



# TV GENERERER SALG

Salgsmodellering for



Danmarks største fællesskab

# SALGSMODELLERING HANDLER OM FOKUS PÅ BUNDLINIEN



Traditionel effektmåling  
(Interviewdata)

Økonometrisk effektmåling  
(Salgsdata)

*Marketing skal betragtes som en investering og effekten måles som et afkast*



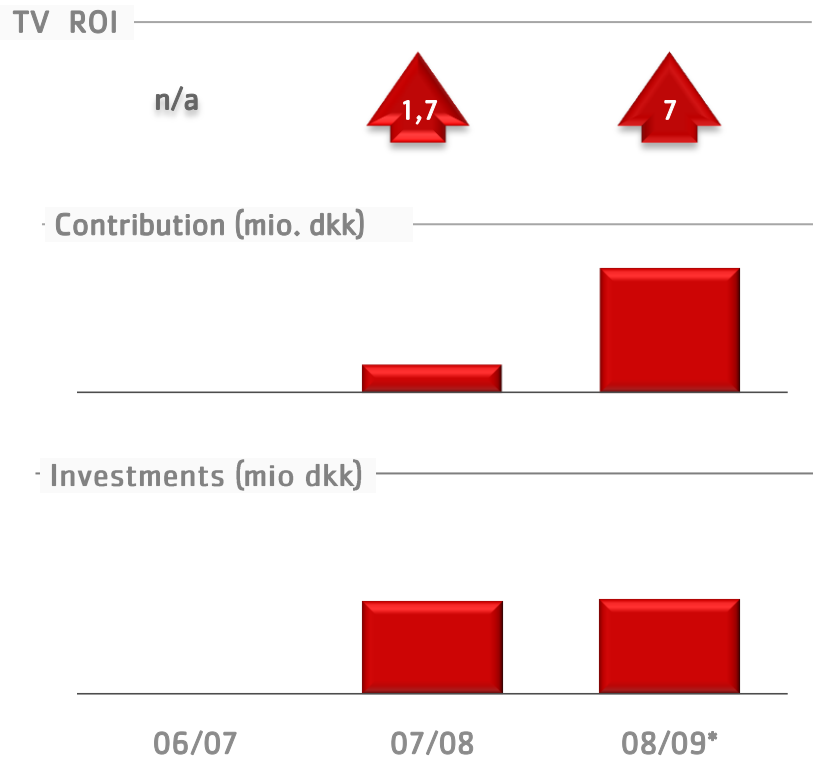
# Fleggaard har succes med det nye TV univers



Danmarks største fællesskab

# FLEGGGAARD ØGER INDTJENING PÅ TV ANNONCERING

Kilde: Ohal



- For hver krone Fleggaard brugte på TV i '08/'09, fik de 7 kroner tilbage i mersalg.
- '07/'08 var første år med TV og stod derfor for det grundlæggende kendskab som Fleggaard kan profitere på i '08/'09

\* Budgetår 08/09 kun til og med juni 2009






Danmarks største fællesskab

# TV OG ONLINE SKAL HAVE MERE BUDGET

Kilde: Ohal

Mediegruppe	Andel budget	Anbefaling
TV	31 %	Øge andel
Print	5 %	Vedligeholde andel
Online	1 %	Øge andel
Tilbudssaviser	63 %	Vedligeholde andel

TV og Online er de eneste medier, som Fleggaard bør øge investeringen på

-  = øge andel
-  = vedligeholde andel
-  = mindske andel



Danmarks største fællesskab