

MAXI - økte julesalget av fiskegrateng med 703 %

Maxi økte salget av God Gammeldags Fiskegrateng med fantastiske 703 %. Kampanjen var Maxi sin faste kundeavis og en radiokampanje på P4 som knyttet seg til annonsen i kundeavisen.

Radio + DM = sant

I uke 39 hadde Maxi God Gammeldags Fiskegrateng i kundeavisen, og oppnådde gjennom det en omsetningsøkning på 422%.

I uke 50 var Fiskegrateng igjen i kundeavisen, men denne gang til 1 krone billigere samtidig som det gikk spotter på P4. Da økte salget med fantastiske **703%**. Alt annet var likt, bortsett fra at tilbudet i kundeavisen ble støttet med kampanjen på P4.

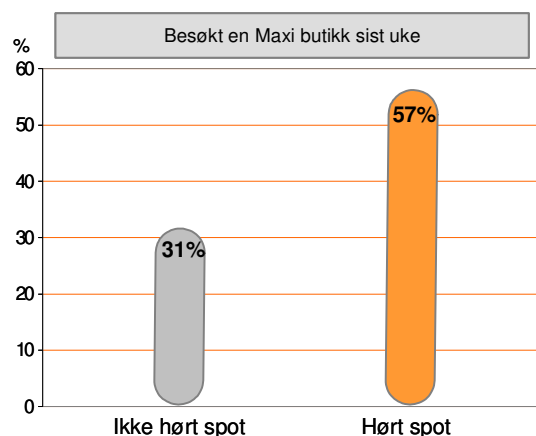
- Vi ser at radiokampanjen på P4 har hatt en god tilleggseffekt til kundeavisen vi sender ut, sier Pia Martinsen Mellbye, Markedssjef i Maxi.

Høyere kjennskap blant lytterne

Kjennskapen til butikkjeden Maxi er også betydelig høyere blant de som har hørt spotene på P4. Av de som har hørt spotene på P4 er uhjulpen kjennskap til Maxi 19%, mens den er 10% blant de som ikke har hørt spotene.

Maxi butikkene er ICA Norges stormarked konsept. Det er pr. august 2003 13 Maxi butikker i Norge.

Mediebyrået er Initiativ Universal Media.



Kilde: Intera ResearchLab 2003

Av de som sier de har besøkt Maxi sist uke, er det dobbelt så mange som har hørt radioreklamen på P4 enn de som ikke har hørt den. Dette indikerer veldig sterkt at radioreklamen har bidratt til økt trafikk til Maxi butikkene.

-Vi er veldig godt fornøyd med resultatene vi har hatt ved bruk av radio og kommer til å bruke radio fremover også, sier Mellbye til slutt.

:kommentar

- Radio gir ekstra oppmerksomhet til en DM
- Radio treffer forbrukeren før han eller hun går i butikken

Visste du at: 88% benytter bil når de gjør innkjøp, P4 er Norges største bilradio.