

BYRÅGUIDEN

En komplett oversikt over byrå-Norge

Kampanje.com



**Vis frem byråets
prestasjoner**

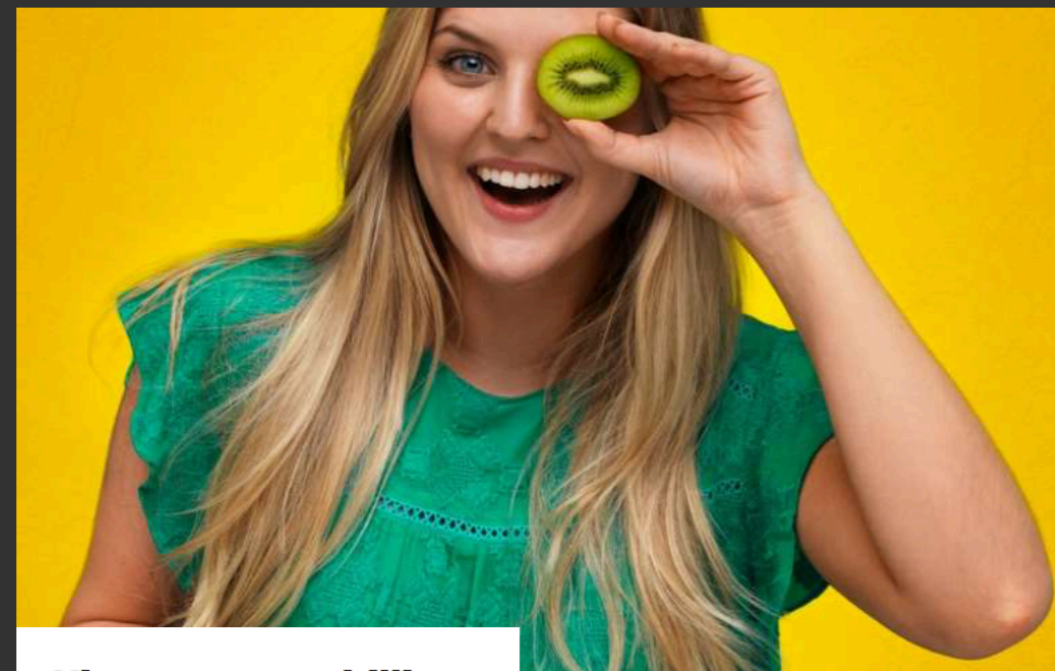
ARBEID

Kampanje.com

BYRÅGUIDEN

NYHETER | PREMIUM | BYRÅGUIDEN | EVENT | LEDIGE STILLINGER | KAMPANJE TV

KAMPANJE TECH



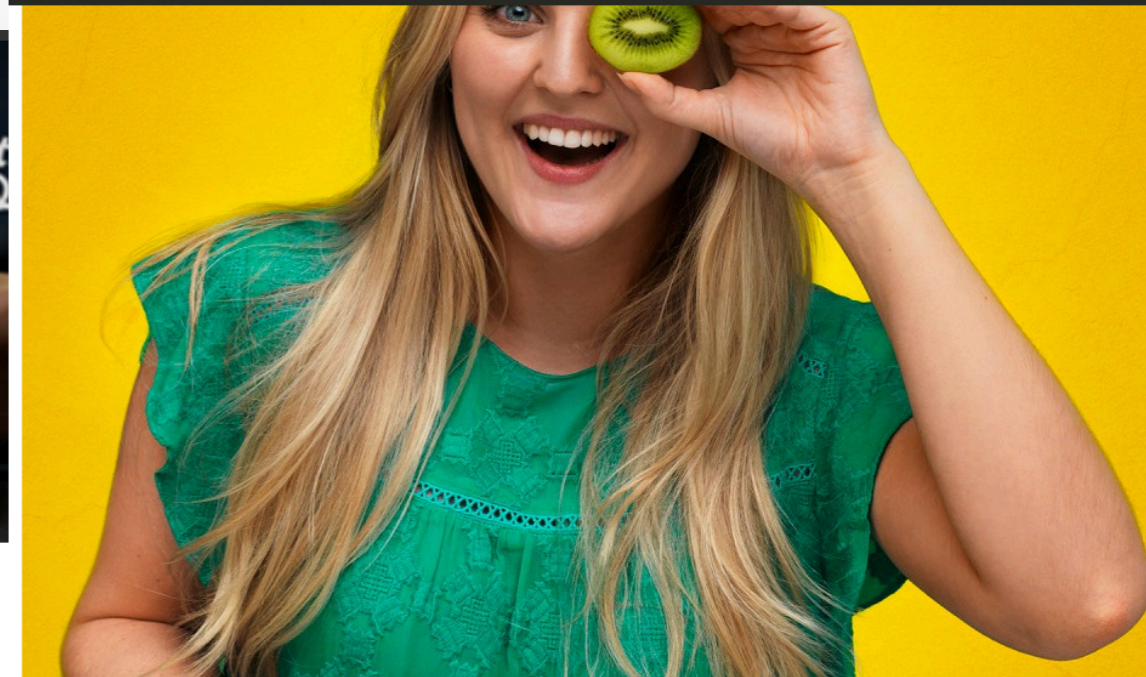
**Kjapt, trygt og billig –
KIWI i egne kanaler**

Spoon AS



**Helhetlig
mediestrategi fristet
til kjøp av TINE Piano**

MediaCom AS




FRA BYRÅGUIDEN

NØKKELINFO

Lansert Januar 2017
Kunde KIWI
Nettside [Gå til nettsiden](#)

ANSVARLIG BYRÅ

 Spoon AS

Betalt innhold

Case / Publisert 05.09.2017 14:19:28 - Oppdatert 05.09.2017 14:21:52

**Kjapt, trygt og billig –
KIWI i egne kanaler**

KIWI har tatt mål av seg til å bygge større deler av kundedialogen gjennom egne kanaler. Dette startet gjennom et nytt fordelsprogram – KIWI PLUSS, som ble lansert samtidig med et nytt kommunikasjonskonsept, en omfattende reklamekampanje og satsing på innhold i egne kanaler og sosiale medier. KIWI har tidligere hatt forholdsvis lite fokus på innhold i egne kanaler.

SAKER

Kampanje.com

BYRÅGUIDEN

NYHETER | PREMIUM | BYRÅGUIDEN | EVENT | LEDIGE STILLINGER | KAMPANJE

KAMPANJE TECH



Spoon nominert til årets byrå

Spoon AS

Merkevarer trenger å være personlige

Mission



Handleriet valgte Mediamenn

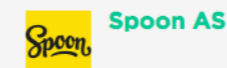
Mediamenn

Spoon



FRA BYRÅGUIDEN

ANSVARLIG BYRÅ



Betalt innhold

Nominasjon / Publisert 05.09.2017 14:14:45 - Oppdatert 05.09.2017 14:14:47

Spoon nominert til årets byrå

Spoon er blant finalistene i kategorien Årets byrå. Vinneren kåres under Content Marketing World i Cleveland i denne uka.



PRISER



Reklame / Publisert 31.01.2017 10:06:44 - Oppdatert 30.03.2017 15:35:48

Take it easy - nytt navn, samme folka!

Når Statoil-stasjonene måtte endre navn, var risikoen høy; etter 24 års tilstedeværelse i det norske markedet, fryktet de nye eierne utrygghet, tap av omdømme og nedgang i salg.



Ideen var å fremstå som «ydmyke og nedpå», for å skape trygghet og lokal tilhørighet. De ansatte ble derfor de viktigste ambassadørene for å fortelle om navneskiftet. Vi utviklet en

SØLV



Starcom
Gulltaggen

Mediestrategi

SØLV



Starcom
Medieprisen

Strategy

BRONSE



Starcom
Medieprisen

Creativity

FRA BYRÅGUIDEN

NØKKELINFO

Lansert Mai 2016
Kunde Circle K

ANSVARLIG BYRÅ



INVOLVERT BYRÅ



Betalt innhold

Kampanje.com

FORSIDEN | MEDIER | REKLAME | PR | MARKEDSFØRING | DESIGN | TECH

Branded Stories - annonsørfinansiert innhold

LOS&CO

🏠 f 🐦 in

Nyhetsredaksjoner i krise

- Det viktigste stedet å være akkurat nå

Kappløpet om å nå generasjon Z starter nå

Nyhetsredaksjoner i krise

Google-bilene lar vente på seg

FRA BYRÅGUIDEN

Saker verdt å kjempe for
bouvet Bouvet Reklamebyrå

Betalt innhold

TECH

Solberg: - Ikke bekymret for Facebooks makt

Men statsminister Erna Solberg ankom åpningen av Facebooks norgeskontor med et par andre bekymringer.

MARKEDSFØRING

- Sponsorere er blitt grådigere på Facebook

Aksel Lund Svindal kastet glans over åpningen av Facebooks norske kontor.

MEDIER

Ny runde med Petter Uteligger på TV 2

PREMIUM

Dramatiske kutt i Isobar

**60 000 UNIKE
LESERE I UKEN**

**Byråguiden
gir synlighet
på forsiden til
Kampanje.**

Kampanje™

FORSIDEN | MEDIER | REKLAME | PR | MARKEDSFØRING | DESIGN | TECH



Ble hyret inn:
Sølvgutene synger ut på en helt spesiell måte når fotballsponsor VG tar i bruk utradisjonelle metoder for å løfte landslagets prestasjoner på hjemmebane.

Reklame / Publisert 31.05.2016 09:51:57 - Oppdatert 31.05.2016 10:35:02

VG vil skremme landslaget med «Tapersymfoni»

Spilles av på Ullevaal Stadion etter kampslutt hvis Norge taper mot Island i morgen.



HOLD DEG OPPDATERT PÅ DET SISTE I BRANSJEN
MELD DEG PÅ KAMPANJES NYHETSREVUE

Kampanje™

FRA BYRÅGUIDEN

AKTUELLE BYRÅER

SMFB SMFB
Reklamebyrå

Beta® Innhold

Hilje Nyman
Kampanje

SMFB har fått et oppdrag fra VG. I forrige uke ble det sluppet en reklamefilm der handlingen dreide seg rundt en mobilapp. Denne gangen er det VGs sponsoravtale med Norges Fotballforbund som står i sentrum.

Les også: [VG lar mobilen spille hovedrollen](#)

Kampanje™

STILLING LEDIG
- ANNONSER VIA KAMPANJE.COMS KANALER

PREMIUM

Velkommen til vårt nye univers

Bli Premium abonnent >

Kampanje™

REDAKSJONELL

OMTALE

Byrået får eksponering i redaksjonelle artikler på Kampanje.com i saker der byrået blir omtalt.


Eksempelvis hadde denne artikkelen 1 151 sidevisninger i løpet av to dager og en aktiv lesetid på 1,5 minutter.

Annonsørfinansiert innhold



FRA BYRÅGUIDEN

ANSVARLIG BYRÅ


 PR-operatørene
PR- og
kommunikasjonsbyrå

Betalt innhold

dagligvarebransjen / Publisert 20.01.2017 12:07:52 - Oppdatert 20.01.2017 12:07:55

Lavere priser på feil premisser

Det er en åpenbar forskjell mellom hva matvaregigantene kommuniserer og hva som faktisk skjer. Det er lite utvikling i hvordan butikkene lar oss handle og vi blir presset til å velge mellom færre og færre produkter. Det er ikke kunden som former butikkene, men butikkene som former kundene. Spørsmålet man kan stille seg er om grensen snart er nådd.

 PR-operatørene
PR- og kommunikasjonsbyrå

«Det er sluttsommen på kassalappen som teller» og «det enkle er ofte det beste» har Rema 1000 tidligere bygd markeds kampanjer på. Men nå er det altså summen på de ti mest kjøpte varene som teller, og Æpp er ofte det beste. «Kunden er vår øverste sjef» skriver Ole Robert Reitan i en pressemelding, et sitat som har gått igjen mange ganger de siste årene. Et

DEL




Videre oppnådde artikkelen en organisk Facebook reach på 13 155 personer, hvor av 976 trykket på lenken for å lese mer.

Detaljer om innlegget Rapportert statistikk kan være forsinket i forhold til det som vises på innlegg

Kampanje
25. januar kl. 17:30 ·

Det er en åpenbar forskjell mellom hva matvaregigantene kommuniserer og hva som faktisk skjer, skriver Nikolai Riibe og Stian Lyberg i [PR-operatørene](#) (annonsørinnhold)



Lavere priser på feil premisser
KAMPANJE.COM

13 155 personer nådd Frem innlegg

David Kollsete, Kenneth Lorentzen og 63 andre

Liker Kommenter Del

13 155 Personer nådd

67 Likerklikk, kommentarer og delinger

66 Liker	65 Innlegg	1 Delinger
0 Kommentarer	0 Innlegg	0 Delinger
1 Delinger	0 Innlegg	1 Delinger

976 Klikk på innlegg

0 Bildevisninger	895 Lenkeklikk	81 Andre klikk
------------------	----------------	----------------

NEGATIVE TILBAKEMELDINGER

2 Skjul innlegg	0 Skjul alle innlegg
0 Rapporter som spam	0 Slutt å like siden

A blurred office scene. In the foreground, a person's hand is holding a smartphone. On a wooden desk, a tablet is lying flat. In the background, another person is sitting at a desk with a laptop. The overall image is soft and out of focus.

BYRÅET ER SYNLIIG HELE VEIEN!

An aerial, black and white photograph of a city street. The street is lined with multi-story buildings. A tram is visible on the right side of the street, moving towards the bottom right. The overall scene is urban and dense.

Kampanje .com

Mer informasjon?

nina@kampanje.com