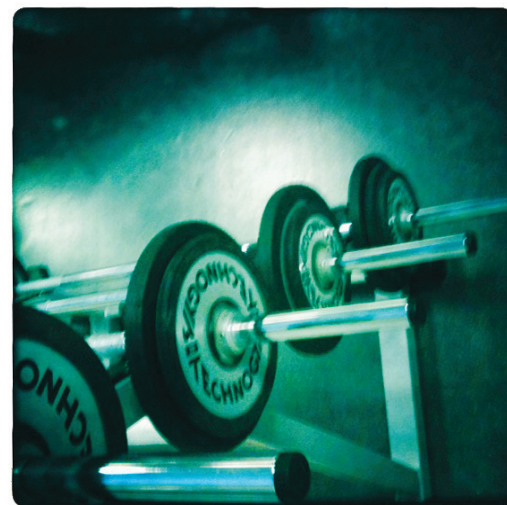
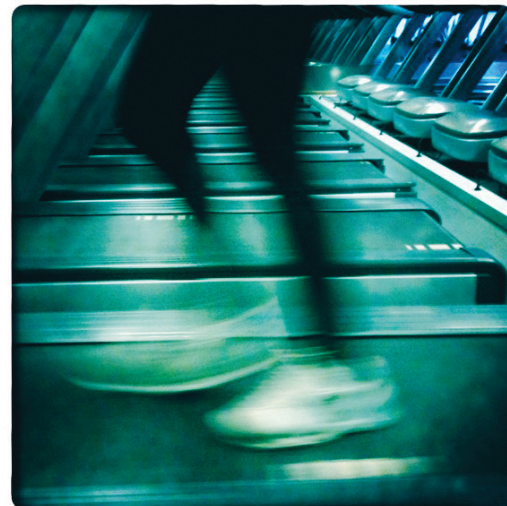




Mycket av vad Sara Westermark kan om lokala medier har hon lärt sig på gymmet



## ”Reklamköpare borde välja medier som jobbar lika hårt som de gör.”

Det är lunchtid i huvudstaden. Samtidigt som några konkurrenter från Värtahamnen firar överbokade tablåer med gräddsås, sliter Sara Westermark med hantlar i en fönsterlös lokal en trappa ner. Vi undrar varför.

”Nästan alla på Mediekompaniet tränar” säger Sara och tar i så att svetten lackar. ”Det hjälper oss att tänka bättre och bli mer uthålliga.”

”Men har det något med medier att göra?” undrar vi. Sara varvar hantlar med maskiner medan hon funderar på svaret.

”Våra annonsörer vill ha mindre luft och mera syre i sina kampanjer. Då måste man komma kunderna



riktigt nära. Det gör man i lokala medier.”

”Har du något exempel?”

”Biceps och delta är synergister. Alltså muskler som förstärker varandra. Annonsering i lokala morgontidningar, kombinerat med annonsering på lokala sajter fungerar på samma sätt.”

Vi begriper inte vad hon talar om, men låtsas ändå.

”Du jobbar visst med tidningsnätet?” försöker vi.

Sara nickar.

”Exempelvis sätter vi upp mål med kunden. Sedan kan vi skraddarsy lösningar med geografisk styrning, domänstyrning och frekvensbegränsning.”

”Det låter arbetsamt”, säger vi.

”Å andra sidan slipper man tomma kalorier och bortkastade pengar.”

”Vad mer händer på de lokala nätsajterna?”

”Just nu utvecklar vi en bra lösning för webb-tv. De lokala tidningssajterna gör ett hästjobb för bli allt mer interaktiva.”

”Är det därför som TV4 vill satsa på att nå lokala marknader?”

Sara svarar inte. I själva verket har hon redan börjat springa på ett löpband en bit bort i lokalen. Vi upprepar frågan.

”Antagligen” säger Sara. ”De vet nog att de lokala medierna är ruskigt effektiva jämfört med breda tv-kampanjer.”

”Chefen på TV4 plus tycker visst att TV4 är lite för

dyra för lokala kunder.”

Sara springer glatt vidare medan vi står bredvid och tittar på.

”Som sagt, de säger att de ska starta lokal annonsförsäljning” försöker vi igen.

”TV4 sa att de skulle lyckas med Dansfeber också” säger Sara och skrattar så att det bubblar sportdryck ur näsan.

Just då går en branschkollega förbi med en banan i munnen. Han är redan på väg in i duschen fast han kom nyss.

Det räcker inte med att snacka” avslutar Sara och ökar farten ”man måste jobba också.”



### MEDIEKOMPANIET

Ju närmare du kommer desto bättre syns du  
[mediekompaniet.com](http://mediekompaniet.com)