

DOMINEREDE DIGITALE DISPLAY FORMATER SKABER HØJ ERINDRING OG HØJ EFFEKT

TV, outdoor og digital display, cross device

SITUATION

En ny streaming tjeneste skulle lanceres på det danske marked, som er præget er af høj fragmentering og få store spillere.

LØSNING

For at skabe kendskab til streaming tjenesten blev kampagnen afviklet med et højt tryk på TV suppleret med outdoor og dominerende digitale display formater.

FINDINGS

Med dominerende digitale formater skabte annoncøren høj erindring – en erindring på niveau med outdoor og tæt på TV. Men yderligere end det, skabte digitale display formater højere købsintention og konverteringer end de traditionelle kanaler.

Alt sammen skabt på et langt lavere budget end TV og outdoor.



Digitale display formater skabte højere adfærd end de traditionelle kanaler TV og outdoor. Næsten dobbelt så mange konverteringer blev der skabt vha. digitale display formater sammenlignet med hhv. outdoor og TV.



15%

erindrer kampagnen fra de digitale display formater