



**TRENGER  
TANKENE DINE**



Gjenkjennelighet



Bredde



Empatisk



UNIVERSITETET I BERGEN

# Kampanje 2021



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**



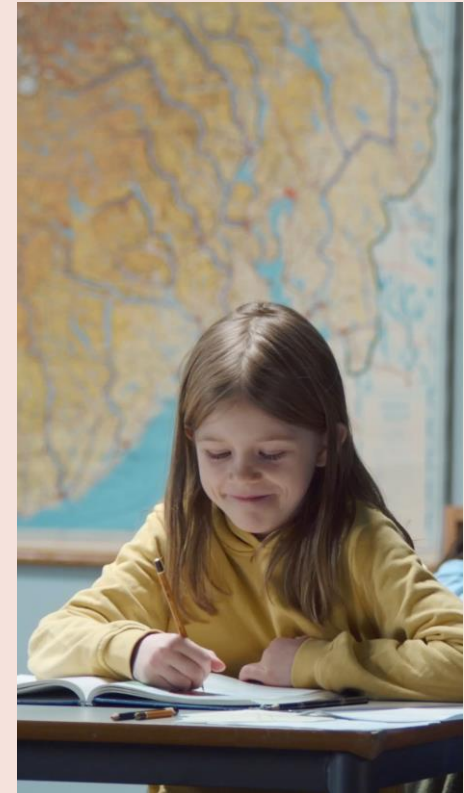
Jeg vil også lære



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

UNIVERSITETET I BERGEN

# Egne kampanjer fakultet



# Utendørs i sommer



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

UNIVERSITETET I BERGEN

# Studiestartsfilm på kino

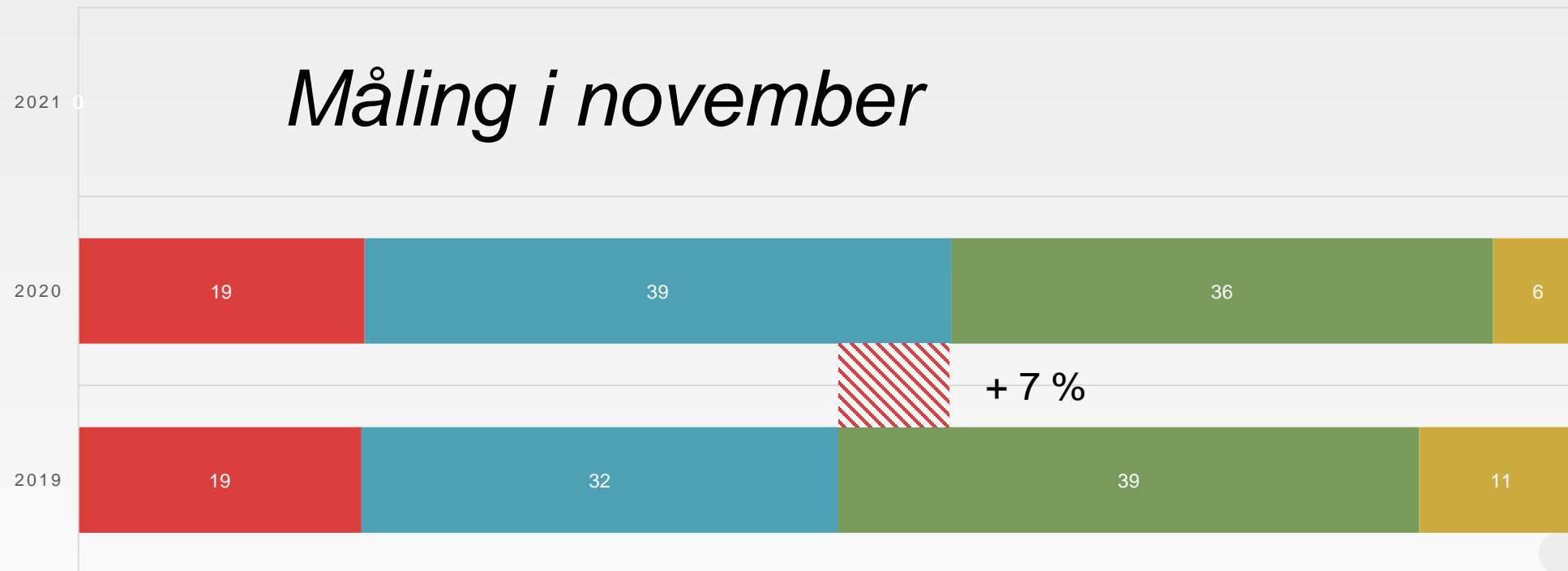


*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**



# Utvikling kjennskap

■ God kjennskap ■ Litt kjennskap ■ Bare hørt om ■ Aldri hørt om



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**



# POSTTEST AV REKLAMEKAMPANJE

## TEMA



Post-test av reklame,  
gjennomført av IPSOS

## MÅLGRUPPE



Menn og kvinner 18-28 år,  
alle fylker.  
Har gjennomført  
grunnskole.

## FELTARBEID



Webundersøkelse  
1225 intervjuer i perioden  
16 april - 02 mai

*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

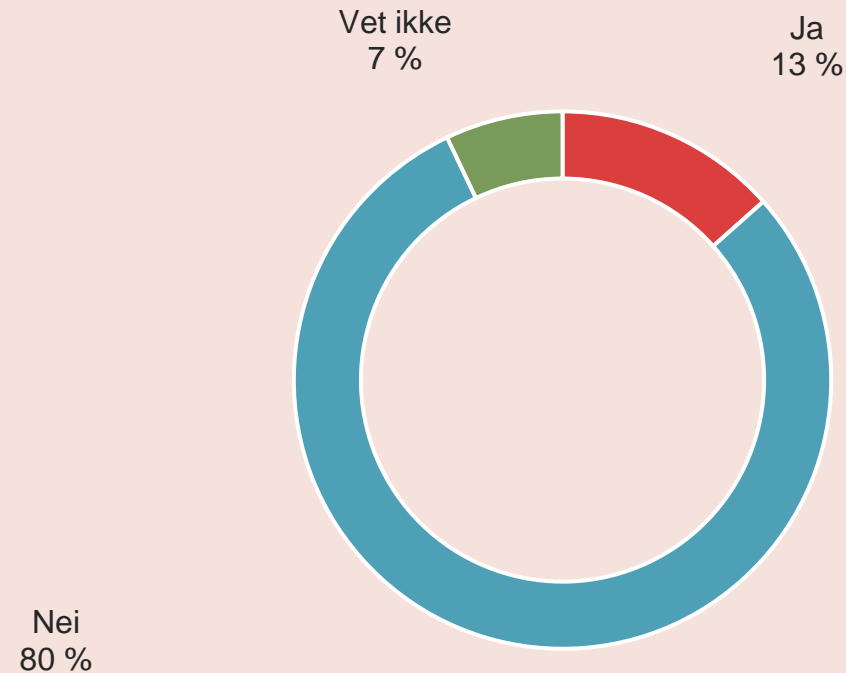
# Kan du huske å ha sett noen av disse eller lignende reklamer i løpet av de siste ukene?



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

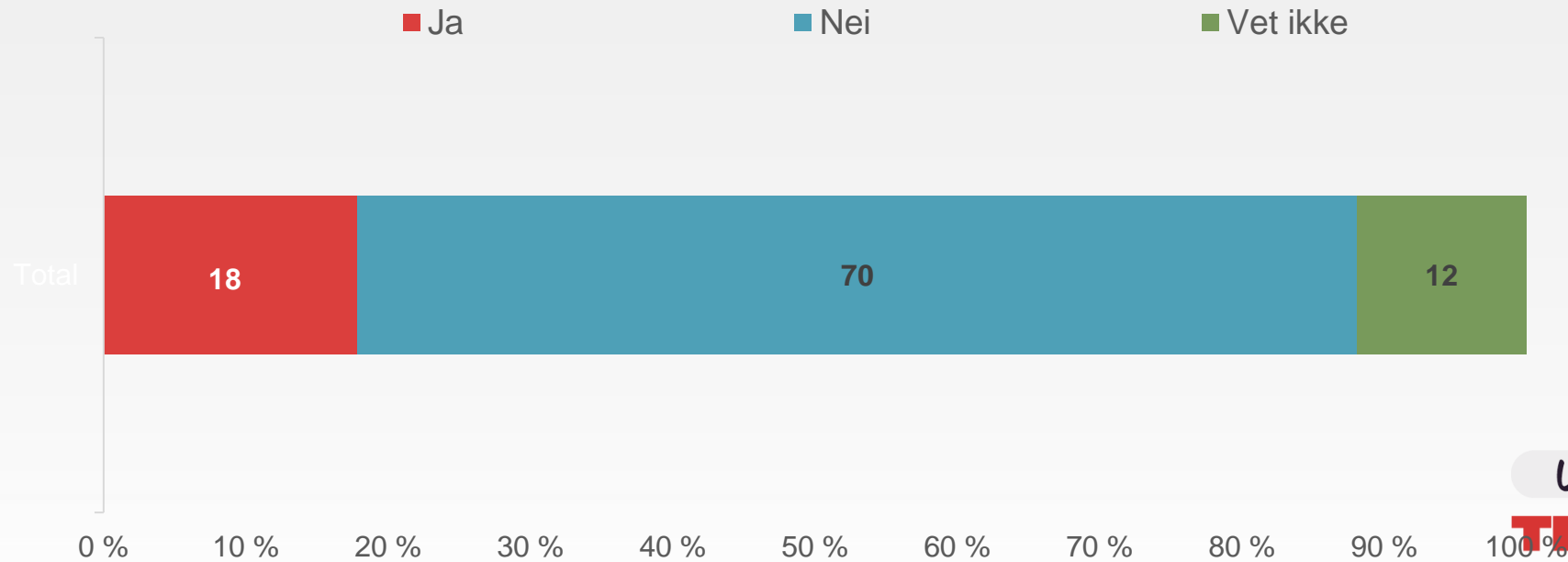
UNIVERSITETET I BERGEN

# Fikk denne reklamen deg til å oppsøke mer informasjon om Universitetet i Bergen?



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

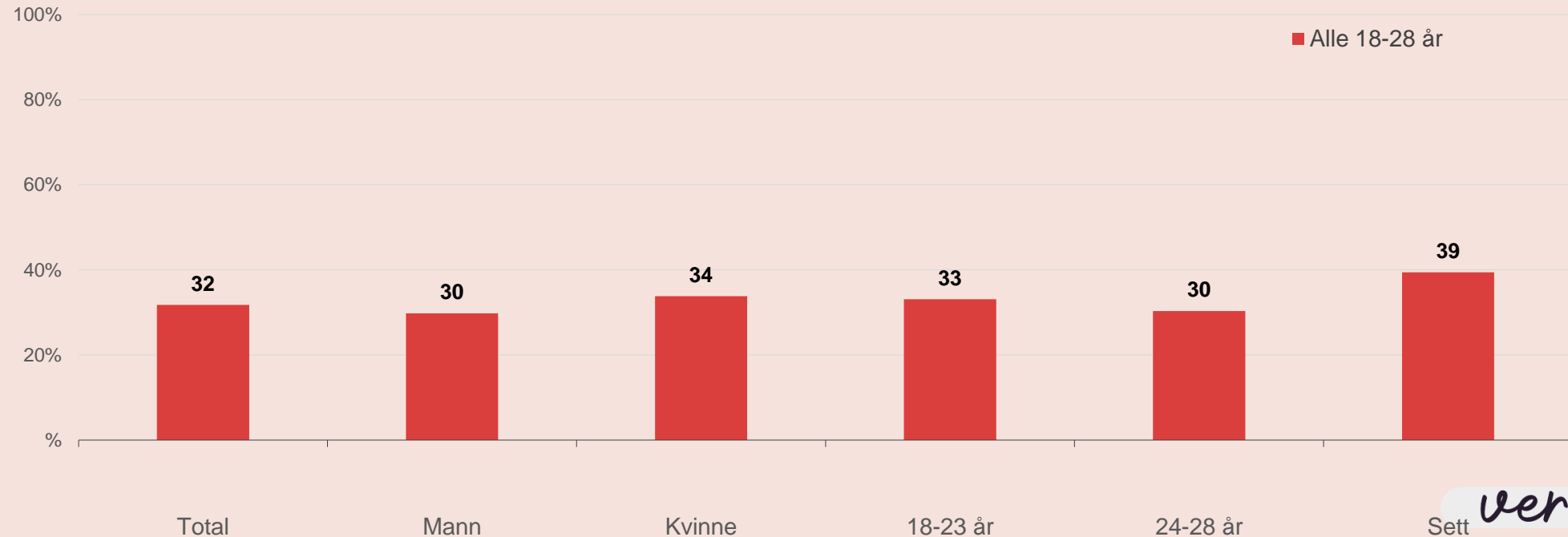
# Er det mer sannsynlig at du vil vurdere å studere ved Universitetet i Bergen etter å ha sett reklamen?



*verden*

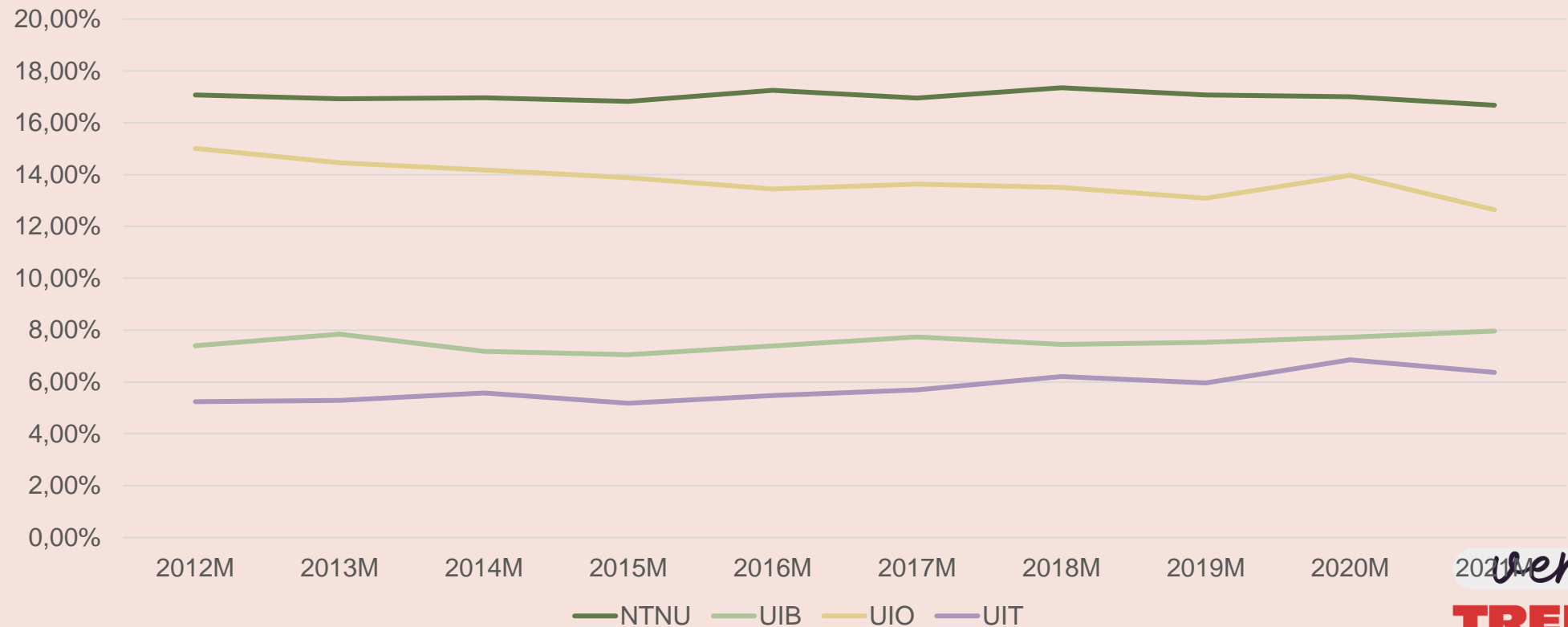
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

# 32% har fått et mer positiv inntrykk av UiB



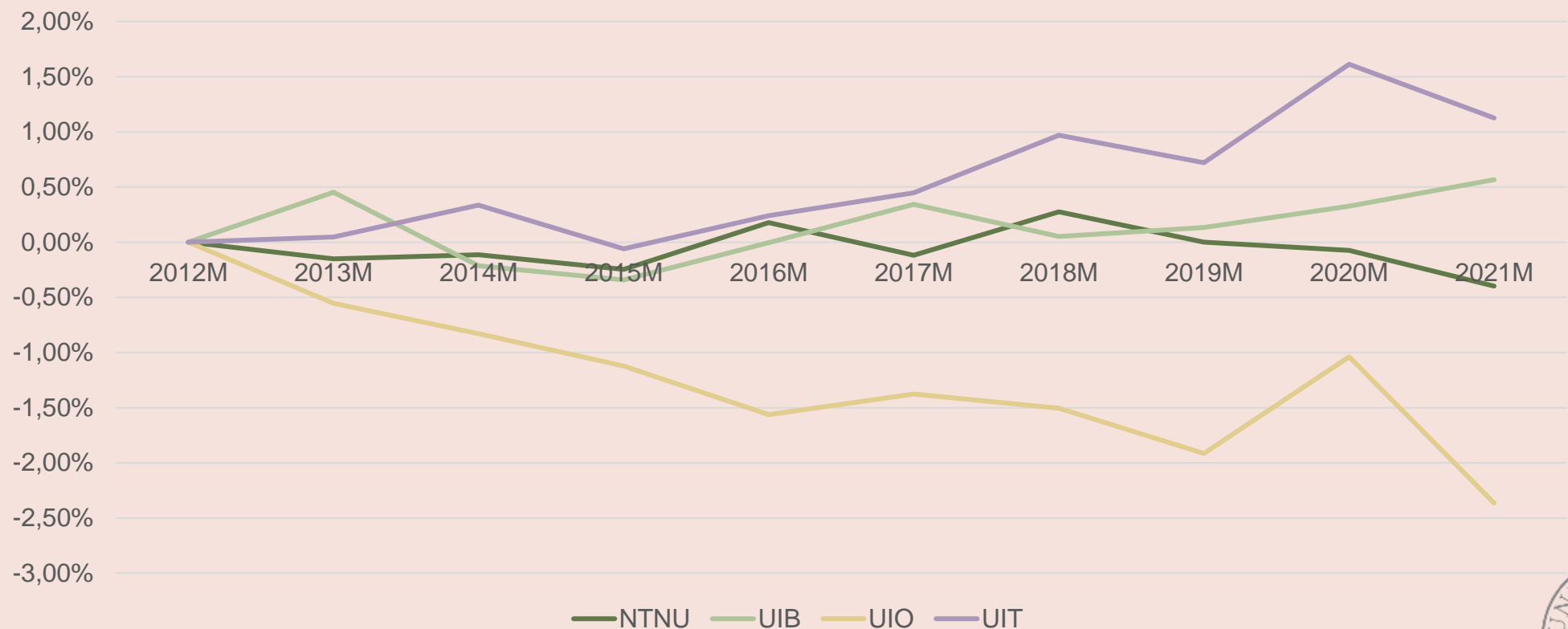
Sett *verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

# Utvikling siste 10 år - markedsandel



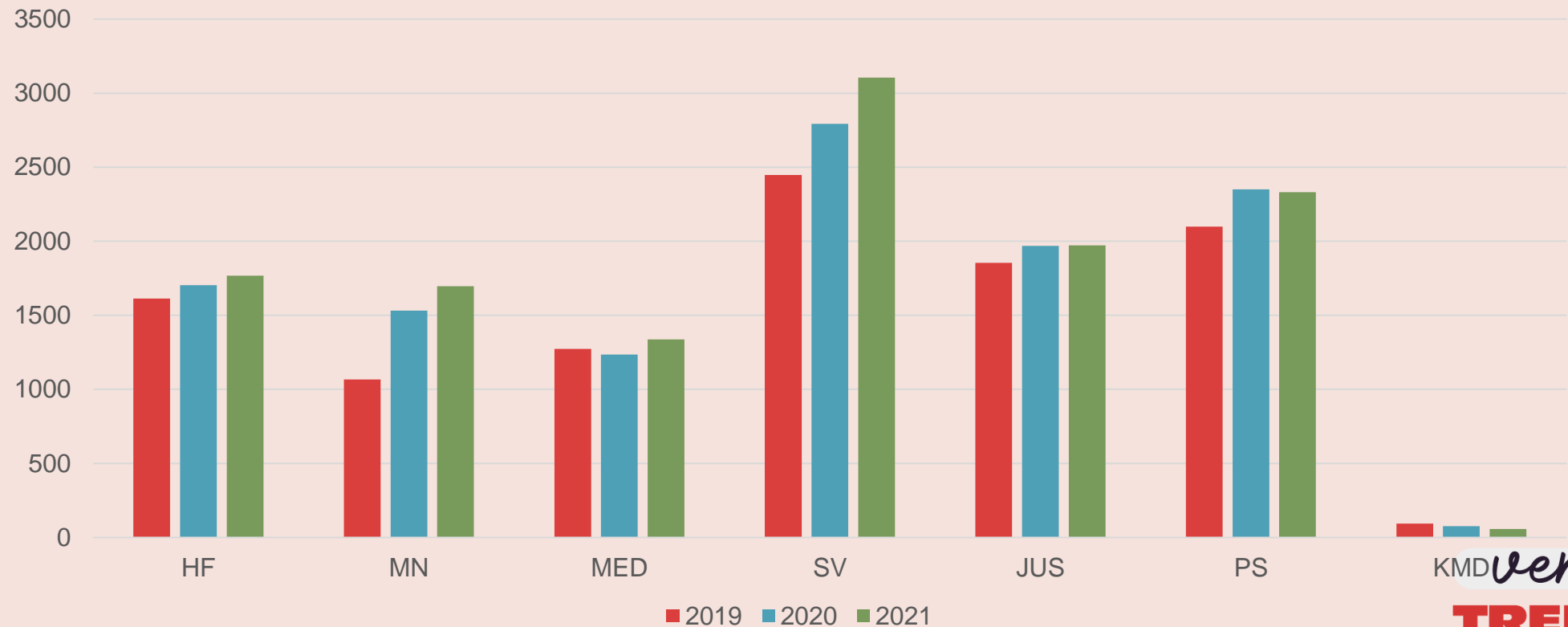
*werden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

# Utvikling siste 10 år – endring markedsandel





# Søkertall fakultet Samordna opptak



*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

# Planer for 2022

*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**

# Foreløpig tidsplan kampanje 2022

- September: Konsept
- Oktober: Bearbeiding
- November: Produksjon
- Desember: Lansering

*verden*  
**TRENGER  
TANKENE  
DINE**