papaya

Case 1, 2014:

Infografikk for Ella's Wool

Historien om motvillige amerikanere, og om hvordan vi fikk dem til å lese og lære om ullundertøy

papaya DESIGN & MARKETING

kruses gate 11, 0264 oslo • papaya.no

Skjermskudd fra DN.no: Vibeke og Ella på trappen utenfor hjemmet sitt i Brooklyn. Innfelt: Ella's Wools logo

Ella's Wool selger barneklær i ull til amerikanere. Nettbutikken drives av Vibeke, som høsten 2011 flyttet til Brooklyn med mann og to barn.

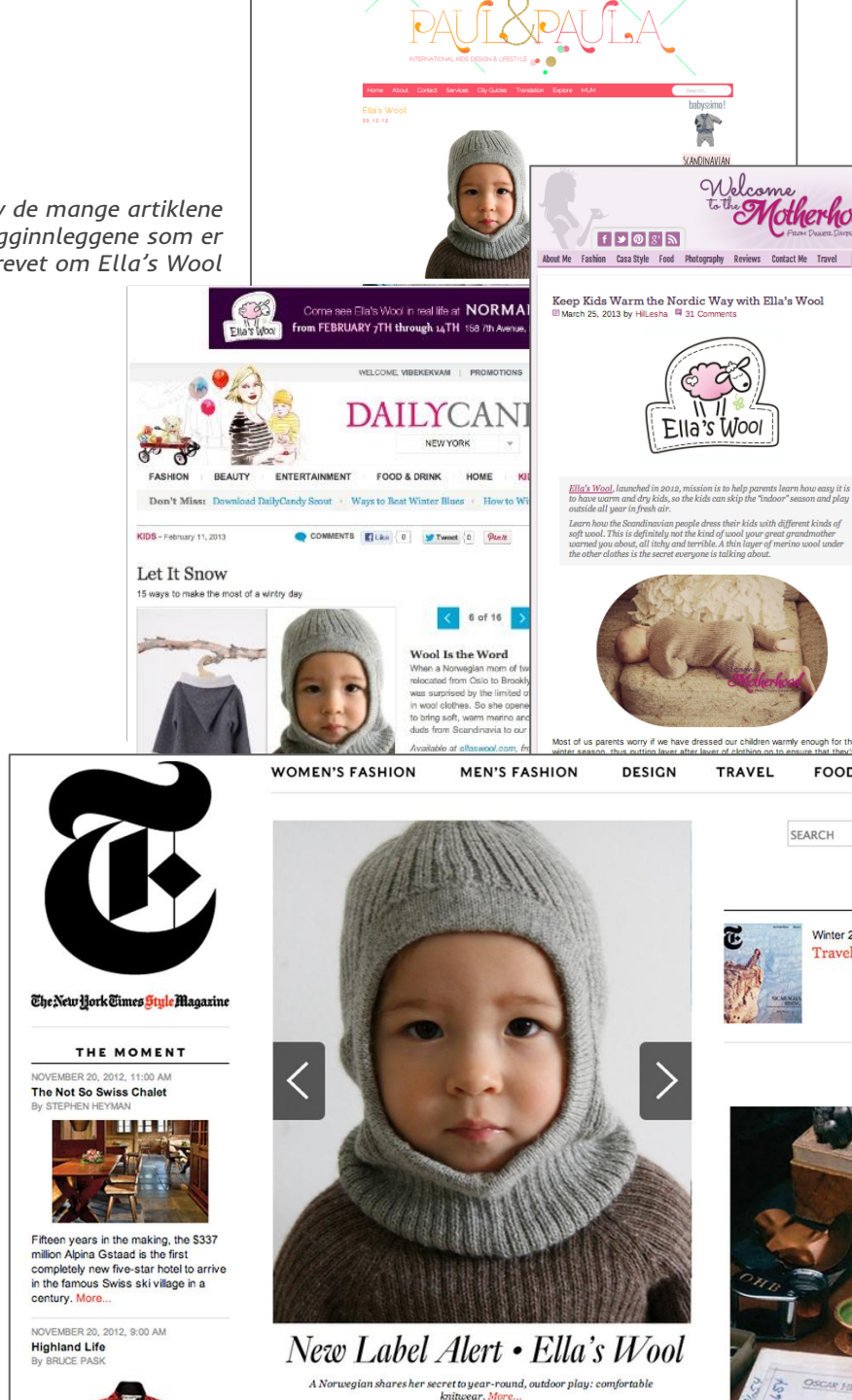
Hun oppdaget raskt at amerikanere har mye å lære om ull: Når og hvorfor ull er best, hvordan ull brukes for størst effekt, eller at moderne ullundertøy ikke behøver å kløe eller være vanskelig å vaske.

Hvordan får man fortalt amerikanere hvor bra ull er i kulda?

For alle oss andre: Hvordan kan vi utdanne kundene våre?

papaya

Noen av de mange artiklene og blogginnleggene som er skrevet om Ella's Wool



Vibeke forsøkte mye forskjellig, for å lære hva som virket best for Ella's Wool.

Hun arrangerte små kurs – *Wool School* – for nybakte foreldre i Brooklyn. Hun jobbet aktivt mot bloggere og journalister.

Sett bort fra oppslaget i New York Times, kom det største oppsvinget i trafikk imidlertid fra en infografikk – informasjonsvisualisering på godt norsk – som Papaya hjalp henne med.

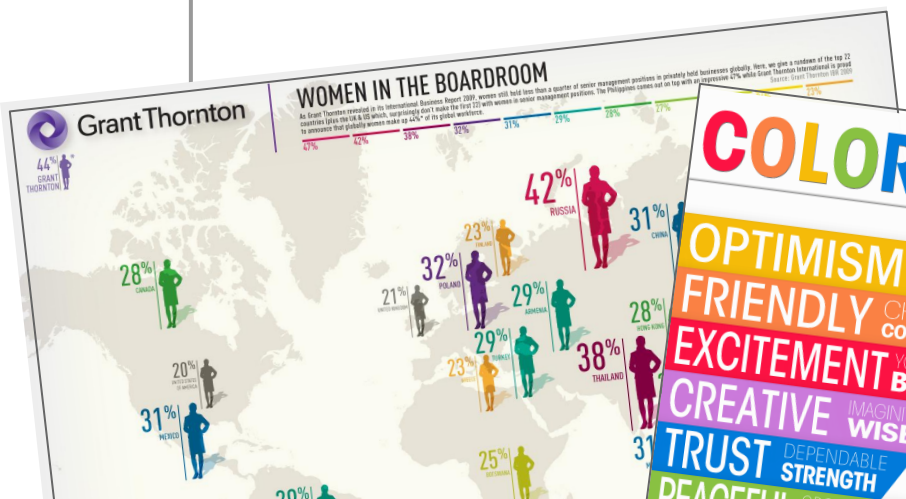
Den hjalp henne å nå titusener av potensielle kunder med et lærerikt budskap.

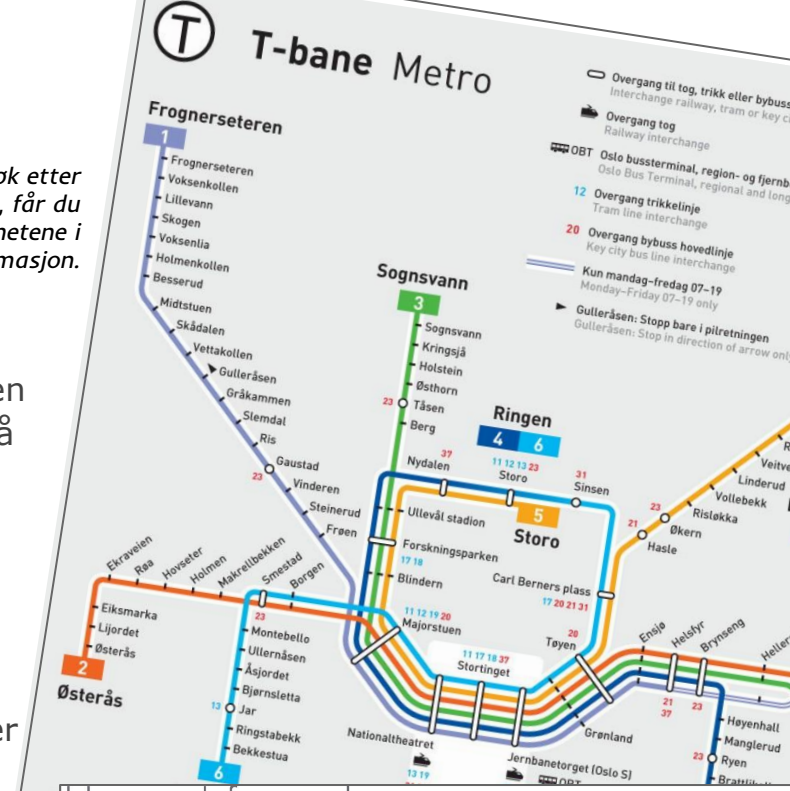
Gjør du et bildesøk etter «infographic» på Google, får du raskt inntrykk av mulighetene i denne typen illustrert informasjon.

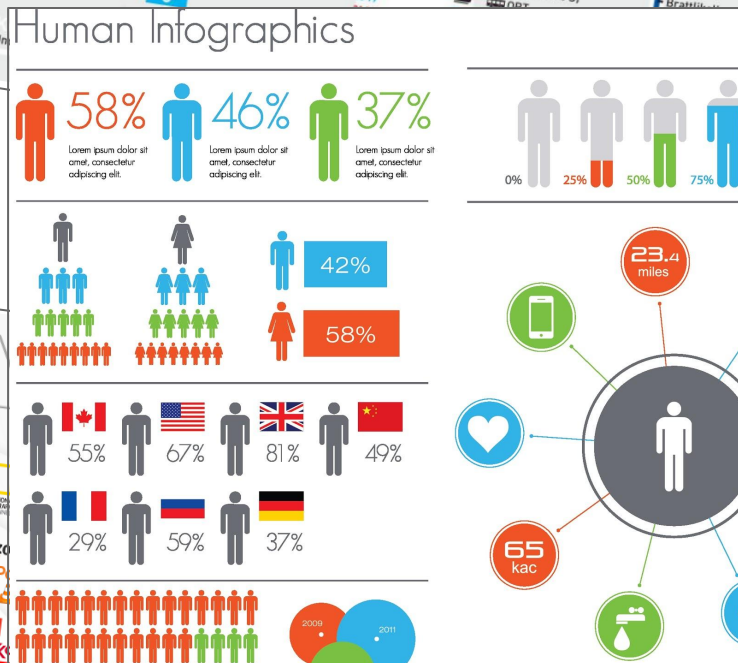
Visualisering av informasjon er ikke noe nytt, men er veldig i vinden. Vi får stadig mer informasjon å forholde oss til, og det er viktig at vi raskt kan bedømme og ta til oss informasjon.

En god illustrasjon og datavisualisering kan

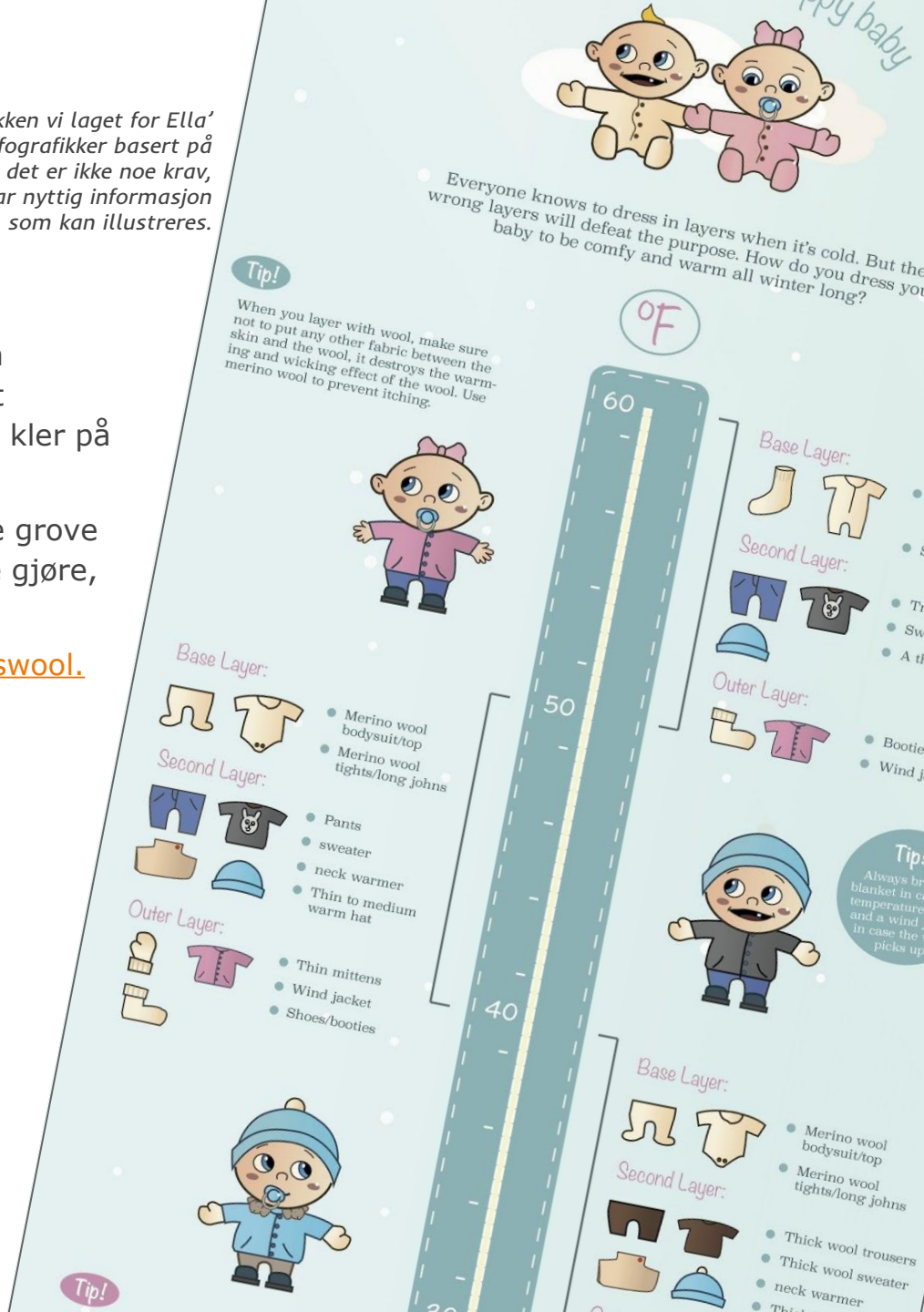
- oppsummere store datamengder på sekunder
- hjelpe folk å finne informasjonen de trenger raskere
- belyse komplekse sammenhenger







Utsnitt av infografikken vi laget for Ella's Wool. Ofte er infografikker basert på tallmateriale, men det er ikke noe krav, så lenge man har nyttig informasjon som kan illustreres.



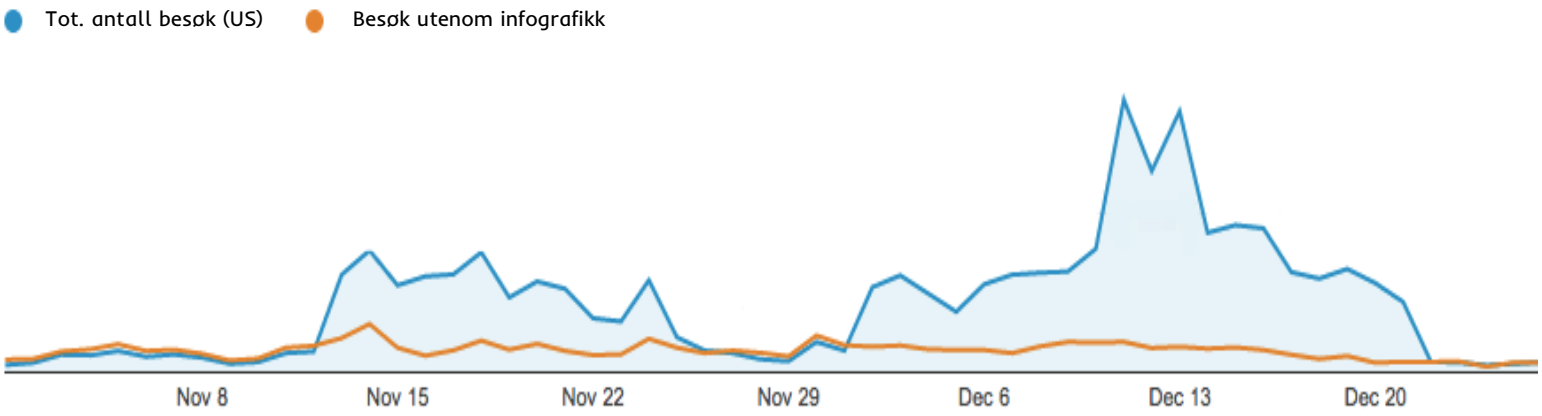
For Ella's Wool valgte vi å bruke en infografikk som en enkel og lettlest «bruksanvisning» for hvordan man kler på barna når det blir kaldt.

Den adresserer diskré noen ganske grove feil Vibeke så amerikanske foreldre gjøre, men uten å være konfronterende.

- Se hele infografikken på Ellaswool.com

Ella's Wool spredde infografikken til blogger, og gjennom sosiale medier (både organisk og kjøpt, svært spisset trafikk) med lenke tilbake til Ella's Wool.

Over natten mangedoblet Vibeke og Papaya trafikken til Ellaswool.com. Titusener av sidevisninger over de neste to ukene kan spores direkte tilbake til infografikken, og like mange mennesker lærte noe nytt om ull og om å kle barn i vintervær.



Grafen viser utviklingen av trafikken til Ella's Wool før jul 2013 i perioden – med og uten infografikk. Det er lett å se at infografikken ble publisert 13. november, og i hvilke perioder den ble aktivt promotert mot blogger og i sosiale medier.

Målet med infografikken – å få informert flere amerikanere om hvordan man kler barn med ull – ble åpenbart nådd.

I motsetning til redaksjonelt oppslag i New York Times, er det dessuten forholdsvis enkelt å kopiere, endre og tilpasse en infografikk, og den kan brukes igjen og igjen.

Neste utfordring var å konvertere de besøkende til betalende kunder. Det behøves selvsagt en plan for det, også, og Vibeke hadde den planen klar – men det er en case for en annen gang.

papaya

Hva er din utfordring?

Hva er din største utfordring når det gjelder markedsføring? Ta kontakt med Papaya hvis du vil ha hjelp til å løse den med strategisk design og kommunikasjon.

… eller hvis du vil ha laget en egen infografikk.

Margaret Kallevig
Daglig leder
+47 907 58 101
margaret@papaya.no

Pernille ter Jung Andreassen
Prosjektleder
pernille@papaya.no