



# BESTE MARKEDSFØRING

*Vår bedrift har brukt flere virkemidler for å markedsføre oss*

Lyst til å bli god i matte?  
- eller bare enda bedre?

Origo UB tilbyr rimelige privattimer med fokus på god kommunikasjon og grundig oppfølging for deg som ønsker å forbedre mattekunnskapene dine.

For mer informasjon om tilbudet besøk:

[www.origoUB.no](http://www.origoUB.no)  
[www.facebook.com/OrigoUngdomsbedrift](https://www.facebook.com/OrigoUngdomsbedrift)

## Plakater/flygeblad:

Vi har laget 450 plakateksemplarer der hver av de 29 ansatte i bedriften vår har hengt opp plakater i sitt nærområde. Dette er gunstig ettersom de ansatte i bedriften vår bor veldig spredt i fylket. I tillegg har vi hengt opp plakater på ulike steder med mange besøkende (butikker, sentre, idrettshaller), og har også delt ut flygeblader rundt omkring i fylket. Dette gjør at mange får øynene opp for bedriften, også utenom skolesituasjoner. Det er også en effektiv og billig form for markedsføring, som var delvis av grunnen til at vi valgte å markedsføre oss slik.

Markedsførings-avdelingen i bedriften har laget plakater og flygeblader som er iøynefallende. Når vi designet plakaten, fokuserte vi på at de skulle gå i stil med logoen. Altså plakaten måtte være stilrene og enkle, men fortsatt blikkfangene slik at eventuelle kunder vil legge merke til de.

## Sosiale medier:

Vi har nådd ut til potensielle kunder gjennom bedriftens Facebook-side. Dette har gitt oss muligheten til å kommunisere raskere og mer direkte med de som har likt siden, i tillegg til at kundene kan legge igjen tilbakemeldinger. Vi har også brukt andre sosiale medier som instagram og twitter slik at folk skal bli oppmerksomme på bedriften vår. Dette er også en lavkostnads-markedsføring, som når ut til et meget stort marked. Noe annet som taler for benyttelse av sosiale medier, er at en stor del av vårt kundesegment er ungdom, som benytter seg av disse plattformene. For at siden skulle bli lagt merke til, fikk vi hver av våre 29 ansatte til å dele siden og invitere venner til å like den.



Det var markedsførings-avdelingen som tok styringen for Facebook-siden, men vi sørget for at alle lederne i hver avdeling har tilgang på den. På den måten sørger vi for at hver avdeling kan dele et innlegg, men uten at det på noen måte kan gå ut av kontroll.

## Sparebank 1

I november 2014 søkte Origo UB om økonomisk støtte fra Sparebank 1. Dette skulle blant annet dekke transport, matematikkbøker, logo, plakater osv. Vi fikk ikke den økonomiske støtten som vi søkte om, men vi fikk imidlertid markedsført oss gjennom samarbeidet mellom Sparebank 1 og Facebook på denne måten. Man kunne dele linken til Sparebank 1, hvor vi hadde skrevet om Origo UB og hvorfor vi burde støttes. For hver «Facebook-like» vi fikk, støttet Sparebank 1 oss med 5 kr, uavhengig av om søknaden vår ble godkjent. På dette tjente vi 2.065 kr med 413 «likes» og flere fikk øynene opp for Origo UB, da linken ble delt av mange på Facebook.

**SpareBank 1**  
ØSTFOLD AKERSHUS

Hjem Søk støtte Alle støttesøknader Om oss

**ORIGO UB**

ORIGO UB i Sarpsborg søker om:  
**piqueskjorter, visittkort, matematikkbøker, nettside, logo, plakater, bannere, transport, roll-ups, artikler til messe, kontorrekvisita**

ORIGO UB fikk **2.065** kr i Facebook-likes.

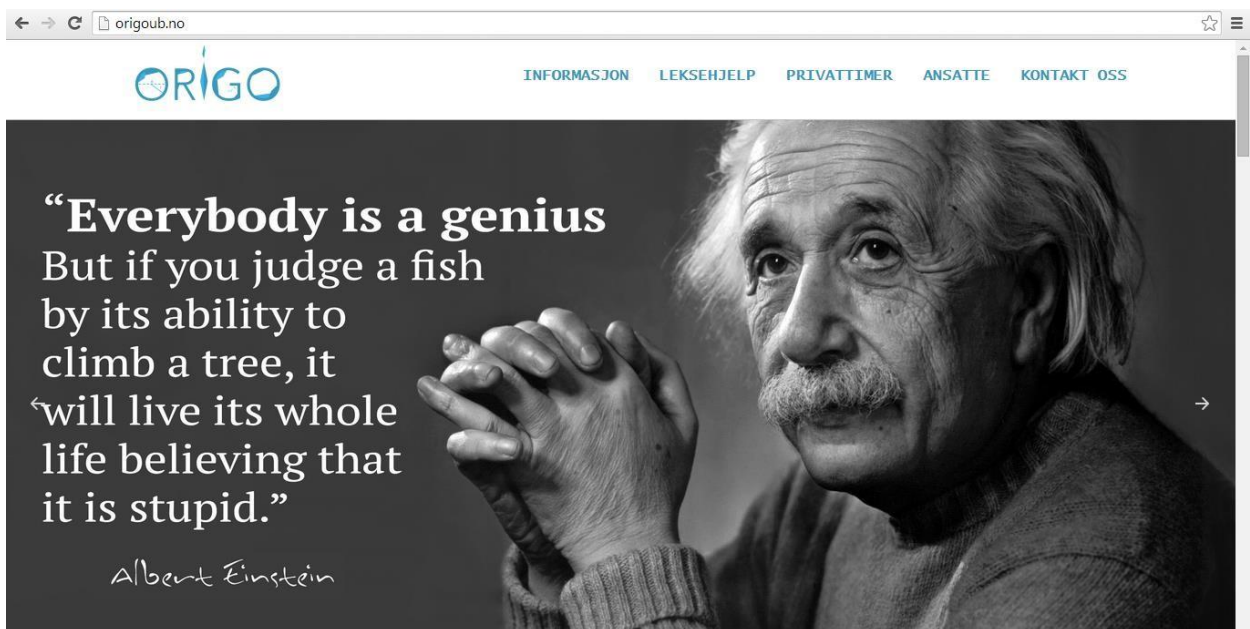
**Bli bedre kjent med nabolaget i Sarpsborg!**

**Derfor skal vi støttes:**

Ifølge resultater fra den siste PISA-undersøkelsen der matematikk var hovedtema, er nivået blant norske elever lavere enn noen gang. Norge lå rangert hele 17 plasser bak Finland med 30 poeng mindre, noe som tilsvarer å ligge et helt skoleår bak. Matematikkunnskapene til norske

## Nettside:

Bedriftens IT-avdeling har laget en nettside der kunder kan få mer informasjon om tilbudet vårt, bestille privattimer og ta kontakt dersom de har spørsmål eller forespørsler ([www.origoub.no](http://www.origoub.no)). Prosessen med å utforme denne nettsiden var lang. IT-avdelingen i bedriften har jobbet iherdig, slik at den skal bli så oversiktlig som mulig. De har også fokusert på designet på nettsiden. For at bedriften vår skal fremstå profesjonell, er det viktig med en stilren og lett navigerbar nettside. Vi har valgt å ha et dynamisk onepage-design med hyppig bildebruk, i håp om at det moderne ved nettsiden vil appellere bedre til kundegruppen. På nettsiden finner man bilder av alle ansatte, inkludert bedriftens lærere. Vi har valgt å gjøre dette i håp om øke troverdighet hos eventuelle kunder. Videre så tar vi i bruk retoriske virkemidler som etos og patos ved blant annet hjelp av vitenskapelige sitater. Dette gjør vi for å inspirere og igjen skape troverdighet



## Markedsføring gjennom skolen:

Siden vi har et tett samarbeid med Greåker vgs og har leksehjelp for elevene der, har skolen hjulpet oss med å spre informasjon om bedriften. Dette er et marked som vil kunne være gunstig for oss i og med at en stor del av segmentet vårt befinner seg på skolen. Dette er også en markedsføring som ikke krever økonomiske midler. Vi i markedsførings-avdelingen skrev også et informasjonsskriv om tilbudet vårt som ble sendt gjennom skolen til elever som tar opp matematikk som privatister. På denne måten nådde vi frem til kunder det normalt ville ha vært vanskelig å nå. Vi har opplevd at denne typen markedsføring har fungert bra ettersom vi har mottatt forespørsler om hjelp/undervisning for både enkeltelever og hele klasser, deriblant VG1-klassen ved Sciencelinja på Greåker vgs.

Vi tilbyr også leksehjelp ved ulike ungdomsskoler. Vi startet med Kvernhuset u.s. i Fredrikstad og har utvidet til Haugeåsen og Grålum i Sarpsborg, der sistnevnte foregår på Inspiria Sciencesenter. Dette er en god mulighet til å få markedsført bedriften vår gjennom

god hjelp i timene. Fornøyde elever snakker med hverandre og venner, og straks har nesten alle hørt om Origo UB.

### **Personlig markedsføring:**

Bedriften vår består av 29 elever som kommer fra store deler av Østfold. Hver enkelt av oss har selv markedsført tilbudet gjennom venner og familie. I tillegg har vi tatt kontakt direkte med potensielle kunder, slik at de legger merke til tilbudet vårt.

### **Aviser**

Etter vår suksess i fylkesmesterskapet, kontaktet vi lokalavisene. Et resultat av dette ble at Fredrikstad Blad skrev en artikkel om oss.

### **Fremtidige planer for markedsføring:**

#### **Foreldremøter**

Selv om tilbudet vårt i hovedsak går ut til ungdom, så blir ofte slike aktiviteter som Origo UB tilbyr finansiert av foreldre. Foreldrene utgjør dermed et sekundært kundesegmentet, noe vi må ta i betraktning med tanke på markedsføring. I fremtiden ønsker vi derfor å delta på foreldremøter der vi kan informere om tilbudet vårt, først og fremst på de ungdomsskolene vi allerede samarbeider med og tilbyr leksehjelp på.

#### **Inspiria**

Vi samarbeider med Inspiria Sciencesenter. Fordi inspiria er et Sciencesenter med stor legitimitet, vil dette belyse Origo UB svært positivt. Det vil kunne gi oss en større tiltro og seriøsitet blant kunder.

I tillegg til leksehjelpen vi driver på senteret, er Origo UB også i gang en ny og innovativ idé om online undervisning som er under utvikling i samarbeid med bl.a. Inspiria. Dette samarbeidet vil kunne markedsføre Origo UB utover et ubegrenset geografisk område.

#### **Reklamefilm**

I fremtiden ønsker vi også å lage en reklamefilm. Vi ser at dette er en god måte å markedsføre bedriften på, først og fremst fordi det gir oss muligheten til å demonstrere og visualisere tilbudet vårt og målene våre, og forhåpentligvis sette et minneverdig inntrykk hos kundene. Filmen kan inneholde situasjoner som flere kjenner seg igjen i, og den kan dermed være inspirerende og eventuelt overbevise elever om at Origo UB kan dekke deres behov. I tillegg åpner det for muligheter til å nå ut til flere vha. digitale hjelpemidler, som for eksempel til de som foretrekker å se en video, framfor å lese en lang tekst.

#### **Stand på kjøpesentre i nærheten**

For å nå ut til kundene våre i nærmiljøet har vi inngått en avtale med Storbyen i Sarpsborg og Torvbyen i Fredrikstad om at vi kan sette opp en stand. Der vil representanter fra Origo

UB ta direkte kontakt med potensielle kunder og informere om tilbudet vårt. Denne formen for markedsføring gir et mer personlig inntrykk av tjenesten og forhåpentligvis et bedre forhold mellom kundene og oss. Det er også en effektiv måte å nå ut til kundene på ettersom at det blir vi som oppsøker kundene, og det ikke stiller krav til at kundene må oppsøke oss.

#### **Oppsummering av markedsføring;**

- Samarbeid med Greåker VGS og Inspiria
- Plakater og flyers
- Sosiale medier; Facebook, twitter, instagram
- Sparebank 1
- Nettside: [www.origoub.no](http://www.origoub.no)
- Leksehjelp på ungdomsskoler
- God omtale
- Bruk av nettverk på tvers av kommuner og markedsføring gjennom samarbeidspartnere

#### **Under utvikling:**

- Reklamefilm
- Foredrag på foreldremøter
- Markedsføring gjennom inspiria vitenskapssenter

#### **Kontaktperson:**

**Victor Bergerskogen**

**98060122**

***dagligleder@origoub.no***

