

FOLKS MEDIEVANER



SEMINAR
27. SEPTEMBER
2018
KL. 08.30-15.45

FOLKS MEDIEVANER

På årets seminar tar vi pulsen på medietrender og -tendenser. Du får innsikt i de siste medietallene og hva som skjer med både adferd og konsum akkurat nå. Du vil få innsikt i de nyeste medie- og reklamecasene med god effekt. Vi ser på hva som er «hot or not» og hvor veien går videre med våre medievaner.

Folks Medievaner har stått på møteplakaten i 27 år og er uunnværlig for alle som jobber med medier, markedsføring og kommunikasjon. Folks Medievaner er en dag for inspirasjon, nettverksbygging, og gir et viktig grunnlag for å utforme gode markedsplaner.

08:30 Registrering og kaffe

09:00 Innledning ved dagens konferansier



Jørgen Hafstad Bang
- Opinion

Jørgen Hafstad Bang jobber som konsulent i Opinion AS der han i hovedsak jobber med forbrukerinnsett i digitale kanaler. Han er særlig interessert i bruk av ny teknologi for å komme tettere på forbrukeren. Jørgen har tidligere jobbet i OnLive Research og har de siste tre årene vært styremedlem i NMF.

09:10 De store medietrendene med fokus på ny innsikt om TV-seing og strømming



Knut-Arne Futsæter
- Research director
i Kantar Media

Knut-Arne gir deg det du trenger å vite om nordmenns mediebruk i 2018. Analysene vil bygge på de offisielle medieundersøkelsene og andre undersøkelser som Kanalvalg, Mediebarn, Interbuss og Social Media Tracker.

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

09:50 Hva skal vi med digitale assistenter?



Ingrid Dynna
- Head of New Partner
Development i Google Norge

Vi har bare sett begynnelsen av hvordan digitale assistenter kommer til å endre hverdagen vår. Hva slags muligheter gir disse assistentene norske bedrifter og markedsførere?

Ingrid Dynna har bred og internasjonal erfaring fra sine 13 år i Google, og har jobbet med alt fra strategi og forretningsutvikling til salg i 4 ulike markeder. I dag har hun ansvaret for å utvikle Googles partnere i Norge og har i tillegg gleden av å jobbe med lanseringen av Google Assistenten.

10:25 Kaffepause og benstrekk

10:50 Elkjøp - More Than Things



Åshild Indresøvdde - Chief
Brand Officer i Elkjøp
Nordic as

Fra pris og produkt, skrik og skråll til relevant kommunikasjon med nytte og varme. De siste tre årene har elektronikkjiganten Elkjøp lansert ny merkevareplattform og satt standard i bransjen med en helt annen retning i kommunikasjonen sin. Åshild forteller om veien fra å dominere med størrelse til å lede an med relevans i en bransje som har sett lik ut i årevis.

Åshild Indresøvdde er Chief Brand Officer i Elkjøp Nordic as, og har jobbet i selskapet i 12 år. De siste par årene har hun bygget opp en ny merkevareavdeling og ledet an i satsingen som har gitt Elkjøp et helt nytt uttrykk.

11:20 Bryr forbrukeren seg om GDPR?



Hanna Sandström,
Mediacom - Mats-Eskil
Opsalhagen, TopDesk -
Helene Wulff-Pedersen,
Hertz

Som bacheloroppgave tok de tre studentene Hanna, Helene og Mats for seg den nye personvernloven GDPR. Formålet med oppgaven var å avdekke om informasjon om GDPR hadde en effekt på samtykke til kjente, mot ikke kjente merkevarer. Var det de store og kjente merkevarene som lettere skulle få samtykke etter at GDPR tredde i kraft? De deler sine spennende funn av eksperimentet, som de gjennomførte som en del av sin bacheloroppgave ved Høyskolen Kristiania.

Etter levert bachelor er alle i fullt arbeid, **Hanna Sandström** som markedsanalytiker i mediebyrået Mediacom, **Mats-Eskil Opsalhagen** er salgskonsulent i TopDesk og **Helene Wulff-Pedersen** arbeider i Hertz.

11:50 Lunsj

12:50 Emzia - den norske dronningen av Twitch



Emilie Helgesen
- alias Emzia

Gaming-kulturen har eksplodert og samler millioner på verdensbasis, men i Norge er fortsatt Twitch og E-sport ukjent for mange. I dette foredraget forteller Emzia det du bør vite om verdens ledende videoplattform for gamere, om forholdet til annonsører, og litt om sporten som går under radaren til det norske folk.

Emilie Helgesen som går under gamingaliaset «Emzia» sa opp jobben i mediebyrå for å satse for fullt på hobbyen sin. I dag livestreamer hun på Twitch fem dager i uken og reiser verden rundt på gamingevents. Hun har tidligere vært programleder i «World of Esports» på Viasat Sport, og ved siden av streamen driver hun også et interiør-nettmagasin.

13:20 Hvordan jobbe med influencere. Forutsetninger og fallgruver



Magnus A Bettum, Kreativ leder i Isobar Norge

Influencermarkedsføring kan være en viktig del av verktøykassa for å vinne markedsandeler i en moderne mediehverdag, men det er også et komplekst landskap å navigere i. God planlegging og strategiske tilnærminger kan utgjøre forskjellen mellom hodepine og heiarop.

Magnus A. Bettum er kreativ leder i Isobar Norge og jobber daglig med digitale kreative konsepter for kunder som Norwegian, Coca-Cola og Norgesgruppen i samarbeid med mediebyråene Carat og Vizeum. Han har tidligere vært PR-rådgiver i TVNorge, sakprosaforfatter og journalist for bl.a. Natt&Dag og Dagbladet.

13:50 Diplom-Is: WANTED Kuppet



Birgitte Blix Werner,
Produksjef i Diplom-Is

WANTED er en iskemserie fra Diplom-Is. Ved lansering av tre nye smaker ønsket Diplom-Is å nå ut til sin unge målgruppe (15-24 år) gjennom en kampanje som skulle øke kjennskap, prøving og merkepreferanse. Caset viser på en god måte hvordan Diplom-Is klarte å engasjere målgruppen på daglig basis i jakten på ranerne, gjennom SnapChat og Facebook.

Birgitte Blix Werner har jobbet som produktsjef i Diplom-Is siden 2017. Tidligere har hun jobbet som kategorisjef for L'Oréal Norge.

14:20 Kaffepause og benstrekk

14:40 Burger King of Content – På målgruppens premisser



Roar Kristoffer Aarhus,
digitalrådgiver og Håvar Sesseng, kundeansvarlig og teamleder i Starcom.

Endringen i mediekonsumet har de siste årene ført til at Burger King har måttet gå nye veier for å fange målgruppens oppmerksomhet. Digitale flater har vært det bærende elementet i kommunikasjonen, og for å skape effekt har Burger King forsøkt å gå nye veier i kommunikasjonen. Uttakene har alltid som mål å løfte både merkevare og salg, og det skal gjøres på målgruppens premisser. Det har bidratt til mye god læring, mange kreative uttak og en fin vekst i salget for Burger King.

Roar Kristoffer Aarhus har jobbet i Starcom siden 2014 og er i dag digitalrådgiver.

Håvar Sesseng har jobbet i Starcom siden 2011 og er i dag kundeansvarlig og teamleder. Sammen har de jobbet med Burger King i fire år, hver for seg jobber de med flere andre kunder.

15:10 De viktigste trendene i 2018



Christina Smitt,
leder for innsikts- og analyseavdelingen og Eivind Dyken, direktør for forretningsutvikling i Carat



Dentsu har gjort en stor analyse av de viktigste trendene i 2018. Christina og Eivind fra Carat vil fortelle om noen av disse trendene og hvilke implikasjoner det gir for markedsførere og annonsører.

Christina Smitt er i dag leder for innsikts- og analyseavdelingen i Carat. Hun er også redaktør for bransjebladet Analysen sammen med Vikki Walle-Hansen. Tidligere leder for innsikts- og markedsavdelingen i Clear Channel og 5 års erfaring som rådgiver og moderator i Opinion.

Eivind Dyken har jobbet med digital kommunikasjon i 11 år. Han startet sin karriere i NRK Aktivum i 2007 og er i dag direktør for forretningsutvikling i Carat.

15:40 Oppsummering og avslutning

Ved Jørgen Hafstad Bang

Hovedsponsorer:

KANTAR MEDIA

N
norstat

PROGRAM

- 08:30** Registrering og kaffe
- 09:00** Innledning ved dagens konferansier
Jørgen Hafstad Bang - Opinion
- 09:10** De store medietrendene med fokus på ny innsikt om TV-seing og strømming
Knut-Arne Futsæter - Kantar TNS
- 09:50** Hva skal vi med digitale assistenter?
Ingrid Dynna - Google Norge
- 10:25** Kaffepause og benstrek
- 10:50** Elkjøp - More Than Things
Åshild Indresøvdde - Elkjøp Nordic
- 11:20** Bryr forbrukerne seg om GDPR?
Hanna Sandström - Mediacom
Mats-Eskil Opsalhagen - TopDesk
- 11:50** Lunsj
- 12:50** Emzia - den norske dronningen av Twitch
Emilie Helgesen - Emzia
- 13:20** Hvordan jobbe med influencere - Forutsetninger og fallgruver
Magnus Bettum - Isobar Norge
- 13:50** Diplom-Is: WANTED Kuppet
Birgitte Blix Werner - Diplom-Is
- 14:20** Kaffepause og benstrek
- 14:40** Burger King of Content - På målgruppens premisser
Roar Kristoffer Aarhus og Håvar Sesseng - Starcom
- 15:10** De viktigste trendene i 2018
Christina Smitt og Eivind Dyken - Carat
- 15:40** Oppsummering og avslutning
Ved Jørgen Hafstad Bang

Dato: 27. september 2018
Tid: 08:30–15:45
Sted: Bjørvika Konferansesenter
 Dronning Eufemias gate 6, Oslo

Pris (eks. mva.): Medlem kr. 2.550,-
 Ikke-medlem kr. 3.550,-
Bedriftstilbud: 4 deltakere til prisen for 3

**MELD DEG
 PÅ I DAG!**
www.analysen.no

Ønsker du å bli medlem og delta på Folks Medievaner til medlemspris?

Meld deg inn på www.analysen.no. Som medlem får du blant annet "Analysen", det eneste fagbladet om markedsanalyse i Norge. Du får betydelige rabatter på alle våre hel- og halvdagsseminarer, og gratis deltakelse på frokostseminarer!

Faktura tilsendes når påmelding er mottatt.

Avbestilling: Etter påmeldingsfristen og inntil 3 dager før arrangementet belastes halv avgift. Senere enn 3 dager før arrangementet belastes full avgift og elektronisk dokumentasjon blir tilgjengelig.



NMF
NORGES
 MARKEDSANALYSEFORENING