

ASIK modellen



Det digitale content er udformet som video i Powtoon (se opgave 3). Den er tiltænkt at blive udsendt på Facebook hvert forår, da den opfylder et årligt relevanskriterie.

Afsæt

Formålet med videoen er at få flere folk til at benytte sig af BikeRunners tilbud om at få klargjort cyklen, så den står knivskarpt til sommeren.

Målgruppen er groft set alle med en cykel, hvilket gør at arketyper er lidt overflødige. Der er dog nogle flere aspekter i udvælgelsen da der er nogle værdier som gerne skulle gå igen hos både konsument og virksomhed, herunder et deleøkonomisk aspekt, en fokus på bæredygtighed og en bekvemmelig/fleksibel service. Dette gør at flere arketyper er i spil. Den primære målgruppe for BikeRunners B2C-salg kan også læses om i case-beskrivelsen (Opgave 1).

De direkte kompetencer udgøres af Runnere i virksomheden og hele virksomheden er bundet op på Runners der udfører arbejdet hos kunden, hvorfor dette bør skinne igennem i budskabet på annoncen. Til at starte med vil annoncen kun blive lanceret på Facebook for at kunne følge med og senere kan der udvides til andre SoMe platforme.

Redaktion

Udsendelsesfrekvensen vil være hvert år omkring forår og frem til sommeren. For at holde annoncen relevant.

Plan for annonce på Facebook:

Vinter	Forår	Sommer	Efterår
Planlægning/ændring af indhold.	Service	Service	Kontrol+opfølgning

Ansaret ligger hos CEO og marketing manageren.

Indhold

Kampagnen skal være visuelt fængende og forsøge at være interagerende med seerne. Skal overholde relevanskriteriet for forårsklargøring.

Indholdet skal opdateres og holdes ved lige inden årlig lancering. I opslaget skal der være Call to Action der fører direkte til bestilling på hjemmesiden.

Kontrol

Analysen skal foretages i efteråret og opfølgningen skal foretages efter første måned af lanceringen for at

se om annoncen rammer plet. Der skal især ses på rækkevidden og antal visninger og derefter skal der analyseres på konverteringsraten.

6 målgruppe kriterier:

Økonomisk attraktivitet

Geografisk placering

Bæredygtigt indstillet

SoMe brugere

Ejere af en cykel

Interesse i automatiserede services

Udsendelsesfrekvens

Hvert forår/sommer for at overholde relevanskriteriet i kampagnen for forårsrengøring.

Succeskriterier

Øget trafik på site

Flere bestillinger

Mulighed for ekspansion som følge af øget interesse uden for etablerede områder

Automatiske annoncer

Vælg dit mål

- ☒  Få flere beskeder på Messenger
- ☐  Få flere leads
- ☐  Få flere kunder til at besøge dit website
Brug knappen Køb nu for at sende folk til dit website for at handle.
- ☐  Få flere reservationer
Brug knappen Reservér nu for at sende folk til dit website for at planlægge en aftale.
- ☐  Få mere trafik
Brug knappen Læs mere for at sende folk til dit website for at dele deres kontaktoplysninger.
- ☐  Promover dine kontaktoplysninger lokalt
Brug knappen Ring nu for at få flere til at kontakte dig.

Estimerede daglige resultater

Nåede personer

207 – 598

Betalingsmetode

Du kan få mere end én faktura for denne annonce. [Læs mere](#)



[Tilføj betalingsmetode](#)

Betalingsoversigt

Din annonce kører løbende på et gennemsnitligt dagligt budget.

Ved at klikke på Promover nu accepterer du Facebooks [vilkår og betingelser](#) | [Hjælp](#)

Tilbage

Promover nu

Automatiske annoncer

Vælg dit mål

- ☒  Få flere beskeder på Messenger
- ☐  Få flere leads
- ☐  Få flere kunder til at besøge dit website
Brug knappen Køb nu for at sende folk til dit website for at handle.
- ☐  Få flere reservationer
Brug knappen Reservér nu for at sende folk til dit website for at planlægge en aftale.
- ☐  Få mere trafik
Brug knappen Læs mere for at sende folk til dit website for at dele deres kontaktoplysninger.
- ☐  Promover dine kontaktoplysninger lokalt
Brug knappen Ring nu for at få flere til at kontakte dig.

Estimerede daglige resultater

Nåede personer

822 – 2,4 tusind

Betalingsmetode

Du kan få mere end én faktura for denne annonce. [Læs mere](#)



[Tilføj betalingsmetode](#)

Betalingsoversigt

Din annonce kører løbende på et gennemsnitligt dagligt budget.

Ved at klikke på Promover nu accepterer du Facebooks [vilkår og betingelser](#) | [Hjælp](#)

Tilbage

Promover nu

Vurdering

En ny Facebook side for BikeRunner blev oprettet (men slettet igen, da den allerede eksisterer). Vurderingen er at målgruppen vil blive ramt, da det er en så bred målgruppe. Kompromisset opstår i og med at man begrænser sin rækkevidde og muligheden for ekspansion vil muligvis ikke få en chance, da koncentrationen er i de allerede etablerede områder. Der opstod problemer med at ramme helt rigtigt på

målgruppekriterierne, da søgemuligheden var begrænset til interesser og man derfor ikke direkte kan nå ud til fx de deleøkonomisk orienteret.

Facebook Ad Manager giver dog mulighed at køre en "Målgruppe som denne" når kampagnen har kørt en gang, og opnået tilstrækkeligt mange visninger. Dermed så bruger man Facebooks egne algoritme ift. hvem der egentlig har været interesseret i denne annonce (der f.eks. har konverteret). Med denne funktion kan man således efterhånden man opbygget data ramme flere af dem der "der ligner dem" der netop vist interesse for annoncen (dog stadigvæk indenfor de relevante geografiske område som BikeRunner vælger).