

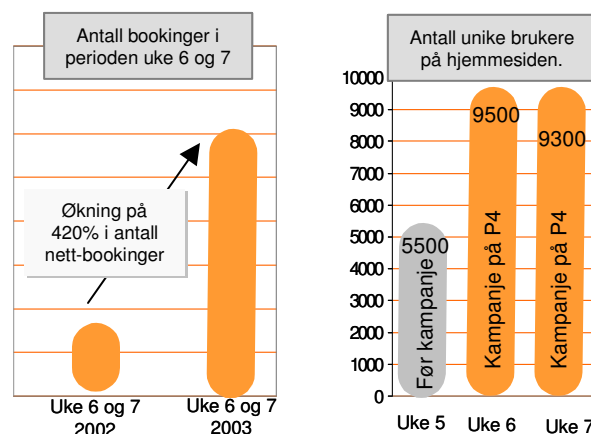
Firedoblet antall bookinger!

DFDS Seaways fikk fire ganger så mange bookinger på nettet i kampanjeperioden hvor de brukte P4 og Internett, sammenlignet med samme periode i fjor (+420%).

Å knytte budskapet i noen radiospotter som blir sendt på P4 opp mot en nettside har vist seg å fungere meget bra for flere av våre annonsører. Så også for DFDS Seaways.

DFDS Seaways gjennomførte i uke 6 og 7 en kampanje på P4 hvor de annonserte for ulike tilbudsprodukter. Kampanjen ble også støttet av noe print og annonsering på ulike nettaviser. Investeringen på radio var omtrent fem ganger høyere enn det var for print og internett. Resultatet av dette var nær en dobling av antall unike besøkende på hjemmesiden i de to kampanjeukene. Halvparten av de produktene som ble respondert på, var direkte knyttet opp til radiokampanjen, mens resterende var tilbud som lå på nettsiden.

Utover antall besøk og bestillinger, så har DFDS Seaways merket en stor pågang via mail og på telefon på deres tilbud til København.



Reklamesjef Tom Furuholt i DFDS Seaways sier at enkelte produkter i februar og mars er noe vanskeligere å selge på grunn av årstiden. –Vi er veldig godt fornøyd med radio/internett kampanjen, spesielt tatt i betraktning at disse produktene ble tilbudt med kort bestillingstid i det som er DFDS sin lavsesong på Oslo-København ruten.

:fakta

- Annonsering på radio kan skape stor trafikk til en nettside.
- Når man lytter til radio, er det svært mange som har Internett lett tilgjengelig.

Visste du at: ... av de som bruker Internett daglig, lytter 65% ukentlig til P4. Av de som bestiller varer/tjenester på Internett minst én gang per måned, lytter 66% ukentlig på P4. Anslagsvis 1 av 3 som bruker Internett, lytter samtidig til radio.