

FOLKS MEDIEVANER 2020

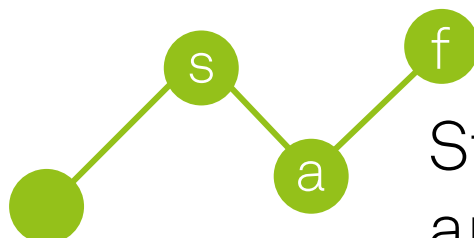
Medier og marketing – hvordan har korona påvirket?

KONGENSGT. 6, OSLO (SJØFARTSBYGNINGEN) • 24. SEPTEMBER 2020 • KL. 08.30–13.00



Meld deg på i dag!
www.analysen.no

På grunn av korona og smittevernstiltak vil det dessverre være begrenset med plasser i år - vær rask med din påmelding!



Strategi- og
analyseforeningen

FOLKS MEDIEVANER 2020

Medier og marketing – hvordan har korona påvirket?

Vi er midt i en spesiell og krevende tid for de aller fleste. På årets seminar ser vi på hvordan denne tiden har påvirket folks medievaner, medier, kommunikasjon og marketing.

Du får innsikt i de siste medietallene og hva som har skjedd med atferd og konsum, du får presentert nye

medie- og reklamecases og vi ser på hvor veien går videre med våre medievaner.

Folks Medievaner er en viktig arena for alle som jobber med medier, markedsføring og kommunikasjon. Folks Medievaner er en dag som vil gi deg et viktig grunnlag, og nyttig inspirasjon for å utforme gode markedsplaner.

08:30 Registrering og kaffe

09:00 Innledning ved dagens konferansier

Rachel Øverås - Willder



Rachel Øverås er strategisk rådgiver og partner i Willder. Hun har solid erfaring fra bransjen, med bakgrunn fra Supertanker, IUM, Carat Norge og Synovate. Rachel er styreleder i Strategi og analyseforeningen.

09:35 Hvordan har Covid-19 endret våre sosiale medievaner og hvilke muligheter har dette gitt?

Mats Opsalhagen - Social Media executive at Wavemaker



Vi ser på trendene vi så tidligere i år – hva skjedde med dem nå under Covid-19 og hvordan tror vi at de kommer til å utvikle seg når vi kommer inn i den "nye normalen".

Mats-Eskil Opsalhagen er Social media executive i mediebyrået Wavemaker.

09:05 De store medietrendene med fokus på endret mediebruk under koronaepidemien – den nye normalen?

Knut-Arne Futsæter - Research director i Kantar Media



Knut-Arne gir deg oversikt om nordmenns mediebruk. Analysene vil bygge på de offisielle medieundersøkelsene og undersøkelser som 24, Kanalvalg, Mediebarn, Interbuss og Social Media Tracker.

Knut-Arne Futsæter er research director i Kantar for media og faglig ansvarlig for de offisielle mediemålingene. Han har vært sentral med å utvikle mediemålingene i Kantar, og analyserer både norske og internasjonale medietrender. Knut-Arne av de som fremdeles setter pris på Twitter: @Futsaeter.

10:00 Har Korona endret forbruksvanene våre?

Pernille Vermedal Høgh - Head of Insight & Effect i Schibsted



Da Norge lukket ned i midten av mars ble forbruket også påvirket fra den ene dagen til den andre. For å få innsikt i mulighetsrommet til annonsører har Schibsted gjort flere målinger siden nedlukningen med fokus på endring i forbruksvaner. I foredraget vil de viktigste tendensene bli presentert, med vekt på det som kommer til å bli mer permanente endringer.

Pernille Vermedal Høgh er Head of Insights & Effects i Schibsted Marketing Services som er den annonsefinansierte delen av Schibsted News Media. Hun er sosiolog og har jobbet med forbrukerinnsett og data de siste 15 årene i både Danmark og Norge.

10:20 Kaffepause og benstrekk

10:40 Erfaringer fra Helsedirektoratets kanskje største kommunikasjonsprøve - koronakrisen

Live Bøe Johannessen - Seniorrådgiver i Helsedirektoratet



Koronakrisen satte Helsedirektoratet på deres kanskje største kommunikasjonsprøve hittil. Helsedirektoratet forteller om hvordan de la opp sin krisekommunikasjon, hva de tenkte underveis og hvilke erfaringer de har gjort seg.

Live Bøe Johannessen er seniorrådgiver i Helsedirektoratet. Hun har tidligere jobbet som rådgiver og spesialrådgiver hos Mørland og Johnsen – analyse og kommunikasjon.

11:15 Dagligvarebransjen – en ny normal

Jorun Thue - Media- og innovasjonssjef i Coop Norge



Når Covid 19 traff Norge, ble konsekvensen for dagligvarebransjen annerledes enn for mange andre bransjer. Fra normal-situasjon med hard konkurranse om å få kunder til butikkene, ble det nå fokus på smittevern, og ikke få for mange mennesker til butikkene. Coop forteller om opplevelsen og tiltakene som ble satt i verk.

Jorun Thue er Media og innovasjons sjef i Coop Norge. Hun har jobbet innoom Coop i over 17 år har tidligere hatt stillinger som markedssjef og medie- og analyse-sjef i dagligvaregiganten.

11:35 Benstrekk og noe å bite i

12:00 Innsikt som fundament for verdiskapning og merkevarebygging

Ronny Kjeserud - Head of Brand Management and Strategy i Telia Norge



Telia har den siste tiden fått mye oppmerksomhet for sitt nye Marketing-konsept, «Norges største utfordrer», med nytt univers med problemløseren Terje Johnsen. I dette foredraget går Ronny igjennom betydningen av å være tro mot det innsiktsdrevne, betydningen av å være på kundens side samt hele tiden utfordre det etablerte og satse på det som kan forenkle hverdagen for folk.

Ronny Kjeserud jobber som Head of Brand Management and Strategy i Telia Norge. Han har lang fartstid i bransjen fra både byrå og kundeside, og er en toneangivende stemme innen merkevarebygging, strategi og merkevareledelse. Han har sin utdannelse fra NMH og bidratt mye til utvikling av faget.

12:25 Hvordan utvikle en konkurransedyktig ombruksøkonomi?

Preben Carlsen - Grunnlegger og Daglig leder i GoGood



Sirkulærøkonomi, bærekraft og mangedoble bunnlinjer. Buzzordene er mange, ønsket om å gjøre noe er stort, men det er fortsatt langt mellom de konkrete løsningene som gjør ombruk attraktivt for massemarkedet. Dette foredraget handler om hva som kreves for å bygge en ny økonomi tuftet på ombruk og sirkulære prinsipper. Siden 2018 har Preben Carlsen forsket på problemene med forbruksmodellen for å forstå hvordan man kan utvikle ombruksbaserte løsninger som er konkurransedyktige med forbruksøkonomien. Han sitter igjen med et knippe konkrete problemer og en plan for hvordan man kan løse dem.

Preben Carlsen er grunnlegger og daglig leder i GoGood. Selskapet har jobbet med innsikt, analyse og løsningsutvikling siden 2018 og har nylig lansert Good Work, et abonnement på kontorinnredning med ombruk inkludert, som sin første satsing. Carlsen har tidligere vært involvert i oppstarten av selskaper som No Hate, Folk, Reodor, Charge og Filter Nyheter, men han er mest kjent som gründer og leder av kommunikasjonsbyrået Trigger.

12:50 Oppsummering og avslutning

Rachel Øverås



FOLKS MEDIEVANER

2020

Medier og marketing – hvordan har korona påvirket?

- 08:30 Registrering og kaffe**
- 09:00 Innledning ved dagens konferansier**
Rachel Øverås, Strategisk rådgiver og Partner i Willder - Styreleder i Strategi- og analyseforeningen
- 09:05 De store medietrendene med fokus på endret mediebruk under koronaepidemien – den nye normalen?**
Knut-Arne Futsæter - Research director i Kantar Media
- 09:35 Hvordan har Covid-19 endret våre sosiale medievaner og hvilke muligheter har dette gitt?**
Mats Opsalhagen - Social Media executive at Wavemaker
- 10:00 Har Korona endret forbruksvanene våre?**
Pernille Vermedal Høgh - Head of Insight & Effect i Schibsted
- 10:20 Kaffepause og benstrekk**
- 10:40 Erfaringer fra Helsedirektoratets kanskje største kommunikasjonsprøve - koronakrisen**
Live Bøe Johannessen - Seniorrådgiver i Helsedirektoratet
- 11:15 Dagligvarebransjen – en ny normal**
Jorun Thue - Media- og innovasjonssjef i Coop Norge
- 11:35 Benstrekk og noe å bite i**
- 12:00 Innsikt som fundament for verdiskaping og merkevarebygging**
Ronny Kjeserud - Head of Brand Management and Strategy i Telia Norge
- 12:25 Hvordan utvikle en konkurransedyktig ombruksøkonomi?**
Preben Carlsen - Grunnlegger og Daglig leder i GoGood
- 12:50 Oppsummering og avslutning**
Rachel Øverås

cox.no / 2020

MELD DEG PÅ I DAG: www.analysen.no

Dato: 24. september 2020

Tid: kl. 08.30–13.00

Sted: Kongensgt. 6, Oslo
(Sjøfartsbygningen)

Pris (eks. mva.): Medlem kr. 1.450,-
Ikke-medlem kr. 2.350,-

Bedriftstilbud: 4 deltakere til prisen for 3

Ønsker du å bli medlem og delta til medlemspris?

Innmelding siste halvår gir halv kontingen!
Meld deg inn på www.analysen.no. Som medlem får du blant annet betydelige rabatter på alle vår kurs, hel- og halvdagsseminarer, og gratis deltakelse på frokostseminarer!

Faktura tilsendes når påmelding er mottatt.

Avbestilling: Inntil syv dager før arrangementet belastes halv avgift. Senere enn syv dager før arrangementet belastes full avgift og elektronisk dokumentasjon blir tilgjengelig.

Hovedsponsorer:



KANTAR MEDIA