

Direkte reklamekampanje skapte resultater for butikkjeden Land & Fritid

Land & Fritid ønsket å sende en direkteklamekampanje til en stor kundegruppe for å skape oppmerksomhet og få flere kunder i butikkene.

Det ble starten på utviklingen av en morsom idé og et grafisk uttrykk som var mer bemerkelsesverdig enn en tradisjonell konvolutt. Land & Fritid måtte skille seg ut fra mengden trykksaker som lander i postkassene – uten at det resulterte i store fraktkostnader.

Resultatet ble en forhåndstrykt papirinnpakning (paper wrapping) av en åtte siders trykt brosjyre med en rabattkupong til Land & Fritids fysiske butikker.

Rabattkupongene ga kunder i butikkene

Land & Fritid oppnådde positive tilbakemeldinger – spesielt fra butikkene, som opplevde kupongløsningen som «lett og enkel å håndtere og implementere». Kupongene lokket også flere kunder til butikkene – og skapte dermed økt omsetning.

Vi er veldig fornøyd med kampanjen og resultatene den skapte. Kupongløsningen var en suksess. På nåværende tidspunkt er det løst inn nærmere 9.000 kuponger.

Charlotte Jørgensen Thoft-Christensen
Markedsføringssjef

Kundene engasjerte seg i kampanjen

I kjølvannet av kampanjen uttrykte kundene stor entusiasme for dyrene som fungerer som grafisk element i kampanjen – og det ønsket Land & Fritid å bygge videre på. Derfor oppfordret butikkjeden kundene til å skrive et lite sitat på en gul post-it som beskrev besøket deres i butikken.

I etterkant ble det trykt 3.000 «Livet på Landet»-plakater med de populære dyrene og utvalgte sitater som kundene kunne hente gratis i butikkene.



