

# Joker - unik posisjon og doblet kjennskap

Joker har på tre år doblet kjennskapet og økt preferansen til nærmatkjeden ved bruk av radio understøttet av avis og DM.



## Lokalkampanje

Joker har tatt en unik posisjon som nr. 1 på service ved hjelp av et godt og tydelig radiokonsept, der de har brukt lokale Joker kjøpmenn i spottene.

## Harde fakta

Kjennskapet har økt fra 17% - 34 % på tre år.

I Jokers distribusjonsområde prefererer 40 % Jokerbutikkene.

## Tall fra Joker for 2008

Omsetningsøkning på 7,91% (i forhold til sammenlignbare butikker)

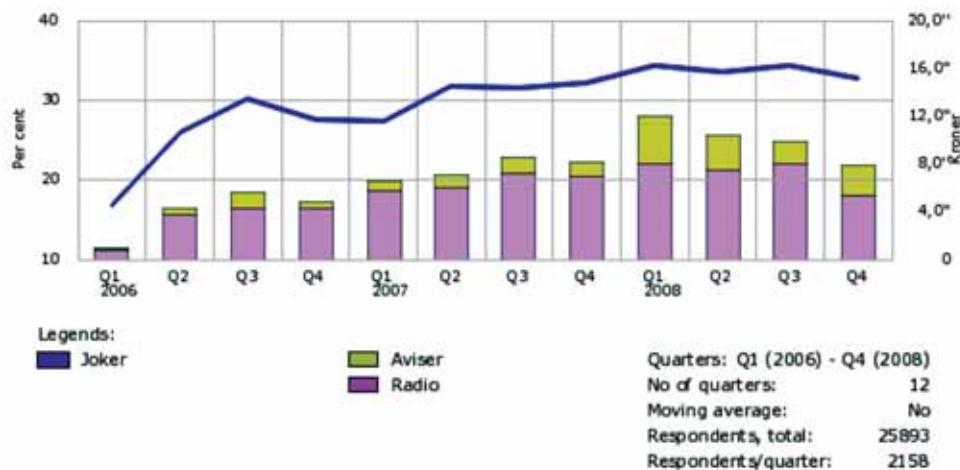
Snitthandelen har økt med kr. 5,-.

Joker har hatt 2 millioner flere kunder enn samme tid i fjor.

Bruttofortjenesteøkning på 0,20% i forhold til 2007.

Reklamebyrå er Alle gutta og mediebyrå MediaEdge: CIA

## Kjennskap i Jokers distribusjonsområde



## Kommentar:

– Et godt og tydelig radiokonsept understøttet av avis og DM har gitt oss fantastiske resultater. Vi nådde målet om å bli best på service to år før forventet. En doubling av kjennskap, pluss at flere vil vurdere Joker, har gitt oss gode resultater på omsetning, sier Roy Hval, marketingsjef i Joker