



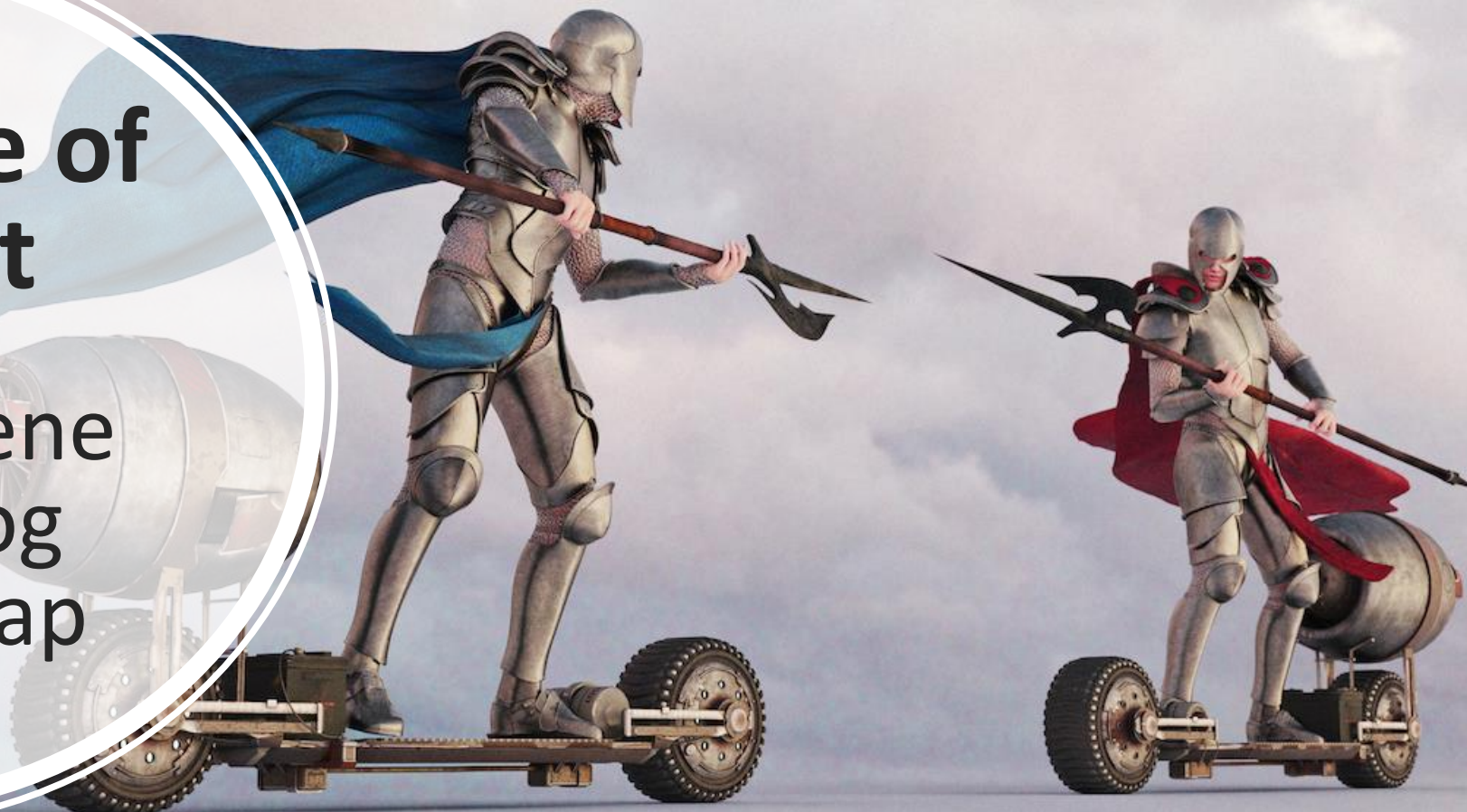
MEDIEBEDRIFTENE



ANFO
ANNONSØRFORENINGEN

The Battle of Content

Annonsørene
om tillit og
partnerskap





9 av 10 synes det er viktig å være synlige med innholdsmarkedsføring



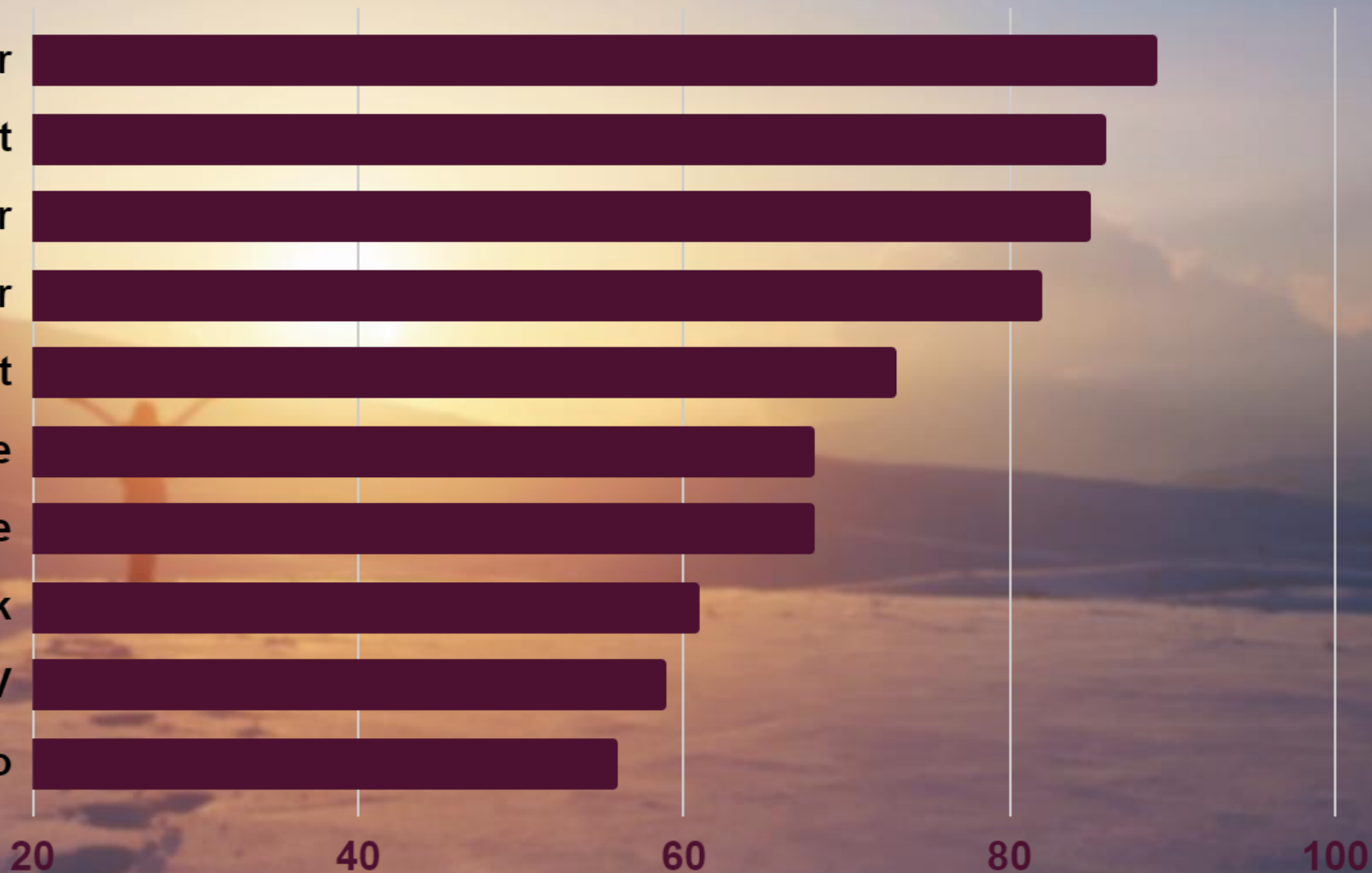
Tillit til trygt miljø



7 av 10 annonsører ville heller brukt pengene på innholdsmarkedsføring hos redaktørstyrte medier enn på internasjonale plattformer

Tillit - Trygt miljø

Egne kanaler
Magasin/ Fagtidsskrift
Lokalaviser
Riks- og regionsaviser
Instagram/ Snapchat
Youtube
Google
Facebook
TV
Radio



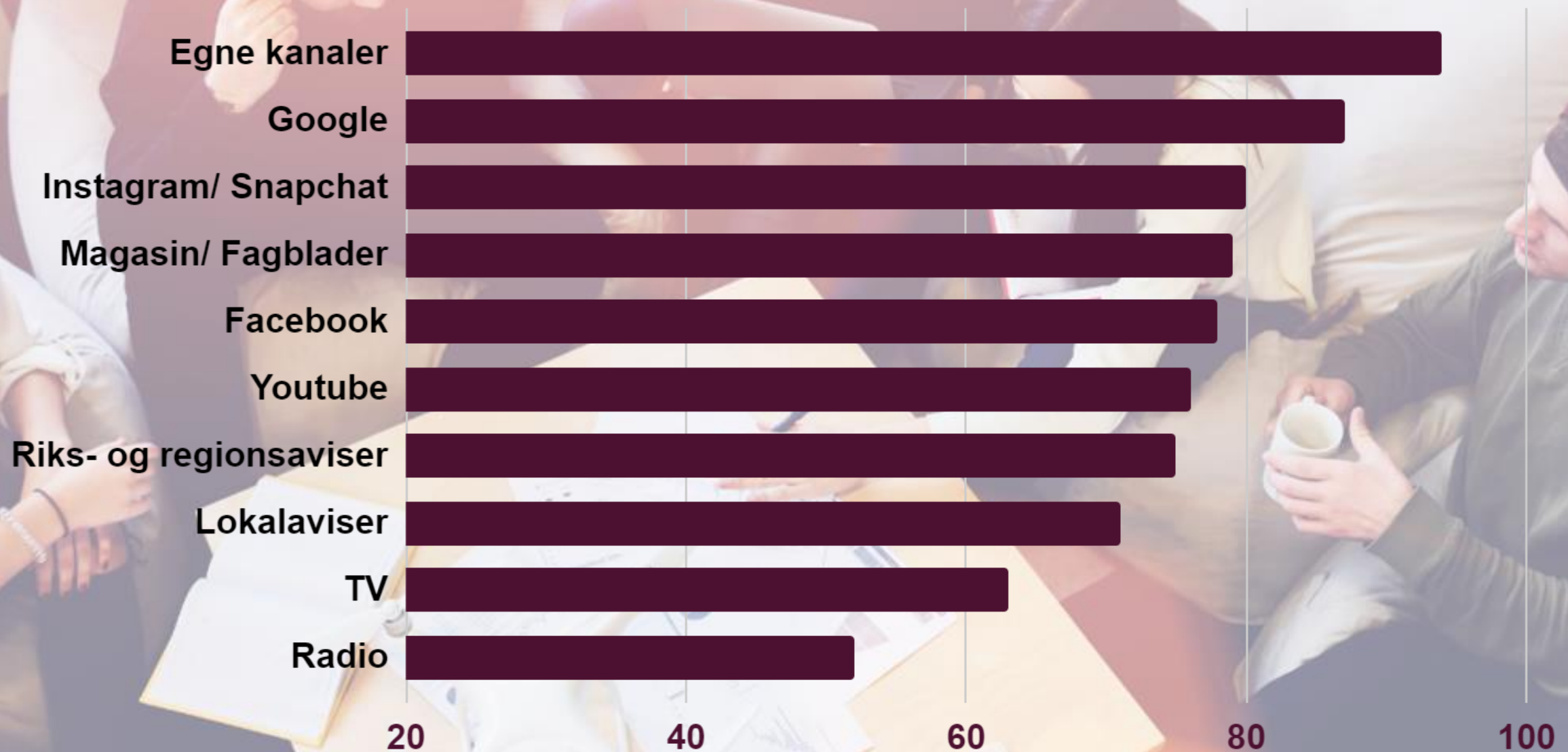


Troen på effekt

A top-down view of a workspace. In the top left, a portion of a silver laptop keyboard is visible. To its right is a small potted plant with long, thin green leaves. Below the laptop is a white notebook with 'CONTENT MARKETING' written in light blue. In the bottom left, there's a white mug with a red handle. To the right of the mug is a magnifying glass. Further right is a pair of brown-rimmed glasses. In the bottom center, there's a dried, brown leaf. The background is a light-colored surface.

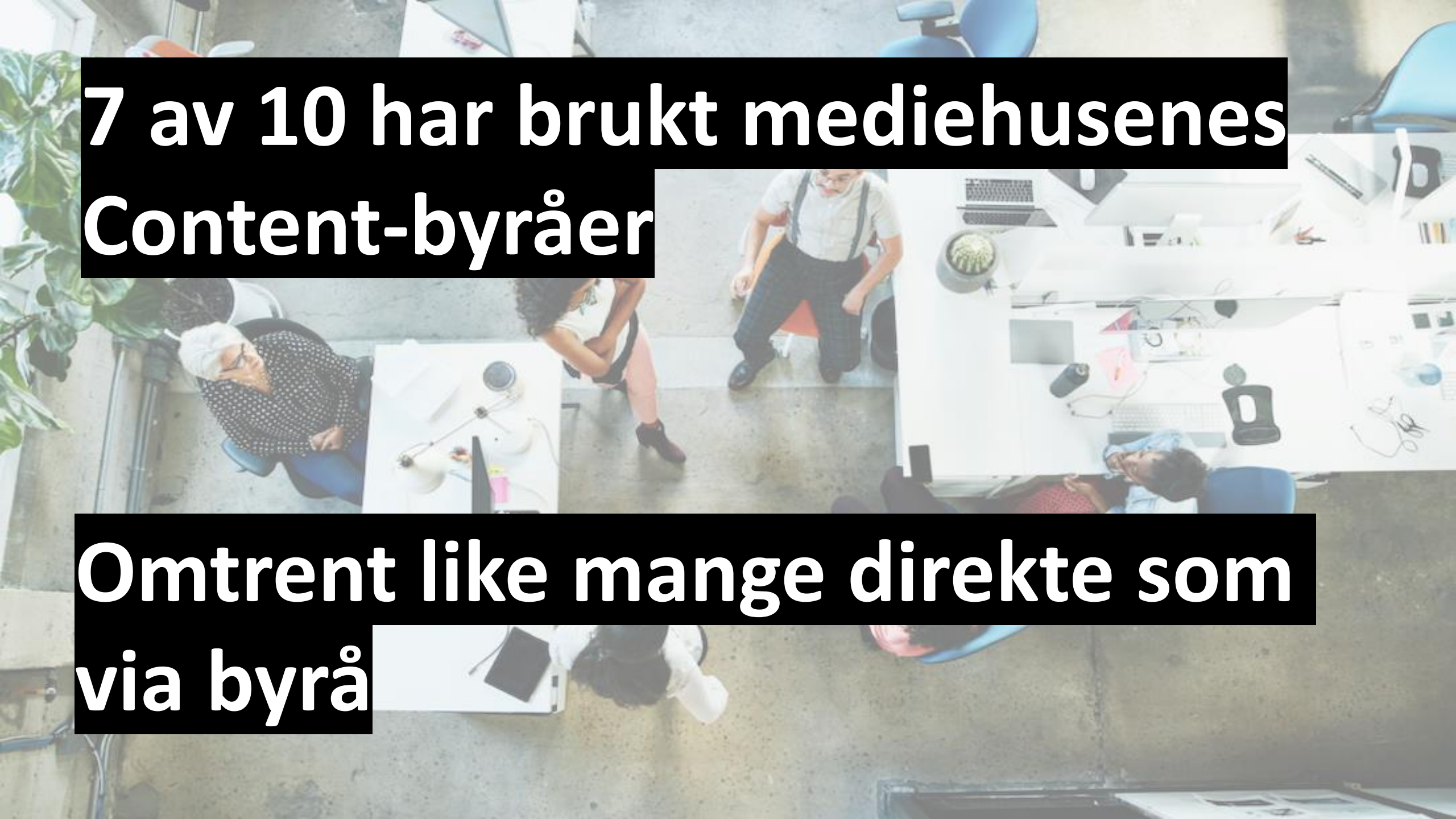
**8 av 10 mener det viktigste er at
innholdsmarkedsføring treffer de
riktige menneskene og gir
resultater, ikke hvor den er
plassert**

Størst tillit til å skape effekt



**45% har inhouse
content byrå**

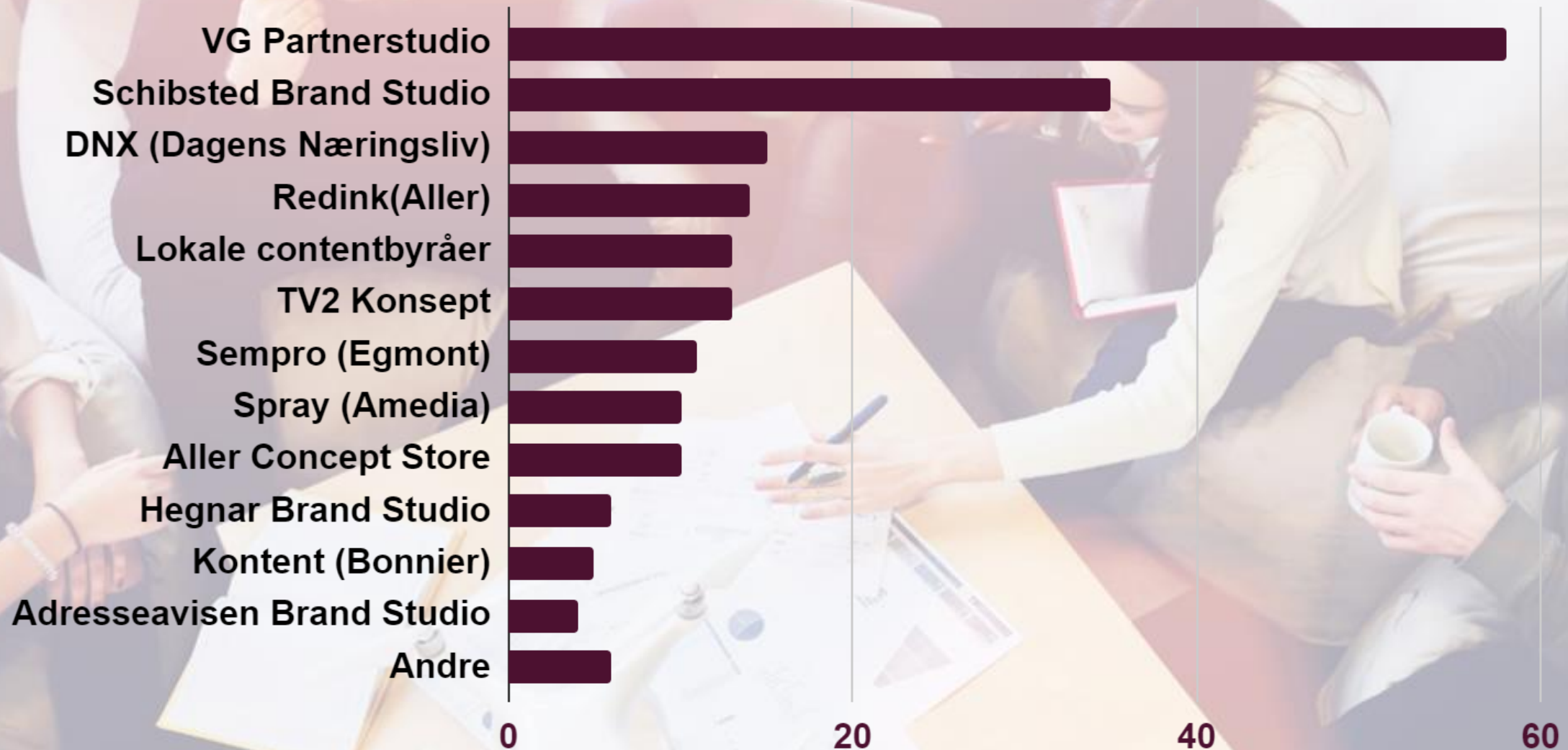


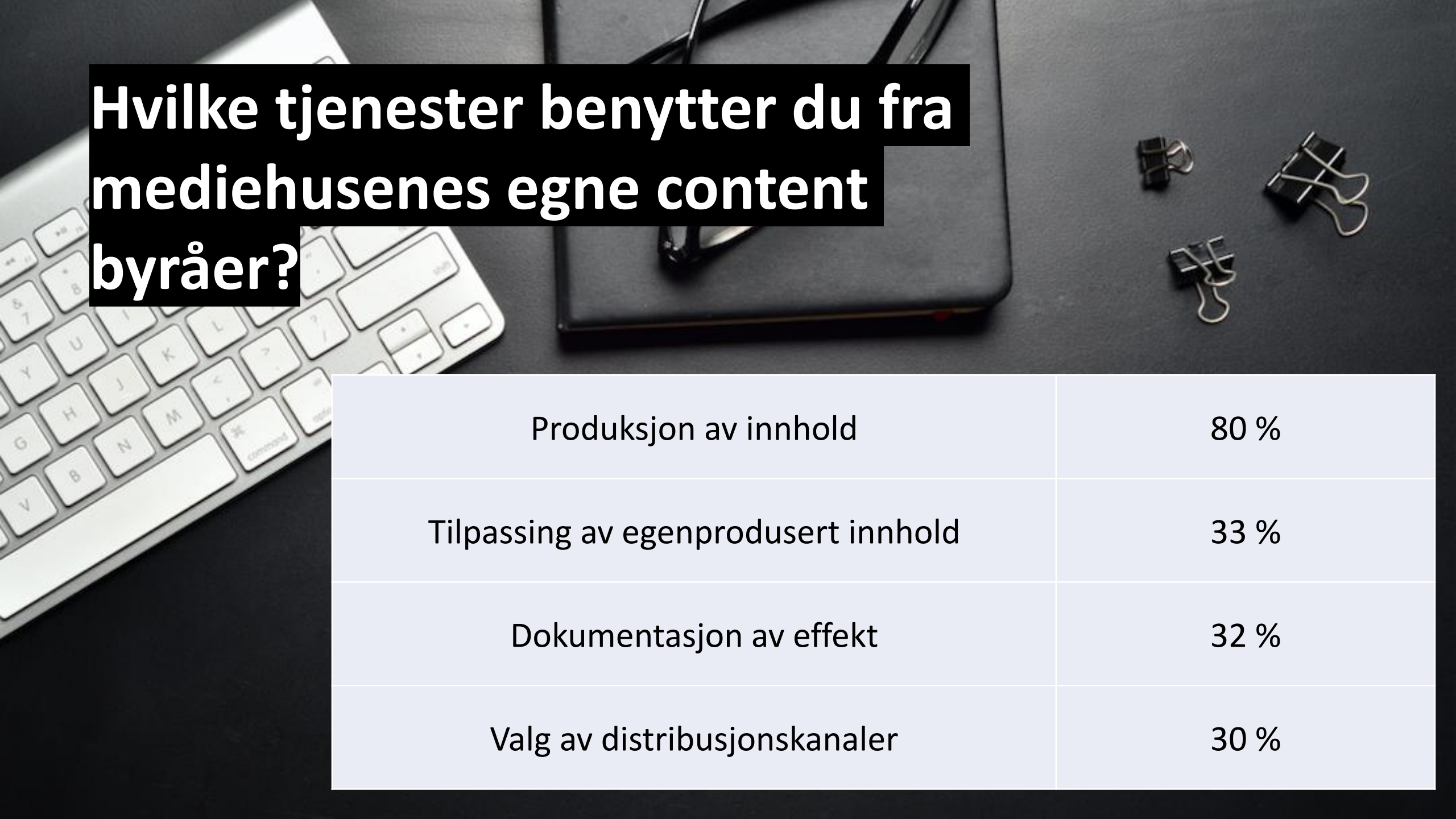


**7 av 10 har brukt mediehusenes
Content-byråer**

**Omtrent like mange direkte som
via byrå**

Mediehusenes content-byråer





Hvilke tjenester benytter du fra mediehusenes egne content byråer?

Produksjon av innhold	80 %
Tilpassing av egenprodusert innhold	33 %
Dokumentasjon av effekt	32 %
Valg av distribusjonskanaler	30 %



**51 % har tillit til at mediehusenes
egne byråer er fri for bindinger til
egne kanaler**

**63 % har tillit til at mediebyråene
leverer fri for bindinger til ulike
medier og teknologileverandører**



Hvilke fagmiljøer ville du anbefalt andre annonsører å jobbe med?

Direkte med mediehusenes byråer	54 %
In-house kompetanse	54 %
Mediebyrå	36 %
Reklamebyrå	31 %
PR/kommunikasjonsbyrå	24 %



Veien videre

Budsjettene øker

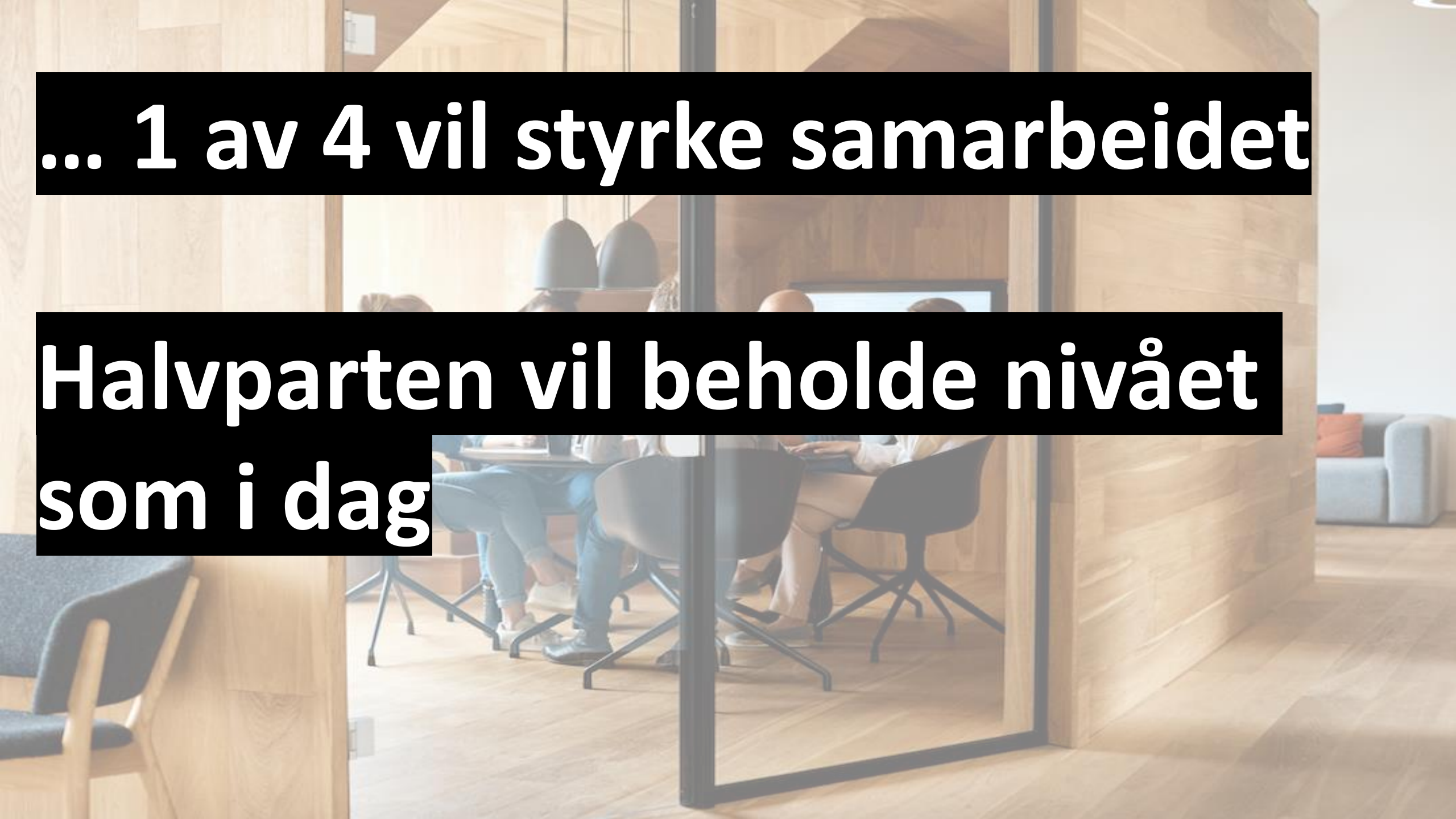


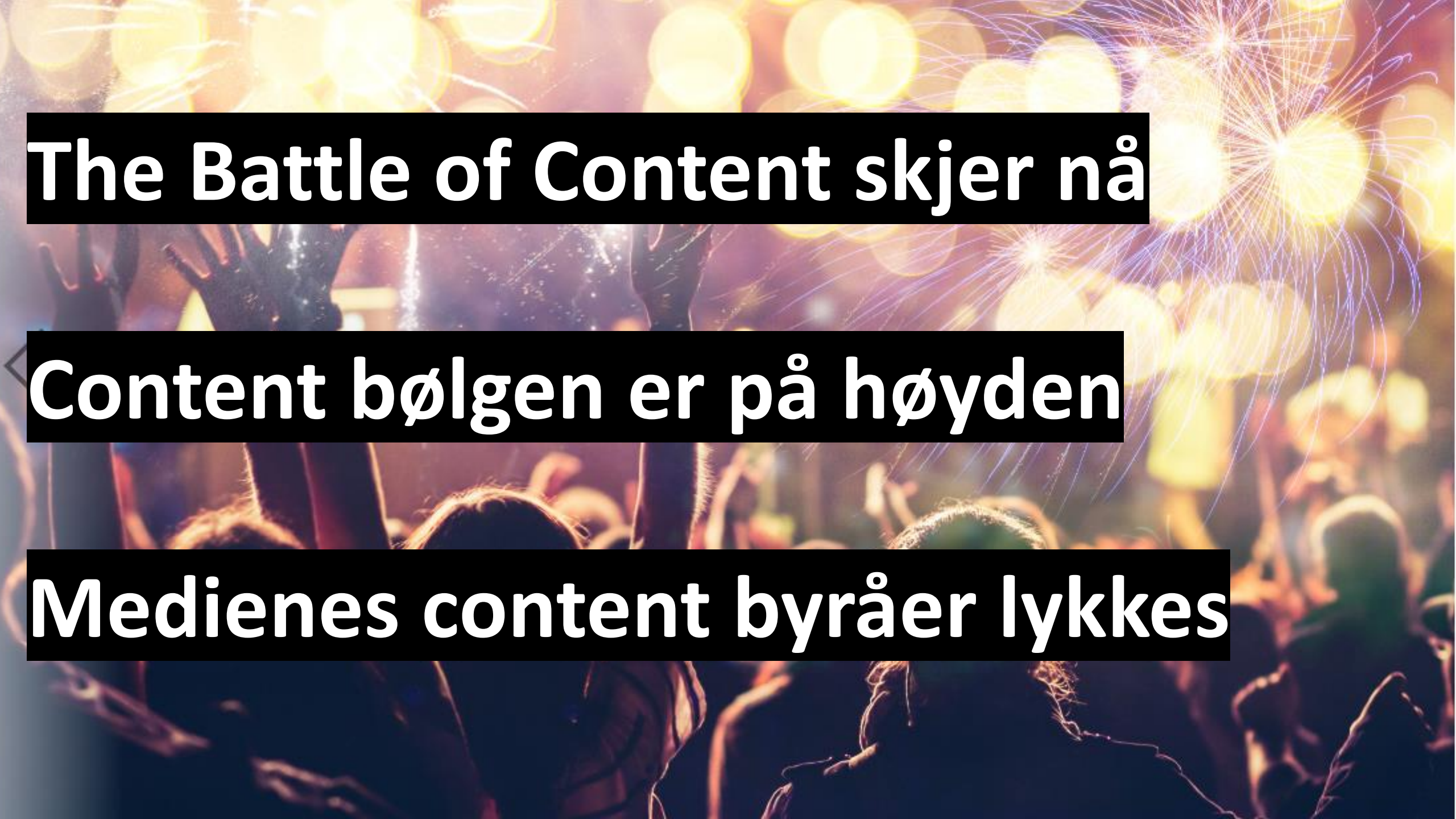


**3 av 4 er fornøyde med
leveransen**

... 1 av 4 vil styrke samarbeidet

**Halvparten vil beholde nivået
som i dag**





The Battle of Content skjer nå

Content bølgen er på høyden

Medienes content byråer lykkes

