

Hei!



HVORDAN BLI SETT OG VALGT

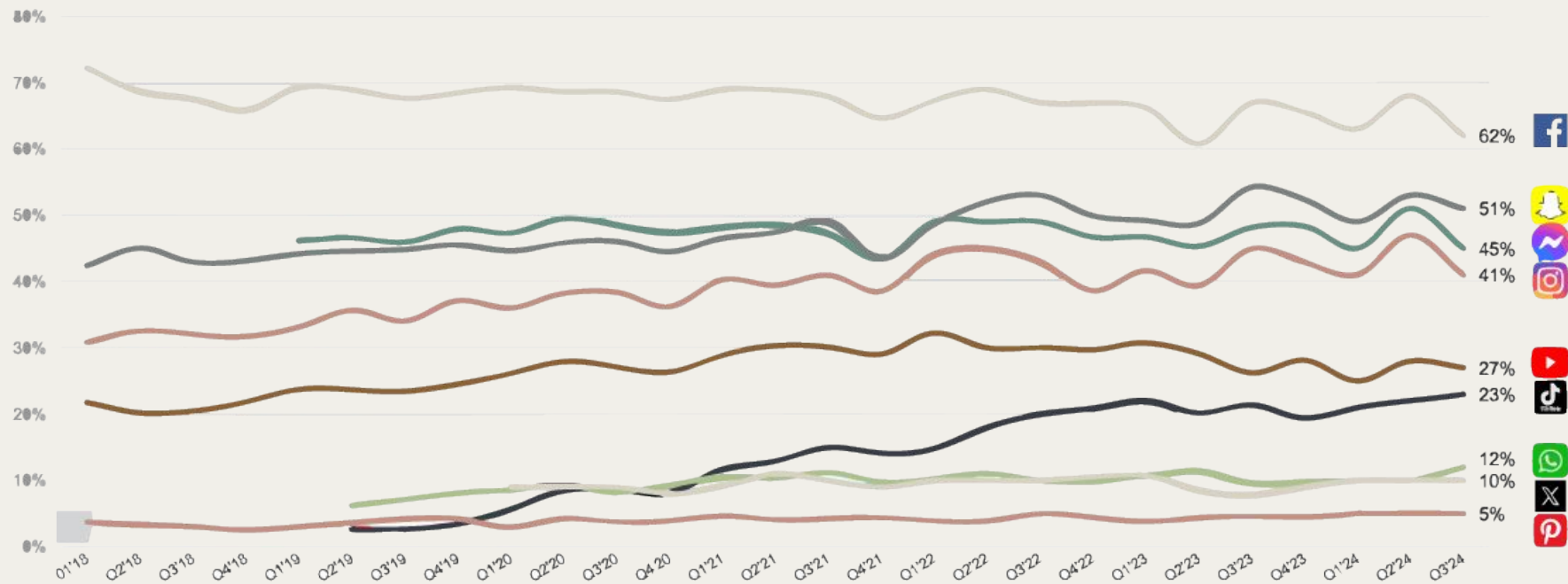
Strategi og kanalvalg



KANALENE

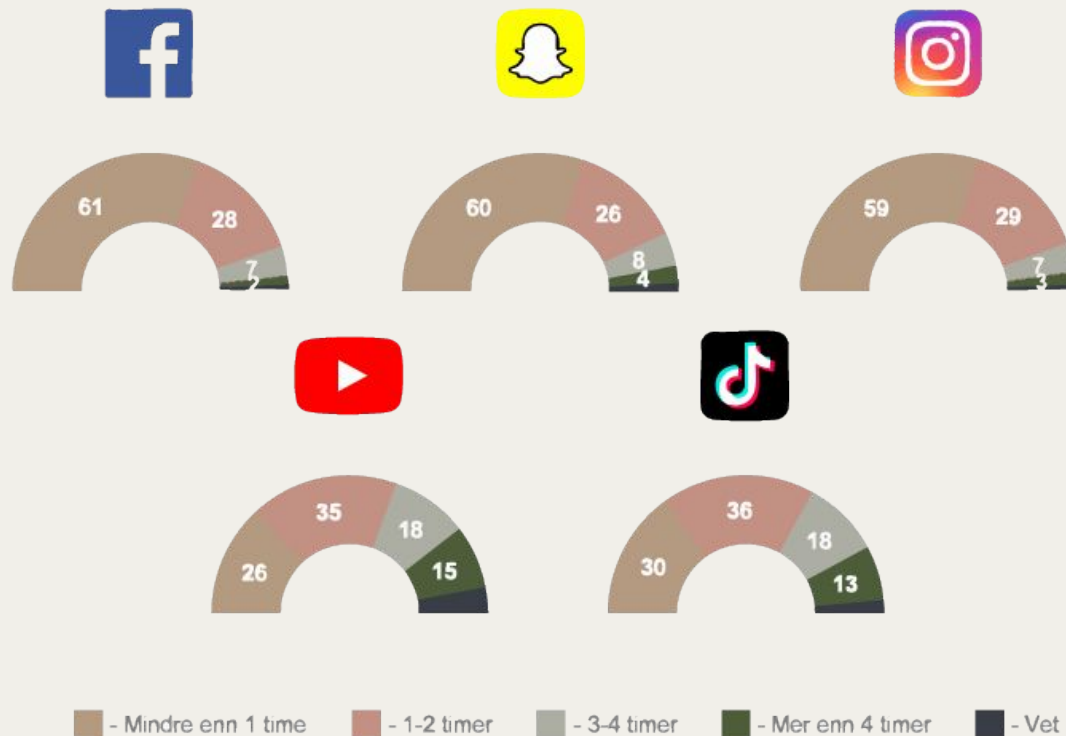
Hvordan står det til?

TIKTOK I STERK VEKST PÅ KORT TID





VI BRUKER MYE TID PÅ SOSIALE MEDIER



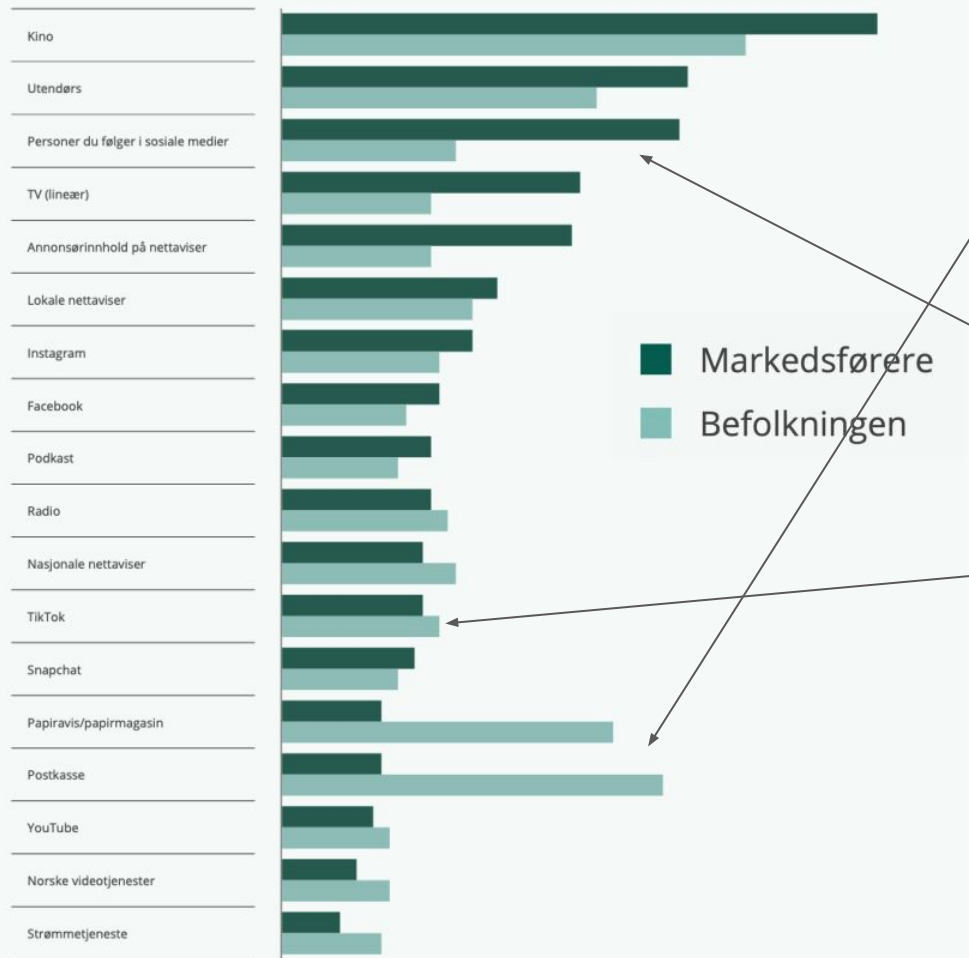


2,2 sek

Forskjellen mellom annonsørene og befolkningen

Tallene er indekserte

figur 3.1

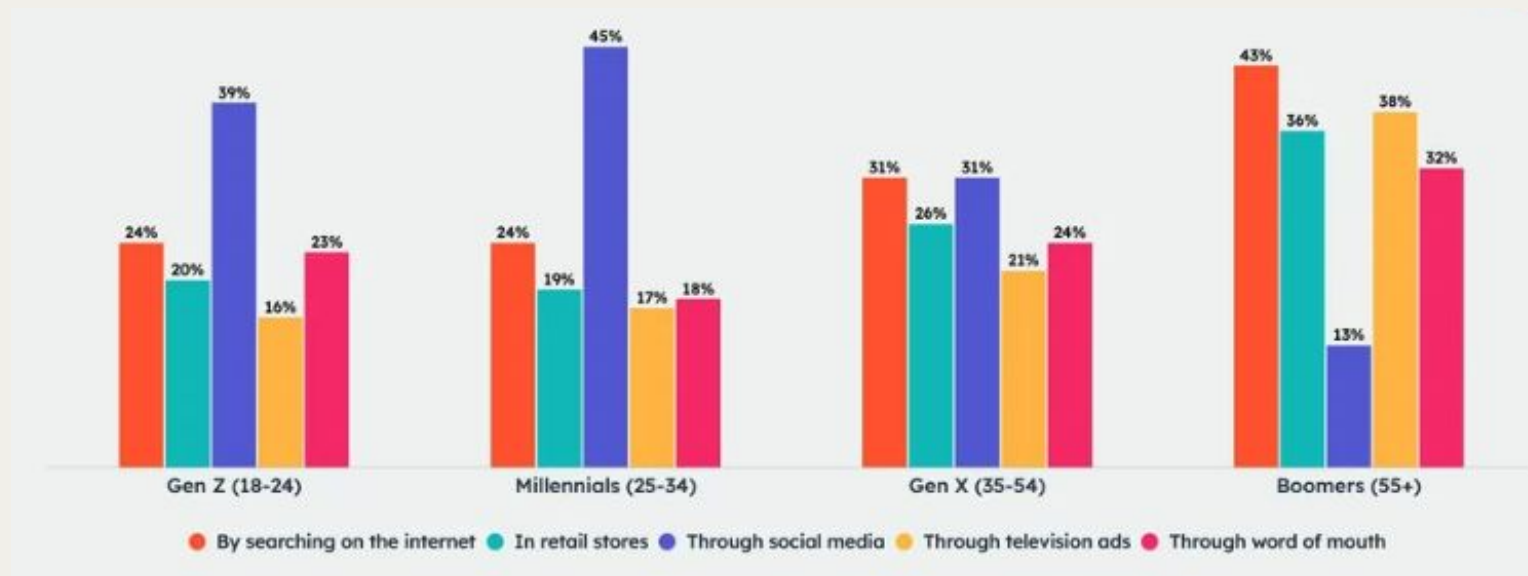


- Befolkningen liker postkassen og papiravisen fortsatt selv om vi som markedsførere ikke er like glad i det

- Vi (markedsførere) er generelt mer glad i influensere, TV og native enn befolkningen

- TikTok blir rangert høyere blant forbrukere enn av oss.

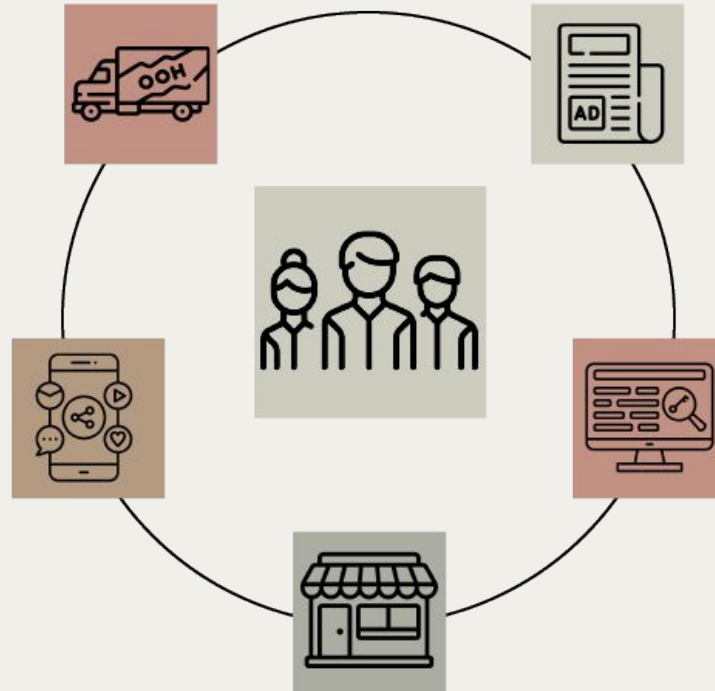
VI ER UENIGE OM HVOR VI FORETREKKER Å LÆRE OM NYE PRODUKTER



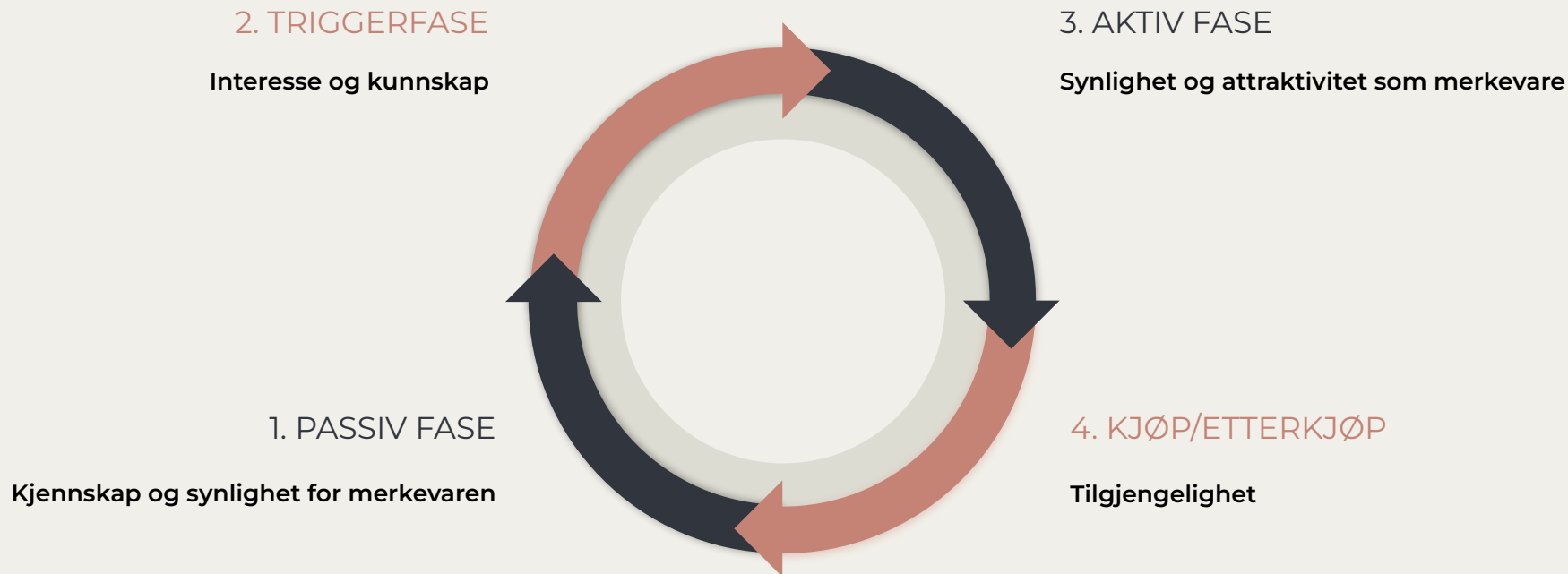


ALT HENGER
SAMMEN

UTNYTT HELHETEN



MARKEDSFØRING I KJØPSSITUASJONER



VI SKAL SKAPE,
OG SVARE PÅ
ETTERSPØRSEL



GOOGLE OG TIKTOK SOM FOKUSGRUPPE

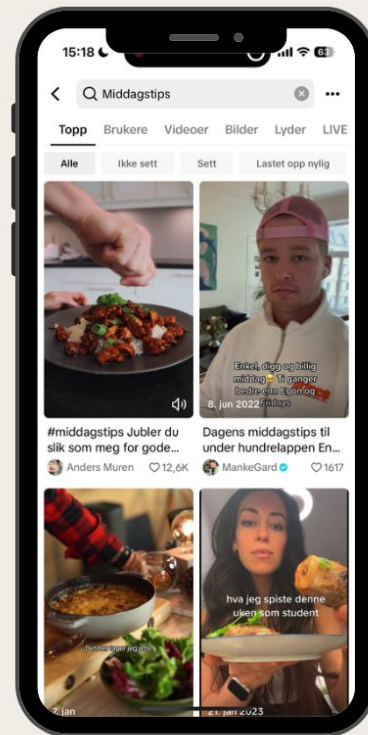
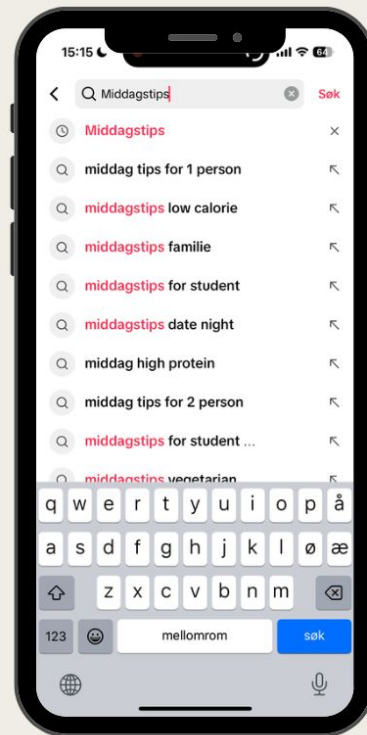
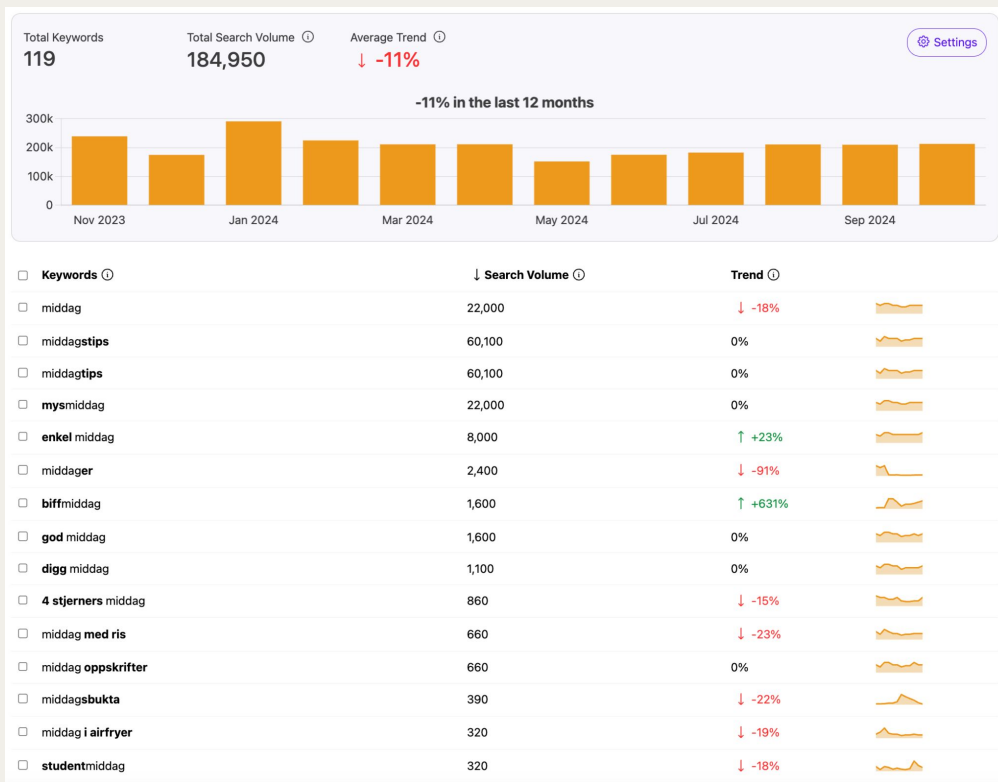
**400k søker etter
informative
middags-relaterte
sider på google i
måned**

523 % økning etter
sunne middagstips
det siste året

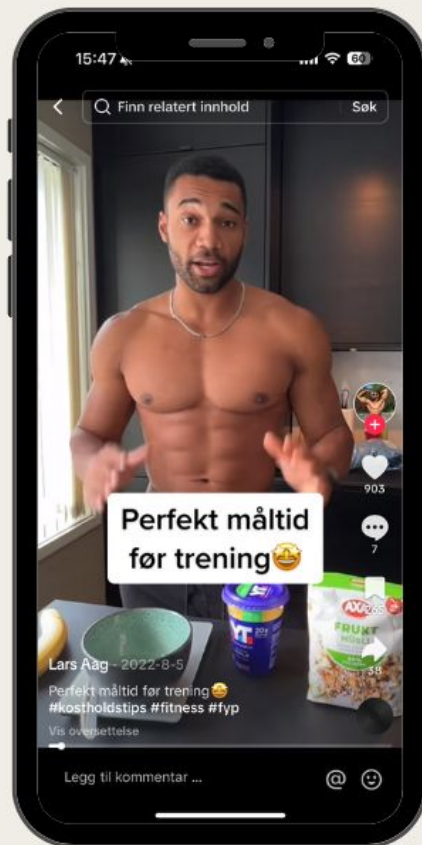
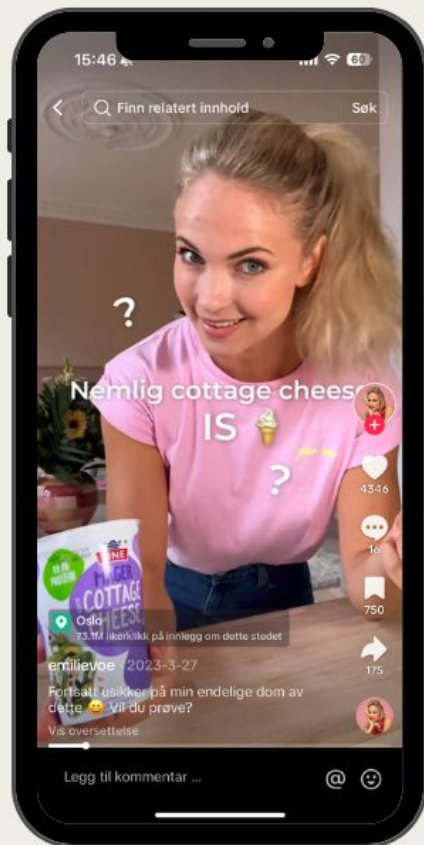
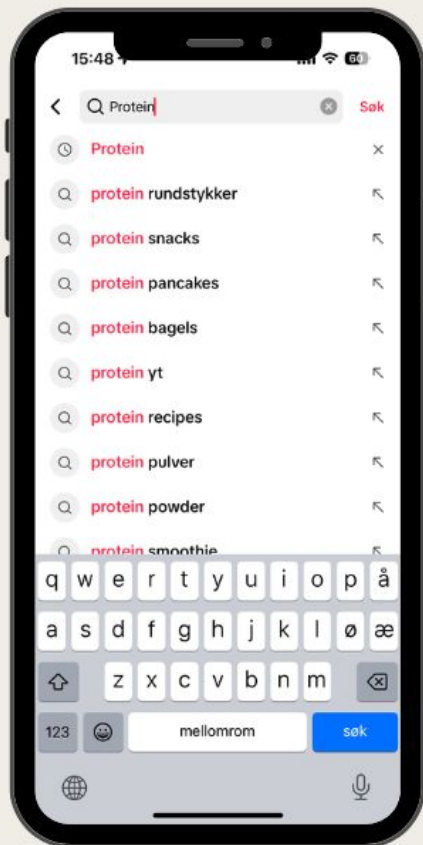
**100k søker etter
middag/middagstips
på TikTok**

“I DON'T GOOGLE IT,
I TIKTOK IT”

TIKTOK ER EN KRAFTIG SØKEMOTOR



IKKE UNDERVURDER UGC





FRA BYRÅGUIDEN

NØKKEINFO

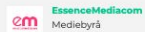
Lansert

September 2023

Kunde

Stiftelsen Norsk Mat

ANSVARLIG BYRÅ



Betalt innhold

Media / Publisert 21.10.2024 12:05:33 - Oppdatert 21.10.2024 12:15:28

Fra innsikt til influensere

Nyt Norge utfordret de tre mat-influensere til å spise mer norsk mat og med et skreddersydd opplegg snudde de en negativ trend i en yngre målgruppe. Strategien skapte skyhøy oppmerksomhet og endret holdninger.



...Advertising has been getting increasingly dull thanks to the impact of 15+ years of performance marketing

**Sett deg inn i
tilgjengelig data
om målgruppen,
kanalene og
trender**

**Lag godt
innhold på
kanalenes og
målgruppens
premisser**

**Legg en fleksibel
strategi som kan
tilpasses kanaler
og målgrupper**

**Tør å være
annerledes,
det blir husket**

**Gjør dere lett å
tenke på, da blir
dere lett å kjøpe**

**Vær tilgjengelig,
da går salget
lettere til deg**



Takk for oss!



Trine Kvam Hviding

Kundedirektør

trine@amidays.com

[LinkedIn](#)



Signe B. Thon Brekke

Rådgiver Innhold & Produksjon

signe@amidays.com

[LinkedIn](#)

Amidays

Bygdøy allé 1

hello@amidays.com

[Nettside](#)

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)