

## FUJIFILM

**Fuji Film har økt salget av digitale kameraer med fantastiske 170 % i første kvartal i 2003. Med en kampanje på P4, i Dagbladet og med bussreklame har Fuji Film trukket folk til butikk og skapt mye oppmerksomhet til sine digitale kameraer.**

Markedet for digitale kameraer har økt med 50 % i første kvartal 2003. Fuji Film bidro sterkt til denne trenden og kan melde om en salgsøkning på fantastiske 170 %.

Fuji Film hadde en kampanje på P4 ved årsskiftet, i tillegg til at de sponset VM i skiskyting i mars.

Fuji Film har hatt sterkt fokus på digitale kameraer den siste tiden. For å etablere seg i markedet for digitale kameraer, valgte de å være tilstede på P4 i tillegg til annonsering i Dagbladet og noe bussreklame. En viktig faktor for å selge flere kameraer har også vært et betydelig fokus på sisteledd og butikkaktiviteter. Markedsdirektør Rolf Erik Smith i Fuji Film er selv meget tilfreds med kampanjen for digitale kameraer.



–Med en slik salgsøkning kan man ikke være annet enn godt fornøyd.

–Det har vært en god erfaring å bruke radio for første gang, og alt tyder på at det har gitt oss god uttelling. Det fokuset vi har hatt på sisteledd har vært veldig viktig i tillegg til kommunikasjonen i media, sier han til slutt.

### **:kommentar**

- Tenk helhet i kampanjen, involver alle ledd
- Motiver salgsapparat og sisteledd for å få full uttelling på kampanjen



**Visste du at: ... 77% eller 1,4 millioner av P4s ukentlige lyttere er litt eller meget interessert i fotografering. 45% fotograferer én gang i måneden eller mer.**