

Rapport Digital markedsføring

Christopher Brokhaug Romnæs

Håvard Furø Pettersen

introduksjon

Vi har lagd en markedsplan for firmaet Voi scooters, Voi scooters er et firma som har hovedkontor i sverige. De leier ut el scootere i flere stor byer som Oslo, London, Paris, Stockholm, Gøteborg. m.m.

De leier ut forskjellige skutere noen som er som sparkesykkel, noen av syklene er som vanlige sykler, også har de sykler med kurv hvor de har 3 hjul på syklene.

Målgruppe

Målgruppen våres er satt til 18-35 både herrer og kvinner, dette er en målgruppe vi har satt, ut fra en artikkel skrevet av toi.no som omhandler kjøp av el sykler, da vi ikke fant noe statistikker på leie av elsykler.

Sosiale medier

Vi har valgt å bruke Facebook og Instagram som våre sosiale medier grunnet en undersøkelse basert på sosiale medier gjort i norge. Ifølge undersøkkelser gjort fra ipsos.com så viser det at 67% av norske befolkningen bruker facebook på et daglig basis, selvom hele 82% av norges befolkning har bruker der. Det er 87 % av norges befolkning som er i alderen av 18- 29 år som har facebook profiler, er også bevist at menn i denne aldersgruppen gjerne er mindre aktive på facebook en damer.

I tillegg så bruker 34% av befolkningen i norge Instagram på en daglig basis, derimot her er det lavere tall på hvor mange som har profil en det det er på facebook, i aldersgruppen 18-29 år er det 76% som har profil.

(<https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q319?fbclid=IwAR213rQtNjielQmpwnHZ4PPMOYcFCJ20TRpCdNtD98GHpxf6wF0kPW8WEGw>)

Vi har valgt å ikke bruke flere sosiale medier for våres markedsplan på grunn av at dette var de 2 største sosiale mediene som brukes i forhold til norge, med unntak av snapchat, men vi syntes ikke snapchat ble en relevant plattform å legge ut annonser på.

KPI'er

På Kpi'ene vi har skrevet så har vi lagd voi greie lett gjennomførlig mål, på våres markedsplan, disse var da basert på hvor mye engasjement vi så at vi hadde hatt muligheten til å få på artikler som vi la ut på facebook. Både innenfor liker klikk, og at folk gjorde noe form for interaksjon med facebook siden. Derimot siden facebook siden som vi lagde å har basert det på så er tallene lavere en det som kan eventuelt være tallene om man har en facebook side med flere følgere.

Landingsider

I Landingssiden våres så valgte vi å bruke et enkelt design som gjør det lett gjenkjennelig, som også gjør at det kan gjenkjennes via annonser som vi har tenkt å legge ut. På landingssiden har vi også lagd post sider, så folk kan lese mere i forhold til artiklene, og oppdateringer i forhold til om hvor el scooterene vil bli lansert neste gang.

Call to action

Call to action strategi, denne har vi bygd opp på e-post liste og at kunden skal få et nyhetsbrev. Kundene kan melde seg på å få nyhetsbrev fra voi, hvor de da også vil få en e-post når voi scooters expander til dens område. Dette er gjort fordi at dette kan da bli satt opp som en automatisk mail som blir sendt ut til alle på mail listen når voi scooters expander.

Kode

Vi har valgt å ikke kode landingssiden, men i stedet lage en interaktiv prototype som gjør det mulig å se hvordan vi har planlagt oppsettet av landingssiden.

Det er noen av delene i prototypen som ikke er helt interaktive, for eksempel vi har ikke fått gjort så man kan skrive i tekstfeltene, dette var noe vi har prøvd å få til, men ikke fått til å lagd i adobe xd som er programmet vi har brukt for å lage prototypen våres.

Søkemotoroptimalisering

Da vi ikke har kodet nettsiden så får vi ikke direkte fulgt alle tanker rundt søkemotoroptimalisering som vi gjerne skal. Derimot vi har skrevet opp alle ting vi hadde villet gjort om vi hadde valgt å kode nettsiden.

Grafiske elementer

På grafiske elementer har vi valgt å legge inn hvem fargekoder vi har prøvd å holde i sentrum, men også hvem font vi har valgt å bruke på annonse bilder, og på nettsiden vi har lagd.

Søkemotorannonsering

Innen søkemotorannonsering så har vi bare tatt utgangspunkt i google som søkemotor da dette er den mest brukte søkemotoren i verden, da ifølge tall fra statcounter(<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>) så bruker 92% av befolkningen som bruker søkemotorer google.

Vi har her også satt oss et budsjett på hvor mye penger som vi vil anbefale å bruke på søkemotor annonsering, og hvordan våres forslag at adsen skal se ut er.