

DAGBLADE FORTSÆTTER MED AT SKABE EFFEKT - SKABER MARKANT ØGET SALG

Print (JP, Pol, EB), helside

SITUATION

Mediebilledet bliver stadig mere komplekst. Nye medier og annoncemuligheder opstår hele tiden, og alternativerne for annoncører er i dag flere end nogensinde. Når mediebilledet bliver mere og mere komplekst at navigere i, er det ofte vigtigt at stoppe op og spørge sig selv: Hvad ved vi egentlig, og hvad virker?

LØSNING

- Samarbejde med Jyllands-Posten og Politiken
- Dagblade alene blev brugt i en kampagne, for at være helt sikre på at kunne isolere effekten.
- Ukendt virksomhed, kun via dagblade, skulle introducere et nyt produkt i en kampagne

TESTIMONIAL

Baseret på de sidste 10 ugers salg indtil uge 52, har D Aquavit opnået den fornemme placering som "nummer ét" i rækken af nylancerede produkter i hele spirituskategorien!

- Niels Hvas, Category Buyer, Wine & Spirits, Føtex

DEN NY SPRITFABRIK A/S MED PATENT PÅ DEN RENE NYDELSE

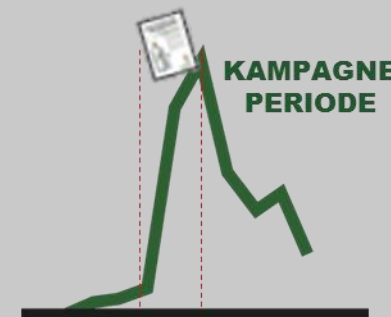


Stigning i kendskab til D Argentum fra 4% til 33% efter endt kampagne

+804%



Trafikken på kundens site steg med 607% og kulminerede med en stigning på 804% i uge 48 ift. perioden før kampagnen



I kampagnens første uge steg salget med 698% ift. ugen før. I den anden uge kulminerede salget med en stigning på 859%