

## Inspirasjon: Hva bør en markedsstrategi inneholde?

Markedsstrategien er et viktig supplement til produsentnotatet, regnotatet og finansiering når konsulenten skal vurdere mulighetene for å realisere prosjektets mål og visjoner. Strategien skal ta utgangspunkt i hva slags prosjekt du arbeider med og hva målet er for nettopp dette prosjektet. Det fins derfor ikke noe standard format du bør bruke, men vi har samlet noen spørsmål du bør ta stilling til.

Velg de spørsmål du finner relevante for ditt prosjekt når du søker om tilskudd – enten ved å besvare spørsmålet eller ved å beskrive hvordan du har tenkt å finne svar. **Det sentrale er at du kan bruke din kunnskap om publikum for å underbygge dine valg av produksjonens form, format og de distribusjonskanaler du sikter mot.**

Hvis disse spørsmålene allerede er besvart i produsentnotatet eller andre steder i søknadsmaterialet behøver du ikke nødvendigvis å lage en separat markedsstrategi. Sørg bare for at det er lett å finne informasjonen.

### 10 spørsmål å vurdere når du skal lage en markedsstrategi:

**1. Hvorfor gjør du produksjonen?**

Hva ønsker du å oppnå? Hvilket avtrykk vil du skape?

**2. Hvem gjør du produksjonen for?**

Hva er kjernepublikummet ditt? Hva er andre viktige målgrupper? Hvor mange mennesker består disse gruppene av? Hvor befinner de seg (kanaler / plattformer)? Hva har du allerede funnet ut om publikums livsstil, motivasjon, medievaner etc.? Hva gjenstår å undersøke?

**3. Hva representerer produksjonen for kjernepublikummet ditt?**

Hva er attraktivt for målgruppa? Hvilke kommunikasjonsutfordringene tenker du at du må håndtere? Hvilke andre produksjoner eller aktiviteter konkurrerer om publikums tid og oppmerksomhet?

**4. Hvilke konsekvenser har din kunnskap om publikum for kommunikasjonen rundt produksjonen?**

Hvordan påvirker din research og analyse prosjektets tittel, tagline / 'call to action' og grafiske profil? Hvordan kan du teste at dine antagelser stemmer?

**5. Hva er produksjonens tiltenkte livsløp?**

Hvor lenge ser du for deg at produksjonen kan leve, gjennom forskjellige format, distribusjonskanaler og markeder (nasjonalt / internasjonalt)? Hvilke partnere behøver du på distribusjonssiden for å oppnå dette? Hvilken rolle tenker du å ha selv?

**6. Hvordan skal publikum interagere med produksjonen?**

Hvordan skal de ulike målgruppene finne og velge produksjonen i de ulike fasene av dens livsløp? Hvilke eventuelle andre aktiviteter skal produksjonen avstedkomme?

**7. Hvordan kan du fra et tidlig stadium bygge publikum og skape eierskap til produksjonen?**

Hvilke partnere behøver du for å oppnå dette? Hvordan vil du organisere og finansiere dette arbeidet? Hvordan tenker du at disse aktivitetene kan påvirke prosjektets inntjening? Hva er fremdriftsplanen for arbeidet?

**8. Hvilke andre produksjoner inspirerer deg?**

Hva er det ved produksjonene som gjør at du inspireres av kommunikasjonen, distribusjonen eller lanseringen av disse? Hva har du lært av dette til ditt eget prosjekt?

**9. Hvordan vil du evaluere arbeidet ditt?**

Hvordan måler du effekten av det du gjør og hva er planene dine for å rapportere eller formidle det videre?

**10. Hvordan bygger du videre på resultatene?**

Hvordan vil du dra nytte av oppmerksomheten og engasjementet du skaper gjennom dette prosjektet i din virksomhet og i nye prosjekt?