



Ny version av **SESAME**

Nu finns en ny version av SESAME tillgänglig i Citrix. Den nya versionen innehåller mängder av nyheter. Här nedan redovisar vi de största förändringarna men kontakta oss gärna för en genomgång så kommer vi ut och visar samtliga förändringar och nya funktioner.

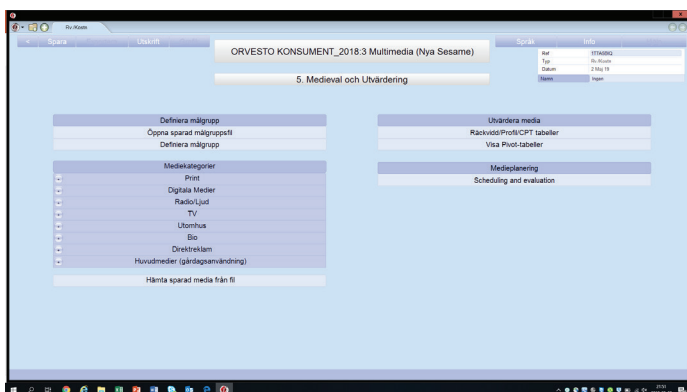
Möjlighet till fler målgrupper och nya funktioner för målgruppsbyggande

Begränsningen att bygga max 10 målgrupper har tagits bort, vilket öppnar upp för möjligheten att bygga en oändligt massa målgrupper (i alla fall upp till 1 000 st.) i samma körning. I vyn där målgrupperna byggs har det även tillkommit ett par nya funktioner som möjliggör ett mer effektivt målgruppsbyggande.

Förändringar i Medieplaneringen

Medieplaneringen har fått ett uppdaterat utseende med en ny meny för att välja medier och en del överflödiga knappar har försvunnit.

Den nya mediemenyn är ett resultat av önskemål från användarna om att förenkla sättet att välja medier, och i den nya vyn redovisas samtliga medier på huvudmedianivå direkt i medieplaneringsvyn.



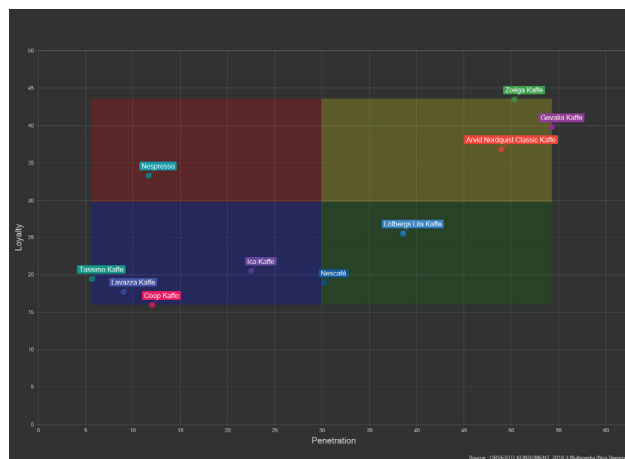
En annan ny funktion som har tillkommit finns i medieplaneringens "rankingvy" (Räckvidd/Profil/CPT-tabeller). Här hittar man numera **MediaGroupContributions**, en funktion för att se vad varje mediaslag tillför i mediepaket som består av fler huvudmedier, det vill säga vad är det unika tillskottet från print, eller från internet mobil. Tidigare gick denna data endast att titta på under korstabeller.

Market Monitor

Market Monitor är en modul i SESAME som erbjuder en snabb överblick över marknadspositionen för mer än 600 varumärken inom 60 olika produktkategorier, marknadspositioner som kan undersökas mot nästan vilken målgrupp som helst.

Nu har vi utvecklat denna modul ytterligare och adderat två nya KPI:er, vilka medför att varumärken kan analyseras utifrån fyra olika parametrar, awareness of brand (ny!), Conversion of brand (ny!), Penetration of brand samt Loyalty of brand.

Funktionen har även fått en ny grafik som hanterar samtliga mått.



Awareness (Kännedom) = Känner till

Conversion of brand = Penetration/Kännedom som %

Penetration = Köper ibland + köper ofta

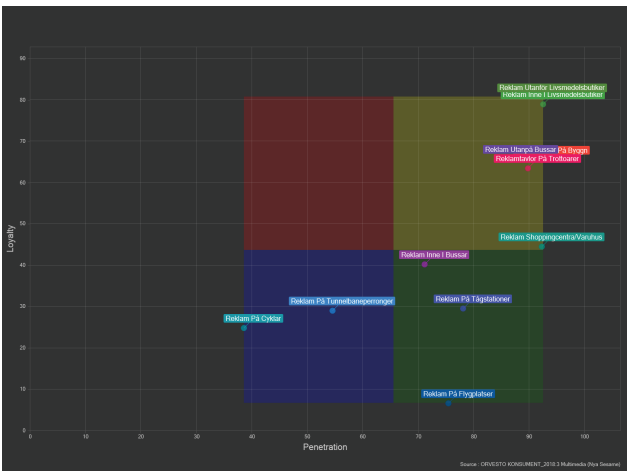
Loyalitet = Köper oftast / Penetration som %

Media Monitor

Media monitor liknar i mycket Market Monitor men istället för varumärken analyseras penetration (ever user) och lojalitet för medier. Den som är bekant med medieanalyser av prinntitlar har med stor sannolikhet kommit i kontakt med modulen sedan tidigare.

Nu har den utvecklats så att man även kan analysera penetration och lojalitet för Sociala Medier, Podcasts, Digitala tjänster samt Utomhus. Den har även fått en uppdaterad grafik som stödjer detta.

Definitionen av penetration och lojalitet skiljer sig dock åt något mellan de olika typerna av medier så kontakta oss gärna så berättar vi mer.



Life Values

Life Values är Kantars värderingsmodell för att analysera attityder och värderingar i det svenska samhället. Syftet med denna typ av modell är att försöka spåra likheter inom och skillnader mellan olika grupper av människor i samhället, och genom att urskilja vilka värderingsgrunder som karakteriserar olika konsumenter öka möjligheten att kommunicera med målgrupper på "rätt" sätt. Modellen är internationellt etablerad och används i många länder världen över.

I samband med denna uppdatering har modellen fått ytterligare en grafik, en "positionerings graf", som komplement till den gamla grafiken. I denna graf kan olika målgruppers position jämföras i en enda bild.



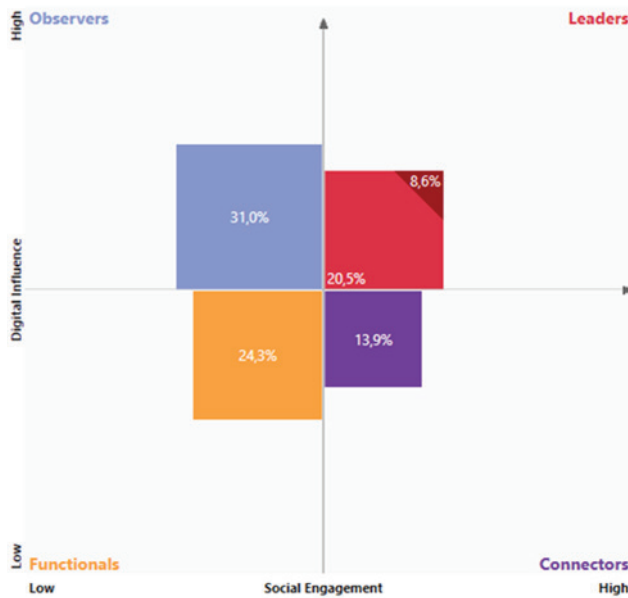
Connected Life

Connected Life undersöker i vilken utsträckning människor är uppkopplade och hur de influerar sin omgivning via sitt digitala användande och sitt användande av sociala medier. Modellen syftar till att utvärdera de on- och offline touchpoints som du behöver använda för en bra fungerande integrerad kommunikation - vilka kanaler och plattformar ska prioriteras.

Tidigare har modellen bestått av fyra segment som visar vilken typ av digitala användare som döljs inom en målgrupp; Functionals, Observers, Connectors och Leaders.

Nu har modellen kompletterats med ytterligare ett segment, Super Leaders, det mest aktiva segmentet - både när det gäller internet i allmänhet och sociala medier mer specifikt. Sannolikt hittar vi såväl riktigt early adopters här, liksom influencers och trendsättare.

Även till denna modell har en positionerings graf tillkommit.



Geoplanner – nu med både ODR och ADR

De som sedan tidigare känner till Geoplanner vet att den kan användas för att analysera hur man når ut med ODR i olika målgrupper. I den nya SESAME-version som nu släpps har även ADR lyfts in i denna modul så att man även kan analysera hur man når ut med ADR till olika målgrupper.

Kontakta oss för mer information!

Utöver de nyheter som nämns ovan finns ytterligare en rad nyheter och uppdateringar i SESAME som vi gärna kommer ut och visar för er så kontakta oss gärna så bokar vi in en sådan genomgång.

sesamesupport@kantarsifo.com