

Marknadsföring i den digitala världen



Sara Dinwiddie, IQ



A photograph of three people from the chest up, all holding and looking at their smartphones. The person in the center is a woman with a striped shirt and a watch, smiling. The person on the left is wearing a grey sweater, and the person on the right is wearing a brown jacket. Three semi-transparent white circles are overlaid on the image, each containing a statistic in teal text. The background is a bright, out-of-focus window.

98%

tillgång till
internet

83%

använder
sociala medier

1 av 4

Spädbarn
använder
nätet

Influencers som reklampelare

Marknadsföringslagen

- Krav på märkning av sponsrade inlägg

Alkohollagen

- Får ej riktas till personer under 25
- Krav på måttfullhet

Eget omdöme

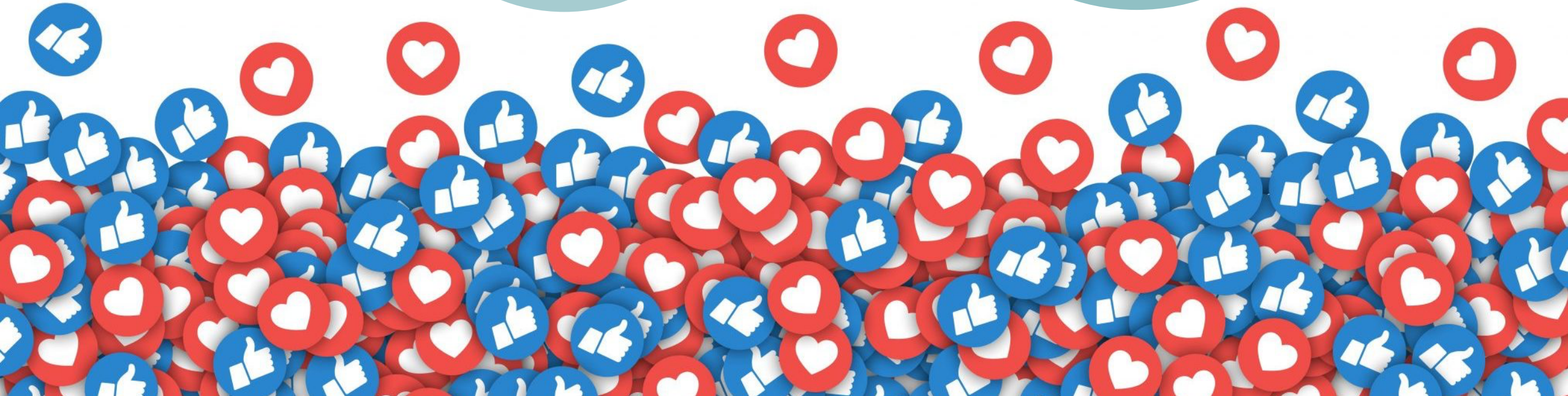
- Vilka värderingar och budskap står de för



Effekter

Kort sikt:
Köpbeteende
Konsumtion

Lång sikt:
Normer
Förhållningssätt
Normalisering



Visste du att det är farligare för unga att dricka alkohol än vad det är för vuxna?

Kroppen och hjärnan inte är färdig utvecklad förrän man är ungefär 25 år. Och om du köper alkohol från någon via konton på sociala medier utsätter du dig även för stora risker. Du kan aldrig säkert veta vem du träffar eller vad det är i flaskorna som du köpt.

Det är viktigt att du är rädd om dig och din kropp.

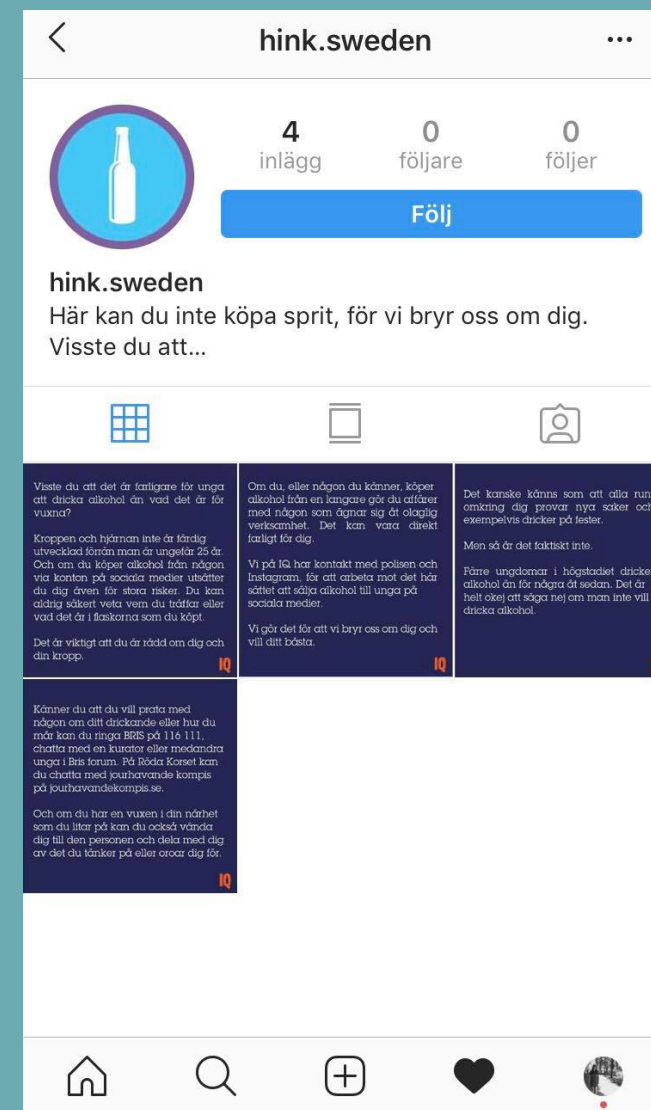
IQ

Det kanske känns som att alla runt omkring dig provar nya saker och exempelvis dricker på fester.

Men så är det faktiskt inte.

Färre ungdomar i högstadiet dricker alkohol än för några år sedan. Det är helt okej att säga nej om man inte vill dricka alkohol.

IQ





Sara Dinwiddie
sara@iq.se