

NATIVE ADVERTISING – DOKUMENTATION

Opsætning af indholdskoncept

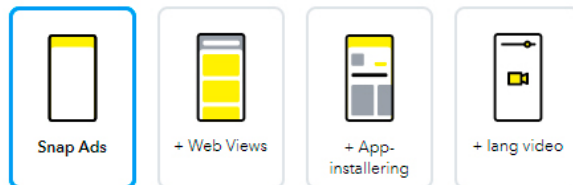
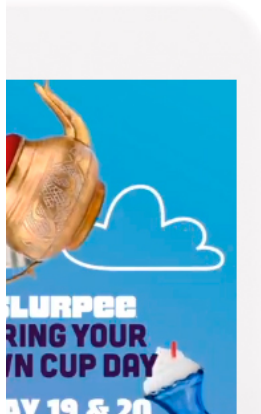
Medievalg til annonceringen blev Snapchat, som er henvendt mod målgruppen. Snapchat har tre forskellige annonceformer:

- Snap ads (ads i fuldskærm, længere video, artikel, app download, web view preload med swipe link)
- Filtre (sætter præg på begivenheden)
- Linser (indvirker på dit billede)

Formidling mod målgruppen kan sikres ved at bruge Snap ads segment kriterier (geografi, demografi, devices og andre 300 kategorier). Vi synes at Snap ads web view preload er målrettet og sikrer smart branding overfor målgruppen. Den er den rigtige måde at vise IKEA finansiering på en positiv og troværdig måde. Det daglige minimum

Snap Ads

Den originale, vertikale video-ad – nu med bilag, der kan tilpasses til dine objektiver.



Snap Ads er i fuldskærm, 100% viewable og har som standardindstilling lyden slået til.

annoncebudget er på 100 \$ om dagen. Kampagnen løber over en uge og har afsat 10.000 kr til annoncering.

Snapchat har mulighed for at prædefinere publikummer (finde målgruppen ud fra 300 kriterier) og dermed komme ud til flest interesseret unge singler.

Storyboard

Herunder ses storyboardet for vores indholdskoncept, der laves som en animation ved siden af artiklen. Det første billede viser et tomt rum, hvorefter der kommer et billede op af et møbel. En tom pung kommer frem, og på næste billede kommer der penge op, der er delt over 12 måneder som et finansieringslån.

De første tegninger af rummet og møblet samt pungen er blevet tegnet og animeret og teksten til de tilhørende billeder er blevet sat ind i artiklen. Resten nåede vi ikke at tegne og animere.

