

MORGONPRESENS HJÄLTAR NR 3



Mycket av vad Heléne Werner kan om lokala medier har hon lärt sig på sjön.

# ”Det sägs att hälften av all reklam är pengar i sjön. Jag vet vilken hälft.”

Heléne Werner är en passionerad båtmänniska och vill träffas vid närmaste vattendrag. I det här fallet i småbåtshamnen vid Reimersholme. (För att komma dit passerar vi flera ”vattenhål” där konkurrenter från andra medier har strandat, men det är en annan historia.) Heléne är analytiker på Mediekompaniet och specialist på bilagor i dagspress. Hennes kunskaper tycks vara otäckt om-



fattande, men så mäter hon också 150 kampanjer om året i sammanlagt 103 morgontidningar. Vi försöker pressa henne på vad RAM (Research and Analysis of Media) betyder, på lästider, obs-värden och allt vad vi kan komma på, men Heléne har svar på allt.

”Det finns flera skäl att välja bilagor” säger hon. ”För det första kommer bilagor i morgontidningen verkligen fram. Reklam i morgontidningar är dessutom mest uppskattad, enligt Orvesto. För det andra har bilagor i morgontidningen väldigt höga obs-värden. I det här fallet törs jag nog säga att big is beautiful. För det tredje läser och sparar folk sina bilagor. I exempelvis Lisebergs fall sparas 50-60 procent.”

”Är det mycket?” undrar vi.

”En morgontidning håller i ett dygn, en kvällstidning några timmar, teve-reklam i 30 sekunder. Klart att en bilaga som sparas i veckor är effektiv.” ”Men är inte bilagor lika effektiva om de kommer med posten?” undrar vi.

Heléne skrattar högt (och liksom isande).

”Har ni en skylt på ytterdörren med texten Reklam – Nej Tack?”

Vi tvingas erkänna att så är fallet.

”Ni är inte ensamma. I vissa områden säger hälften av alla kunder nej tack. Det betyder att bilagor som delas ut som ODR inte kommer fram.”

”Har inte Posten koll på det?”

Heléne böjer sig fram och viskar svaret.

”Tidigare kunde man läsa på deras hemsida hur många kunder som inte ville ha direktreklam. Det kan man inte längre.”

”Okej, bilagor är bättre i morgontidningen. Men har du några tips för att göra dem effektivare?” Heléne funderar på hur hon kan sammanfatta 900 mätningar i några få goda råd.

”Okej” säger hon till slut. ”Var tydlig – en del bilagor är vackra som julbord med högt obs-värde, men otydliga i budskap och avsändare. Skriv inte ut bäst-före-datum, öppet hus eller tidsbundna kampanjer så sparas bilagan längre. Och ha två framsidor. Man kan aldrig veta från vilket håll folk börjar läsa. Om sista sidan bara är en massa adresser till återförsäljare, tappar folk intresset.”

Vi inser att om bara hälften av vad hon säger är sant, är andra medier inte vatten värt.



## MEDIEKOMPANIET

Konsumentnära medier för bättre resultat  
mediekompaniet.com

Mediekompaniet säljer produkter från Dagspress Direkt, Land&Rike, Stormarknadspress och Tidningsnätet