

Föredrag Niklas Bondesson, EFFDay 2 September 2022

Skapar kreativ reklam mer effekt?

- färsk lärdomar från 100-wattaren 2020 och 2021

Sveriges
Annonörer

NOA Consulting

Effektdatabasen

- Långsiktigt **forskningsprojekt** – samarbete mellan Sveriges Annonsörer och NoA Consulting
- Databas som samlar samtliga bidrag från **100-wattaren** sedan 2020 års tävling
- Forskningsansvarig: **Dr. Niklas Bondesson**, NoA Consulting och Stockholms universitet
- Syfte: **nytta för annonsörer** genom ökad kunskap om best practice för maximal effekt och starkare argument.
- **Svensk** kontext

Sveriges
Annonsörer

NoA Consulting

Förebilder: Institute of Practitioners in Advertising (IPA) vars forskning om effekt fått stort genomslag globalt



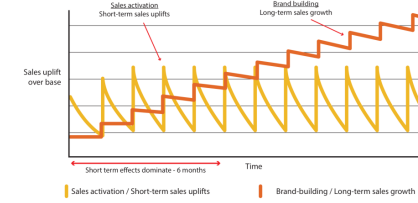
Les Binet



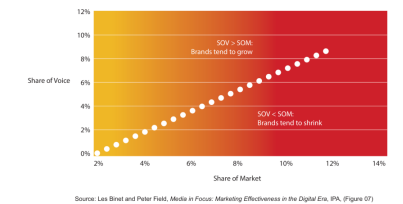
Peter Field

- IPA har idag en databas med 1000+ insatser
- 100-wattarens formulär bygger sedan 2020 på IPA:s tävlingsformulär för att möjliggöra liknande analyser.

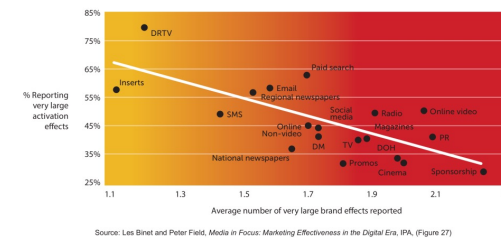
Brand-building and sales activation work over different timescales



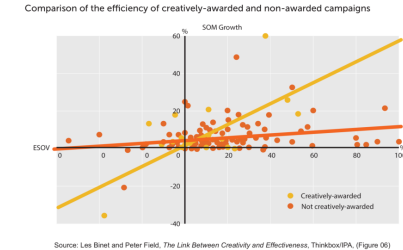
Historically share of voice has driven share of market



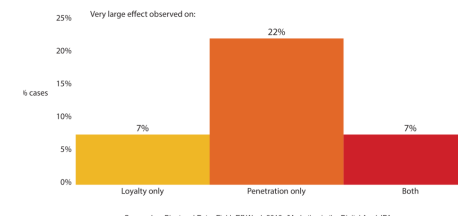
The trade-off between brand and activation effects across channels



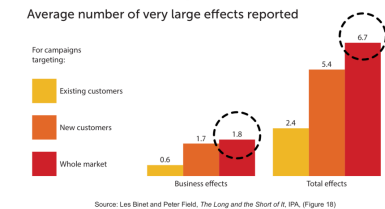
Creatively awarded campaigns are 11 times as efficient at driving Share of Market growth



Penetration is the main driver of very large business effects



The broader the reach, the broader the effects



Effektdatabasen idag:

189

tävlingsbidrag 2020-2021

Hyresgästföreningen

Zeta

Volvo CE

Vattenfall

Qamcom Research And Technology AB

Swedbank

CASH

Mondelez

Hjärnfonden

SKF

Arla

Västra Götalandsregionens
Naturbruksskolor

Komm!

Rikshem

ICA

Ingo

Visma

Försvarmakten

Käppalaförbundet

Göteborg Film Festival

Skandia

Tre Företag

Trafikverket

Circle K

Regeringskansliet

Polar

St1 Sverige AB

Mäklarsamfundet

Barnfonden

Lendo

Bögskolan i Gäddede

VISA

Telia

Skåll Sverige Ren

Heiken Gröna

OKQ8

Wirepas

Zmarta Group

Barncancerfonden

Orkla Foods Sverige

ACO

Skånetrafiken

Skånetrafiken

Visit Sweden

Svenska Spel Tur

Cancerfonden

UOren

Netflix Nordic

Göteborgs Stadsmission

IKEA

Talita

Ra

Skholmskammare

Svenska Spel & Casino

Co

Mathem

Spe

Suic

SBAL

Jula

Transtema AB

KW Bruun

Filip Oskar Fö

Göteborg Energi

Klarna

Situation Sthlm

Coca-Cola Sverige

Alcro

Sveriges Auktoriserade Begravningsbyråer

Teach for Sweden

RFSU

McDonald's

KLM Royal Dutch Airlines

Tele2

MSB

Beijer Bygghandel

BookBeat

Svenska Röda Korset

Unilever

Procter & Gamble

Semcon

Stensåkra Charkuteri & Deli

Bower

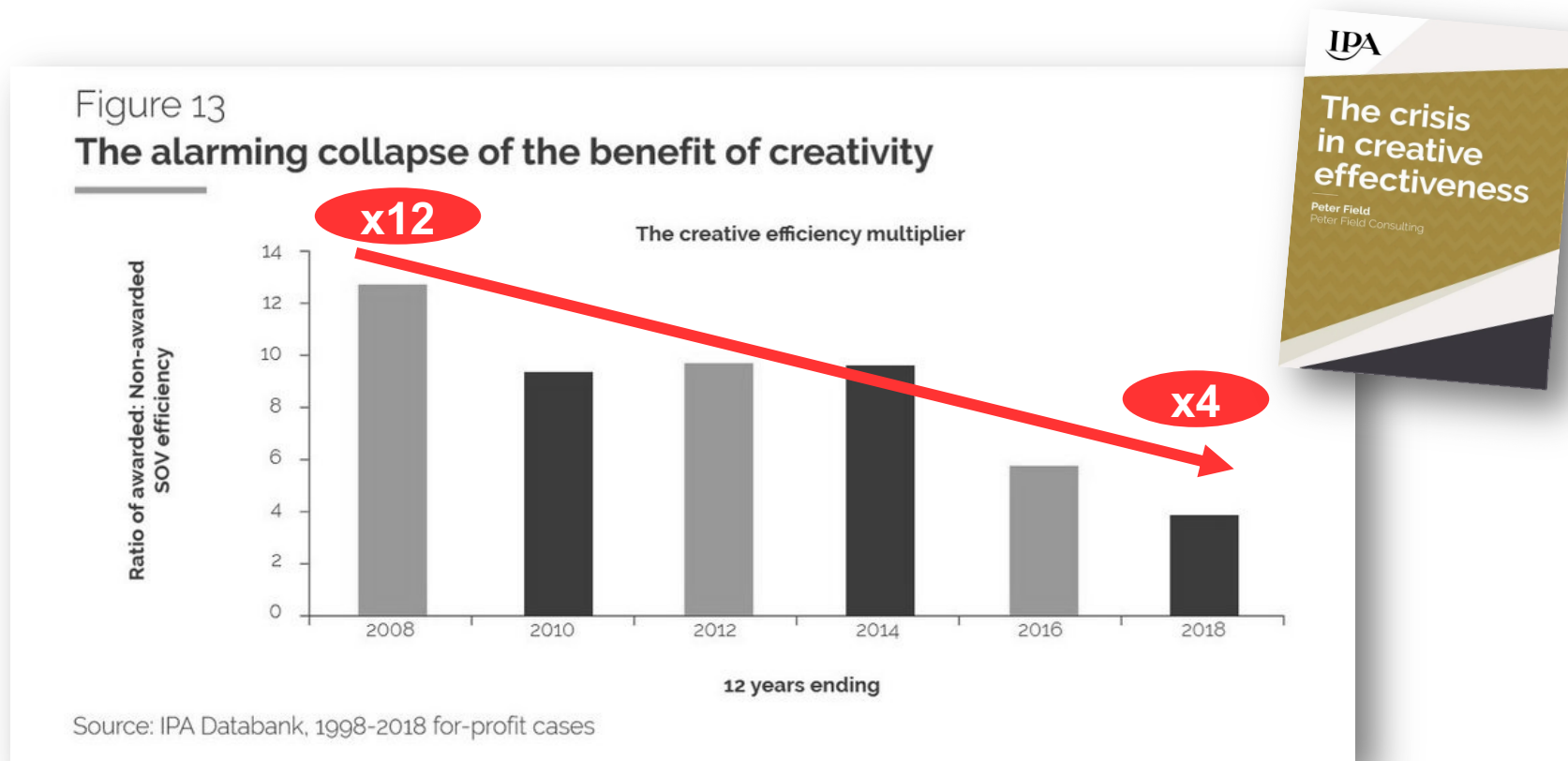
PostNord

ATG

Akademiska barnsjukhuset

Ramboll

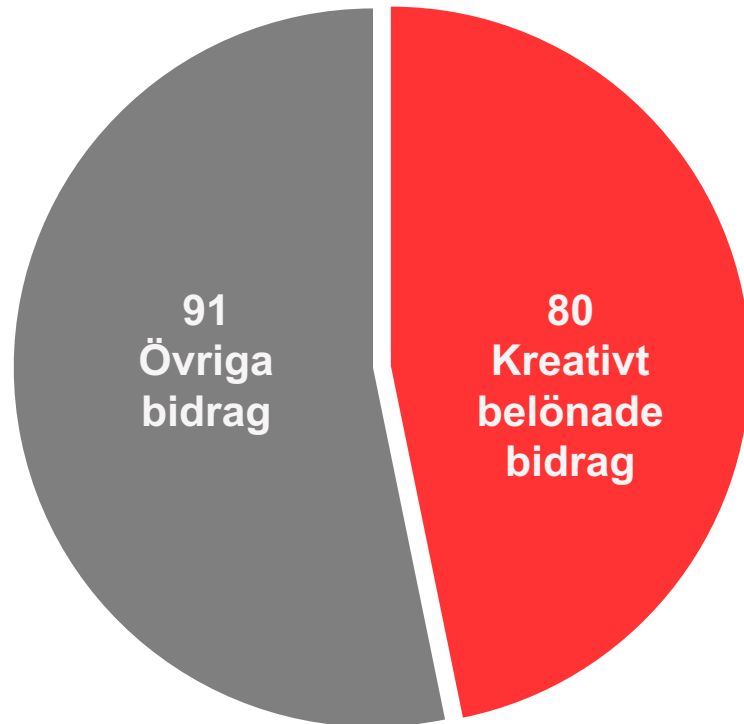
IPA: "Den kreativa reklamen är i kris!"



Field, Peter (2018) The Crisis in Creative Effectiveness, IPA Report

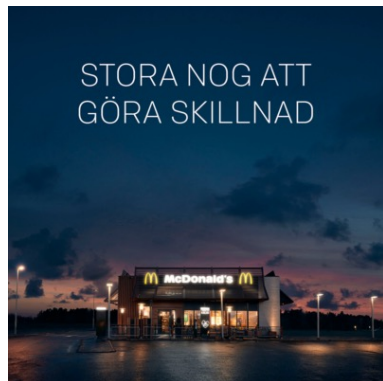
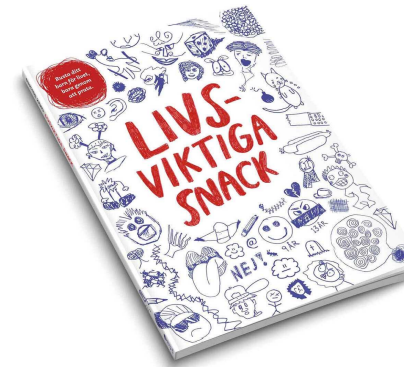
Vad säger vår svenska data?

Vi jämför kreativt belönade bidrag med övriga bidrag



- Guldägget
- The One Show
- Eurobest
- Cannes Lions
- Spinn
- CLIO Awards
- m.fl.

Exempel på kreativt belönade insatser i databasen



Kreativitet boostar affärseffekten



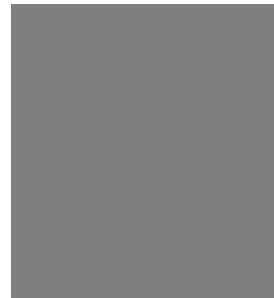
Andel insatser som rapporterat
mycket stor försäljningseffekt

25%



Kreativt belönade

13%

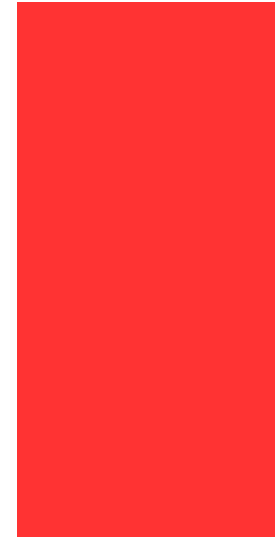


Ej kreativt belönade

Effekt på marknadsandel (före-efter insats)

+ 6,4

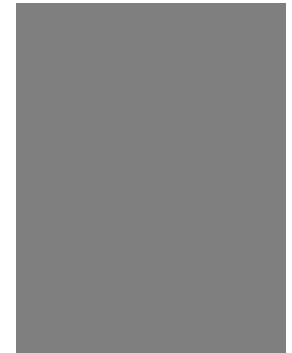
procentenheter



Kreativt belönade

+ 4,2

procentenheter



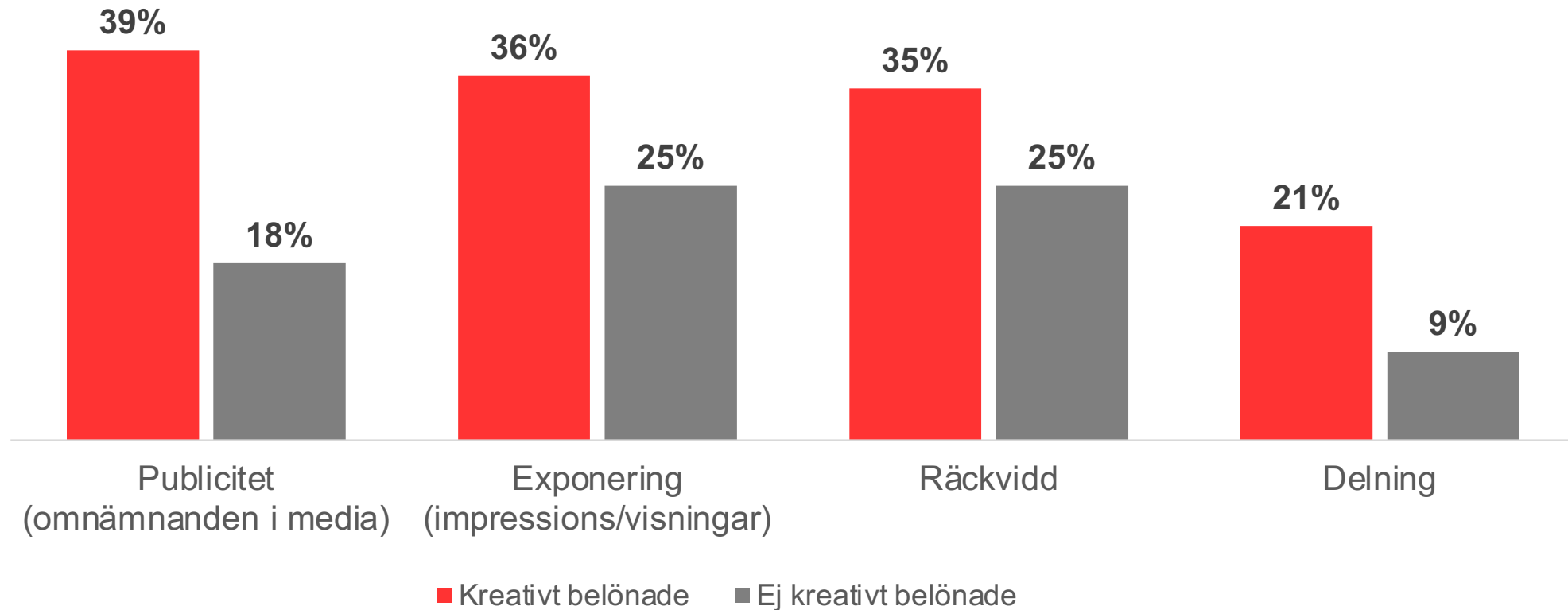
Ej kreativt belönade

x 1.5

Kreativitet ökar spridningen – når fler personer vid fler tillfällen



Andel insatser som rapporterat **mycket stora effekter** på respektive mått

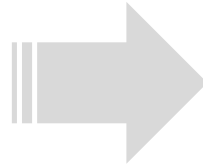
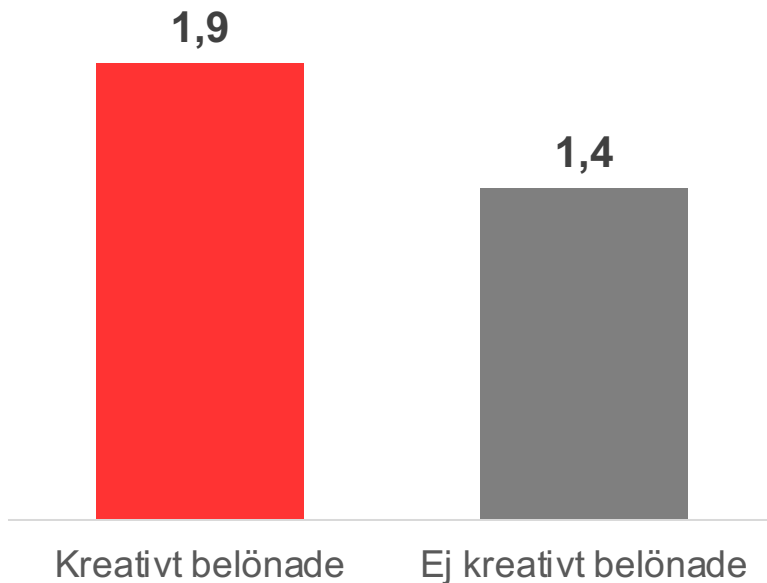


Kreativitet ger större varumärkeseffekter

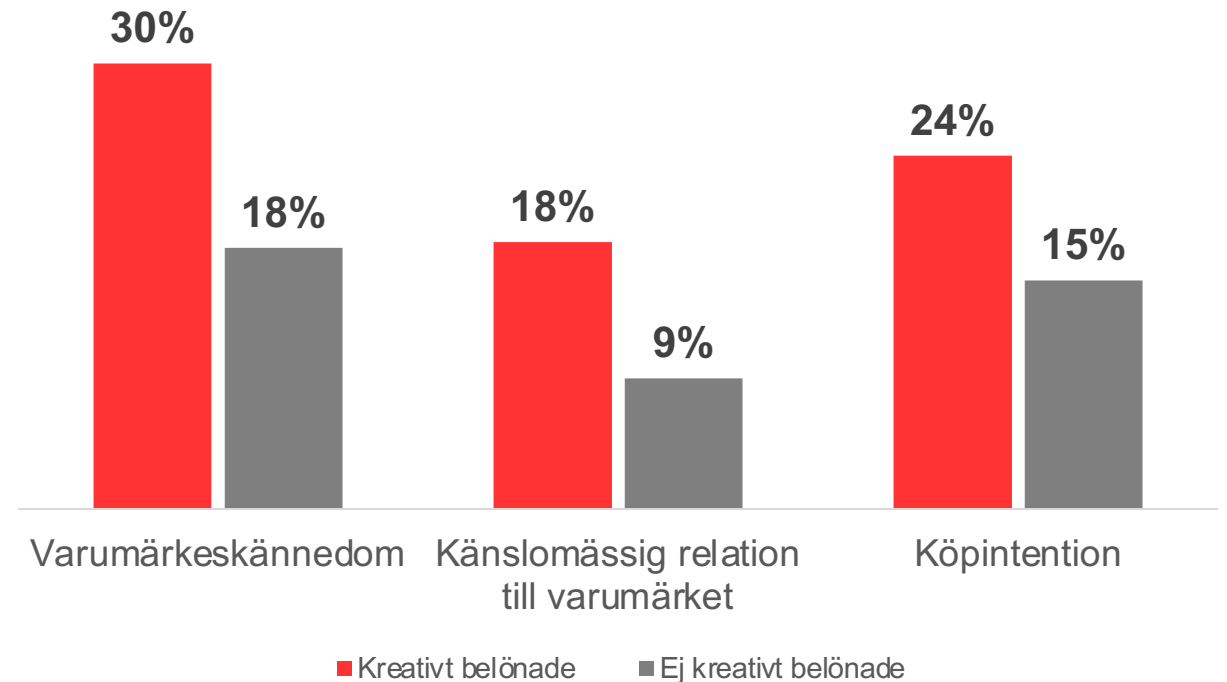
– framförallt på kännedom, känslomässig relation till varumärket och köpintention



Genomsnittligt **antal mycket stora varumärkeseffekter** per insats



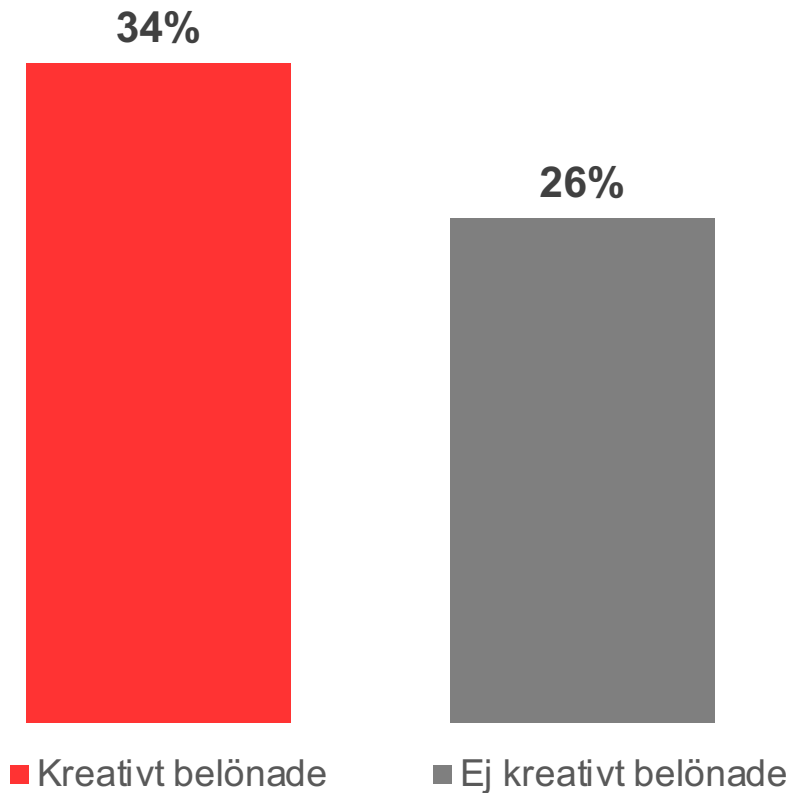
Andel insatser som rapporterat **mycket stora effekter**



Kreativa insatser bättre på att driva "klick" online



Andel insatser som rapporterat **mycket stora effekter på digital direktrespons**
(besök, sökning, registrering, digital anmälan, nedladdning, CTR, etc.)

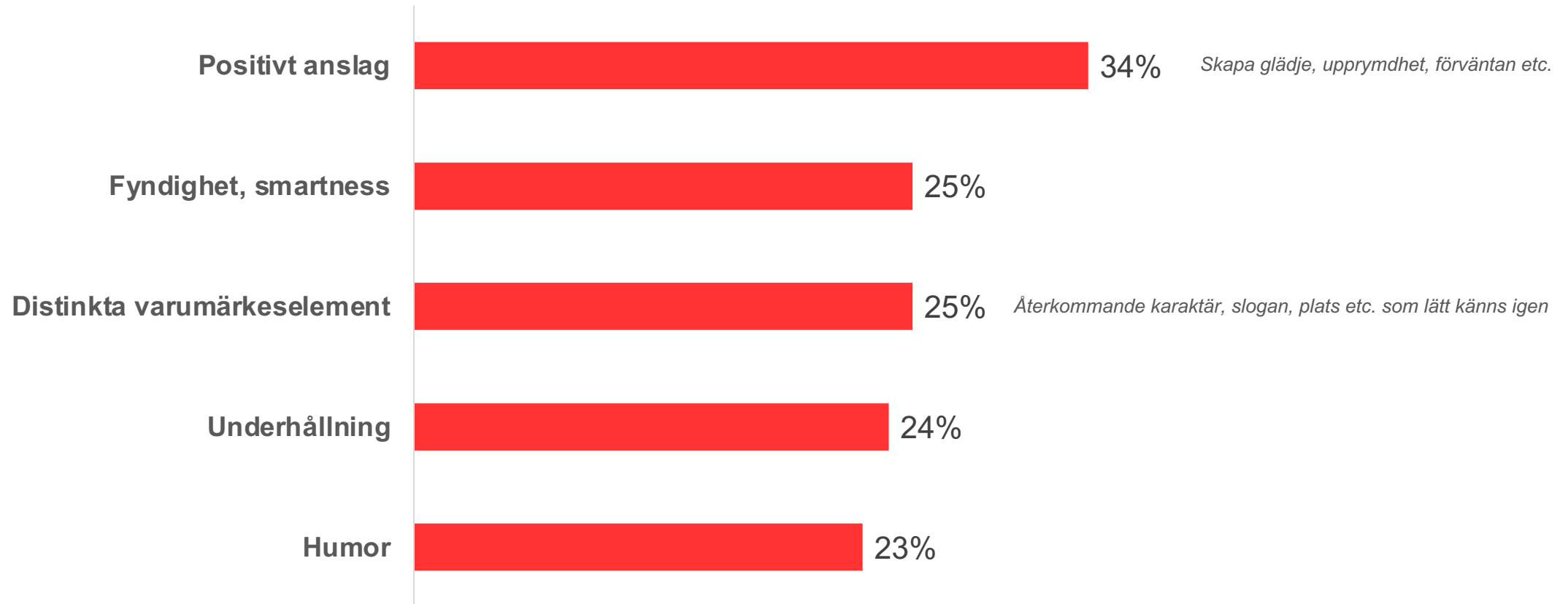


**Har de kreativa insatserna något
gemensamt?**

Positivt anslag mest förekommande greppet



Andel av kreativt belönade bidrag som använt respektive grepp (topp 5 av 24)



Varför fungerar kreativ reklam bättre?

Tre fördelar enligt den samlade forskningen



Uppmärksamhet



Gillande



Signalering



Summering av våra första lärdomar från Effektdatabasen

- Kreativ reklam verkar ge mer effekt – även i Sverige
- Den boostar affärseffekten
- Den ökar spridningen och når fler
- Den bygger varumärke bättre
- Den är bättre på att driva ”klick” online

Och: de större effekterna kan förklaras av ökad uppmärksamhet, gillande och signalering

Längre rapport släpps under hösten – håll utkik!

- Målgrupp
- Emotionell vs. rationell reklam
- Effekten av "Fame"-insatser
- Kanalval: offline vs. online

**Sveriges
Annonssörer**

NOA Consulting

Tveka inte höra av dig!

Har du frågor kring databasen eller rapporten? Undrar du något om metoden? Vill du diskutera resultaten? Eller söker du svar på frågor vi inte besvarat ännu?

Tveka inte höra av dig!

All input är välkommen, tillsammans kan vi se till att få ut maximal nytta från Effektdatabasen.

Kontakta Niklas Bondesson, forskningsansvarig för projektet, på niklas.bondesson@noaconsulting.com eller 0703680642



Vi som står bakom rapporten



Sveriges Annonssörers

Sveriges Annonssörers är en oberoende intresseorganisation som har funnits sedan 1924. Vi **företräder Sveriges marknadsförarens gemensamma intressen**. Vi värnar om ansvarsfull marknadsföring och att företag och verksamheter ska få bästa möjliga effekt av sina marknadsinvesteringar. Vi visar vägen i en allt mer snabbföränderlig och komplex omvärld..

Vi behövs – nu mer än någonsin. Digitaliseringen har gett vår yrkesutövning oändliga möjligheter men också radikalt förändrat den i grunden. Investeringarna i marknadsföring ger allt lägre effekt och förtroendet för reklam minskar stadigt. Därför är vårt viktigaste uppdrag att öka marknadsföringens kvalitet och ge marknadsförare förutsättningar för att skapa, mäta och redovisa effekt – i en allt mer komplex verklighet. I tätt samarbete med vår globala organisation WFA (World Federation of Advertisers) driver vi därför flera viktiga branschinitiativ med målet att vända trenden.

Sveriges Annonssörers är idag ett nätverk med drygt **5 000 marknadsförare representerade i drygt 400 medlemsföretag i 26 branscher**.

NoA Consulting

NoA Consulting

NoA (The North Alliance) är **specialister på kunddriven tillväxt**. Det betyder att vi hjälper våra uppdragsgivare att få fler kunder, som köper mer, betalar mer och stannar längre. Vi gör det genom att på ett unikt sätt kombinera data och tech med strategi och kreativitet, fokusera på både kort och lång sikt (inte antingen eller) – och skräddarsy team av bäst-i-klassen-experty för våra kunders specifika tillväxtbehov.

NoA består av helägda specialistbolag som arbetar tätt integrerat för att leverera dokumenterat starka resultat till våra kunder och deras ägare. Tillsammans är vi över **1 250 experter** som får svenska, nordiska och globala varumärken att växa och samtidigt ha ett tydligt hållbarhets- och arbetsgivarperspektiv.

NoA Consulting är en del av NoA bestående av managementkonsulter med expertis inom två tillväxt drivande områden: **lönsam positionering och affärsinnovation**. I Sverige hette vi tidigare Evidence Strategy. Idag har vi kontor i Stockholm, Oslo och Köpenhamn.

Sveriges
Annonssörers