

JERKER WINTHER,
JURYORDFÖRANDE STRATEGY AWARDS 2018

MED FOKUS PÅ STRATEGISKA VÄGVAL

If you don't know where you are going,
any **road** will get you there.
~ ALICE IN WONDERLAND

**VARFÖR
STRATEGISKA
VÄGVAL BEHÖVS MER
ÄN NÅGONSIN**

VARFÖR STARTAR DET OFTA HÄR DÅ?

Hej byrånamn!

Här kommer vi [Globalt VM], vi vill gärna att ni tar fram massor av idéer till oss oss. Vi ska lansera en ny produkt, och vill ha vitalt content, det ska vara kostnadseffektivt (typ ingen budget alls), endast sociala medier. Klar fördel om ni använder influencers. Tänk Epic Split. Förutom att det ska vara engagerande innehåll, nyskapande så är det bra om vi får folk att anmäla sitt intresse till att pröva vår produkt.

Lycka till!



LETS BE FRANK. OUR INDUSTRY IS FULL OF BULLSH*T

Millennial dads are confident and willing to spend

Why McDonald's UK is using viral videos and vloggers for its 'biggest ever' Christmas campaign

Spread the word – viral is catching on

Pokémon Go is 'not just a fad', data shows

How viral video could do more than a TV ad

Snapchat stars' top tips on perfecting brand partnerships

Creative content will fuel Coca Cola's growth

Instagram to offer 'more targeted advertising' as it hits 14m UK users

Brand influencers snatch marketing power from early influencers

Smirnoff looks for relevance among millennials with 'Electric' liqueur launch

How Fujitsu is using market research to drive B2B content

Renault follows Clio Va Va Voom viral with interactive activity



Self-made social influencers are a big hit with hard-to-reach men online

Marketers should embrace user-generated content

Heineken's Desperados follows Cubanisto down the party path to reach millennials

Adidas on redefining influencer marketing through dark social

Why Pokémon Go is a game changer for augmented reality and marketers

McDonald's on Pokémon Go: 'We are enjoying what it is doing for our business'

Meet the content disruptors

© jerker.winther@akestamholst.se

Wimbledon targeting 'influencers' to push stories globally

Brands are failing to appeal to foodie millennials, according to new study



Därför ska du som företag samarbeta med influencers

INFLUENCER MARKETING Att använda influencers i din marknadsföring är inte bara kostnadseffektivt utan ger också fantastiska resultat. Undersökningar visar på att en rekommendation från en influencer ger 5,2 gånger större köplust än en bannerkampanj.

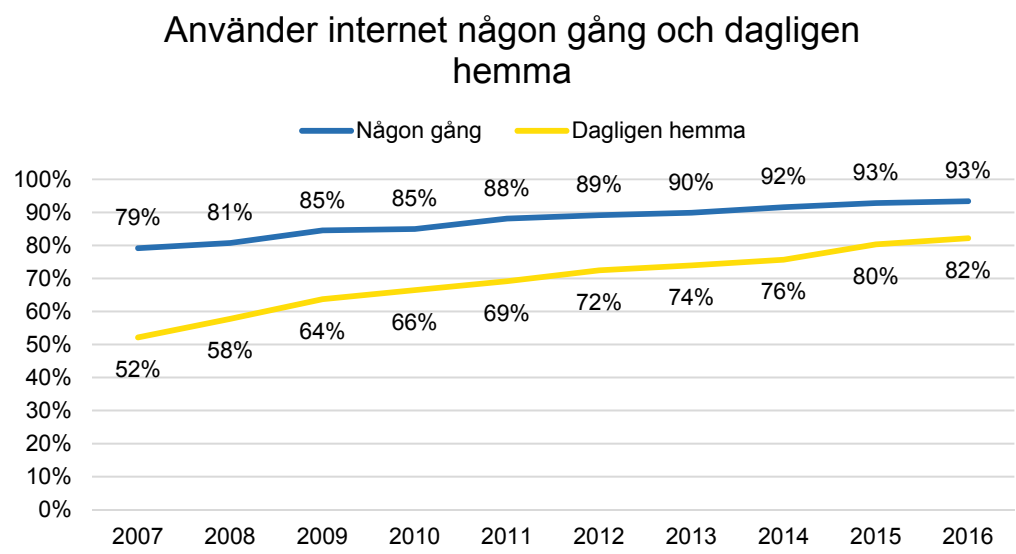
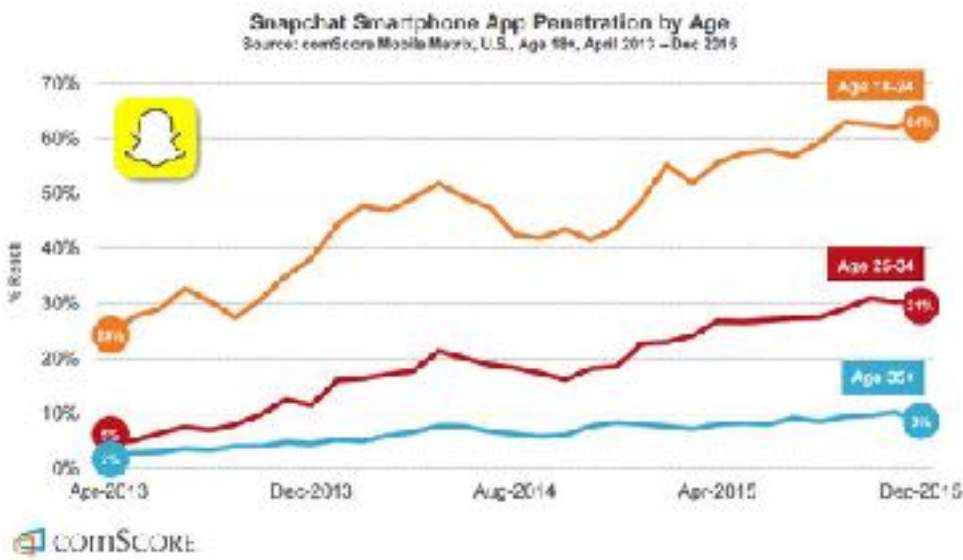
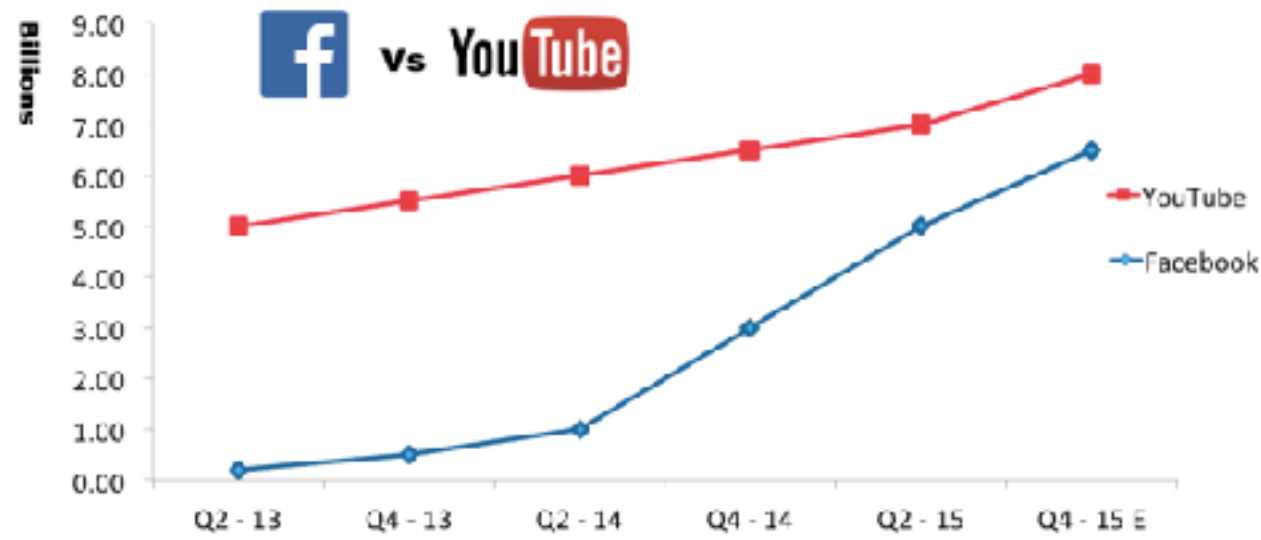


Diagram 1.5 Andel av befolkningen (12+ år) som använder internet över huvud taget respektive som dagligen använder internet hemma.

Frukostseminarium: Content marketing och framtidens tv



VAD VI DAGLIGEN
LÄSER. OCH BLIR
MATADE MED.

EN BRANCH FULL
AV BIAS!



Dags för lite content
marketing! Allt på rött!

All-in på digitalt!

**MÅNGA AGERAR SOM ATT DE ÄR PÅ ETT CASION.
MEN UTAN RISK ATT FÖRLORA PENGAR**

VIKTIGT ATT TÄNKA PÅ

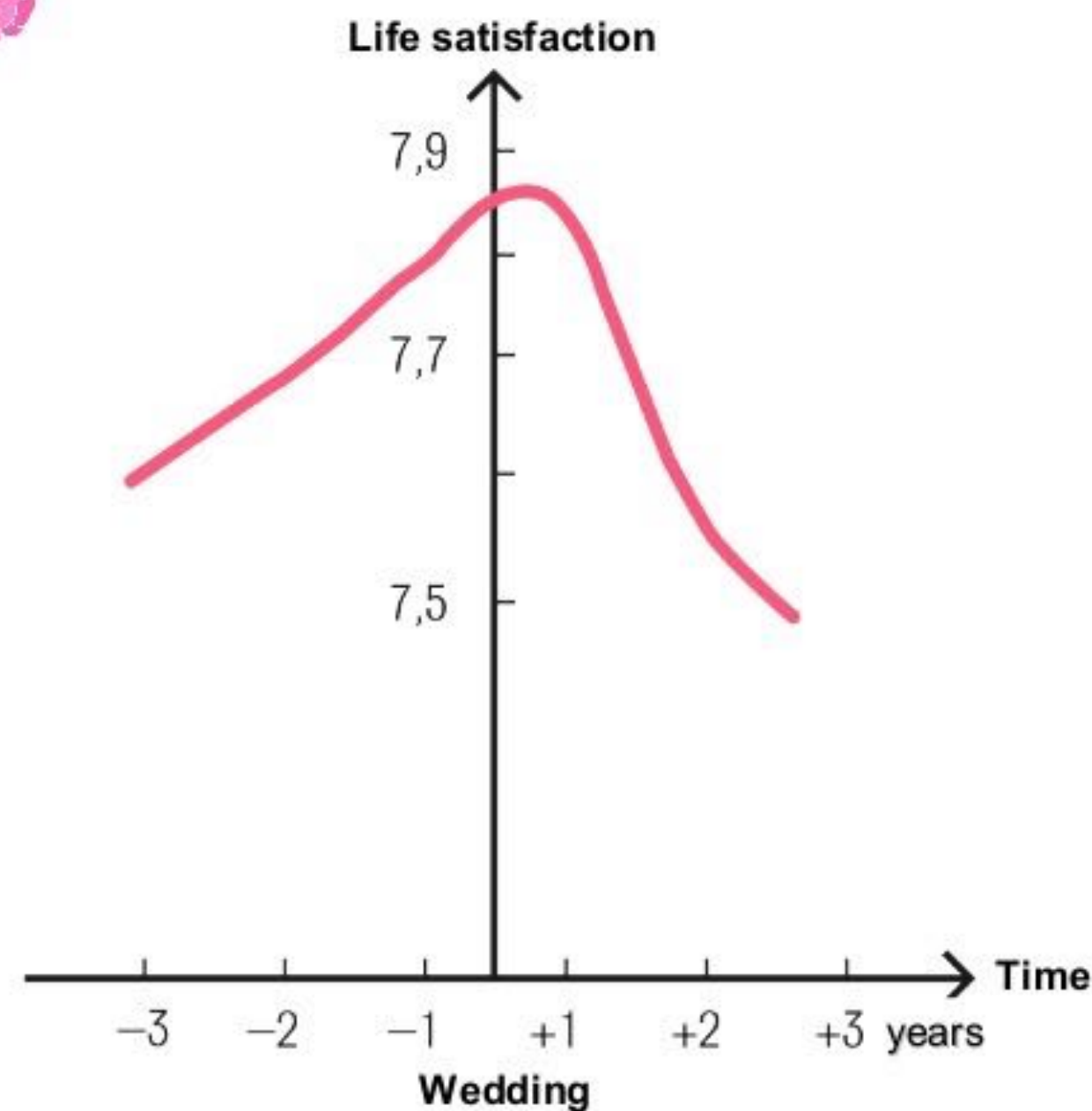
“Nya medier/trender/metoder” är inte en startpunkt.

Det är verktyg och taktik för att vi ska kunna uppnå våra mål och exekvera vår strategi.

Så att vi hjälper att driva tillväxt eller göra riktigt skillnad för våra kunder.



WEXTOPIA



Vi är så besatta av "nästa grej" att vi tappas bort vårt kritiska tänkande.

VISSA SAKER ÄR BARA NYA OCH KÄNNES DÄRFÖR UPPHETSANDE

NETFLIX



FRAMFÖRALLT:
VI VILL INTE VERKA GAMLA

OCH/ELLER...

FOMO

I hate, hate, hate being left out.

© jerker.winther@akestamholst.se

ALL ABOARD THE HYPE TRAIN

SÅ...
HOPPA INTE PÅ HYPE:RNA
INNAN DU TÄNKT TILL.

© jerker.winther@akestamholst.se





DAGS ATT VÄCKA
VÅR INRE TÄNKARE
OCH FRÅGA OSS....



STRATEGI/MÅL:

TILLVÄXTSPLAN
SYFTE, MÅL,
NULÄGE, PROBLEM,
RESURSER

STARTPUNKT

MEDEL:

SOME

TV

PR

PRODUCT
DEVELOPMENT

INFLUENCERS

TAKTIK:

GAMIFICATION

Localisering

Segmentering

Targeting

Content

DATADRIVET

NATIVE

GROWTH HACKING



Visits.
Increase buying frequency

"GET AUDIENCE TO INTERACT WITH THE

"SELL MORE THEN LAST YEAR"

Ad liking and talk value

Brand liking is important

Increase loyalty

"INCREASE ADVERTISING AWARENESS"

"INCREASE CONSIDERATION"



MÅL

MEDEL



THE HARDEST PART



ATT VÄLJA = STRATEGI



ATT VÄLJA BORT = STRATEGI

VARFÖR?

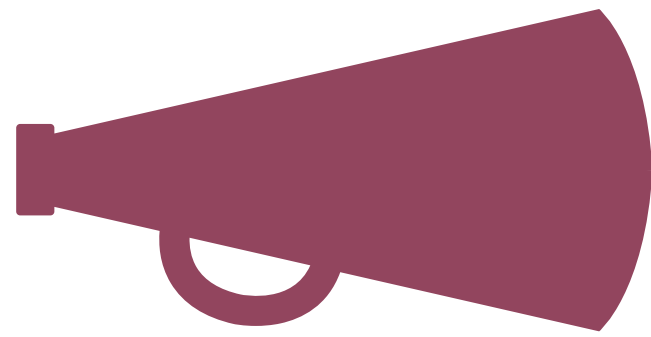






© jerker.winther@akestamholst.se





**DEFINIERA
ALLTID DET
VIKTIGASTE
MÅLET**

VARFÖR GÖRA REKLAM?

**VARFÖR GÖRA
REKLAM?**

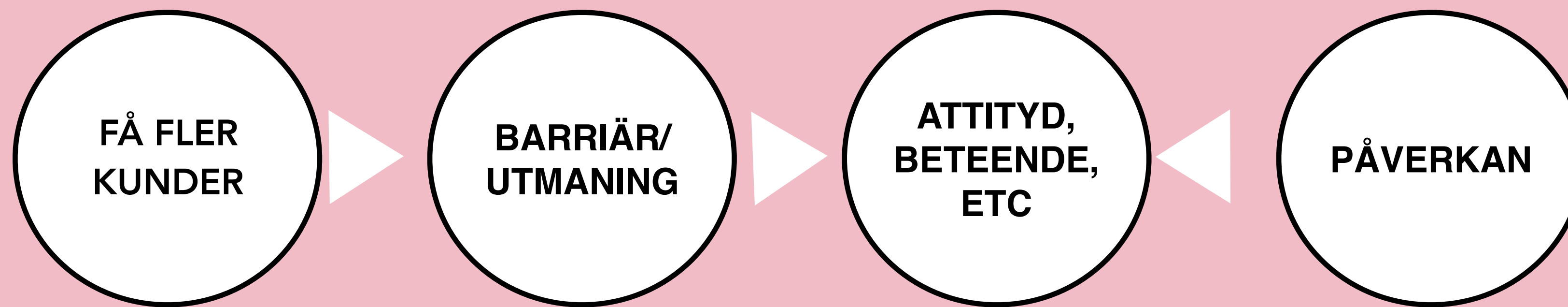
**FÖR ATT SÄLJA
MER!**

VARFÖR SÄLJER VI INTE MER?

**VARFÖR SÄLJER
VI INTE MER?**

DÄRFÖR ATT...







TYDLIGA VÄGVAL

KEDJAN ÄR UPPENBAR

Mål: Fortsätt öka tillväxt genom penetration.

Problem: Kategorin är för liten.

Affärsinsikt: Byt kategori, bananen blir source of business.

Påverkan: Jämför vår produkt med bananen och ge banan-
ätarna dåligt samvete.





TYDLIGA VÄGVAL

KEDJAN ÄR UPPENBAR

Mål: Skapa tillväxt genom att attrahera en yngre målgrupp.

Problem: Kategorins drivkrafter är upptagna av marknadsledarna, och vi är farfars rakvatten.

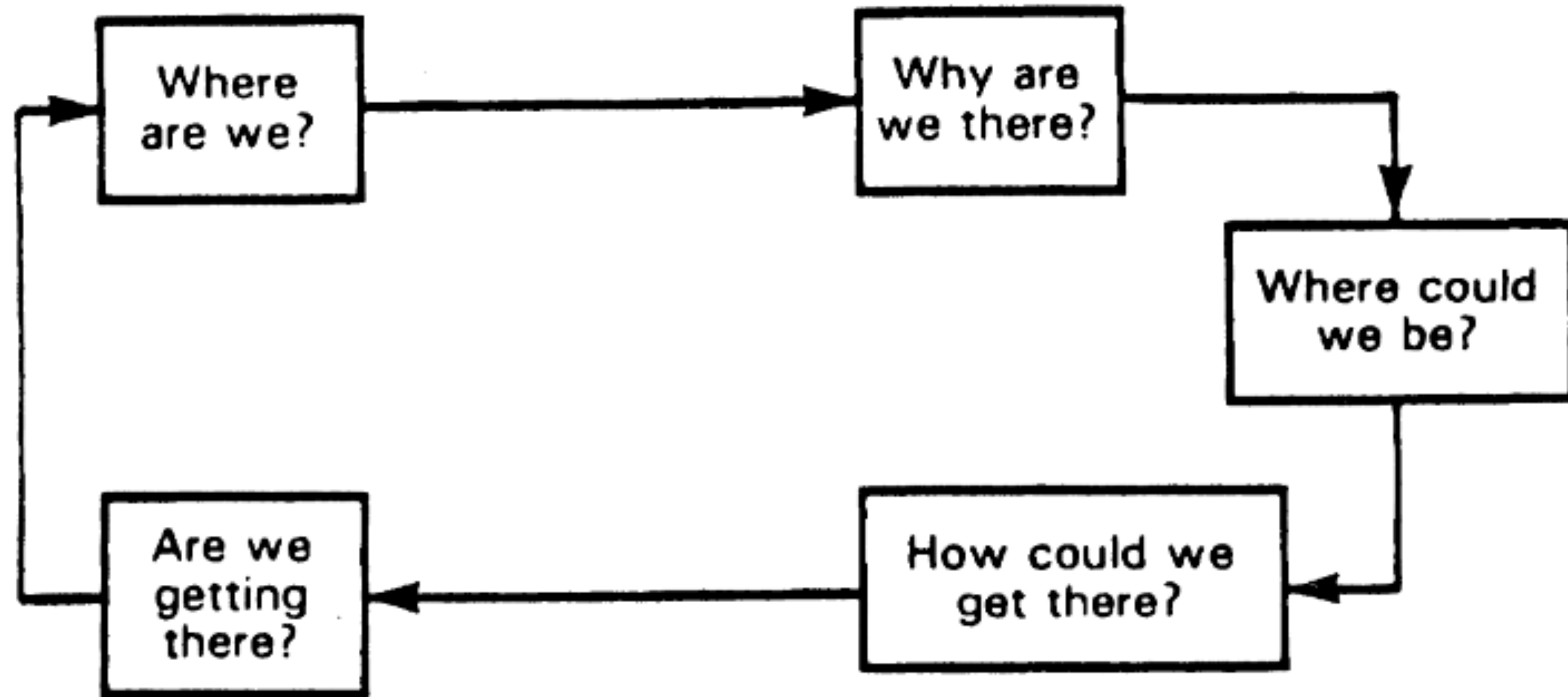
Konsumentinsikt: Det är kvinnor som står för majoriteten av köpen av dessa produkter till männen.

Påverkan: Vänd oss till kvinnor och påminn dem om vad som händer när männens duschtvål är slut.

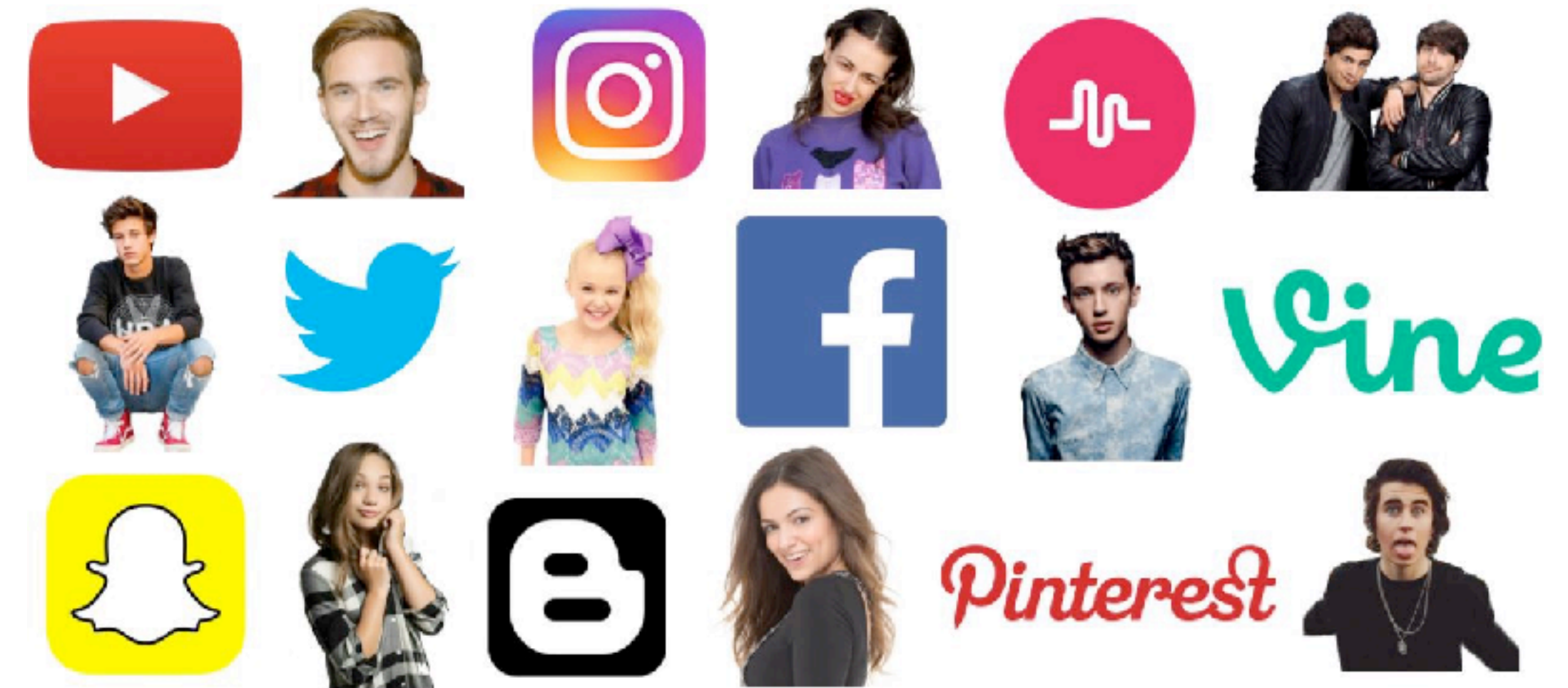
© jerker.winther@akestamholst.se



THE PLANNING CYCLE



SEN KAN VI BÖRJA TÄNKA PÅ MEDLEN





TACK!

© jerker.winther@akestamholst.se