KAMPAGNEN-ANALYSE

KAMPAGNENANALYSE RADIO (KARA)
AUGENOPTIKER, 2024

ARD MEDIA

KARA FÜR AUGENOPTIKER

AUGENOPTIKER BEWIRBT GLEITSICHTBRILLEN IM RADIO

Klare Sicht nah oder fern

„ERLEBE KLARE SICHT NAH ODER FERN!“

Mit dieser Aufforderung bewarb ein Augenoptiker in einer zweiwöchigen Kampagne individuelle Gleitsichtbrillen. Im Rahmen der bundesweiten Aktion wurden entsprechende Modelle zu einem attraktiven Preis angeboten. Genauso wie der Blick durch eine maßgeschneiderte Brille bestach der Spot in puncto Gestaltung und Aussage durch seine Deutlichkeit und Brillanz.

Den Erfolg der Kampagne dokumentiert eine kampagnenbegleitende Befragung von Personen zwischen 14 und 69 Jahren. Beeindruckende 6,87 Millionen Personen zusätzlich erinnerten sich an Werbung des Augenoptikers (+ 24 %). Für 3,22 Mio. Personen kam infolge der Kampagne der Kauf von Brillen oder Kontaktlinsen bei dem werbenden Händler infrage (+ 10 %). Das wichtigste Ergebnis war wahrscheinlich aber, dass 5,11 Millionen sich merkten, dass der Optiker individuelle Gleitsichtbrillen anbietet (+ 18 %). Ein Uplift, der zeigt, wie erfolgreich man mit Radio aktuelle Angebote promoten kann.

ARD MEDIA

RADIO WIRKT

WERBEEFFEKT FÜR AUGENOPTIKR

#1 WERBEERINNERUNG

„Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für … gehört, gesehen oder gelesen?“

+6,87 Mio.

#2 RELEVANT SET

„Käme ein Kauf von Brillen oder Kontaktlinsen bei … für Sie grundsätzlich in Frage?“

+3,22 Mio.

#3 IMAGE

Zustimmung „… bietet individuelle Gleitsichtbrillen“

+5,11 Mio.

Darstellung als Index | Ausgangswert = 100
Quelle: ARD MEDIA KARA 2024 | n = 531 | repräsentativ für Personen 14-69 Jahre, bundesweit

ARD MEDIA

DEIN ANSPRECHPARTNER

Hans-Peter Gaßner
Advertising & Market Insights
Telefon: +49 (0)69 / 15424-137
Mobil: +49 (0)160 / 5833664
hans-peter.gassner@ard-media.de

ARD MEDIA