



NÀISAKI

Asian Cuisine

Kampagne pitch | Hovedforløb 3, februar 2023 | Mikala Rothe Lund

Tendenser i madkultur

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Tendenser i madkultur

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Madkulturen 2022

(under Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri)

- Hvert tredje aftensmåltid bliver i dag lavet på under 15 minutter
- Hver dag er der omkring 360.000 voksne danskere, der spiser takeaway til aftensmad
- 48% har ændret vaner på grund af prisstigningerne. Nogle vaner går hen imod fx. mindre hjemmelavet mad og mere takeaway

Tendenser i madkultur

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Madkulturen 2022

(under Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri)

- Hvert tredje aftensmåltid bliver i dag lavet på under 15 minutter
- Hver dag er der omkring 360.000 voksne danskere, der spiser takeaway til aftensmad.
- 48% har ændret vaner på grund af prisstigningerne. Nogle vaner går hen imod fx. mindre hjemmelavet mad og mere takeaway.

1 ud af 4

måltider er ikke længere hjemmelavet.
Madkulturen 2022

48%

af de 18-25-årige, der bor alene, spiser med andre på en typisk aften.
Der prioriteres spontanitet og socialt liv.
Madkulturen 2022

Tendenser i madkultur

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

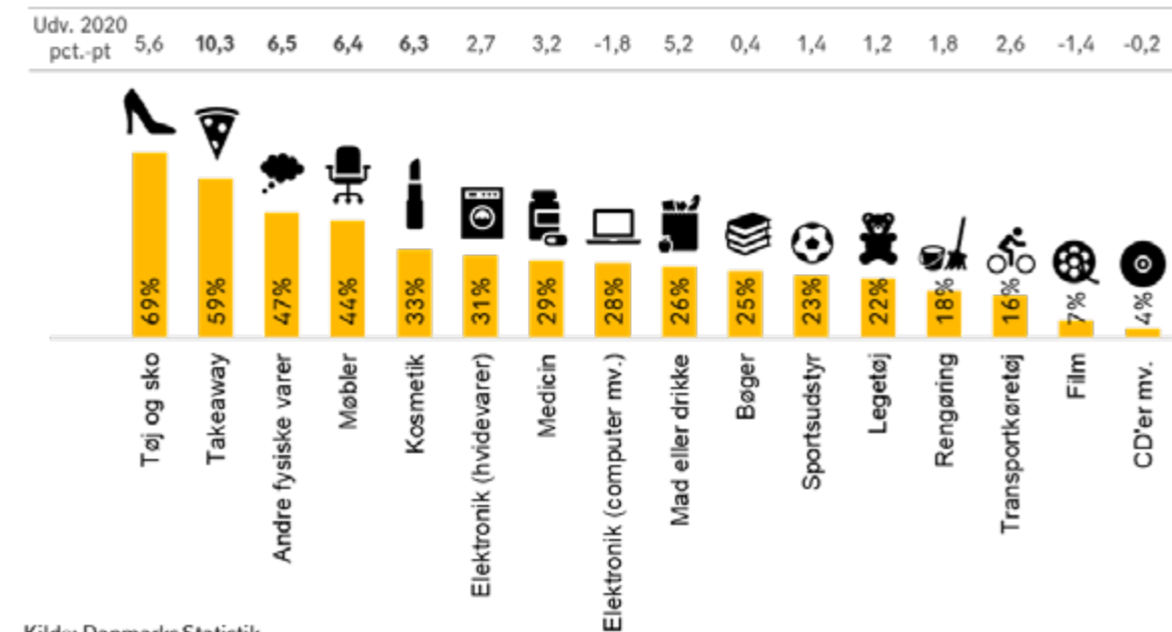
Madkulturen 2022

(under Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri)

- Hvert tredje aftensmåltid bliver i dag lavet på under 15 minutter
- Hver dag er der omkring 360.000 voksne danskere, der spiser takeaway til aftensmad.
- 48% har ændret vaner på grund af prisstigningerne. Nogle vaner går hen imod fx. mindre hjemmelavet mad og mere takeaway.

Online køb af fysiske varer

Andel der har foretaget køb indenfor en given produktkategori indenfor de seneste 12 måneder, 2021 (pct.)



Kilde: Danmarks Statistik

Anm: Kun personer i alderen 16-74 år er blevet spurgt. Se tekstboks nederst i artikel for uddybende produktkategorier.

1 ud af 4

måltider er ikke længere hjemmelavet.
Madkulturen 2022

48%

af de 18-25-årige, der bor alene, spiser med andre på en typisk aften.
Der prioriteres spontanitet og socialt liv.
Madkulturen 2022

59%

af de spurgte har købt takeaway online.
Danmarks statistik 2021

Afsender

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Afsender

Nàisaki er en asiatisk restaurant i KBH.

De sigter efter at tage deres mad og takeaway tættere på cirkulær bæredygtighed og i en mere miljøvenlig retning.

- Flere økologiske råvare
- Lavere energi forbrug
- Mindre affald
- Bio-nedbrydeligt takeaway emballage



Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Afsender

Nàisaki er en asiatisk restaurant i KBH.

De sigter efter at tage deres mad og takeaway tættere på cirkulær bæredygtighed og i en mere miljøvenlig retning.

- Flere økologiske råvare
- Lavere energi forbrug
- Mindre affald
- Bio-nedbrydeligt takeaway emballage

Fokus punkter

- Lækkert mad
- Imødekommende
- Det skal være nemt
- Bæredygtighed
- Miljøvenlig



Målgruppe

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Målgruppe

16-60 årige | 1-3 personer i husstanden | Bor i København og omegn

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Målgruppe

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

16-60 årige | 1-3 personer i husstanden | Bor i København og omegn

Økologiske arketyper

Den nemhedsorienterede

- Køber ofte fastfood eller nemme løsninger
- Går ikke op i madlavning - det skal være nemt og hurtigt
- Handler ofte på nettet

Ved at inkorporerer det bæredygtige i en handling de allerede foretager sig, behøver man ikke at påvirke deres adfærd.



Den økobevidste

- Vægter økologiske og klimavenlige produkter højt
- Vil gerne minimere madspild
- Går efter miljøvenligt emballage

Ved at reklamerer med en bæredygtig emballage, kan de få lyst til at prøve en dag de måske ikke har haft til til at planlægge til.



Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

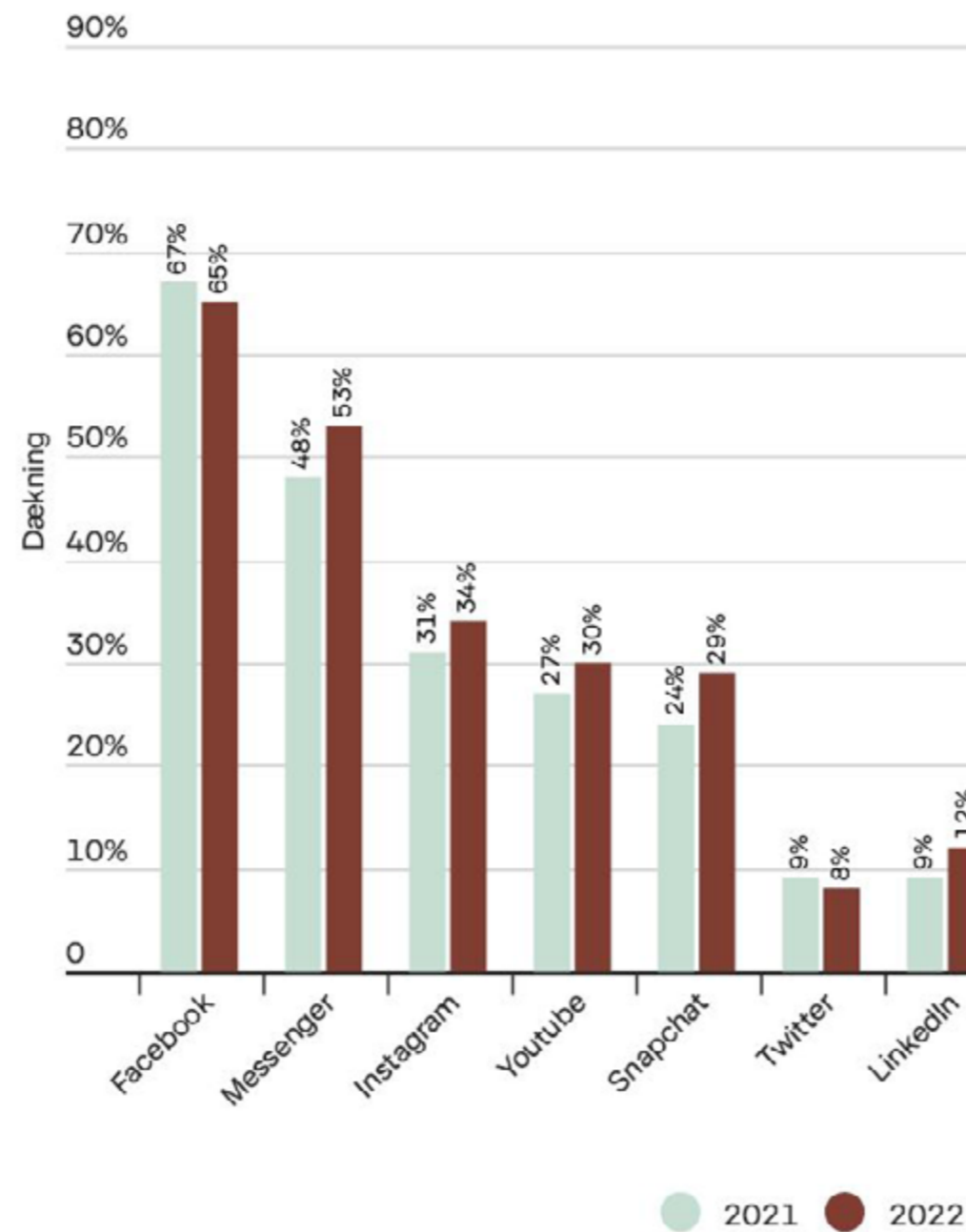
Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Udvikling i daglig brug af sociale medier



Målgruppe: 15-75 år. Kilde: Kantar Gallup Social Media Life

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

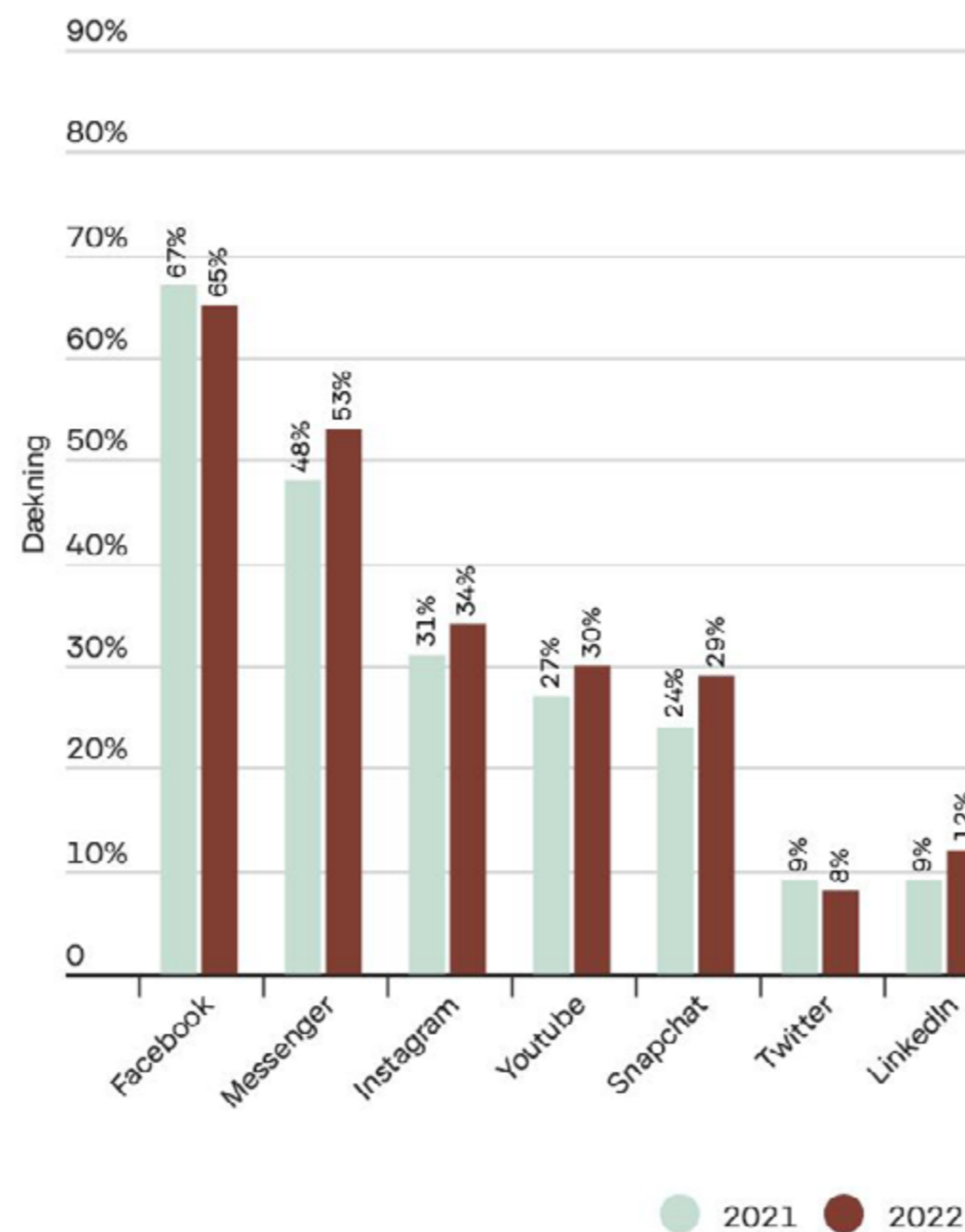
Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Udvikling i daglig brug af sociale medier



Målgruppe: 15-75 år. Kilde: Kantar Gallup Social Media Life

SoMe

- Inddrage følgere (bl. a. via opskrifter, konkurrencer)
- Område specifikke reklamer (Facebook, Instagram)
- Youtube (TrueView og Outstream reklamer)

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

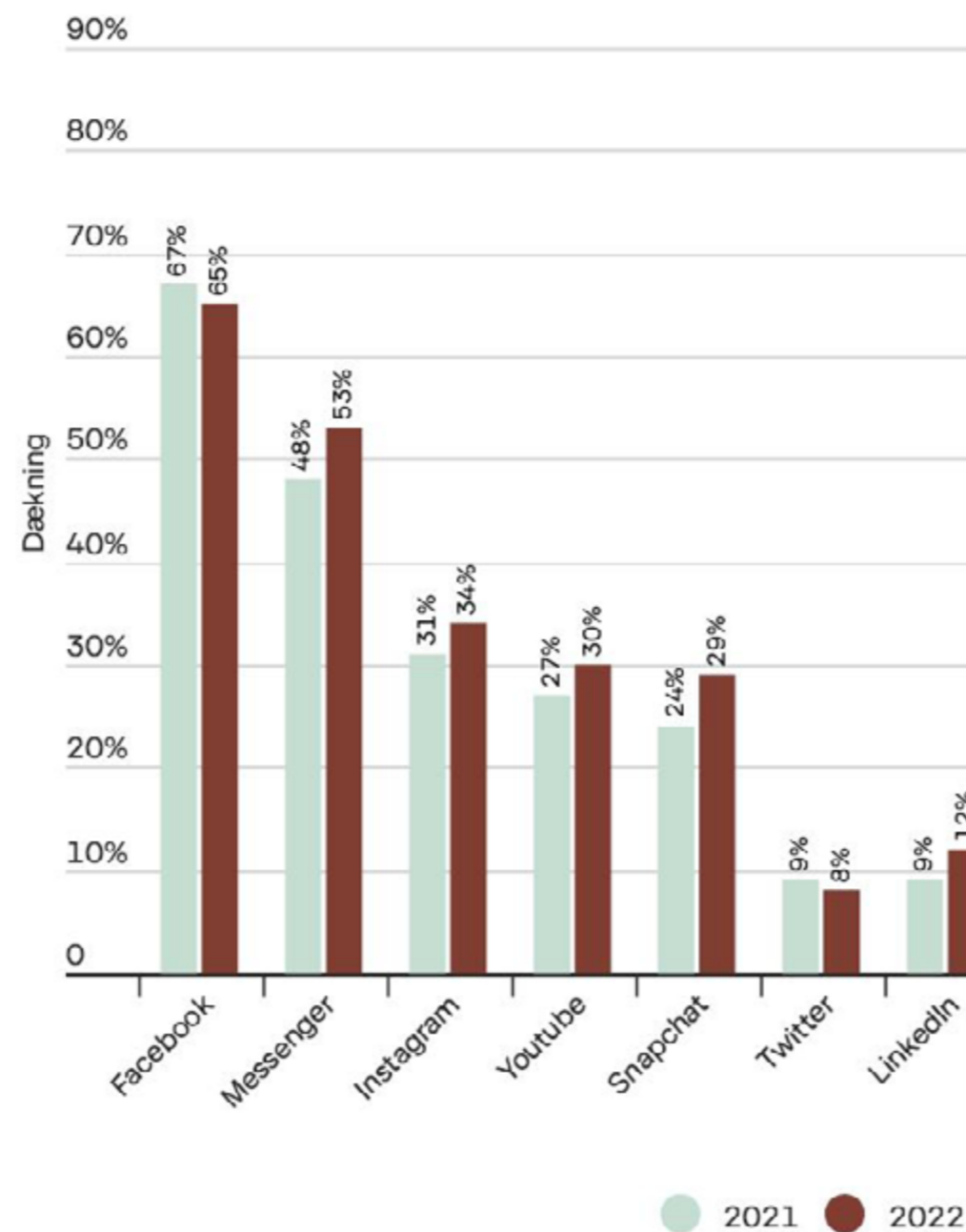
Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Udvikling i daglig brug af sociale medier



Målgruppe: 15-75 år. Kilde: Kantar Gallup Social Media Life

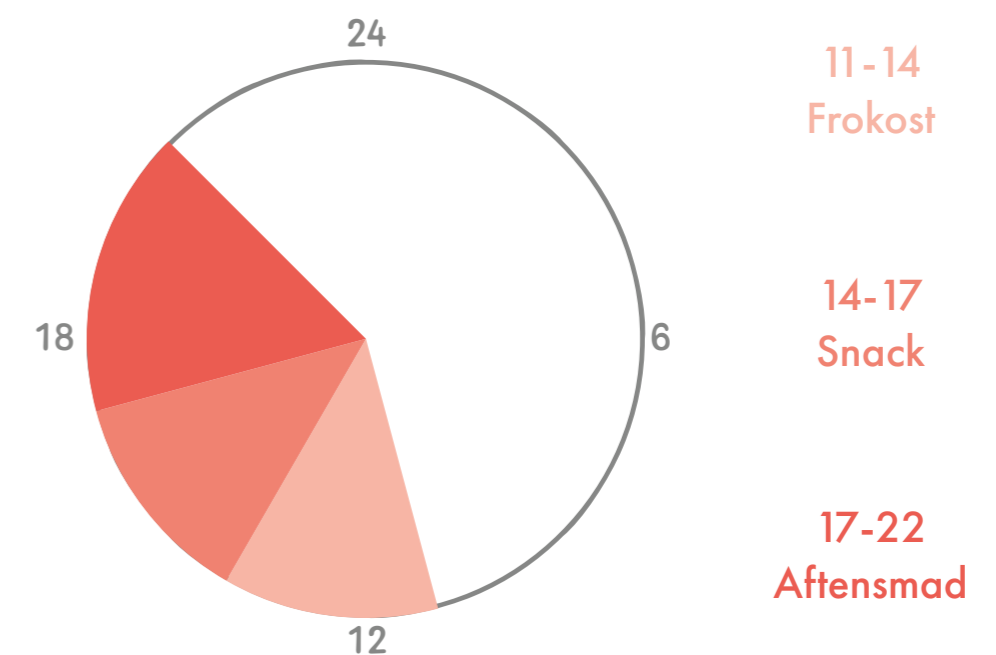
SoMe

- Inddrage følgere (bl. a. via opskrifter, konkurrencer)
- Område specifikke reklamer (Facebook, Instagram)
- Youtube (TrueView og Outstream reklamer)

Tidsplan

De fleste personer er online næsten 24/7, så reklamer på sociale medier er vigtige. Min målgruppe er mest online når de er på farten, om eftermiddagen og om aftenen.

Hvornår laves der opslag?



Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Findes på nettet

- Google "My Business" profil
- Hjemmeside med styr på SEO
- Tripadvisor, Visit Copenhagen, Yelp
- SoMe: Facebook, Instagram og Youtube

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Findes på nettet

- Google "My Business" profil
- Hjemmeside med styr på SEO
- Tripadvisor, Visit Copenhagen, Yelp
- SoMe: Facebook, Instagram og Youtube

Takeaway

- Takeaway portaler (Just Eat, Wolt, Foodora osv.)
- Personlig app og hjemmeside

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Findes på nettet

- Google "My Business" profil
- Hjemmeside med styr på SEO
- Tripadvisor, Visit Copenhagen, Yelp
- SoMe: Facebook, Instagram og Youtube

Takeaway

- Takeaway portaler (Just Eat, Wolt, Foodora osv.)
- Personlig app og hjemmeside

Digitale skærme

- Out-door display (stoppesteder, stationer og i byen)
- Digital infoskærm (opmærksomhed fra forbigående)

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Findes på nettet

- Google "My Business" profil
- Hjemmeside med styr på SEO
- Tripadvisor, Visit Copenhagen, Yelp
- SoMe: Facebook, Instagram og Youtube

Takeaway

- Takeaway portaler (Just Eat, Wolt, Foodora osv.)
- Personlig app og hjemmeside

Digitale skærme

- Out-door display (stoppesteder, stationer og i byen)
- Digital infoskærm (opmærksomhed fra forbigående)

Ekstra

- Regelmæssige deals (både online og fysisk tryk)
- Loyalitetsbelønninger

Strategi

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon

Findes på nettet

- Google "My Business" profil
- Hjemmeside med styr på SEO
- Tripadvisor, Visit Copenhagen, Yelp
- SoMe: Facebook, Instagram og Youtube

Takeaway

- Takeaway portaler (Just Eat, Wolt, Foodora osv.)
- Personlig app og hjemmeside

Digitale skærme

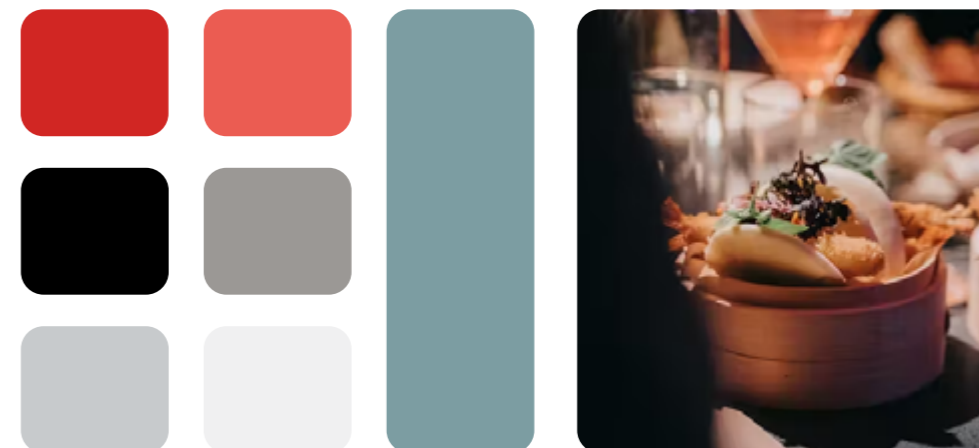
- Out-door display (stoppesteder, stationer og i byen)
- Digital infoskærm (opmærksomhed fra forbigående)

Ekstra

- Regelmæssige deals (både online og fysisk tryk)
- Loyalitetsbelønninger

Visuel stil

- Kunder spiser med øjnene
- Fokus på sanserne
- Fremhæver maden og oplevelsen
- Egne billeder og videoer
- **Follow the flavour**



SoMe – Facebook

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

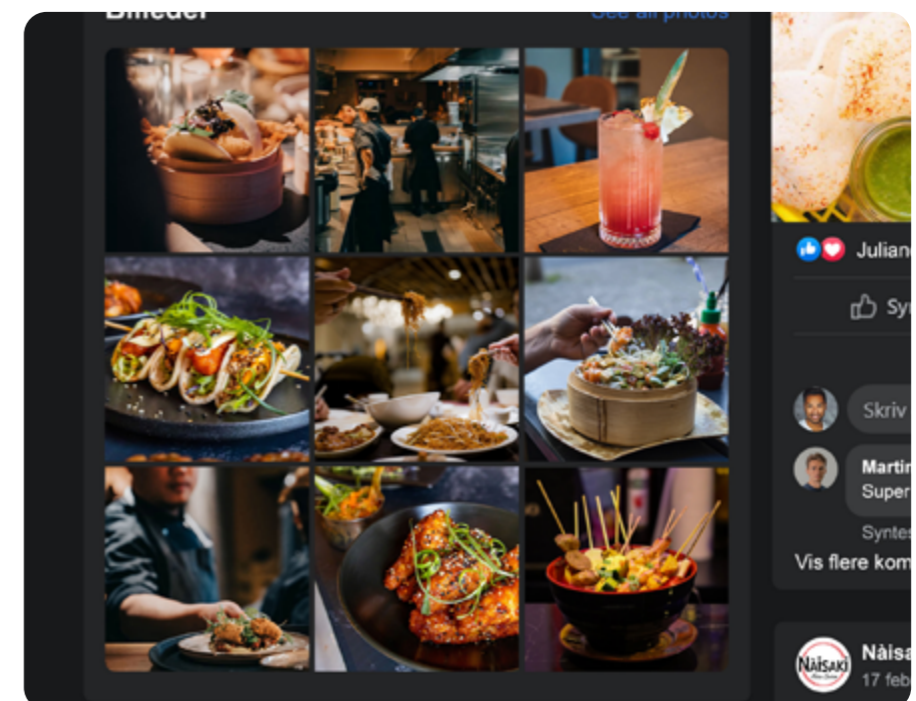
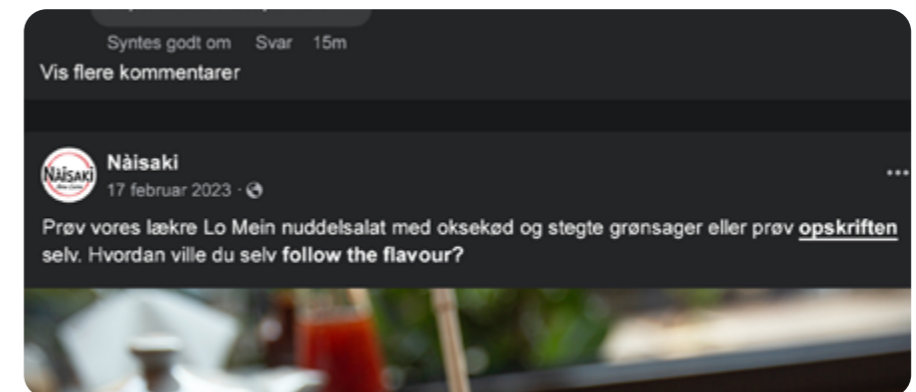
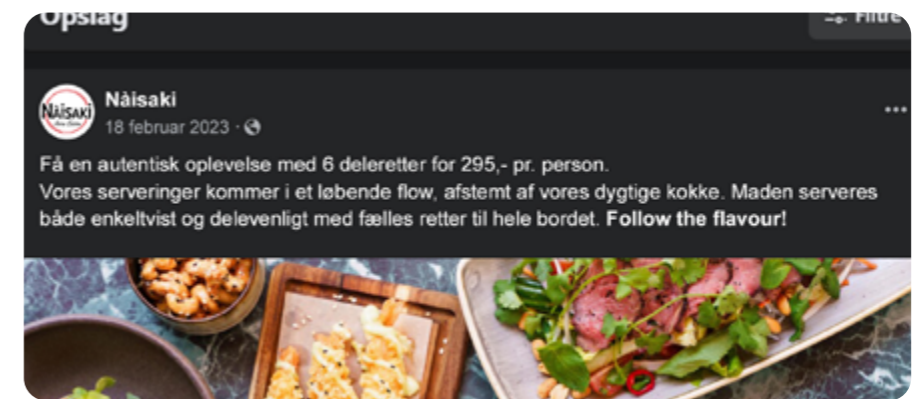
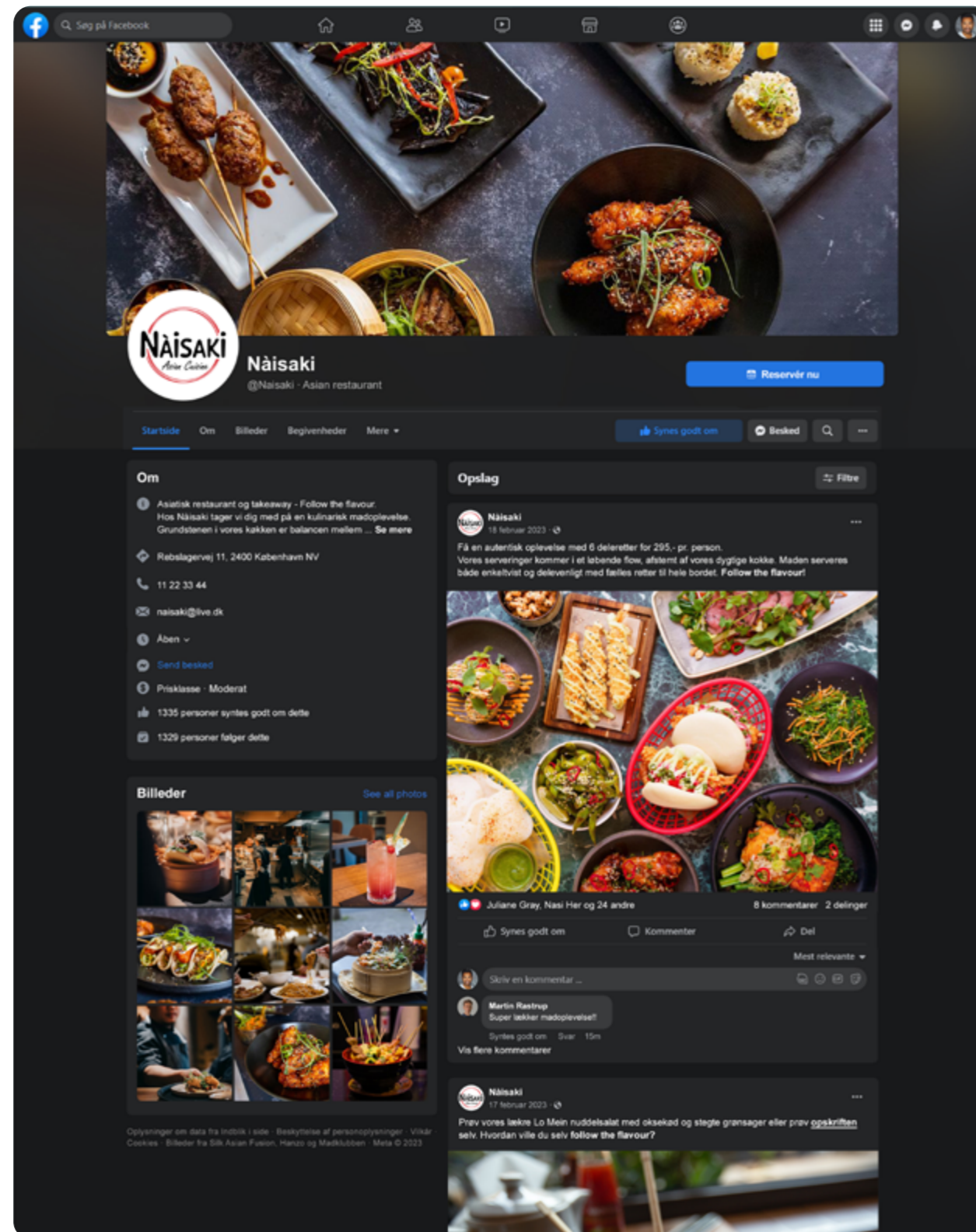
SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon



Digital infoskærm

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon



Out-door display

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon



App

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon



Se prototype

Indeholder

- Info om Naisaki
- Kontakt
- Lokationer
- Personlig profil
- Ordre
- Menukort
- Bestil takeaway
- Bestil bord
- Stempelkort
- Nyheder
- Link til SoMe

Rabatkupon

Tendenser

Afsender

Målgruppe

Strategi

SoMe

Digital infoskærm

Out-door display

App

Rabatkupon





NÀISAKI

Asian Cuisine