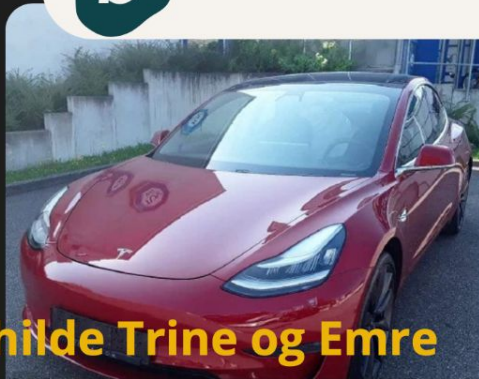




VORES TAKE PÅ KREATIV
OG EFFEKTIV
MARKEDSFØRING TIL
AKSEL.NU



Devrim, Frida, Mathilde Trine og Emre

aksel

AGENDA

- Problemstilling
- Storyboard
- Idé & Prototype
- Interviews
- Begrundelse for valg
- Valg af medie
- Performance



PROBLEMFÖRMULERING



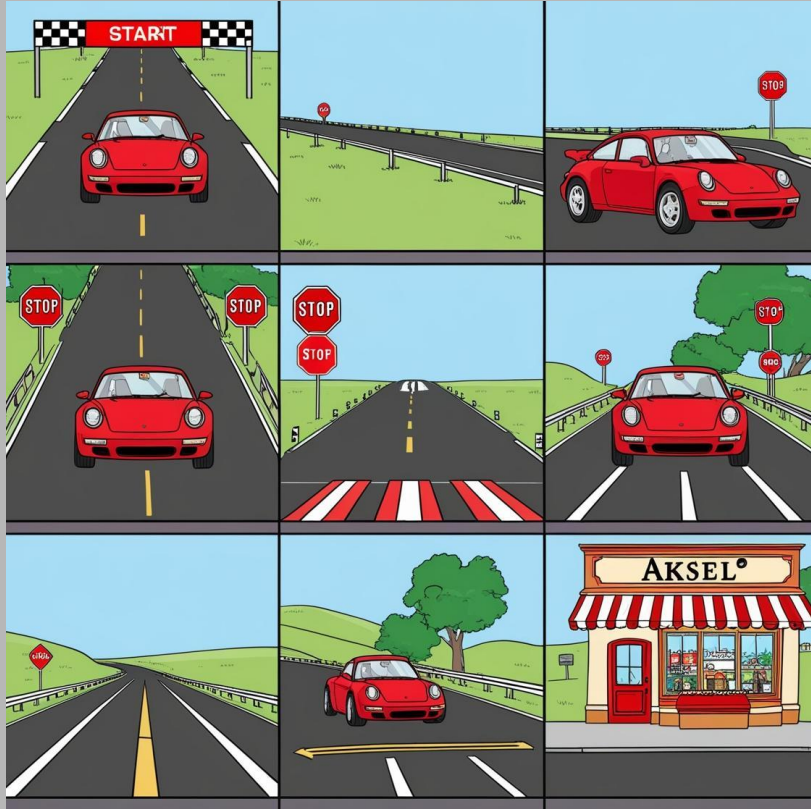
FLEST MULIGE I MÅLGRUPPEN
SKAL KENDE AKSELS KONCEPT...

PÅ EN KREATIV OG EFFEKTIV
MÅDE

—

aksel

Storyboard for prototype



Vi vil gerne vise jer denne prototype

- Vi tænker en eventuel voiceover - for det bliver personligt
- Vi gad også godt det hele blev animeret
- Eventuelt optaget oppefra for at visualisere “vejen”
- Vi gad godt bruge lyden fra en bil til at skabe effekter



Konklusion på Interviews

- **Målgruppens behov:**
 - Ønsker en nem og overskuelig proces til køb/salg af biler.
 - Aksel.nu's kernebudskab om enkelhed og hurtighed rammer målgruppen.
- **Prototypens styrker:**
 - Positiv modtagelse af avatar og slogan ("Accelererer mod mere for pengene").
 - Visuelle elementer skaber interesse og understøtter budskabet.
- **Prototypens svagheder:**
 - Mangel på lyd og klarhed i videoen.
 - Forslag om stemmeforklaring for at styrke forståelsen.
 - Baggrund (kørende bil) oplevet som forstyrrende – mere relevant baggrund efterspørges.
- **Personlig forbindelse:**
 - Deltagerne savner synlige mennesker bag Aksel.nu for at skabe tillid.
- **Samlet vurdering:**
 - Aksel.nu har potentiale og et stærkt fundament.
 - Behov for forbedringer i brandingstrategi og kommunikation for at styrke markedspositionen.



Begrundelse for vores valg

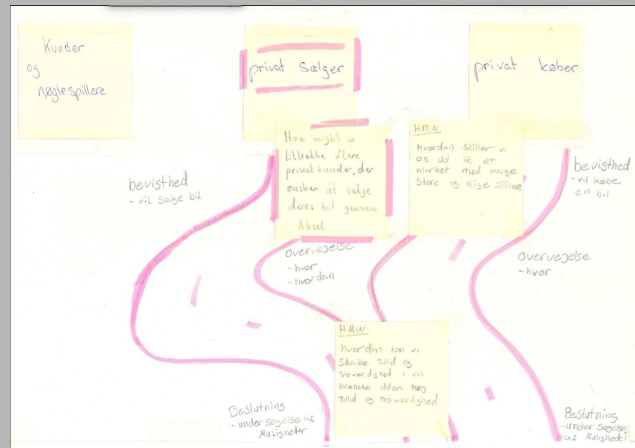
“Din smutvej til den bedste pris - videoen skal symbolisere dette

“DIN SMUTVEJ TIL DEN BEDSTE PRIS”

Lavet et slogan - ligesom I har gjort med navn/logo har vi lavet et slogan

Accelererer

aksel erer



Valg af medie

Instagram

96% af alderen fra 20-39 er på sociale medier

62% af unge 25-31-årige er på facebook

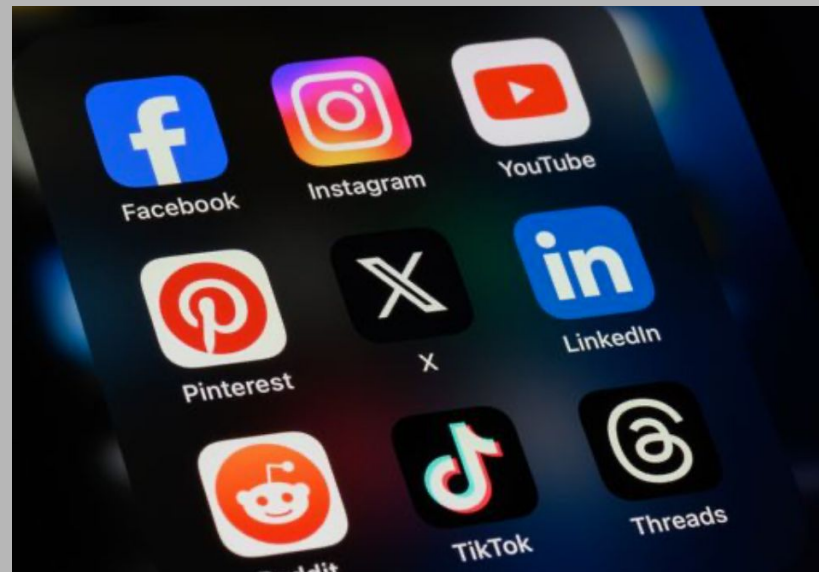
41% af unge 15 og 29 år, der er på TikTok

7 ud af 10 af de 15-25 årige.

6 ud af 10 af de 25-35 årige er på Instagram

Facebook

Tiktok



<https://www.statistikbanken.dk/bebri09> - <https://faktalink.dk/liteliste/unge-og-sociale-medier> - <https://skarpt.dk/derfor-skal-du-bruge-video-marketing-paa-de-sociale-medier/>

<https://www.dr.dk/nyheder/kultur/tiktok-vokser-markant-blandt-unge-voksne-det-er-vilde-tal> - <https://nyheder.tv2.dk/tech/2024-01-31-facebook-fylder-20-aar-men-dets-jaevnaeldrende-gider-det-ikke-laengere>

<https://atakdigital.dk/artikler/facebook-instagram-tiktok-eller-hvor-naer-jeg-ud-til-min-malgruppe/>

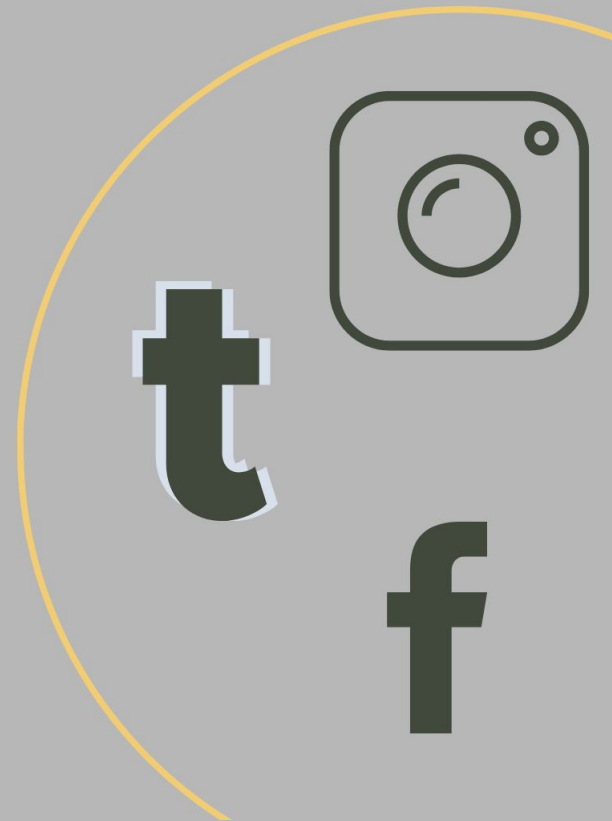
Vi anbefaler derfor at i måler performance sådan her

Indbyggede værktøjer på de valgte medier:

- Rækkevidde
- Engagement
- Følgervækst
- Demografi.

Valgte KPI'er:

- Engagement
- Konverteringer





TAK FOR JERES OPMÆRKSOMHED

