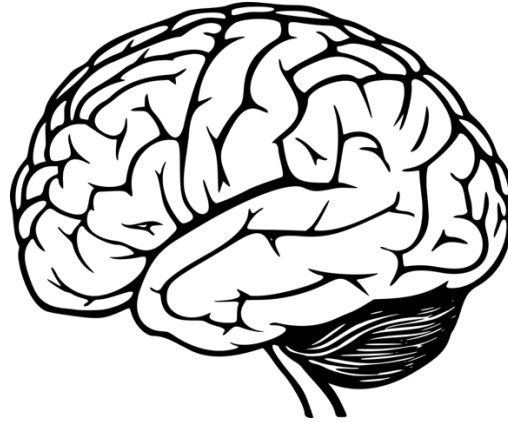


En sang er altid ny for dem, der hører den første gang ...



Johannes Dybkjær Andersson
www.andamplify.dk



4x4-metoden

Hvordan fungerer hjernen?

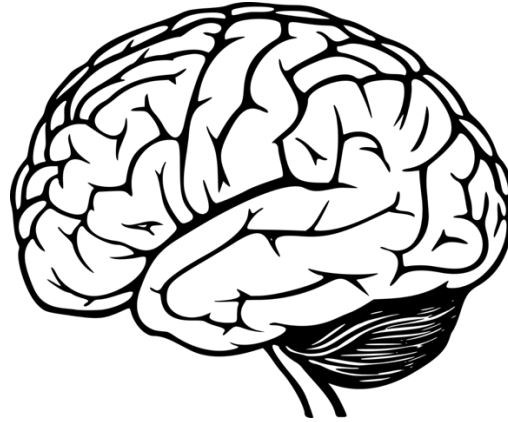
Tænk i 4x4 eksponeringer i en afgrænset periode

Hvordan er en forbrugers rejse ift. til et nyt produkt?

The buyers journey:

1. Awareness
2. Consideration
3. Purchase
4. 'Fan'





En ny sangs rejse i hjernen:

Fase 1: opdagelse

-> hjernen glemmer alt om at den findes

Fase 2: overvejelse

-> hjernen glemmer at du egentlig ville ..

Fase 3: du køber ind på den

-> hjernen glemmer at du kunne li den

Fase 4: du bliver fan

-> og lytter igen og igen

#ensangeraltidnyfordemderhørerdenførstegang

#detkrævermange gentagelser



AMPLIFY-modellen step 1: Brainstorm

AKTIVER

(HVAD kan aktiveres?)

OSV.

PLATFORME

(HVOR kan det aktiveres?)

OWNED MEDIA:

AFFILIATED MEDIA:

EARNED MEDIA:

LIVE:

OSV.

ANLEDNING

(HVORNÅR kan det aktiveres?)

OSV.



Johannes Dybkjær Andersson
www.andamplify.dk

Lav eget dokument med flere felter, så du kan brainstorme løs...

AMPLIFY-modellen step 2: Match

AKTIVER (HVAD?)	PLATFORME (HVOR?)	ANLEDNINGER (HVORNÅR?)
OSV.	OSV.	OSV.



AMPLIFY-modellen step 3: Planning

DATO	AKTIVER (HVAD?)	PLATFORME (HVOR?)	ANLEDNINGER (HVORNÅR?)
OSV.	OSV.	OSV.	OSV.



AMPLIFY-modellen step 3: Planning

DATO	AKTIVER (HVAD?)	PLATFORME (HVOR?)	ANLEDNINGER (HVORNÅR?)
10/10	Interview om sanges tema: mental trivsel	Go'morgen P3	Sindets dag, 10/10
10/10	Tekstcitater fra sangen	Egen instagram	Sindets dag, 10/10
11/10	Klip fra radiointerview	Egen FB, IG og nyhedsbrev	Dagen efter Sindets dag
15/10	Nævner sangens titel	Livekoncert	Livekoncert
OSV.	OSV.		

EKSEMPEL



vi arbejder både i kunst (vi må alt)
og i et marked (vi må godt være smarte)
og vi er bare mennesker (vi må godt ha det godt, mens vi gør, det vi gør)

&LIFY



Johannes Dybkjær Andersson
www.andamplify.dk