-of-funnel, varumärkesvärme.

Reklamformat

Konverterande · Varumärke · Prestanda

Säljdriven film med tydlig CTA och rytm byggd för annonser. Flera vinklar distribueras över TV, digitala annonser, streaming och sociala kanaler — vi hjälper med hela värdekedjan av publicering.

Längd: 15s / 30s / 60s · flera varianter för A/B-test i Meta, TikTok och Google.

Bäst på: konvertering, kampanj-spikar, mätbar ROI.

Sociala medier

Annonser · Flöde · Kanalstyrt · Engagerande

Varumärkesbyggande och kanalstyrt i kombination med budskap och konvertering i de sociala kanaler ni själva hanterar. Leveranser mot A/B-tester för flöden, annonser, hooks och budskap.

Längd: 15s / 20s / 30s · klipps om till olika format per kanal.

Bäst på: löpande närvaro, paid-social-skala, retention.

03

Längd, kanal och hook-fönster

Använd som lathund när ni bestämmer format per kanal. Hook-fönstret är de sekunder ni har på er att stoppa scrollen.

Kanal	Format	Optimal längd	Hook-fönster
LinkedIn (organiskt)	Intervju, sketch	30–90 s	0–3 s
LinkedIn (ads)	Reklam, intervju	15–30 s	0–2 s
Meta (Reels/Feed)	Sketch, reklam	15–30 s	0–1 s
TikTok	Sketch, reklam	15–45 s	0–1 s
YouTube (long)	Intervju, case	3–8 min	0–8 s
YouTube (Shorts/ads)	Reklam, sketch	15–30 s	0–2 s
TV / streaming	Reklam	15 / 30 s	Hela filmen
Webb / förstasida	Intervju, brand	30–60 s	0–4 s

Tre hooks som funkar 2026

- Direkt motbild: visa det förväntade, klipp till motsatsen inom 2 s.
- Insikten först: säg slutsatsen i mening 1, bevisa i resten.
- Namnge målgruppen: 'Om du jobbar med X...' filtrerar rätt tittare.

Rytm-mall: månadsproduktion

En enkel takt som de flesta B2B- och tjänstebolag kan hålla med ett abonnemang som Fenny Pulse. Varje rad är en leverans — totalt fyra filmer i månaden, med en inspelningsdag per månad.

Vecka	Format	Kanal-fokus	Syfte
V.1	Intervju / case	LinkedIn + webb	Trovärdighet
V.2	Sketch / kort	Reels + TikTok	Räckvidd
V.3	Reklamklipp	Meta + YouTube ads	Konvertering
V.4	SoMe-edit	LinkedIn + Instagram	Top-of-funnel

Tips för månadsplanen

- En inspelningsdag per månad räcker. Spelar in 3–4 vinklar samtidigt.
- Bygg en hook-bank: skriv 10 hooks per månad, testa 3, behåll 1.
- Mät per format, inte per film. Det är formatet ni iterar.

Är ni redo att börja?

Bocka av. Om ni får 5+ kryss är ni redo för en löpande takt. Är ni under 5 — börja med en kortare pilot på 90 dagar.

- Vi vet vilka 1–2 format som är viktigast för oss just nu.
- Vi har en talesperson som kan ställa upp framför kamera ~en gång/månad.
- Vi vet vilken kanal som driver mest pipeline för oss idag.
- Vi kan avsätta 30 min/vecka för att godkänna leveranser.
- Vi har en månatlig budget vi kan hålla i minst 6 månader.
- Vi vill se KPI:er per format, inte per enskild film.
- Vi är beredda att mäta mer än bara visningar (CTR, leads, pipeline).

Nästa steg

Boka ett kostnadsfritt strategimöte på fenny.se/kontakt eller mejla hey@fenny.se så går vi igenom er content-takt för 2026 — utan offert, utan säljpitch.