

FAKTA

KANALER MED HÖGST LÖNSAMHET

Undersökning om företagens syn på lönsamheten i olika kanaler. Tabellen visar hur stor andel av företagen som svarat "hög eller väldigt hög lönsamhet" per område. Den vänstra kolumnen visar andelen bland samtliga företag, den högra bland mindre företag (omsättning under 20 mkr). Källa: **Tendensrapport 2013** (Marknadsförbundet)

		Samtliga	Små 0-20
1.	PR/IR/lobbying	62%	66%
2.	Egen webbplats	62%	55%
3.	Reklam i TV, radio, bio	55%	27%
4.	Mässor/seminarier/event	55%	58%
5.	E-postmarknadsföring	53%	47%
6.	Sökmotormarknadsföring	52%	42%
7.	DM	51%	33%
8.	Telemarketing	44%	35%
9.	Sociala medier, egen aktivitet	44%	45%
10.	Utomhusreklam & stortavlor	41%	20%
11.	Reklam i tryckta medier	38%	29%
12.	Sponsring	33%	41%
13.	SMS	26%	17%
14.	Sociala medier, reklam	26%	20%
15.	Bannerannonsering online	21%	15%

MYNDIGHETERNAS HÖGST PRIORITERADE KANALER

Undersökning om myndigheters kommunikation och marknadsföring. Tabellen visar hur stor andel som svarat "mycket högt prioriterat" per område. Källa: **Dagens Opinion 130920**

1.	Egen sajt	82%
2.	PR	22%
3.	Twitter	21%
4.	Facebook	14%
5.	Egna bloggar	12%
6.	Mejlutskick	9%
7.	Sökord	8%
8.	Annons internet	4%
9.	Annons dagspress	4%
10.	Annons utomhus	3%
11.	Annons mobil	1%
12.	Google Plus	1%
13.	Instagram	1%