



De viktigste drivere for

oppmerksomhet

Schibsted

Den enkleste veien til det norske folk

Oppmerksomhet

=

“Har du lagt merke til denne/disse eller lignende annonser på internett i løpet av de siste ukene?”



Benchmark

22.804

intervju





Logistisk regresjon

Hva er viktigst for oppmerksomhet?

1. Merkevarekjennskap
2. At man er i modus
3. Liking
4. Relevans
5. Alder
6. Preferanse
7. Kjønn

Alder

23%

**mer sannsynlig at de i
aldersgruppen 15-24 år husker å ha
sett annonsene sammenlignet med
aldersgruppen 25+ år**





Kjønn

16%

mer sannsynlig at menn husker å ha sett annonsene

Merkevarekjennskap

135%

mer sannsynlig at de som kjenner til
varemerket/produktet husker å ha
sett annonsene





Preferanse

20%

**mer sannsynlig at de foretrekker
varemerket/produktet husker å ha sett
annonsene**



Oppmerksomhet

Kjennskap

Preferanse



Modus

45%

mer sannsynlig at de som planlegger å
kjøpe produktkategorien husker å ha sett
annonsene

Relevans

28%

mer sannsynlig at de som sier at
annonsene er relevant husker å
ha sett annonsene





Målgruppestyring

Kontekst

Liking

39%

**mer sannsynlig at de som sier at de
liker annonsene husker å ha sett
annonsene**



Spending

27%

mer sannsynlig at de som har en bruttospending på 400.000 kr. eller mer får oppmerksomhet sammenlignet med de som spender under 400.000 kr.



Nye slides/funn

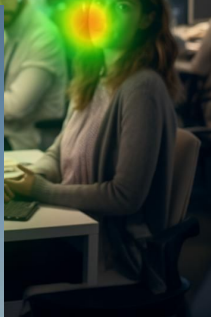
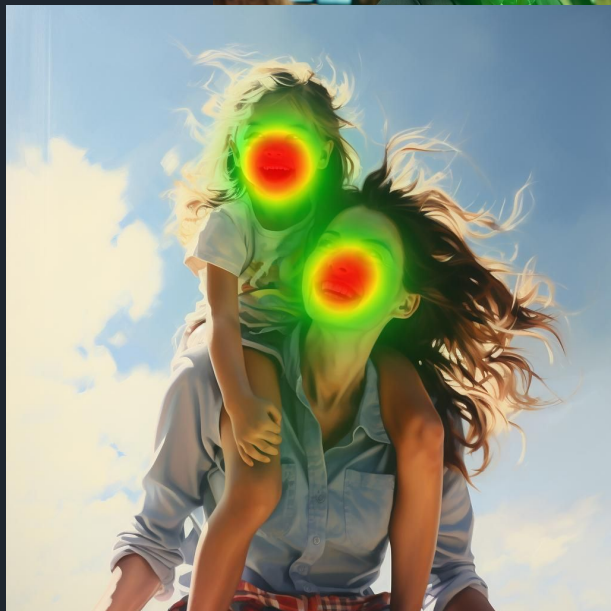
- Menn husker annonser 16% bedre
- Hvis du har med dyr i annonsen din så er det 101% mer sannsynlig at man husker annonsen
- Inneholder annonsen pris så er det 47% større sannsynlighet for at man husker annonsen
- Har man med et menneskefjes så er det 64% mer sanns at man husker annonsen.

Pris

47%

mer sannsynlig at annonser med
et prispunkt får oppmerksomhet





Ansikter

64%

mer sannsynlig at annonser med
personer/ansikter får
oppmerksomhet

Dyr

101%

**mer sannsynlig at annonser med
dyr får oppmerksomhet**





Merkevarestyrke
Relevans
Liking



Takk for meg!

Tor Haug Anonsen
Tor.haug.anonsen@schibsted.com