

# PRODUKTMEDIA

EN LITEN GUIDE



VINGA  
SWEDEN

# ATT TÄNKA PÅ NÄR MAN SKALL GÖRA PRODUKT- MEDIA TILL EN DEL AV MARKNADSPLANEN

*I dagens mediebrus är det svårt att hitta kanaler som bryter igenom och når önskad målgrupp. Vi utsätts varje dag för tusentals informationsmeddelanden och det gäller verkligen att träffa rätt för att din målgrupp överhuvudtaget ska uppfatta dig. Produktmedia är en annorlunda form av marknadsföring, kombinerat med andra media har de en enorm genomslagskraft. Rätt produkt med rätt budskap ger dig möjligheten att nå ut till din målgrupp. Dessutom kan produkten leva kvar länge hos målgruppen då livslängden generellt är längre än vad exempelvis en annons, tv-reklam eller annan media är.*

## VAD ÄR SYFTET MED MIN KAMPANJ?

*Vill ni synas på en mässas eller ska ni premiera de bästa kunderna för att hamna top of mind, eller är det intern marknadsföring för att visa personalen att ni förstår att de är en av företagets viktigaste tillgångar? Oavsett vad man ska göra brukar vi börja med att titta på syftet med kampanjen och på så vis också produkten. För vissa passar det utmärkt med en enklare produkt som går att posta i brevlådan, då man vill nå ut till många på ett enkelt sätt. I andra fall får produkten ta mer plats och den lämnas över av en representant själv.*

## BUDGET, VAD FÅR HELA KAMPANJEN KOSTA?

*Vad är totalbudgeten? Detta är också en faktor som kan påverka räckvidden i vissa fall. Det går också utmärkt att testköra kampanjen på en liten del av målgruppen för att se om den fungerar och därefter bygga ut den succesivt.*

## MÅL & MÄTNING

*Hur kan vi mäta att kampanjen fungerar? Att sätta mätbara mål och följa dem är en nyckel för att hitta rätt kampanjer som passar just ert varumärke.*

## HUR MÅNGA VILL VI NÅ UT TILL?

*Fundera över hur stor din målgrupp är, är det värt att bearbeta hela gruppen eller går den att segmentera upp ytterligare. Här vill vi hitta ungefär hur stort behovet av produkter är.*

## FÖRPACKNING & UPPLEVELSE

*Lika viktigt som det är att hitta en produkt som uppfyller ert syfte, lika viktigt är det att den förmedlar alla de egenskaper som ni vill med ert varumärke. Därför är det oerhört viktigt att varan levereras förpackad på ett sätt som passar kampanjen i sig.*

## FRÅGA NÅGON MED STOR ERFARENHET AV PRODUKTMEDIA

*Vi tillsammans med er återförsäljare hjälper gärna till att ta fram förslag som passar just er. Tveka inte på att höra av er så hjälper vi till med passande förslag.*

# ATTITYDER TILL PRODUKTMEDIA

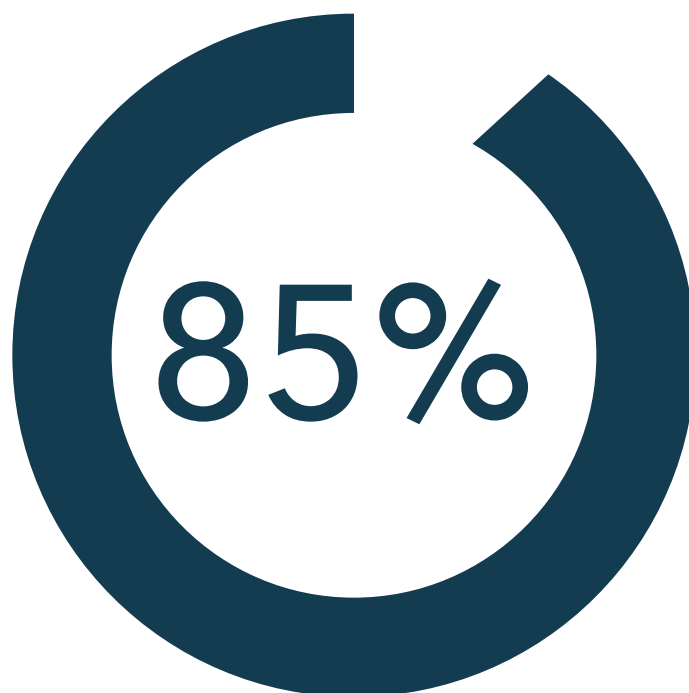
OM UNDERSÖKNINGEN

*Undersökning har gjorts på uppdrag av Svensk Branschförening för Profil- och Reklamprodukter och undersöker produktprofilmediet; främst attityder till mediet, mediets livslängd, om och hur resultatet skiljer sig åt mellan målgrupper.*

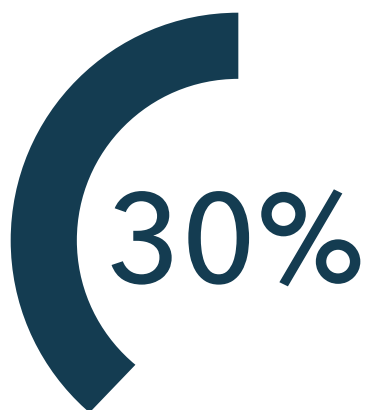
*Analysen påvisar även vilka drivkrafter som bidrar till en positiv bild av produktprofilmediet.*

*Svaren har inhämtats med hjälp av TNS Sifo och deras riksrepresentativa webbpanel.  
2 309 intervjuer genomfördes*

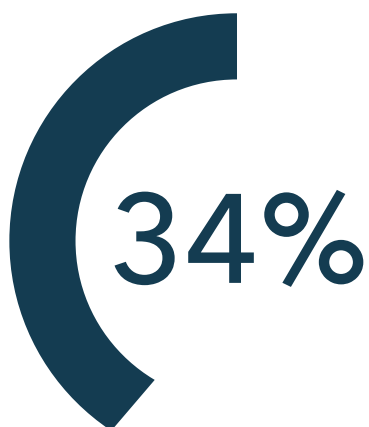
*23 – 27 oktober, 2015.*



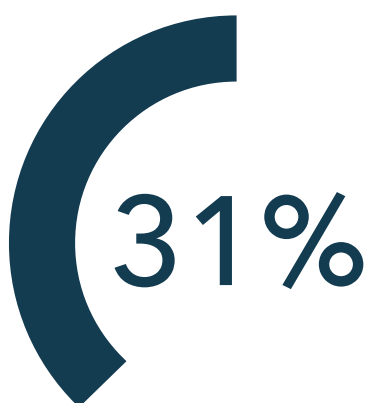
HAR FÅTT EN PROFILPRODUKT



ÄR POSITIVT INSTÄLLDA TILL PROFILPRODUKTER

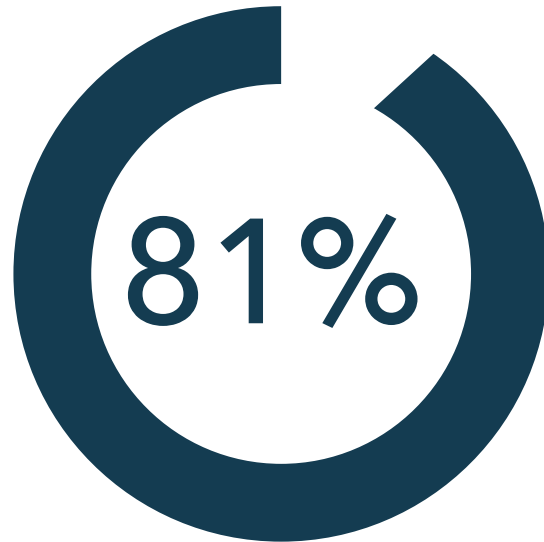


ANVÄNDER EN PROFILPRODUKT DAGLIGEN

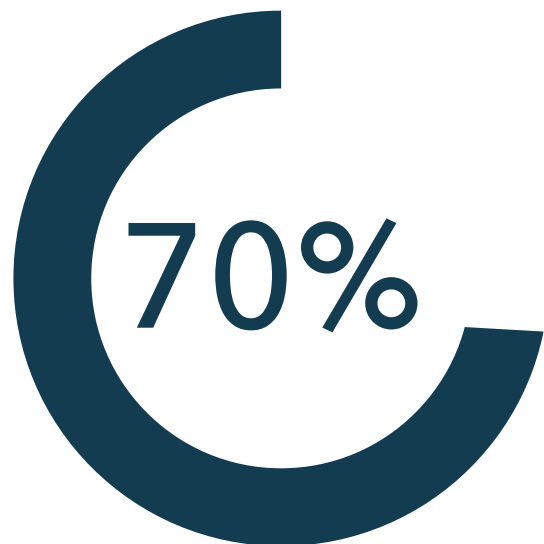


BLIR MER POSITIVA TILL VARUMÄRKEN SOM  
ANVÄNDER PROFILPRODUKTER

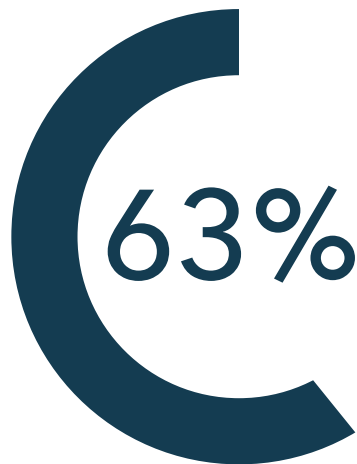
# VAD ÄR VIKTIGT?



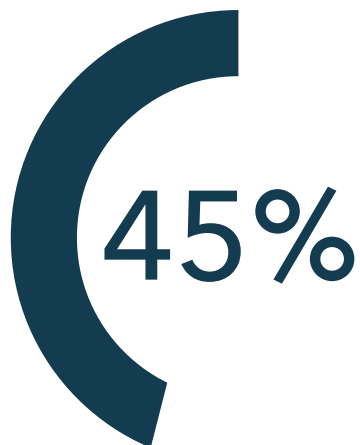
ATT PRODUKTEN ÄR ANVÄNDBAR FÖR MIG



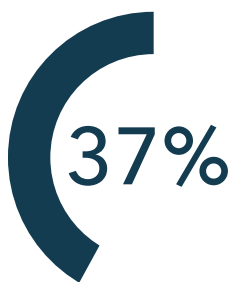
ATT PRODUKTEN HAR EN BRA KVALITET



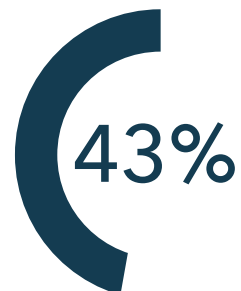
ATT PRODUKTEN ÄR VÄLDESIGNAD OCH SNYGG



ATT PRODUKTEN ÄR UNIK OCH ROLIG



ATT PRODUKTEN GES AV  
EN TREVLIG PERSON



ATT PRODUKTEN GES VID  
ETT LÄMPLIGT TILLFÄLLE

VINGA  

---

SWEDEN

