

Budsjett/Medieplan.

For å nå de tallene vi har satt har jeg satt opp et estimert budsjett for Fretex. Alle innleggene vil bli postet organisk og med betalt annonse, derfor er det vanskelig å skulle si 100 % hvor mange vi vil nå.

Medieplan:

Her er utregning på ca. hvor mye vi kommer til å bruke på Milleniums målgruppen med betalte annonser perioden 1.juni 2020 – 1.Juli 2020.

Kostnadene er likt fordelt på alle postene, men i løpet av kampanje perioden vil man se hva som fungerer og hva som ikke gir noen effekt, for å så droppe noen annonser og satse mer på de som gir best konvertering.

Type annonse	Visninger	Klikk ca.5%	Målfullførelse(kjøp)	Kostnad per annonse.
Hovedkampanje video Facebook	38 500	1925	96	2180
Hovedkampanje video Instagram	38 500	1925	96	2180
Hovedkampanje video kortversjon (Instagram)	38 500	1925	96	2180
Hovedkampanje story Instagram v1	38 500	1925	96	2180
Hovedkampanje story Instagram v2	38 500	1925	96	2180

Underkampanjevideo Story 1-4 (Kjolevideo)	38 500	1925	96	2180
Facebook post hovedkampanje Bilde og tekst	38 500	1925	96	2180
Instagram post HovedkampanjeBilde og tekst	38 500	1925	96	2180
Facebook Barneklær video	38 500	1925	96	2180
Instagram Barneklær Video	38 500	1925	96	2180
Instagram bilde post barneklær og tekst	38 500	1925	96	2180
Instagram Story barneklær	38 500	1925	96	2180
SUM	462 000	23 100	1152	24 000 kr

Her er utregning på ca. hvor mye vi kommer til å bruke på Generasjon Z målgruppen med betalte annonser perioden 1.juni 2020 – 1.Juli 2020.

Kostnadene er likt fordelt på alle postene, men i løpet av kampanje perioden vil man se hva som fungerer og hva som ikke gir noen effekt, for å så droppe noen annonser og satse mer på de som gir best konvertering.

Type	Visninger	Klikk ca 5%	Målfulførelse(kjøp)	Kostnad per annonse.
Hovedkampanje video Facebook	58200	2900	145	500
Hovedkampanje video Instagram	58200	2900	145	500
Hovedkampanje video kort (Instagram)	58200	2900	145	500
Hovedkampanje Instagram story v1	58200	2900	145	500
Hovedkampanje Instagram story v2	58200	2900	145	500
Underkampanje video Story 1-4 (kjoler)	58200	2900	145	500
Facebook bildepost hovedkampanje	58200	2900	145	500
Instagram bildepost Hovedkampanje	58200	2900	145	500

Instagram GenerasjonZ video	58200	2900	145	500
Instagram GenerasjonZ Bilde post	58200	2900	145	500
Instagram Story Generasjon Z	58200	2900	145	500
SUM	640 200	31 900	1595	15 000 kr

Kampangebudsjett:

Her er tallene som det vil koste for å gjennomføre Kampanjen.

Hva:	Kostnad:
Annonsering Milleniums	24 000,-
Annonsering Generasjon Z	15 000,-
Foto og Film	20 000,-
Etterarbeid (Redigering og klipp)	10 000,-
Leie av utstyr	5000,-
Modeller	6000,-
SUM:	80 000,-

ORGANISK:

Fretex skal kjøre alle filmene og innleggene organisk i tillegg. Det er grunn til å tro at de vil kunne nå ut til mange flere enn det som er satt i de to målgruppene. Til sammen har Fretex over 60 tusen følgere på Instagram, over 80 tusen på Facebook og Josephine Pedersen har 1,7 Millioner følgere på sin Instagram. Så utgangspunktet for kampanjen er god allerede før man har satt i gang annonsering.

Tik Tok filmene vil kun gå organisk, så her må man bare følge med å se om den treffer eller ikke.