

# TABLET SKABER HØJ ERINDRING

Alle platforme + web tv,

## SITUATION

Dokumentere effekt på kampagneniveau – ift. bl.a. erindring opmærksomhed og ikke mindst adfærd på baggrund af en kampagne.

## LØSNING

- Kampagnetest med Neteffekt, der netop giver os viden om effekten af de enkelte kampagner

## TESTIMONIAL

8 ud af 10 bruger tabletten til at undersøge produkter inden køb. Tendensen er, at begge de mobile platforme i højere grad benyttes til branding af virksomheden – samtidig med at de fungerer fint som trafikskaber. Vi oplever en kraftig vækst i trafikken på vores site. En tilstedeværelse på de mobile platforme er en nødvendighed, og et område man ikke umiddelbart kan tillade sig *ikke* at have en strategi omkring.

- Anders Ovesen, Salgschef, Ekstra Bladet Salg, Mobil



**23% husker kampagner på tabletten**

**- På desktop er det 18%**

## BRUG DEN KREATIVE PLADS OPTIMALT PÅ TABLETTE

Vi ser højere test resultater når:

- Budskabet er nemt og enkelt at afkode
- Banneret er dynamisk
- Placeringen og timingen er nærværende og relevant
- Eksempel: PC tilbud op til skolestart