

# *Markedskommunikasjon i sosiale medier – En generell innføring for Danske Bank*

Skrevet av Fredrik Oterhals

## *Om Danske Bank*

### • Danske Bank internasjonalt

- 300 filialer over 8 land
- Kjernemarked i Danmark, Norge, Sverige og Finland
- 19 000 fulltidsansatte

### • Danske Bank Norge

- Hovedkontor i Trondheim, Søndre gate 13-15
- Antall ansatte: ca 900
- Antall kontorer: 32
- Markedsandel: ca 5%

## Problemstilling

Hvordan kan Danske Bank øke kundetilfredsheten ved å bruke sosiale medier?

- Hvorfor denne oppgaven?

Sosiale medier blir brukt av en svært stor masse av befolkningen i verden og i Norge.

I desember 2015 var det i følge Facebook<sup>1</sup> over 1 milliard daglige brukere på Facebook.

I Norge er det ca 3,3 millioner over 18 år som bruker Facebook. Ca 880 000 bruker linkedIn månedlig eller oftere. Over 1,3 millioner nordmenn bruker Instagram ukentlig eller oftere og over 200 000 nordmenn bruker twitter daglig. Alt dette i følge Ipsos-MMI<sup>2</sup>.

Med så mange brukere som har en tilstedeværelse vil det være viktig for banken å nå ut til alle disse menneskene som bruker tid på disse mediene. Ikke bare det, men med en økning i tid på sosiale medier fører til at folk bruker mindre tid på de tradisjonelle mediene. For å kunne nå ut til kunder og potensielle kunder vil det være viktig å være tilstede hvor de er.

1: <http://newsroom.fb.com/company-info/>

2: [www.ipsos-mmi.no/some-tracker](http://www.ipsos-mmi.no/some-tracker)

## *Hvordan løse problemet og hva ble resultatet?*

- I henhold til kontrakt underskrevet mellom forfatter, IIE ved NTNU representert ved veileder Thor Olsen og Danske bank den 20.01.2016 eier Danske Bank rettighetene og ønsker på nåværende tidspunkt ikke å offentliggjøre denne informasjonen da det kan redusere et eventuelt forsprang banken skulle ha på konkurrentene.

## *Videre arbeid*

- Videre arbeid er enda ikke avklart med oppdragsgiver, men forfatter ønsker følgende:
- Formidling til nøkkelansatte i Danske Bank Norge
- Oversette tekst til engelsk slik at og andre deler av banken kan få nytte av bacheloroppgaven.
- Implementering av ett eller flere forslag.
- Videre arbeid med sosiale medier for å ligge foran konkurrenter.