

## 12 spotter på P4 ga 360 rombestillinger

**Gudbrandsgard Hotell på Kvitfjell hadde ledig kapasitet på en del rom en helg i februar 2002. Dette ble oppdaget i siste liten, og de bestemte seg for å kjøre noen få spotter på P4. Det ble avviklet 1 spott i hver daypart frem til 20:00, mandag - onsdag før helgen, i alt 12 spotter.**

Administrerende direktør Anstein Krekke på Gudbrandsgard Hotell kunne fortelle at de hadde problemer med kapasiteten for å besvare alle telefonene. Ved alle telefoner som kom inn, ble det stilt kontrollspørsmål om de hadde hørt spotten på P4.

De kunne dokumentere at 95% av alle telefonene var relatert til kampanjen som gikk på P4. Krekke sier videre at han også er overrasket over "levetiden" til kampanjen.

Uten å ha eksakte tall vet han at mange av rombestillingene i den senere tid, har kommet på bakgrunn av kampanjen på P4.

Bakgrunnen for at kampanjen ble kjørt, var en misforståelse i bookingen.



En bedrift som skulle være tidlig ute og booke 40 rom for februar 2003, ble misforstått og ble booket for februar 2002 i stedet. Ett år for tidlig med andre ord. Det morsomme var at denne misforståelsen la grunnlaget for den kreative utformingen av spotten.

Så effektivt kan radio være, når det gjøres på riktig måte.

### **:fakta**

- Har man et enkelt og godt budskap, kan man få god effekt med små budsjetter.

**Visste du at: ...66% av aller nordmenn i alderen 20-50 år lytter på P4 hver uke og de lytter i gjennomsnitt 3 timer hver dag.**