



Digitalisering

Utmaning eller möjlighet

VIVA MEDIA

Richard Swenman

Head of Sales

Certified in:

-  AdWords Search
-  AdWords Shopping
-  AdWords Video
-  Accredited Professional

VIVA MEDIA



VIVA MEDIA

DIGITAL-
AKADEMIK

AdWords



+2 000 kunder
(600 e-handlare)

+100 medarbetare
Uppsala (HQ), Stockholm,
Göteborg, Kalmar & Oslo



ALMI

Google

bing

YouTube

SCHIBSTED
MEDIA GROUP

Klarna

Swedbank

KPMG

SVEA
EKONOMI

DIGITAL-
AKADEMIN

VIVA MEDIA



Digitalisering

Utmaning eller möjlighet

1. Digitalisering fram till idag

Bensträckare 5min

2. Case: Vivas digitalisering

VIVA MEDIA

Digitaliseringen har revolutionerat våra dagliga aktiviteter



A large crowd of people is gathered in a city square at night. The crowd is dense and fills the foreground and middle ground. In the background, there is a large, illuminated building with a dome, likely a cathedral or a government building. The square is lit up with streetlights and the building's lights. The overall atmosphere is one of a significant public event or protest.

2005

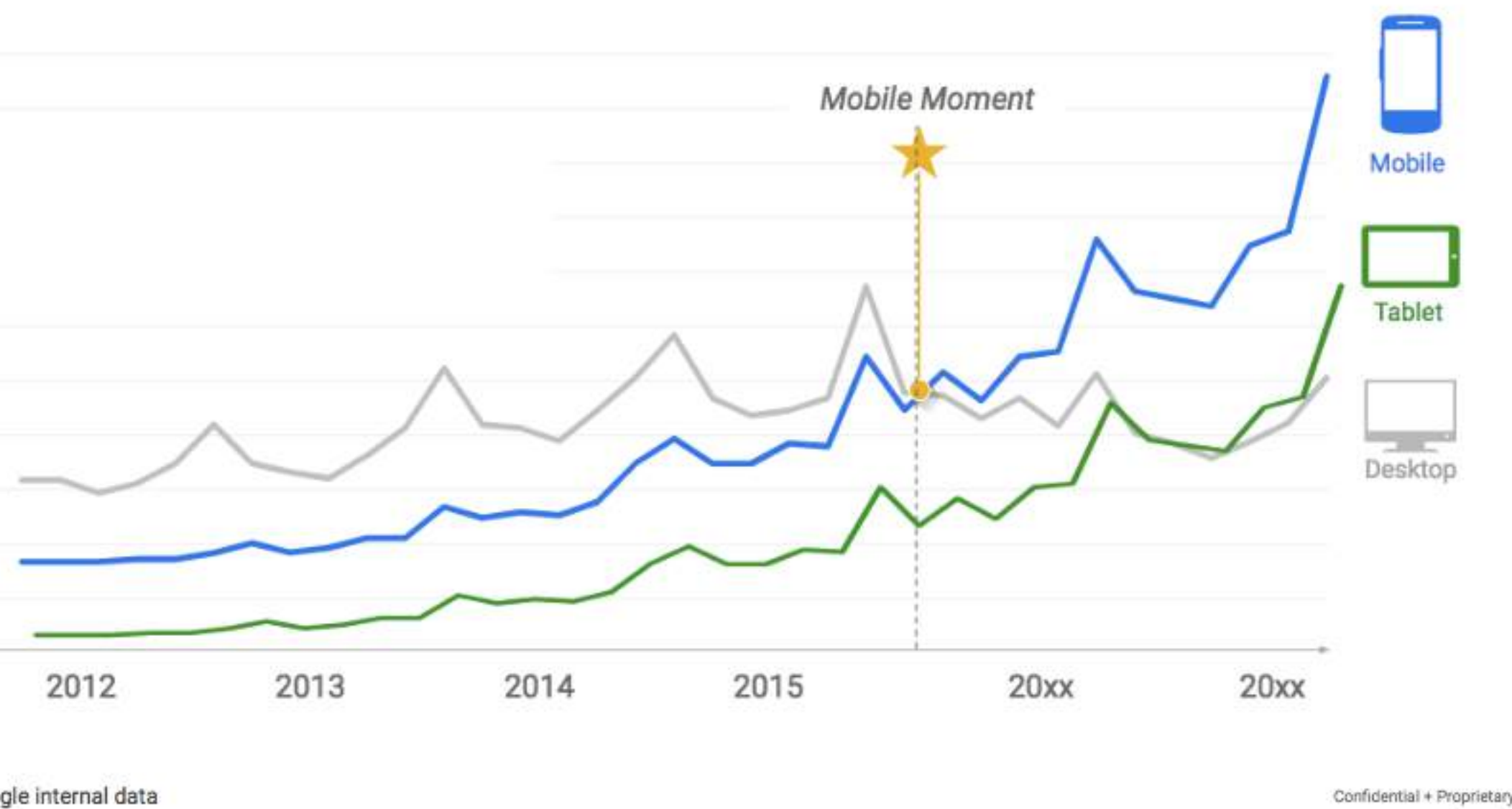
VIVA MEDIA

2013

VIVA MEDIA

Desktop vs mobila enheter

Mobile has passed desktop in number of search queries!



+51%



*"My passion for surfing
was more than my fear
of sharks."*

- Bethany Hamilton



Tre sanningar

1. Allt som kan digitaliseras kommer att digitaliseras
2. Allt som digitaliseras kan kopieras
3. Allt som kopieras, sjunker i värde

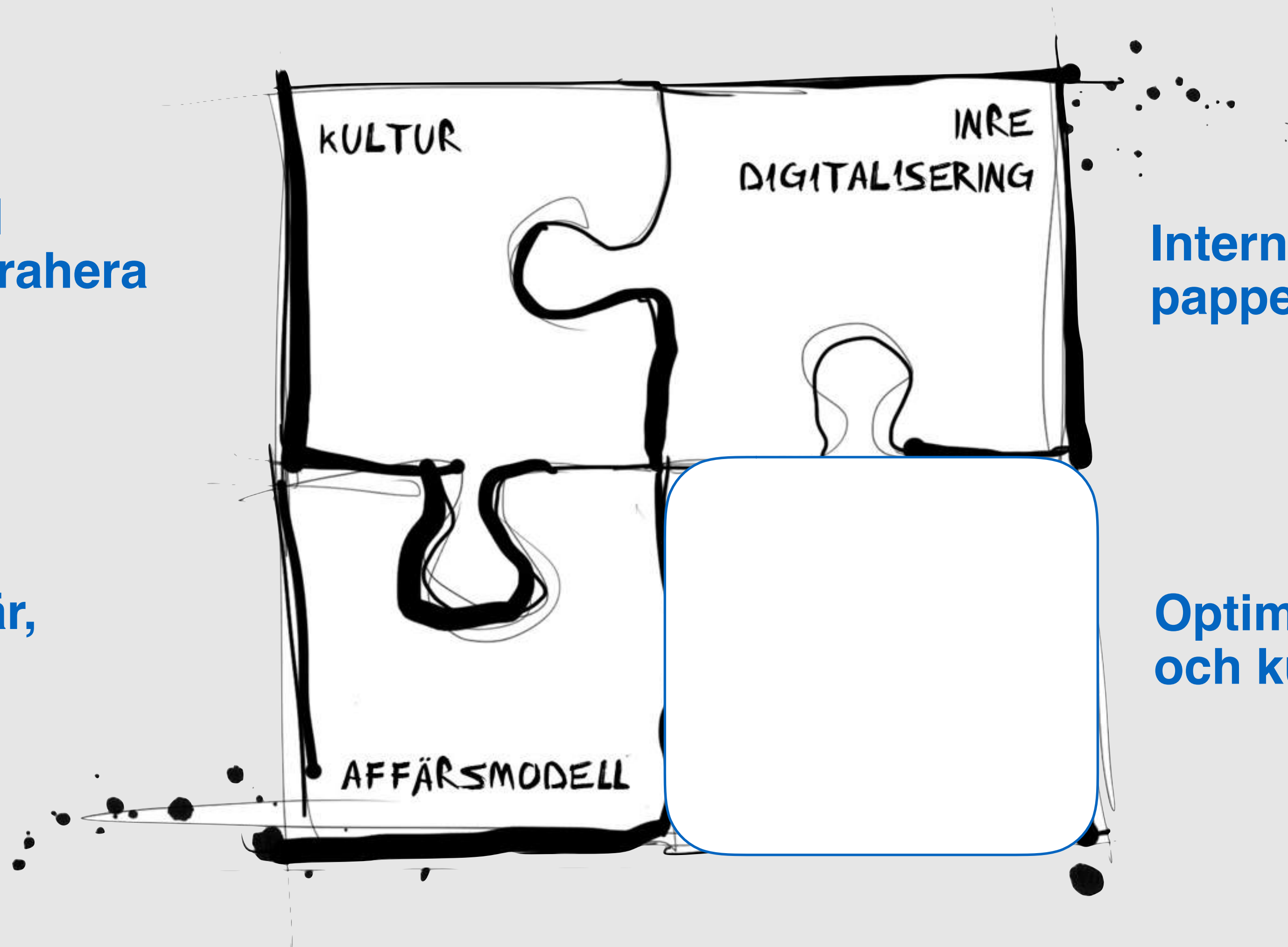
Digitalisering i världsklass

Arbeta för optimal
företagskultur, attrahera
talanger.

Digitalisera er affär,
hur tar ni betalt?

Interna processer, gå från
papper till digitalt.

Optimera er marknadsföring
och kundrekrytering.





VIVA MEDIA

ALL OVER AMERICA...
MORE SCIENTISTS AND EDUCATORS
SMOKE KENT with the **MICRONITE FILTER**
 than any other cigarette!



**For good smoking taste,
 it makes good sense to smoke KENT**

REGULAR-SIZE KING SIZE
 25 CIGARETTES BOX

ANALYSIS OF CIGARETTES BY THE U.S. DEPARTMENT OF HEALTH, EDUCATION AND WELFARE

CIGARETTE	TAR (mg)	NICOTINE (mg)
KENT	11.0	0.9
WATSON	12.0	1.0
WATSON	13.0	1.1
WATSON	14.0	1.2
WATSON	15.0	1.3
WATSON	16.0	1.4
WATSON	17.0	1.5
WATSON	18.0	1.6
WATSON	19.0	1.7
WATSON	20.0	1.8

ANALYSIS OF CIGARETTES BY THE U.S. DEPARTMENT OF HEALTH, EDUCATION AND WELFARE

CIGARETTE	TAR (mg)	NICOTINE (mg)
KENT	11.0	0.9
WATSON	12.0	1.0
WATSON	13.0	1.1
WATSON	14.0	1.2
WATSON	15.0	1.3
WATSON	16.0	1.4
WATSON	17.0	1.5
WATSON	18.0	1.6
WATSON	19.0	1.7
WATSON	20.0	1.8

A PRODUCT OF P. LORILLARD COMPANY IMPORTED WITH THE FINEST CIGARETTES THROUGH LORILLARD RESEARCH

He's one of the busiest men in town. While his door may say *Office Hours 2 to 4*, he's actually on call 24 hours a day.

The doctor is a scientist, a diplomat, and a friendly sympathetic human being all in one, no matter how long and hard his schedule.

According to a recent Nationwide survey:
MORE DOCTORS SMOKE CAMELS
THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—113,597 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preference. These leading research organizations made the survey. The gist of the query was—What cigarette do you smoke, Doctor?

The brand named most was Camel!

The rich, full flavor and cool mildness of Camel's superb blend of cooler tobacco soon to have the same appeal to the smoking tastes of doctors as to millions of other smokers. If you are a Camel smoker, this preference among doctors will hardly surprise you. If you're not—well, try Camels now.

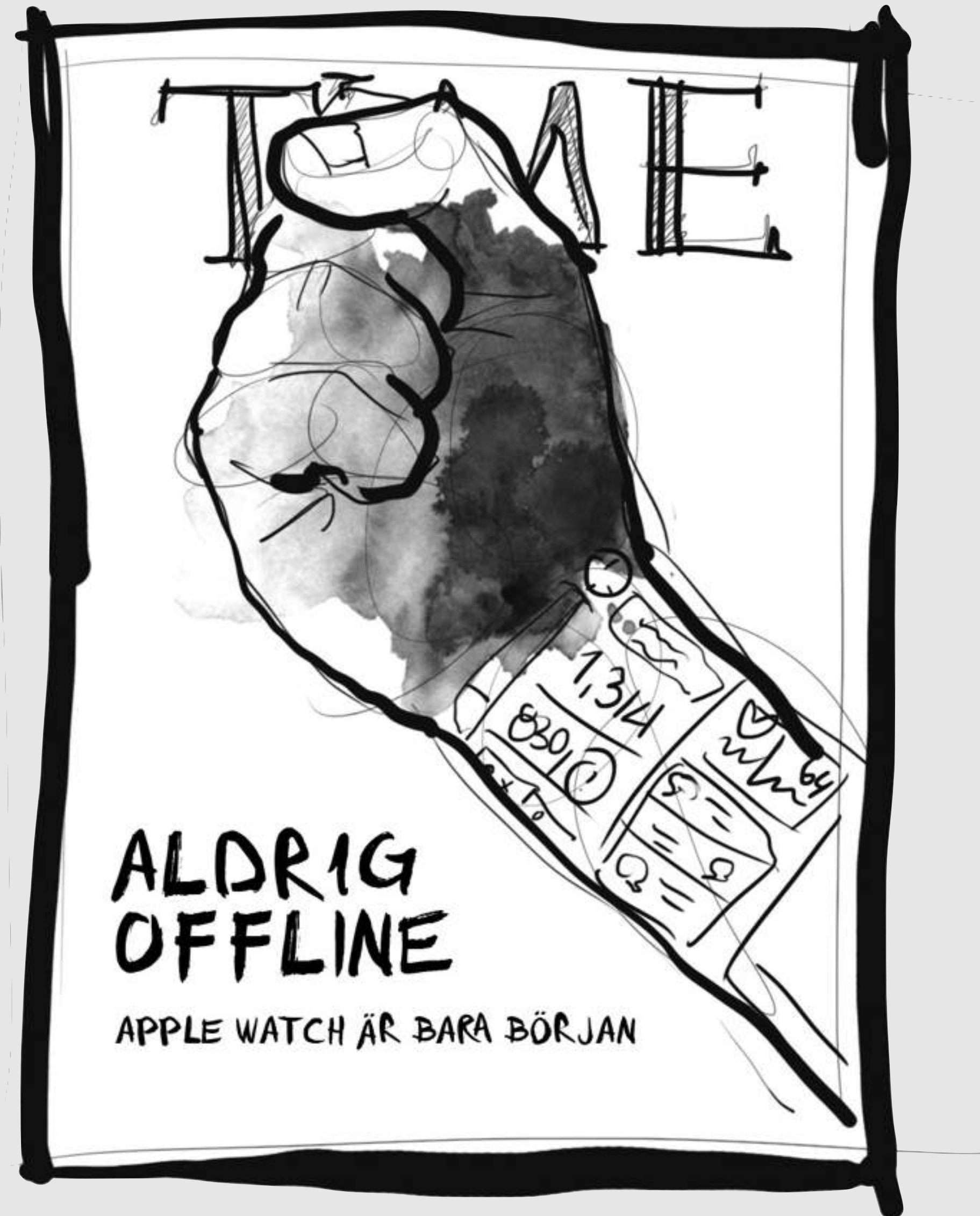
Your "T-Zone" Will Tell You...

T for Taste...
 T for Throat...
 That's your proving ground for any cigarette. See if Camels don't suit your "T-Zone" to a "T."

CAMELS Costlier Tobaccos




”Från Mad Men till Math Men”



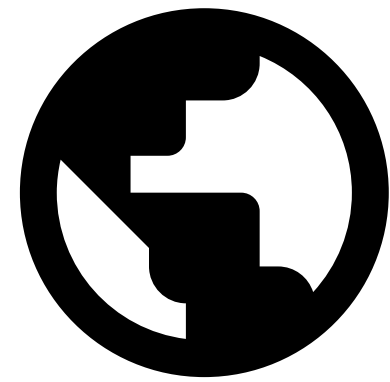
Internet of things (IoT)



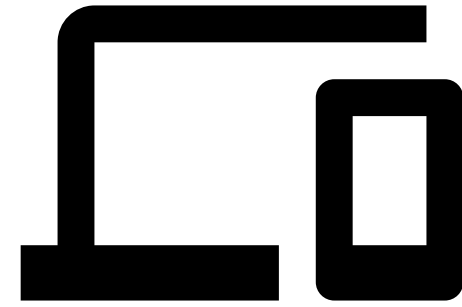
**Skapa en
datadriven
organisation**



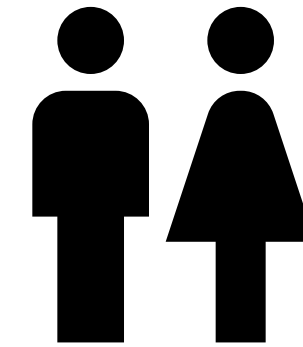
VIVA MEDIA



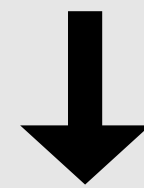
**Världen
förändras**



**Teknologi
förändras**

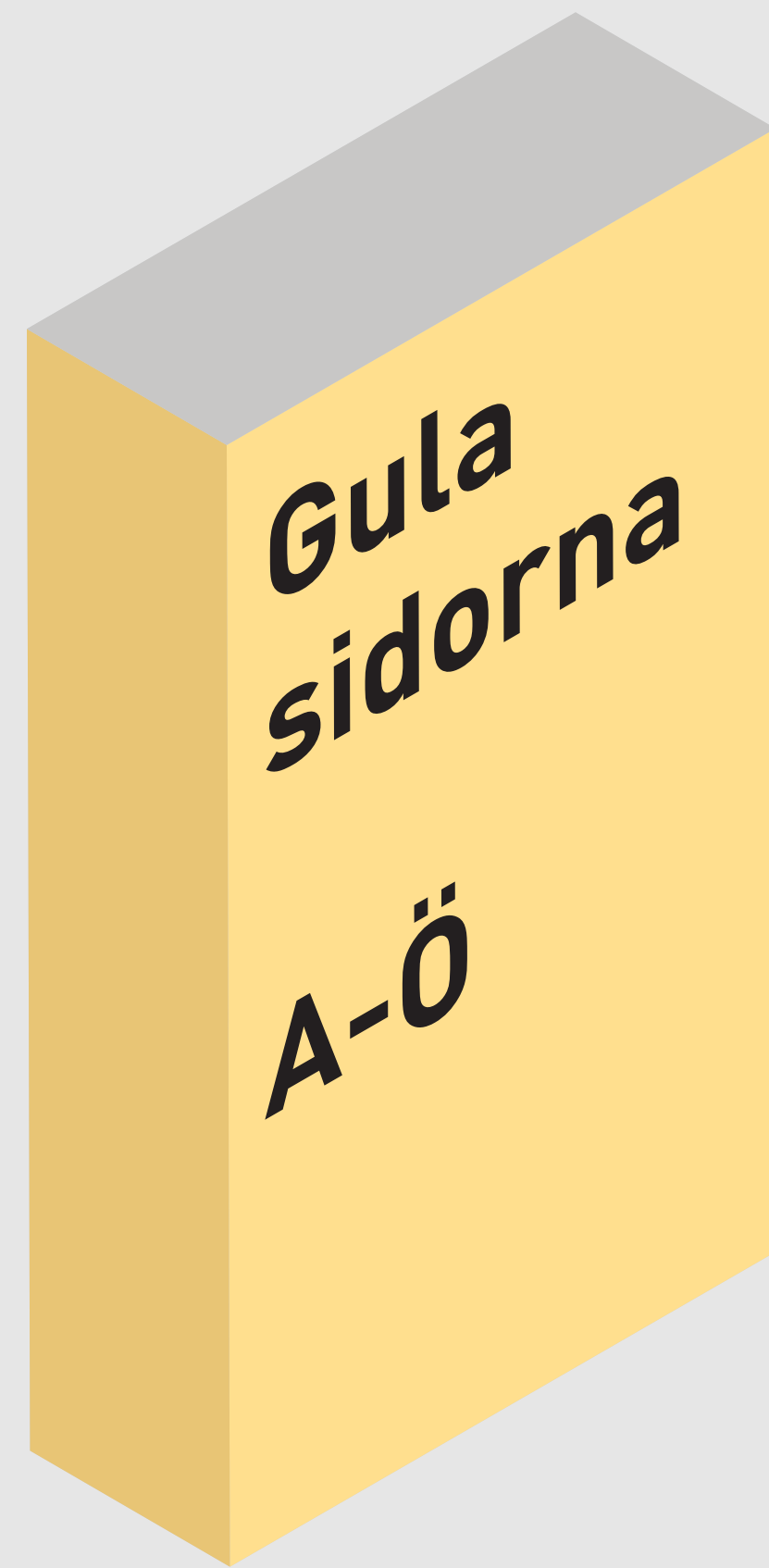


**Människor
förändras**

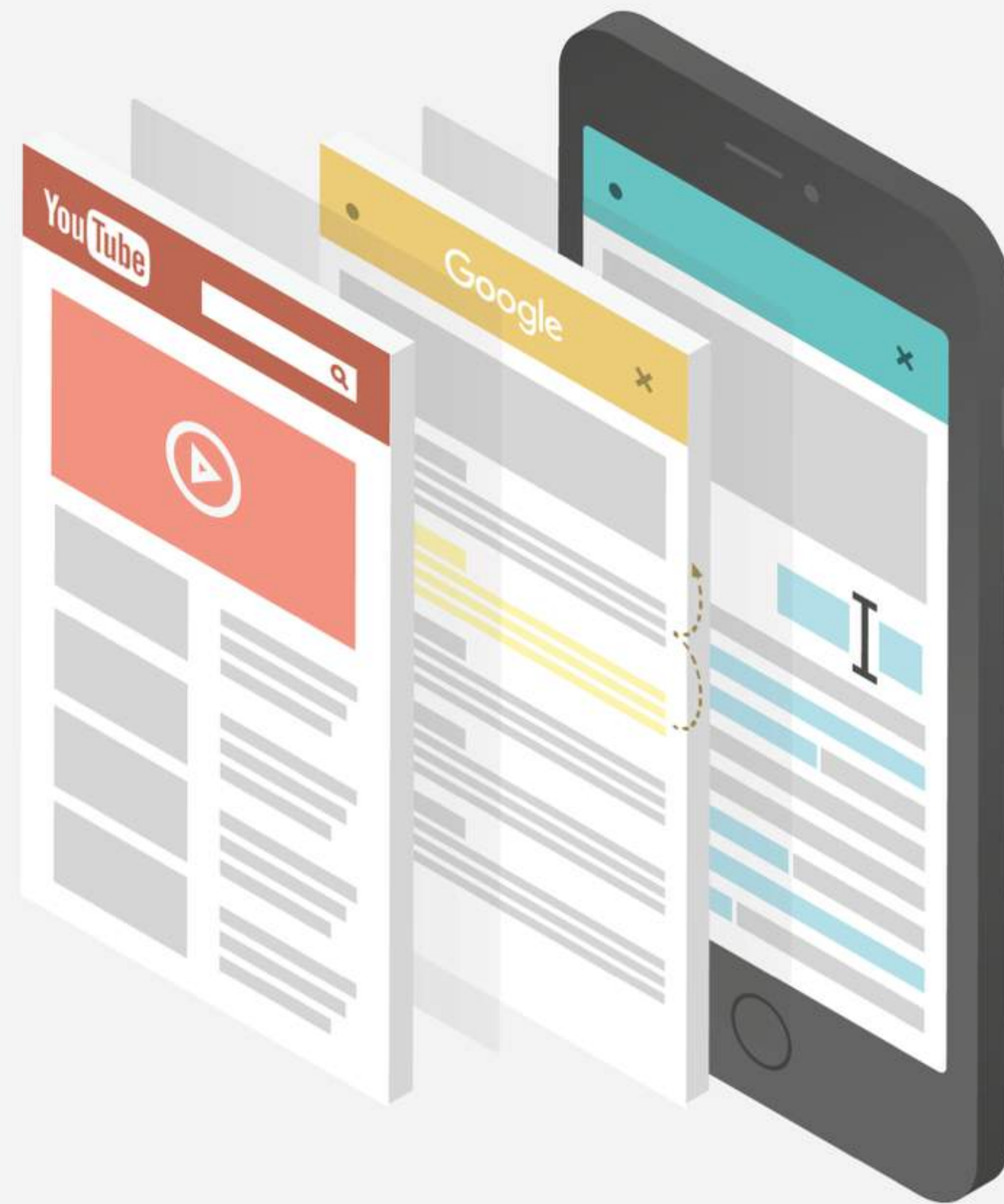


Förändras du?

Digitaliseringen har revolutionerat våra dagliga aktiviteter...



**Google har
förändrat
spelreglerna.**



Generation Google

73%

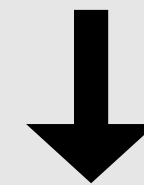
Uppger att Google är
en viktig källa inför ett
köp.

43%

Fysiska butiker

48%

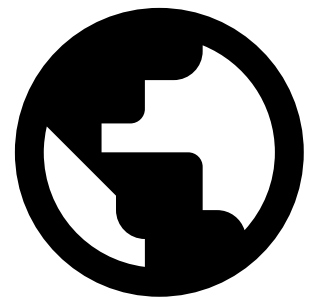
vänner och bekanta



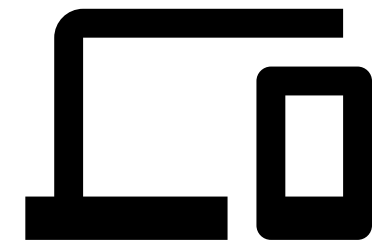
Är Google viktigare än vänner? Läser vi hellre
tester och recensioner än att känna på
produkten fysiskt?

Förändringen accelererar

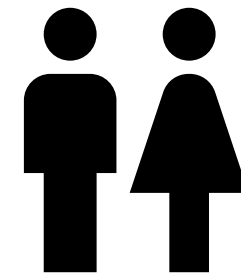
- det enda som är konstant



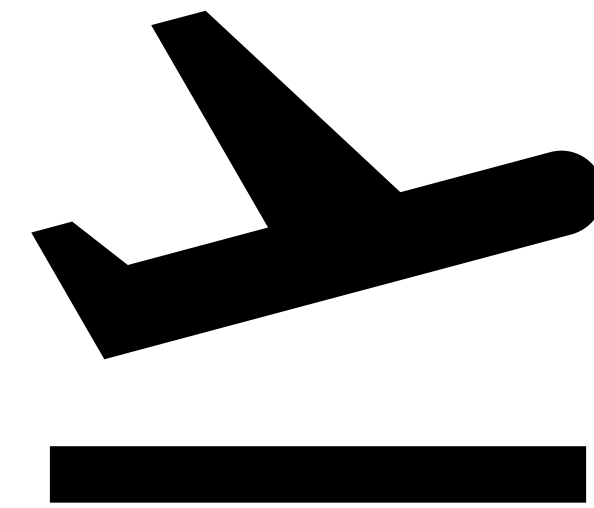
**Världen
förändras**



**Teknologi
förändras**



**Människor
förändras**



**För att växa måste företagen
agera snabbare än omvärlden
förändras**



VIVA MEDIA

Bensträckare 5 min

2. Case: Vivas digitalisering

VIVA MEDIA

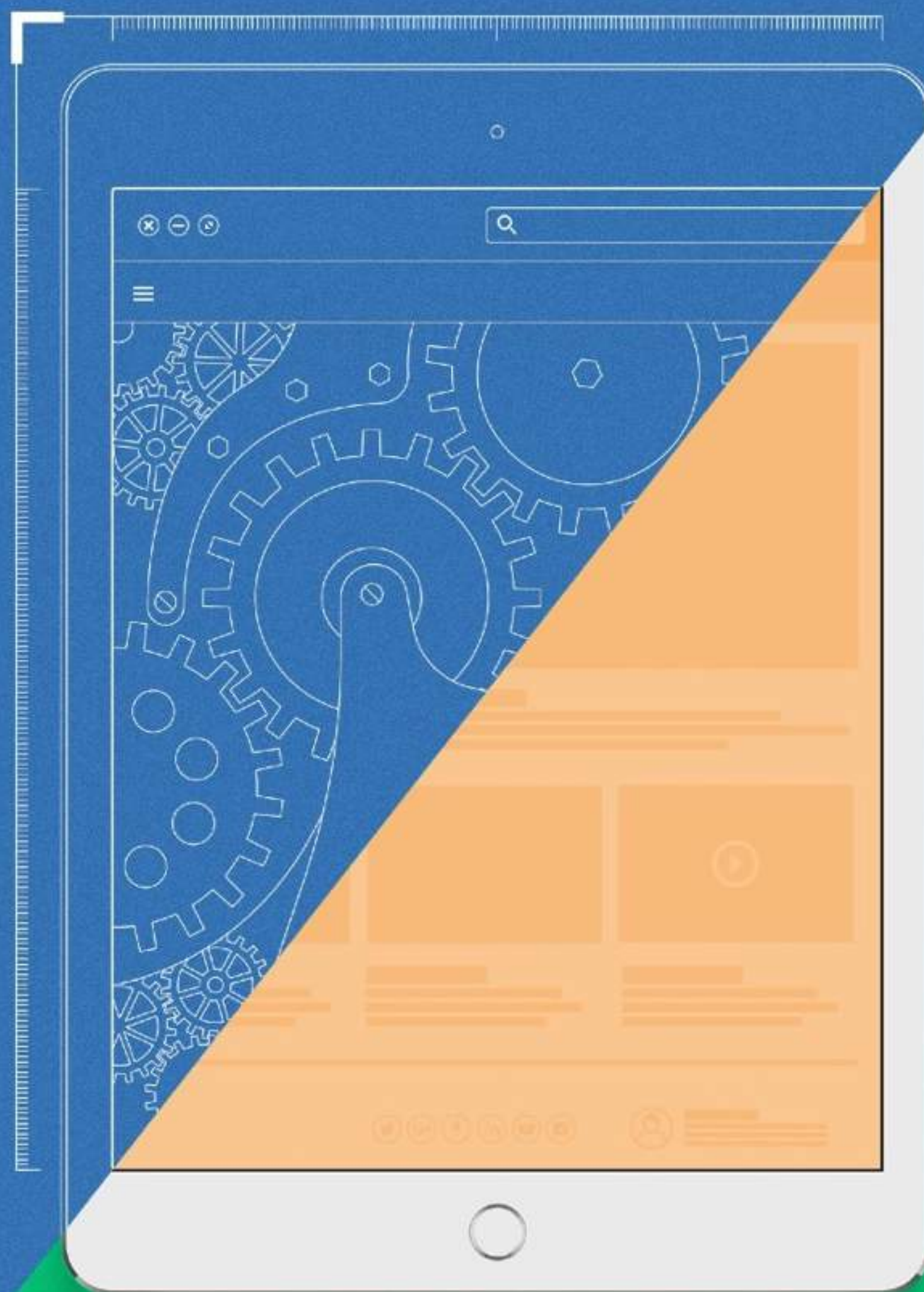
**Du måste återupppfinna dig själv och
din organisation innan någon annan gör det...**



Alla företag måste bli mjukvaruföretag

T VIVA TECH

VIVA MEDIA



Analyze

Mät hur din sida står sig på Google, mobilt etc. mät även hur din sida står sig mot dina konkurrenter.

www.vivamedia.se

Rapportering

Pinterest

twitter

SCHIBSTED
MEDIA GROUP

You Tube

Google

facebook

bing

YAHOO!



Viva Report

10 nya
användare/dag
Finns i 13
länder.

VIVA REPORT BETA

Analytics Organiskt AdWords Socialt Rapporter Inställningar

Analytics / vivamedia.se

Visar data för 2016-04-03 - 2016-05-02

1 v 1 m 3 m 1 år Anpassa Jämför

Total trafik ?

10 672
Besökare

Organiskt ?

3 207
30% av total trafik

Betald trafik ?

1 378
13% av total trafik

Nya besökare ?

5 964
56% av alla besöka...

Mobiltrafik ?

3 175
30% av total trafik

Konverteringar ?

2 713
Avslutade mål

Sessioner per dag ?



Totalt Organiskt Betalt

Viva Report

Våra kunders trafik senaste veckan

3 819

TUSEN

TOTAL TRAFIK

720

TUSEN

BETALD TRAFIK

284

TUSEN

KONVERTERINGAR

Medieplan

12 månader sedan

Skräddarsydd investeringsplan efter kunds unika förutsättningar, mål och ambitioner i olika medier/kanaler för de kommande 12 månaderna.

.....

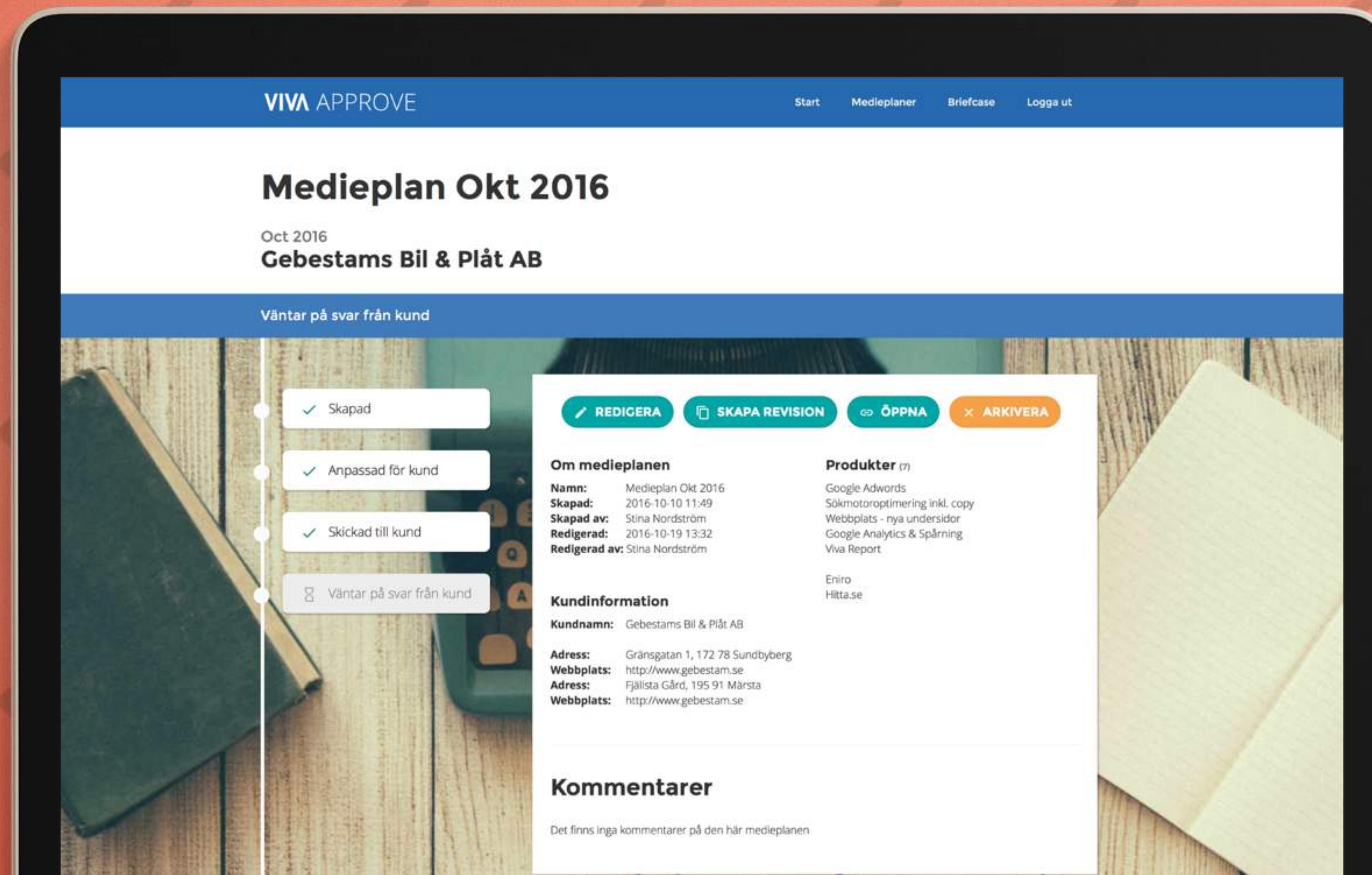
Produktionstid: 20-30 timmar

.....

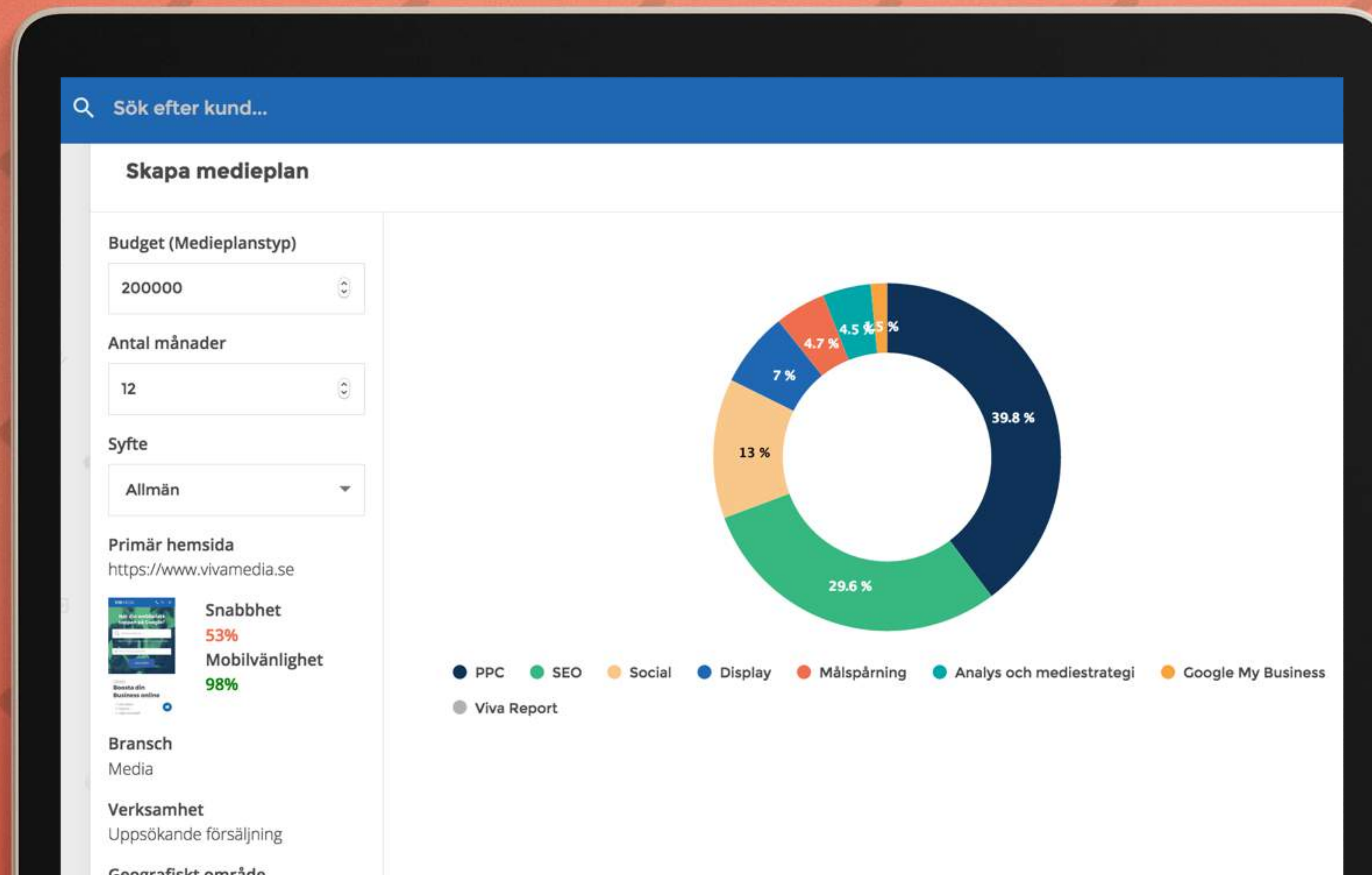


Medieplan

Idag



Viva Core



[illegible]

Presentera sökordsportfölj

Idag

The screenshot displays a web application interface for 'Byta Fönster [Annonsgroup]'. The interface is divided into a left sidebar for navigation and a main content area for ad listings.

Navigation:

- Fönsterexperterna - Skåne
- Fönsterexperterna - Uppsala
- Fönsterexperterna - Gävleborg
- Fönsterexperterna - Västmanland
- Fönsterexperterna - Örebro
- Fönsterexperterna - Södermanland
- Fönsterexperterna - Stockholm
- Fönsterexperterna - Östergötland
- Fönsterexperterna - Jönköpings län

Byta Fönster [Annonsgroup]

Dina Annonser

Att tänka på

Dags att Byta Fönster?
www.fonsterexperterna.se
Vi hjälper dig att hitta rätt.
Boka ett kostnadsfritt hembesök!

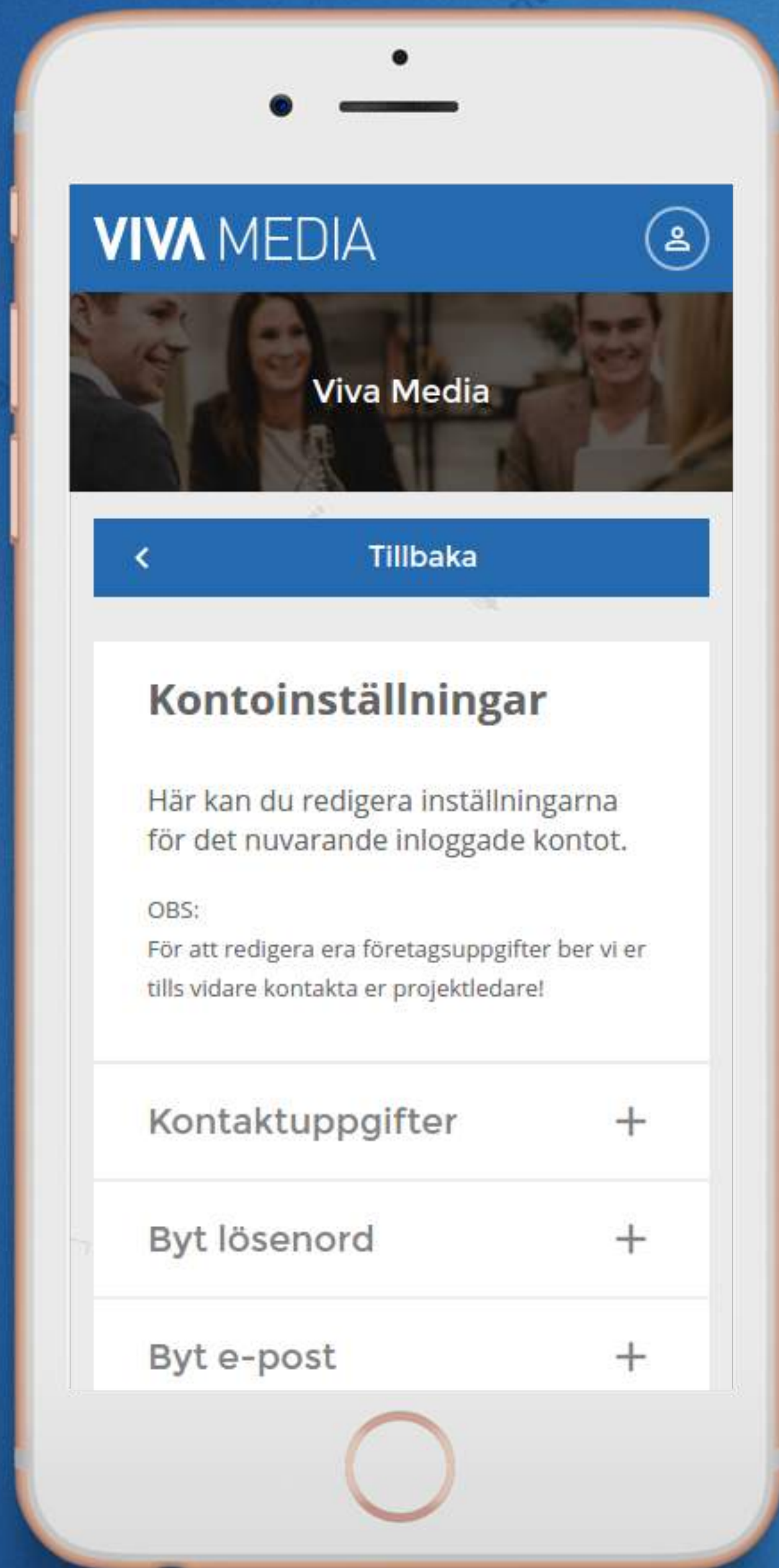
Byta Fönster?
www.fonsterexperterna.se
Vi hjälper dig välja rätt fönster.
Boka ett kostnadsfritt hembesök!

Dags att Byta Fönster? - Kostnadsfritt hembesök
www.fonsterexperterna.se
Vi kommer gärna hem till dig och ger dig ett förslag på komplett fönsterbyte!

Dags att Byta Fönster? - Vi hjälper dig att hitta rätt
www.fonsterexperterna.se
Boka ett kostnadsfritt hembesök!

Dina Sökord: Fönster

Matchningstyper: Broad



Mina sidor

En plats där kunden har fullständigt översikt från projektledning till marknadsplan/aktivitet.

Avancera i näringskedjan

VIVA



Byrå



Byrå



Byrå

Kund

Kund

Kund

Kund

Kund

Kund

Kund

Kund

VIVA MEDIA



VIVA Partner



Hjälp era kunder med digital marknadsföring med hjälp av oss och våra mjukvaror



Våra system tar fram mediestrategi baserat på faktiska data och ni presenterar med er som avsändare



Öka er omsättning utan risk genom att slippa bygga infrastruktur

VIVA Partner Portal

VIVA CORE

Sök efter kund...

Admin

Start

Kunder

Order

Rapporter

Medieplaner

Sökordsportföljer

Leverantörer

Paket

Support

Academy

Admin

Översikt

+ Lägg till kund

Rapporter
2

Medieplaner
41

Sökordsportföljer
23

Sök

Sida
1 / 1

↓ ↺

	Mina kunder	Rapporter	Medieplaner	Sökordsportföljer	Order
Redigera	VIVA Media 11	1	2	1	1
Redigera	Webrock Brazil 1 AB	0	1	0	0
Redigera	Wallstreet Försäljnings AB	0	3	1	0
Redigera	VIVA Media AB 2	0	2	0	0
Redigera	Sofia Test	0	3	0	0
Redigera	Kunden AB	0	5	7	0
Redigera	IKEA AB	0	12	5	0
Redigera	Testkund #3	0	2	0	0
Redigera	Viva Media AB 2	0	4	2	0

Powered by Viva Media

VIVA CORE

Admin 

- ## Academy

Viva Media Övriga

Viva Media

- Arash Gilan om Viva Media
- Arash Gilan om digital marknadsföring

Sociala medier

- Del 1 - Övergripande strategi
- Del 2 - Taktik
- Del 3 - Sponsring & annonsering

PPC - Pay Per Click

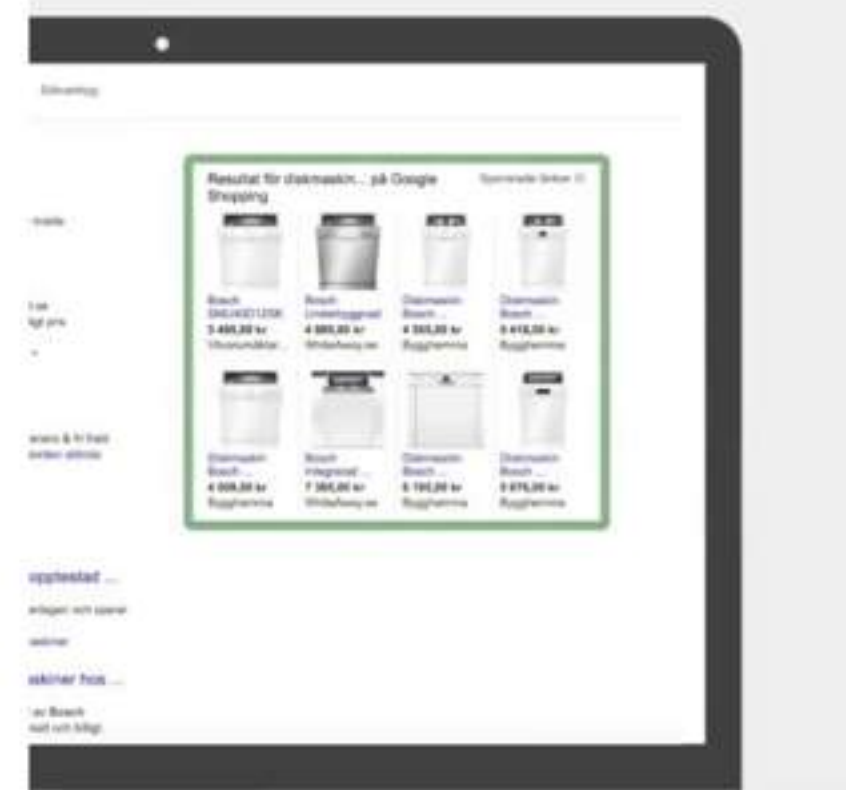
- Del 1 - SEMs historia & utveckling
- Del 2 - Så fungerar SEM
- Del 3 - The Viva-way
- Del 4 - {{trans('academy.summary')}}}

Display

- Del 1 - Vad är programmatic
- Del 2 - Displaykampanj - Hur & varför
- Del 3 - Hur fungerar målgrupper
- Del 4 - Material

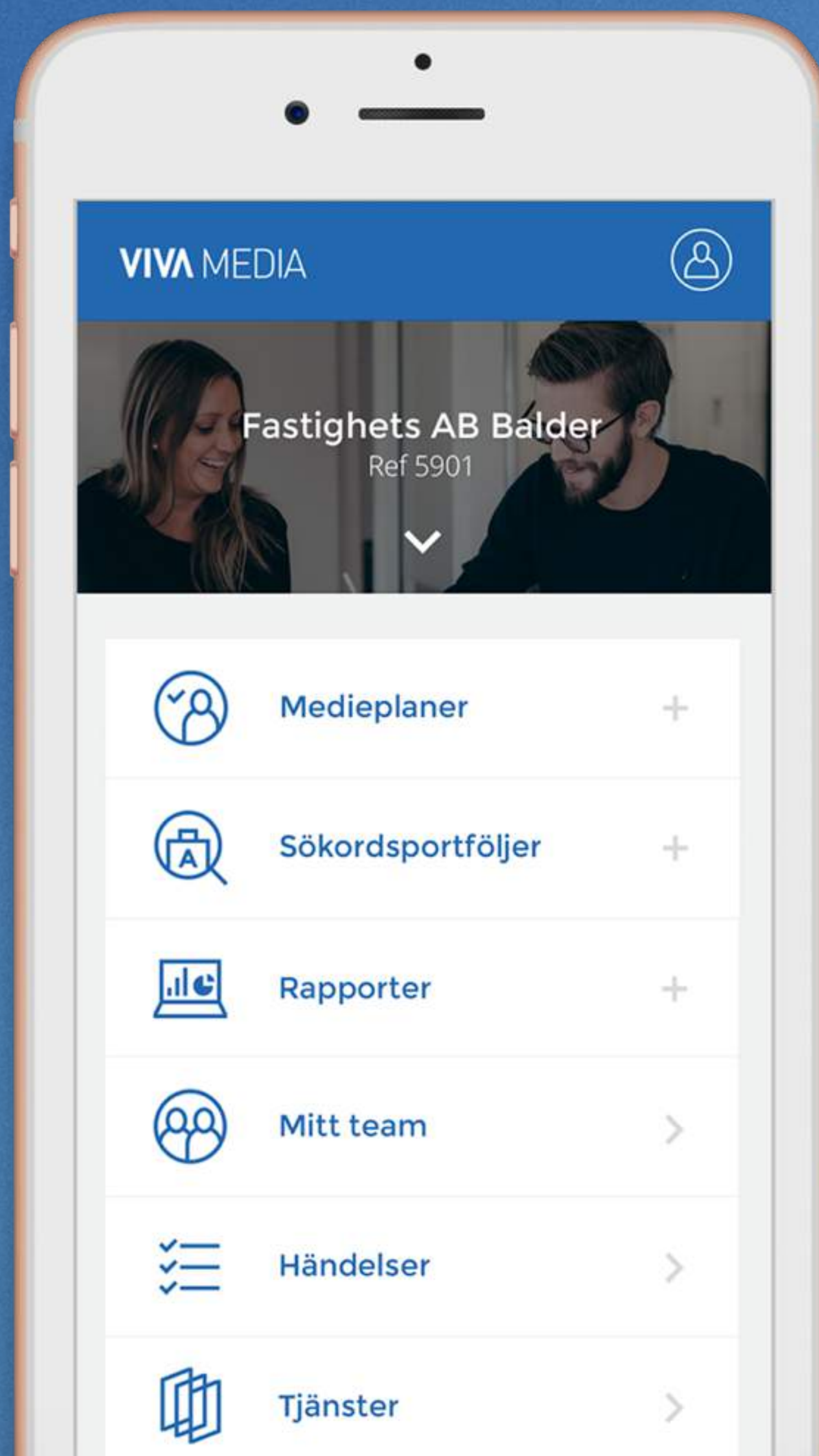
2 Viva Academy PPC del 2 Richard Swenman

Google Shopping (PLA)



VIVA MEDIA





Kundens "Mina Sidor" för VIVA Partners

” If not now,
Tack!”
when?”

- Felix Baumgartner

VIVA MEDIA



Vill ni ha presentationen?
Maila daniel.serverin@vivamedia.se



Linked in

Richard Swenman

richard.swenman@vivamedia.se