

OUR INDUSTRY

Creating relevance in the big picture

24 SEP 2020

Hos MediaCom Group Danmark skaber vi resultater for vores kunder ved at sikre relevans i det store billede.

Dit brand skal være værd at følges med – på alle delene af kunderejsen

Forbrugernes magt til at gå deres egne veje er godt på vej til at overhale mulighederne for at betale sig til opmærksomhed. Grænserne mellem paid, owned og earned media bliver sværere at få øje på og derfor bliver relevans den vigtigste nøgle til at tage skridtet fra ren opmærksomhed til reelt engagement.

Vi bygger bro mellem paid og owned

Det kræver både perspektiv, overblik og fremsyn at navigere i et komplekst marketinglandskab. Og der skal kreativitet, et strategisk mindset og masser af data til for at være relevant og meningsfuld for forbrugerne.

Hos Mediacom Group Danmark bygger vi bro mellem paid og owned media, og vi skaber inspirerende, data-drevet indhold til rigtige personer – ikke fiktive personaer. Vi er specialister i strategi, anvendelse af data og aktivering på digitale medier, og vi er mere end 100 specialister, der arbejder sammen for at få det til at ske hver dag.

Se hvordan vi skaber relevans for vores kunder

- [Læs hvordan vi lavede relevant indhold med rigtige mennesker, som gjorde en forskel for Nicotinell.](#)
- [Læs hvordan vi skabte platform relevant indhold for Toyota, som målgruppen brugte tid med og som ændrede deres præference.](#)
- [Læs hvordan vi optimerede White Away Groups Google Ads, hvilket resulterede i mere relevante annoncer til bedre priser.](#)
- [Læs hvordan vi trængte igennem til den unge målgruppe med relevant indhold, som fik antallet af ansøgninger til Forsvarets Uddannelser til at stige med 30%](#)
- [Læs hvordan vi kombinerede Kviks butiksdatabaser med digital annoncering, som over de seneste tre år har fået deres ROI til at stige med 24%](#)

Kulturel relevans – er dit brand meningsfuldt og brugbart?

Forbrugerne har magten til at vælge og vrage, og oplevelsen af relevans er et centralt valgkriterie for de fleste. Hvis dit er brand meningsfuldt og brugbart, så er det

relevant. Men det kræver en fast finger på pulsen og indsigt i både subkulturer og brede trends inden for medier, kunst, mad, sport og musik at vælge de rette budskaber og den rette form.

[Læs hvordan vi lavede relevant indhold med rigtige mennesker, som gjorde en forskel for Nicotinell.](#)

Sådan skaber vi kulturel relevans:

- Årligt kulturstudie
- Data- og indsigtsanalyse
- Udvikling af kreativt content
- Influencer marketing
- Partnerskaber med distributører
- Redaktionelt indhold

Platform relevans – udnytter dit brand mediernes potentiale?

Mangfoldigheden af medietyper og kanaler gør det til en kompleks opgave at skabe indhold. Hvert medie og hver platform anvendes vidt forskelligt af slutbrugerne. Det stiller forskellige krav til indholdet, som både kan gå i bredden og i dybden. Have lyd på eller ej. Være langt eller kort. Kun ved at forstå og udnytte de specifikke muligheder i de enkelte platforme, kan dit brand være relevant og blive set.

[Læs hvordan vi skabte platform relevant indhold for Toyota, som målgruppen brugte tid med og som ændrede deres præference.](#)

Sådan skaber vi platform relevans:

- Verdensledende i cross-media indsigter
- Planning på tværs af medier
- Specialister i implementering, levering og optimering
- Kanalspecifik kreativ udvikling og tilpasning

Personlig relevans – møder dit brand forbrugeren på rette tid og sted med det rette budskab?

Brands kan ikke længere nøjes med én stor fortælling og 'one size fits all' kommunikation. I dag skal dit brand møde den enkelte forbruger på rette tid og sted i kunderejsen med det helt rigtige budskab. Det kræver præcision, timing og tilpasning til den enkeltes adfærd, livsfase og situation. Ikke bare én gang, men konstant. Derfor tror vi på, at relevans skabes gennem interaktion og dialog med rigtige mennesker – ikke fiktive personaer – gennem automatiserede kommunikationsprocesser.

[Læs hvordan vi optimerede White Away Groups Google Ads, hvilket resulterede i mere relevante annoncer til bedre priser.](#)

Sådan skaber vi personlig relevans:

- Digital og kreativ optimering på tværs af kanaler
- Brug af 1., 2. og 3. parts data
- mInsightsDMP
- mPlatformcross-media specialister