

# VITA Sminker seg med radio

Vita sender jevnlig ut sin kundeavis Vita-bladet som de støtter med radio i enkelte perioder og salget øker signifikant. Vita har også testet ut radio alene, og med den siste kampanjen økte salget av Max Factor mascara med 242%!

## Økte salget med 242%

Vita har i 2007 gjennomførte flere kampanjer på P4 for å lære mer om hvordan radio kan spille sammen med øvrige aktiviteter og da spesielt Vita-bladet.

Erfaringene har vært svært gode, både når det gjelder radio som støtte medie til Vita-bladet og radio alene som salgsutløsende kanal.

Kampanjen hvor radio var eneste mediekanal bidro til en vekst for Max Factor mascara på 242% og Max Factor Lipfinity med 152%

-Vi lever av salg og er helt avhengig av å se salgsresultater av våre investeringer. Med slike resultater er det ingen tvil om at vi får valuta for pengene sier markedsjef Irene Tiltnes Nordvik i Vita.

## Gode erfaringer

Vita har valgt å dokumentere effekten av kampanjene gjennom undersøkelser i samarbeid med P4. Reklameoppmerksomheten og budskapsforståelse har økt gjennom året og kommet på et høyt nivå. 34% av P4-lytterne husker å ha hørt radiospoten til Vita.

Vita brukte den kjente Max-Factor make-up artisten Jan Thomas i sine radiospotter noe som sannsynligvis har bidratt til økt oppmerksomhet.



Det er radioproduksjonsbyrået Wirkola som har laget spotene. Mediebyrået er Mediaedge CIA.

## :kommentar

- Radio egner seg godt til å skape trafikk til butikk
- Radio kan forsterke og forlenge investering i andre medier

**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.