
INNHOOLDSMARKEDSFØRING - B2B

KIM NYGAARD



METRO
BRANDING



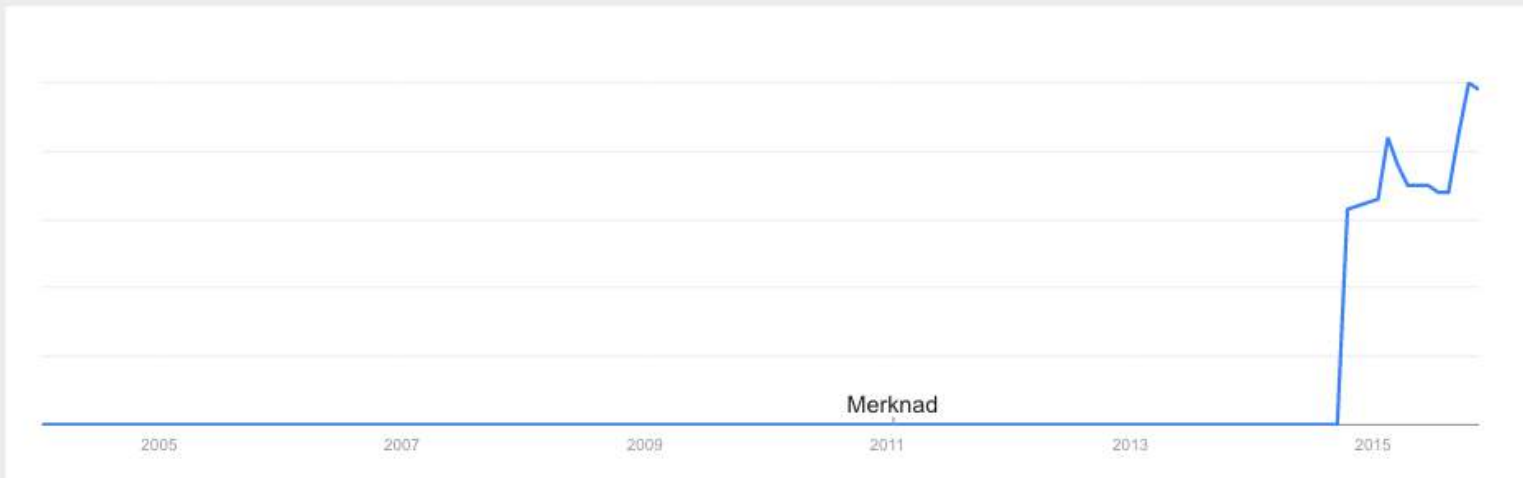


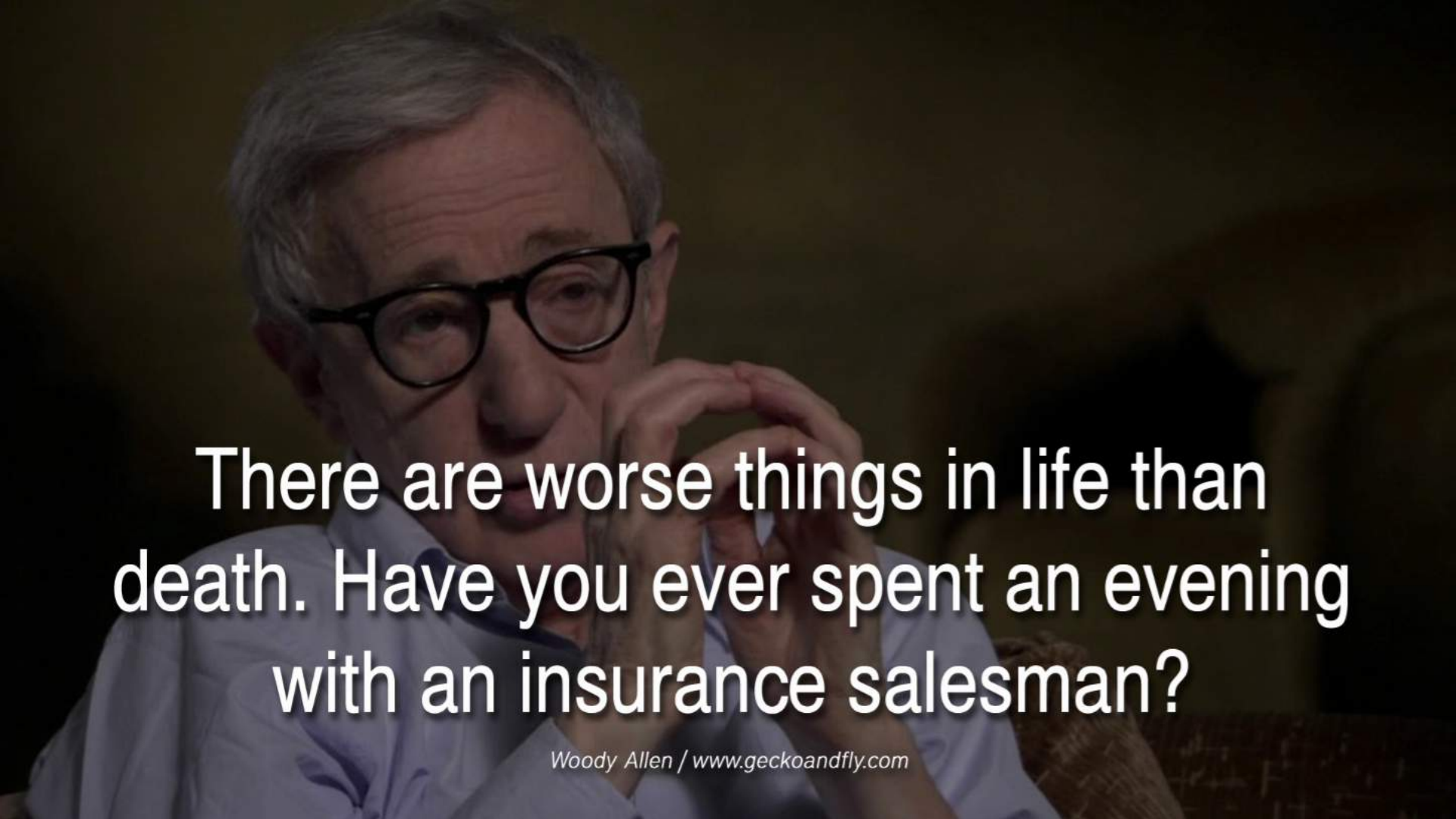
Sammenlign Søkeord ▾

content marketing

Søkeord

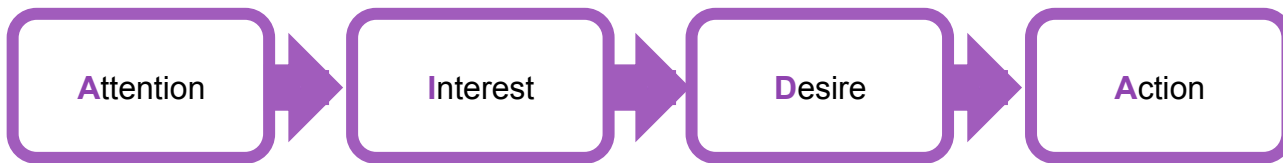
+ Legg til søkeord

Interesse over tid ? Nyhetsoverskrifter prognose ?

A close-up photograph of Woody Allen, an older man with grey hair and black-rimmed glasses. He is wearing a light blue button-down shirt and has his hands clasped together in front of his chin, looking thoughtfully towards the camera. The background is dark and out of focus.

There are worse things in life than death. Have you ever spent an evening with an insurance salesman?

Woody Allen / www.geckoandfly.com





B2B

Google

B2C



81%

of Shoppers
Research Online
before buying



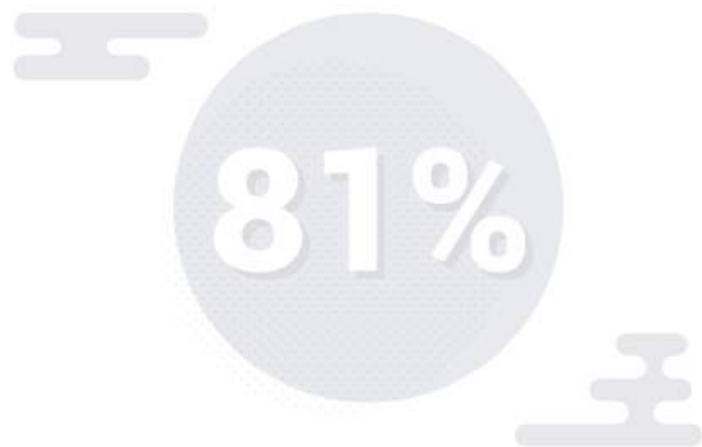
Google

B2B



of Business Purchases
start with **Search**

B2C



of Shoppers
Research Online
before buying

Google



HVA PÅVIRKER SØKERESULTATET?





Reklametilnærming



Kundetilnærming



REKLAME

▶ Finne opp historier

▶ Skape behov

▶ En perfekt verden

▶ PUSH



INNHOLDS- MARKEDSFØRING

▶ Avdekke ekte historier

▶ Innfri behov

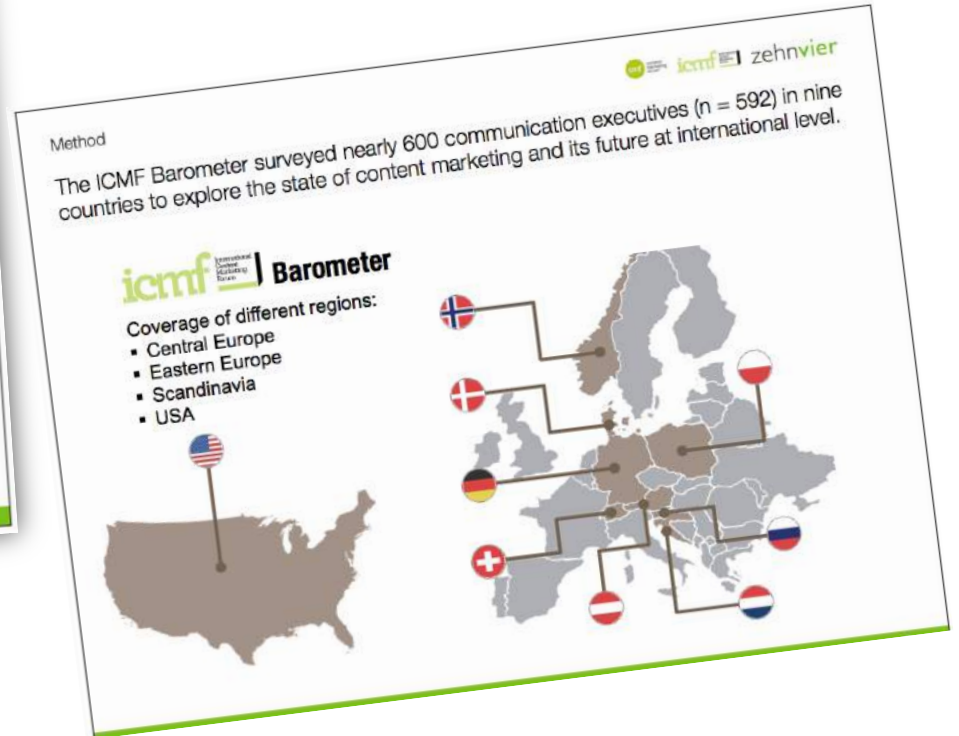
▶ Det virkelige liv

▶ PULL

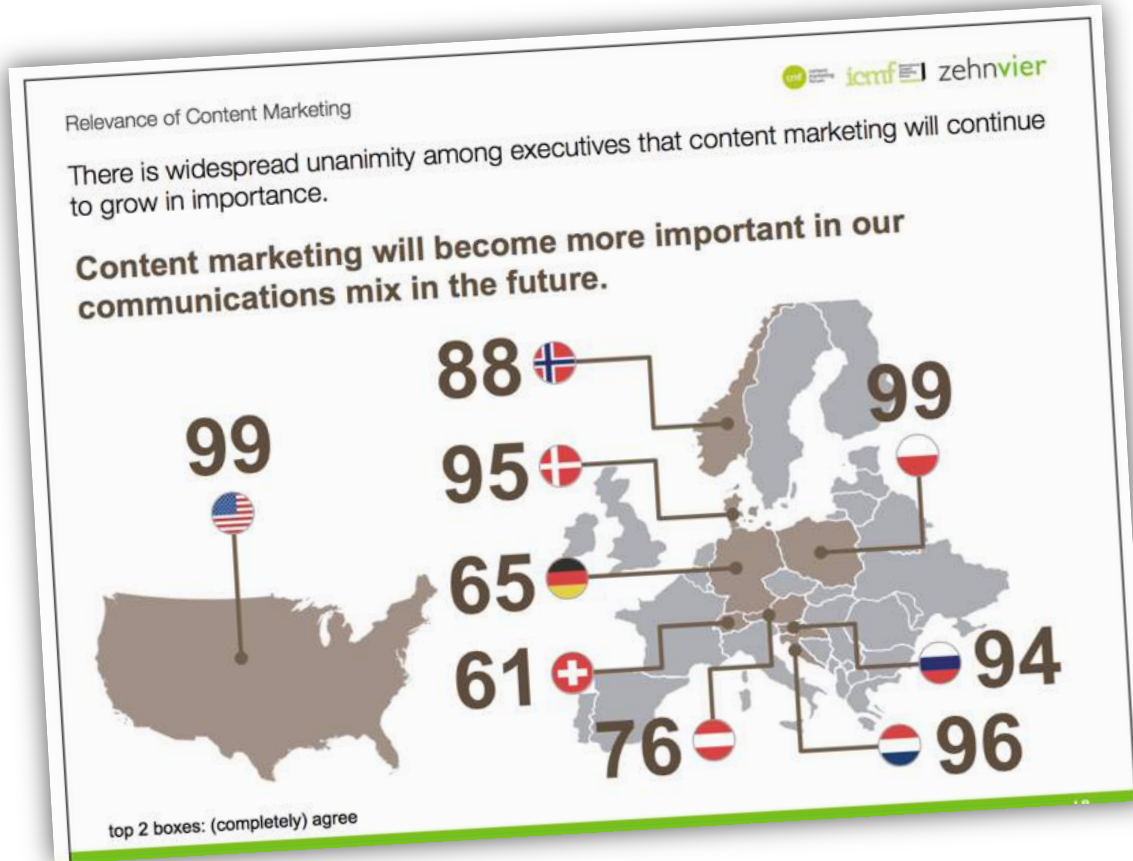
Fra B2B til B4B

The Changing Face
of B2B Marketing

INTERNASJONAL UNDERSØKELSE OM CONTENT MARKETING



NORGE: 88 % MENER CONTENT MARKETING BLIR ENDA VIKTIGERE

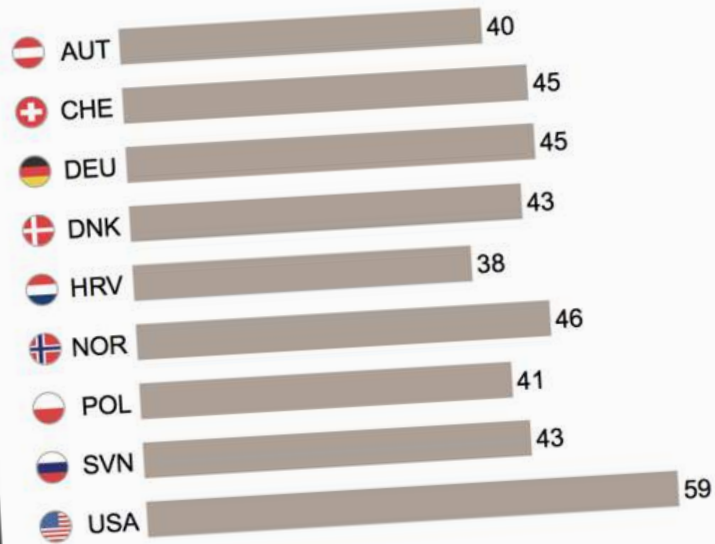


MEN MANGE HAR IKKE EN STRATEGI



Strategy Gap

Less than half of the companies have a defined content marketing strategy. The exception is the USA, where approximately six out of ten organizations have one.



Statement: "Our organization has a defined content marketing strategy." / top 2 boxes: (completely) agree; countries in alphabetical order

ØNSKER OSS MINDRE – MEN BEDRE INNHOLD

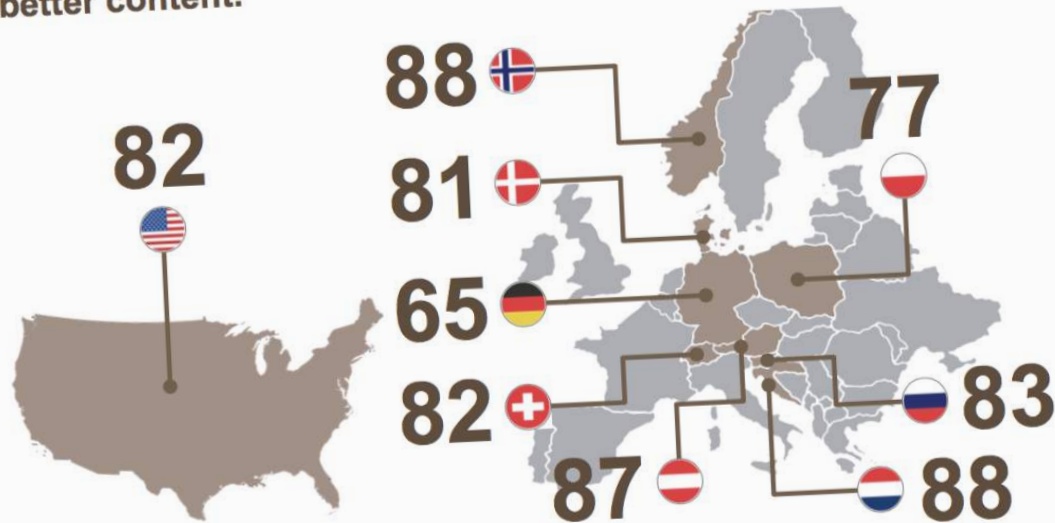


Quality as a Success Factor

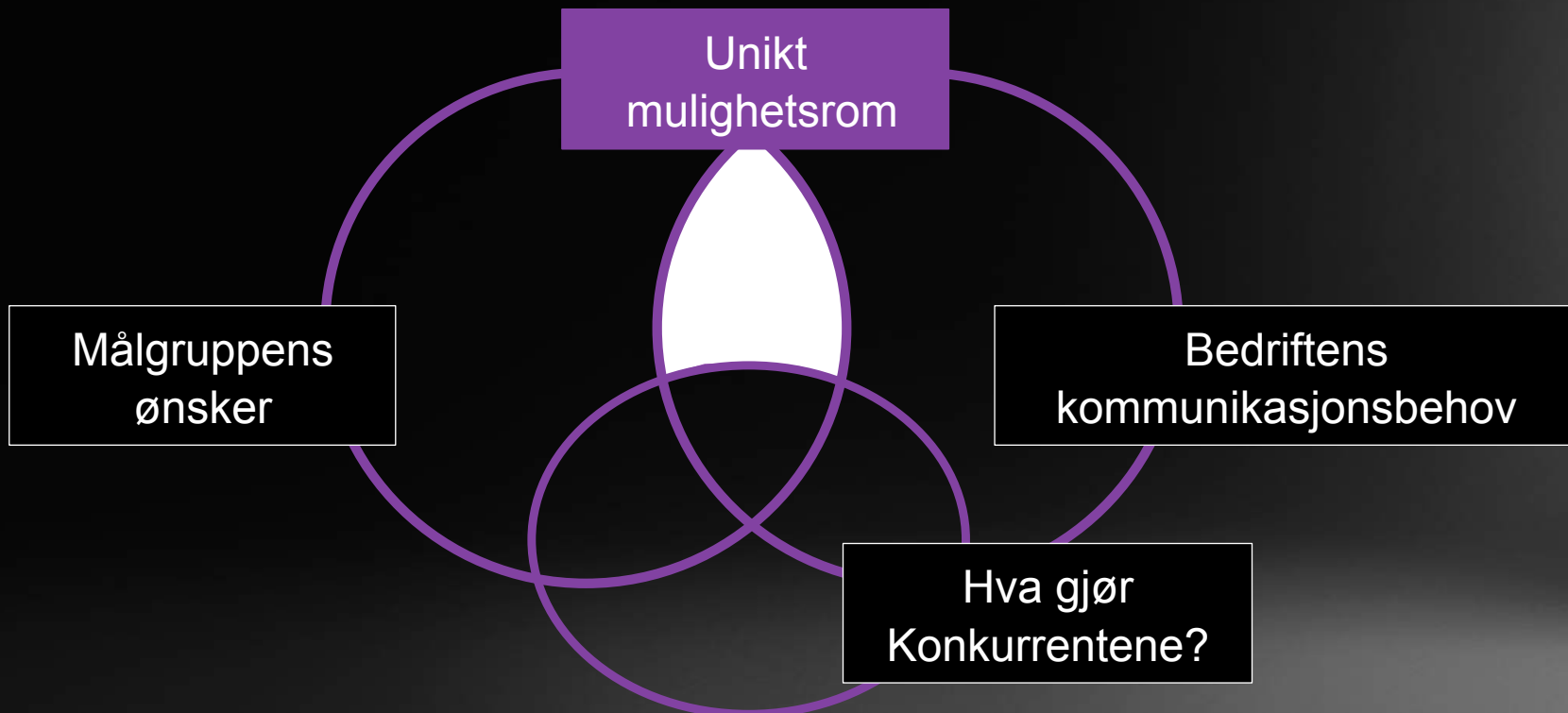


The guiding principle of the future: quality over quantity.

In the future, the smartest organizations will create less but better content.



HVILKET INNHOLD ER "VÅRT"?







**HOW'S - THIS - THING - WORK - AGAIN
MOMENTS**



Vinnerne er de som er tilstede i dine og mine Micro-Moments

- med relevant, godt og verdifullt innhold

Også B2B!



Vinnerne er de som er tilstede i dine og mine Micro-Moments

- med relevant, godt og verdifullt innhold

Også ~~B2B~~ B4B!



**Finn ut hva de er
interessert i og bli deres
beste venn!**



best



friends



GJØR EN SØKEORDSANALYSE!

Norske politikere

- 1 Sylvi Listhaug
- 2 Erna Solberg
- 3 Siv Jensen
- 4 Hadia Tajik
- 5 Jonas Gahr Støre

Hva betyr...?

- 1 Jovial
- 2 Bae
- 3 Emojiene
- 4 Lol
- 5 DM

Norske menn

- 1 Marcus og Martinus
- 2 Alan Walker
- 3 Kygo
- 4 Martin Ødegaard
- 5 Petter Northug

Hvordan...?

- 1 Skrive CV
- 2 Regne prosent
- 3 Tjene penger
- 4 Skrive søknad
- 5 Koke egg



PROTAN BLUEPROOF – BLÅ TAK



Protan BlueProof

CONTROLLING THE FORCES

EKSTREMVÆR ER DEN NYE NORMALEN

Med økt urbanisering og mer nedbør klarer ikke dagens avløpsnett i byer og tettsteder å håndtere overvannet.

KONTROLLERT VANNFORDRØYNING

Protan Blueproof er et revolusjonerende og Sintef-godkjent vannfordrøyningssystem for nye og eksisterende tak.

FINN UT HVA DE *FAKTISK* ER OPPTATT AV

Søkeord	Søk per måned	Konkurransen
Flom	1300	40
Ekstremvær	720	40
Torvtak	720	23
Sedumtak	320	21
Overvann	210	32
Oversvømmelse	210	21
Vannmagasin	110	17
Fordøyningsbasseng	90	16
Fordøyningsmagasin	90	13
Overvannshåndtering	70	1
Overforsvømmelse	50	1
Overflatevann	50	18
Flomskader	10	18



En **søkeordsanalyse** tar sikte på å finne de søkeordene potensielle kunder bruker når de søker i Google etter det du tilbyr.

Høyt søkevolum og lav konkurranse er bra!



VIDEO

- > Video har 80 ganger mer engasjement i sosiale medier enn annet innhold
- > Et bilde sier mer enn 1000 ord
 - en video sier mer enn 1,8 millioner ord per minutt (Forrester)
- > Husk at YouTube er verdens nest største søkemotor
- > Video konsumeres i høy grad i en B2B research-fase
 - ➔ #1 Video om produkttegnskaper
 - ➔ #2 "How-to" videoer
- > 53 ganger større sjans for førstesideplassering i Google med video på nettsiden







**Rekker vi et lite
case til slutt, da?**

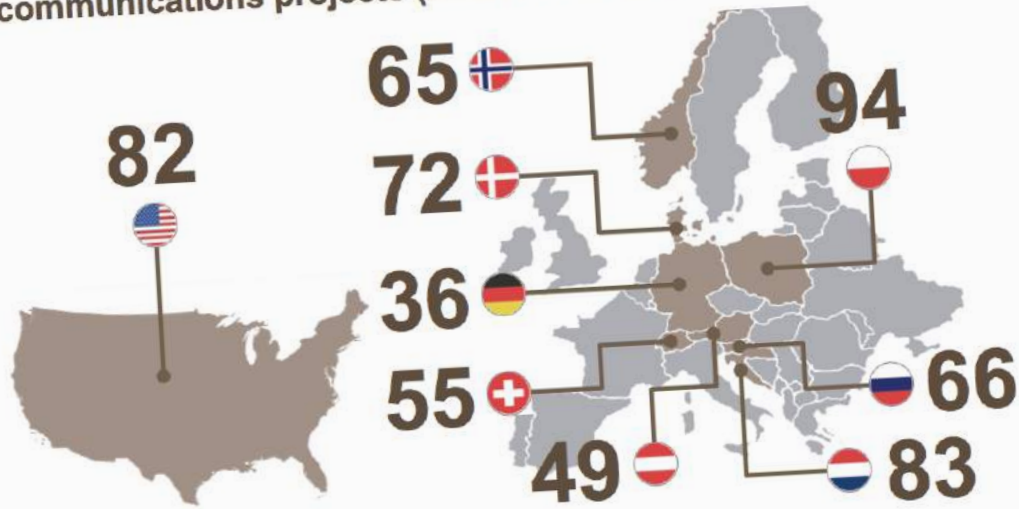
INNHOOLDSMARKEDSFØRING I KAMPANJER



Content Marketing Campaigns

The future importance of time-limited content marketing campaigns is assessed differently from country to country.

In the future, we will be making growing use of time-limited communications projects (content marketing campaigns).



top 2 boxes: (completely) agree

KANALSTRATEGI OG MÅLSETNINGER



FACEBOOK

HENSIKT OG REDAKSJONELL PROFIL

Faglig og sosialt møtepunkt. Innholdet må være enten "veldig nyttig" eller "veldig underholdende".

- Primært distribusjon av stoff fra websiden, når dette er relevant for målgruppen.
- Eget stoff som kun publiseres på Facebook.
- Gjerne lett og ledig tone.
- Aktiv bruk av film og foto.
- MINST én ny sak per uke.

OVERORDNEDE MÅL

- Gjenbesøk: Følger GLAVA på Facebook, fordi det oppleves som et nyttig avbrekk i arbeidshverdagen.
- Skape lojalitet.

KONVERTERING

- Klikk til websiden.

MÅLGRUPPE

Håndverkeren, både bygg, himling og teknisk isolering.



KONKRETE MÅL

- Øke andelen henvisningstrafikk til glava.no (måles i GA).
- Øke engasjement blant følgerne.
- Øke antall unike følgere i målgruppen.

INNHOOLDSMARKEDSFØRING I SOSIALE MEDIER



VINN SUPERLUNSJ PÅ BYGGEPLASS

GLAVA Industri

Registrer deg

Del

Tidslinje Om Bilder Likerklikk Mer

100% responsfrekvens, 30 minutter svarstid
Svar raskere for å si på ikonet

5324 likerklikk +166 denne uken

Rekkevidde for innlegg er 62 807 denne uken

Vis sideoppdateringen
Se innlegg fra andre sider

Kom i kontakt med flere av dem som betyr noe for bedriften.

Promoter side

OM

Glava Superlunsj

Vi byr på superlunsj! Vi i GLAVA® vil gjerne vise at vi verdsetter innsatsen til alle dere som står på ute på byggeplassene. I tida framover skal vi reise rundt med godt humør, god mat og drikke, musikk og godsaker. Vil du ha besøk?

GLAVA.NO

112 359 personer nådd

Freem innlegg

125 likerklikk 130 kommentarer 15 delinger

Liker Kommenter Del







RESULTATER

- Rekkevidde: 450.000 personer
- 150.000 videovisninger
- Engasjement: 90.000 personer

- **5000 likere på FB** 

DET TREFFER I MÅLGRUPPEN!



 **GLAVA**
Publisert av Eli Tørud [?] · 26. januar · 🌐

Nå er'n her!
Hils på GLAVA® Proff 34 – isolerer bedre og er enda enklere å jobbe med.
Ha en god arbeidsdag!



GLAVA® Proff 34
Vi lanserer GLAVA® Proff 34 med bedre isolasjonsevne.
GLAVA.NO

206 481 personer nådd Frem innlegg

👍 Liker 💬 Kommenter ➦ Del

👤 Kjartan Høvik, Anette Holtan og 1,2 k andre Toppkommentarer

107 delinger



BRUK NETTSIDEN / NETTBUTTIKKEN / BLOGGEN SOM ANKER





GLAVA
Publisert av Eli Tørud [?] · 26. januar kl. 07:42 · 🌐

Nå er'n her!
Hils på GLAVA® Proff 34 – isolerer bedre og er enda enklere å jobbe med.
Ha en god arbeidsdag!



GLAVA® Proff 34
Vi lanserer GLAVA® Proff 34 med bedre isolasjonsevne.
GLAVA.NO

196 799 personer nådd Frem innlegg

Liker Kommenter Del 

Kjartan Høvik, Carla Espinoza-Saenz, Anette Holtan og 1096 andre liker dette. Toppkommentarer - 2 av 51

Glava GLAVA® Proff 34

www.glava.no/aktuelt/na-kommer-glava-proff-34/


GLAVA
ISOLASJON FOR NORSKE FORHOLD

MENY

AKTUELT

HJEM / AKTUELT

BYGG



LAGES MED RETURGLASS

Eli Tørud 22.01.2018 AKTUELT + Legg i liste ◀ Del siden

NÅ KOMMER GLAVA® PROFF 34

Vi har videreutviklet hovedproduktet vårt, og lanserer Proff 34, med enda bedre isolasjonsevne.

– Nå har vi tatt hovedproduktet vårt ett steg videre. Det gir mulighet til å isolere norske bygg enda bedre, sier Henrik Norland, produktsjef for bygg i GLAVA®. Proff 35 ble raskt etablert som standardprodukt i markedet for tre år siden. Det er gjort mye innovasjonsarbeid for å sikre utvikling.

“ Nå har vi tatt hovedproduktet vårt ett steg videre. Det gir mulighet for å isolere norske bygg enda bedre. **”**

RELATERTE PRODUKTER

- GLAVA PROFF 34 PLATE
- GLAVA PROFF 34 RULL
- GLAVA PROFF 34 HJELKEPLATE
- GLAVA PROFF 34 TAKSTOLPLATE M/PAPIR

SE MER

RELATERTE SAKER

- SE FILMEN OM GLAVA®
- VI I GLAVA® HJELPER HÅNDVERKEREN
- ÅPNET FRAMTIDAS FABRIKK I STJØRDAL

KATEGORIER

TAKE AWAYS FOR Å LYKKES MED CONTENT MARKETING B4B



- › **Ha en innholdsstrategi i bunn – som er forankret i merkevarestrategien**
- › **Gi ansatte tillit til å dele sin kompetanse**
- › **Fokuser på å løse problemer – ikke å selge dine produkter og tjenester**
- › **Sett deg i kundens sted: ”Hva er det vi kan, som våre kunder ønsker å vite”**
- › **Bruk gjerne søkeordsanalyse for å avdekke hva folk er opptatt av**
- › **Bruk video også B4B**
- › **Tenk mobil først! Mer og mer innhold konsumeres på mobil**

Spørsmål?

kim@metrobranding.no

[@kimnygaard](https://twitter.com/kimnygaard) 



metrobranding.no

