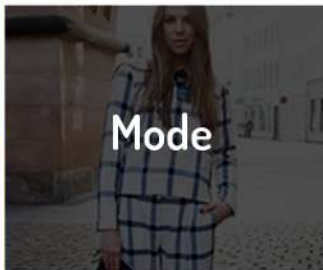
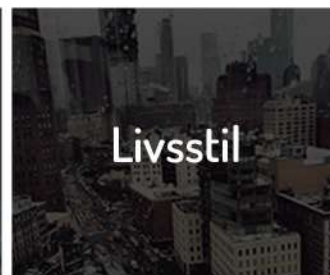
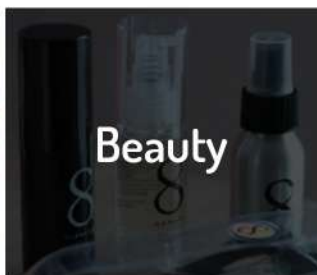


# Mediekit 2016

## Native blog annoncering



FOODFANATIC.DK

COPENHAGEN CAKES

**GASTROMAND**

**STAY CLASSY**

MY ▶ PLEASURE

EMILY SALOMON

**MANDESAGER**

**Stonemuse**

METROMAND

**GARDUM**

**WEAREMAD**

KATINKA FREDERIKKE

**olinesmor**

*kritte Witt*

**boligcious**

**the sweetspot<sub>dk</sub>**

The *Ma* Look

**SONOMA SEVEN**

**buzzanova**  
VIDEO & BRANDED CONTENT DISTRIBUTION

# Danmarks største native blog analyse



## Der er flere grunde til at vælge blog annoncering

buzzanova, i samarbejde med Carat lavede i slutningen af 2015 en blog analyse, som havde til formål at undersøge effekten af blogs, når de bliver brugt til annoncering. Konklusionen var klar: **bloggere giver langt højere image effekt samt købsintention sammenlignet med display.**

"Studiet viser, at vi for **1,6 kr. får 3 min.** med brugeren. Vi har på de 3 min. vist, at vi kan **løfte købsintentionen med 15%-point**, hvilket vil sige, at det **koster 10,7 kr. pr. købsintention**. Det er absolut meget solide resultater og sammenlignet med andre digitale kanaler ser vi slet ikke disse positive udsving på købsintentionen. Det viser, at vi ikke skal måle native ad, som vi måler andre digitale kanaler, men måle det ud fra det, som kanalen er stærk til – flytte brugernes holdninger til brand og produkt."

Frederik Jespersen, Digital Director, Carat Danmark

\*Carat analyse 2015

[Klik her for hele Carat analysen](#)

# Danmarks største native blog analyse



## Der er flere grunde til at vælge blog annoncering

buzzanova, i samarbejde med Carat lavede i slutningen af 2015 en blog analyse, som havde til formål at undersøge effekten af blogs, når de bliver brugt til annoncering. Konklusionen var klar: **bloggere giver langt højere image effekt samt købsintention sammenlignet med display.**

"Studiet viser, at vi for **1,6 kr. får 3 min.** med brugeren. Vi har på de 3 min. vist, at vi kan **løfte købsintentionen med 15%-point**, hvilket vil sige, at det **koster 10,7 kr. pr. købsintention**. Det er absolut meget solide resultater og sammenlignet med andre digitale kanaler ser vi slet ikke disse positive udsving på købsintentionen. Det viser, at vi ikke skal måle native ad, som vi måler andre digitale kanaler, men måle det ud fra det, som kanalen er stærk til – flytte brugernes holdninger til brand og produkt."

Frederik Jespersen, Digital Director, Carat Danmark

\*Carat analyse 2015

[Klik her for hele Carat analysen](#)

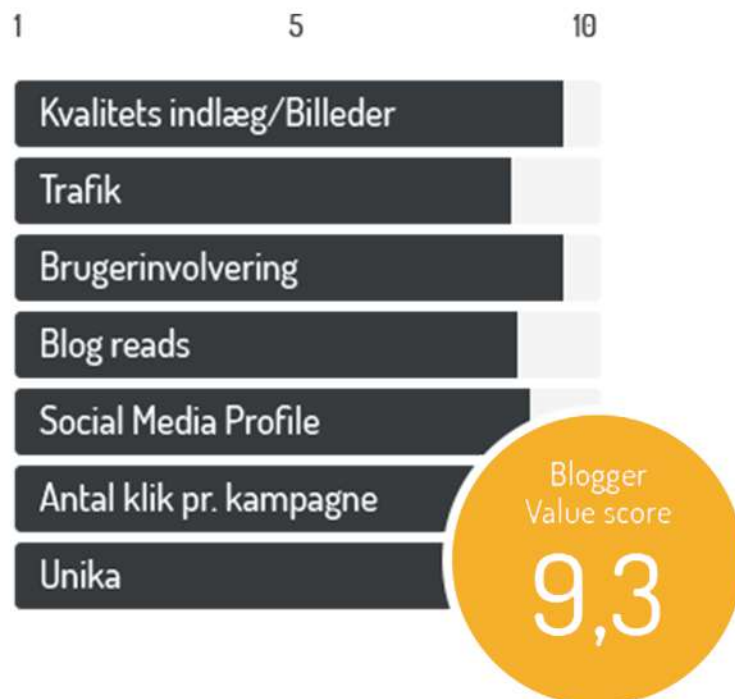
# Blog value score



## Bedømmelseskriterier

Vi bedømmer vores blogs ud fra kriterierne forneden. Således er det i høj grad muligt at udvælge lige præcis de blogs, som matcher kampagnemålsætningen.

## Blog value score



## Priser og specs



Priser på blogindlæg: ca. **4.500-7.000 DKK**

**Brief sendes til buzzanova**  
minimum **7-10 dage** i forvejen

### **Brief bør indeholde:**

Kampagne målsætning  
Budskab  
USP'er  
Produkt info  
Landing page  
Tracking





# KILDEVÆLD. Case

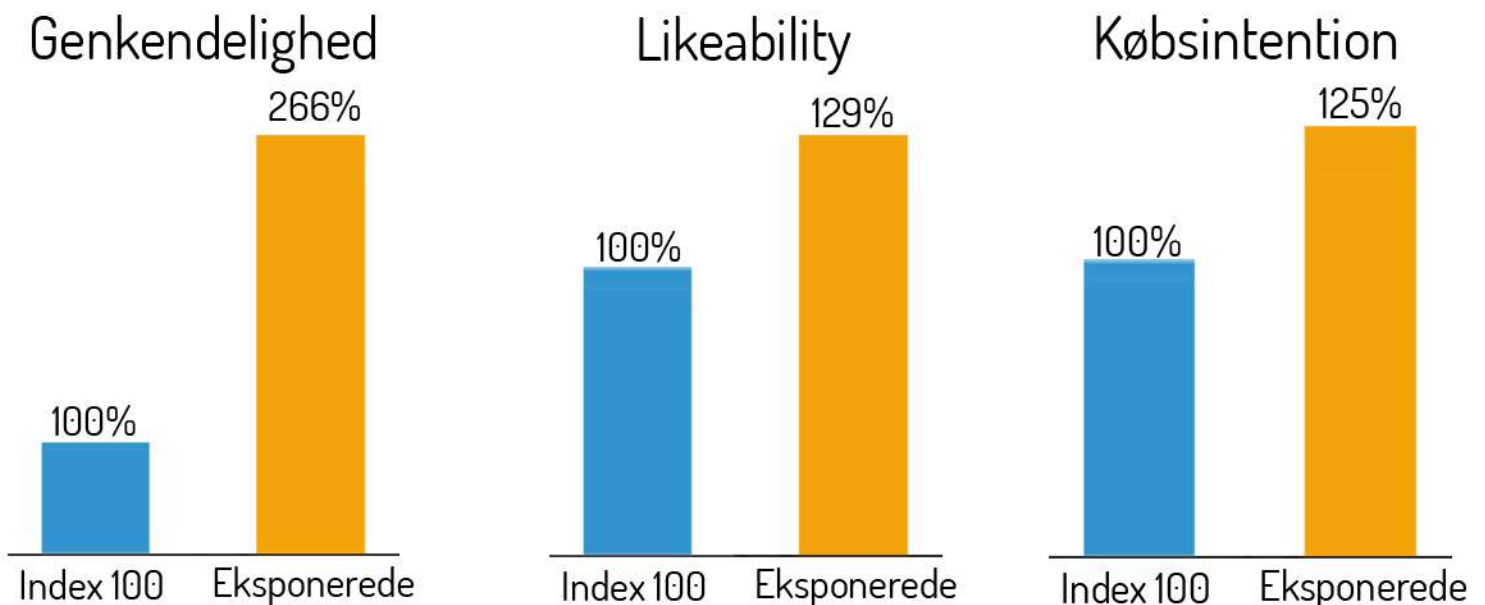
Produkt	Native blog annoncering
Kampagne	Kildevæld
Kunde	Coca-Cola
Marked	Danmark

## Kampagne strategi

Kildevæld sætter fokus på de små øjeblikke og opfordrer folk til at være til sted i nuet via forskellige "fun facts". 10 danske livsstilblogs omtalte Kildevæld's nye kampagne.

## Carat Analyse

I Carat analysen undersøgte vi effekten af native blog annoncering i forhold til ikke eksponerede på Kildevæld. Resultatet viste en markant effekt ved brugen af native blog annoncering.



# Kontakt os

## buzzanova

Wilders Plads 8C  
1403 København K  
Denmark  
+45 7020 3353

 [buzzanova.com](http://buzzanova.com)

 [@buzzanova\\_nordics](https://www.instagram.com/buzzanova_nordics)

## Kontakt

Adam Abelin  
[aa@buzzanova.dk](mailto:aa@buzzanova.dk)  
+45 2968 0831

Jakob Kofoed  
[jk@buzzanova.dk](mailto:jk@buzzanova.dk)  
+45 2830 9996

Karim Stoumann  
[ks@buzzanova.dk](mailto:ks@buzzanova.dk)  
+45 2621 9100

