



# Hovedmål: Verdens beste langrennsnasjon og Norges beste sponsorobjekt



**Offensive**  
**Positive**  
**Profesjonelle**  
**Samarbeidsvillige**

***Fokus: Forvalte  
produktet norsk  
langrenn***

# Forvalte med folket i sentrum!

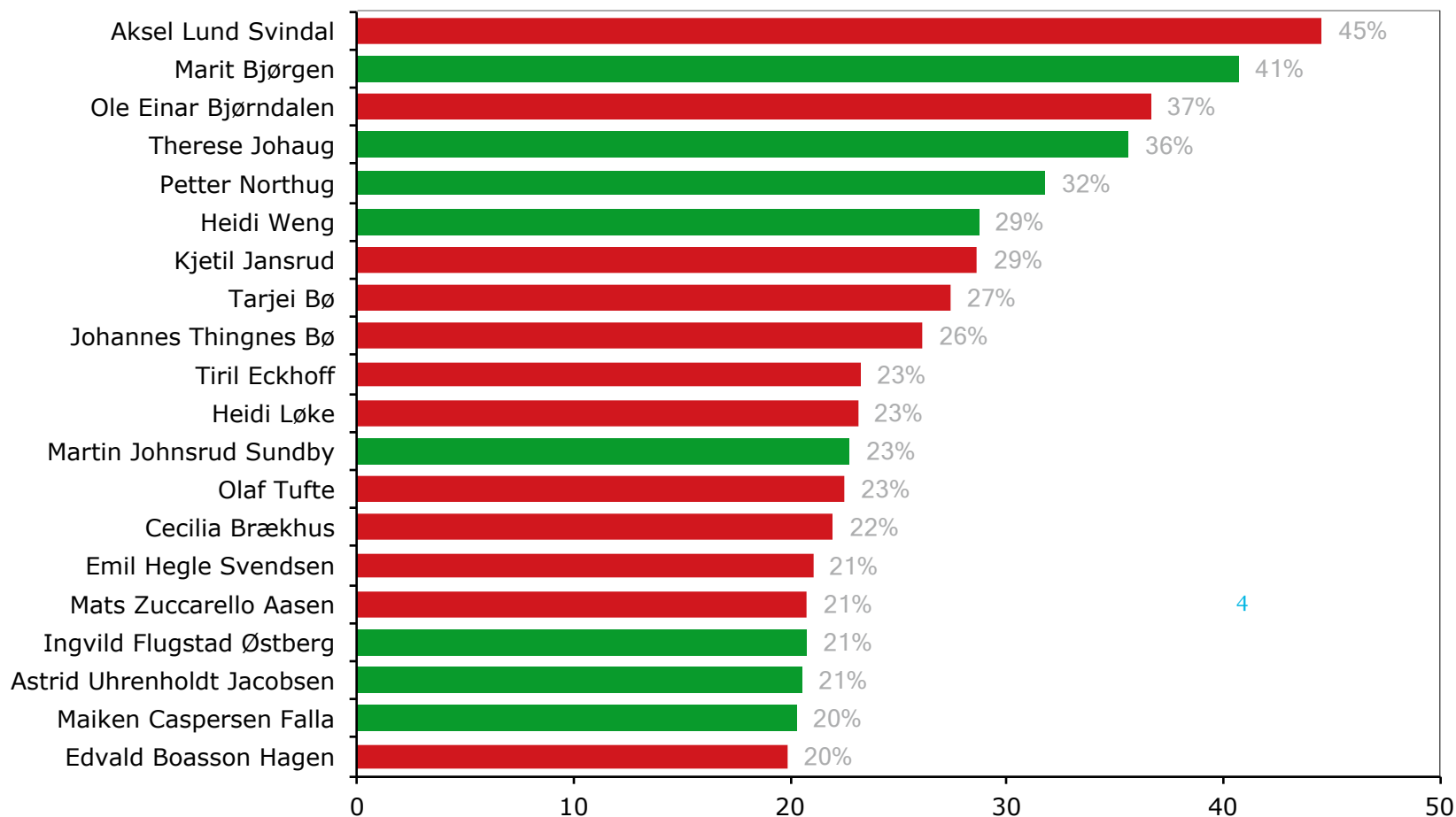
**Vårt ansvar er å forvalte produktet langrenn i et langsiktig perspektiv!**

- Samme sterke posisjon hos neste generasjon – en viktig del av den norske folkesjela
- Endre oss med tiden – innovative – nå yngre generasjon
- Se potensial og utnytte medieinteressen
- Tenke helårsidrett
- Kommersialisering sammen med kundene



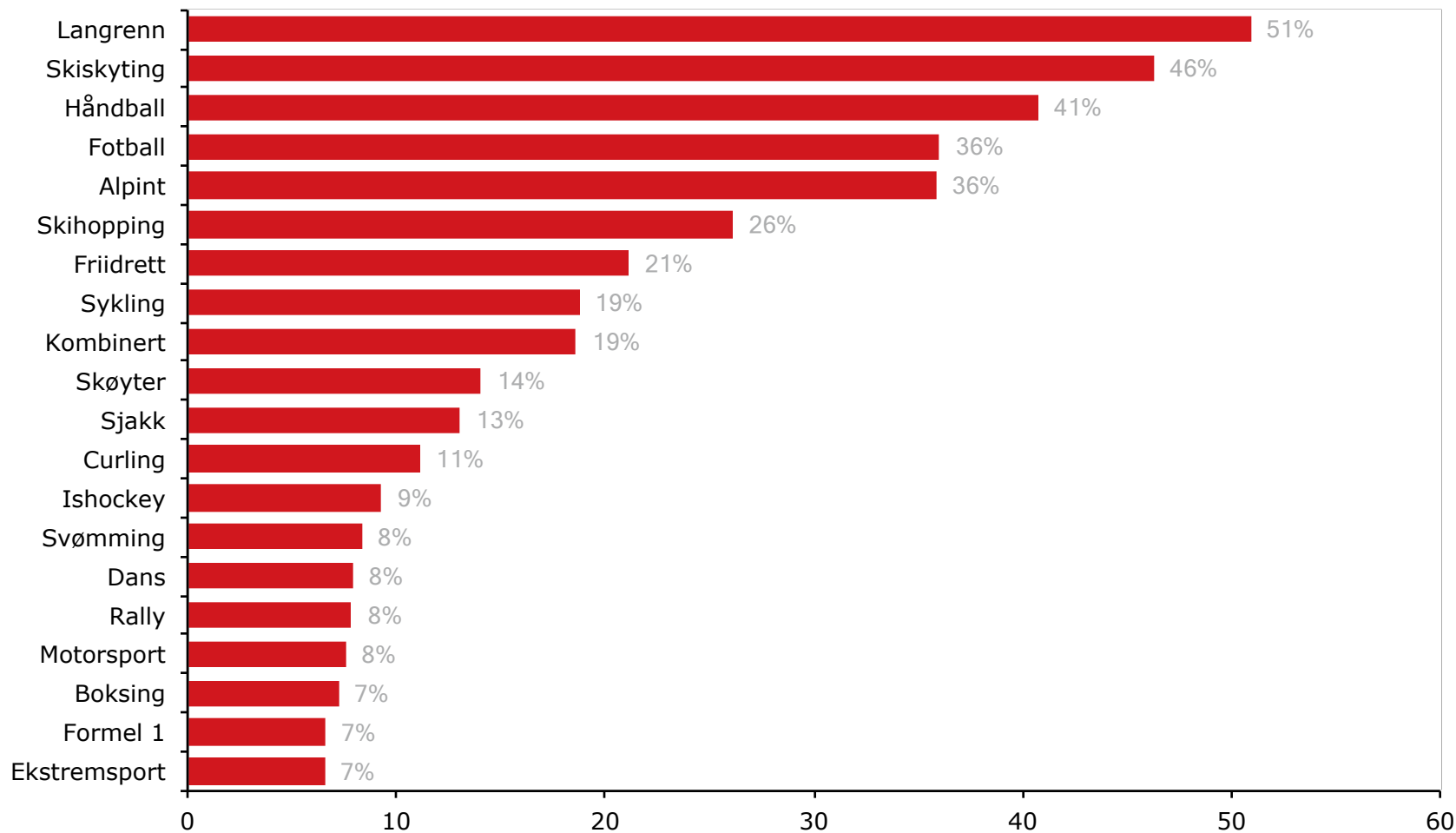
# Av best likte idrettsprofiler i Norge er det åtte langrennsløpere blant topp 20

Hvilke norske idrettsutøvere liker du best?

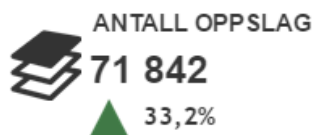


# 51 % av befolkningen er interessert i langrenn

Hvilke idretter er du interessert i?



# Nøkkeltall (KPI-er) for medieeksponering sesongen 2016/17



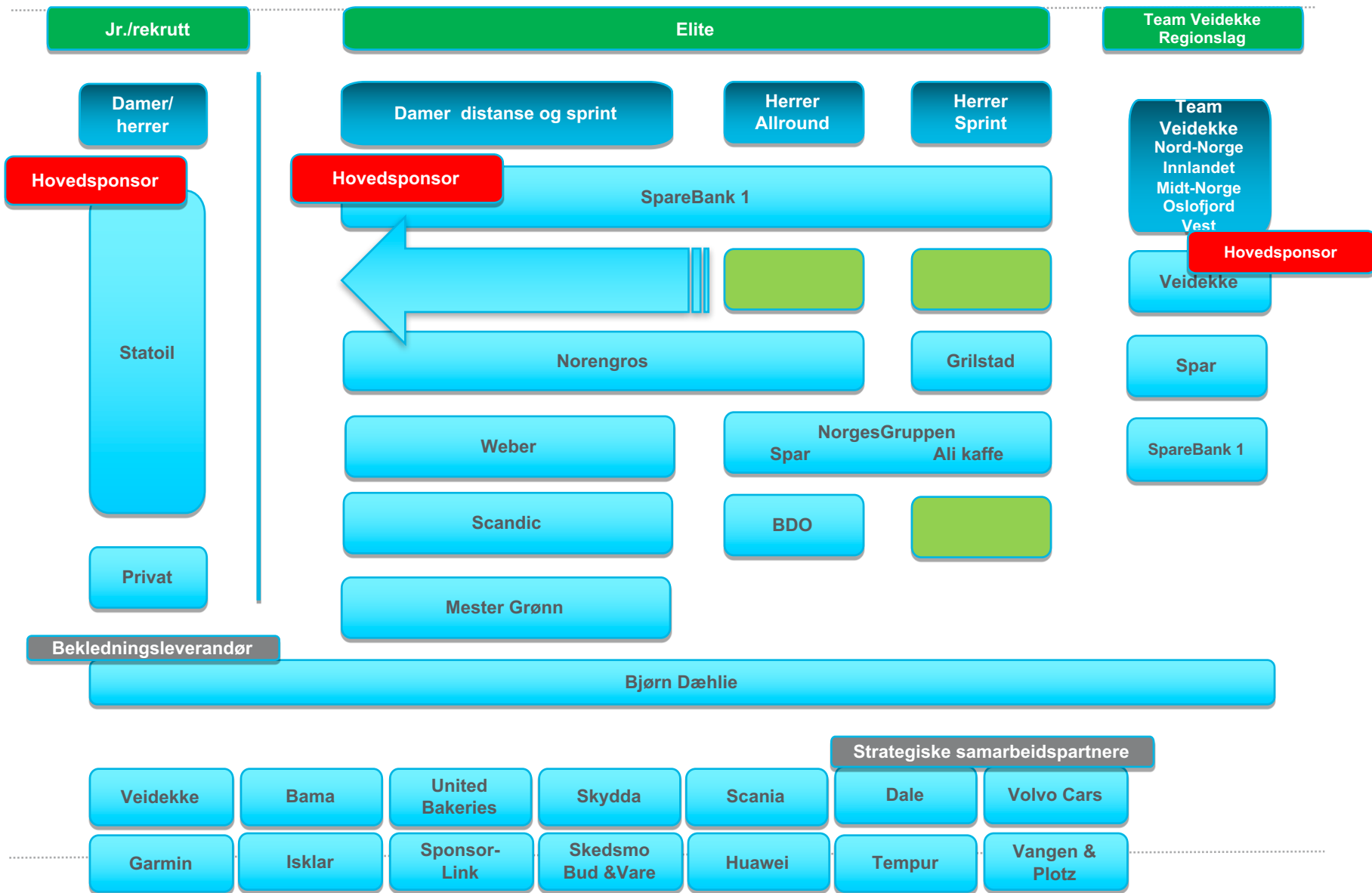
## SNITTALL PR DAG



## SNITTALL PR UKE



# Kundekart 2017-18





# 2016 – 2017 i Sosiale Medier

**Langrennslandslaget** Promoter

sjelden når det går bra.... NA SKAL VI HYLLE GUTTA SOM LAGDE GULLSKI IGJEN!!!



Trykk for å tagge venner

5,4 k 84 kommentarer 37 delinger

Liker Kommenter Del

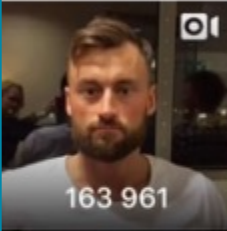

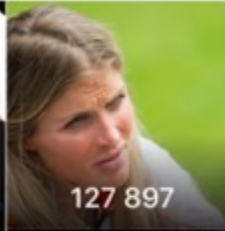
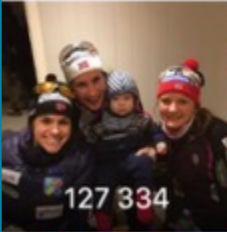





**Nå den neste milepælen til innlegget ditt**  
Innlegget ditt, "De får mye pepper når det går ...", nærmer seg 6 000 likerklikk. Frem det for å nå flere.

125 594 personer nådd Frem innlegg



**Toppinnlegg**

Viser **Alle** publisert siste 2 år, sortert etter **Eksposeringer**

 163 961	 131 304	 127 897
 127 334	 122 882	 120 108
		





# Hva er Byttehelgen?

Under en Byttehelg arrangerer skiklubber over hele landet bruktmarkeder der det kjøpes og selges bruktutstyr.

Skiutstyr er dyrt og krav om stadig bedre og dyrere utstyr gjør at mange foreldre har økonomiske utfordringer. **1 av 3 familier har opplevd å ta barna ut av idretten fordi det var for dyrt. Sånn skal det ikke være.**

SpareBank 1 hjelper blant annet klubbene med en Byttehelgspakke som er gratis, digitalt materiell og markedsfører Byttehelgen.



# Hvordan gikk det?

- og vi skapte stor oppmerksomhet og samfunnsdebatt

- **110** lag over hele landet var med
- Rundt **1000 frivillige** i klubbene har jobbet med Byttehelgen
- **150** bankfolk har vært involvert. Lokale prosjektledere, banksjefer, marked og kommunikasjon, mCASH – og vaffelstekere.
- **60.000** mennesker besøkte en Byttehelg
- **6.000** skipar er solgt – og enda flere sko og staver.
- **75%** av klubbene brukte mCASH
- Gjennom over **100 medieoppslag nasjonalt og lokalt** framstår vi som en bank som er opptatt av hverdagsøkonomi
- **Ekstrabonus:** Vi skapte en samfunnsdebatt om familieøkonomi og deltagelse
- Kjennskap har økt fra 2% til 7% i november 2016. Imidlertid er det flere andre ting som kan ha påvirket dette.



Bildet over er fra Lørenskog. 300 mennesker stod i kø før åpningstid ☺