



37% høyere salg enn forventet

If solgte forsikringer til unge mennesker med P4. Nylanseringen av ungdomsproduktet If Start gikk langt bedre enn forventet. Etter lanseringen våren 2006 har If Start hatt en svært god salgsutvikling, og kampanjen fikk virkelig fart på salget.

Ungdom

Evalueringer vi har gjort viser at radiospottene fungerte svært bra i den unge målgruppen, sier kampanjeansvarlig Cathrine Barth i If. P4 er den klart største radiokanalen i Norge i målgruppen 18-40 år, med en markedsandel på 42%.



Månedens radiospot

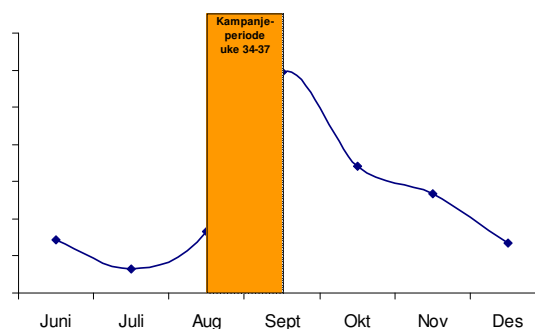
Forsikringsprodukter har generelt en lav interesse blant folk flest. Med blant annet nytt radiokonsept har If klart å vekke interesse i målgruppen og kommuniserer forsikringsprodukter på en enkel og sjarmerende måte. If vant forøvrig sølvmikrofonen i november for en av sine radiospotter.

Radiokonseptet har den samme røde tråden som annen kommunikasjon i feks TV, print og nett, med risikovurderinger som tema. Konseptet er både annerledes og sjarmerende, noe som appellerer til kundene.

Høyere salg enn forventet

If Start som er et nytt forsikringsprodukt for unge mennesker i etableringsfasen ble lansert våren 2006. Det ble satt et salgsmål for utgangen av 2006 som ble slått med god margin. 37% høyere salg enn forventet ble resultatet når året var omme.

Den store salgstoppen kom i perioden If blant annet var på lufta på P4 (se graf).



Grafen viser salgsutvikling av If Start våren og høsten 2006, og kampanjeperioden i eksterne medier.

I tillegg til radio ble det også brukt internett, print og buss-reklame.

Kommentar:

- Tenk nytt og annerledes enn konkurrentene. Et komplekst produkt trenger ikke bety kompleks kommunikasjon.

Visste du at: ... 42% av all radiolytting i målgruppen 18-40 år er på P4.

Kilde: TNS Gallup