

LANDSLAGET FOR
LOKALAVISER

Økt digital vekst

Kilkaya og brukerinnsikt

Kirsten M. Myklebust

Redaksjonell rådgiver LLA
Lokal & digital

Bergen
01.11.24.

Fase 1: Oktober 23 - oktober 24
Status og erfaringer

Fase 2: November 24 - juni 25
Fokus og plan



Positiv vekst i digitale abonnenter for samtlige

Avis	2023.2.dig.	2024.1 digital	Endring
Groruddalen	665	719	54
Fjell-Ljom	847	1029	182
Storfjordnytt	71	103	32
Svalbardposten	1222	1371	149
Kronstadposten	1381	1546	155
Saltenposten	838	940	102

Positiv vekst i digitale abonnenter for samtlige

Avis	2023 2.dig.	2024.1 digital	Endring
Bø Blad	517	634	117
Vestavind	274	293	19
Ryfylke	372	536	164
Bygdebladet	163	256	93
Selbyggen	487	497	10
Grannar	657	799	142

Finansiering: Innovasjonsmidler fra Medietilsynet, to prosjekteiere: Ryfylke og Storfjordnytt

Prosjekteier Fase 1: Ryfylke



Prosjekteier Fase 2: Storfjordnytt



Kilkaya: Franchesa Danklar, redaksjonell rådgiver Kirsten M. Myklebust + LLA

Krevende å koble sammen data

- Deltakerne er uavhengige aviser
- Utfordring: Abonnements-systemene. Vi har ikke nok kunnskap om abonnentene. Vet ikke hvor mange av abo. som har opprettet digital bruker
- Vi vet ikke hvem brukeren er, f.eks alder, kjønn. Kilkaya har ikke data på hvem brukeren er utover abonnent/ikke abonnent. GDPR.
- Vi bruker f.eks unike brukere for å se trenden i trafikkutviklingen i hvert hus

God framdrift i Fase 1

- Alle har hatt vekst i digitale abonnement
- Alle har fått opplæring og repetisjonskurs i bruk av Kilkaya
- Alle har satt digitale mål og disse ligger i Kilkaya, måles daglig
- Vi har kjørt eget kurs i digitalt salg for markedsavdelingene
- Workshop LLA mars, landsmøte
- Fast månedsmøte med tema. Grannar/publiseringssplan, Saltenposten/familietragedien i Sørfold. Bygdebladet/kunstig intelligens, Bø Blad, flom og uvær
- Egen Facebook-gruppe



boblad.no

Desse kommunale vegane er stengt — Bø blad

Liker Kommenter Send

Torstein Tysvær Nymoen og 8 andre

Sett av 19 personer

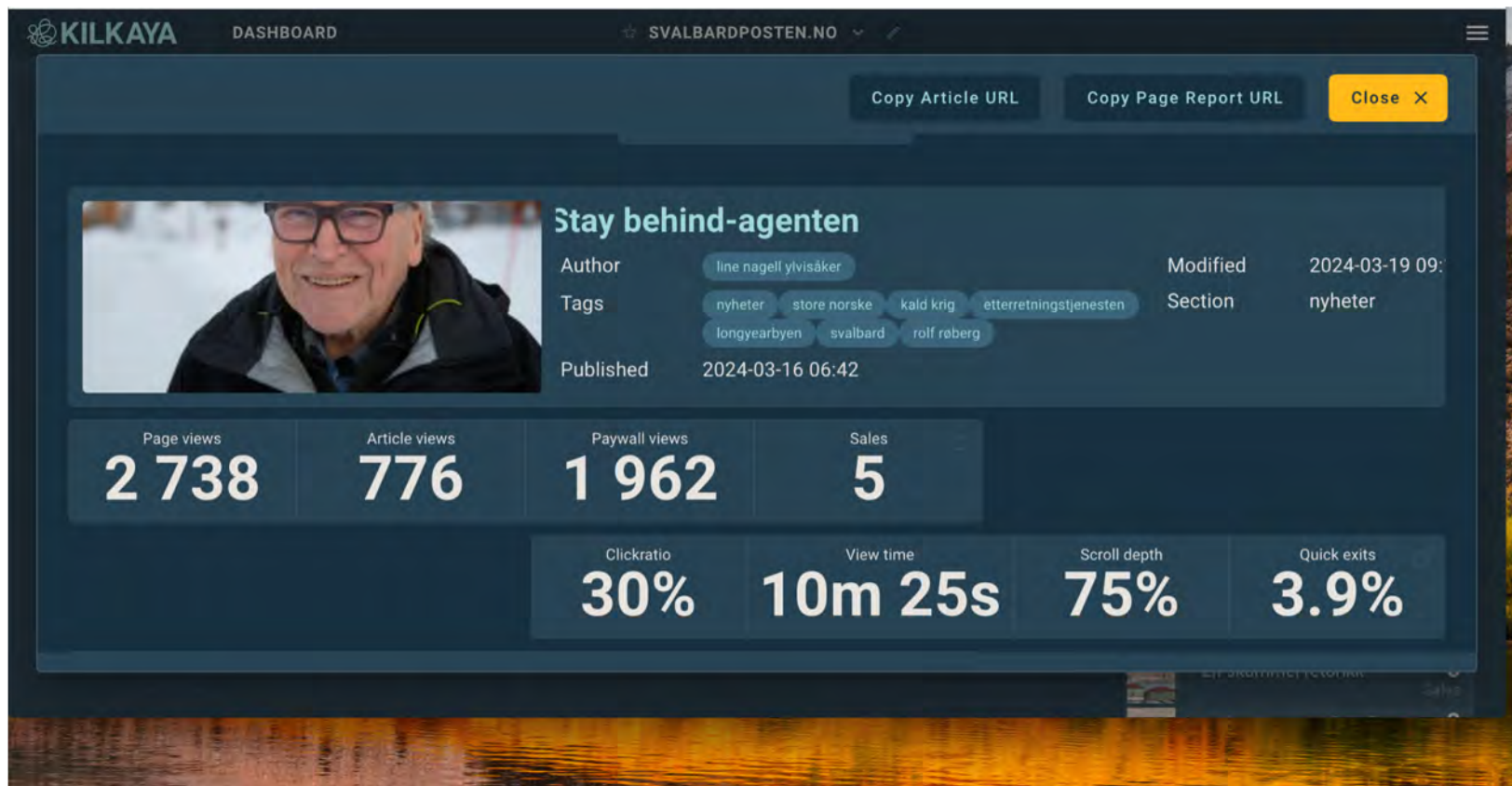
Toppkommentarer



Kirsten Marie Myklebust [Forfatter](#)
Hilde Eika NesjeSolid jobbing av Hilde og gjengen hennes i går. 8885 unike brukere, av disse 2208 unike abolesere. Hilde Eika Nesje kjørte noen saker åpne (hvilke veier er stengt) og øvrige som abosaker. 21 kjøpte abonnement i går.

Bø Blad: Slik jobbet vi med flommen

Gode saker med folk - lang lesetid



Digital vekst forutsetter digitalt først

- Dagsrapporter til alle i redaksjonen. Ukerapporter går til redaksjonell ledelse. Sørg for god introduksjon av dagsrapporter.
- Digitalt først. Nettplan og publisering gjennom døgnet. Etablere brukermønster basert på brukerbehov. Morgen, lunsj, ettermiddag og kveld. Hendelser kommer i tillegg. Tre digitale mål lagt inn i Kilkaya.
- Eksempel dagsrapport, Grannar 25.10.24. Svalbardposten 29.10.24.

<https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox/FMfcgzQXJsxnGZjXDwlBqXmtQLBvXVKg>

<https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox/FMfcgzQXJsvSKpzQpwntktqDKMGSLcxB>

Ryfylke: Trafikkutvikling 2024 - Mål 3056 daglige brukere

Måned	Unike brukere/gjennomsnitt	Sidevisninger
Januar	3056	326569
Februar	3227	471307
Mars	3 474	608 581
April	3 457	552 090
Mai	3 221 (mål 3056)	584 377 (mål: 325848)
Juni	3 531	597 632
Juli	3 370	538 168

Trafikkutvikling 2024: Mål 3056 daglige brukere

Måned	Unike brukere	Sidevisninger	
August	3 432	552 680	
September	3 612	621 573	
Oktober			

Pluss vekst i digitale abo. 164. Abo.vekst totalt: 29. (2205 godkjent abo, MBL/LLA)

Debatt og leserinnlegg i fleng til Ryfylke

Her har de samlet alle leserinnleggene i den pågående diskusjonen om ny ammoniakkfabrikk i Sauda

<https://ryfylke.net/2024/10/15/37214/>

Tabellen viser en stabil trafikkutvikling. Grunnmuren er på plass.

Kilkaya “bare” måler. Du må gjøre de rette tingene for å skape digital vekst

- Organisering
- Relevant innhold
- Oversikt
- Læring
- Gjennomføring

Organisering - grunnmuren må på plass

- Du må ha en solid grunnmur som er person-uavhengig. Den må virke ved sykdom og i ferie
- Hvem gjør hva for at dere sammen leverer journalistikk som er relevant for leserne dine?
- For å være relevant må dere by på forskjellig type saker, for å nå ulike målgrupper.



Relevant innhold

“Alle” må finne innhold som de vil bruke tid på å lese. Betyr at du må tilby en mix av saker:

Nyheter

Hendelser

Kommunale saker -
konsekvenser for meg og
mine

Sport

Mennesker

Kultur/hva skjer

Debatt

Ledere



Oversikt - deretter detaljene

- Struktur og disiplin gir deg/dere oversikt
- Publiseringsplan - planlagte saker morgen - lunsj - ettermiddag - kveld. I tillegg kommer hendelsesnyheter
- Nettplan - ukeplan



<https://trello.com/b/iRa1Acnz/nettplan-eksempel>

Læring - forutsetning for forbedring

- Hva har vi lært om brukerne våre så langt?
- Hvordan bruker vi informasjonen i dagsrapporten som alle får i innboksen?
- Hvilke endringer må vi gjøre som følge av ny brukerinnsikt?
- Hvilke type saker skal dere lage flere av, og ikke minst: Hva skal vi gjøre mindre av?



Gjennomføring - alfa og omega

- Endringsledelse
- Krever involvering av alle medarbeidere
- Krever konkrete mål og at dere oppnår resultater i fellesskap
- Krever enhetlig budskap fra ledelse
- Er du toppleder? Du må ha tid til å lede og sette av tid til å tenke. Ikke bare gjøre



Hva har vi lært i Fase 1?

- Digital vekst krever digitalt først strategi
- Morgen er viktigste publiseringstidspunkt
- Ikke gode nok brukerdata
- Digital vekst krever klar organisering. Bygg grunnmur
- Digital vekst krever samarbeid på tvers i mediehuset

Fase 2: November 24 - juni 25
Fokus og plan

Fase 2 - Digitalt vekst må forsterkes

Først: Utarbeide en målrettet og konkret handlingsplan for digital vekst for hvert mediehus for perioden november 24 til juni 2025. Iverksette og gjennomføre

Handlingsplaner må være dynamiske og revideres med jevne mellomrom, basert på endringer og læring

Faste månedsmøter

HJEMMELEKSE ALLE: abo. eller annonsefinansiert?

Abonnementsinntekter: Totalt 2023 og pr.1.9.24

2023:

2024:

Fordeling komplett og digital abo.:

2023: Komplette:

2023: Digitale:

2024: Komplette:

2024: Digitale:

Annonseinntekter: Totalt 2023 og pr.1.9.24.

2023:

2024:

Fordeling papir og digitalt:

2023: Papir:

2023: Digital:

2024: Papir:

2024: Digitale:

HJEMMELEKSE+ BERGEN: Brukerinnsikt, hva har vi lært?

Hvilke type saker vet vi at våre brukere leser og bruker tid på?

Gå gjennom rapporter hjemme og lag en oversikt.

Hvilke type saker og saksområder har lav lesing:

Gå gjennom rapporter hjemme og lag en oversikt.

Brukerinnsikt - hva vet SSB om din kommune?

Tjenesten er gratis å bruke. Sjekk ut kommunefakta, eksempel her fra Tysvær:

<https://www.ssb.no/kommunefakta/tysvaer>

Nye digitale mål og tiltak skal sikre digital vekst

Digitale mål pr. 31.05.2025

Antall digitale abonnenter:

Antall publiserte saker daglig:

Sidevisninger ukentlig:

Unike brukere daglig:

Annonseinntekter digitale:

Satsingsområder og tiltak: Eksempler:

1. Tiltak: Vi innfører rullerende vaktplan for skrivende frontjournalist. Han/hun har ansvar for politi/pm/vær og styre fronten og nettplan i samråd med red.ledelse.
2. For å nå målgruppa småbarnsforeldre, skal vi lage to saker i uka om oppvekst/småbarnsliv.
3. Arbeidsliv: Intervju med nyopprettet bedrift en gang per uke i to måneder. Deretter ...

Ukeplan-Hensikt: Brukerinnsikt i praksis. I BERGEN.

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Politi/helg	Nyheter	Småbarns foreldre	Kultur/lag og foreninger, hvordan?	God helg	Lese-historie	Lese-historie.
Sport/helg		Nyheter	Nyheter	Nyheter	Nyheter	Politi/helg
Arbeidsliv	Eiendom	Sports-profil		Arbeidsliv		
Min uke						
Nyheter						

Kompetansebehov-opplæringsplan - eksempel

Fronting	Laste opp/publisere video	Tittel/bilde bruk	Hvem er hvem og hvor er hvor;-)	Vær Varsom plakaten	Opplæring nye verktøy

Produktoversikt - hva har vi og hva markedsfører vi?

Papiravis	eavis ipad	eavis android	mobil app iphone	mobil-app android	video/ podkast/
	Leverandør	Leverandør	Leverandør	Leverandør	
	Push?	Push?	Pushvarsel	Pushvarsel	

Organisering: Denne gjør dere ferdig sammen ETTER Bergen

Hvem leder det operative nyhetsarbeidet?	Fronting. Hvem/Hva/ Hvordan	Publisering til nett/kan alle?	Papir: Hvem brekker?	Video ved hendelser	Twist hver fredag
Ansvar: nettplan/					Ansvar?
Vikarer	Vikarer		Vikar		
Opplæring:	Opplæring:	Opplæring		Opplæring	

Oppsummert: Digital vekst er prioritet nummer 1

- Digitalt først. Organiser, bygg grunnmur
- Bruk tid på innsikten Kilkaya gir deg. Lær og bruk
- God framdrift i Fase 1
- Brukerdata ikke presise nok. Abonnements-systemene en utfordring
- Fase 2 - digital vekst må intensiveres