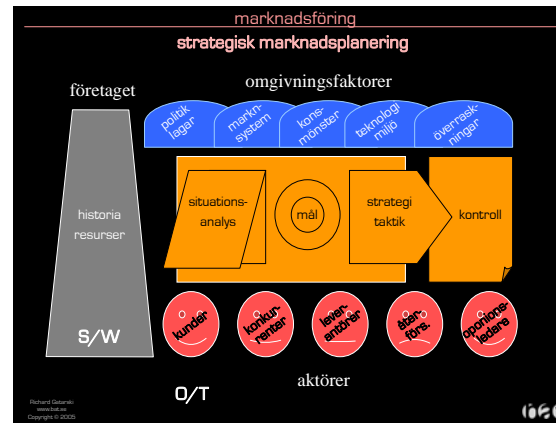




marknadsföring
shit

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005



marknadsföring
en definition

“Marknadsföring är en organisatorisk funktion och en uppsättning processer för att skapa, kommunicera och leverera värde till kunder och för att hantera kundrelationer så att nytta uppstår för organisationen och dess intressenter.”

American Marketing Association, Dec 2004
www.marketingpower.com

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
olika vinklar

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
utmaningen

”För den postmoderna generationen är den moderna utbildningsstrukturen [skolan] meningslös, kanske till och med överflödig.”

”[Bilder] som definierar målen för den postmoderna generationen uppstår inte i [skolorna] utan skaffas i marknadsföringssystemen. Därför sker den mer fundamentala utbildningen, den som handlar om mål, värderingar, betydelse och begär, när de utsätts för marknadsföringskulturen.”

Källa: Venkatesh, A. Sherry, J. F. Finn, A.F. (1993) Postmodernism and the marketing imaginary. *International Journal of research in Marketing*, vol. 10, pp 215-223.

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
tween media preferens

Källa: Martin Lindström

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
ladda eller underbygga?



Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
det funkar inte rätt av



Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
varumärkets värde



“linking value”
vad varumärket levererar för att stödja
den sociala länken i stammen.

Bernard Cova, 1993

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
Mun-mot-Mun

Katz and Lazarsfeld (1995), mer effektivt än:

- annonsering i tidningar (7x)
- personlig försäljning (4x)
- annonsering i radio (2x)

Day (1971), skapa positiva attityder

- MmM nio gånger effektivare än annonsering

Westbrook (1994), konsumenter uppfattar

- 90% av annonseringen som icke trovärdig
- 90% av mun-mot-mun som trovärdig

Källa: Pruden, D. R. & Yavva, T. G. (2004) Controlling the grapevine: how to measure and manage word of mouth, *Marketing Management* (July/August), pp. 24-30.

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
olika typer av MmM

- Buzz marketing
- Viral marketing
- Community marketing
- Grassroots marketing
- Evangelist marketing
- Product seeding
- Influence marketing
- Cause marketing
- Conversation creation
- Brand blogging
- Referral programs

Källa: womma (2005) Word of Mouth 101: an introduction to the Word of Mouth marketing Word of Mouth Marketing Association, www.womma.org

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
huvudsakliga delar i MmM

- Utbilda folk om era produkter
- Identifiera dom flitigaste åsiktsuttryckarna
- Tillhandahåll verktyg för åsiktspridning
- Studera hur, var och när åsikter sprids
- Höra/svara supporttrar, förtalare och neutrala

Källa: womma (2005) Word of Mouth 101: an introduction to the Word of Mouth marketing Word of Mouth Marketing Association, www.womma.org

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
case POX

This Geek Gadget was from March 20, 2002 – April 2, 2002

Geek Gadget Viewer

what it is: POX
company: Hasbro

what it does: It's a handheld video game that lets you train a fighting machine and then lets you battle it with other people.

why is it kewl? You can have a wireless battle with people up to 30 feet away!

See the vote results from this Geek Gadget [click here](#)

Get a kewl idea for next week's tech toy? [Click here!](#) (all in about 5)

Thanks Justin Age: 11 From: USA for the geek gadget suggestion!

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
POX: The Battle Unseen

Målgrupp: 8-12-åriga pojkar <60.000 USD/år
Förarbete: research, mäs lansering, namngivning.

Strategi: viral och stealth. Först en, sen nio städer, nationellt.
Alpha pups: coolest, socialt dominerande & trendsättare.
Interviewade barn, lärare och föräldrar. Gav 1.527 st pups.

SKOLAN! (förbud positivt?)

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
lärdomar från några skolor

Hjulsta Skolor

Wasaskolan
Wasa International School

RINKEBYSKOLAN
Rinkebyskolan – en skola mitt i världens by

TENSTA GYMNASIUM

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
exempel Rinkebyskolan

DAGENS NYHETER.
Publicerad 16 maj 22:50

Rinkebyskolan Sverigebäst i matte

Sju elever på skolan hade alla rätt i årets nationella matematiktävling.

Rinkebyskolans elever i årskurs nio räknar överlägset bäst i landet. I årets nationella matematiktävling arrangerad av Kungliga Vetenskapsakademien hade sju elever alla rätt. Sex av dem går i Rinkebyskolans science-enhet.

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
lite teori

ingredient branding (asymmetric) composite brands (symmetric)

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
"skräckexemplet"

David upptäckte oss. Det kan du också.

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
andra exempel på ingrediensvarumärkning



TENSTA GYMNASIUM

Våra samarbetspartners

- ROSS SCHOOL
- KAROLINSKA INSTITUTET
- VINGE
- SVENSKA ENIS

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
gemensamma drag

tydliga tecken

- krismedvetenhet, idé, plan och uppföljning
- brukarfokus
- ser andra konkurrenter än bara skolor
- startar med att säkra bra verksamheter
- bygger relationer
- ser till att synas
- mycket aktiv mediehantering

diffusa aspekter

- marknadsföringsorganisationen
- logotyper
- rykteshanteringen
- emotionella och sociala marknadsvärden

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
hot, hot, hot - programming



ROOM SERVICE

Vill Du ha flyg? Sök ned!

ROOMSERVICE

ROOMSERVICE tar ett stort ansvar för att ge dig bästa möjliga service och säkerhet på din resa. Vi erbjuder dig ett stort utbud av flyg och hotell. Vi erbjuder dig ett stort utbud av flyg och hotell. Vi erbjuder dig ett stort utbud av flyg och hotell.

Några av målen:

- minska svartarbetet
- ökad status för branschen
- locka ungdomar till yrket

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005

marknadsföring
sammanfattning

varumärkning är värdefullt

- skolan har blivit ett medium
- marknadsförare tar skolans roll
- näringslivet har andra mål
- strategierna baseras på mål och medel

skolan bör

- skilja på marknadsföring och reklam
- börja med att säkra bra verksamheter
- förstå brukarna bättre, immateriella aspekter
- planera, vara aktiva och synliga
- sluta tycka synd om sig

Richard Gatarski
www.bat.se
Copyright © 2005