

BRAATHENS **doblet salget med Internett og radio**

Med en relativt liten investering i media femdoblet Braathens trafikken på sin kampanjedag og doblet salget av sommertilbudet, i forhold til samme periode i fjor.

Målsetting:

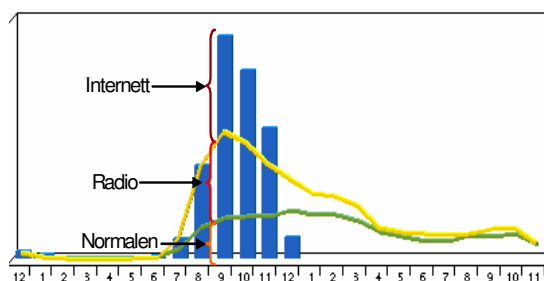
1. Øke trafikk til braathens.no
2. Øke salg av flyreiser i forbindelse med sommerkampanje

Kampanje: Det ble kjørt 6 radiospotter hver av de 5 kampanjedagene. Det var en kampanjedag hver uke og spottene gikk fra kl. 07.00 til 09.30. Fra andre kampanjeuke ble det i tillegg kjørt nettannonsering fra kl. 09.00 til 12.00.

Av andre aktiviteter gjennomførte Braathens en profilkampanje på radio i samme periode.

Resultater: Nettrafikken ble umiddelbart **doblet** i det øyeblikk radiospottene ble kjørt første gang. Med nettannonseringen, skjer det en ytterligere dobling av antall besøk.

Men radio og nettannonseringen utfyller hverandre, noe som innebærer totalt en **femdobling** av antall besøk på siden.



Den gule linjen er forrige onsdags trafikk (med radiospotter). Normalen er den grønne linjen, som viser trafikk uten mediestøtte.

De blå søylene viser dagens trafikk, støttet av både radiospotter og annonsering på Internett. Det var likt trykk på radio begge dagene.

Det kan antas at det meste av trafikken over gul linje er generert via nettet.

Den økte trafikken til nettsiden, førte til at Braathens **doblet salget** av sitt sommertilbud, sammenlignet med fjoråret.

Mediebyrået er OMD og reklamebyrået er Dinamo. Kilde: Braathens.

:kommentar

- Veldig mange konsumerer radio og Internett på samme tid

Visste du at: ...258 000 av P4s ukentlige lytter bestiller eller kjøper varer på Internett, 1 gang i måneden eller oftere. 2,2 millioner bruker Internett hjemme, 1,4 millioner bruker Internett på jobb og 460 000 bruker Internett på skole. Av de som bruker Internett daglig, lytter 65 % ukentlig til P4.