

Vedlegg Bachelor i Digital Kommunikasjon og Markedsføring

Hvilke kommunikasjonstiltak kan Amundsen Sports benytte i sin kommunikasjonsstrategi for å styrke, samt opprettholde, sin merkevare i et konkurransepreget og nasjonalt marked?

Spørreundersøkelsen inkludert respons:

Kartlegging av Amundsen Sports

Oppdatert: 28. mai 2023 kl. 17:49



Hei, og takk for din tid til å besvare noen spørsmål i forbindelse med bacheloroppgaven vår. Det vil være til stor hjelp. Undersøkelsen vil ta omtrent **3 minutter**.

Før vi starter denne spørreundersøkelsen, vil vi gjerne informere deg om at din deltagelse er frivillig. Vi ønsker å forsikre oss om at du forstår at du har rett til å avslutte undersøkelsen når som helst, og at dine svar vil bli behandlet **konfidensielt** og **anonymt**.

Hva er ditt kjennskapsnivå til Amundsen Sports?

Antall svar: 131

Svar	Antall	% av svar	
Jeg kjenner godt til merket	66	50.4%	<div style="width: 50.4%;"></div> 50.4%
Jeg vet om merket	55	42%	<div style="width: 42%;"></div> 42%
Ikke hørt om	10	7.6%	<div style="width: 7.6%;"></div> 7.6%

Hva er det første du forbinder med Amundsen Sports?

- Afterski
- afterski
- Afterski
- Skitøy
- Afterski keegt
- Sport og skiklær
- Populært, nikkere(knebukse?), fint
- Keege gutter og jenter
- Skj, tur, sport

- trendy, friluft
- Keegt, afterski, Oslo
- Pent sportstøy
- Klassisk, utendørs, pent
- Snobb
- Overpriset snobberi
- Klassisk turtøy
- Nostalgi
- Dyrt
- Dyrt
- Shorts
- Svindyrt
- Dyrt og fint
- Dyre klær, synes ikke de virker så funksjonelle
- Soss, vestkant
- Norsk, kule klær, særeget design
- Dyrt
- Mainstream og unødvendig dyrt
- Jålete og afterski
- Oppjazza turtøy av uvisskvalitet til høy pris
- Friluftsklær
- Gammeldags, knickers
- Sossegutter på hytten
- Eksklusive sportsklær
- Snobbete. Kvalitet. Dyrt
- Klær
- Mote, flex, dyrt
- Anton sport
- Solid

- Sporty klær
- Snobber
- Dunjakker til bybruk
- Jålete
- Jakker, bukser
- Høy pris
- Vestkant og wannabe-friluft
- Shortsene, norges flagg, typisk norsk
- Kule klær
- Mennesker som bryr seg altfor mye om merke
- Fjelltur
- Norsk
- Norge
- Overpriset
- Dyrt, kaksete, stilig
- Hafjell
- Keegt
- Langrenn
- Nationalromantiske klær
- snobbete
- Klyser
- Folk som ikke kan stå på ski
- Fint og dyrt
- Kostbart
- Navnet.
- Litt jålete
- Bomull
- Dyrt
- Nostalgi

- Dyrt

- Dyrt

- Snobbete vestkantmerke

- Dyrt
- Afterski , snobbete , dytt
- Trendy vestkant
- Dyrt
- Sossete, jålete

- Design og funksjon

- knickers

- Klær
- Kvalitet, tradisjon, kostbart
- Dyre klær
- Nikkers
- Dyrt - spiller på fin designhistorikk som følge av norske turtradisjoner - liten i størrelsene

- Sammenlignet med norrøna osv er det første jeg kommer på at Amundsen er mer snobbete. Vet lite om merket, men er det jeg først forbinder det med

- En sykt overpriset caps alle har fordi den er helt ok fin

- Jåleri

- Afterski

- Kvalitets produkter

- Fine klær









- Knickers
- Basic damer uten egen stil
- tinder-bilder og begrenset skiferdigheter
- Trend
- At du ikke har hørt om Klättermusen

- Folk i 20-30årene som har mistet bakkekontakten, er sjelden på tur og er fra Oslo Vest haha. Hvis et dømmende svar er lov
- Overpriset

- Basic bitch wannabes
- Tradisjonelle skiklær som er blitt oppgradert til klassisk og kule.
- Bærumsmote
- Keegt, nasjonalfølelse og damer
- try hard jenter
- Vestkant, Mest på fest og ikke så mye på fjellet
- Dyrt
- Sosser
- Snobbete, dysfunksjonelt
- snobbete
- kegt
- Soss/Holmenkollen/Afterski
- Pannebånd
- Mest fokus på utseende og ikke så funksjonelt
- Nikkers
- Keegt, kult, trendy
- mainstream caps
- oslo jenter
- Roald Amundsen
- friluft og ski





Er det noen av disse attributtene du assosierer med Amundsen Sports?

Antall svar: 120

Svar	Antall	% av svar	
Annet	15	12.5%	 12.5%
Kvalitet	38	31.7%	 31.7%
Bærekraft	6	5%	 5%
Nasjonalfølelse	33	27.5%	 27.5%
Sport	28	23.3%	 23.3%
Mote	82	68.3%	 68.3%
Velstand	58	48.3%	 48.3%
Eksklusivitet	55	45.8%	 45.8%




Mener du at Amundsen Sports har et gjennomgående tema i merkevaren sin?

Antall svar: 121

Svar	Antall	% av svar	
Kan ikke huske å bli utsatt for noe som helst form for kommunikasjon	35	28.9%	 28.9%
De spiller på opplevelsen av å bruke produktet (f.eks friluft, ekspedisjoner , opplevelser)	23	19%	 19%
De spiller på funksjonaliteten (f.eks produkttegenskaper)	2	1.7%	 1.7%
De spiller på symbolikk (f.eks nasjonalfølelse , natur, tradisjon , arv)	61	50.4%	 50.4%

Mener du at Amundsen Sports skiller seg ut fra for eksempel Bergans, Norrøna og andre konkurrenter?

Antall svar: 121

Svar	Antall	% av svar	
Anser dem som relativt like	10	8.3%	 8.3%
Til en viss grad	41	33.9%	 33.9%
Ja - absolutt	70	57.9%	 57.9%

Hvor har du blitt eksponert og vært i kontakt med Amundsen Sports?

Antall svar: 121

Svar	Antall	% av svar	
Under netthandel eller fysisk handel	51	42.1%	42.1%
Samtaler blant folk	35	28.9%	28.9%
Kundene som bruker merket	64	52.9%	52.9%
Folk på sosiale medier	57	47.1%	47.1%
Reklame og annonsering	62	51.2%	51.2%
Merkeambassadører	15	12.4%	12.4%

Føler du at Amundsen Sports bidrar til eller er en del av en sosial klasse/tilhørighet?

Antall svar: 121

Svar	Antall	% av svar	
Det har jeg ingen mening om	14	11.6%	11.6%
Nei, det kan være hvem som helst	8	6.6%	6.6%
Ja, det er en viss folkegruppe som benytter seg av merket	99	81.8%	81.8%

Hvordan sosial gruppe mener du Amundsen Sports er en del av?

- folk fra østlandet
- Folk som vil se sporty uten å være det, samme folka som bare bruker Swix gensern sin på afterskifylla
- Kækser
- Keeg
- Folk med god økonomi
- den øvre klassen
- Overklasse
- Folk med mer penger
- Folk med penger som vil vise seg frem
- De som er mer opptatt av merkevaren enn funksjon
- Øvre middelklasse, akademisk utdannet
- Oslo Vest mennesker med mere fokus på mote og passe inn sosialt enn funksjonelt tøy for sportlige aktiviteter




- Liker dyre merkeklær
- De rike
- Personer som er glade i friluft og holde seg i form
- Folk som er, eller ønsker å fremstå som, økonomisk velstående.
- Vestkant
- Typisk Oslo Vest, folk m hytte på Kvitfjell, Kragerø o.l
- De som vil fremstå velstående, og ikke de som er mest sporty - mer opptatt av utseende enn kvalitet
- Kakser og sosser
- Oslos beste vestkant. Kan forøvrig ikke sammenlignes på kvalitet mot Norrøna, så likte ikke spm lenger opp med skiller seg ut- i negativ grad
- Bærum øst
- Sossen på fjellet :)
- Dem som er opptatt av å vise fram pengestatus
- Overklassen
- De som har god råd
- Folk som er interessert i å se bra ut når de er på tur og ikke nødvendigvis folk som er genuine turmennesker
- De med for mye penger
- Rikinger
- Vanlige folk med litt ekstra penger
- Folk som skal vise seg, stort sett lite kunnskap om ferdsel ute.
- Sosser
- Høytlønnede
- Snobbete vestkantfolk som digger afterski mer enn ski
- Velstand, oslo Vest, unge ny etablerte
- De som har råd
- Mennesker som bryr seg mest om mote
- Unge, trente personer. Klær i relativt små størrelser med snitt som sitter penest på slanke
- Fiffen
- Overklassen
- Med penger

- Øvre middelklasse
- Keege folk
- Velstand
- "wannabes"! Folk som vil fremstå snobbete og som friluftsfolk.
- Blærete
- De som ikke kan stå på ski
- De merkebevisste
- To grupper; øvre middel som ønsker å fremstå bemidlet og den gruppa som sverger til at Amundsen representerer bruks-kvalitet
- De som har markeringsbehov
- Øvre middelklasse
- De rike og vellykkede
- Overklasse
- Folk med mye penger som vil vise det
- Snabbete. Rikmannstøy
- Velstående fjellfolk , (Kvitfjell) , snobbete
- Folk som er opptatt av og vise at de er noen, eller skulle ønske de var noen.
- Mote
- Middel og øverste klassen i samfunnet
- De som er opptatt av å følge mote, men ikke nødvendigvis er opptatt av bærekraft, bruk
- De med god råd
- Den øvre sosiokulturelle klassen
- Reality deltakere og influencere
- Velstående
- Overklassen. Pappagutter
- De som jakter fasade. Vil fremstå som turmennesker, men er det egentlig ikke
- Kjedelige damer uten stil, men kanskje mye penger
- Hvilken sosial gruppe*
- Velstående
- Den stereotypiske BI-student, oppfattes litt kvalmt og tryhard blant de som faktisk går på tur for gleden av turen og ikke for å ta bilder

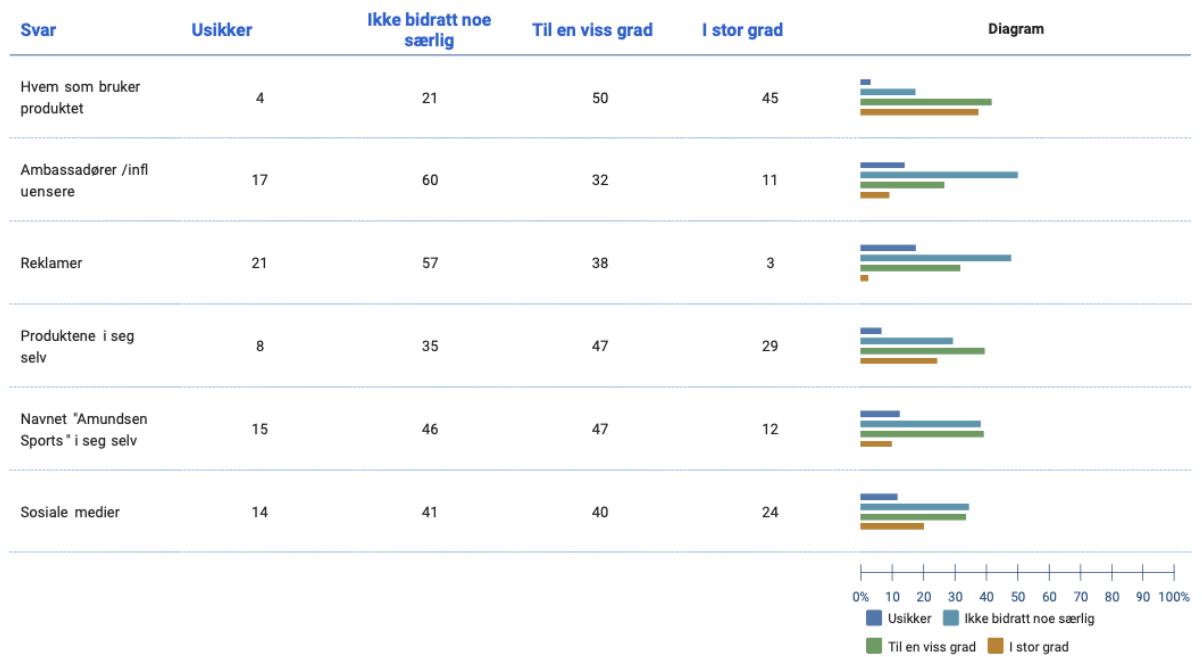
- Folk med penger som er opptatt av status og som er redd å skille seg ut haha
- Overklasse
- Jenter som leker deilig
- Øvre
- Bærums-soss. Ikke et merke for fjellfolk
- Overklassen
- 17 år gamle jenter som har sneket seg inn på afterski
- Vestkantfolk med palass istedenfor hytte
- Oslo vestkant
- Rikinger
- Turmote segment, folk som bryr seg lite om funksjonalitet, mer om merket de har på seg.
- De som ønsker å fremså litt snobbete
- De med nok penger til å kjøpe det
- Sossen
- Vestkant soss
- De rike
- Mainstream bi folk blææh
- Eliten
- de som liker å stå på ski og afterski
- fine folk

Hvilke produkter forbinder du mest med Amundsen Sports?

Antall svar: 118

Svar	Antall	% av svar	
Vintersport	48	40.7%	 40.7%
Hverdagslig bruk som jakker, caps, luer	42	35.6%	 35.6%
Friluftsliv	28	23.7%	 23.7%

Har disse elementene bidratt til din oppfatning av Amundsen Sports?



Hva er ditt kjønn?

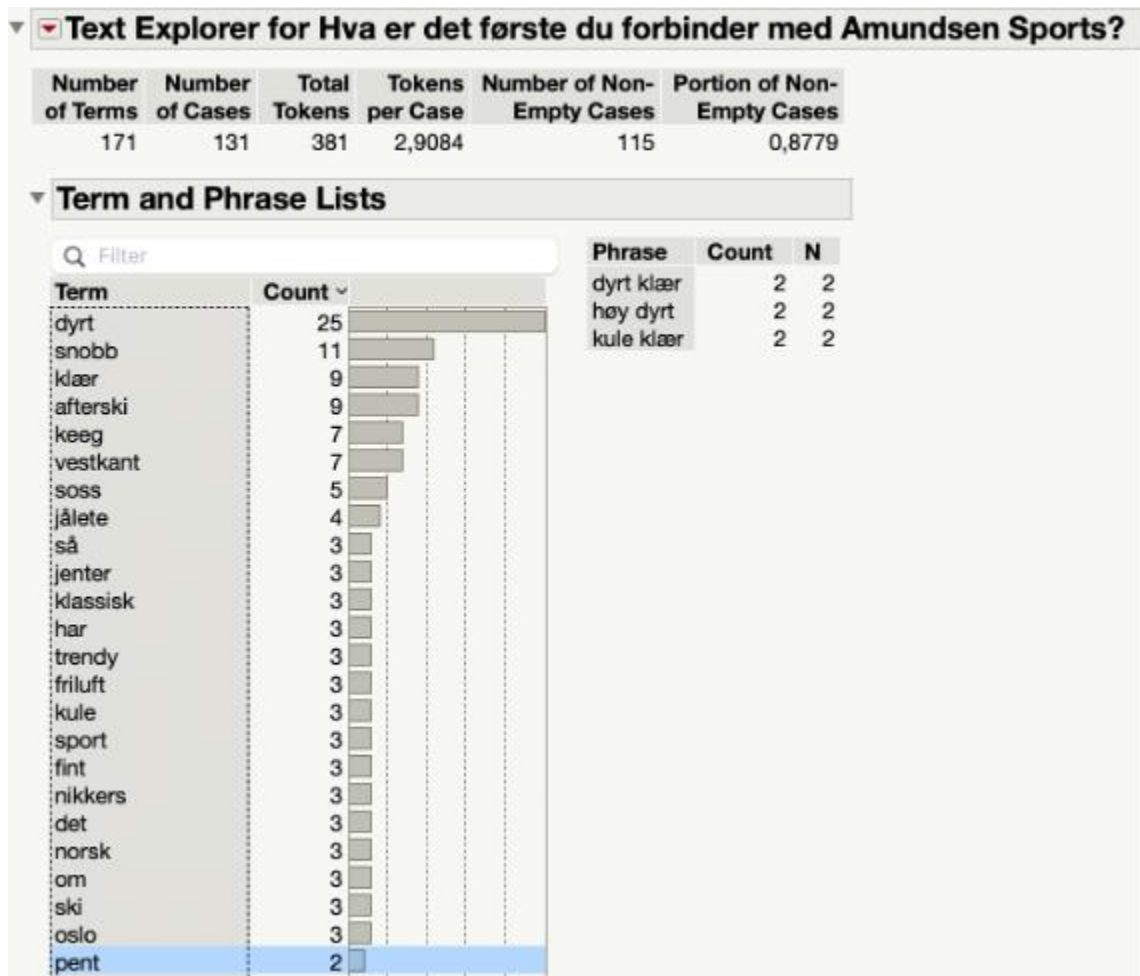
Antall svar: 130

Svar	Antall	% av svar
Annet	0	0%
Kvinne	63	48.5%
Mann	67	51.5%

Hva er din alder?

• 24	• 54	• 22	• 31	
• 21	• 46	• 34	• 21	
• 24	• 50	• 50	• 47	
• 21	• 47	• 26	• 23	
• 22	• 20	• 59	• 21	
• 23	• 57	• 42	• 46	
• 22	• 48	• 47	• 52	
• 54	• 42	• 44	• 29	
• 16	• 38	• 58	• 27	
• 49	• 21	• 41	• 23	
• 42	• 52	• 46	• 23	
• 46	• 42	• 48	• 28	
• 54	• 50	• 41	• 47	
• 53	• 46	• 35	• 26	
• 29	• 57	• 44	• 53	
• 21	• 46	• 36	• 56	
• 49	• 30	• 38	• 23	
• 40	• 42	• 56	• 26	
• 27	• 28	• 55	• 27	
• 30	• 51	• 24	• 18	
• 24	• 48	• 40	• 38	
• 24	• 45	• 57	• 31	
• 21	• 33	• 22	• 57	
• 21	• 44	• 30	• 31	• 22
• 22	• 46	• 47	• 50	• 23
• 23	• 29	• 26	• 49	• 21
• 26	• 27	• 23	• 35	• 24
• 26...	• 34	• 50	• 40	• 21
• 22	• 39	• 42	• 22	

JMP:



Fremkalte assosiasjoner

Term and Phrase Lists

Term	Count	Phrase	Count	N
som	37	de som	12	2
de	23	som er	11	2
folk	19	folk som	8	2
er	15	opptatt av	7	2
på	12	er opptatt av	5	3
å	11	er opptatt	5	2
ikke	9	som vil	5	2
penger	9	som er opptatt av	4	4
seg	9	folk som er	4	3
av	8	som er opptatt	4	3
opptatt	7	som har	4	2
øvre	7	de som er	3	3
vil	6	de som har	3	3
fremstå	5	de rike	3	2
har	5	mye penger	3	2
mer	5	oslo vest	3	2
velstående	5	penger som	3	2
vise	5	vil fremstå	3	2

Text explorer for å avdekke folkegrupper assoisert med klesmerket

Contingency Table

Navnet Amundsen Sports i seg selv

Count	I stor grad	Ikke bidratt noe særlig	Til en viss grad	Usikker	Total	
Total %						
Col %						
Row %						
Tema og kommunikasjonsstrategi	De spiller på funksjonaliteten (f.eks produktetegenskaper)	1 0,83 8,33 50,00	1 0,83 2,17 50,00	0 0,00 0,00 0,00	0 0,00 0,00 0,00	2 1,67
	De spiller på opplevelsen av å bruke produktet (f.eks friluft, ekspedisjoner, opplevelser)	4 3,33 33,33 17,39	6 5,00 13,04 26,09	11 9,17 23,40 47,83	2 1,67 13,33 8,70	23 19,17
	De spiller på symbolikk (f.eks nasjonalfølelse, natur, tradisjon, arv)	4 3,33 33,33 6,67	20 16,67 43,48 33,33	29 24,17 61,70 48,33	7 5,83 46,67 11,67	60 50,00
	Kan ikke huske å bli utsatt for noe som helst form for kommunikasjon	3 2,50 25,00 8,57	19 15,83 41,30 54,29	7 5,83 14,89 20,00	6 5,00 40,00 17,14	35 29,17
	Total	12 10,00	46 38,33	47 39,17	15 12,50	120

Sammenheng mellom varemerket og konsept

LinkedIn profilen til Amundsen Sports

AMUNDSEN

Amundsen Sports

Oppført gruppe
94 medlemmer

[Trekk tilbake forespørse!](#)

Om denne gruppen

Amundsen Sports is a new Norwegian high-end sportswear launched at ISPO 2010. Jørgen Amundsen, a relative of Roald Amundsen, founded the company in 2008. The brand is inspired by the famous Norwegian explorer, and echoes his spirit and time.

Our premiere collection for 2010/2011 is focusing on a wide range of exclusive ...

[Vis alt →](#)

Administrator

erik friis · 2. Eier
Head of Sales at Amundsen Sports


Promotert


- Finn en gratis mal
Visste du at det finnes maler for et HR årshjul. Start gratis hos Plandisc.
- WPH** WP Hosting I Norge
Premium WP Hosting for det norske markedet. Fokus på sikkerhet og ytelse.
- Styreplan** Effektivt styrearbeid
Innkalling, dokumentasjon, protokoll, på én trygg plattform. Les mer her!

Om Tilgjengelighet Brukerstøtte
Personvern og vilkår ▾ Annonsevalg
Annonsering Bedriftstjenester ▾
Skaff LinkedIn-appen Mer






LinkedIn LinkedIn Corporation © 2023

Annonser av Amundsen Sports

 amundsensports
Sponset



Handle nå >

26 likerklikk

amundsensports Bags & Packs
Carefully stitched in a tough cotton canvas, with... mer



amundsensports
Sponset · ▶ Utvid historie



10:28



Amundsen Sports

The Soak Capsule



Annonse



amundsensports
Sponset



Handle nå





amundsensports
Sponset



Handle nå



62 likerklikk

amundsensports Knit with elements of soft blend of cotton, linen and nylon. The seed stitch gives this sweater its rich texture and will feel airy towards your body.

Se oversettelse



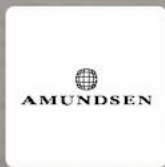
Amundsen Sports
Comfy Cord Capsule
amundsensports.com



Annonce



Amundsen Sports
Boulder Shirt in stock



Amundsen Sports
Boulder Shirt in stock
amundsensports.com



Annonse



Kjøp Nå





Amundsen Sports
Vagabond Pants



Amundsen Sports
Vagabond Pants
amundsensports.com



Annonse



Kjøp Nå





amundsensports
Great Sand Dunes National Park



828 likerklikk

amundsensports SS23 Drop N°5 - Vagabond Pants



Handle nå
Gå til nettsted



Vis 1 kommentar