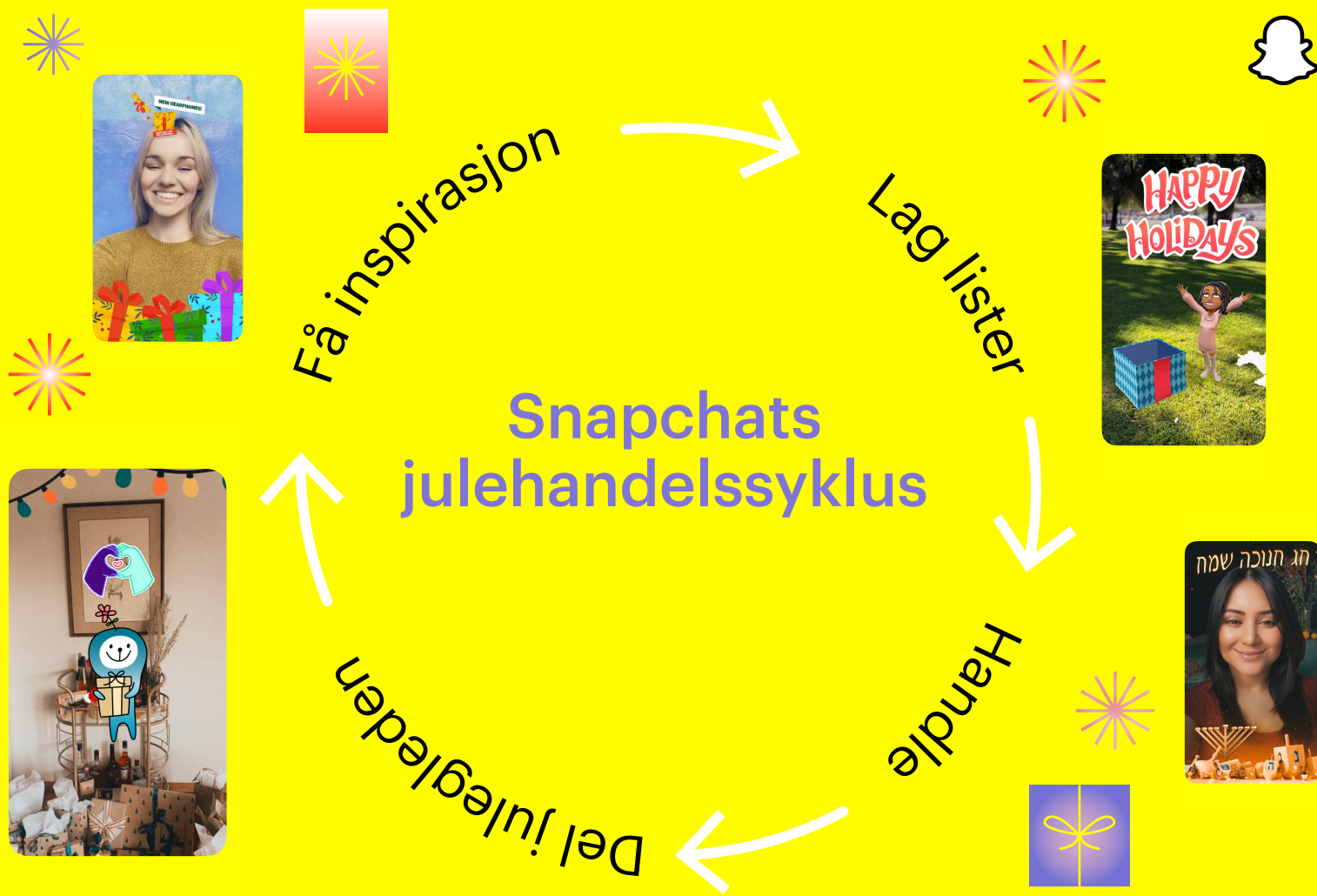




# Vellykkede resultater

Vinn julehandelen med Snapchat.

Trender | Tips | Innsikt



Like punktlig som klokka! Hvert eneste år, i oktober, begynner de fleste å tenke på julefeiring og julegaver.

Men hva betyr julen egentlig? For mange betyr det forskjellige ting, men for Snapchattere betyr det som regel at julen handler om innkjøp – store innkjøp!

Med Snapchat blir veien til innkjøpene mye mer effektiv og unik enn på andre plattformer, mye takket være det vi kaller **Snapchats julehandelssyklus**.

Måten brukerne våre gjør innkjøpene sine på, er ikke alltid rett frem. Det handler om å dele opplevelsene hvert eneste steg på veien, både når det gjelder produktbevissthet, selve innkjøpet, og det beste av alt: feiringen i seg selv. Denne syklusen gir inspirasjon til andre, og hjelper deg til å bygge opp et helt nettverk av venner og familiemedlemmer som kan inspirere hverandre. Med Snapchat kan du få varene dine til å skille seg ut når det gjelder som mest.

Denne veiledningen hjelper deg med å få det du ønsker deg mest av alt i år: **vellykkede resultater**, uansett mål. Vi ønsker deg en riktig god julehandel!



# Tre trender du kan forvente denne julen



## 1. Den globale optimismen øker

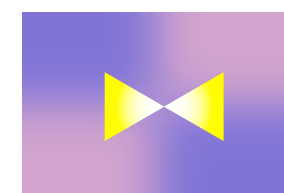
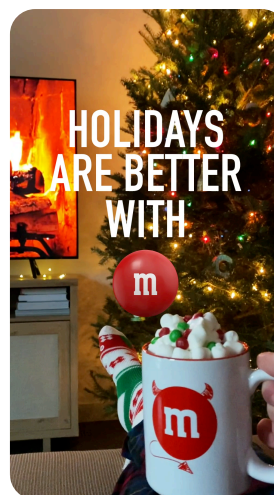
I de siste månedene av 2021 forventer vi den raskeste økonomiske veksten på over to decennier.<sup>1</sup> I år blir julehandelen større enn noensinne, med ønskelister som er lengre enn de var i fjor.

## 2. Mobilhandelen vil dominere

Mobilhandelen er mye mer enn ett enkelt berøringspunkt – den er nå integrert i alle stegene, inkludert kjøpstidspunktet. Dette er en ekstraordinær overgang, og ettersom flere og flere forhandlere begynner å fokusere mer på mobiltilpassede sider, vil antallet transaksjoner med mobiltelefonen bare øke.

## 3. Brukerne kan forvente oppslukende og sammenhengende opplevelser

Mobilen er et kraftig verktøy for å omvandle inspirasjon til faktisk kjøp. At folk ser annonsene dine er én ting, men å skape gode, oppslukende opplevelser er noe helt annet. Lykkes du, kan du forvente effektive og langvarige resultater resten av året.



<sup>1</sup> NRF, «NRF Forecasts Retail Sales to Exceed \$4.33T in 2021 as Vaccine Rollout Expands», 24. februar 2021.

# 1. Den globale optimismen øker



Håp og glede for det nye året øker. Forventningen om at vi atter en gang skal kunne feire jul sammen med andre personer, påvirker handlemønsteret på helt utrolige måter.

## Snapchattere føler seg ...<sup>1</sup>



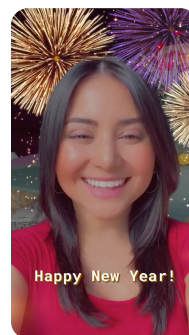
### Håpefulle

(1,3 ganger mer håpefulle enn andre)



### Glade

(1,5 ganger gladere enn andre)



### Spente

(1,5 ganger med spente enn andre)

Hjelp kundene dine med å tenke fremover og oppfylle drømmene sine.

Snapchatterne er sterke, og ser frem til alle de magiske mulighetene som julehandelen bringer.

# 69%

prosent av alle Snapchat-brukere planlegger å bruke mye mer i 2021 sammenlignet med 2020.<sup>2</sup>



## Vinnertips

Filter

**Bruk filter** for å hjelpe Snapchatterne til å omfavne alle delene av julehandelen.

Kamera

**Skap opplevelser i kameraet** som oppmuntrer til økt julehandel.

Vertikal Video

Spre overraskelser og glede med utrolige og **sømløse handlevideoer**.

<sup>1</sup> Global undersøkelse fra 2021 gjennomført av Cassandra for Snap Inc. Base: N=27,006

Spm.: «Vil du si at du har disse følelsene i mer, mindre eller samme grad som på samme tid i fjor?»

<sup>2</sup> Undersøkelse fra 2021 gjennomført av Deloitte Holiday Research for Snap Inc. Base = Snapchattere (n=999)

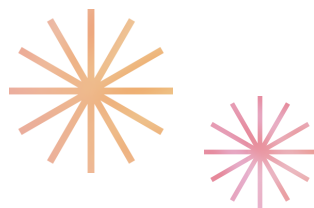
Spm.: «Vil du si at du har disse følelsene i mer, mindre eller samme grad som på samme tid i fjor?»

# 2. Mobilhandelen vil dominere

Tidligere har vi spådd att handelen i fremtiden blir mer og mer basert på bruken av mobiltelefoner. Men fremtiden er allerede her. Snapchattere er de som handler mest med mobiltelefonen på Internett, sammenlignet med andre forbrukere.<sup>1</sup>

## Snapchattere bruker 20 prosent mer enn en gjennomsnittlig kunde i fjerde kvartal.<sup>2</sup>

Lag sømløse, mobilbaserte kjøpsopplevelser som effektivt maksimerer resultatet ved bruk av produktprøving, betraktning og kommunikasjon i sosiale medier.



### Mobilen er viktig

# 67%

prosent av all e-handel gjøres med mobilen i 2021.<sup>3</sup>

## Vinnertips

Annonser i apper

Dynamiske produktannonser



Annonser om produkserier

AR-Linser

<sup>1</sup> Undersøkelse fra 2021 gjennomført av Deloitte Holiday Research for Snap Inc. Base = > 25 år gamle Snapchattere (n=503) > 25 år gamle ikke-Snapchattere (n=235) Spm.: «Hvor har du kjøpt / planlagt å kjøpe [CATEGORY]-produkter denne julen?»

<sup>2</sup> Spm.: «Og hvor mye har du brukt, eller regner du med å bruke i hver av de følgende kategoriene denne julen?» Base = > 25 år gamle Snapchattere (n=503), > 25 år gamle ikke-Snapchattere (n=235)

<sup>3</sup> eMarketer, «Retail MCommerce Sales Worldwide», desember 2020



# 3. Brukerne forventer engasjerende opplevelser



Brukerne er ute etter enkle, engasjerende opplevelser. Det er ikke lenger nok å bare nå ut til kjøperne. Det er viktig å få kontakt med dem og skape meningsfulle øyeblikk for alle delene av handleopplevelsen. Det er der mobilvideoer og Augmented Reality (AR) spiller en viktig rolle.

## AR



**76%**

prosent av alle Snapchattere er interessert i AR-opplevelser hvor de kan prøve produktene.<sup>1</sup>

## VIDEO



**40%**

prosent av alle Snapchattere hevder at vertikal video er mer personlig og mer engasjerende.<sup>2</sup>



**Mobilmiljøer av god kvalitet kan påvirke valg av merke med så mye som 74 prosent.<sup>3</sup>**

Annonsene skal ikke lenger handle om bare varemerket. Det er viktig å personliggjøre og skape kontekst for hele handleopplevelsen.

## Vinnertips

### Virtuelle butikker

Gjenskap dine fysiske butikker for å lage virtuelle butikkopplevelser.

### Kamera + AR

Tenk deg kamera og AR som et virtuelt kjøpesenter.

### Vertikal Video

Dra nytte av video for å vise frem viktige produkter og det beste som varemerket kan tilby.

<sup>1</sup> Undersøkelse fra 2020 gjennomført av Alter Agents for Snap Inc. Base: Snapchattere (N=404), Ikke-Snapchattere (N=52) Spm. 2: «Nedenfor er en liste over AR-opplevelser som et selskap innen sosiale medier vurderer til årets julehandel. Med disse AR-opplevelsene kan du prøve produktene ved å bruke telefonens kamera til å se hvordan forskjellige objekter ser ut i ansiktet, på hodet eller på kroppen (f.eks. Selfie-filter). Med disse AR-opplevelsene vil du bruke det fremre kameraet for å se hvordan forskjellige objekter ville se ut i rommet rundt deg. Hvor lokkende er følgende AR-opplevelser? T2B.

<sup>2</sup> Undersøkelse av Snap Inc. om ikke-Snapchat-brukere, 25.-27. juni 2020. Alders- og lokasjonsdata er underlagt begrensninger. Gå til <https://businesshelp.snapchat.com/en-US/a/audience-size-tool> for mer informasjon. Spørsmål: «Hvor enig eller uenig er du i følgende: Når video blir spilt inn for å passe smarttelefonskjermen min vertikalt, føles det så mye mer personlig og oppslukende.»; 791 svar.

<sup>3</sup> Integral Ad Science Halo Effect Research. Gå til <https://digitalcontentnext.org/blog/2019/08/01/the-halo-effect-is-real-new-research-confirms-that-ads-perform-better-in-quality-contexts/> for mer informasjon.

# 12 måter å bli en vinner i julehandelen



1.

Omfavn glede og positivitet! Når **optimismen øker**, øker også handelen.

2.

**La AR være stjernen.** Augmented reality bidrar til økt kjøpskonvertering i hvert steg av handlesyklusen.

3.

Begynn smart – **begynn tidlig**  
Begynn å annonsere i oktober for å være med når kundene tar sine endelige kjøpsbeslutninger: Mer enn halvparten av alle Snapchattere begynner å handle tidligere enn midten av november.<sup>1</sup>

4.

Få produktene dine til å stikke ut, for brukerne våre er klare til å handle. **Snapchattere bruker 20 prosent mer enn en gjennomsnittlig kunde i fjerde kvartal.**<sup>2</sup>

5.

Skap noe meningsfylt Ved å **kjøre sammenhengende, relevante videoer i Discover** vil du oppnå resultater. 1,7 millioner Snapchattere så Shows Norway hver måned i første kvartal 2020.<sup>3</sup>

6.

**Vis frem tilbudene dine!** 63 prosent av alle Snapchattere planlegger å handle under Black Friday<sup>4</sup> – Det gir \*store\* muligheter for deg til å vise frem dine beste juletilbud.

7.

Bruk alle tilfeller, små og store, til å ta i bruk tematiske linser og filtre **slik at Snapchattere har noe å feire.**

8.

Hold det ekte. Snapchattere dras til **varemerker som fokuserer** på verdiene deres.

9.

Gjør det med en duo. **AR + video = den ultimate kraftpakken** for julekampanjene dine.

10.

Lag store øyeblikk. **Bruk AR** for årets **største feirings- og handletilfeller** – fra Black Friday til nyttår.

11.

**Del i sosiale medier.** Lag digitale opplevelser som får Snapchattere til å dele dem.

12.

**Følg syklusen** – hele tiden! Bruk enhver mulighet til å tilby oppdagelse, produktprøving, kjøp og feiring.



<sup>1</sup> Undersøkelse fra 2021 gjennomført av Deloitte Holiday Research for Snap Inc. Base = > 25 år gamle Snapchattere (n=503) > 25 år gamle ikke-Snappchattere (n=235) Spm.: «Hvor har du kjøpt / planlagt å kjøpe [CATEGORY]-produkter denne julen?»

<sup>2</sup> Spm.: «Og hvor mye har du brukt, eller regner du med å bruke i hver av de følgende kategoriene denne julen?» Base USA = Snapchattere (n=918), ikke-Snappchattere (n=252)

<sup>3</sup> Snap Inc. interne data 1. januar til 31. mars 2020.

<sup>4</sup> Undersøkelse av Snap Inc. om ikke-Snapchat-brukere, 29. mai til 2. juni 2021. Alders- og lokasjonsdata er underlagt begrensninger. Gå til <https://businesshelp.snapchat.com/en-US/a/audience-size-tool> for mer informasjon. Spørsmål: «Vi vil gjerne stille deg noen spørsmål om Black Friday-handling. Når begynner du å tenke på å handle i forbindelse med Black Friday / Cyber Monday?», 1061 svar.





Team Snapchat