**LANSERINGSPLAN (mal) FOR LANSERING PÅ DIGITALE PLATTFORMER - NORGE**

**Fakta om verket og lanseringen**

|  |  |
| --- | --- |
| *Norsk tittel* |  |
| *Evt. engelsk tittel* |  |
| *Planlagt norsk lansering/ første publiseringsdato* |  |
| *Verkets primære målgruppe*  |  |
| *Verkets sekundære målgruppe(r)* |  |
| *Navn på primær distribusjonsplattform* |  |
| *Navn på sekundær(e) distribusjonsplattform(er)* |  |
| *Navn på lanseringspartnere* |  |
| *Viktigste milepæler i lanseringen* |  |

**Begrunnet vurdering av verkets potensial i Norge**

*Hvor stort er publikumspotensialet – og hvilke faktorer påvirker potensialet?*

*Hvor stort er inntektspotensialet?*

**Overordnet markedsstrategi**

*Kort beskrivelse av aktiviteter og planer på lengre sikt, og en begrunnelse for valgene*

**Mål for den aktuelle lanseringen**

*Hva er målsettingen for salget på kortere og lengre sikt?*

**Tiltak som skal gjennomføres i forbindelse med den aktuelle lanseringen**

*(Budsjetterte kostnader skal henge sammen med tiltakene. Kostnader som ikke er forankret i planen eller nærmere spesifisert, vil normalt ikke godkjennes.)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **LANSERINGSTILTAK** | **KRYSS AV HVIS AKTUELT**  | **KRYSS AV HVIS BUDSJETTERT I SØKNAD** | **EVT. KOMMENTAR** |
| Innleid lanseringskonsulent |  |  |  |
| Demo /trailer |  |  |  |
| Markedsanalyse/ testinger |  |  |  |
| Promoteringsmateriell |  |  |  |
| Kjøpt medieprofilering |  |  |  |
| Egen medieprofilering – bruk av sosiale medier |  |  |  |
| Presse-/lanseringsarrangement  |  |  |  |
| Møtevirksomhet |  |  |  |
| Annet, spesifiser |  |  |  |