



 **NOVUS**

# Presentation 2015-12-01

## Frågor om content marketing

Elisabeth Thörnsten

Novuskontakt: Gun Pettersson

SWEDISH  
CONTENT  
AGENCIES

 **NOVUS**

# Bakgrund & Genomförande

## BAKGRUND

Novus har för Swedish Content Agencies räkning genomfört ett undersökning om content marketing. Målgrupp är för undersökningen är Marknadschefer, och urvalet är köpt från Bisnode med målgruppsdefinition ”marknadschefer. I urvalet har några av marknadscheferna klassat sig själva som kommunikationschefer eller informationschefer.

## GENOMFÖRANDE

Undersökningen har genomförts via webbintervjuer 103 intervjuer har genomförts från 20 oktober till 18 november 2015.

Vi skickade ut undersökningen till 1197 marknadschefer. Vi fick 156 studsar. 57 personer påbörjade enkäten med avslutade inte. 100 blev utscreenade (exv produktchefer). Detta ger oss en svarsfrekvens på 9 procent.

## RAPPORTEN

Frågorna redovisas endast på totalnivå eftersom materialet inte håller för nedbrytningar. De öppna frågorna är kodade och visas som orddiagram och/eller listas i rapporten.

Kommentarer finns i slutet av rapporten.

## KOMMENTAR OM UNDERSÖKNINGEN

2013 genomfördes en undersökning om content marketing. Flera av frågorna från 2013 har ställts även i år, dock är målgrupperna olika och vi kan därför inte jämföra undersökningarna rakt av. 2013 var målgruppen Sveriges Annonsörers medlemmar, i år har vi köpt urval från Bisnode. Det som främst skiljer i profilen i år, jämfört med 2013, är att vi i årets mätning har fler svar från företag med lägre marknadsföringsbudgetar. I gråa rutor finns ibland en kommentar om resultatet 2013, jämförelsen ska dock inte övertolkas.

# Kännedom begreppet Content Marketing

# Content Marketing är...

Fråga: Vet du vad content marketing är? Ja nämligen..

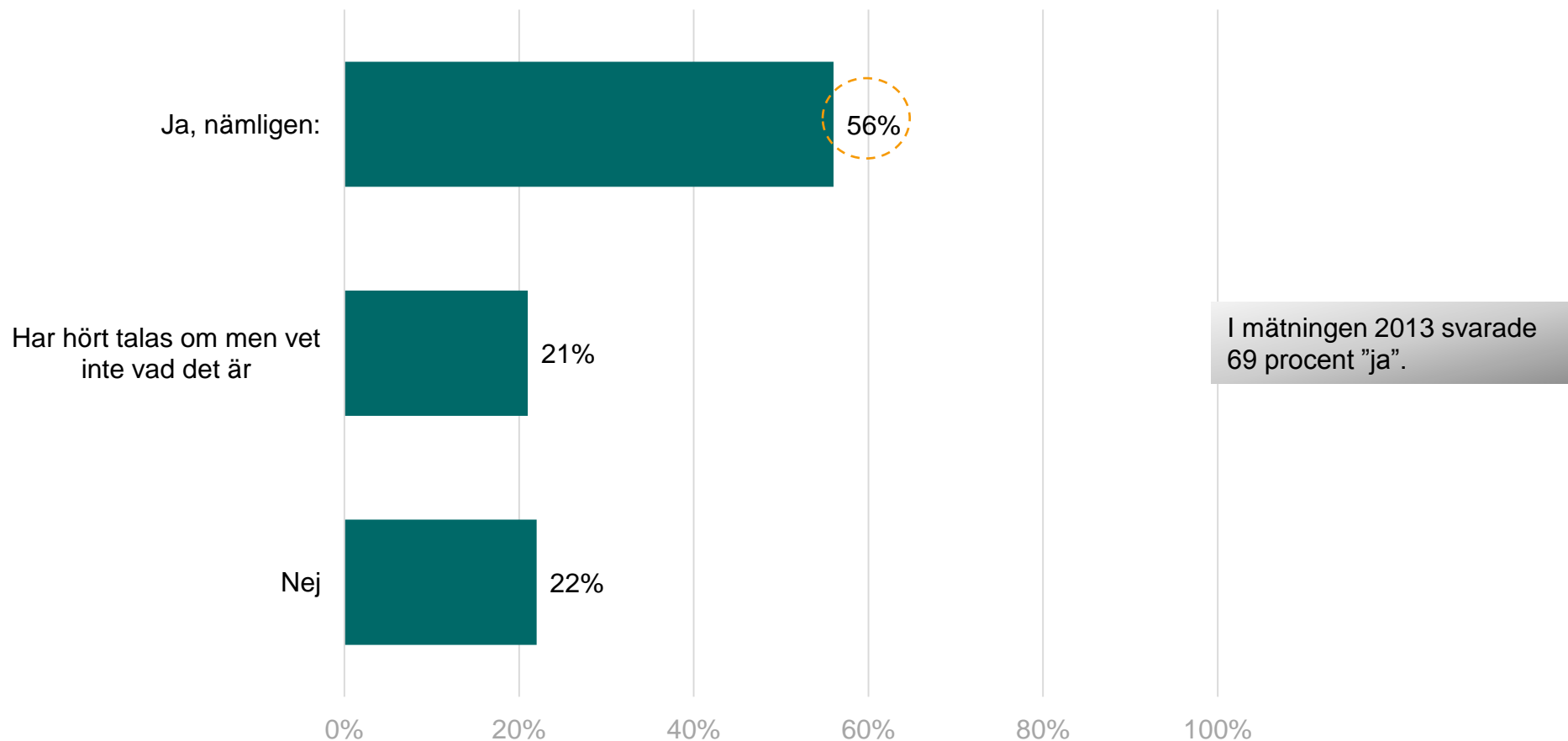


2013:



# Drygt hälften uppger att de vet vad content marketing är

Fråga: Vet du vad content marketing är?



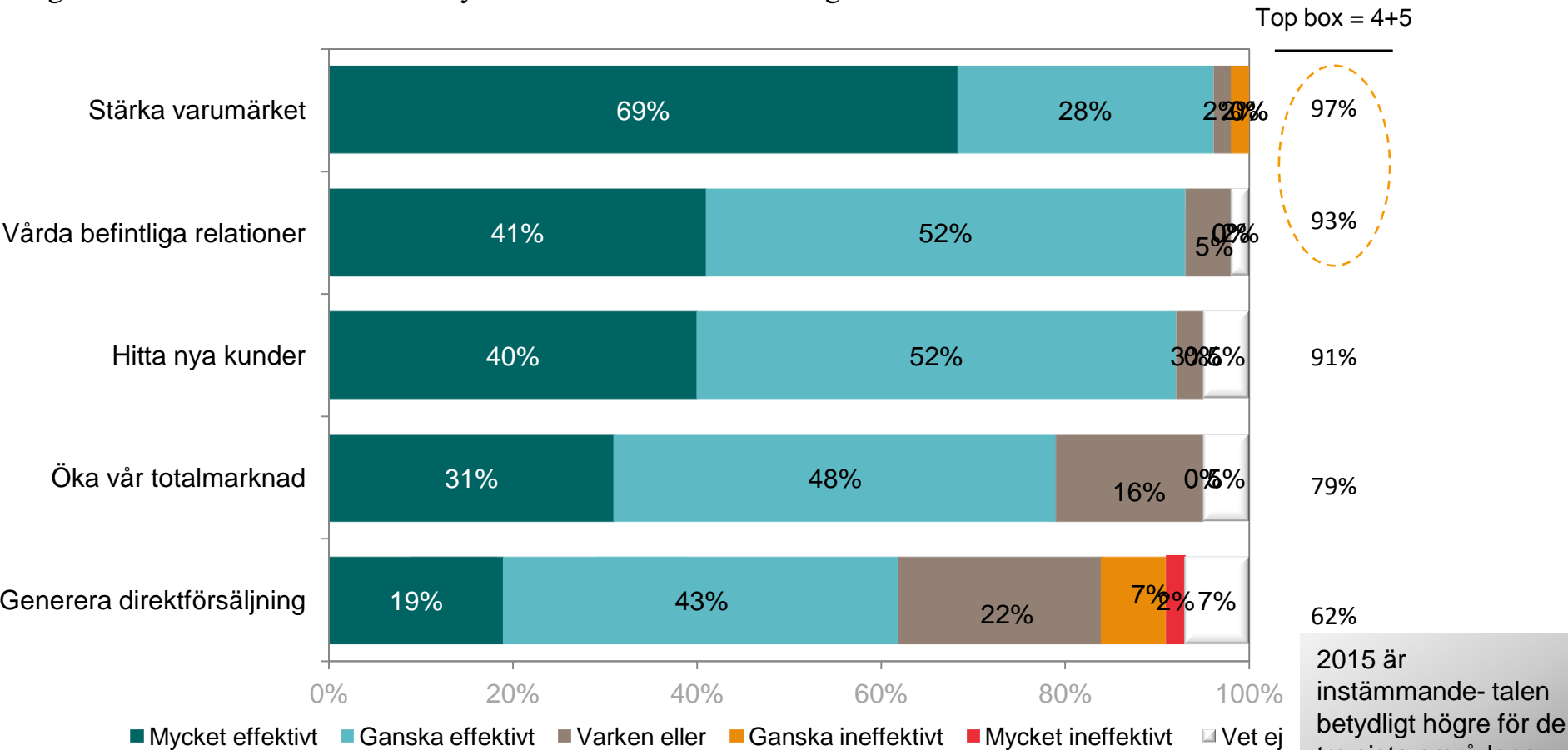
BAS: Samtliga (n= 103)

# Varför jobbar man med content marketing?

Vet vad content marketing är

# Content marketing är mest effektivt för att stärka varumärket och vårda befintliga relationer

Fråga: Hur effektiv eller ineffektiv tycker du att content marketing är för att....



2015 är instämmande-talen betydligt högre för de tre sista områdena än 2013

BAS: Har svarat att de vet vad content marketing är

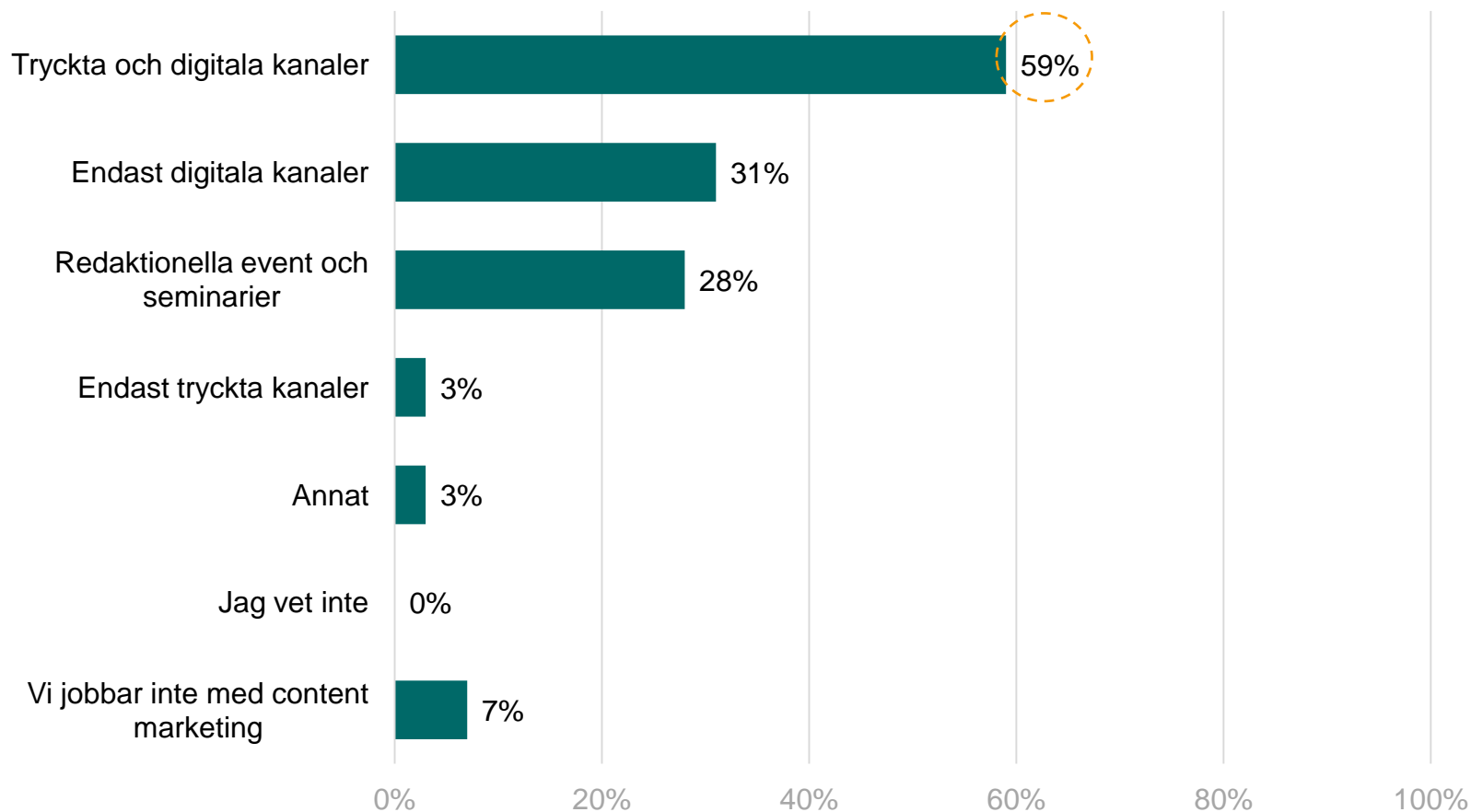
# Hur jobbar man med Content Marketing?



Vet vad content marketing är

# Kombination av tryckta och digitala kanaler vanligaste sättet att jobba med content marketing

Fråga: På vilket sätt jobbar ni med content marketing idag?

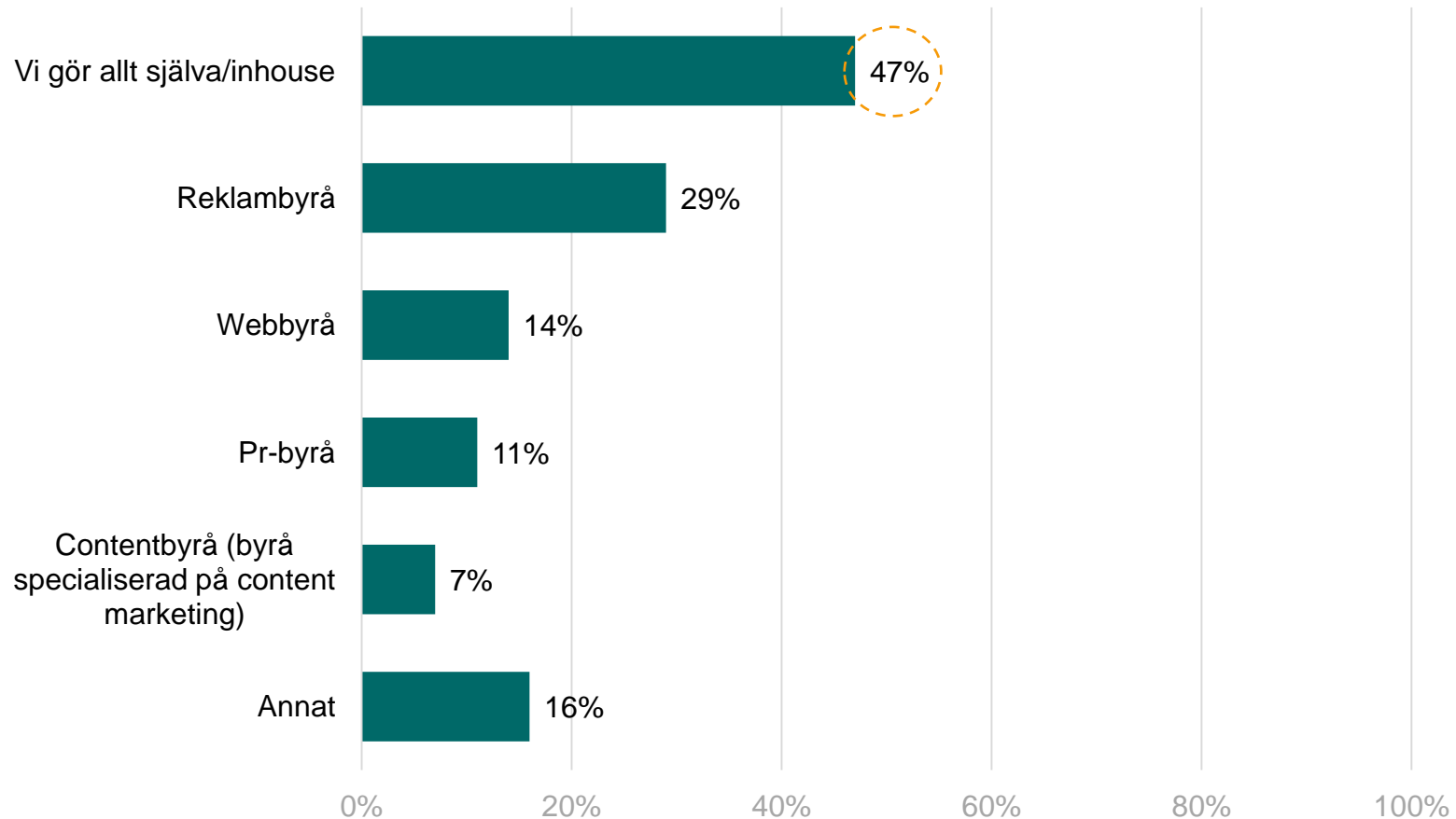


BAS: vet vad CM är

Jobbar med content marketing

# Nära hälften producerar sin content marketing inhouse

Fråga: Vem hjälper er med era content marketing-aktiviteter?

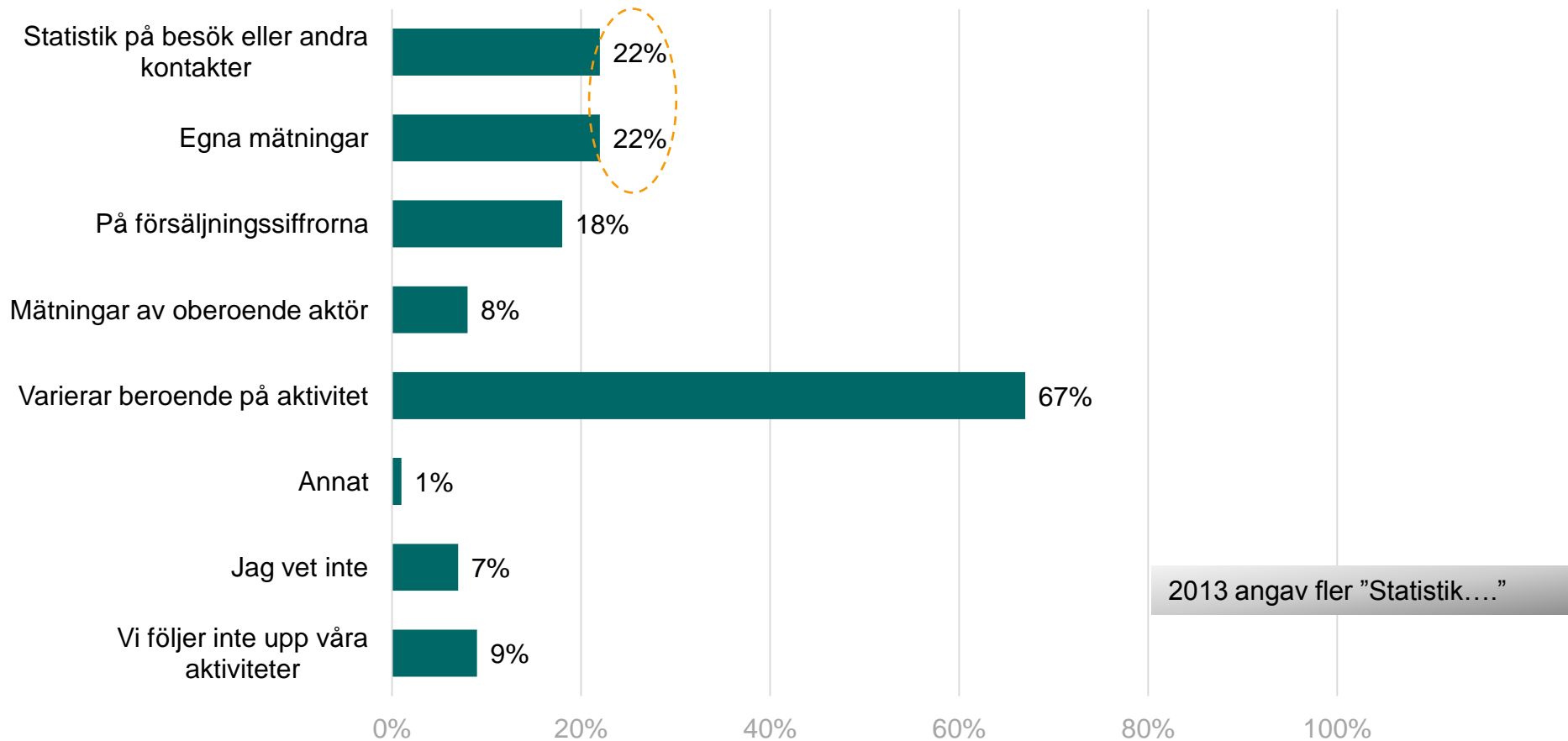


BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)

Jobbar med content marketing

# Uppföljning av content marketing varierar beroende på aktivitet

Fråga: Följer ni upp era content marketing-aktiviteter, i så fall hur?



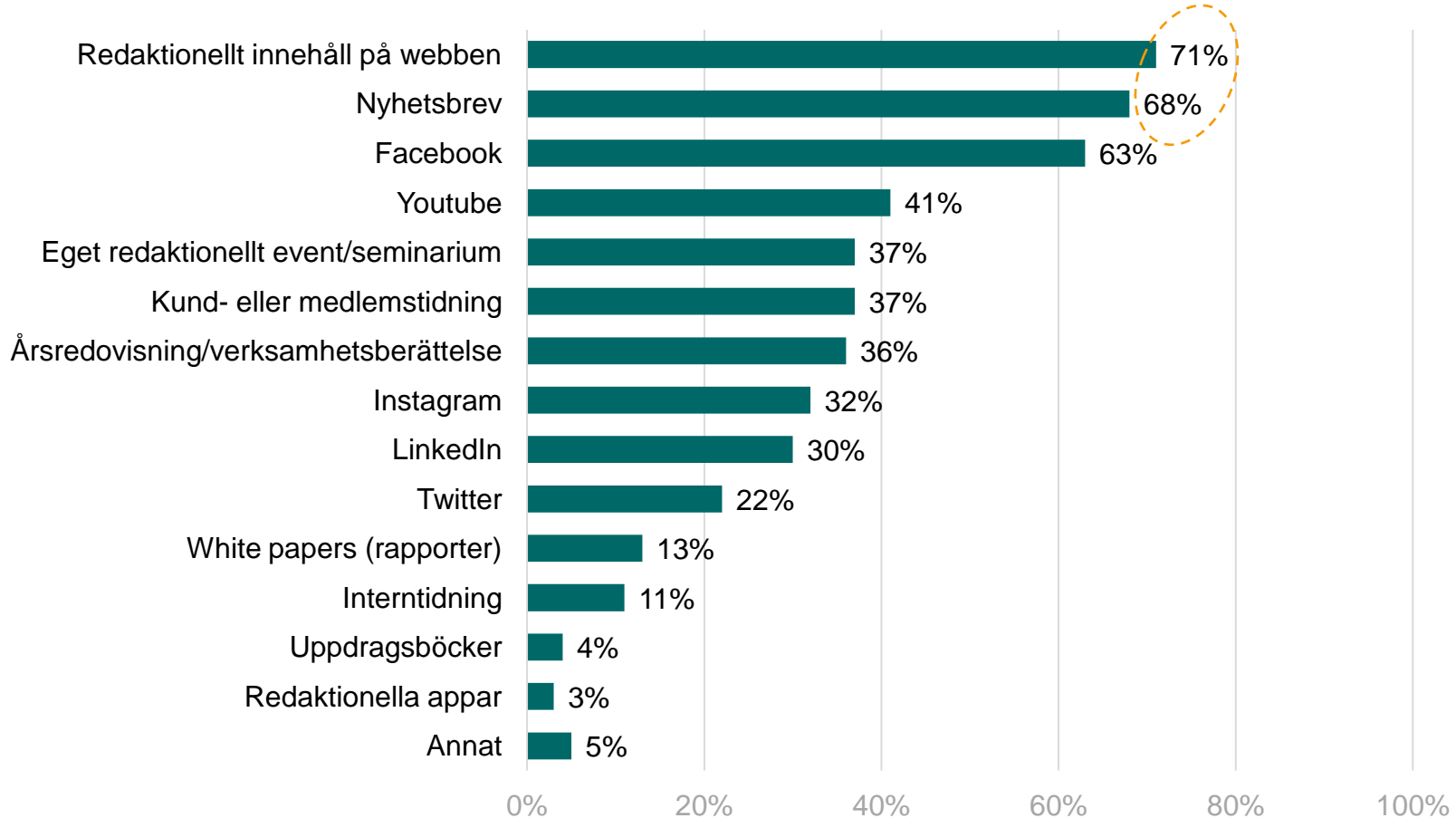
BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)

# Via vilka kanaler jobbar man?

Jobbar med content marketing

# Redaktionellt innehåll på webben, nyhetsbrev och Facebook vanligaste content marketing aktiviteterna

Fråga: Vilka av dessa content marketing-aktiviteter har ni genomfört eller kommer ni att genomföra kommande 12-månaders period?

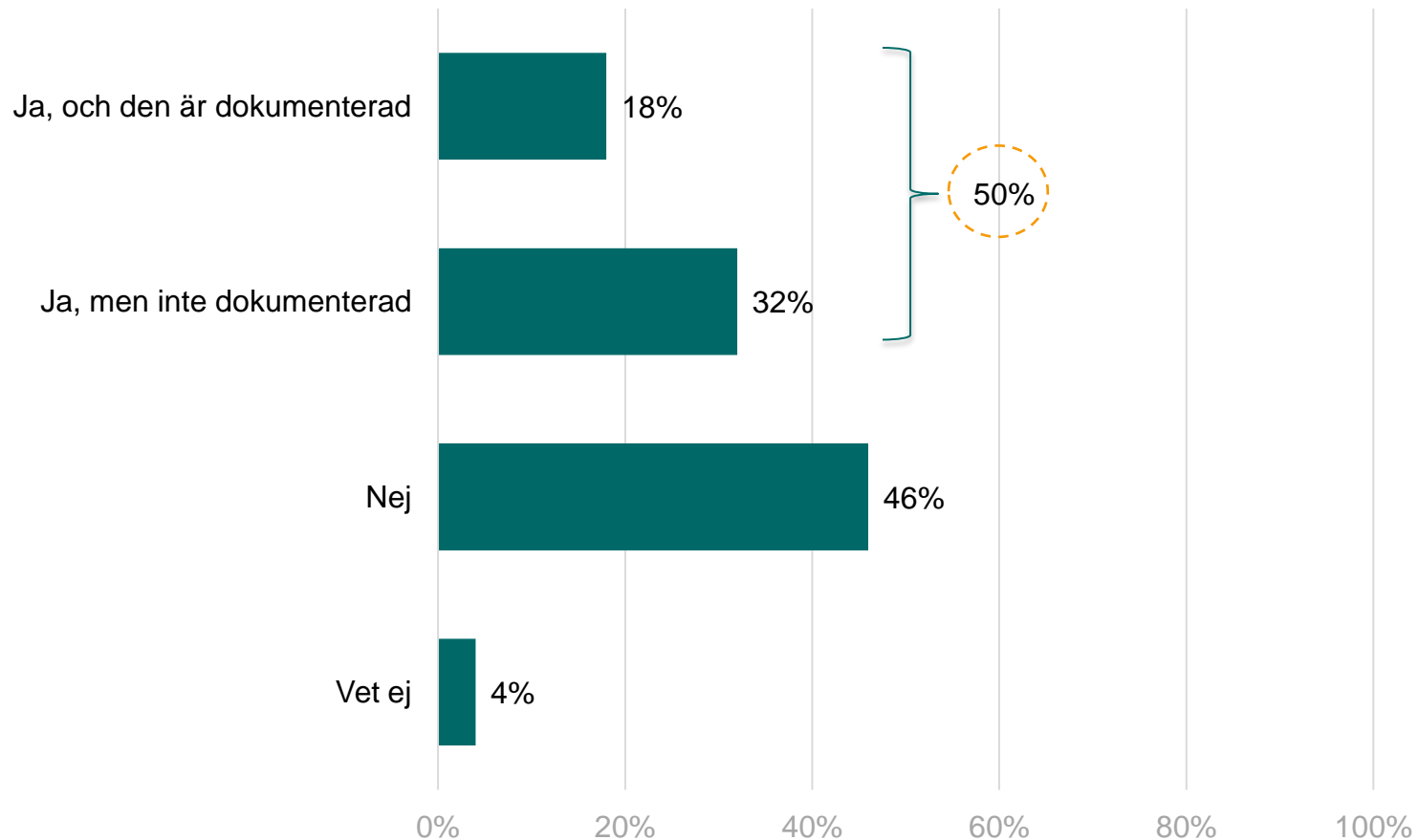


BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)

Jobbar med content marketing

# Hälften har en strategi, men bara var femte har den dokumenterad

Fråga: Har ni en content-strategi?



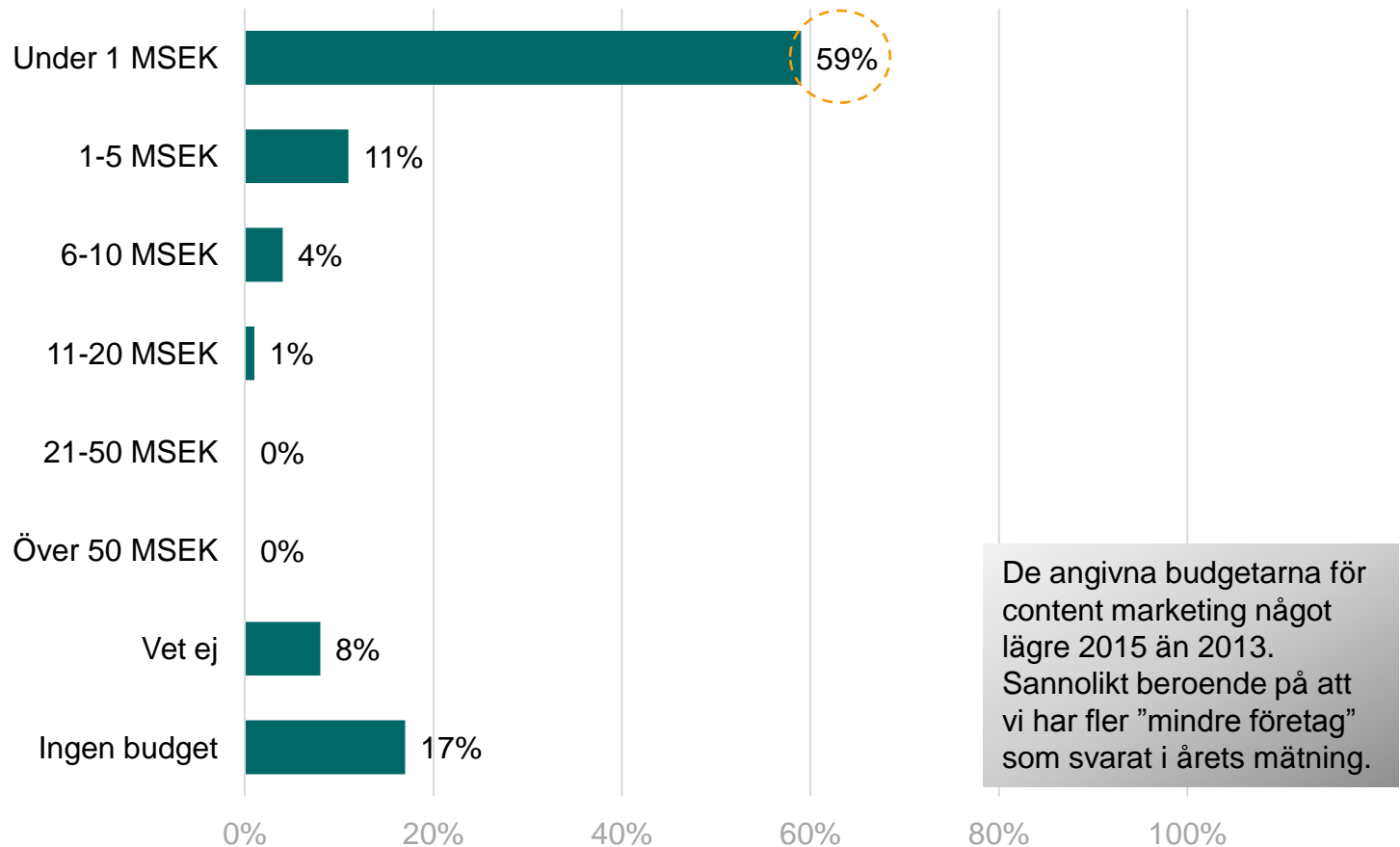
BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)

# Investeringar och framtidstro

Jobbar med content marketing

# Sex av tio företag har en content marketing-budget under en miljon kronor

Fråga: Hur stor budget har ni för content marketing-aktiviteter under 2015?



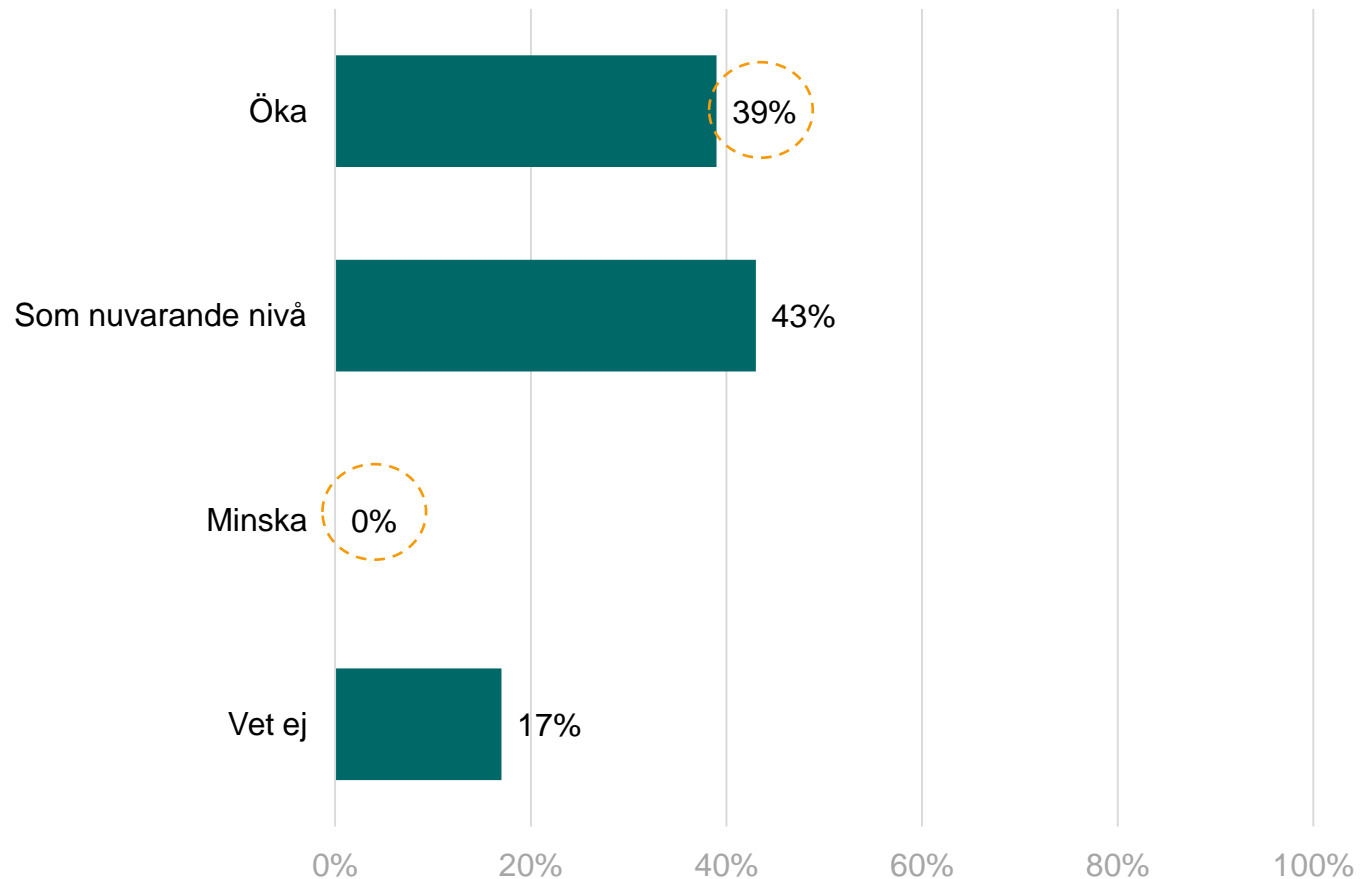
BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)



Jobbar med content marketing

# Ökade investeringar för fyra av tio under 2016

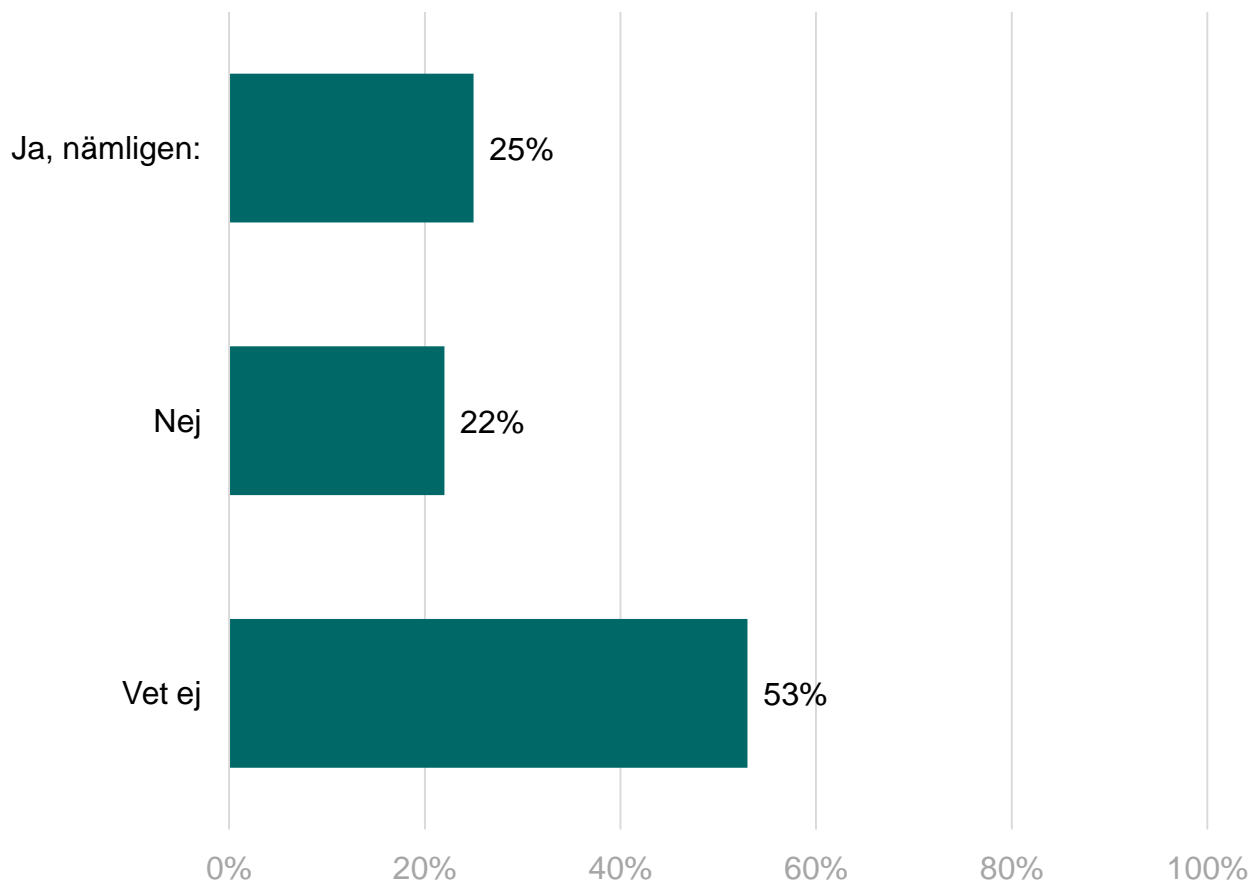
Fråga: Hur tror ni att era investeringar för content marketing kommer att se ut 2016 i förhållande till 2015?



BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)

Jobbar med content marketing**Att testa "nytt" under 2016 är aktuellt för en av fyra**

Fråga: Tror du att ni kommer att göra någon content marketing-aktivitet under 2016 som ni inte gjort 2015?



BAS: De som jobbar med content marketing (n= 76)

# Öppna svar, vilka nya aktiviteter kommer man göra under 2016

Fråga: Tror du att ni kommer att göra någon content marketing-aktivitet under 2016 som ni inte gjort 2015?

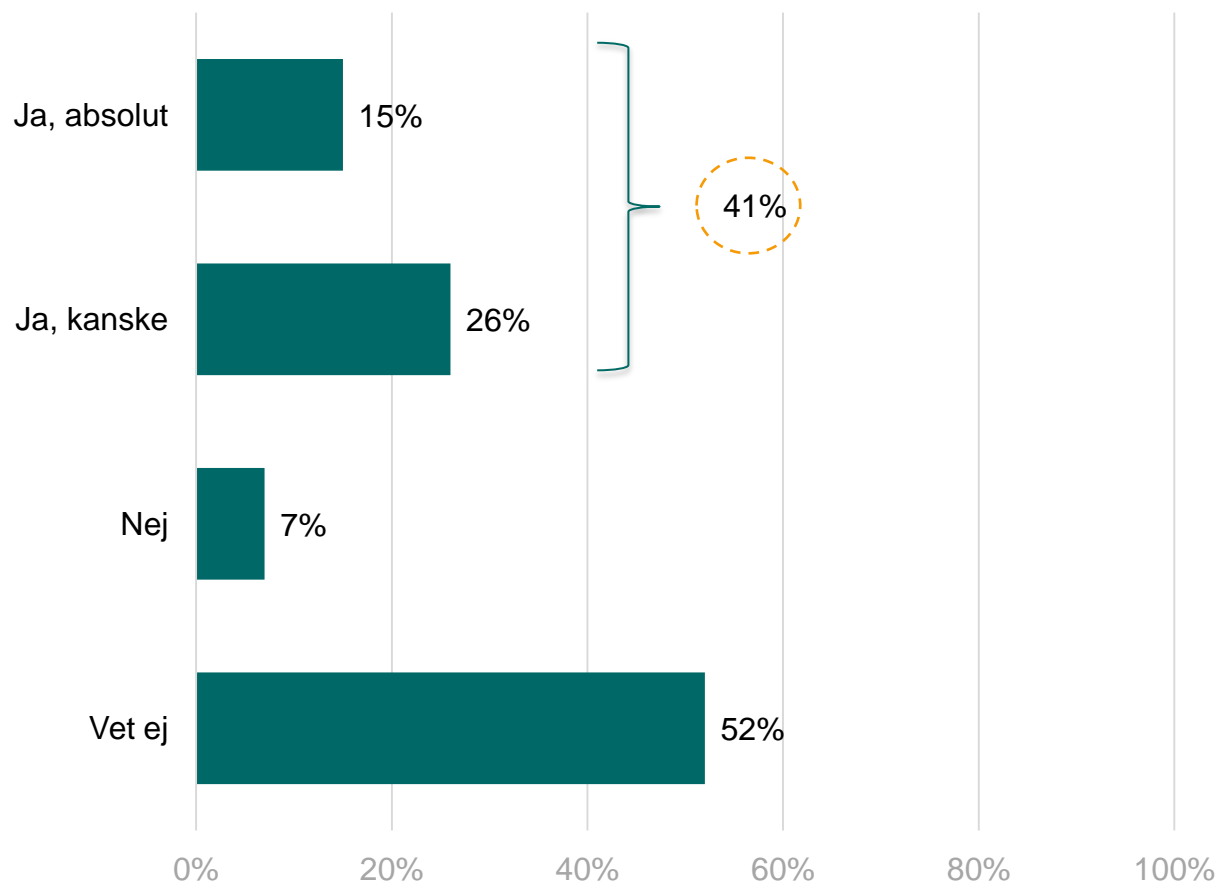
**Ja, nämligen...CITAT**

- E-marknadsföring via nytt emarketing-verktyg
- Film
- Fler filmer
- helt säkert
- i nya kanaler
- Innovationsdag
- ja
- Kundtidning
- Kundtidning
- men inte klart vilken
- Mer
- mer video
- Mera av det vi gör!
- Olika
- poddar och mer video
- Road show med
- rörligt media
- Upplevelsebaserad marknadsföring
- Vill inte berätta

Jobbar inte med content marketing

# Även om man inte jobbar med content marketing idag, är det inte omöjligt att man gör det i framtiden

Fråga: Tror du att ni gång i framtiden kommer att jobba med content marketing?



BAS: De som inte jobbar med content marketing **Obs! LÅG BAS**

# Kommentar

# Kommentar

Vi har genomfört en mindre kartläggning bland marknadschefer om hur de ser på content marketing. Tyvärr har vi få intervjuer och en låg svarsfrekvens, så resultatet ska tolkas med försiktighet. Urvalet är köpt och vi vet inte heller i vilken utsträckning urvalet är representativt avseende företagsstorlek.

## **Om vi utgår från de 103 som svarat på våra frågor kan vi konstatera följande:**

Drygt hälften av de som svarat på undersökningen menar att de vet vad content marketing är, men var femte har bara hört talas om begreppet och lika många svarar att de inte vet vad det betyder eller står för. Det finns alltså en kunskapslucka kring själva begreppet i denna grupp.

Sättet man arbetar på är främst via både med tryckta och digitala kanaler. De som svarat på undersökningen jobbar framförallt med redaktionellt innehåll på webben, nyhetsbrev och Facebook. Denna grupp menar att content marketing fungerar bäst för att stärka varumärket, vårda befintliga relationer och hitta nya kunder

Det är få som jobbar med contentbyråer, det är fler som anger att de jobbar med reklambyrå eller webbyrå. Nästan hälften producerar sina contentaktiviteter inhouse.

Hur man följer upp beror helt klart på vilken typ av aktivitet man ska följa upp. Intern statistik, egna mätningar och försäljningssiffror är de specifika tillvägagångssätten som får högst instämmandetal.

Att lägga en strategi för content markering verkar inte vara så vanligt, åtminstone inte att dokumentera den. Ca hälften uppger att de har en strategi, men endast 18 procent uppger att den är dokumenterad. Man kan fråga sig varför det är på detta sätt.

# Kommentar (2)

I årets mätning ser vi att sex av tio har en content marketing budget under en miljon. Det är också här vi ser den stora skillnaden mellan målgrupperna 2013 och 2015. I år har vi helt enkelt pratat med företag som har en lägre budget och sannolikt även en lägre omsättning, alltså mindre företag 2015. Eventuellt kan detta vara en delförklaring till den kunskapslucka vi ser i resultatet.

Framtidstron är positiv och fyra av tio tror att deras investeringar för content marketing kommer att öka under 2016. Många tror också att man kommer att göra nya aktiviteter under 2016.

## Till sist

Det är svårt att dra slutsatser med så låg svarsfrekvens och endast 103 svar. Men om vi utgår från dessa 103 svar kan vi konstatera att det, precis som 2013, finns ett intresse för content marketing hos marknadscheferna. Man har en åsikt om i vilka sammanhang content marketing fungerar bäst och många är också intresserade att "testa nytt".

Vi ser också att det finns en kunskapslucka, drygt fyra av tio inte vet vad content marketing är.

Hur man jobbar med content marketing varierar bl a utifrån marknadsstrategier, typ av företag, bransch och storlek. Det område, i vår undersökning, där man kan spekulera kring att dessa faktorer har något mindre påverkan är framtidstron. Om vi tror att framtidstron på något sätt är mer generell, och inte så styrd av bl a företagsstorlek och marknadsstrategier, så är det positivt eftersom företagen i vår undersökning tror på ökade investeringar och nya aktiviteter under 2016 inom content marketing. Låt oss hoppas att det är en generell inställning som inte bara gäller för våra 103 företag.

**Presentation**  
**2015-12-01**

 **NOVUS**

**SWEDISH**  
**CONTENT**  
**AGENCIES**