

Verksamhetsberättelse 2017

SWEDISH  
CONTENT  
AGENCIES

## Välkommen

Här en summering av branschorganisationen Swedish Content Agencies 2017. Under året ökade antalet medlemsföretag och vid årets slut var 36 byråer medlemmar - fler än någonsin tidigare. Vår nya strategi antogs och implementerades där fokus är att vara ett kunskapsnav. Under hösten rekryterades en ny vd, Madeleine Bäck, som tillträder på heltid som vd för Swedish Content Agencies den 8 januari 2018. ●

Tack för allt!



**Elisabeth Thörnsten**  
avgående Vd,  
Swedish Content  
Agencies, Stockholm,  
december 2017

## Ny VD

Ökad nytta, ökad kunskap och kompetens inom content marketing. Nu växlar Swedish Content Agencies upp och jag är stolt och glad över förtroendet att leda branschorganisationen mot en starkare framtid. ●

Tack! Vi ses under 2018!



**Madeleine Bäck, vd**  
Swedish Content Agencies,  
Stockholm, mars  
2018

07

Därför Content Marketing.

09

Styrelseordförande har ordet.

10

Internt i organisationen.

12

Event, marknadsföring  
och externa uppdrag och  
arrangemang.

16

Kontakt.

# Därför Content Marketing

Content Marketing? Självklart. Detta (och mycket mer) kan du tjäna på att jobba med framtidens marknadsföring:



## 1. Du får fans

Med Content Marketing kan du bygga ett varumärke som målgruppen på riktigt engagerar sig i, tror på och identifierar sig med. Sådana kunder stannar. Och dessutom – de sprider ditt budskap vidare. ●



## 3. Ditt varumärke växer

Står du och stampar? Byt strategi. Content Marketing jobbar långsiktigt, med målet att stärka eller förflytta ditt varumärke. ●



## 2. Du säljer mer

Content Marketing är skyltfönstret som möter din målgrupp just där de befinner sig, och just när du vill. Det ökar möjligheten att ditt budskap får effekt. ●



## 4. Dina kanaler blir kompisar

Trött på att marknadsföringen spretar? Effektiv Content Marketing har en plan som integrerar flera olika kanaler. ●

# Styrelseordförande har ordet

## KOMMUNIKATIONSLANDSKAPET

ska vara i förändring och ständigt utvecklas, annars är det inget kommunikationslandskap. Under 2016 har takten på förändringar, framförallt inom det digitala varit påtaglig. De flesta företag och organisationer står inför någon form av strukturell förändring som är kopplad till digital transformation. Gamla frågor måste ställas på nytt. Varför gör vi det vi gör? Vad levererar vi? Vilka vill vi nå? Hur? När?

Mitt i denna ström av förändringar så finns det något att samlas kring. Nämligen budskapet. För att lyckas måste man ha en enhetlig bild av vilket budskap som ska förmedlas, både internt och externt, och det ska vara transparent och relevant.

Att skapa och förädla content som blir intressant för målgruppen är en uppgift som Swedish Content Agencies medlemmar dagligen jobbar med. Vi ser en

efterfrågan på kunskapen att ta ett företags budskap vidare till bra content marketing, som både upplevs som intressant av målgruppen, men som också bidrar till affären och förmågan att skapa dialog med sin målgrupp. Att kunna få nya och rätta svar på de gamla frågorna.

Verksamhetsåret 2016 har bestått i att stödja medlemmarna och att skapa insikter för företag och organisationer. Vi ser fram emot ett nytt verksamhetsår 2017, där vi hoppas att kommunikationslandskapet fortsätter vara i utveckling och med content som navet i den förändringen. ●



**Maria Westman**  
Ordförande,  
Swedish Content Agencies

# Internt i organisationen

## Medlemmar

Under året har föreningen haft glädjen att välkomna 10 nya medlemsföretag. Dessa är Adflix, Borg & Owilli, Chimney, Curious Mind, Flowbox, FLX 2.0, Nyheter 365, The Bond Communication och Wasp Communication.

Contentbyrån Åkesson & Curry köptes under året upp av Chimney och Just Rivista bytte namn till Break a Story Communication. Byrån Nordic Mornings del som jobbar med content marketing heter numera Nordic Morning Data Driven Content (tidigare Sitrus).

Antalet medlemsföretag uppgick per den 31 december 2017 till 36 stycken: Adflix, Appelberg Publishing Group, Bee Production, Birdh, Borg & Owilli, Brand New Communication, Brand New Content, Break a Story Communication, Brid, Chimney, Content Innovation, Curious Mind, Diggin Larry, FinalContent, Flowbox, FLX 2.0, Glory Days, Icon Brands, Intellecta Corporate, Karlöf Marknadsföring, Lovstrom Content, Make Your Mark, Mediaplanet, Newsroom, Nordic Morning Data Driven Content, Nyheter 365, Oh My, OTW, Roxx Communication Group, Rubrik, Spoon Publishing, Starlings, The Bond Communication, Tidningsmakarna, Wasp Communication och Åkesson & Curry.

## Ny strategi

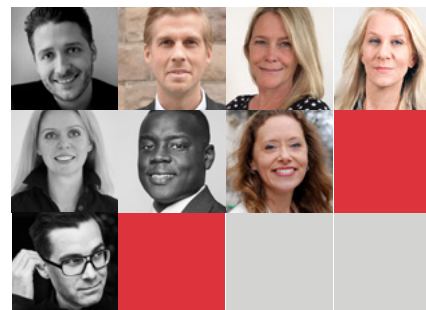
Under 2016 genomförde vd och styrelsen merparten av ett arbete med att ta fram föreningens nya strategi 2017-2020. Arbetet skedde genom styrelsemöten, en digital vd-enkät och elva vd-intervjuer. Under hösten 2016 togs en extern konsult in för att facilitera processen.

Styrelsen kände sig nöjd med sitt förslag till ny strategi i december 2016 men för att ge alla medlemmar möjlighet att bidra och påverka genomfördes ett "skugg-seminarium" den 11 januari 2017 som samtliga medlemsföretag bjöds in till. Den nya strategin presenterades på föreningens årsmöte den 23 mars.

I vår nya strategi så tar vi fasta på utvecklingen och branschglidningen som pågår inom kommunikationsbranschen. Vi ser att content marketing i framtiden kommer att få ännu större betydelse när företag och organisationer kommunicerar sina budskap till sina målgrupper. Att kontinuerligt skapa, producera och publicera relevant innehåll bygger förtroende och främjar dialoger.

## Huvudpunkterna i Swedish Content Agencies nya strategi

- Kunskapsnav: Vi delar med oss av våra kunskaper och erfarenheter inom content marketing och vi skapar mötesplatser för både våra medlemmar och kommunikationsköpare. Våra medlemsföretag är experterna på content marketing och vi diskuterar och utmanar den pågående utvecklingen.
- Skapa nytta: Vi skapar nytta för våra medlemsföretag och för kommunikationsköparna. Detta kan vara både i form av information och inspiration – till exempel verktyg, möten, event och olika samarbeten.
- Kompetensförsörjning: Vi vill öka kompetensen inom content marketing och stödja våra målgrupper i rekryteringar inom området. Vi kommer att öka våra samarbeten med skolor.



## Styrelsen från vänster uppifrån:

Björn Owen Glad (Spoon), Oscar Johansson (Glory Days), Eva Brandsma, Bee Production, Kajsa Ericson, Starlings Karin Almcrantz (Åkesson & Curry), Mikael Owilli, Borg & Owilli, Maria Westman (Chimney), Daniel Roos (Make Your Mark), Joanna Rydbeck (Mediaplanet Group), Benke Carlsson, OTW

## Styrelsearbete

Under 2017 har sex ordinarie styrelsemöten hållits, ett extra styrelsemöte (endast styrelsen) samt ett konstituerande styrelsemöte.

Vid årsmötet den 23 mars 2017 valdes följande personer till styrelsen och valberedningen:

## Ordinarie styrelseledamöter:

- Maria Westman, Appelberg (ordförande)
- Björn Owen Glad, Spoon (vice ordförande)
- Karin Almcrantz, Åkesson & Curry
- Benke Carlsson, OTW
- Oscar Johansson, Glory Days Media
- Daniel Roos, Make Your Mark
- Joanna Rydbeck, Appelberg

## Suppleanter:

- Eva Brandsma, Bee Production
- Kajsa Ericson, Starlings
- Mike Owilli, Borg & Owilli

Samtliga styrelseledamöter och suppleanter väljs på ett år vid ordinarie årsmöte och nomineras av valberedningen.

## Valberedning 2017/2018:

- Eva Kjeller, Åkesson & Curry (sammanställande)
- Anders Neck, Glory Days
- Anna Olsson, Make Your Mark

## Arbetsgrupper

Swedish Content bedriver en hel del arbete i olika arbetsgrupper. Grupperna initieras av styrelsen och i grupperna ingår personer från olika medlemsföretag, oftast en eller flera personer från styrelsen samt Swedish Contents vd. Som medlem går det utmärkt att höra av sig om man vill engagera sig i någon av grupperna. Under året har arbetsgrupperna för Swedish Content Awards och Content Day varit aktiva. En arbetsgrupp för mätningar och uppföljningar har också funnits men har inte hållit några möten.

## Medlemsbevis

Alla medlemsföretag erhåller ett diplom som intygar att företaget är medlem i föreningen och med iakttagande av god etik tillvarar sina uppdragsgivares intressen och främjar deras affär. Medlemsbeviset förnyas årligen. Som medlem får man även använda föreningens digitala medlemssymbol.

## Årsmöte och vd-middag

Den 23 mars hölls Swedish Content Agencies årsmöte ombord på båten Sjö & Land som ligger förtöjd vid Strandvägen i Stockholm. Efter årsmötet hölls ett konstituerande styrelsemöte och middag för styrelsen, medlemsföretagens vd:ar samt valberedningen. ●

# Event, marknadsföring och externa uppdrag och arrangemang

## Content Day

Den 25 januari hölls den fjärde upplagan av Content Day. Dagen startade med gemensam lunch som följdes av föreläsningar hela eftermiddagen. Med syfte att erbjuda möte, kunskap och inspiration om content marketing samlade dagen drygt 140 personer på Venue81 i centrala Stockholm. Temat för dagen var "Insikter". Förutom att många av Swedish Contents medlemsföretag fanns representerade lockade programmet kommunikationsköpare från en mängd olika branscher samt andra konsulter. Dagen leddes av Anna Dyhre (som klarade uppdraget galant trots att hon fick hoppa in med mycket kort varsel). Några av dagens mest uppskattade talare var Siduri Poli, framtidsspanare och grundare av Changers Hub, retorikexperten Elaine Eksvärd samt en paneldebatt med bland andra sociala medier-experten Brit Stakston. Dagen avrundades med ett mingel i biografens foajé.

## Swedish Content Awards

Tävlingen Swedish Content Awards (Guldbladet fram till och med 2015) arrangerades för 17:e gången.

Ett 1:a och 2:a pris delades ut i 19 olika kategorier:

- Lösning och effekt: 12 kategorier fördelade på bransch.

- Hantverk: 4 kategorier belönar hantverket.
- Juryns specialpris: 3 kategorier belönar Bästa internkommunikation, Bästa b2b och Bästa b2c.

På Berns i Stockholm ägde Swedish Content Awards rum den 31 maj.

Juryen valde att nominera 77 av totalt 205 tävlingsbidrag. På galan fick 1:a pristagaren i varje kategori gå hem med en fin glasstatyett som tagits fram av Jonas Torstensson och Linda Røjås Söderman på Torstensson Design. 2017 års färg på statyetten var grenadine-röd.

Årets jury bestod av:

- Sara Rosengren, professor i marknadsföring, Handelshögskolan Stockholm (juryns ordförande)
- Staffan Ekengren, chef för Scania Newsdesk
- Pia Grahn, vd, Regi Research och strategi
- Ulf Hermansson Samell, marknadschef Sveriges Annonssörer
- Redwaan Hossein, Digital Manager, Adidas
- Mats Rönne, konsult
- Olle Lidbom, kommunikationschef Norstedts Förlagsgrupp
- Johan Lopes Helgesson, Adobe Systems Nordic
- Caroline Rudbeck Head of Group Communication, Dustin



FOTO: JOHANNA NORIN

## Året som gått

- » • Johan Sâthe, chefredaktör Resumé
- Josephine Wallin, Senior Art Director, King
- Sofia Wingren, vd Hyper Island

Även hederspriset "Bästa bransch-gärning" delades ut för andra gången. Juryn består av Swedish Content Agencies styrelse och priset tilldelas en person, ett team eller en organisation som har verkat för att höja kvalitén och drivit utvecklingen framåt inom området content marketing på den svenska eller nordiska marknaden. Denna gång gick priset till Joakim Arhammar och Pontus Staunstrup som skrivit boken "Content marketing för alla".

Cirka 260 personer kom till galan på Berns som leddes av innehållsskaparen Edward af Sillén.

### Medlemsseminarier

Med jämna mellanrum arrangerar Swedish Content Agencies seminarier. Ibland är seminarierna unika och skräddarsydda för medlemsföretagen. Ibland är de även mötesplatser för medlemmar och kommunikationsköpare.

Den 16 mars hölls ett eftermiddagsseminarium för Swedish Contents medlemmar inför inlämningen av bidrag till Swedish Content Awards. Sara Rosengren, som varit ordförande för juryn för Swedish Content Awards under två år delade med sig av sina bästa tips inför inlämningen av tävlingsbidrag. Inte minst vad man ska tänka på gällande uppföljningar och mätningar av content marketing.

Den 30 augusti hölls ett frukostseminarium hos PP Pension där varumärkesstrategen Mats Georgson som även hjälpt föreningen att ta fram en ny strategi höll ett seminarium om hur

en contentbyrå kan arbeta för att bli kundens viktigaste partner.

Med anledning av den nya data-skyddsförordningen GDPR som träder i kraft den 25 maj 2018 hölls medlemsseminarier om detta både i Göteborg och Stockholm under september och oktober månad. Maria Winckler, jurist på MAQS, talade om ämnet och hur man förbereder sig på bästa sätt inför den nya lagen.

I november 2016 inledde Swedish Content Agencies ett samarbete med IHM Business School. Samarbetet innebär att Swedish Contents medlemsföretag tillsammans med kunder bjuder på kunskap genom att presentera intressanta content marketing-case. Under 2017 hölls sju sådana eftermiddagsseminarier i Stockholm, Göteborg och Malmö. Vid varje tillfälle presenterade två medlemsföretag ett case tillsammans med varsin kund och mellan presentationerna gavs tillfälle för nätverkande och mingel. Seminarierna har varit välbesökta – främst av kommunikationsköpare från olika företag och organisationer - och har väckt stort engagemang hos publiken. Att visa på hur byrå och kund har arbetat tillsammans för att nå framgång har varit en nyckel för att väcka publikens intresse.

### Sponsorer och samarbetspartners

Under året har följande företag varit en betalande sponsor eller produktions-sponsor för Swedish Content Agencies: 61st, Green Hat People, Online Voices, Pentrace, PP Pension, Printr, Resumé, Trydells Tryckeri, Venue81, Winefinder. Tack också till de medlemsföretag som har bidragit som produktions-sponsorer vid olika sammanhang: Oh My, OTW, Spoon och Åkesson & Curry.

### Externa uppdrag och arrangemang

- Swedish Content Agencies deltog som main partner för den tredje upplagan av Super Content Marketing som arrangerades av Mindvision på Chinateatern.
- Föreningens vd Elisabeth Thörnsten har suttit med i ledningsgruppen för utbildningen Digital Content Designer på Medieinstitutet sedan utbildningen startades 2014.

Swedish Content Agencies är del av International Content Marketing Forum, ICMF som verkar för att lyfta content marketing internationellt. Swedish Contents styrelseordförande Maria Westman deltog på ett möte i november 2017 då hon företrädde föreningen och träffade internationella branschkollegor. På mötet talades mycket om förväntnings på det nya året, som hon sedan listade i ett blogginlägg:

1. Branschglidningen – kommunikationen i köpta, egna och förtjänade kanaler fusioneras hos företagen och på byråerna
2. Kundupplevelsen som ett nav
3. Affären och ett högre syfte i fokus

### Medlemsblogg

På medlemsbloggen Spaningar som har funnits på Swedish Contents webbplats sedan 2014 publicerades 13 nya bloggposter författade av olika medlemsföretag under året. På bloggen erbjuds alla medlemsföretag möjligheten att skriva inlägg om content marketing.

### Nyhetsbrev och medlemsbrev

Ett medlemsbrev samt olika informationsmail i olika format utkommer frekvent och distribueras till föreningens olika målgrupper.

### Webbplats

En av de viktigaste delarna på föreningens webbplats [swedishcontent.se](http://swedishcontent.se) är där föreningens medlemsföretag erbjuds att presentera sig själva. Under hösten 2017 påbörjades arbetet med att göra om webbplatsen, ett arbete som är beräknat att sjösättas under januari 2018.

### #sistabriefen

I kölvattnet av uppropet #metoo gick också kommunikations-, pr- och reklambranschen samman i uppropet #sistabriefen. Med anledning av detta tog Sveriges Kommunikatörer initiativ till att samla intresse- och branschorganisationer för att ta ett gemensamt ansvar. På ett första möte i början av december medverkade representanter från Komm, Sveriges Kommunikatörer, Sveriges Annonsörer, Precis, Medieföretagen Almega, Dik, SES, Marknadsförbundet, Reklamombudsmannen, Svenska Pr-företagen, Swedish Content Agencies och Swedma. Arbetet fortsätter under 2018 och samtliga parter är överens om att det är viktigt att jobba utifrån ambitionen att arbetet som sker är långsiktigt. ●



## **Kontakt**

Swedish Content Agencies  
C/o Pluralis  
Kungsgatan 29, 4 trappor  
111 56 Stockholm

Madeleine Bäck, vd  
0709-80 00 27  
madeleine.back@swedishcontent.se

Maria Westman, styrelseordförande  
0708-72 07 97  
maria.westman@cbywest.se

[swedishcontent.se](http://swedishcontent.se)