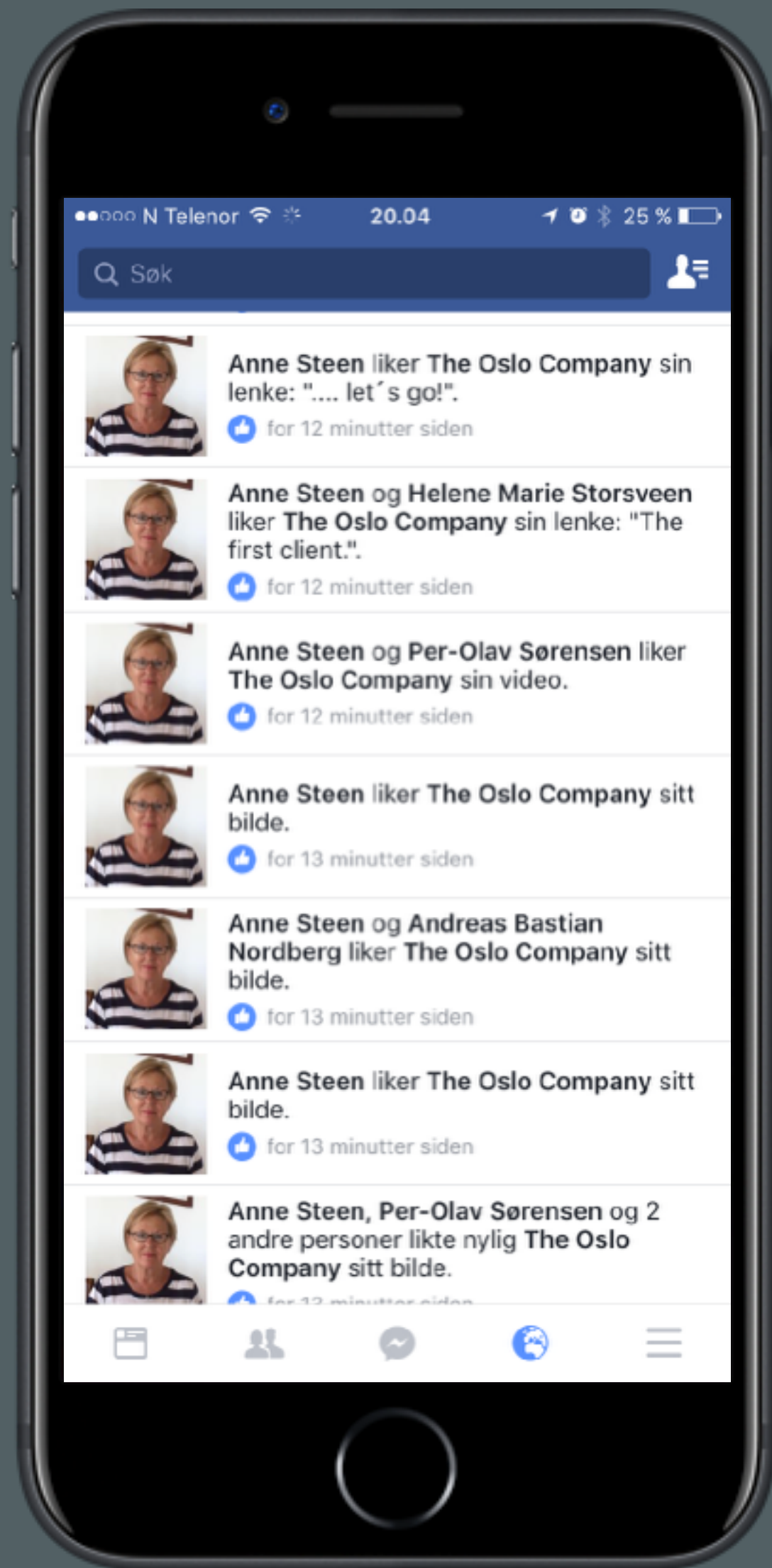




Trond Håndlykken Kvernstrøm
& Christian Steen





Anne Steen liker The Oslo Company sin lenke: "... let's go!". for 12 minutter siden

Anne Steen og Helene Marie Storsveen liker The Oslo Company sin lenke: "The first client.". for 12 minutter siden

Anne Steen og Per-Olav Sørensen liker The Oslo Company sin video. for 12 minutter siden

Anne Steen liker The Oslo Company sitt bilde. for 13 minutter siden

Anne Steen og Andreas Bastian Nordberg liker The Oslo Company sitt bilde. for 13 minutter siden

Anne Steen liker The Oslo Company sitt bilde. for 13 minutter siden

Anne Steen, Per-Olav Sørensen og 2 andre personer likte nylig The Oslo Company sitt bilde. for 12 minutter siden



MELDINGER

nå

Anne Steen

Hva er dette "Fuck Content Marketing"?!? RING MEG!!!



RuterReise



RuterBillett



Mobilb...



Mobil-ID



Taxifix



Innstillinger

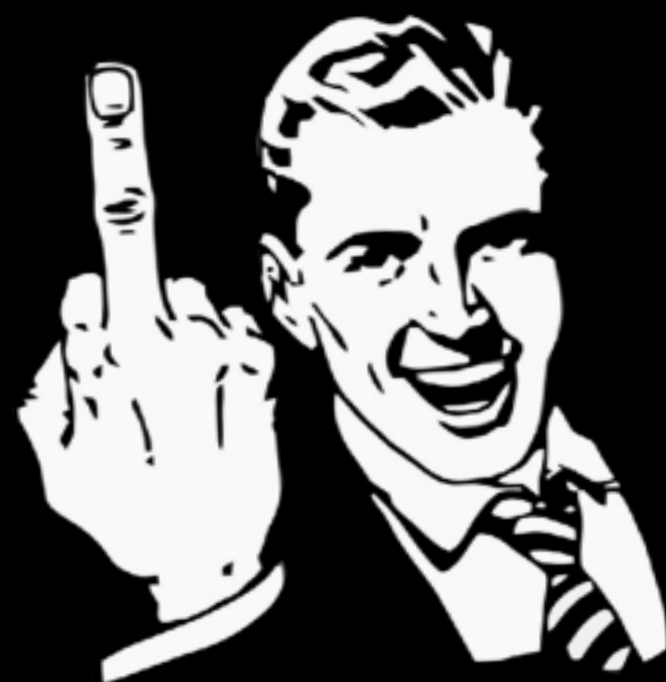


Bilder



Google...





F**@K CONTENT MARKETING!

Content satsningene til mediehusene handler om å løse et medieproblem; å fylle sine egne annonseflater. Ikke å løse kundenes grunnleggende utfordringer.



***Skal du jobbe med
content marketing nå, eller?***



金行
TIANG H

電話:
5-735022
3-937668

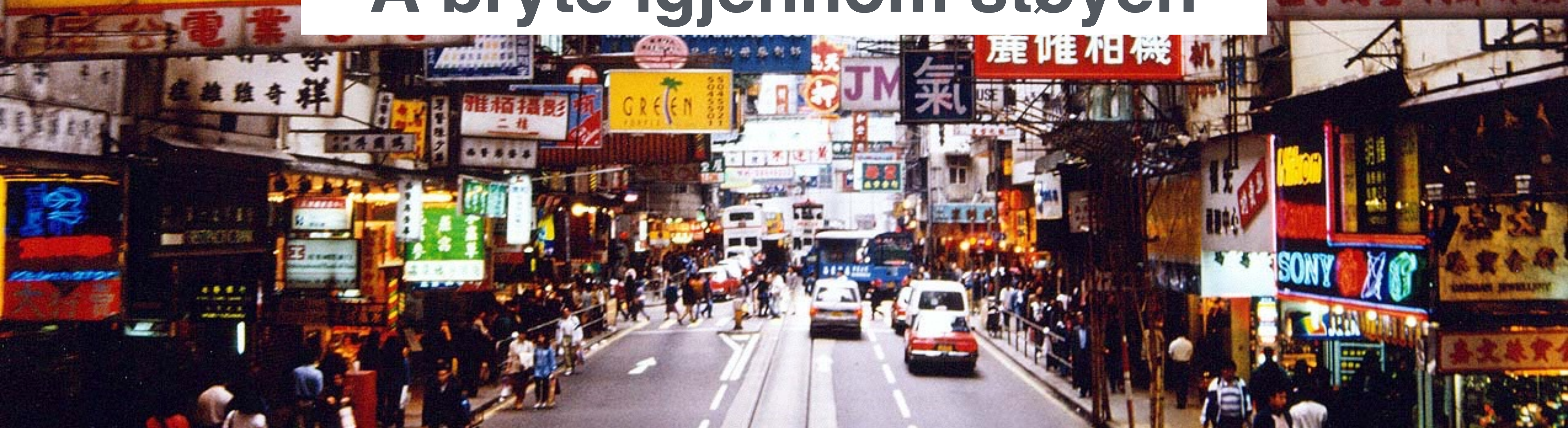
港好運色者
教考貨車 大小巴 二

CAMERA AUDIO
紐約
相機音響
VIDEO EQUIPMENT
D & P SERVICE

GoldStar
高仕達

德安駕駛學校
TEL: 5778667
包考約士代辦排期

Å bryte igjennom støyen





HAR DU NOEN
KRONER Å AVISE?
Har du noen kroner som du kan låne ut?

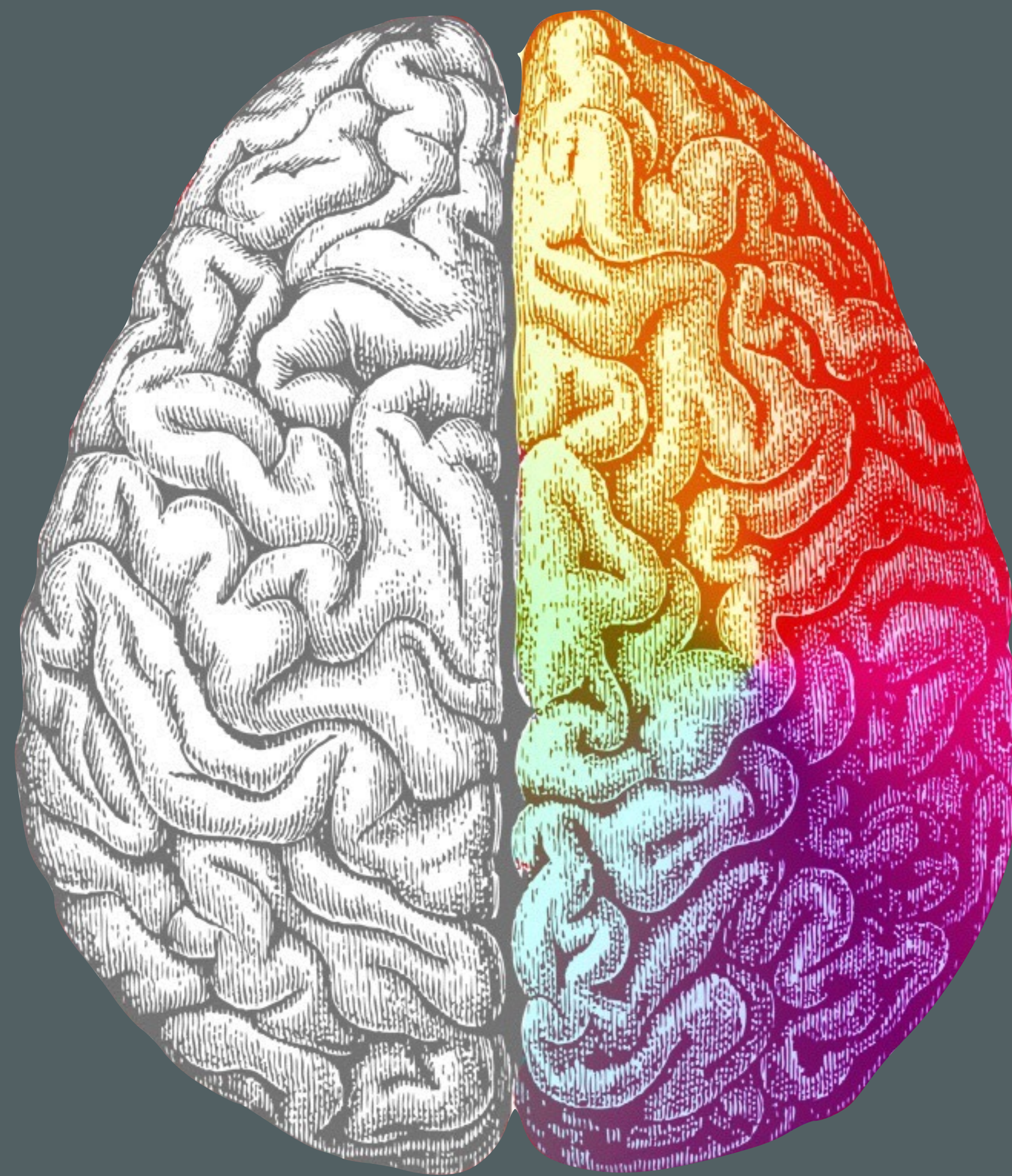


Content Marketing

Content + Marketing



MARKETING
venstre



CONTENT
høyre

Original

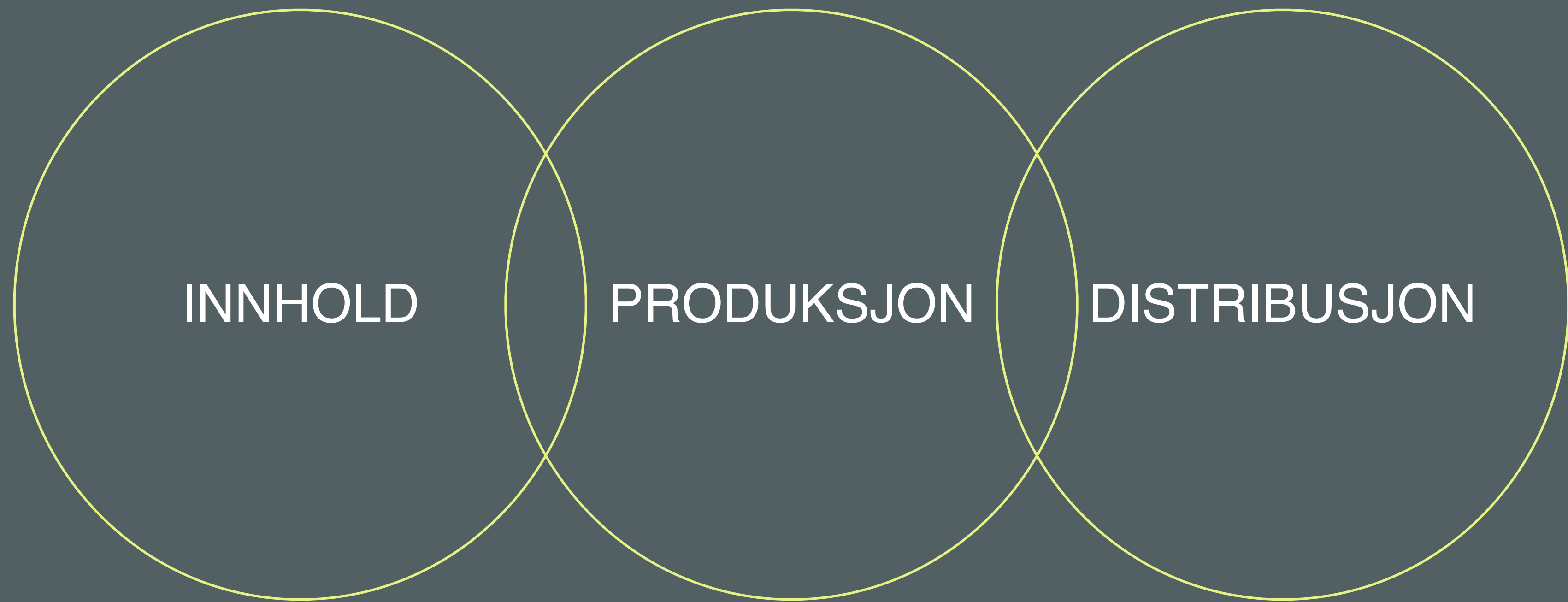


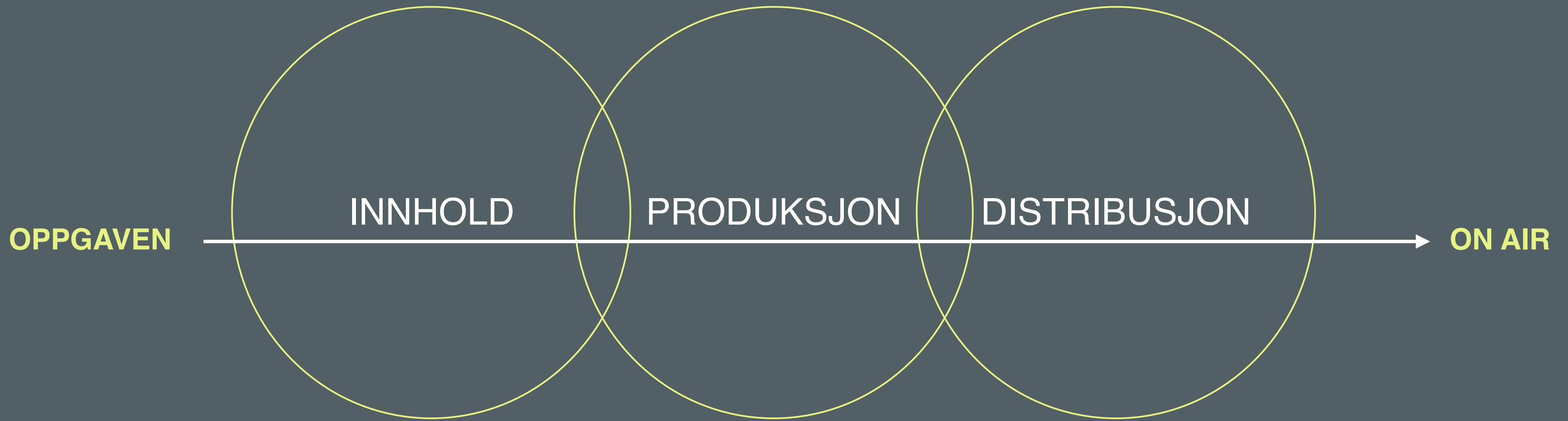
Value



Process









Once upon a time...



Tusen takk for
oppmerksomheten!



Anne Steen

January 26 at 2.37pm •

Hei alle sammen! På vegne av hele Oslo Company ønsker jeg å beklage på det sterkeste all unødvendig bruk av frastøtende ord, dårlig norsk og tullete sjargong i presentasjonen til Trond og Christian på Content Marketing Dagen 2017. 😊👍
Lykke til med alt innholdet :-)



Like

Comment

Share

The Oslo Company and 8 others

Content marketing har bevist at riktig bruk øker engasjement og spredning. Nå er det tid for markedsførerne å bevise at riktig bruk av content marketing også vil øke omsetning og resultat. Markedsførernes oppgave vil nå være å knytte verdi til innholdstrategien, og bevise at det engasjementet som skapes via content marketing, gir økt omsetning og merkevarelojalitet over tid. Dette er noen av temaene som vi vil berører på content marketing-dagen, der vi får presentert foredrag og caser både fra inn og utland.

KEY NOTE: Content Marketing 3.0 - Global Trends and Markets

Sean King,
CEO,
Seven (C3)

Creating a successful Native Advertising Strategy in 2017

Native advertising has seen continued growth over the past few years. As we enter into 2017 this will continue to accelerate as more publishers, technology and agency/advertisers jump on board. This presentation ... [les mer](#)

Ben Myers,
Founder,
Advant Technology Ltd

Mediehuset Coop

I et marked preget av knallhard konkurranse om markedsandelene og kundenes oppmerksomhet, utmerker Coop seg ved å satse tungt på innholdsmarkedsføring. Hvordan trenger Coop gjennom mediestøyen, bygger ... [les mer](#)

Aud Lundstad
Markedsdirektør
COOP Norge

Hvordan jobbe effektivt med SEO i innholdsmarkedsføring?

Dette foredraget omhandler SEO i innholdsmarkedsføring. Deltakerne lærer hvordan man jobber med SEO for å få nye kunder, øke salget og bygge merkevare og lojalitet.

Trond Lyngbø,
Senior SEO-konsulent og grunnlegger,
Search Planet

Fra eksperimentering til sekvensiering

Telenors content-avdeling har gått fra puberteten til voksenlivet, og byr på sine erfaringer – og noen åpenbaringer.

Helene Friis,
Dep. Manager Digital & Direct Marketing,
Telenor Norge

Har innholdsmarkedsføring noe for seg, hvis du kun jobber B2B? Selvsagt! Lær hvordan – og få gode ideer, råd & tips.

Internasjonale trender viser økt betydning av content marketing som virkemiddel i kampanjer, også innen B2B-kommunikasjon. I fremtiden vil de smarteste organisasjonene produsere mindre innhold, men av ... [les mer](#)

Kim Nygaard,
Head of Content,
Metro Branding

Hvordan kan merkevarer lykkes med innholdsmarkedsføring på YouTube, Facebook og andre åpne plattformer?

Karin Ekesiöö,
Fungerende Country Manager,
United Screens Norge

Return on content

Hva skjer med investeringene i innhold, og hvordan kan du måle om investeringene lønner seg? Og er du klar for den store bølgen? Og hva er egentlig den store bølgen? Spørsmålene blir besvart med eksempler ... les mer

Pål Nisja-Wilhelmsen,
Direktør for innovasjon, produkt-og forretningsutvikling,
Nettavisen

