

# Vinglepetter til radio – med stor suksess!

Fjordland har høy kjennskap blant forbrukerne og Vinglepetter er et innarbeidet konsept på TV. I 2008 bestemte Fjordland seg for å videreføre konseptet til radio som et salgsutløsende medie.

Dette var hovedsakelig basert på at radio er knyttet tett opptil kjøpstidspunktet for dagligvarer, og skaper top-of-mind før forbrukeren befinner seg i butikken.



Dette velkjente konseptet fikk umiddelbart høy oppmerksomhet blant lytterne. 74 % av P4s lyttere husket i etterkant å ha hørt spottene på radio, hvilket er et svært godt resultat.

I etterkant ble det også dokumentert at andelen som kjøpte ferdigretter minst én gang i uken var 31 % høyere blant dem som hadde hørt spotten.

Radioreklamen var godt likt og budskapsforståelsen i henhold til strategien.

Resultatene viser også at 6 av 10 vil velge Fjordland neste gang de skal kjøpe ferdigmat.



## Visste du at:

... radio er det mediet som har høyest dekning opp mot kjøpstidspunkt for dagligvarer.