

Vedlegg som skal limes inn i bachelor

Vedlegg 1 – Eksempler på geofilter:

Vedlegg: ulike type geofilter

Riktig:



Ikke geofilter i bedrifts øyemed:



Vedlegg 2 – ekspertintervju med Steffen Rabben oppsett:

1. Hva er geofilter (på jakt etter en definisjon)?
2. For hvilke bedrifter vil du si at det å bruke geofilter passer for?
3. Positive og negative sider med filtermarkedsføring
4. Hva mener du må til for å lykkes med filtermarkedsføring
5. Hva tror du er hovedmålet til de fleste som bruker dette i sin markedsføring?
6. Hvorfor bruker folk filter?
7. Noe du vil legge til? Noe som hadde vært spennende å teste?

Vedlegg 3 – Fokusgrupper:

Starte med å takke folk for at de kom og si at i dag skal vi snakke om snapchat

1. Fortell litt om deg selv, alder, sivilstatus, hva du holder på med
2. Hvor ofte bruker du snapchat
3. Hva bruker du snapchat til? Alle skal se hva du holder på med? Kun for de nærmeste?
4. -----
5. Vet dere hva geofilter er? Hvis ja; fortsette. Hvis nei; forklare
6. Bruker dere ofte geofilter?
7. Hvorfor bruker dere geofilter?
8. Kan dere huske noen geofilter som dere har brukt.
9. -----
10. Noe som vi ikke har vært innom?
11. Noe ekstra dere vil tilføye før vi avslutter?

Vedlegg 4 – Spørreundersøkelse:

Q1 Denne spørreundersøkelsen vil bli brukt til min bacheloroppgave ved Handelshøyskolen BI Bergen. Jeg setter pris på at du tar deg tid til å svare på denne undersøkelsen. Alt er anonymt. Starter med noen enkle spørsmål om deg, før det kommer noen spørsmål om ditt bruk av Snapchat, spørreundersøkelsen tar circa 2 minutter.



Q2 Alder?



Alder

0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Q3 Kjønn?



- Mann
- Kvinne
- Annet

Q4 Bosted?



- By
- Bygd

Q5 Livssituasjon



- Student
- Ungdomsskole/videregående elev
- Fulltidsansatt
- Deltidsansatt
- Arbeidsledig
- Pensjonist
- Annet

Q6 Har du Snapchat?



- Ja
- Nei



Condition: Nei Is Selected. Skip To: End of Survey.

Q8 Vet du hva Geofilter er?



- Ja
- Nei

Finnes det noen andre grunner til at du bruker Filter?

Q12

Hvor lang tid bruker du på å bestemme deg for om du skal bruke filteret eller ikke? (0 hvis aldri brukt filter)

Q17

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

sekunder

Hvor enig er du i disse påstandene?

Q14

1 er lavest (veldig uenig) og 7 er høyest (veldig enig)

	1	2	3	4	5	6	7
Jeg tenker over at dette er reklame	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geofilter er mindre påtrengende enn andre typer reklame	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor irriterende er disse typene for markedsføring?

Q15

1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende)

	1	2	3	4	5	6	7
Reklame før og under youtubevideoer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geofilter på Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktplassing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reklame mellom stories på sosiale medier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor mange selskaper kan du huske å ha sett på filter?

Q13

0

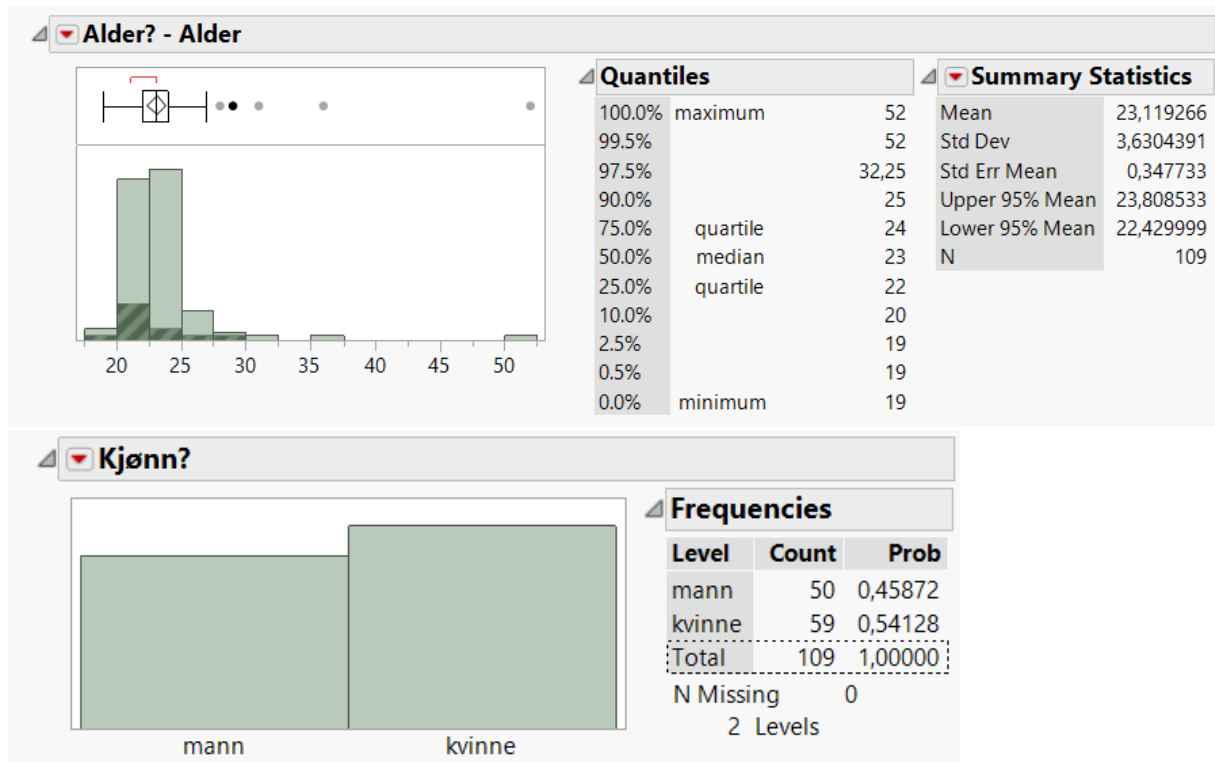
1-2

3-4

5-6

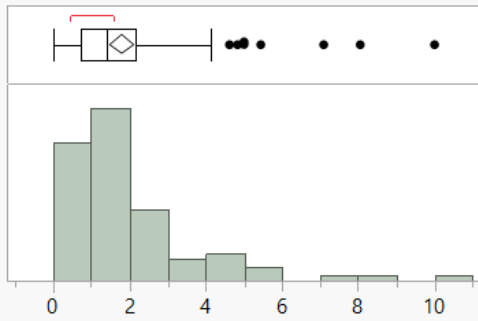
Flere

Vedlegg 5 – utvalg:



Vedlegg 6 – Deskriptiv analyse (Skewness og kurtosis):

▼ Hvor lenge sitter du på Snapchat til dagen - Antall timer



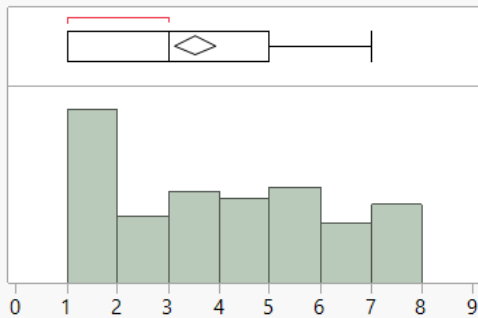
Quantiles

100.0%	maximum	10
99.5%		10
97.5%		7,354
90.0%		4,08
75.0%	quartile	2,1325
50.0%	median	1,37
25.0%	quartile	0,7225
10.0%		0,309
2.5%		0,03
0.5%		0
0.0%	minimum	0

▼ Summary Statistics

Mean	1,7825926
Std Dev	1,658631
N	108
Skewness	2,2874099
Kurtosis	6,9757457

▼ I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for å pynte en snap



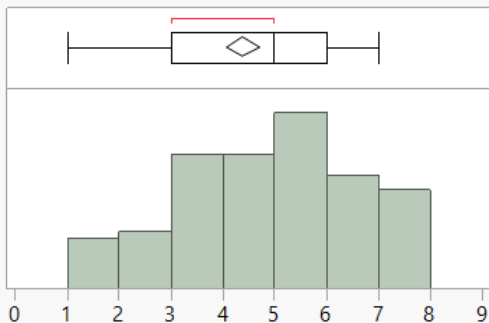
Quantiles

100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	5
50.0%	median	3
25.0%	quartile	1
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

▼ Summary Statistics

Mean	3,5462963
Std Dev	2,0975476
N	108
Skewness	0,2185933
Kurtosis	-1,264256

▼ I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for at snappen skal bli morsom



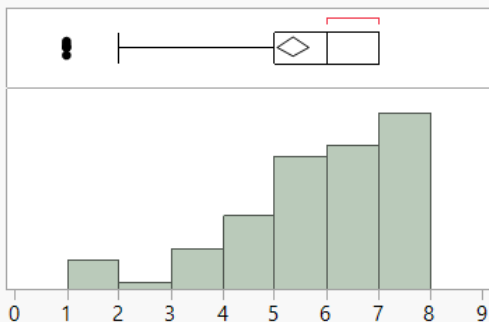
Quantiles

100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	6
50.0%	median	5
25.0%	quartile	3
10.0%		2
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

▼ Summary Statistics

Mean	4,3981481
Std Dev	1,7072677
N	108
Skewness	-0,23027
Kurtosis	-0,734211

▼ I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for å legge relevanse til snappen (eksempelvis for å vise at man er på en spesiell plass)



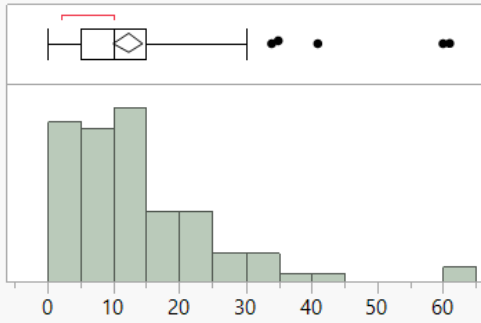
Quantiles

100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	7
50.0%	median	6
25.0%	quartile	5
10.0%		3
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

▼ Summary Statistics

Mean	5,3703704
Std Dev	1,5861114
N	108
Skewness	-1,046607
Kurtosis	0,7407847

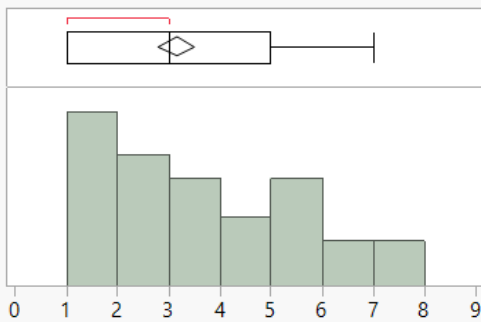
▼ Hvor lang tid bruker du på å bestemme deg for om du skal bruke filteret eller ikke? (0 hvis aldri brukt filter) - sekunder



Quantiles		
100.0%	maximum	61
99.5%		61
97.5%		49,075
90.0%		28,7
75.0%	quartile	15
50.0%	median	10
25.0%	quartile	5
10.0%		2
2.5%		1
0.5%		0
0.0%	minimum	0

Summary Statistics	
Mean	12,254902
Std Dev	11,111217
N	102
Skewness	2,0563223
Kurtosis	5,8144425

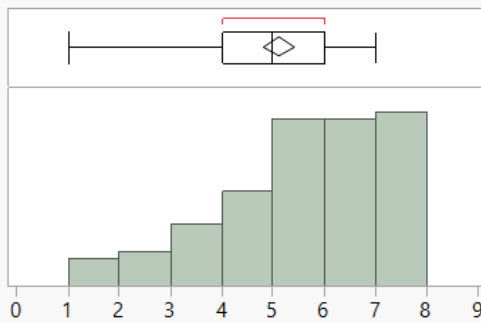
▼ Hvor enig er du i disse påstandene? - 1 er lavest (veldig uenig) og 7 er høyest (veldig enig) - Jeg tenker over at dette er reklame



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		6
75.0%	quartile	5
50.0%	median	3
25.0%	quartile	1
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	3,1574074
Std Dev	1,8952081
N	108
Skewness	0,4995098
Kurtosis	-0,918425

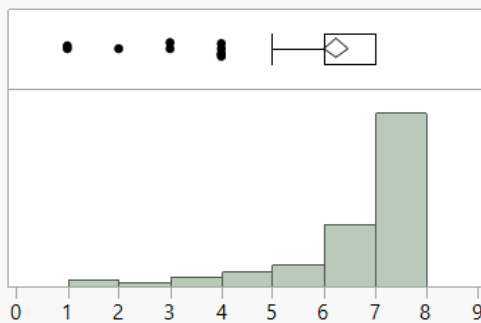
▼ Hvor enig er du i disse påstandene? - 1 er lavest (veldig uenig) og 7 er høyest (veldig enig) - Geofilter er mindre påtrengende enn andre typer reklame



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	6
50.0%	median	5
25.0%	quartile	4
10.0%		3
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	5,1296296
Std Dev	1,635429
N	108
Skewness	-0,773953
Kurtosis	-0,068877

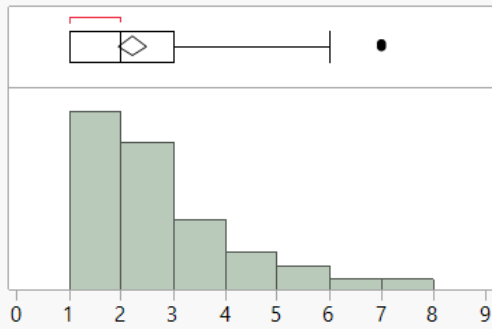
▼ Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Reklame før og under youtubevideoer



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	7
50.0%	median	7
25.0%	quartile	6
10.0%		4
2.5%		1,725
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	6,2314815
Std Dev	1,3013758
N	108
Skewness	-2,178277
Kurtosis	4,8794609

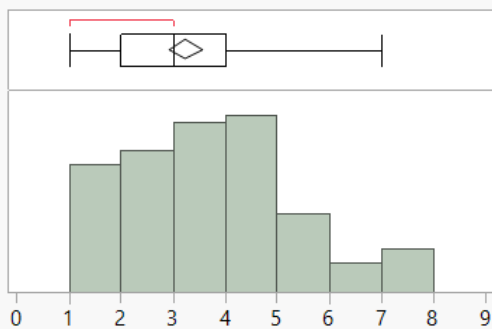
▼ Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Geofilter på Snapchat



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		6,275
90.0%		4
75.0%	quartile	3
50.0%	median	2
25.0%	quartile	1
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	2,2222222
Std Dev	1,4031562
N	108
Skewness	1,4144645
Kurtosis	1,8216809

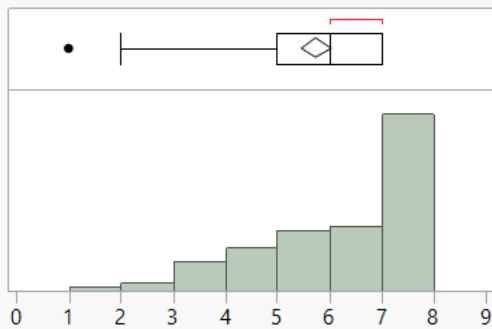
▼ Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Produktplassing



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		5,1
75.0%	quartile	4
50.0%	median	3
25.0%	quartile	2
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	3,25
Std Dev	1,6356141
N	108
Skewness	0,4888207
Kurtosis	-0,273075

▼ Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Reklame mellom stories på sosiale medier



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	7
50.0%	median	6
25.0%	quartile	5
10.0%		3
2.5%		2
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	5,7407407
Std Dev	1,4874577
N	108
Skewness	-1,001058
Kurtosis	0,123101

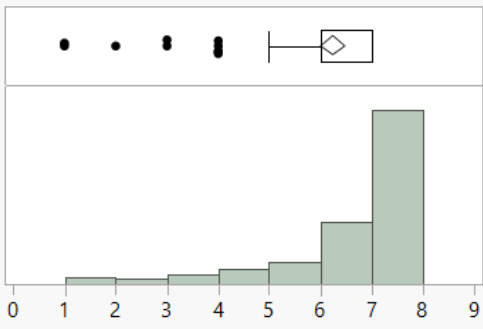
Vedlegg 7 – Husker de filteret som ble brukt i eksempelet (kvalitative svar):

Hvilket selskap ble brukt som eksempel tidligere? (Skriv nei hvis du ikke husker)	Hvilket selskap ble brukt som eksempel tidligere? (Skriv nei hvis du ikke husker)
Telenor	
Nei	Telenor
Nei	Skoler,
Nei	
Nei	Nei
Nei	Telenor
Nei	Dnb
Nei	Vg
	De fleste mobilselskap
Telenor	Telenor
Sparebank 1	kvik lunsj, freia, klp
Nei	Telenor
Telenor	Telenor
	Nei
Nei	Nei
Nei	telenor
	Coca cola
	Grandiosa
Coca cola, Bergen kino	
Telenor?	Telenor
	Husker ikke navnet
Telenor	
Telenor	
Bi, Kristiania, Telenor	Telenor?
Nei	Coop
Telenor	Nei
Norwegian, kino	
Nei	Nei
Telenor	
	71 grader nord, kvikk lunsj

Hvilket selskap ble brukt som eksempel tidligere? (Skriv nei hvis du ikke husker)	Hvilket selskap ble brukt som eksempel tidligere? (Skriv nei hvis du ikke husker)
71 grader nord, kvikk lunsj	
Telenor	
Nei	Freia
Telenor	Nei
Telenor, kvikk lunsj, FHI	Freia, telefonselskaper
Nei	Telenor
Telenor	nei
Telenor, BI, Høyskolen Kristiania +++	Nei
Cheezedoodles, høyskoler/universiteter	Telenor
Telenor	Nei
Pepsi max, Høyskolen Kristiania, BI,	
Mcdonalds, DNB	Nei
	Nei
Fant, freia, red Bull,	Telenor?
Telenor	Nei
Nei	Telenor
	Telenor
Nei	Nei
DnB, coca cola, McDonald's, sonans	cyclo sushi
Telenor	Nei.
Telenor	nei
	nei
Freia	Telenor
Nei	Telenor
Freia, telefonselskaper	Cirkel K, Nidar
Telenor	Telenor
nei	Telenor
	Husker ikke, men vet jeg har sett
Nei	Telenor

Vedlegg 8 – Irriterende markedsføringsannonser:

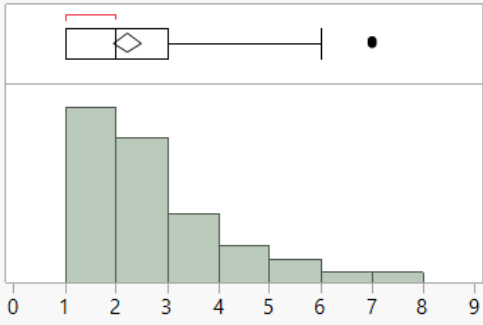
Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Reklame før og under youtubevideoer



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	7
50.0%	median	7
25.0%	quartile	6
10.0%		4
2.5%		1,725
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	6,2314815
Std Dev	1,3013758
Std Err Mean	0,1252249
N	108

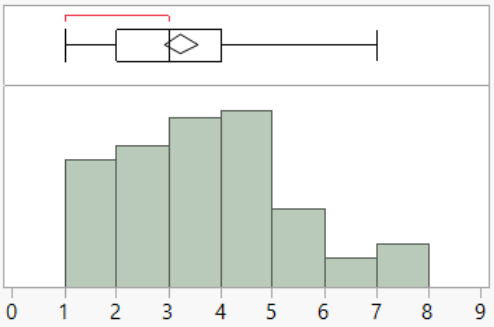
Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Geofilter på Snapchat



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		6,275
90.0%		4
75.0%	quartile	3
50.0%	median	2
25.0%	quartile	1
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	2,2222222
Std Dev	1,4031562
Std Err Mean	0,1350188
N	108

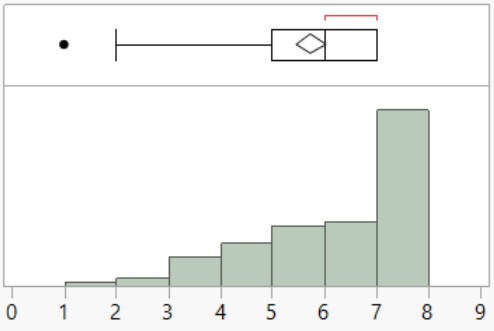
Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Produktplassing



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		5,1
75.0%	quartile	4
50.0%	median	3
25.0%	quartile	2
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	3,25
Std Dev	1,6356141
Std Err Mean	0,157387
N	108

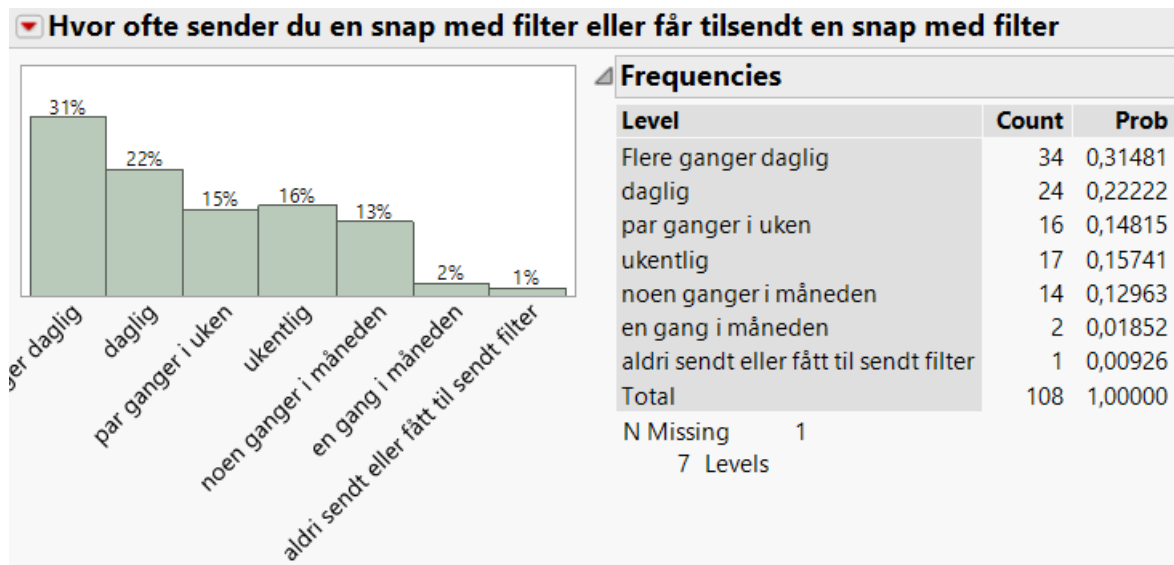
Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Reklame mellom stories på sosiale medier



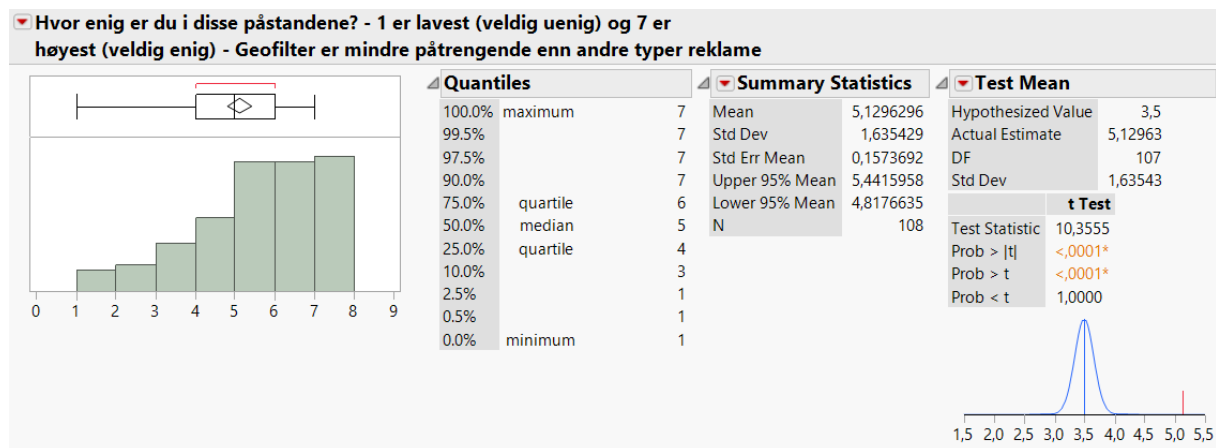
Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	7
50.0%	median	6
25.0%	quartile	5
10.0%		3
2.5%		2
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	5,7407407
Std Dev	1,4874577
Std Err Mean	0,1431307
N	108

Vedlegg 9 – Hvor ofte bruker man eller får tilsendt geofilter:

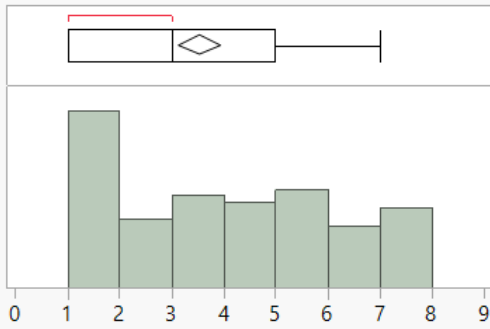


Vedlegg 10 – T-test om at geofiltermarkedsføring er irriterende:



Vedlegg 11 – Hvorfor bruker man filter:

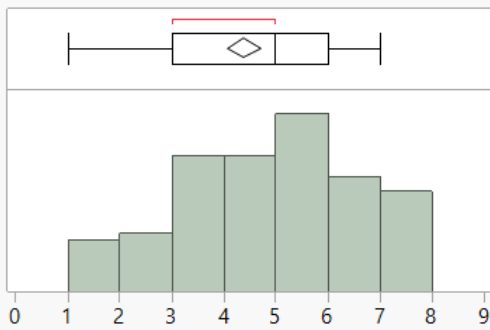
▼ I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for å pynte en snap



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	5
50.0%	median	3
25.0%	quartile	1
10.0%		1
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	3,5462963
Std Dev	2,0975476
Std Err Mean	0,2018366
N	108

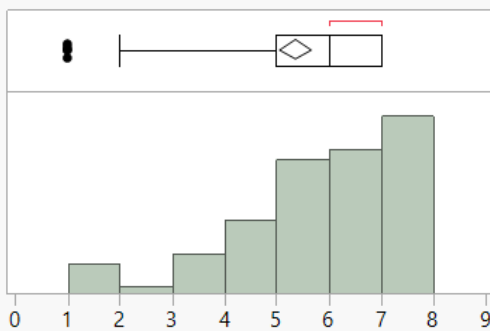
▼ I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for at snappen skal bli morsom



Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	6
50.0%	median	5
25.0%	quartile	3
10.0%		2
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	4,3981481
Std Dev	1,7072677
Std Err Mean	0,1642819
N	108

▼ I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for å legge relevanse til snappen (eksempelvis for å vise at man er på en spesiell plass)

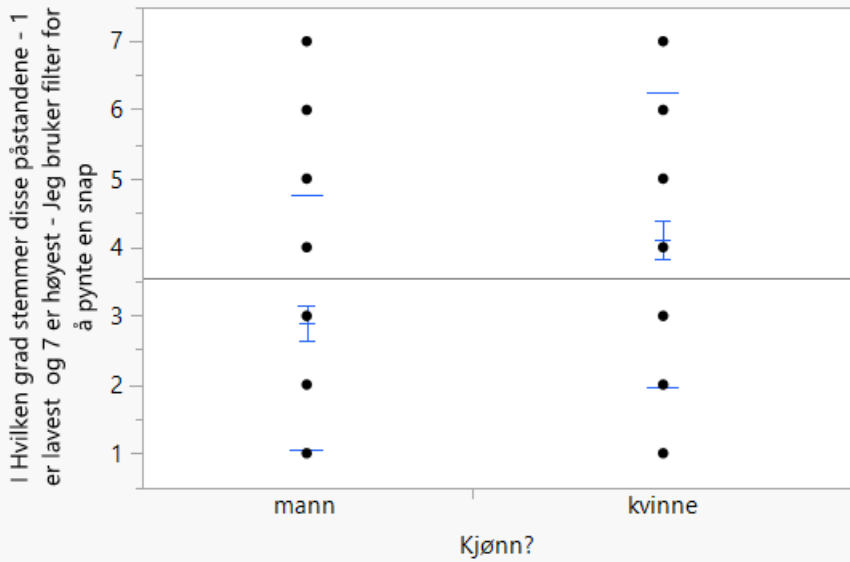


Quantiles		
100.0%	maximum	7
99.5%		7
97.5%		7
90.0%		7
75.0%	quartile	7
50.0%	median	6
25.0%	quartile	5
10.0%		3
2.5%		1
0.5%		1
0.0%	minimum	1

Summary Statistics	
Mean	5,3703704
Std Dev	1,5861114
Std Err Mean	0,1526236
N	108

Vedlegg 12 – T-test: Kvinner og menn bruker geofilter for å pynte en snap:

Oneway Analysis of I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for å pynte en snap By Kjønn?



Means and Std Deviations

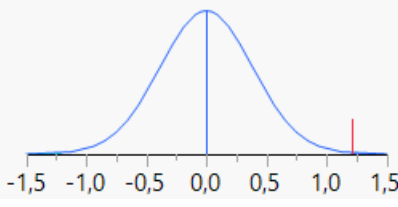
Level	Number	Mean	Std Dev	Std Err Mean	Lower 95%	Upper 95%
mann	50	2,9	1,8543936	0,2622509	2,3729872	3,4270128
kvinne	58	4,1034483	2,1495789	0,2822535	3,5382453	4,6686512

t Test

kvinne-mann

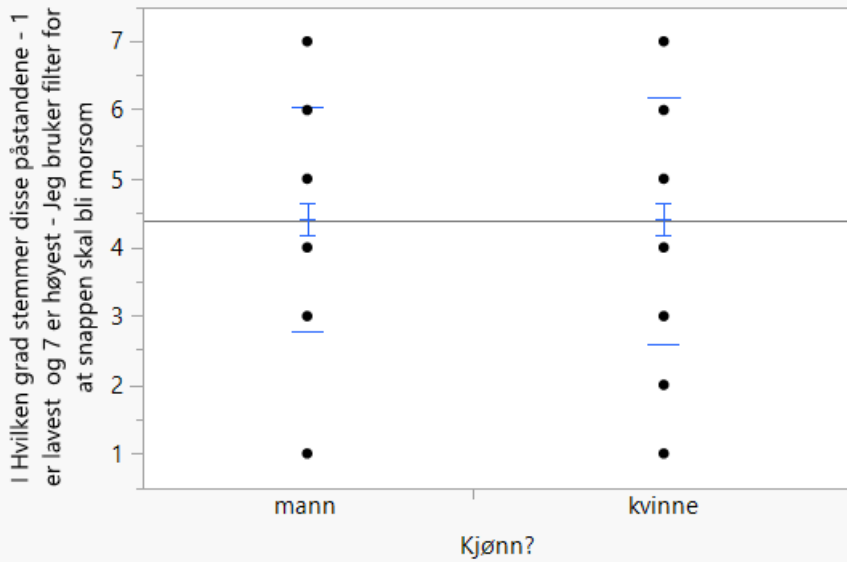
Assuming unequal variances

Difference	1,20345	t Ratio	3,123548
Std Err Dif	0,38528	DF	105,9995
Upper CL Dif	1,96731	Prob > t	0,0023*
Lower CL Dif	0,43959	Prob > t	0,0012*
Confidence	0,95	Prob < t	0,9988



Vedlegg 13 – T-test: Kvinner og menn bruker geofilter for å gjøre en snap morsom:

Oneway Analysis of I Hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for at snappen skal bli morsom By Kjønn?



Means and Std Deviations

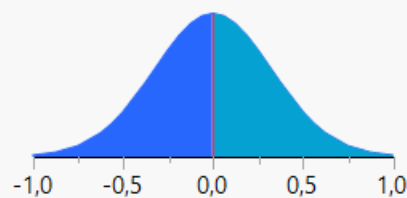
Level	Number	Mean	Std Dev	Std Err Mean	Lower 95%	Upper 95%
mann	50	4,4	1,628822	0,2303502	3,9370939	4,8629061
kvinne	58	4,3965517	1,7862993	0,2345526	3,9268683	4,8662352

t Test

kvinne-mann

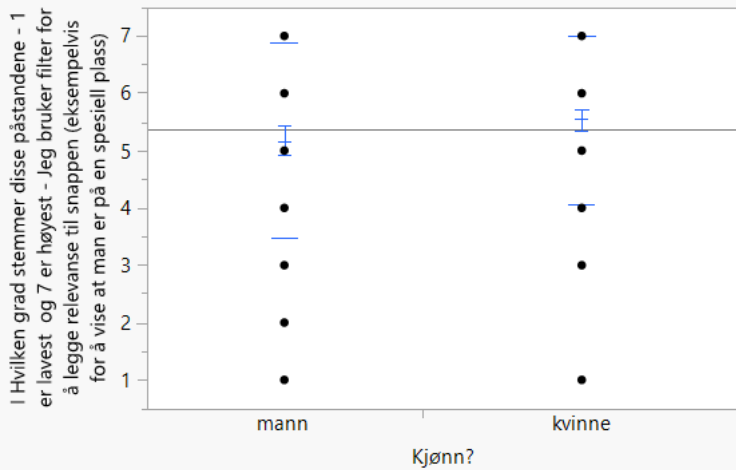
Assuming unequal variances

Difference	-0,00345	t Ratio	-0,01049
Std Err Dif	0,32875	DF	105,65
Upper CL Dif	0,64835	Prob > t	0,9917
Lower CL Dif	-0,65525	Prob > t	0,5042
Confidence	0,95	Prob < t	0,4958



Vedlegg 14 – T-test: Kvinner og menn bruker geofilter for relevanse i forhold til en snap:

▼ **Oneway Analysis of I hvilken grad stemmer disse påstandene - 1 er lavest og 7 er høyest - Jeg bruker filter for å legge relevanse til snappen (eksempelvis for å vise at man er på en spesiell plass) By Kjønn?**



▲ **Means and Std Deviations**

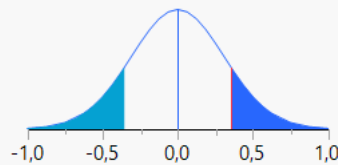
Level	Number	Mean	Std Dev	Std Err Mean	Lower 95%	Upper 95%
mann	50	5,18	1,7105913	0,2419141	4,6938553	5,6661447
kvinne	58	5,5344828	1,465576	0,1924396	5,1491292	5,9198363

▲ **t Test**

kvinne-mann

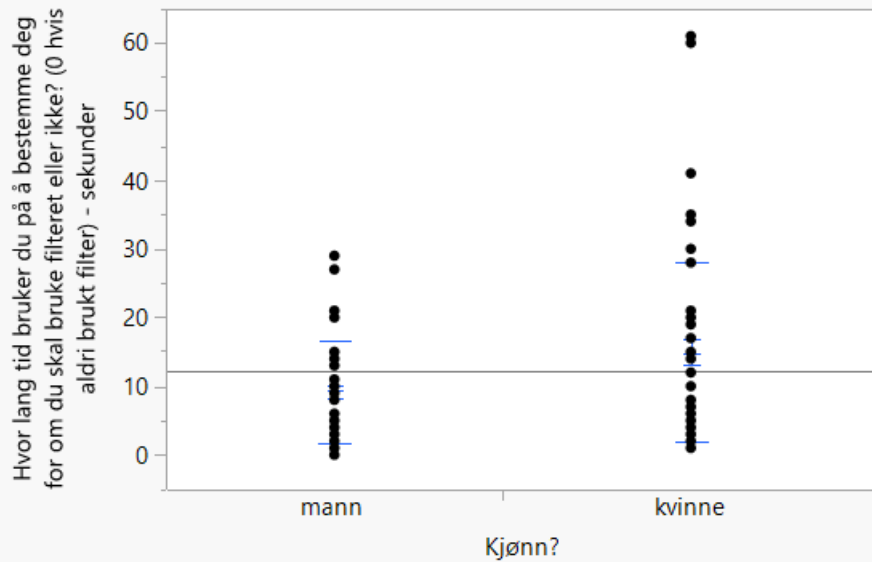
Assuming unequal variances

Difference	0,35448	t Ratio	1,146747
Std Err Dif	0,30912	DF	97,18226
Upper CL Dif	0,96799	Prob > t	0,2543
Lower CL Dif	-0,25902	Prob > t	0,1272
Confidence	0,95	Prob < t	0,8728



Vedlegg 15 – T-test: Kvinner og menn bruker forskjellig tid for å bestemme seg for å bruket et geofilter eller ikke:

Oneway Analysis of Hvor lang tid bruker du på å bestemme deg for om bruke filteret eller ikke? (0 hvis aldri brukt filter) - sekunder By Kjønn?



Means and Std Deviations

Level	Number	Mean	Std Dev	Std Err Mean	Lower 95%	Upper 95%
mann	48	9,2083333	7,4718147	1,0784636	7,0387445	11,377922
kvinne	54	14,962963	13,034009	1,773704	11,405363	18,520563

t Test

kvinne-mann

Assuming unequal variances

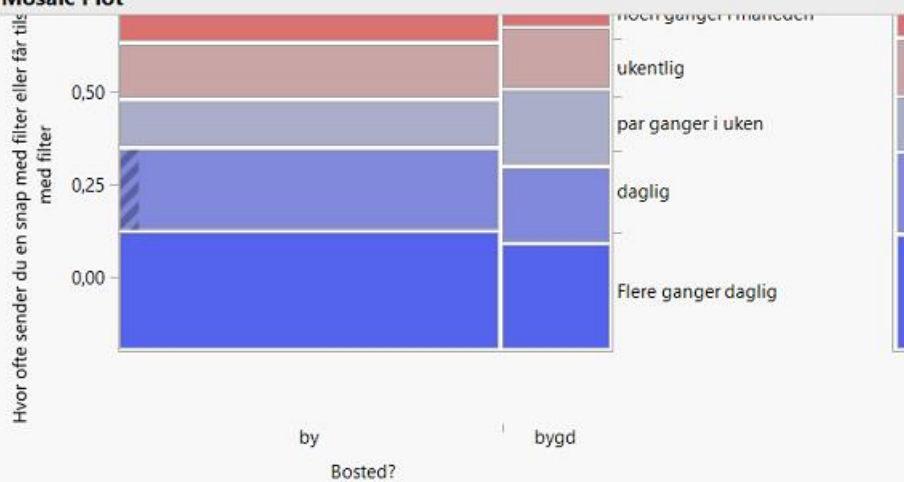
Difference	5,75463	t Ratio	2,772194
Std Err Dif	2,07584	DF	86,15356
Upper CL Dif	9,88116	Prob > t	0,0068*
Lower CL Dif	1,62810	Prob > t	0,0034*
Confidence	0,95	Prob < t	0,9966



Vedlegg 16 – Khikvadrattest på forskjeller mellom bygd og by på hvor ofte man sender eller mottar en Snap med geofilter:

Contingency Analysis of Hvor ofte sender du en snap med filter eller får tilsendt en snap med filter By Bosted?

Mosaic Plot



Contingency Table

Hvor ofte sender du en snap med filter eller får tilsendt en snap med filter

Count	Flere ganger daglig	daglig	par ganger i uken	ukentlig	noen ganger i måneden	en gang i måneden	aldri sendt eller fått til sendt filter	Total
Row %								
Expected								
Deviation								
by	27	19	11	13	12	2	0	84
	32,14	22,62	13,10	15,48	14,29	2,38	0,00	
	26,4444	18,6667	12,4444	13,2222	10,8889	1,55556	0,77778	
	0,55556	0,33333	-1,4444	-0,2222	1,11111	0,44444	-0,7778	
bygd	7	5	5	4	2	0	1	24
	29,17	20,83	20,83	16,67	8,33	0,00	4,17	
	7,55556	5,33333	3,55556	3,77778	3,11111	0,44444	0,22222	
	-0,5556	-0,3333	1,44444	0,22222	-1,1111	-0,4444	0,77778	
Total	34	24	16	17	14	2	1	108

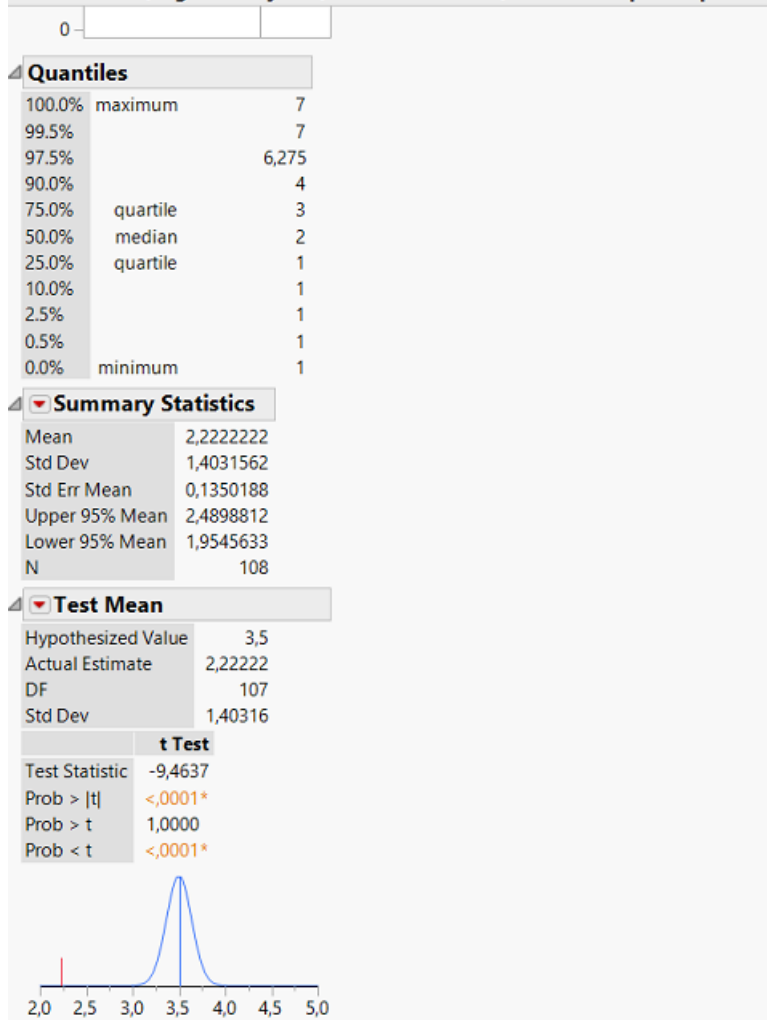
Tests

N	DF	-LogLike	RSquare (U)
108	6	2,6850981	0,0150

Test	ChiSquare	Prob>ChiSq
Likelihood Ratio	5,370	0,4973
Pearson	5,432	0,4897

Vedlegg 17 – Snapchat er under gjennomsnittet irriterende/påtrengende

▼ **Hvor irriterende er disse typene for markedsføring? - 1 er lavest (ikke irriterende) og 7 er høyest (svært irriterende) - Geofilter på Snapchat**



Vedlegg 17 – Hvor mange filter har du sett på Snapchat?

