

Leiv Vidar i tabloidkanalene VG og P4

Leiv Vidar oppnådde en meget sterk reklameoppmerksomhet på 60 prosent i sin målgruppe ved å bruke tre mediekkanaler som spiller godt sammen, VG, VGNett og P4.

60 prosent oppmerksomhet

Å treffe store deler av sin målgruppe, betyr som oftest å gå bredt ut i de store massemediene hvor TV er et av disse. TV er et kostbart medium og kan fort spise opp store deler av markedsbudsjettet. Det finnes likevel mediekombinasjoner som kan konkurrere om dette, slik som kombinasjonen VG, VGNett og P4. I disse kanalene treffer man svært bredt og oppnår rask dekning, samtidig som det er mulig å være lenge tilstede med høy frekvens.

Leiv Vidar valgte denne løsningen og fikk så mye som 60% oppmerksomhet på sin kampanje.

- Som medierådgiver er det viktig å se alternative løsninger og løsninger som kan være mer effektivt enn det opplagte, sier medierådgiver Egil Storaas.

Sterke kreative løsninger

En forutsetning for å lykkes er også at man har gode kreative løsninger som utnytter de valgte mediekkanaler på best mulig måte.

I en undersøkelse som ble gjort i forbindelse med denne kampanjen kom det frem at 91 prosent i målgruppen mente at reklamen skilte seg positivt ut fra annen reklame.

Videre var det 96 prosent av målgruppen som også syntes de var morsomme.

- Så positiv respons på reklamen er ikke så vanlig å se, sier konsulent Eivind Moe i Try Reklamebyrå. Det er tydelig at vi har truffet målgruppen med et relevant budskap på en måte de liker, sier han videre.

Differensier

Kampanjen skiller seg svært positivt ut fra reklamekampanjer for konkurrentene. Hele 74% mener den skiller seg positivt ut.

Det er også 13% flere som vil preferere å kjøpe Leiv Vidars pølser etter kampanjen. Det viktigste elementet ved en kampanje vil være å bidra til styrket preferanse til et merke som igjen kan gi seg utslag på salget.



Reklamebyrået for Leiv Vidar er TRY reklamebyrå.

:kommentar

- Tenk alternative mediekombinasjoner.
- Velg kreative løsninger som henger sammen og utnytter det beste i alle kanaler

Visste du at: ... 22% eller over 800 000 nordmenn spiser pølser en eller flere ganger i uken. 51% eller 2 millioner nordmenn spiser pølser en gang i måneden eller oftere.

(kilde: TNS Gallup, F&M).