

Behov

- Ingen har nogensinde købt et 2 mm. bor. Mange har købt et 2 mm. hul i væggen.
 - Eller et ophæng til en fladskærm
 - Eller en ny stue
 - Eller en hel omdretning
 - Ikke et bor; et indendørsarkitektonisk projekt!
- Købs- og præferencepsykologi er kompliceret, men:
- Folk agerer ud fra en selvforståelse; et narrativ; "Folk som mig gør ting som det her"
- Vær scenen for folks selvrealiseringsprojekt



Ægte bruger-orientering

- Er ikke at sælge bor
- Eller at evaluere kundens borkøbsoplevelse
- Ægte brugerorientering overtager et problemkompleks fra brugerne og hjælper med at løse det
- ... på en made, der passer med narrativet

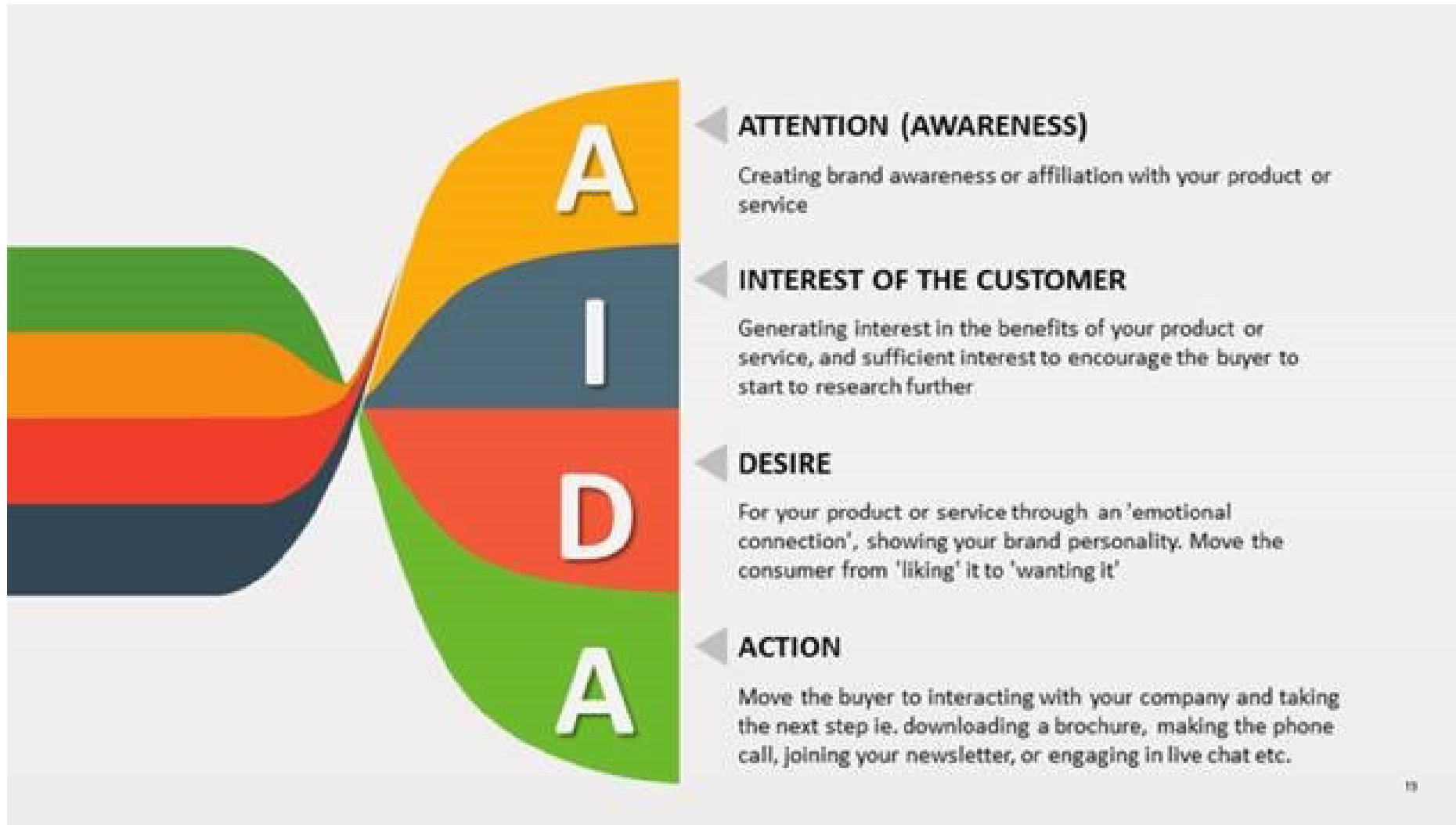
**"People do not
buy goods and
services.
They buy relations,
stories and magic."**

Side 2

SETH GODIN



AIDA-modellen



Tænk hele brugerrejsen igennem

Touchpoints

Et touchpoint er alle steder hvor en potentiel kunde eller nuværende kunde **kommer i kontakt med** "dig" før, under eller efter noget er købt/brugt/oplevet.

- der løses et problem
- der skabes forventninger
- der skabes accept for næste skridt



Visit Denmark; Turistens digitale rejse

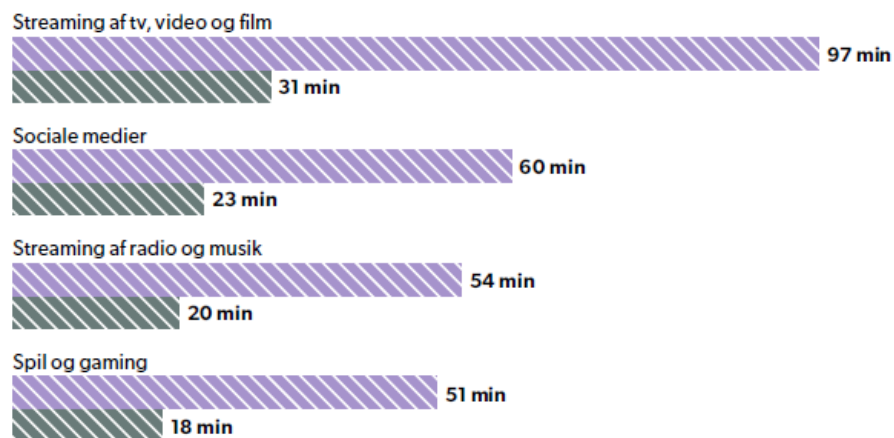


Kampen om B/U-segmentets medievaner

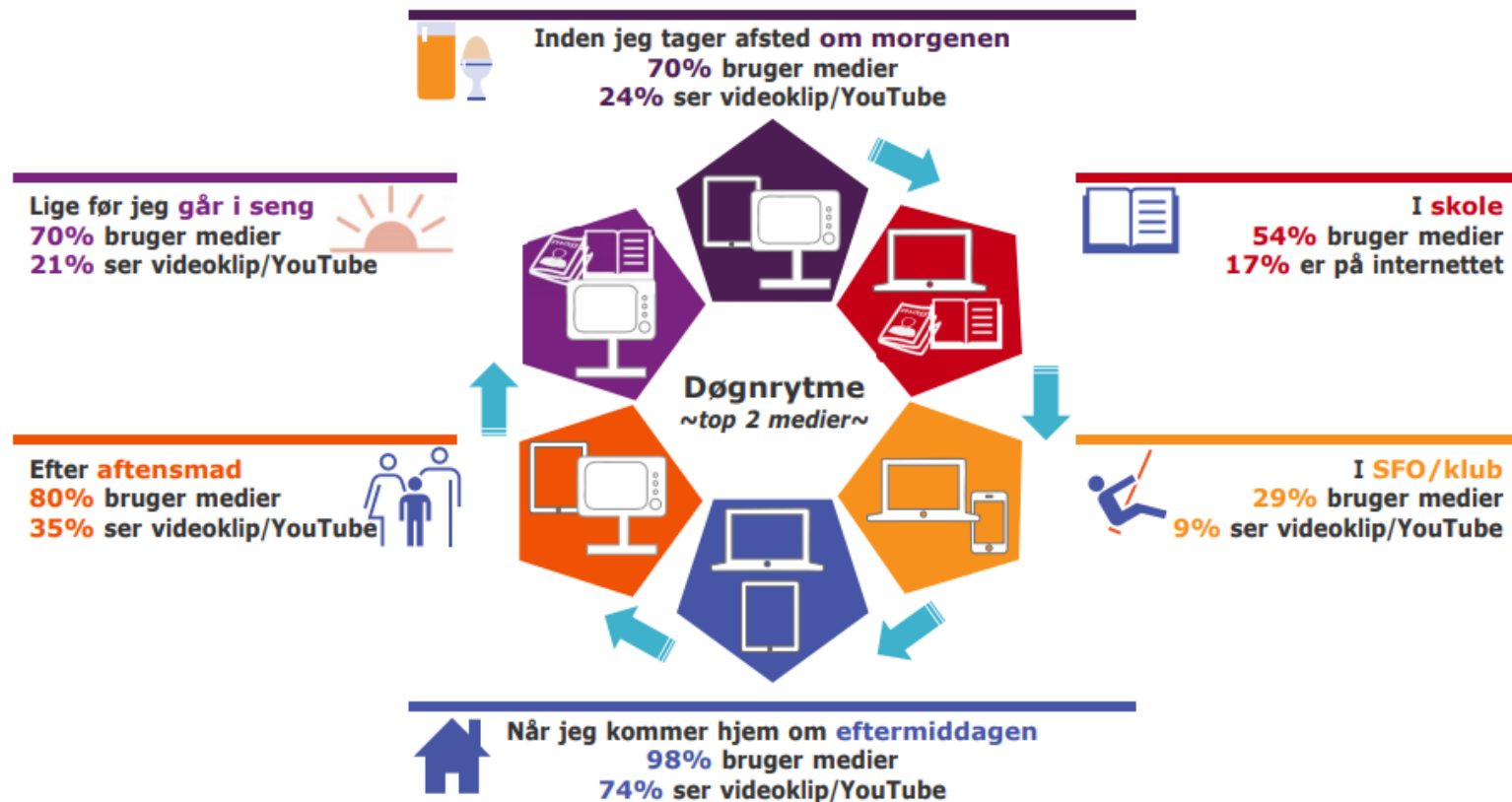
DAGLIGT MINUTFORBRUG

Periode: 2017
Målgruppe: 15-74 år
Kilde: Kantar Gallup for DR Medieforskning

15-29 år 30+ år



8-12-årige drenges medieforbrug hen over dagen





Hvad betyder læsning for københavnernerne?
Læsning er et personligt foretagende

En identitetsmarkør

En privat sag

En smagssag

Bøgerne bruges forskelligt

Læsesituationer i hverdagen

Interviewene peger på, at forskellige læsesituationer kalder på forskellig litteratur.



Den lange læsestund

(30-60 min.)

En dedikeret læsestund i den faste hyggelok, hvor der er tid til fordybelse. Den ideelle læsestund, som kræver tid og overskud i hverdagen og at være i "vanen".

Den lille læsestund

(5-15 min.)

Den korte læsestund i en ledig pause midt på dagen eller om morgenen. Her er det særligt de lettilgængelige bøger og korte formater, der egner sig bedst.



Multitasking

(15 min. - flere timer)

Læsning (ofte lydbøger) som foregår samtidig med en anden aktivitet, der er styrende, fx transport, madlavning eller rengøring.



Godnatlæsning

(15-30 min.)

Foregår ofte i sengen om aftenen, hvor læsningen skaber ro i tankerne og dagens mange indtryk og kan gøre det nemmere at falde i søvn.

Hyggelæsning morgen og aften

Maria er 32 år, og lige for tiden arbejder hun meget hjemmefra. Derfor er hun begyndt at læse lidt om morgenen, inden dagen rigtig starter. Det er "oftest nogle bøger med lidt kortere kapitler, så man lige kan nå et kapitel. Det skal helst være noget, der er nemt at hoppe ind og ud af, fx *Hedeselskabet*."

Maria læser også på andre tider af dagen. Fx om aftenen, som hun beskriver: "Det er sådan en hygge-stund i sofaen inden jeg går i seng, og der læser jeg ofte i lidt længere tid. Så der kan jeg læse bøger med lidt længere kapitler, for der er mere tid til at koncentrere sig."

Bøgerne bruges forskelligt

Særlige læsesituationer



Højtlesning for børn

(ca. 30 min.)

Forældres læsestund med børnene, hvor fokus er på at finde bøger, der egner sig til højtlesning (se også s. 44).

Højtlesning som samtale

Louise er 33 år og mor til to børn. Hun læser ofte højt sammen med børnene.

Højtlesningen handler ikke kun om underholdning i det øjeblik, hvor de læser, men også om hvad bogen åbner op for:

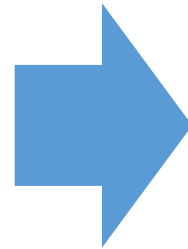
"Der må gerne være noget, man kan snakke om bagefter. Jeg oplevede, da min datter var 2,5, hvor meget det udviklede hendes ordforråd. Det er ret fantastisk at opleve, at man så har det som samtaleudgangspunkt."



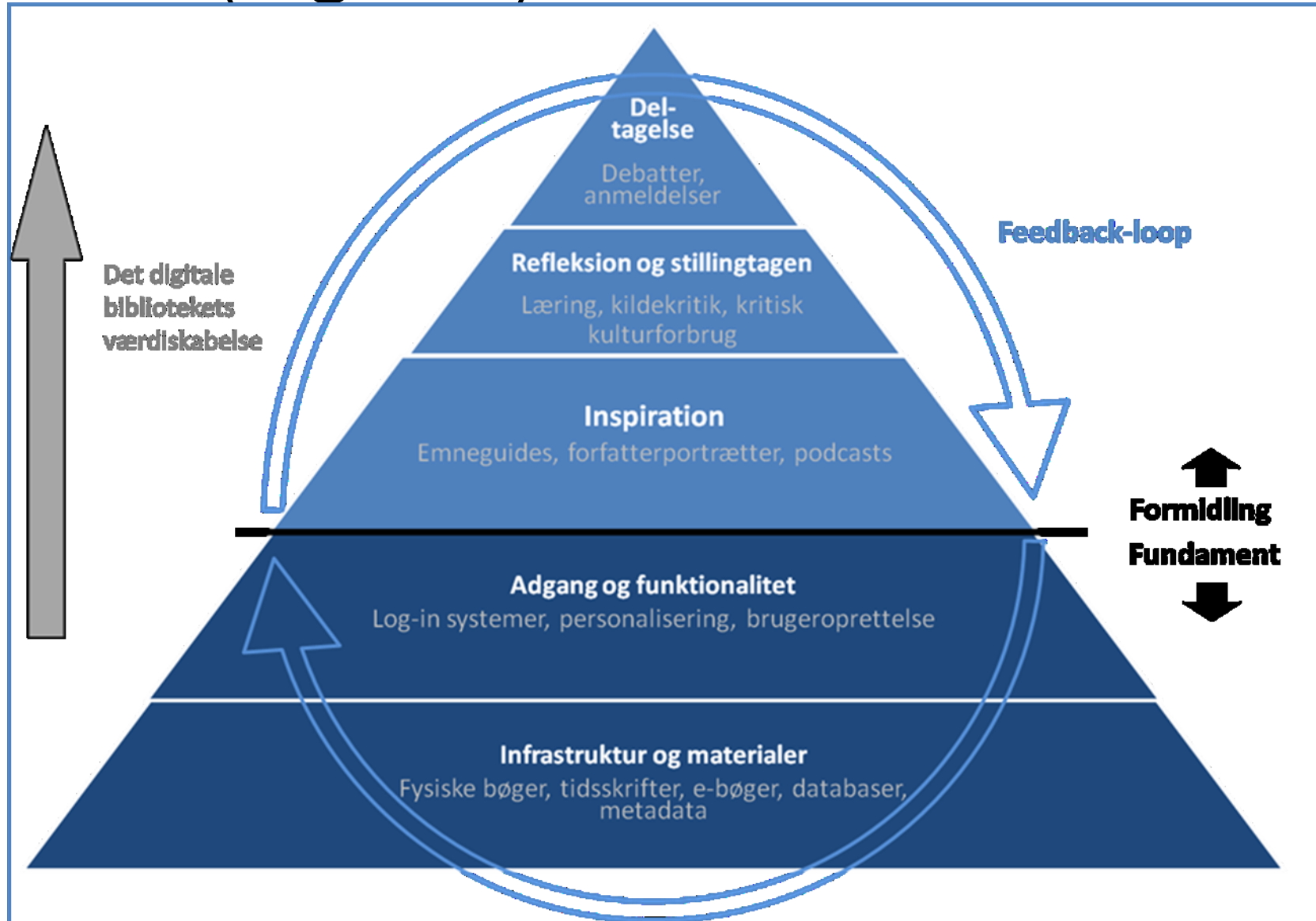
Danskernes læsevaner (Moos-Bjerre 2018)

- På en almindelig uge læser ca. en fjerdedel (26 %) af danskerne mindre end én time om dagen, mens knap halvdelen (47 %) læser 1-7 timer om ugen.
- Langt de fleste læser dog en hel del kortere tid end en time ad gangen, når de går i gang med at læse. Lidt over halvdelen (55 %) af danskerne læser 30 min. eller mindre ad gangen.

Sociale medier: #barelæse



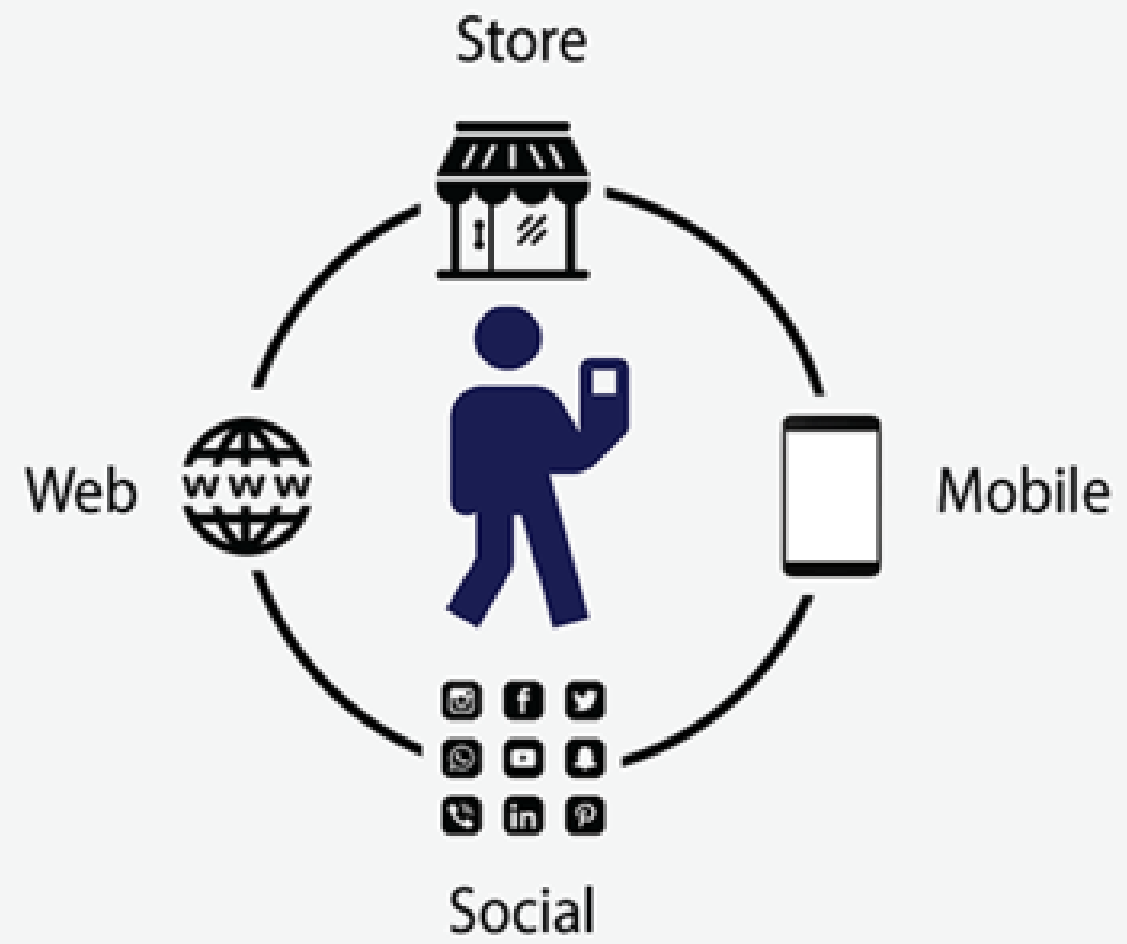
Bibliotekets (digitale) værdiskabelse



Multichannel

Vs.

Omnichannel



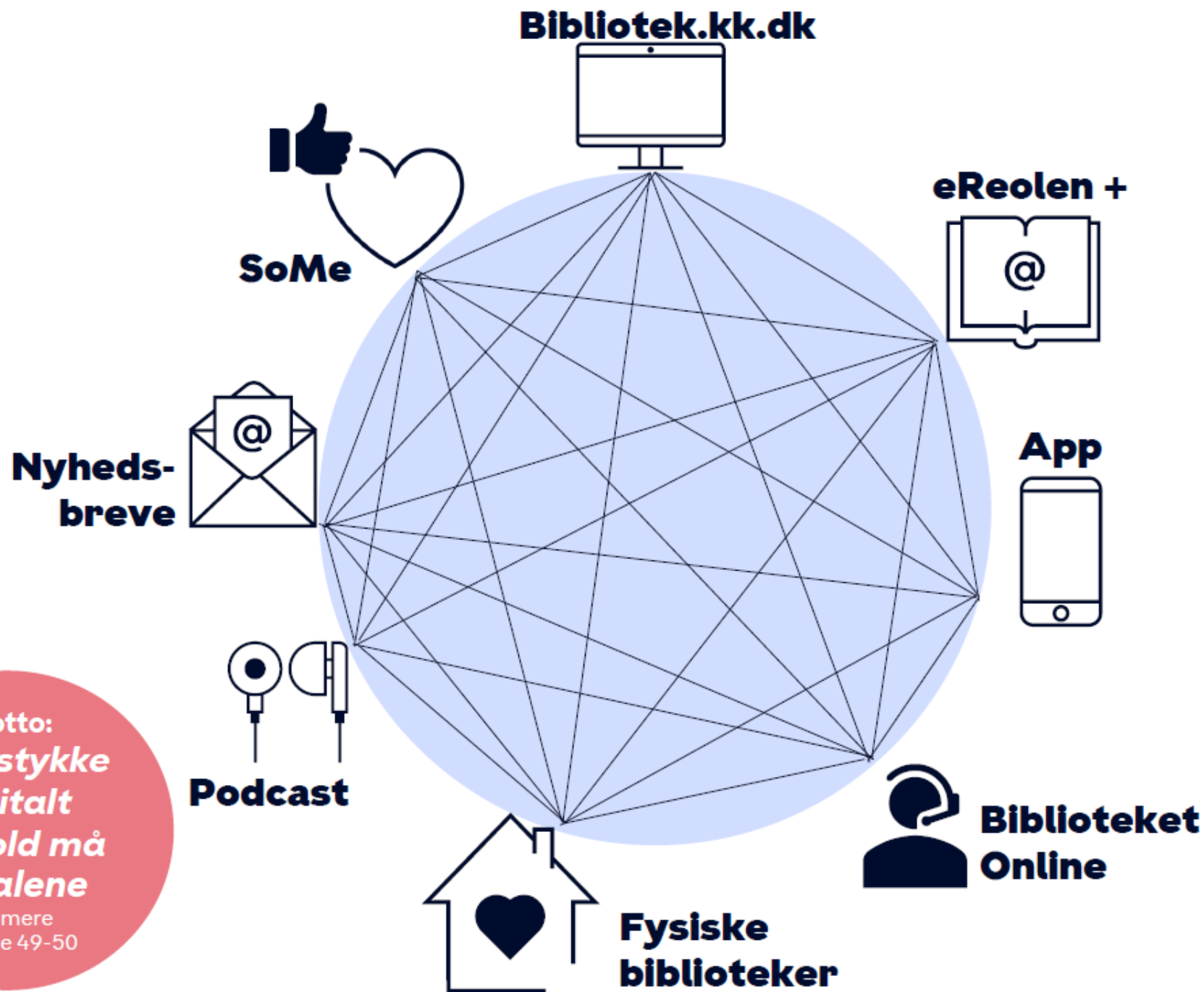
Et sammenhængende bibliotek

Sikres gennem:

- Et bredt samarbejde og videndeling på tværs.
- Fælles bydækkende og nationale læsekampagner.
- Integration og henvisninger mellem kanaler, så brugeren sendes videre i den digitale rejse.

Motto:
Intet stykke digitalt indhold må stå alene

- se mere på slide 49-50



Markedsføring og digital brugerrejse



SKABE
KONVER-
TERINGER



SKABE
OPMÆRK-
SOMHED



UDVIKLE
OG
FASTHOLDE
INTERESSE



Børnebogcast



KØBENHAVNS
BØRNE
BIBLIOTEKER

Podcasts



The screenshot shows the top navigation bar of the Bag om København website. It includes a search bar with the text "Åbningstider", a "Log ind" button, and a user profile icon. Below the navigation bar, there are links for "Inspiration", "Nyhedsbreve", "Opret bruger", "Hjælp", and "In English". The main heading "Bag om København" is displayed above a large historical black and white photograph of a city street. Below the photograph, the text "BAG OM KØBENHAVN" is written in large, white, serif capital letters. Underneath the photograph, there is a welcome message: "Velkommen til Bag om København". At the bottom, there is a paragraph of text: "I menuen til venstre finder du forskellige ressourcer og kilder om Københavns historie. Du kan tilmelde dig nyhedsbrevet Bag om København eller gå op opdagelse i nyhederne nedenfor. Endeligt kan du søge efter bøger og artikler om Københavns historie og livet i byen, se Find din historie."



Større satsning

KØBENHAVNS
BIBLIOTEKER

Biblioteker

Aktiviteter

Bøger

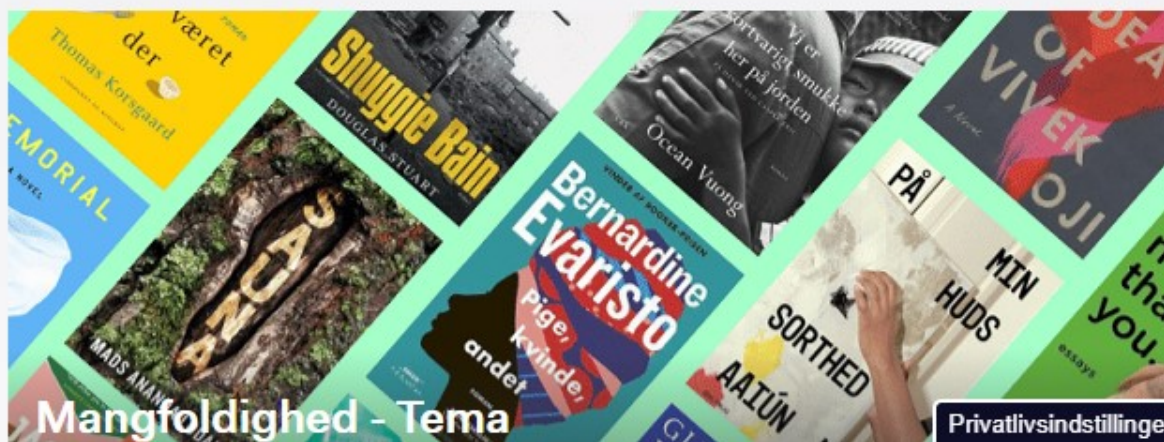
Digitalt

Lyd

Børn

Søg efter titel, forfatter, emneord eller ISBN nummer

Nyt fra biblioteket



09.18 tor. 16. sep.



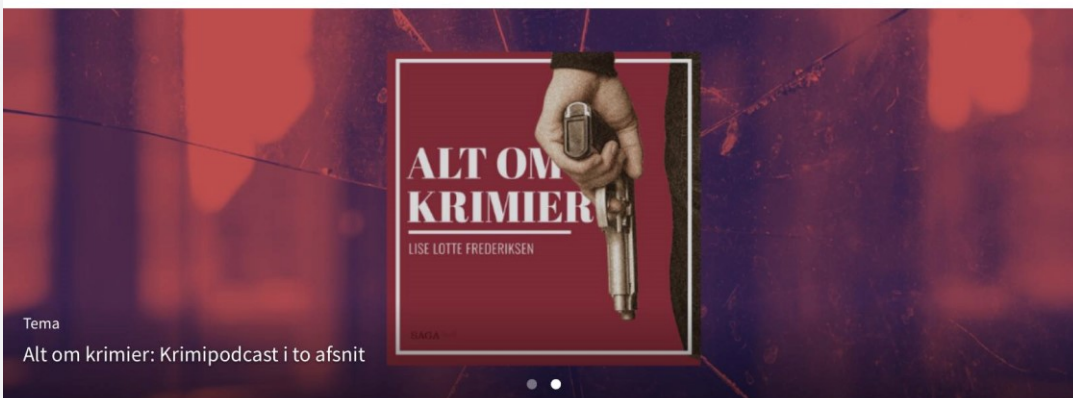
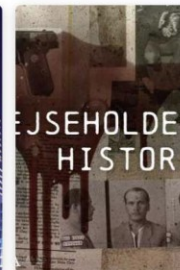
Podcasts



Tema
Podcast: Vild historie

Nye podcastepisoder

Alle >



Tema
Alt om krimier: Krimipodcast i to afsnit

For side

Søg

Lær/lut

Min side

Mere

20 Digitale pakker



Amerikansk litteratur

Tag med på en tidsrejse og mød forfattere og fiktive personer fra den amerikanske litteraturhisto...



Bogen bag tv-serien

Er du også nysgerrig på, hvor inspirationen til nogle af verdens største tv-serier kommer fra?



Fantasy

Tag med på en rejse ind i fantasygenren - for kendere og nysgerrige!



Bliv klogere på...

Opera

Fra Figaros Bryllup til Den Flyvende Hollænder

Tilmeld dig her og få syv kapitler direkte i din indbakke

bibliotek.kk.dk/blivklogere

Billedet er lånt fra CPH Opera festival
Fotograf: Olafur Steinar Gunnarsson

7.000
personer



Fra sprog til bog 0-1 år

Bliv klogere på dit barns sprog samt hvad og hvordan I kan læse sammen.



Kend din krimi

Elsker du også en god krimi? Tilmeld dig og få ny viden om de mange genrer af krimier.



Kom i gang med at skrive

Tilmeld dig og kom i gang med at skrive selvbiografisk.

Nyhedsbreve

13.000
abonnenter



Bag om København

Dyk ned i Københavns historie, læs om byens huse og livet i hovedstaden som det er levet gennem å...

Bag om København



Dit børnebibliotek anb...

Få masser af læseinspiration, nye bøger og oplevelser til børn og familier.

Børnebiblioteket
anbefaler



Litterær Luksus

Velkommen til Litterær Luksus. Følg med i litterære tendenser, forfatterinterviews og arrangem...

Litterær luksus

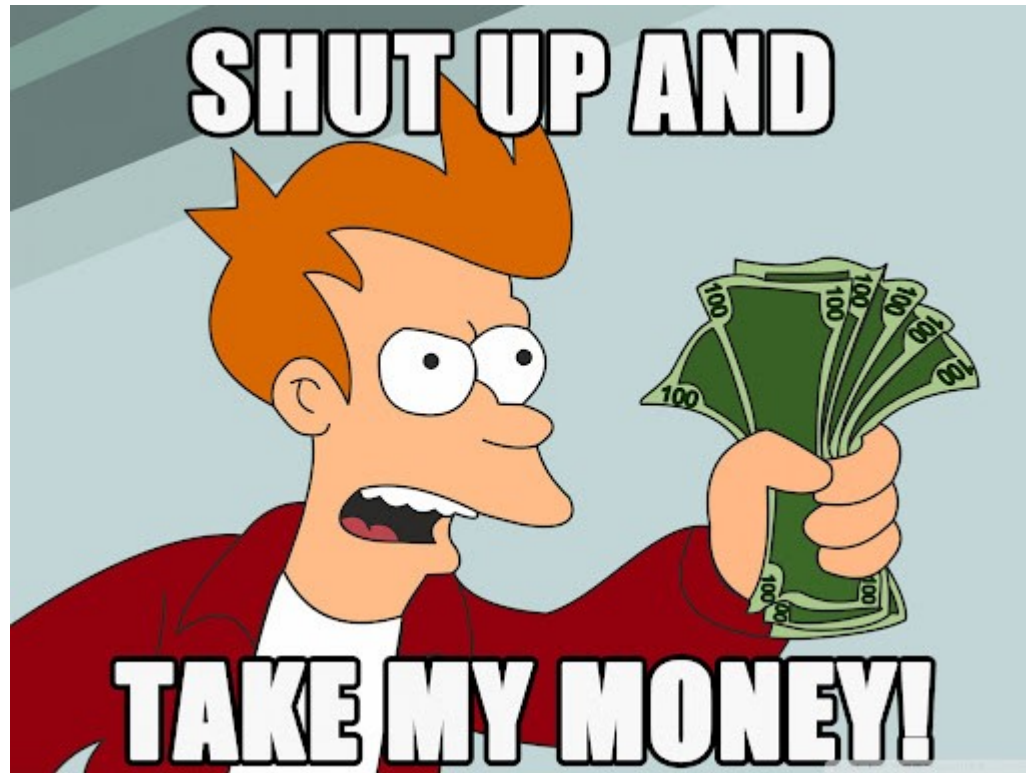


Nyt på hylderne

Få de nyeste bøger og anbefalinger af høj kvalitet direkte i din mailbakke!

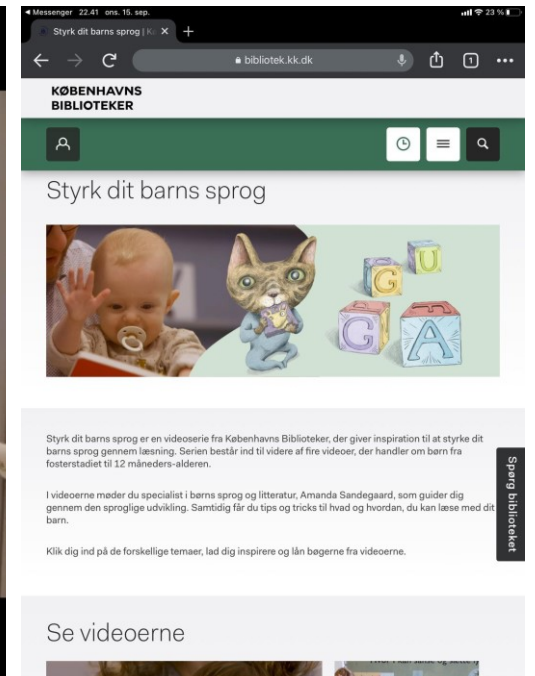
Nyt på hylderne

Hvad er den mindste gruppe, du kan ernære dig ved at servicere? Start dér!



- I Kbh. får den engagerede barneforælder rigtignok luksusbehandlingen
 - Vi køber flere børnebøger
 - Vi har eReolen GO!
 - Vi har en ny fin etage, der er et udflugtssted, et klassisk bibliotek og klæder dig på som voksen
 - Vi har digitale pakker og nyhedsbreve
- Win win win win ...
 - Flere og mere læsende børn
 - Selvsikre voksne
 - Ambassadører

Ekspertrollen



Opsummering

1. Vi er i kamp om hele folks opmærksomhed, som er finit og udelelig
2. Vi kan ikke løse opmærksomhedsproblemet; vi kan ikke vinde
3. Vi kan sørge for, at transaktioner bliver til relationer bliver til ambassadører
4. Relationer dannes ved at være klar på, hvem man er, og hvad man tilbyder og at løse folks egentlige behov
5. Greb som touchpoints, kunderejser, loyalitetsbelønning m.v.
6. Det er en livsstil



Tak! 😊

Spørgsmål, kommentarer, trusler, ønsker
om videndeling til:

Mikkel Christoffersen
M. +45 2049 1885
E. c45c@kk.dk