

Her er tre metodeafsnit fra tidligere elever. De er valgt, fordi de er ganske gode. Men ingen af dem er perfekte. Så når du skriver dit eget metodeafsnit: Vær kritisk, brug viden fra denne workshop og studieportaler, og spørg dine vejledere, hvis du er i tvivl om noget.

Metodeafsnit  
fra SP-Af-opgave  
om "Too good to  
go"

## 2 Metodeafsnit

Denne opgave er skrevet i Afsætning A og Spansk A. Problemformulering anskues således fra en samfundsvidenskabelig og humanistisk vinkel.

Afsætning giver den samfundsvidenskabelige vinkel, herunder analyse af Too Good To Go og Spanien – hvilket er baggrunden for besvarelsen af problemstillingen. Spansk er et humanistisk fag, herunder kommer tekst- og kulturanalyse – faget er med til at give viden om menneskers adfærd i den spanske kultur.

I analysen arbejdes der primært induktivt, da det redegørende og analyserende niveau besvares på baggrund af empiri som fører til konklusioner. I analyse af empirien bruges de afsætningsfaglige teorier og modeller: Business Model Canvas, dernæst omverdensmodellen – de bidrager med hhv. den interne og den eksterne del af en strategisk analyse og sammenkobles i en SWOT, for at samle de positive og negative sider for virksomheden (Bregendahl, Haase, & andre, 2017, s. p1667, p247, p1682). Teori om eksport og markedsindtrængningsformer benyttes, hvilket giver en viden om internationaliseringen hos Too Good To Go (Bregendahl, Haase, & andre, 2017, s. p1716, p1717, p1708). Bagefter

benyttes den spanskfaglige argumentationsanalyse af en spansk artikel som giver et billede af hvordan Spanien tog imod konceptet (Larsen, s. p205). Artiklen er ikke repræsentativ, men er medtaget på baggrund af en vurdering af at den ikke er en reklame for virksomheden. Ideelt set kunne man have lavet en primær dataindsamling blandt spanske brugere. I diskussionen arbejdes der mest deduktivt, da egne teorier fra analysen bruges til at besvare problemstillingen.

Kilderne er primært kvalitative, da det giver en dybere forståelse af kultur og virksomhed. Enkelte kvantitative kilder er brugt til at sætte præcise tal på spaniernes færdsel og gøren. Brugen af begge typer kilder bidrager til en bredere besvarelse af problemstillingen. Opgaven er mest deskriptiv for at give et neutralt billede. I diskussionen og vurderingen er der arbejdet lidt normativt, da andre forhold kunne have vurderet at vægte tungere end de forhold som er medtaget i denne opgave, samtidig arbejdes der i diskussionen og vurderingen med forskellige holdninger i forhold til de kulturelle og markedsføringsmæssige udfordringer samt vurdering af mulig succes. Der er udelukkende benyttet sekundær dataindsamling, da de nødvendige oplysninger allerede var tilgængelige. Kilderne er både primære og sekundære – hvor det har været muligt er de primære kilder fundet, for at mindske fejlfortolkninger gennem videregivelse af oplysninger. De primære kilder er benyttet i form af rapporter og Too Good To Gos egne oplysninger. Artiklerne på både virksomhedens egen side og andre er i højere grad sekundære kilder. Kildekritik har været i spil ved valg af kilder, kilderne er så aktuelle som muligt og der er tjekket efter om oplysninger er valide så vidt muligt.

Geografisk er opgaven afgrænset til Spanien og de internationale digitale platforme. Dette øger betydningen af spanskfaget i opgaven. Opgaven er desuden afgrænset fra det økonomiske aspekt – da virksomhedens regnskab dækker over alle 15 markeder og ville give et uklart billede.

Den økonomiske afgrænsning kan være årsag til at besvarelsen ikke er komplet, idet det økonomiske aspekt kunne have medført en anden konklusion på problemstillingen. Hvis man havde udarbejdet denne opgave i virksomhedsøkonomi, havde man medtaget det økonomiske aspekt, som havde vist en mere økonomisk side af sagen.

# 3. METODE

Husk, der  
skal ikke være  
underoverskrifter i  
metodeafsnittet

## Fagenes samspil:

Denne opgave er blevet besvaret med metoder fra afsætningsfaget og engelskfaget. Denne valgte fagkombination har gjort, at det har været muligt at besvare min opgave ud fra både en **humanistisk** og **samfundsvidenskabelig** vinkel. Dette har betydet, at det har kunnet lade sig gøre at berøre de psykologiske, kreative og salgsfremmende forhold gennem afsætningsfagets metoder, hvor virksomheders motiver for at benytte influencere som promoveringsmiddel blandt andet analyseres. Her har engelskfaget, med sin humanistiske vinkel, suppleret med de mere kommunikative metoder samt det kulturelle perspektiv, som komplimenterer den samfundsvidenskabelige tilgang til besvarelsen af opgaven godt.

## Teori:

De digitale medier vokser dag for dag, så det har derfor været relevant at dykke ned i menneskets egentlige behov og instinktive motiver for, hvorfor vi følger influencere på de sociale platforme. Der er derfor blandt andet blevet analyseret **teorien** om social sammenligning, hvor der laves en kobling til den generelle sammenhæng mellem behovet for at følge influencere, og hvorfor virksomheder benytter dem til markedsføring af deres brand og produkter i slutningen af opgaven.

## Model:

Der bliver i slutningen af analysen foretaget en kommunikations- og diskursanalyse af en amerikansk mini dokumentar, hvor **Laswells kommunikationsmodel** bliver anvendt til at forstå sammenhængen mellem afsenderens kommunikation og det egentlige kommunikerede budskab, når det når ud til modtageren. Ved at have kombineret en kommunikationsanalyse med en diskursanalyse bliver dokumentaren vendt fra to forskellige vinkler, hvilket i sidste ende resulterer i en mere nuanceret analyse af dokumentaren.

### **Empiri:**

I opgaven benyttes der hovedsagligt engelsk empiri, som lægger grundlaget for min undersøgelse. Empirien består af **kvalitative data** i form af kilder fra eksempelvis erhvervsmagasinet Forbes, markedsføringsplatformen Influencer Marketing Hub og netværkssitet LinkedIn, samt af få **kvantitative data** i form af statistik fra bl.a. Statista. **Kildekritik** ved dataindsamling har fundet sted i det omfang, at kilderne først og fremmest skulle være hensigtsmæssige for mit emne samt være aktuelle og udgivet for blot få år siden, da der arbejdes indenfor et emne, hvor holdninger, statistikker, teorier m.m. hele tiden forandres, grundet den stadig udviklende teknologi. Derudover har jeg forholdt mig kritisk overfor, hvem afsenderen har været, idet det har været vigtigt for opgaven, at inddragelse fra flere perspektiver har fundet sted.

### **Afgrænsning:**

Den valgte fagkombination har bidraget til en bredere forståelse for den forholdsvis nye markedsføringsstrategi, influencer marketing, og dens påvirkning på den amerikanske kultur. Overordnet set fungerer kombinationen af den forskellige empiri godt, men der kan argumenteres for, at en form for konkret analysemodel i afsætningsfaget ville have klædt opgavens metode. Dette er dog en bevidst **afgrænsning**, da der ikke analyseres en specifik branche eller virksomhed men en strategi, hvor en model ikke ville passe ind. Ligeledes gælder det for manglende datakilder i form af et kvantitativt spørgeskema eller et kvalitativt interview / fokusgruppe. Opgaven tager nemlig kun udgangspunkt i engelsksproget materiale for at kunne koble det til den amerikanske kultur, hvilket en spørgeskemaundersøgelse eller et interview med danske besvarelser ikke ville kunne bidrage til.

## 2. Metode

Husk, dit metodeafsnit behøver ikke være lige så langt som dette, +ingen underoverskrifter

Af-En. Om Disney

### 2.2 Valg af fag

Denne opgave er skrevet i fagene Afsætning A og engelsk A. Hver af fagene bidrager på hver sin måde til at svare på problemformuleringen og er valgt på baggrund af det.

Afsætning er et samfundsvidenskabeligt fag, som anvender økonomi samt viden om sociologi og psykologi til bl.a. at forstå og analysere virksomheders strategier, påvirkning fra det omkringliggende samfund og målgrupper. Jeg har anvendt faget, fordi det har dette fokus, hvilket passer godt på min problemformulering, eftersom jeg vil undersøge Disneys nuværende position i film- og underholdningsindustrien med et fokus på branding. Jeg bruger fagets modeller og teorier til at komme bagom og se på virksomhedens strategi i forhold til kommunikation og den måde, de appellerer til deres kunder. Faget tilbyder en forståelse for virksomhedens strategi, samt hvorfor de befinder sig i den position, som de gør i dag. Afsætning er også valgt, fordi det har fokus på national og global udvikling, som passer til mit valgte spørgsmål i forhold til deres position på det amerikanske marked og globale marked (Hansen, 2022).

Engelsk er et humanistisk fag, som på mange måde deler mange karaktertræk med andre humanistiske fag som f.eks. dansk, hvorfor mange af analysemodellerne er de samme. På den ene side er engelsk et kundskabsfag, som bidrager med analyseredskaber til analyse af mine valgte reklamefilm. På den anden side bidrager faget engelsk også med viden om kultur og samfundsforhold. Særligt i forhold til min problemformulering anvendes engelsk til en forståelse af den amerikanske kultur og værdier og disses betydning for Disney som virksomhed, til en dybere forståelse beskrivelse af Disneys branding og målgruppemålgruppen. Faget hjælper mig med at sætte mig ind i den amerikanske kultur og samfund, som kan give en dybere forståelse for Disney og deres værdier (Hansen, 2022) .

På denne måde bidrager begge fag tværfagligt til besvarelsen af problemformuleringen. I redegørelsen bidrager afsætning til en beskrivelse af Disney som virksomhed samt nuværende position på markedet inden for film og underholdning. Faget engelsk bidrager til en forståelse af amerikanske kerneværdier og kultur.

I analysen afvendes afsætning til strategiske analyser af Disney med et fokus på branding og deres position på den amerikanske film og underholdningsindustri. Engelsk bidrager i analyse af to reklamefilm med særligt fokus på amerikanske kerneværdier.

I diskussionen er hovedfokus på afsætning med diskussion af Disneys muligheder og udfordringer i fremtiden, og hvordan de kan håndteres af Disney. Engelsk bidrager også i diskussionen til en forståelse af, hvordan Disney har ændret sig udadtil som virksomhed.

### 2.3 Modeller og teorier

I afsætning anvender jeg SWOT analyse, omverdensmodellen, brancheanalysemodellen samt de faglige begreber branding, målgruppe og vækststrategi.

I redegørelsen anvendes SWOT analyse til en forståelse af Disneys nuværende position på markedet ved at se på virksomhedens stærke og svage sider. Omverdensmodellen anvendes også i redegørelsen til en udvidet forståelse af den omverden, som påvirker virksomheden Disney og deres beslutninger og strategiske overvejelser. 'Målgruppe' bruges til at beskrive og redgøre for Disneys målgruppe. I redegørelsen anvendes engelsk til beskrivelse af amerikanske kerneværdier og kultur

I analysen anvender jeg branding til at forstå, hvordan Disney brander sig udadtil i forhold til målgruppen. Branding giver endvidere en viden i forhold til virksomhedens position på det amerikanske marked. Vækststrategi anvendes til at forstå Disneys strategi i forhold til opkøb af licenser og håndtering af egne brands. 'Målgruppe' er anvendt til at forstå, hvordan Disneys branding retter sig mod deres målgruppe og deres behov og ønsker. Omverdensmodellen anvendes til at analysere, hvordan elementer i Disneys uafhængige omverden påvirker deres strategier. Brancheanalysemodellen anvendes til at analysere den branche som Disney er placeret i.

Alt i alt bidrager afsætningsmodeller og teoribegreber til strategisk analyse af Disney og deres position i den amerikanske film- og underholdningsindustri.

I engelsk anvendes analysemodel af reklamefilm fra 'Håndbog til dansk' (Larsen O. S., 2022) fra 'Toolbox – Tools for analyzing English texts' (Jonna Engberg-Pedersen, 2017) til analyse af de to Disney reklamefilm. Endvidere anvendes engelsk til inddragelse af amerikanske kerneværdier i analysen af reklamefilmene med særligt henblik The American dream og amerikanske familieværdier.

I diskussionen anvendes SWOT analyse og målgruppe til at diskutere muligheder for udvikling samt fremtidige udfordringer for Disney. SWOT analysen giver blik for muligheder og trusler, idet SWOT analysen giver viden om Disneys styrker og svagheder, som kan bruges i diskussionen af Disneys udfordringer i fremtiden og diskussionen af mulige løsninger af, disse udfordringer. Målgruppe bruges også i diskussioner af virksomhedens muligheder og udfordringer i fremtiden med inddragelse af viden om målgruppen. Omverdensmodellen bruges til at inddrage påvirkning fra den uafhængige omverden i diskussionen. Her tænkes på politiske og kulturelle strømninger i samfundet. Engelsk og elementer fra analysen af de to reklamefilm bruges i diskussionen til en perspektivering og dybere forståelse for, hvordan Disney har ændret sig i forhold til værdier, målgruppe og branding.

#### 2.4 Empiri og kilder

I opgaven anvendes både kvalitative og kvantitative kilder til besvarelsen af problemformuleringen.

Jeg har primært anvendt kvalitative kilder i form af artikler til at besvare min problemformulering, eksempelvis Disneys position i den amerikanske film og underholdningsindustri samt hvilke udfordringer, de står over for. Jeg har anvendt kvalitative kilder til at underbygge mine strategiske analyser og til at få en dybere forståelse for Disney. De er også brugt til at undersøge og forstå amerikansk kultur og værdier.

Når jeg har brugt artikler og websteder, har jeg forholdt mig kritisk til mine kilder ved eksempelvis at kigge på udgiveren og, om de har en vis troværdighed.

Jeg har i mindre grad anvendt kvantitative kilder. De kilder, jeg har brugt, har jeg anvendt til at få et overblik over Disneys indtægter og opnå viden om, hvilke film som har haft størst omsætning i 2021. Det har være relevant, fordi det giver en indblik i Disneys placering på markedet og effekten af deres virksomhedsstrategi med opkøb af licenser.

Jeg har endvidere valgt to Disney reklamefilm i analysen. Disse to er valgt, da de er eksempler på, hvordan Disneys branding og markedsføring har ændret sig over tid. De to film viser to meget forskellige sider af Disneys markedsføring og kan begge bruges til at inddrage amerikanske kerneværdier i analysen.

### 2.5 Afgræsning og selvkritik

I min analyse af Disneys strategi har jeg lagt fokus på storytelling og branding, da min problemformulering bl.a. har fokus på deres strategiske overvejelser, muligheder og trusler. Dette betyder, at jeg har fravalgt et snævert fokus på økonomi.

Hvis jeg havde anvendt flere hårde data, kunne jeg havde fået viden om, hvordan virksomheden Disney har prioriteret deres indkøb af licenser i forhold til økonomi. I opgaven har jeg derimod lagt vægt på Disneys branding, storytelling og målgruppe i forhold til deres strategi.

I stedet for at en analyse af to reklamefilm kunne jeg havde valgt to spillefilm fra forskellige perioder i Disneys katalog og sammenlignet dem i forhold til Disney som virksomhed, og hvordan de har ændret sig gennem årene.