

TV3 ØGER DÆKNING OG EFFEKTIVITET PÅ ALLE PLATFORME

Cross Device, ejerskab

SITUATION

TV3 har en bred portefølje af TV-programmer, som alle har højt kendskab i Danmark. TV3 ville derfor skabe ekstra opmærksomhed på programmerne for at øge antallet af seere.

LØSNING

For at skabe ekstra opmærksomhed benyttede TV3 Ekstra Bladets dominerende formater på alle de digitale platforme – alt sammen på samme dag! Tilstedeværelse på alle platforme gav TV3 en kampagne, der viste synergieffekt på tværs af platforme, samt nettodækning med højere effektivitet.

TESTIMONIAL

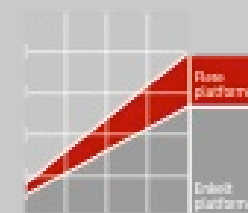
Ekstra Bladets platforme er virkelig effektive til at skabe synlighed omkring vores programflade og vi bruger dem meget ofte. Vi er derfor også glade for at kunne se den tværmediale synergi, hvilket bekræfter vores beslutning om at være tilstede på alle platforme – på samme tid.
- Lars Dyrmann, Kommunikationschef, TV3



Ejerskaber på flere platforme giver en effektiv nettodækning, da 70 % af brugerne kommer fra én platform



Brugere som eksponeres på flere platforme er 23,8% mere opmærksomme på kampagnen end brugere der kun er eksponeret på én platform



Effektiviteten af eksponeringer er 20% højere ved tilstedeværelse på flere platforme end ved én platform