

## Analyserande uppgift, VG

### Brief:

Välj ett företag, riktigt eller fiktivt och beskriv det i ca 4-5 meningar nedan. Detta hjälper er att besvara frågorna nedan, och det hjälper även era kamrater och mig att sätta oss in i svaret! *(Ni kan välja exemplet nedan om ni vill).*

När du har valt företag ska du besvara de 4 punkter som frågan innehåller. Detta är frågor som ett företag kan ställa för att bäst veta var de ska lägga sin marknadsbudget och veta vem de ska nå!

Tänk på att svara utförligt och tydligt. Det viktiga med frågor som dessa är att du för ett välgrundat resonemang och argumenterar för val som du tar. **För VG-nivå krävs det alltså att du motiverar, resonerar, diskuterar, argumenterar och visar att du förstår de val som du tar.**

### Ett exempel på en kort brief:

*Alesso's Energy™ är en energidricka gjord av naturliga ämnen. Fokuset ligger på gaming-samhället och att de ska få en "nyttigare" livsstil", fokus framåt kan även riktas mot träning. Designen på produkterna och hemsidan är minimalistisk och ren, precis som innehållet. Alesso's Energy™ har idag män 18-25 som huvudmålgrupp, men vill nå samma status som ex. Nocco. Företaget finns enbart i Sverige och vill trycka på att det är naturliga ämnen och närproducerat. Företaget säljer på sin egen hemsida och i butiker.*

### Frågor:

1. Vilken målgrupp bör med fördel företaget rikta in sig på och varför?

(Viktigt: Backa upp dina argument med data och källor)

2. Skapa 3st Personas till företaget

3. Vilken mediemix kan du föreslå till företaget, och varför?

(Viktigt: Backa upp dina argument med data och källor)

- a. Hur hade du fördelat budgeten mellan dessa kanaler och varför?

4. Gör en övergripande SWOT-analys så att företaget kan arbeta med sin strategi

5. Var hade du placerat företaget i en positioneringskarta? Motivera ditt svar

# Switch Nails

Switch nails är ett företag som skapar press-on naglar i olika former & färger till rimliga priser. De säljer även olika oljor som tillhör till naglarna men där naglarna är i huvudfokus.

Istället för att använda sig utav lim som andra företag gör så använder de sig utav glue-tabs (som ett klistermärke) vilket är skonsammare för nageln samt gör att naglarna kan återanvändas.

De jobbar för att alla ska kunna ha fina naglar för de som inte kan gå till salonger för att de inte har tid eller pengar och i stället vill ta salongen hem till sig själv för att kunna få samma resultat. De ska alltså vara enkla & effektiva att arbeta med. De är även miljövänliga, veganska, återanvändbara och fria från gifter.

## Målgrupp:

Switch Nails som företag bör rikta sig mot tjejer & kvinnor från 12års ålder och uppåt som sin största målgrupp. Detta eftersom kvinnor i allmänhet lägger mer tid och pengar på utseendet än vad män gör, därav är inte män i fokus gällande min målgrupp för detta företag.

Män kan absolut fixa sina naglar, men då det inte är lika vanligt så borde inte fokuset ligga där. ( [https://finance.yahoo.com/news/women-spend-nearly-1k-appearance-200011279.html?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xILmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAAKCL\\_RhAtB6n0Nxht0LCIDerySXpupNc\\_ElBl-Nm7XCxn3nGnsleTdjTZPTJ2iVgbgwTQetMMIfxmHzcwlGvtvv6oAEQDY1-q6BcRjrdze1a5gz4WY4F7w3oldSSr\\_FH5jHCy65ukk1lNgZmCPHOVcwWtDZpA5QfMEEcMReys3VX](https://finance.yahoo.com/news/women-spend-nearly-1k-appearance-200011279.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xILmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAKCL_RhAtB6n0Nxht0LCIDerySXpupNc_ElBl-Nm7XCxn3nGnsleTdjTZPTJ2iVgbgwTQetMMIfxmHzcwlGvtvv6oAEQDY1-q6BcRjrdze1a5gz4WY4F7w3oldSSr_FH5jHCy65ukk1lNgZmCPHOVcwWtDZpA5QfMEEcMReys3VX) )

Varför jag anser att de borde ha från 12år och uppåt, är för att dessa naglar är formade för kvinnor, trots att de har en stor variation i storlekarna så kan de ändå bli för stora för de som inte är helt fullvuxna än, och därav kan inte produkten utnyttjas till det fullaste för alla kvinnor. Detta baserar jag på följande länk:




(<https://www.friskfriidrott.se/portfolio/pubertet-och-traning/>)

Att ha kvinnor som målgrupp passar detta företag, då deras syfte med naglarna är att spara tid, vilket exempelvis passar kvinnor som är ensamstående, jobbar heltid eller har småbarn som därav kan ha svårt att hitta tid. Det kan vara svårt att hitta en tid på en salong för att bygga naglar då det är svårt att få ihop vardagspusslet.

Trots samhällets utveckling de senaste åren, där män har börjat använda sig mer utav smink, naglar och hudvård så kommer de inte att tas in som målgrupp gällande min analys av detta företag då de inte väljer att använda sig utav bilder på män i deras digitala kanaler, alltså kommer de inte få en lika bra ROI.

Då Switch Nails naglar kommer i en större bred av storlekar men inte i oändliga storlekar då de vill spara på svinn så kan man marknadsföra sig på ett sätt där man inte uttryckligen nämner kvinnor i sin marknadsföring och därmed kanske man fångar de få män som faktiskt vill beställa naglar. (<https://www.louisianafcu.org/articles/how-men-and-women-spend-their-money-differently>) (<https://www.kantarsifo.se/blogg/orvesto-konsument-20221>)

## Personas:

 <p><b>Sofia   32 år</b></p> <p><b>Demografi</b></p> <p>♥ Singel, använder dejtingappar</p> <p>🏠 Fritid: Festa, vänner, resa</p> <p>👛 Egen företagare</p> <p>💰 35.000 efter skatt</p> <p><b>BETEENDEIDENTIFIERARE</b></p> <p><b>Färdmedel:</b> Cyklar till och från jobb</p> <p><b>Beteende:</b> Gillar att spendera pengar impulsivt, har inga emot att lägga de lilla extra på detaljer.</p> <p><b>Behov:</b> Biter mycket på sina naglar vilket ser ovårdat ut på möten med olika klienter, behöver spara tid på att fixa dem.</p> <p><b>Mål:</b> En produkt som är snabb och effektiv som hon kan fixa på den lilla tiden hon har på vardagen. Hon vill ha salongsfina naglar som imponerar, samt som går snabbt.</p> <p>Då cykla tar en stund så vill hon inte göra för många stopp mellan hem och jobb.</p>	 <p><b>Elisabeth   75</b></p> <p><b>Demografi</b></p> <p>♥ Änka, lägger mycket tid på sina barnbarn</p> <p>🏠 Fritid: Väninnor, trädgården</p> <p>👛 Pensionär</p> <p>💰 19.000 efter skatt</p> <p><b>BETEENDEIDENTIFIERARE</b></p> <p><b>Färdmedel:</b> Spenderar störst tid hemma, färdtjänst när hon ska iväg</p> <p><b>Beteende:</b> Spenderar inte så mycket pengar på shopping, men gillar att köpa något då och då för att känna sig extra fin.</p> <p><b>Behov:</b> Naglar som är fina men även lätta att byta då hon blir lätt skitig när hon är i trädgården &amp; med barnbarnen.</p> <p><b>Mål:</b> En produkt som inte är så dyr och de är lätta att ta av/på. Hon vill ha fina naglar till dagarna hon är med väninnorna. Vill inte använda färdtjänst till små saker.</p>	 <p><b>Lisa   47</b></p> <p><b>Demografi</b></p> <p>♥ Gift, barn</p> <p>🏠 Fritid: Familj, laga mat, träna</p> <p>👛 Skådespelerska</p> <p>💰 30.000 efter skatt</p> <p><b>BETEENDEIDENTIFIERARE</b></p> <p><b>Färdmedel:</b> Flyger mycket, har en gemensam bil med sin man.</p> <p><b>Beteende:</b> Reser mycket i jobbet, spelar olika roller i olika filmer, inte mycket tid till shopping. Gillar att shoppa när hon ser något fint.</p> <p><b>Behov:</b> Behöver fina naglar som är lätta att byta för de olika rollerna samt till vardags.</p> <p><b>Mål:</b> En rolig och lätt aktivitet att göra ensam i mellan resor samt med barnen. De olika formerna &amp; färgerna passar hennes livsstil. Hon vill helst inte lämna hemmet så mycket när hon inte reser i jobbet.</p>
---	---	---

## Min mediemix:

Som mediemix för företaget så gynnar de sig att använda sig utav olika digitala kanaler så som instagram, Facebook, Tiktok.

Även att de använder sig utav influencers marketing, SEO, Google ads samt email-utskick.

Här nedanför går jag mer in på de olika kanalerna för företaget:

**Instagram** - Att använda sig utav digitala kanaler är viktigt så att man kan synas och visa upp produkterna. Vår målgrupp som vi jobbar med 12 år och uppåt har alla instagram och det är ett bra sätt att göra snygga inlägg, vi kan synas, ha lives eller göra content för nya släpp osv. **(se bilaga 1 & 2)**

**Facebook** - På Facebook kan man skapa en community med kunder som kan vara med i en och samma grupp och prata om hur de upplevt produkterna. De kan även i dessa grupper lägga upp förtur till nya släpp för de som är med i gruppen, unika erbjudande, tävlingar osv, just för att dra kunderna in. Målgruppen vi jobbar med använder sig alla utav Facebook och vi kan nå ut till flera samtidigt. **(se bilaga 1 & 2)**

**Influencers** - Då det är trendigt att följa olika influencers så ser det bra ut för företaget att synas där, influencers har skapat ett förtroende till sina följare och blir influerade utav de produkter de visar upp. De kan även skapa en bra verklighetsbild på hur naglarna ser ut på i verkligheten och inte lika redigerat genom att tex. Visa upp hur det funkar att sätta på dem i en video på tiktok, instagram etc.

Genom influencers kan företaget även använda sig utav affiliate marketing för att nå ut via bloggar, skapa speciella länkar, erbjudande osv. (<https://www.nklt.se/varf%C3%B6r-du-b%C3%B6r-samarbeta-med-influencers-om-du-driver-ett-f%C3%B6retag/>) (<https://www.business.com/articles/influencers-and-branding/>)

**Google-ads** – Att använda sig utav betalda annonser ökar företagets synlighet, kunder som aktivt sökt efter att fixa sina naglar hemma eller snabbt kommer hamna hos switch-nails. (<https://www.headofsearch.se/7-anledningar-varfor-du-bor-anvanda-google-ads/>)

**SEO** – Med SEO är det viktigt att lägga ner tid på bra innehåll och ha med det som en mediemix. För ett företag som endast är online är viktigt så att kunder faktiskt hittar till företagets hemsida. Viktigt som företag att lägga tid på att ha bra innehåll för att öka den organiska synligheten. ( <https://seo.se/vad-ar-seo/> )

**Epost/email** – Med email så är det ett bra sätt att nå ut till nuvarande kunder för att de ska kunna bli inspirerande att köpa nya set, ge dem förtur till nya släpp och även kunna erbjuda rabatter/erbjudande. Exempel att skicka ut kan vara ”är du redo för hösten”, ”behöver du piffa upp dina naglar”, ”stick ut med dessa nya färger”, ”vi saknar dig”.

## Budget:

- 20% Influencers
- 20% Hemsida
- 15% Google ads
- 10% Instagram
- 10% Facebook – community
- 10% SEO
- 10% Email
- 5% tiktok



Att jag väljer att lägga den största budgeten på influencers och hemsidan är till stor del för att det är här företaget verkligen kan lägga krut på att synas och ha snyggt innehåll. Som nämnt ovan så är företaget endast online för tillfället och då är det viktigt att ha bra innehåll och snyggt content för att kunder ska känna sig inspirerade till köp. När det kommer till Google ads & SEO så kan man använda sig utav betala annonser som kräver en lite högre budget, det är bra för företaget att hamna högt upp så att det är

den hemsidan man klickar in sig på. Det är fortfarande viktigt att lägga budget på SEO så att man kan synas organiskt och lägga tid på det organiska.

Det är även viktigt att dela ut budgeten mellan de olika digitala kanalerna som instagram, Facebook och Tiktok för att skapa snygga inlägg, prata med sina kunder och synas utåt.

Även om hemsidan inte är en del utav mediemixen så har jag valt allt inkludera den i budgeten då den är viktig för företaget. Att lägga fokus på deras hemsida väger mycket, det är det största stället de syns då de är ett online företag, de behöver göra hemsidan snygg, inbjudande, pålitlig och användarvänlig. Det är här de syns mest!

## SWOT:

Styrkor	Svagheter
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salong-snygga</li> <li>• Lätta att byta om man tröttnar</li> <li>• Miljövänliga, återanvändbara</li> <li>• Veganska</li> <li>• Inte massa kladd med lim och lätt applicering</li> <li>• Skonsamma mot dina naglar</li> <li>• Skickar över hela världen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Håller inte lika länge som salongs naglar</li> <li>• Kunder kanske vill ha mer långvarande naglar med ex. gelé eller akryl naglar</li> <li>• Kan slitas</li> <li>• Inte många som känner till</li> <li>• Bakterier kan samlas "greenie"</li> </ul>
Möjligheter	Hot/hinder
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Butik – synas mer</li> <li>• Släppa fler kollektioner för att öka intresse</li> <li>• Fler samarbeten med både influencers &amp; företag</li> <li>• Släpp för specifikt för män/större händer</li> <li>• Utöka mer internationellt – reklam och/eller internationella influencers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurranser så som salonger,</li> <li>• Företag som säljer nagellack</li> <li>• Välja att måla naglarna i stället, för att spara ännu mer tid</li> <li>• Letar efter längre varaktighet</li> <li>• För lite utbud/storlekar</li> </ul>

## Positioneringskarta:

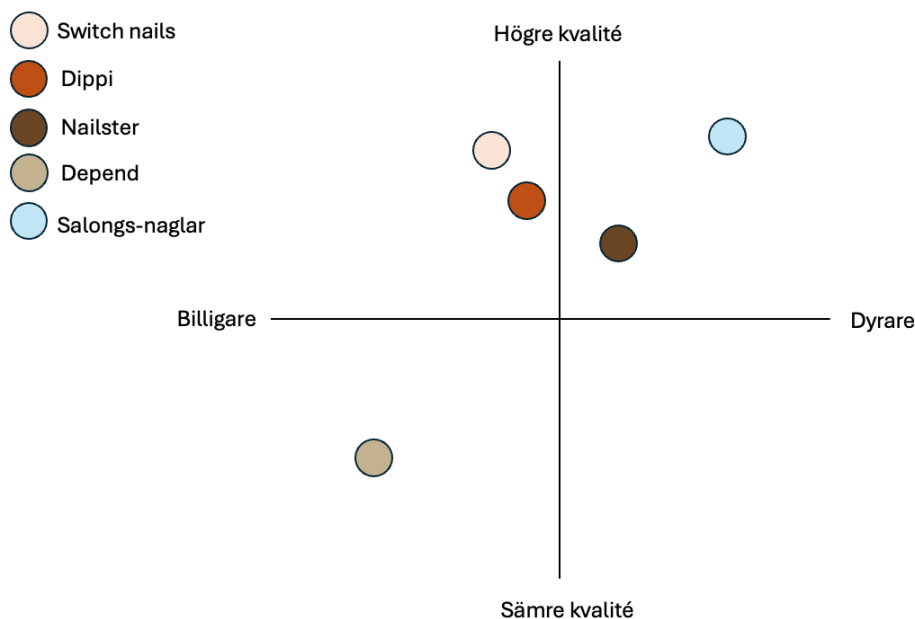
Jag har valt att sätta Switch-Nails mellan hög kvalitet & närmre billigt än dyrt.

Med deras återanvändningsbara naglar som är veganska, så håller de en hög standard i kvalitet. De kan även återanvändas, går inte sönder lika lätt eller har limrester som fastnar vilket påvisar hög kvalitet.

Med en kostnad på 299kr per set (ett urval utav storlekar, två sanitizer-wipes, en pinne för nagelbanden, en nagelfil samt 60 glue-tabs) så är det billigare än att fixa naglarna på en salong.

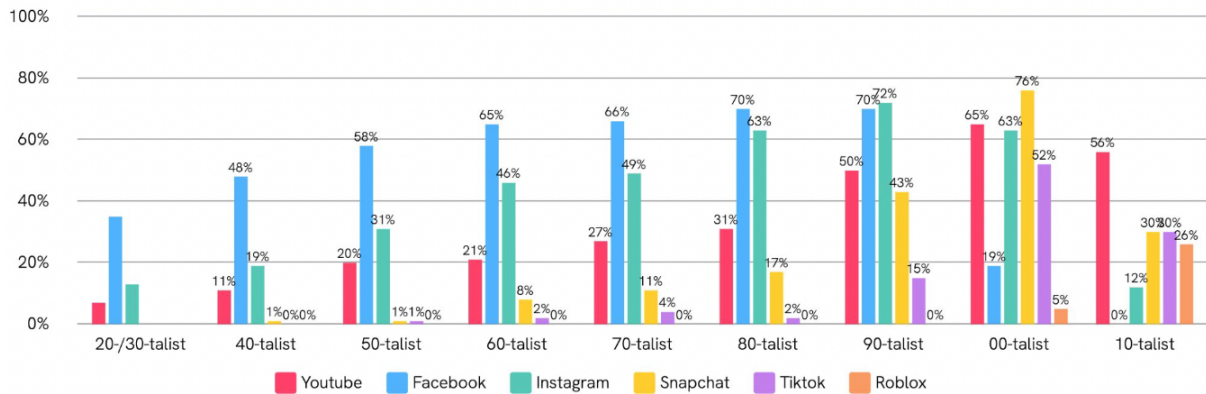
Att fixa naglar på en salong kan gå på allt mellan 400kr för ganska basic naglar och uppåt 6-700kr för att få en specifik design eller form. De håller längre men kan inte appliceras på nytt och man får gå tillbaka och betala samma pris för nya naglar. Med Switch-nails så får du en design eller bara färg, beroende på vad du väljer, och kan använda de flera gånger beroende på hur bra du tar hand om dem. Det man kan behöva köpa till är fler glue-tabs för att kunna sätta fast naglarna igen vilket ligger på 99kr för 150st alternativt att man köper nya set för att kunna variera bland färger & modeller.

Depend som även de har lösnaglar men de går inte att applicera på nytt då de använder sig utav lim, de ligger runt samma pris som switch-nails men hållbarheten är stor skillnad. Personligen har jag provat de olika naglarna och switch nails är än så länge de som hållit bäst och längst utav de olika märkena.



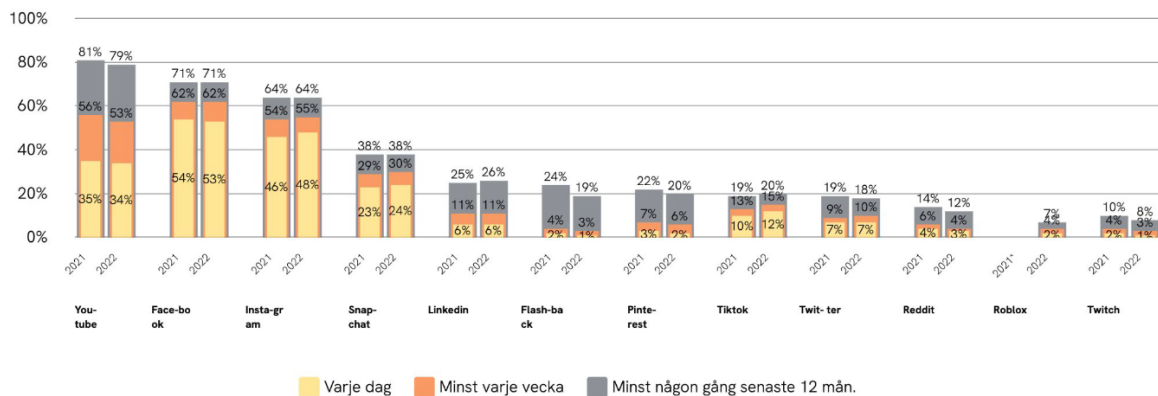
## Bilaga 1 – Facebook och instagram statistik

# Användning per kanal och ålder



## Bilaga 2 – Hur ofta vi använder oss av sociala medier

# Hur ofta använder vi våra Sociala Medier?



<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/sociala-medier/>