

Markedsføring og mediebevissthet

Magne Bjella

Magne er et mannsnavn med opprinnelse i de norrøne ordene *magn* og *megin* som betyr «makt, styrke». *Magni* var den norrøne formen av navnet.

Min historiske hobby ☺ Tresnekke fra 1931



Og jeg vet ikke
helt hvilket spel
dette var... 😊



Hva har Magne jobbet med?

- Jobbet i SAS i fra 1982 – 2007
- Jobbet som første Internett ansvarlig i SAS Norge fra 1999 – 2004
- Ansvarlig for internett markedsføring i SAS Braathens fra 2004 - 2007
- Globalt internett manager i Navico i 2007 – 2010
- Digitalt ansvarlig i Den Norske Opera & Ballett fra 2010 – 2018
- Digitalt ansvarlig i Kommunikasjonsenheten i Bærum kommune fra 2018 -
 - Prosjektmedarbeider i utviklingen og etableringen av Bærum kulturhus sitt nettsted

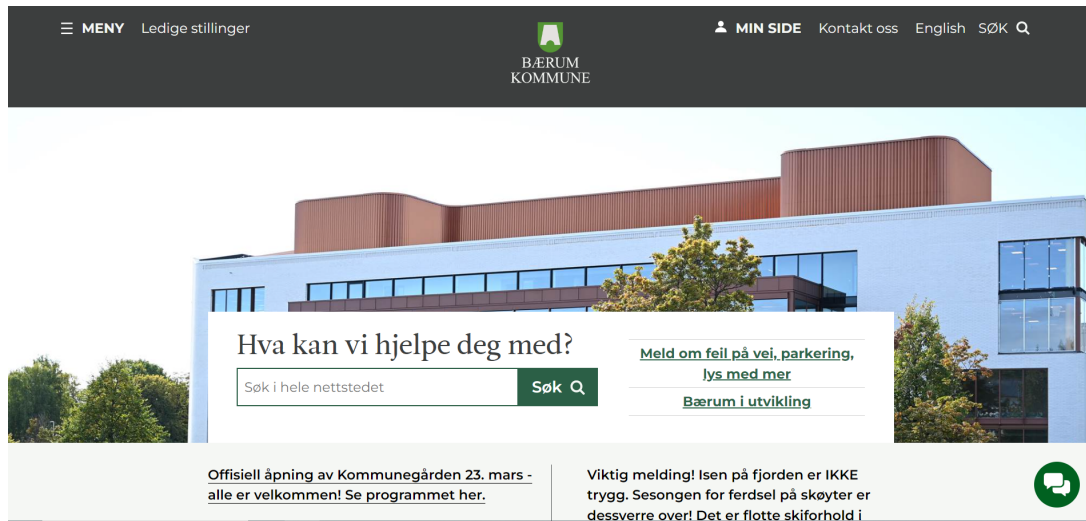
Jeg vil være tilgjengelig for dere hele helgen.. og ellers

magne.bjella@baerum.kommune.no

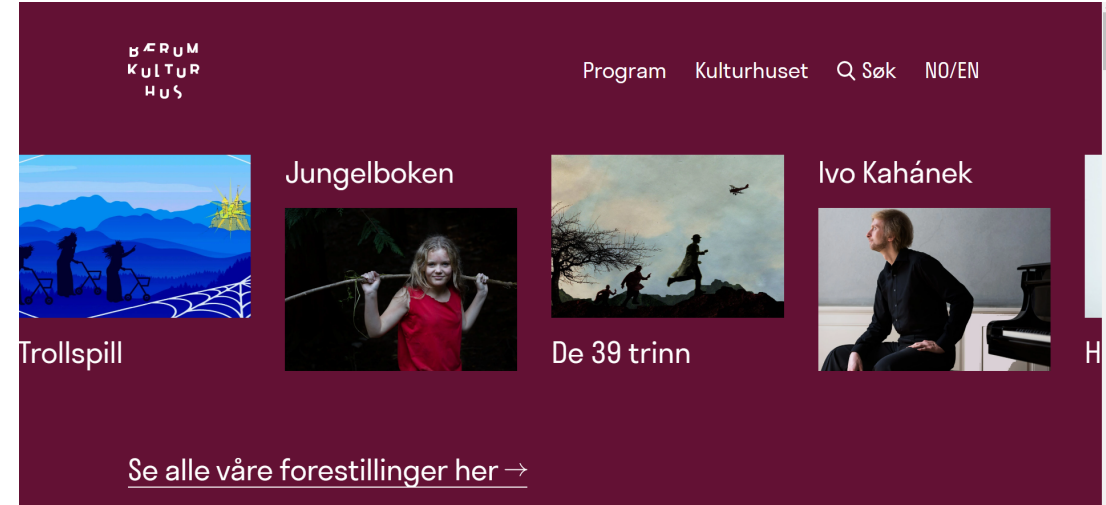
Mobil: 917 40 995



2 nettsider som «lever sitt liv» i samme plattform



The screenshot shows the Bærum Kommune website. The header is dark grey with a menu icon, 'MENY', 'Ledige stillinger', the Bærum Kommune logo, 'MIN SIDE', 'Kontakt oss', 'English', and 'SØK'. The main content area features a large image of a modern building. Below the image is a search bar with the text 'Hva kan vi hjelpe deg med?' and a search button. There are also links for 'Meld om feil på vei, parkering, lys med mer' and 'Bærum i utvikling'. At the bottom, there are two news snippets: 'Offisiell åpning av Kommunegården 23. mars - alle er velkommen! Se programmet her.' and 'Viktig melding! Isen på fjorden er IKKE trygg. Sesongen for ferdsel på skøyter er dessverre over! Det er flotte skiforhold i'. A chat icon is visible in the bottom right corner.



The screenshot shows the Bærum Kulturhus website. The header is dark red with the Bærum Kulturhus logo, 'Program', 'Kulturhuset', 'Søk', and 'NO/EN'. The main content area features three featured items: 'Trollspill' with a blue background and silhouettes, 'Jungelboken' with a photo of a young girl in a red dress, and 'Ivo Kahánek' with a photo of a man sitting at a piano. At the bottom, there is a link 'Se alle våre forestillinger her →'.



www.dilbert.com scottadams@aol.com



12/1/99 © 1999 United Feature Syndicate, Inc.

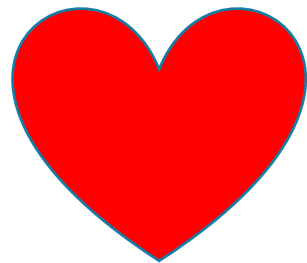


Og dette møter jeg svært ofte 😊



I markeds-
vrimmelen av
hva dere gjør..

Så er hjemmesiden deres
den aller aller viktigste .



Hjemmesiden din er selve navet

Presse

Sosiale medier
Facebook
Instagram
Twitter
Youtube...

Hjemmesiden

Billettsystem

Annonser
Google
Adwords
«Reklame»

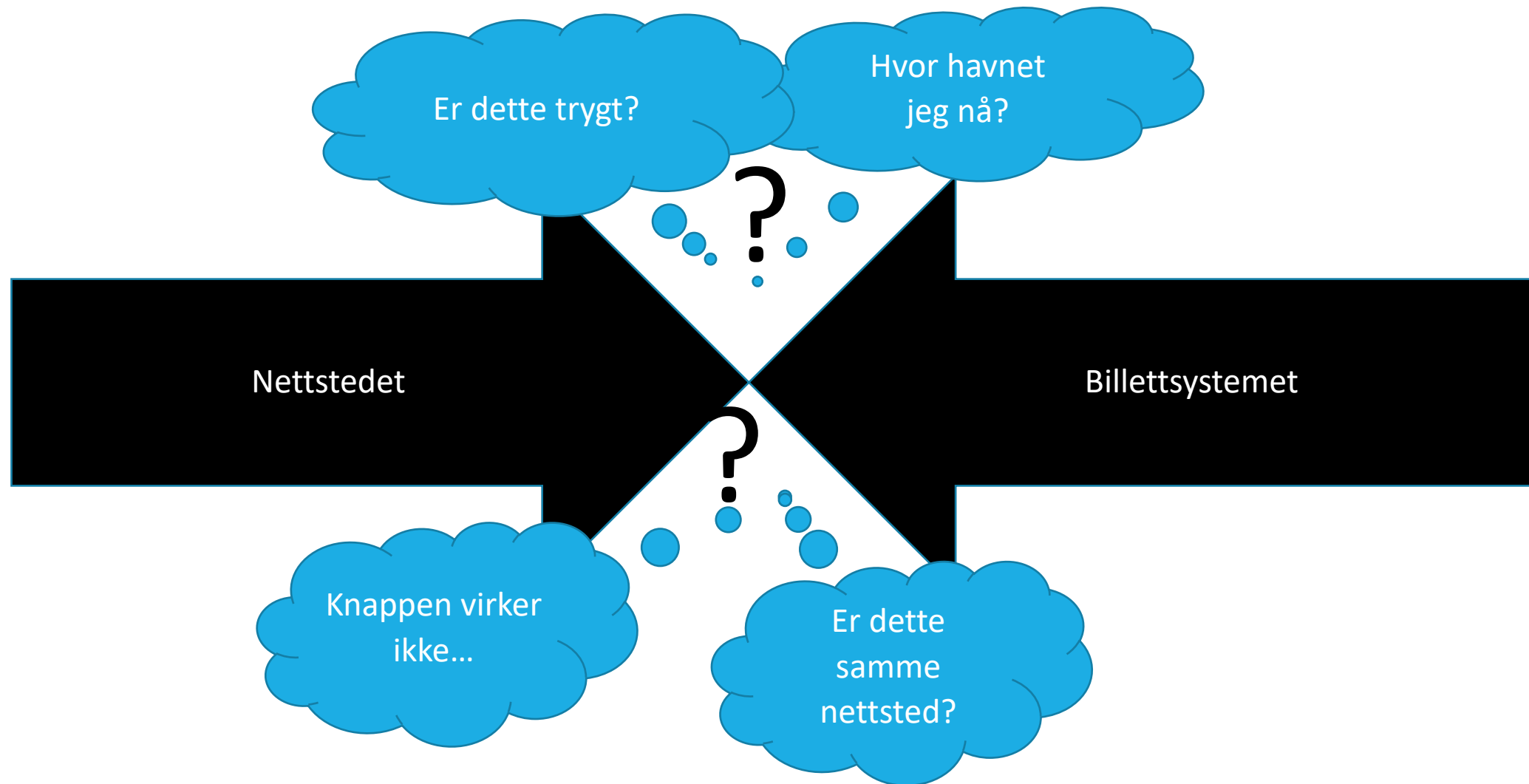
Nyhetsbrev



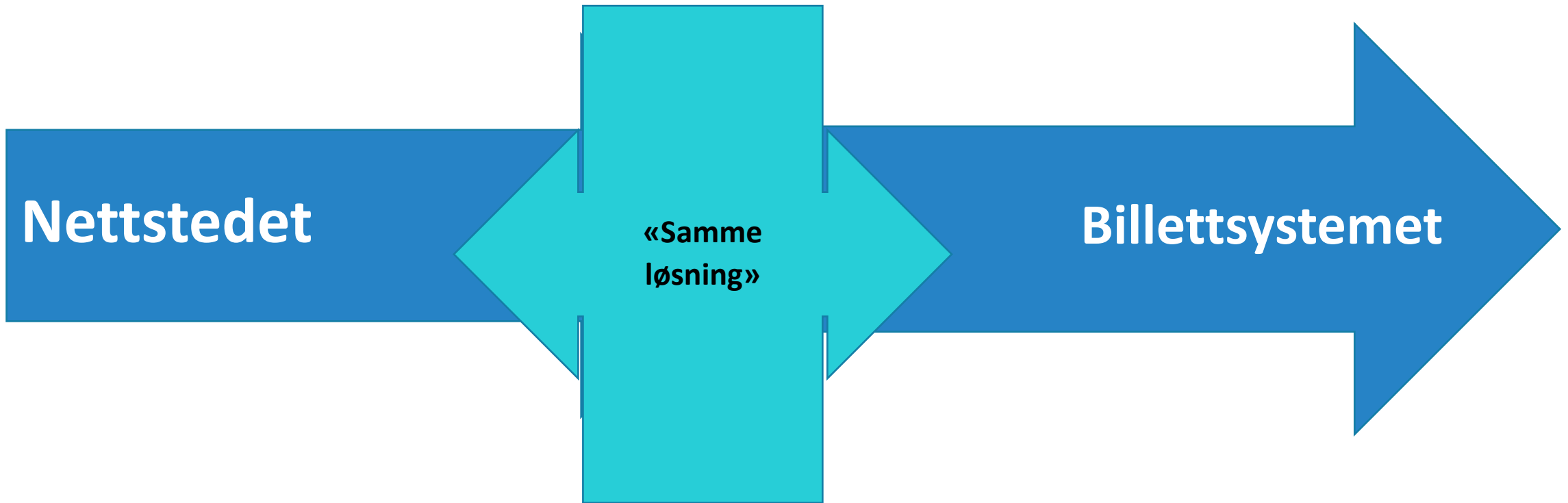
Interaksjon = Relasjon = Tillitt

Hjemmesiden din

La det ikke bli slik.....



Sømløs brukeropplevelse hele veien



Nettsideoptimalisering – Kontinuerlig forbedring

- Nettsider og digitale tjenester er ikke et «prosjekt» med «start og slutt» – det er et kontinuerlig forbedringsarbeidet
- Endringer i det digitale økosystemet skjer hver eneste uke – ikke sov i timen
- Publikummet/kundene/brukerne våre er en av de mest digitaliserte i verden
 - ...så hvorfor skal ikke vi også være det?

Tall fra SSB viser

Andel som har egen mobiltelefon

2021

98 %

— **Ingen endring** fra fem år før

Kilde

[Norsk mediebarometer, Statistisk sentralbyrå](#)

Andel som har tilgang på smarttelefon

2021

96 %

↑ **7 prosentpoeng** fra fem år før

Det er derfor viktig å minne om....

- Publikummet/kundene/brukerne våre er en av de mest digitaliserte i verden
 - ...så hvorfor skal ikke vi også være det?



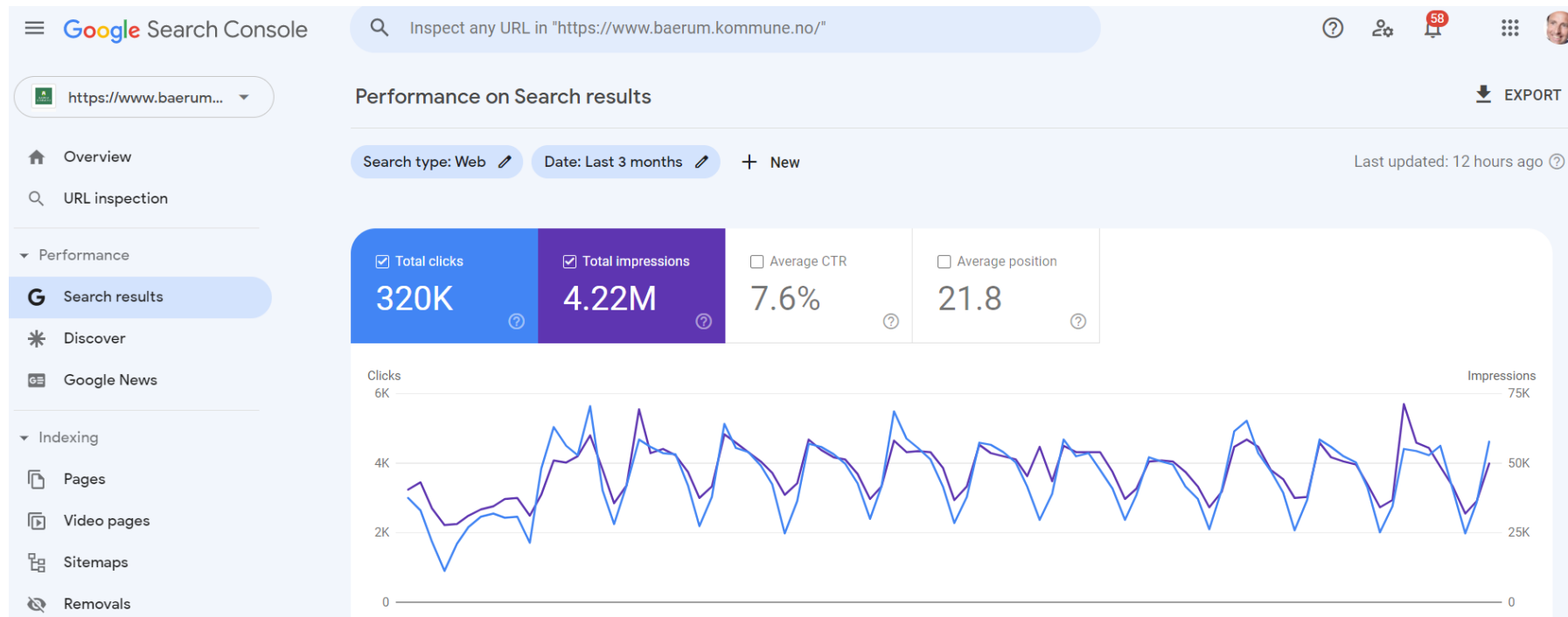
Den digitale pulsåre - Brukerinnsikt

- Web analyse er selve pulsåren på hjemmesiden
- «Du kan nesten kjenne brukerne på pulsen».....
- Vi bruker pr i dag Google Analytics som god innsikt i brukerne
- Gjennom analyse kan vi kontinuerlig følge aktivitetene vi gjør og publikummets bruk av innholdet.



Den digitale pulsåre - Brukerinnsikt

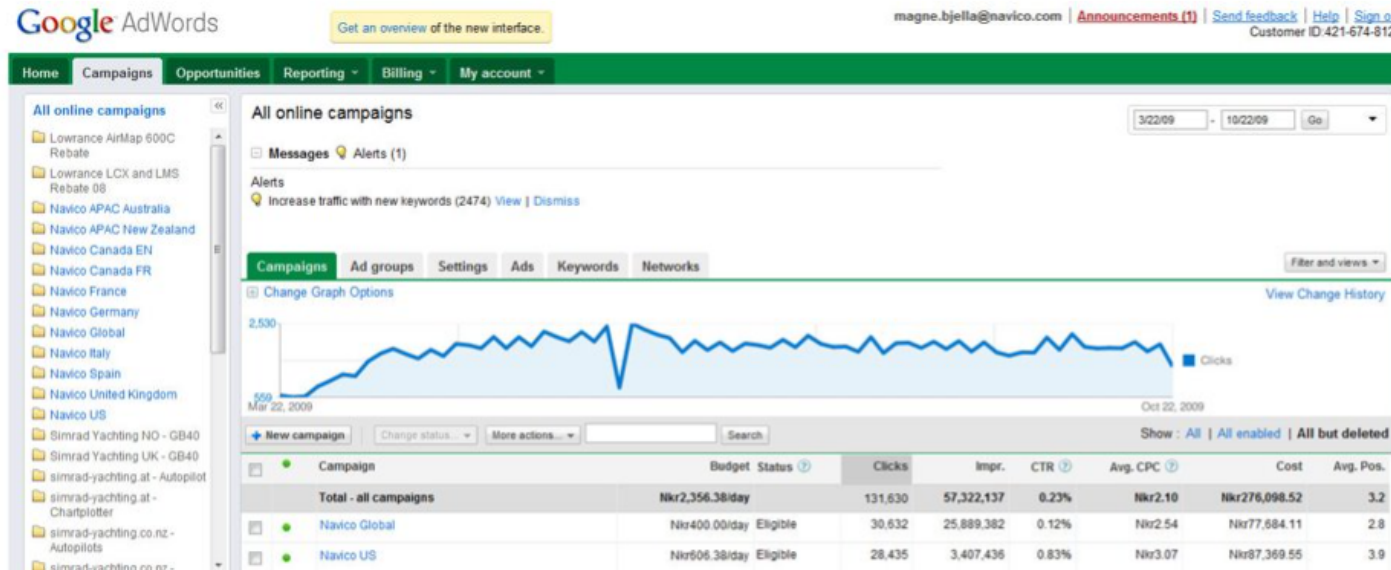
- I tillegg til Google Analytics kan dere også benytte:
 - Google Search Console – som gir enda mer innsikt i hva brukerne søker etter



Den digitale pulsåre - Brukerinnsikt


Google Adwords

Trafikkgenerator - læringsarena – potensiell trafikk gjennom SEO



- fish finder - 48 055 Søk/visninger
- fishfinder - 42 186 Søk/visninger
- "fish finder" - 39 046 Søk/visninger
- "marine gps" - 20 138 Søk/visninger

Nettsideoptimalisering – Kontinuerlig forbedring

- I kultursektoren har vi ekstremt mye godt innhold som søkemotorene vil elske 
- Komponist biografier og biografier av utøverne/rolleinnhavere - Intervjuer/portretter
- Handlingen – berik publikummet før de kommer, la de følge produksjonen/spelet fra start til premiere

Nettsideoptimalisering – Kontinuerlig forbedring

- God presentasjon av utøvere og lenke fra egne utøverside til relevant innhold i handlingen
- Praktisk informasjon – «tid, sted, pris, kjøpsinformasjon» m.m. – Trygg publikummet
- Lydfiler, videoer – levende lyd og bilde – store flotte bilder som skaper «woaaw» faktor 😊

Hjemmesiden din er selve navet

Presse

Sosiale medier
Facebook
Instagram
Twitter
Youtube...

Hjemmesiden

Billettsystem

Annonser
Google
Adwords
«Reklame»

Nyhetsbrev

Metatittel - mediebevissthet



historiske-spel.no

<https://historiske-spel.no> · [Translate this page](#) ⋮

historiske-spel.no ?

Metatittel

- Metatittelen – eller tittelkoden – er overskriften som vises på resultatsidene i søkemotorene. I tillegg til metabeskrivelsen er dette kanskje det eneste innholdet brukeren ser fra nettstedet. Derfor har metatittelen svært mye å si for hvor mange klikk nettstedet mottar. Hvis metatittelen er for kort, inneholder den kanskje for lite informasjon til at brukeren velger å klikke på lenken.

Metatittel

- Sørg for at titteltaggene inneholder mellom 40 og 75 tegn (50–60 er best). Ta med det viktigste søkeordet og viktige uttrykk i begynnelsen av tittelen, slik at dette er det første brukerne ser når de skimleser søkeresultatene.

Metabeskrivelse

SPELSAMLING OG ÅRSMØTE. 25-26. MARS 2023 ... Norske historiske spel deltar i kulturpolitisk arbeid gjennom hele året. Følg med på våre innspill og ...

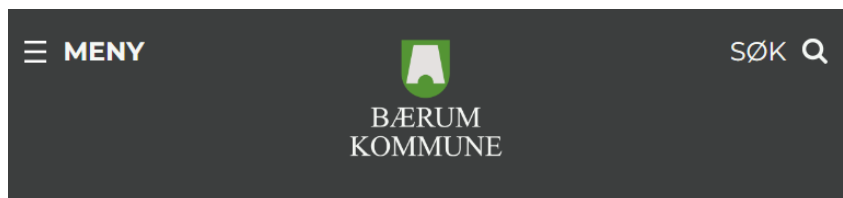
Metabeskrivelse

- En metabeskrivelse er et kort sammendrag av innholdet på en side i resultatene i søkemotorer. I tillegg til metatittelen er dette kanskje det eneste innholdet brukeren ser fra nettstedet. Derfor har metabeskrivelsen svært mye å si for hvor mange klikk nettstedet mottar.

Metabeskrivelse

- Metabeskrivelsestagger skal legges til i hodedelen i koden på siden. Legg til en unik sidebeskrivelse på 110–160 tegn der du tar med de viktigste søkeordene på en måte som høres naturlig ut. Det aller viktigste er at beskrivelsen er interessant nok til at brukerne klikker på lenken din.

CTRL + Shift + i



Hva kan vi hjelpe deg med?

Søk i hele nettstedet



[Meld om feil på vei, parkering, lys med mer](#)

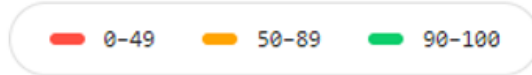
[Bærum i utvikling](#)



Viktig melding! Isen på fjorden er IKKE trygg. Sesongen

A screenshot of the Chrome DevTools Lighthouse interface. The browser window shows a "new report" page. The main heading is "Generate a Lighthouse report" with an "Analyze page load" button. Below this, there are three sections: "Mode" with options for "Navigation (Default)", "Timespan", and "Snapshot"; "Device" with options for "Mobile" and "Desktop"; and "Categories" with checkboxes for "Performance", "Accessibility", "Best practices", "SEO", and "Progressive Web App". There is also a "Plugins" section with a checkbox for "Publisher Ads". At the bottom, there is a "Console" panel showing "Highlights from the Chrome 111 update" with items like "Automatic in place pretty print" and "Enhanced UX in managing breakpoints".

CTRL + Shift + i



Performance

Metrics

● First Contentful Paint

0.4 s

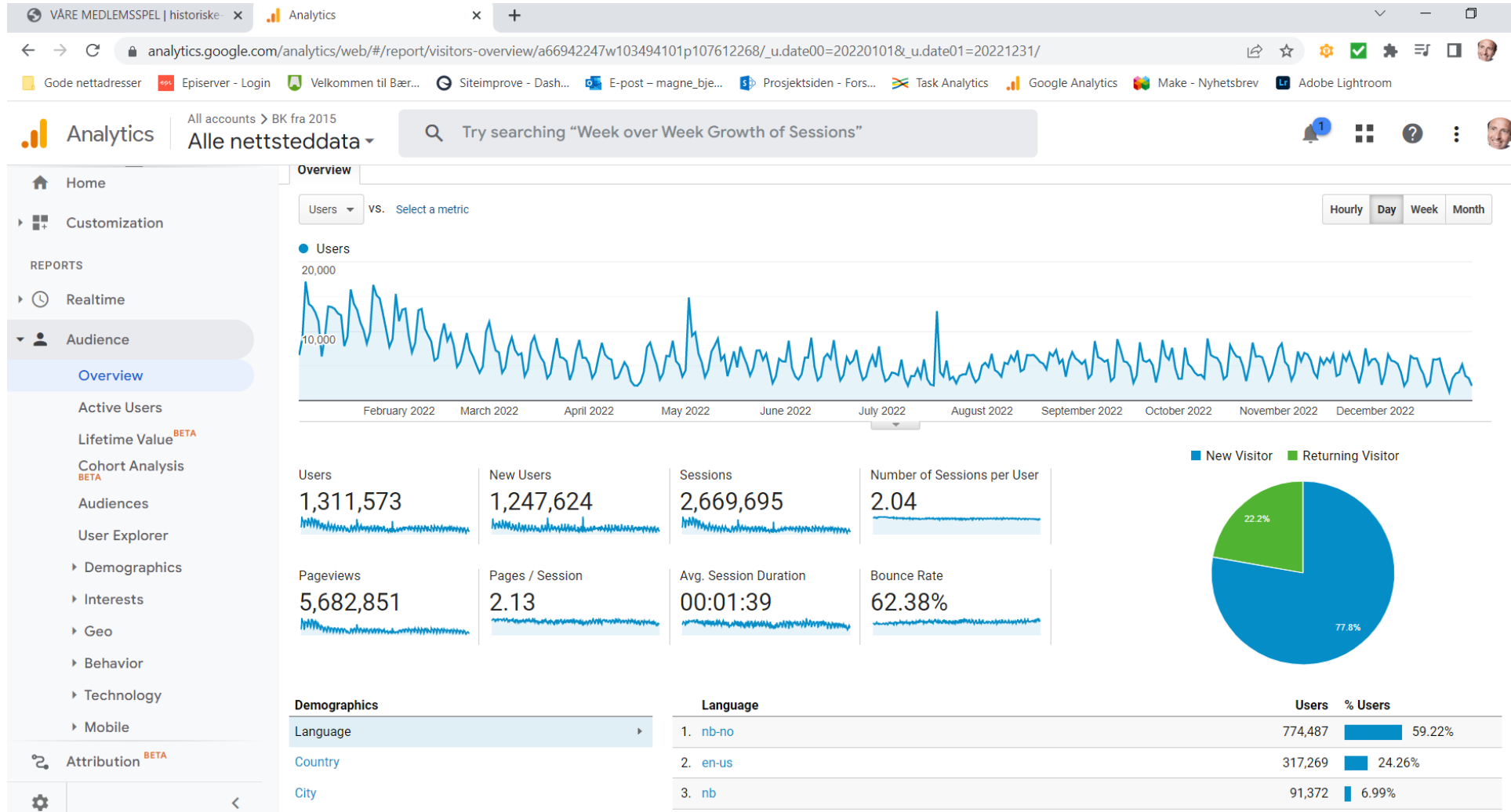
● Time to Interactive

0.7 s

Universell utforming

- 20 % av «markedet» trenger løsninger som er universell utformet
- UU krav gjelder i første omgang det offentlige og offentlige nettsteder/apper/intranett
- Uansett er det viktig å bidra til at alle – alle brukere/publikummere skal ha mulighet til å orientere seg på nettsteder – les og lær mer på:
- <https://www.uutilsynet.no/>

Den digitale pulsåre.....



Mobilen er et viktig digitalt verktøy

Primary Dimension: Device Category

Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default

advanced

Device Category	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	1,311,573 % of Total: 100.00% (1,311,573)	1,248,088 % of Total: 100.04% (1,247,624)	2,669,695 % of Total: 100.00% (2,669,695)	62.38% Avg for View: 62.38% (0.00%)	2.13 Avg for View: 2.13 (0.00%)	00:01:39 Avg for View: 00:01:39 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. mobile	669,795 (51.58%)	648,670 (51.97%)	1,397,463 (52.35%)	64.08%	1.93	00:01:25	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. desktop	603,260 (46.46%)	574,831 (46.06%)	1,222,613 (45.80%)	60.61%	2.35	00:01:54	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. tablet	25,376 (1.95%)	24,587 (1.97%)	49,619 (1.86%)	57.91%	2.23	00:01:52	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Google som største trafikkdriver

	Source / Medium ?	Acquisition			Behavior			Conversions		
		Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	Goal Conversion Rate ?	Goal Completions ?	Goal Value ?
		1,311,573 % of Total: 100.00% (1,311,573)	1,248,088 % of Total: 100.04% (1,247,624)	2,669,695 % of Total: 100.00% (2,669,695)	62.38% Avg for View: 62.38% (0.00%)	2.13 Avg for View: 2.13 (0.00%)	00:01:39 Avg for View: 00:01:39 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
<input type="checkbox"/>	1. google / organic	692,718 (49.82%)	617,646 (49.49%)	1,630,422 (61.07%)	57.07%	2.28	00:01:56	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	2. (direct) / (none)	507,972 (36.54%)	493,585 (39.55%)	653,640 (24.48%)	77.08%	1.63	00:00:47	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	3. m.facebook.com / referral	37,698 (2.71%)	36,482 (2.92%)	43,374 (1.62%)	84.14%	1.33	00:00:32	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	4. bing / organic	36,273 (2.61%)	27,469 (2.20%)	126,450 (4.74%)	45.09%	2.92	00:02:35	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	5. l.facebook.com / referral	9,241 (0.66%)	6,106 (0.49%)	13,925 (0.52%)	71.54%	2.04	00:01:25	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	6. lm.facebook.com / referral	7,448 (0.54%)	6,135 (0.49%)	10,920 (0.41%)	80.25%	1.47	00:00:42	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	7. yahoo / organic	6,557 (0.47%)	5,924 (0.47%)	12,050 (0.45%)	57.32%	2.35	00:01:48	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	8. newsletter / email	5,257 (0.38%)	4,013 (0.32%)	10,366 (0.39%)	67.91%	1.88	00:01:43	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	9. education.service.tieto.com / referral	4,381 (0.32%)	84 (0.01%)	7,116 (0.27%)	61.94%	2.05	00:01:33	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	10. startsiden / organic	3,939 (0.28%)	3,321 (0.27%)	9,410 (0.35%)	49.60%	2.73	00:02:35	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Fikk du svar på det du lurte på?



Forstår ikke

Informasjonen er funnet, men brukeren forstår ikke ord eller begreper eller forklaringen som står der



Finner ikke

Informasjonen er lagt ut, men brukeren har ikke funnet det rette stedet



Savner

Informasjonen er ikke lagt ut – typisk dybdeinformasjon om spelet eller utøver. Når informasjon savnes kan det føre til misforståelser, og det kan se ut som brukeren ikke forstår det som står.



Får ikke til

Brukeren greier ikke å løse en oppgave – typisk knyttet til kjøp av billetter eller opprette profil/bruker