



B2B: Tredoblet kjennskap

Xtra personell hadde stor suksess i sin kommunikasjon mot bedrifts-markedet i 2004. Med kombinasjonen Dagens Næringsliv og P4, tredoblet de kjennskapen til merkenavnet!

Suksessrik mediekombinasjon

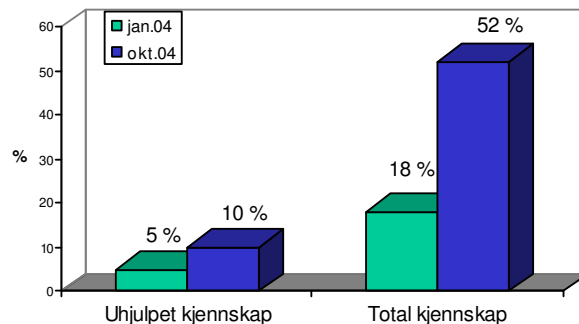
I 2004 valgte Xtra Personell å benytte P4 i kombinasjon med Dagens Næringsliv i sin kommunikasjon mot bedrifts-markedet. Målgruppe var nærmere bestemt innkjøpere av bemannings- og vikartjenester.

Med visjonen "Enklere bemanning" var hovedmålet å øke kjennskapen til merkenavnet. Med en tredobling totalt og dobling av uhjulpert kjennskap, kan man trygt slå fast at annonseringen var svært effektiv!

Radio "utløste suksessen"

I tillegg til den kraftige kjennsøkningsøkningen, oppnådde Xtra Personell også en signifikant økning i vurdering og preferanse.

- Det er den totale påvirkningen, gjennom alle mediene, som skaper resultater, men ettersom radio var eneste nye medium, er det rimelig å anta at radio bidro spesielt til de gode resultatene, sier byråleder Kjetil Væhle i reklamebyrået TBWA.



Viderefører markedsføringen

Etter de gode erfaringene fra 2004, har Xtra Personell besluttet å videreføre markedsarbeidet i 2005.

- Vi er svært fornøyd med de resultatene vi oppnådde i 2004, og føler at DN og P4 har vært en lykkelig kombinasjon for oss, sier adm. dir. Kristian Fæste i Xtra Personell.

- TBWA har vært ansvarlig reklamebyrå
- OMD har vært ansvarlig mediebyrå
- Norsk Statistikk er ansvarlig for testing

Kommentar:

- Radioannonsering kan beviselig også benyttes med suksess mot bedrifts-markedet
- Kombiner flere medier – det bedrer som oftest påvirkningskraften

Visste du at: ... 29 % (173 000) av topp- og mellomlederne i Norge lytter til P4 hver dag? I løpet av en uke lytter 49 % (350 000) til P4. Til sammenligning leser hhv. 19 % av målgruppen Dagens Næringsliv og 8 % Finansavisen daglig.