

Marknadsföringsstrategi



Wilma Harrysson, DMM24M

ANALYSERANDE UPPGIFT, VG



Zinq är ett varumärke (som tillhör Candy People AB) som tillverkar veganska, sockerfria och zink-berikade tuggummin, vilka motverkar dålig andedräkt på djupet. (Till skillnad från konkurrenternas, vars enbart maskerar lukten). De lanserades 2019.

Den grafiska profilen är uppfriskande med pastellfärger och metallisk finish på förpackningarna. En ungdomlig känsla på hemsidan och i sociala kanaler där de samarbetar med flera "clean-girl-aesthetic"-ambassadörer. Denna sida av företaget, med enkel tonalitet, står i kontrast till loggan som hämtar sin inspiration från sekelskiftet 1800/1900-talets apotekare-konst.

I kombination ger resultatet ett intryck av seriös- och kunnighet, samtidigt som Zinq står med ena foten i modern tid.

Idag består målgruppen av alla från skolorngdomen till medelålders-kollegan, som är medvetna och bryr sig om vad tuggummin innehåller. Huvudkontoret är placerat i Malmö och Zinq säljer sina tuggummin på apotek och i livsmedelsaffärer, både i butik och online.



Baserat på statistik samt undersökningarna som visas här, borde målgruppen för Zinq, med fördel, bestå av individer från alla mellan skolungdomen till medelålders-kollegan.

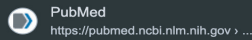
I målgruppen ingår de som gillar att tugga tuggummi och vill prestera under en koncentrationskrävande uppgift, samt de som bryr sig om innehållet i det de stoppar i sig.

Åldersgruppen använder gärna Instagram och Tiktok

STATISTIK

Hur mycket tuggummi konsumeras varje år?

Cirka 374 miljarder bitar tuggummi säljs över hela världen varje år, vilket motsvarar **187 miljarder timmars** tuggummi om varje bit tuggummi tuggas i 30 minuter.



fakta och fiktion: en recension av tuggummi - tugga och munhälsa

Hur många procent av eleverna tuggar tuggummi?

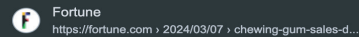
Totalt **79,6 %** av barnen/ungdomarna rapporterade att de använt tuggummi under de senaste 3 månaderna, medan 61,8 % av ungdomarna/vuxna tuggade tuggummi under de senaste 6 månaderna. 5 feb. 2019



Tuggummi-konsumtion i USA bland barn ...

Vilken åldersgrupp tuggar mest tuggummi?

Generation X, kohorten födda mellan 1965 och 1980, tenderar att tugga tuggummi mer än andra åldersgrupper, sa han. Millennials visar generellt mindre intresse för tuggummi och godis, medan generation Z-konsumenter är mer intresserade av nya godisar som sura gummiar. 7 mars 2024



Varför tuggar folk inte tuggummi längre? Stort godis... - Fortune

Hur många procent av världens befolkning är veganer?

Enligt statistik för 2023 fanns det ungefär 88 miljoner veganer i världen. (NCBI) Eftersom det fanns över 8 miljarder människor i världen i december 2022, är det cirka **1,1 %**. 30 mars 2023



PRESTANDA

Påverkar tuggummi testprestanda?

Deltagarna fyllde också i enkäter om sitt humör både före och efter uppgiften. Resultaten visade att **deltagare som tuggade tuggummi hade snabbare reaktionstider och mer exakta resultat än de deltagare som inte tuggade tuggummi**. 22 aug. 2024



300Hours
<https://300hours.com> › chewing-gum-while-studying

Att tugga sockerfritt tuggummi är ett effektivt sätt att minska risken för karies hos barn och ungdomar med hög kariesrisk. Det kan brittiska forskare konstatera efter att de gjort en systematisk översikt samt en metaanalys av den samlade litteraturen på området publicerad i The Journal of Dental Research. Sammanställningen omfattar tolv studier och visar att sockerfritt tuggummi minskar risken för karies med 28 procent. När forskarna tittade enbart på de åtta studier som undersökt tuggummi med xylitol var skyddet till och med något större, 33 procent.

Munvårdsprodukter som innehåller zink minskar den dåliga andedräkten genom att binda svavelföreningar. Det finns munskölj, munsprej, sugtabletter och tuggummi med zink. Det finns också munvatten som minskar lukten genom en kombination av zinksalt och bakteriedödande medel. 14 apr. 2023

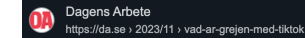


1177
<https://www.1177.se> › mun-och-länder › daglig-andedräkt

SO/ME

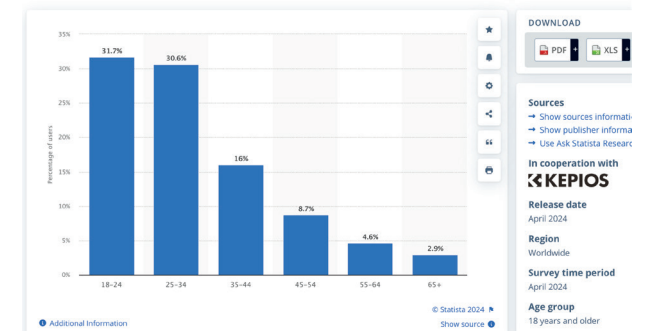
Vilken ålder använder TikTok mest?

TikTok är allra mest populärt bland unga **mellan 12 och 19 år**, men ungefär var fjärde svensk har använt appen år 2023. 20 nov. 2023



Internet › Social Media & User-Generated Content

Distribution of Instagram users worldwide as of April 2024, by age group



Svenskarna och internet
INTERNETSTIFTELSEN

Rapporter Om Koi

Hem › Rapporter › Svenskarna och internet 2023 › Sociala medier

Kapitel 9

Sociala medier

Twitter och Tiktok ökar medan Facebook minskar. Be Real används av 6 procent av befolkningen. Youtube är människens favorit och Instagram kvinnornas. Svenskarna umgås mest på Snapchat men barn hänger med kompisar i Roblox.

3 PERSONAS

ANALYSERANDE UPPGIFT, VG

1. Den *Koncentrerade Test-Tagaren* använder Zinq för att öka koncentrations- och reaktionsförmågan. Tycker om Tiktok. Bryr sig om prislappen samt smakerna och det veganska innehållet i tuggummit.
2. Den *Friska Partyfläkten* använder Zinq för att spara tid i sin förberedelse-rutin när det nalkas fest. Passar även utmärkt som snabb tillfräschning mellan diverse drinkar och snacks. Idialiserar Influencers. Bryr sig om andedräkten och prislappen på tuggummit.
3. Den *Alltid-Redo-Kollegan* använder Zinq för att framstå presentabel efter kaffedrickandet på jobbet och även inför viktiga möten där hen vill prestera med sitt A-game. Hen bjuder gärna kollegorna på ett tuggummi eller två. Integrerar Instagram i sin vardag. Bryr sig om andedräkten samt innehållet i det sockerfria och zink-berikade Tuggummit.



**"KONCENTRERADE
TEST-TAGAREN"**



**"FRISKA
PARTYFLÄKTEN"**



**"ALLTID-REDO-
KOLLEGAN"**

Wilma Harrysson



★ INFLUENCER
MARKETING

★ INSTAGRAM

★ SEM

★ TIKTOK

★ SEO

Baserat på målgruppen på föregående sidor och statistiken (till höger) har en passande mediemix (till vänster) sats ihop. Vidare förklaring på nästa sida.

Personer födda på 90-talet ligger i topp vad gäller andelen användare av Instagram. Därefter kommer 00-talisterna och därefter 80-talisterna. Användningen av Instagram är i stort sett oförändrad år 2023 jämfört med året innan. I en del åldersgrupper har användningen minskat eller ökat.

Svenskarna och internet
<https://svenskarnaochinternet.se> › utvalt › sociala-medier
Instagram | Svenskarna och internet

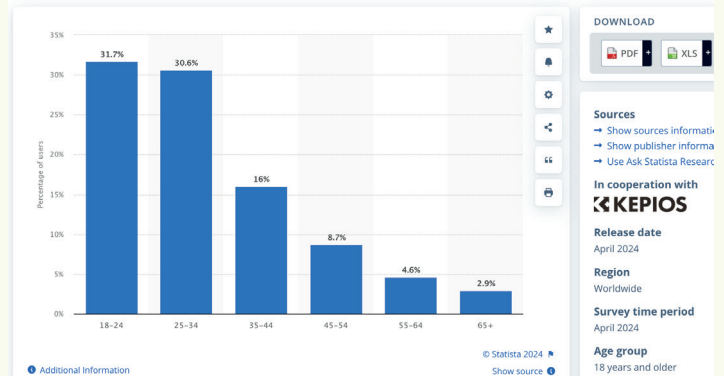
Vilken ålder använder TikTok mest?

Tiktok är allra mest populärt bland unga mellan 12 och 19 år, men ungefär var fjärde svensk har använt appen år 2023. 20 nov, 2023

Dagens Arbete
<https://da.se> › 2023/11 › vad-ar-grejen-med-tiktok

Internet › Social Media & User-Generated Content

Distribution of Instagram users worldwide as of April 2024, by age group



Svenskarna
och internet
INTERNETSTIFTELSEN

Rapporter Om Ko

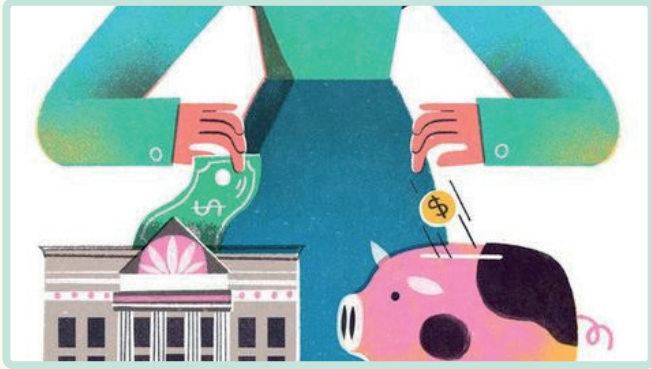
Hem › Rapporter › Svenskarna och internet 2023 › Sociala medier

Kapitel 9

Sociala medier

Twitter och Tiktok ökar medan Facebook minskar. Be Real används av 6 procent av befolkningen. Youtube är människens favorit och Instagram kvinnornas. Svenskarnas umgänge mest på Snapchat men barn hänger med kompisar i Roblox.

BUDGET



Störst andel av marknadsföringsbudgeten går till Influencer Marketing 30%, då det är en stor kostnad, men samtidigt en av de främsta sätten att rekrytera fler kunder - Samarbete med Influencers vars följare stämmer överens med vår målgrupp.

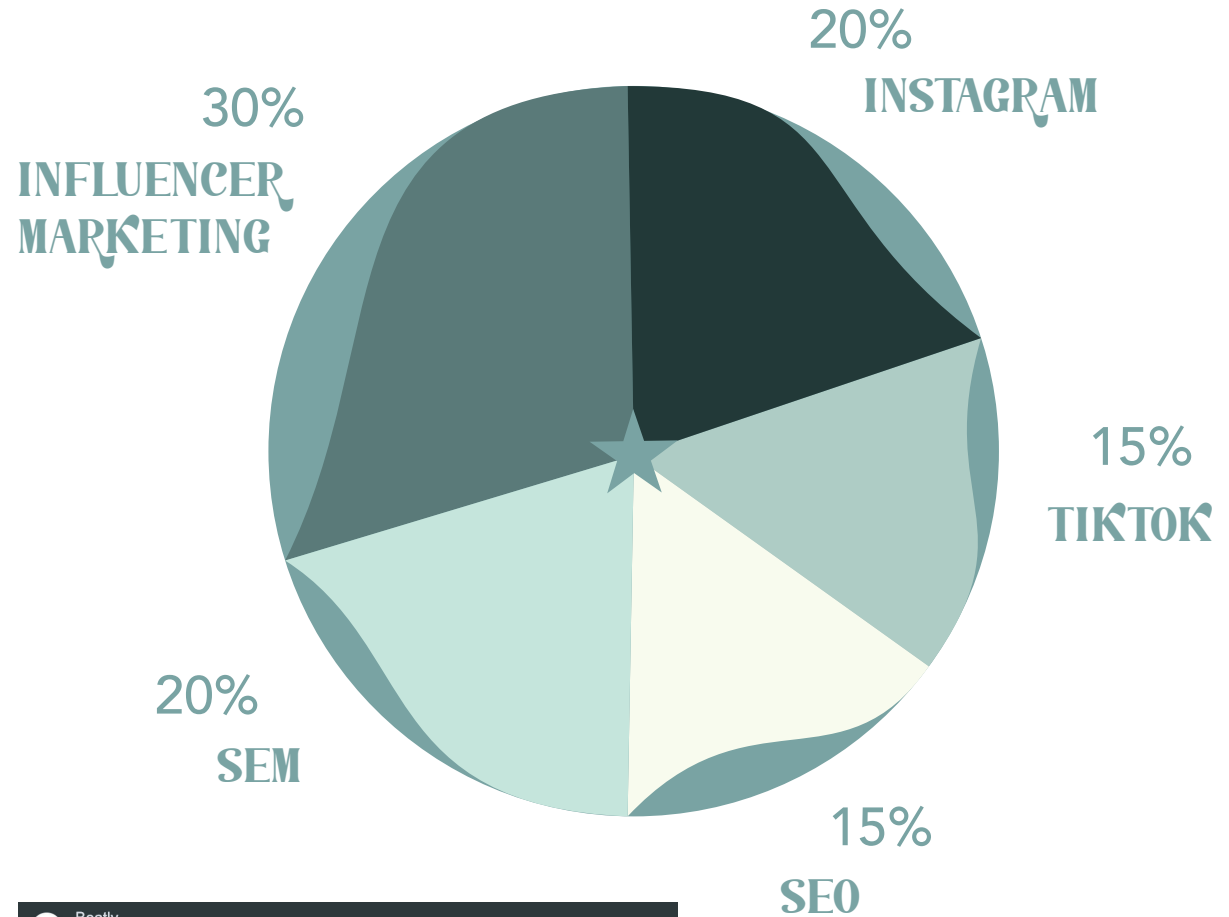
Instagram 20%, en stor del i den varumärkesbyggande marknadsföringen. Här byggs brand identitet och community med följare.

SEM 20%, då det är viktigt för företaget att produkterna kommer upp som annonser när man söker på tuggummi att köpa.

TikTok 15%, eftersom många av våra användare tillhör den yngre målgruppen. Samt att den lättsamma stilen på videos här passar varumärkesidentiteten.

SEO 15%, vill att varumärket skall landa högt upp i organiska sökningar + stor andel arbetskraft krävs här.

ANALYSERANDE UPPGIFT, VG



Beatly
<https://blog.beatly.com/blog/vad-kostar-influencer-m...>
Vad kostar influencer marketing 2022?
Enligt färskta siffror ligger det internationella genomsnittet för mellanstora influencers på \$300 (3000 kr) per inlägg, fast det är en **mycket** generell siffra.

Hur mycket kostar Google Ads?
Att synas på Google kostar i genomsnitt 4,09 - 8,18 kr per klick i Google Ads. Det finns branscher där konkurrensen är lägre och kostnaden för att synas på Google kan där ligga på 2-5 kr per klick, även så lite som tiotals ören. Medan du inom andra branscher kan behöva betala bra över 100 kr per klick.
Stockholm Media Factory
<https://www.stockholmmediafactory.se/vad-kostar-det-...>
Vad kostar det att synas på Google? Sökoptimering vs Ads

STRENGTHS

- ★ Flera traditionella samt innovativa smaker
- ★ Zink-berikade, sockerfria + veganska
- ★ Grafiska Profilen skiljer sig från konkurrenter + tilltalar målgruppen
- ★ Lågt pris i jämförelse med konkurrenter

WEAKNESSES

- ★ Nischade eller annorlunda smaker
- ★ Ej monopol på marknaden
- ★ Konsumenter inte känner till Zinq
- ★ Finns enbart i Norden

OPPORTUNITIES

- ★ Influencer samarbeten - omvandlar fler i målgruppen till kunder
- ★ Utöka smaksortiment
- ★ Uppmärksamma säljpunkterna sockerfritt + veganskt
- ★ Marknadsföra det låga priset

THREATS

- ★ Konkurrenter tillsätter zink i sitt innehåll
- ★ Redan Zink-berikade, breddar smaksortiment
- ★ Andra märken prissänker
- ★ Kunder inte hittar familiär smak/konsistens de efterfrågar

POSITIONERINGSDIAGRAM

ANALYSERANDE UPPGIFT, VG



I relation till ledande konkurrenter på marknaden, har Zinq placerats ut med den ljusaste stjärnan. Detta positioneringsdiagram fokuserar på pris, såväl som innovationen vad gäller förpackning, smaker samt innehåll. Zinq har ett brett utbud av roliga och annorlunda smaker om man jämför med dess konkurrenter. Priset är lägst av de jämförda företagen och Zinq tuggummin är zink-berikade, till skillnad från Extra och Chewy. Däremot innehåller även Flux zink, men här är Zinq ledande i smakutbudet samt pris.

VÄRDE

INNOVATIVT

LYX

TRADITIONELLT