



ROGER ELVERSKOG

e-marknadsföring AB

Framgångsrondden – rätt förväntningar på kampanjen (del 3 av 3)

Hur ska man tänka för att sy ihop en kampanj som går i flera medier? Kundnöjdheten är en direkt avspeglning av förväntningarna. Hur skapar vi då rätt förväntningar?

Framgångsrondden är en enkel metod för att avgöra vilka kanaler du ska använda samtidigt som du agerar proffsigt mot kunden. Analys, kreativitet och gemensamma förväntningar hos säljare och annonsör står i fokus. Undvik fällorna genom att gå igenom 7 enkla steg i varje kampanj. På så sätt skapas rätt förväntningar på kampanjen.



Innehåll

- Rätt förväntan på kampanjen, därför är det viktigt.
- Kundens förväntan, din förväntan
- Framgångsrondden på 2 minuter eller 2 timmar
- Behovsanalys, vad behöver du veta?
- Hur du säkerställer målgruppen. Tidningens egna Sifo-siffror används.
- Budskapet filtrerat genom behovsanalys och målgrupp
- Vilka kampanjgenskaper behöver kunden?
- Val av kanaler utifrån kampanjgenskaper och målgrupp
- Förväntningar, responsmål och kommunikationsmål
- Uppföljning

Tidsåtgång: 4 timmar effektiv tid. Minst 5 deltagare, max 20. Utbildning av hela gruppen på förmiddagen, coaching av säljare och säljledare på eftermiddagen på avdelningen.

Utbildningen blir effektivast om den hålls per tidningstitel eller försäljningsorganisation. Förarbete tillsammans med tidningens analytiker och närmaste säljledaren ingår för att fånga upp lokala behov.