

TV SYD ØGER KENDSKABET TIL SYD ENERGI

“Syd Energi Synger”



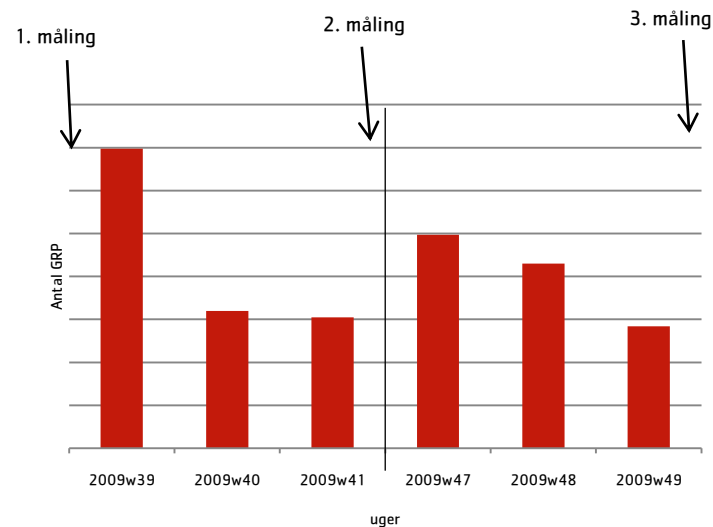
Danmarks største fællesskab

SYD ENERGI SYNGER PÅ TV SYD

I 2009 annoncerede Syd Energi på TV Syd med reklamefilmen "Syd Energi Synger" med ønsket om at øge kendskabet til virksomheden og dennes produkter

Kampagnerne kørte i to bursts i ugerne 39-41 og 47-49

Målingerne blev foretaget i ugerne 30, 42 og 50



Danmarks største fællesskab

DET UHJULPNE KENDSKAB TIL SYD ENERGI ER STEGET SIGNIFIKANT

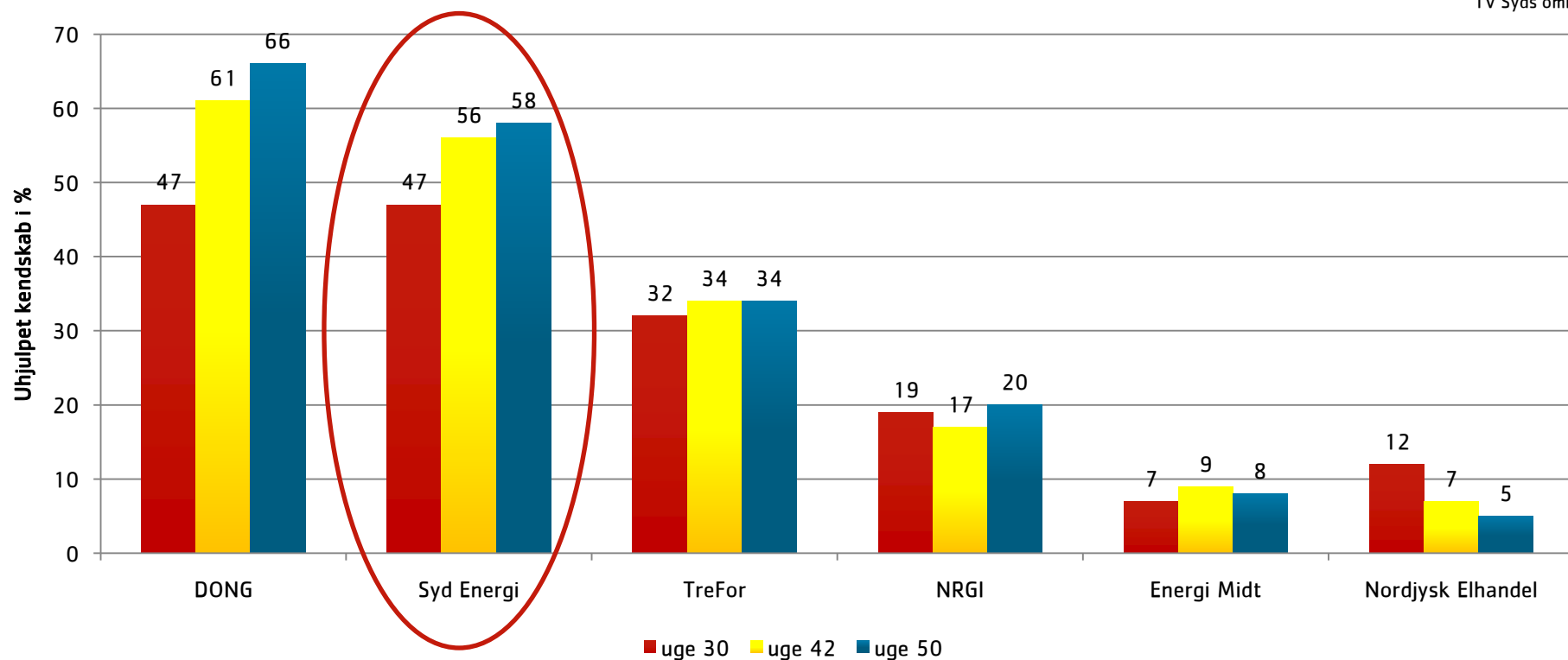
Kilde: Wilke

Antal interviews:

uge 32 = 303, uge 42 = 311, uge 50 = 305

Målgruppe: Personer +30 år som bor i ejerbolig i

TV Syds område



Danmarks største fællesskab

DET HJULPNE KENDSKAB TIL SYD ENERGI ER STEGET MED OVER 10 PROCENTPOINT

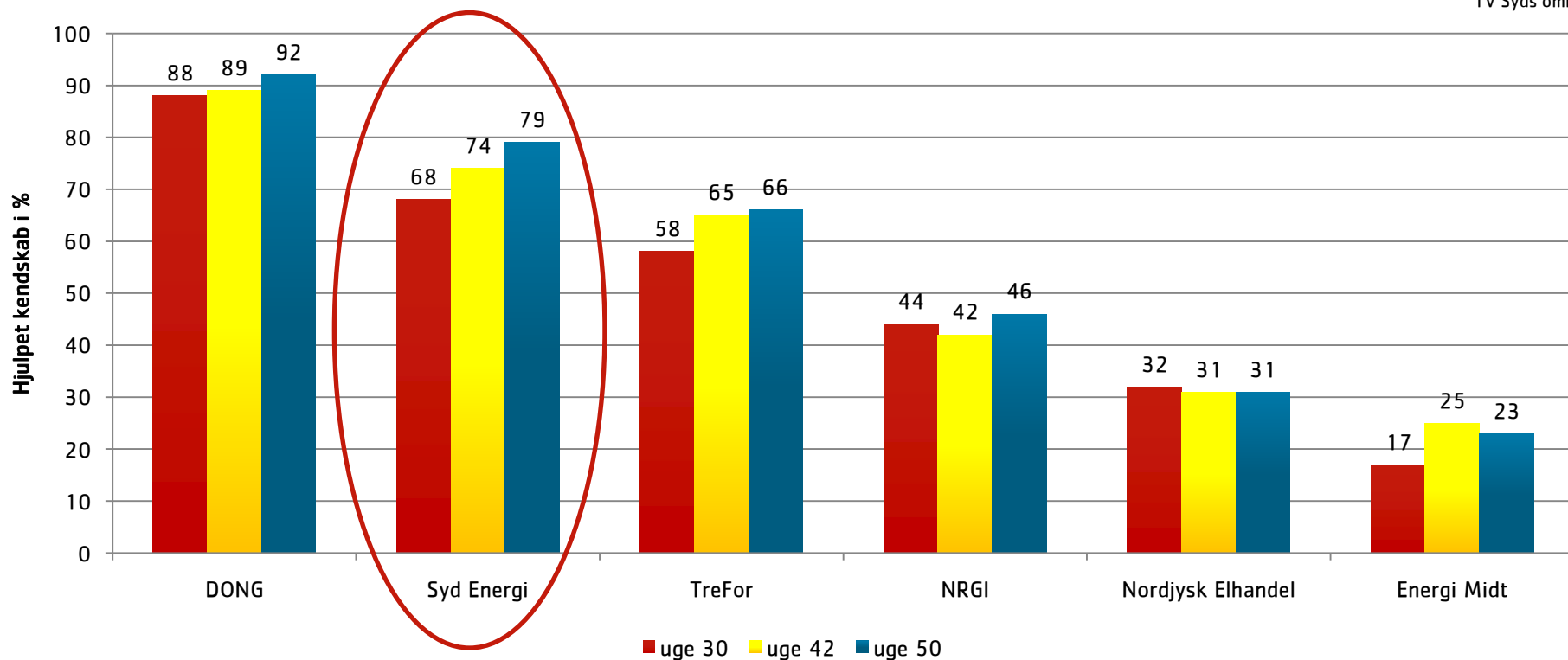
Kilde: Wilke

Antal interviews:


uge 32 = 303, uge 42 = 311, uge 50 = 305

Målgruppe: Personer +30 år som bor i ejerbolig i

TV Syds område



Danmarks største fællesskab



"Vi var godt klar over, at tv var et effektivt medie, men vi havde dog ikke turde håbe, at vores kendskab ville stige så signifikant. Det var faktisk over forventning, at TV 2 regionalt tv kunne give os så stor effekt."

Carsten Wiberg
Marketingchef



Danmarks største fællesskab

OM UNDERSØGELSEN

Der er gennemført en tracking undersøgelse på Syd Energi reklamen "Syd Energi Synger".



Data er indsamlet i uge 30 (n=303), uge 42 (n=311) og uge 50 (n=305). Der er gennemført i alt 919 interview med personer +30 år som bor i ejerbolig i TV Syds område.

Data er indsamlet via Wilke Markedanalyzes internetpanel, Wilke Online.

Med en stikprøvestørrelse (n) på netto ca. 305 respondenter, kan det med 95% sandsynlighed fastslås, at det målte er korrekt med en maksimal usikkerhed på +/- 5,6 %-point på totaler.

