



KOLDING STORCENTER

Salgsmodelleringscase

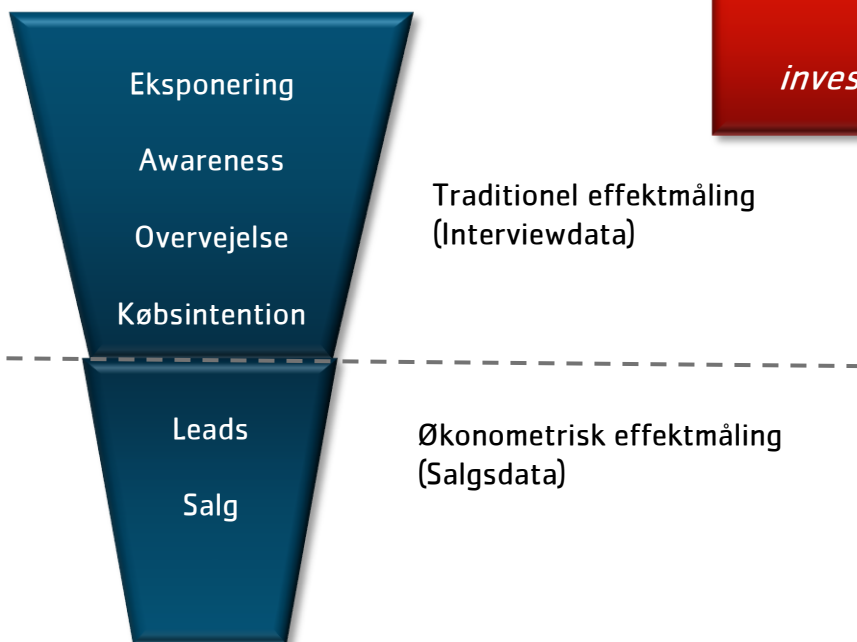


120 SPECIALBUTIKKER - BILKA / BIOCENTER KOLDING
2500 GRATIS P-PLADSER



Danmarks største fællesskab

SALGSMODELLERING HANDLER OM FOKUS PÅ BUNDLINIEN



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



TV VIRKER GODT FOR

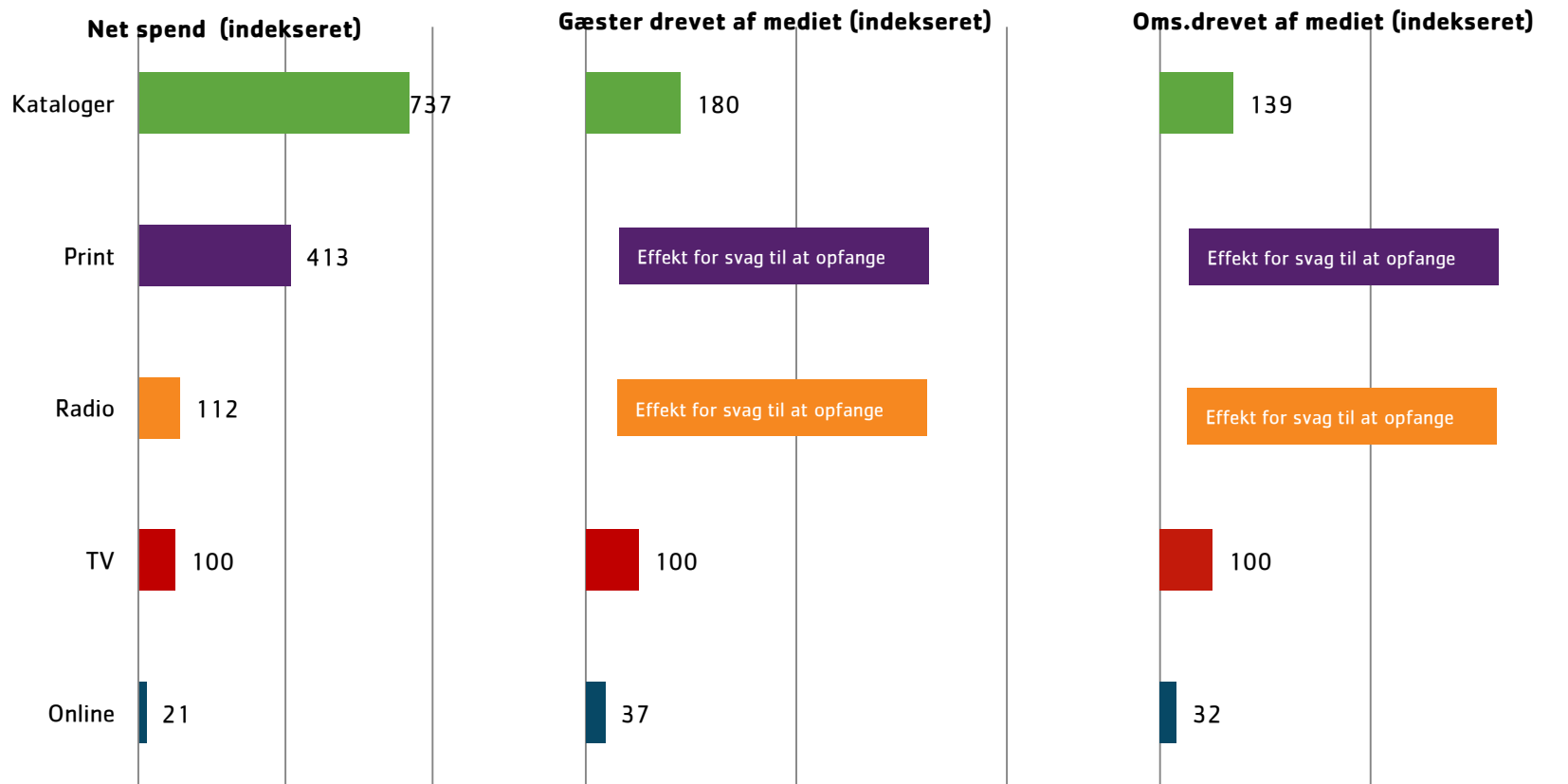
Kolding Storcenter



Danmarks største fællesskab

PÅ TRODS AF AT PRINT FÅR STØRRE BUDGETANDEL END TV, ER EFFEKTEN AF PRINTINVESTERINGEN FOR SVAG TIL AT OPFANGE

Kilde: ohal






Danmarks største fællesskab

Mediespend uden produktionsomkostninger
(heller ikke for katalogerne)

TV SKAL HAVE STØRRE BUDGETANDEL MENS PRINT SKAL TILDELES EN MINDRE ANDEL

Kilde: ohal

Mediegruppe	Indekseret net spend	ROI	Anbefaling
TV	100	39	
Kataloger	737	7	
Online	21	57	
Print	413	Effekt for svag til at opfange	
Radio	112	Effekt for svag til at opfange	

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



Danmarks største fællesskab