

MARKEDSFØRING DER VIRKER - LAV EN PLAN

49% har allerede taget stilling til, hvem de vil handle hos, inden deres behov opstår. Og dem der endnu ikke har valgt, hvem de vil handle hos, vælger typisk mellem 2-3 forskellige muligheder, de har kendskab til.

3 tips til en effektiv plan

1. Vær synlig konstant

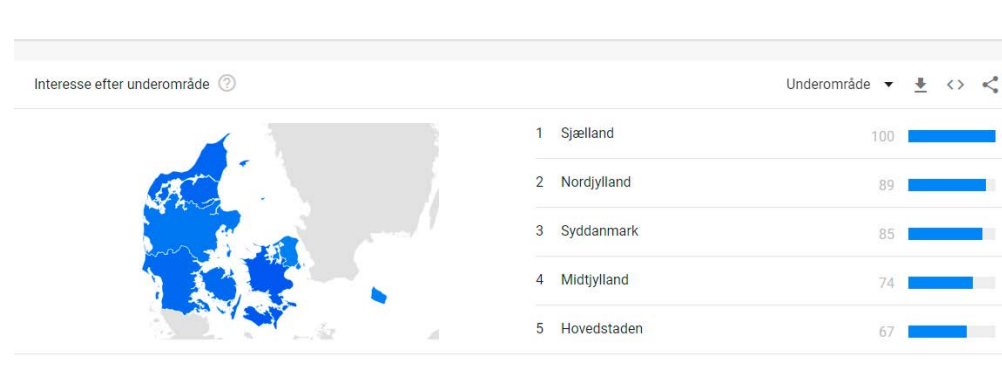
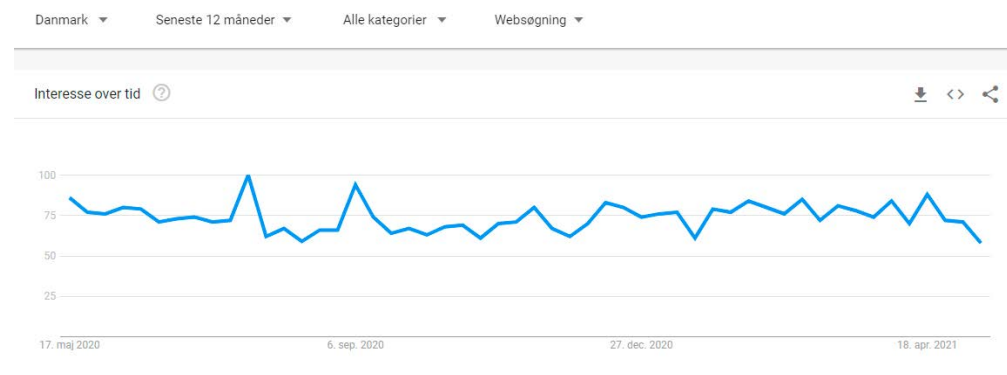
Med viden om, at 49% beslutter sig for en leverandør inden de handler på et konkret behov, er det afgørende at være synlig i markedet. En stærk kendskabs-kampagne, hvor du bruger minimum 60% af dit markedsføringsbudget, er vores anbefaling.

2. Hvornår er dine kunder i markedet?

Google Trends er et smart værktøj - og fortløft ikke, hvis det er nyt og fremmed for dig. Google Trends indsamler data, der er baseret på søgninger på Google, og du får et hurtigt overblik over, hvilke søgninger der er mest populære på hvilket tidspunkt og i hvilke geografiske områder.

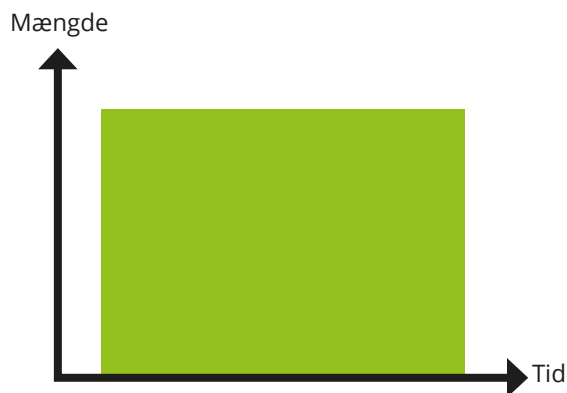
[SE MED HER](#)

Sæt dig i din kundes sted! Hvad vil de tænke og søge på, når de mangler noget, du kan tilbyde? I toppen kan du justere land og periode, og i de fleste tilfælde vil det give mening at stå på "Danmark" og "de seneste 12 måneder". Undersøg hvor og hvornår der bliver søgt på de forskellige relevante ord indenfor din branche. Google Trends giver svar i form af en graf. Under grafen finder du et kort, der indikerer i hvilke områder eller byer, denne søgning sker oftest.

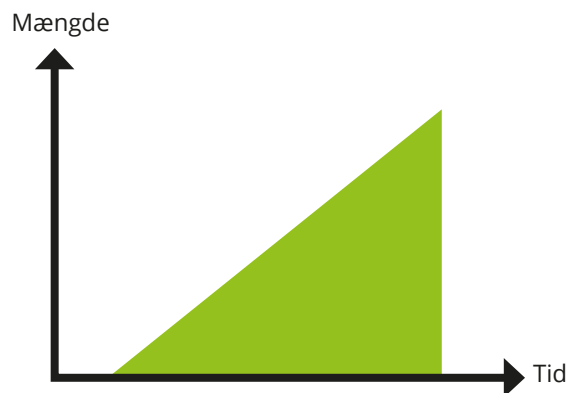


BIS Media har bidraget til materialet.

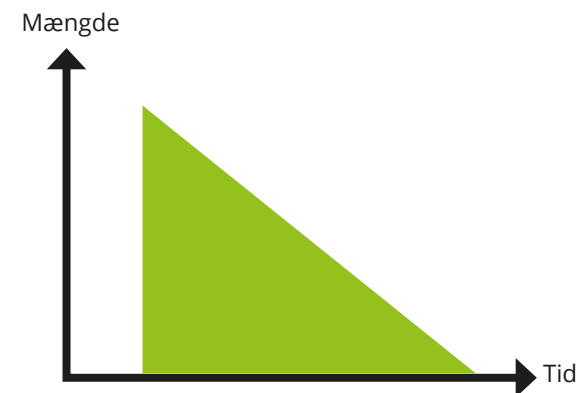
Kendskabskampagne



Eventkampagne



Nyhedskampagne



3. Behov for ekstra synlighed

Din Google Trends søgning viste formentligt, at der er kunder i markedet det meste af året - selvfølgelig med perioder, hvor der er flere potentielle kunder i markedet end andre. Derfor vil der også være perioder, hvor det er vigtigt at være ekstra synlig. Måske blev du også klogere på, om du i perioder, skal have fokus på bestemte produkttyper eller ydelser.

4. Vælg den rette kampagnetype

Der er 3 forskellige måder at lave kampagner på.

En konstant kendskabskampagne sikrer, at du bliver husket og genkendt - også når kundens egentlige behov opstår. Den skal gøre opmærksom på din eksistens og dine vigtigste unikke kvaliteter. Har du brug for hjælp til at definere dine

unikke kvaliteter? Tilmeld dig vores nyhedsbrev og få en guide, der hjælper dig på vej.

Eventkampagner er tilgangen, når du har brug for ekstra synlighed, hvis dit Google trends resultat indikerede perioder med ekstra mange kunder i markedet. Det vil typisk være, når der sker noget særlig på en specifik dato eller i en kortvarig periode - fx. hvis du holder åbent hus, holder lagerudsalg, Black Friday, juleindkøb, o.l.

Nyhedskampagner - det ligger i ordet og bruges selvfølgelig, når du har noget nyt, du gerne vil gøre opmærksom på. Fx en vigtig nyhed som skal deles, et nyt produkt eller et nyt tiltag, nye åbningstider o.l.

KAMPAGNEKALENDER

	DAGBLADE			UGEAVISER			RADIO			DIGITAL		
	Nyheds-kampagne	Event-kampagne	Kendskabs-kampagne	Nyheds-kampagne	Event-kampagne	Kendskabs-kampagne	Nyheds-kampagne	Event-kampagne	Kendskabs-kampagne	Nyheds-kampagne	Event-kampagne	Kendskabs-kampagne
JANUAR												
FEBRUAR												
MARTS												
APRIL												
MAJ												
JUNI												
JULI												
AUGUST												
SEPTEMBER												
OKTOBER												
NOVEMBER												
DECEMBER												

BIS Media har bidraget til materialet.



Din synlighed er vores ekspertise. Vi er i kontakt med dine kunder, for vi dækker det meste af Danmark. Og vi gør det klogt. Uanset hvilken målgruppe du vil nå. Uanset hvor. Og uanset hvornår. Med et mix af medier, med viden om forbrugeren og med Danmarks dejligste medierådgivere er vi i stand til at tilbyde dig den helt rigtige eksponering af dine kommercielle budskaber.

Kontakt os i dag

på 66 12 12 12 eller på markedsfoering@jfmedier.dk og få din lokale medierådgiver til at hjælpe med din egen effektive markedsføringsplan helt **gratis!**

Du kan også booke et møde og fange dine kunders opmærksomhed **HER**