

VITA Tredoblet salget etter radio og DM kampanje

Vita annonserte for slankeproduktet Mela Slim på P4 og gjennom utsendelse av en Vita-posten (DM). Over en 2 ukers periode solgte de tre ganger så mye som i de to foregående ukene hvor de ikke var tilstede med noe annonsering.

Radio ble benyttet i kombinasjon med Vita sin egen DM, Vita-posten, for å støtte oppunder denne å skape en tilleggsoppmerksomhet i perioden.

Målgruppen for kampanjen var kvinner 30-50 år og fokuset for kampanjen var Mela Slim som er et slankeprodukt. I tillegg til produktspotene for Mela Slim, var det en del spotter som gikk for Vita kjeden generelt. Det gikk totalt 67 spotter på P4 i perioden over to uker. Vita-posten ble sendt ut i den første av disse to ukene.

- Vi er svært fornøyd med kampanjen og ser helt klart at kombinasjonen av radio og DM fungerer godt for Vita, sier Administrerende Direktør i Vita Johannes Sangnes.



Det er radioproduksjonsbyrået VMP som har laget spotene.

:kommentar

- Kombinasjon av flere medier gir bedre resultater
- Få mer igjen for investeringen i DM ved å støtte med radio

Visste du at: ... 711 000 av P4s ukentlige lyttere bruker body lotion en gang i uken eller oftere. 1,6 millioner av P4 lytterne bruker shampo en gang i uken eller oftere og over en halv million lyttere bruker after shave en gang i uken eller oftere.