



Mycket av vad Sanna Svensson kan om lokala medier har hon lärt sig genom matlagning

”Du når aldrig ett bra resultat utan en bra grund.”

Sanna Svensson är inte bara expert på digitala medier och säljare på Mediekompaniet, hon älskar mat också. Inte på det där vanliga sättet bland mediesäljare (som kan trycka i sig langos klockan fyra på natten), utan lite mer genuint. Som att kunna laga öländska kroppkakor i sömnen.

Vi träffar henne i Hötorgshallen för att prata digitala medier. Och mat visar det sig.

”Berätta om Tidningsnätet”, säger vi.

”Vi hette Internetsäljarna tidigare och har funnits i tolv år. Det låter inte mycket, men i den digitala världen kan man nästan kalla oss pionjärer.”

”Så vad har hänt under åren?” frågar vi.



Sanna är fullt upptagen med att klämma på tomater, men svarar till slut.

”Utvecklingen går mot ännu mer nischade köp och specifika målgrupper. Just nu är det mycket domän-, tids- och geografisk styrning. Vi kan nå konsumenter i Stockholm, Göteborg och Malmö trots att vi inte har några titlar där. Är det något vi märker så är det hur ofta storstadsbor med rötterna i landet surfar in på de lokala sidorna.”

”Tänk om man kunde anpassa budskapet efter varifrån man sitter” säger vi och känner oss sådär lite visionära.

Sanna suckar och tittar på oss som om vi vore kålrötter.

”Det där gör vi redan” säger hon. ”Dessutom jobbar vi i team på Mediekompaniet där experter på alla lokala medier samarbetar. Ingen annan medierådgivare kan sätta ihop arbetsgrupper med en sådan unik erfarenhet.”

”Vad säger kunderna?”

”Vi har just börjat, men generellt tycker jag att våra kunder är väldigt vetgiriga. De vill veta vad som händer och är nyfikna på utvecklingen.”

Vi vandrar vidare i hallen. Sanna banar väg mellan delikatesserna och vi följer lydigt efter.

”Har du några råd till annonsör som vill satsa på digitala medier?” undrar vi.

”Absolut” svarar Sanna. ”Mitt råd är att undvika generella lösningar. Var alltid specifik. Annonsen visas bara för rätt målgrupp. Enkla material funkar. Det behöver inte vara särskilt komplicerade

budskap. Tvärtom kan överarbetade kampanjer sänka effekten.”

”Något skäl att annonsera digitalt i lokalpress?”

”Vår digitala miljö är renare än kvällspressen. Hos oss syns man bättre, helt enkelt.”

En sista fråga klämmer vi ur oss, samtidigt som Sanna knackar på meloner med kännarmin.

”Hur hänger mat och medieplanering ihop?”

”Nyckeln är grunden, eller buljongen som det heter” svarar Sanna. ”Det spelar ingen roll hur mycket pengar du lägger på ingredienserna om du slarvar med grunden. Gör noga förberedelser. Man kan inte fuska med mat eller medieplanering utan att det märks på resultatet.”

”Goda råd” säger vi.

”Mycket goda” svarar Sanna.



MEDIKOMPANIET

Ju närmare du kommer desto bättre syns du
mediekompaniet.com