
VÄLJ RÄTT KAMPANJ

VÄLJ RÄTT KAMPANJ



Företag investerar enorma summor pengar på marknadsföring, samtidigt som många företag slåss med hårda marknadsförings-budgetar. Men att lyckas nå ut med kampanjerna blir allt svårare när vi människor blivit experter på att sälja ut all information vi möts av. Vikten av att skapa rätt kampanj är viktigare än någonsin. Men detta är det inte många som fokuserar på.



Många tror att kampanjer handlar om att sänka priset, men så är inte alltid fallet. Det kan vara precis lika effektivt, om inte mer effektivt, att utforma icke prissänkta kampanjer, men frågan är bara när de ska användas. Och vilka konsumenter är det som dras av icke prissänkta kampanjer? Vi på Retail United har svaret på dessa frågor och skapat en guide över viktiga insikter för att lyckas skapa lönsamma kampanjer.

1. LÄR KÄNNA DIN MÅLGRUPP. Det räcker inte att utforma en bra och kreativ kampanj eller sänka priset om konsumenterna inte dras av detta, utan det handlar om att lära känna din målgrupp och förstå vad dem gillar och efterfrågar. När denna kunskap finns, går det att skapa rätt kampanj.



2. LÄGG TID PÅ ATT förstå målgruppens shoppinginställning. Konsumenter som tycker om att shoppa och gillar att strosa runt i butiker lockas av både prissänkta- och icke prissänkta kampanjer. Konsumenter som inte tycker om att shoppa, utan som bara är ute efter att hitta sitt planerade köp så enkelt som möjligt kommer endast dras till prissänkta kampanjer. För att lyckas få in människor i butikerna och få dem att köpa mer när de väl är på plats är det avgörande för både leverantörer och butiker att förstå om målgruppen tycker om att shoppa eller inte.



3. TA REDA PÅ MÅLGRUPPENS priskänslighet. Konsumenter som inte är särskilt priskänsliga besöker hellre butiker som inte har priskampanjer än butiker som har sänkt priset. Att därför använda prissänkta kampanjer även om målgruppen inte är priskänslig kommer både påverka försäljningen och kundernas upplevelse av varumärket negativt.



Med målet att maximera försäljningen och skapa lojala kunder blir vikten av att ha kunskap om målgruppen oerhört viktig. Att göra målgruppsanalyser och identifiera sin målgrupp blir avgörande för att ta fram framgångsrika och lönsamma kampanjer.

RETAIL UNITED

Retail United är en kommunikationsbyrå inom retail som erbjuder allt från analys och strategi till reklam och aktivering i butik.

Våra vassa strateger, kreatörer och säljare har tillsammans kunskap och erfarenheter som vi gärna delar med oss av. På www.retailunited.se hittar du fler rapporter, insiktsanalyser och sammanställningar från föreläsningar m.m.

Vill du veta mer om det du just läst eller vill ha ett personligt möte är du välkommen att höra av dig.

Fredrika Wiktorin

fredrika.wiktorin@retailunited.se +46 70 881 34 36

Andreas Broman

andreas.broman@retailunited.se +46 72 888 18 66

Linda Jacobsson

linda.jacobsson@retailunited.se +46 70 519 54 50
