



COOP KÄSEWETTER- KAMPAGNE

Bei dieser Kampagne wurde immer, wenn winterliches Wetter herrschte, ein passender Werbespot für die Käseprodukte von Coop ausgestrahlt.

ZIEL UND VORGEHENSWEISE

Ziel der Kampagne war, eine erhöhte Aufmerksamkeit der Zuhörer auf die Werbespots von Coop zu gewinnen, indem der Spot nur bei Schlechtwetter in der entsprechenden Region ausgestrahlt wurde. Dazu wurden datenbasierte Werbespots auf den verschiedenen Schweizer Radiosendern, abhängig von den Schlechtwetterdaten in der Schweiz, ausgespielt. Die entsprechenden Wettersituationen, an denen der Raclette- und Fonduespot ausgespielt wurde, konnten im Voraus definiert werden.

REICHWEITE IN PROZENT	39.7%
REICHWEITE ABSOLUT	2'753'000
OTH	3.9
KONTAKTE (BRUTTO)	10'830'000
GRP	156.0

Quelle: Mediapulse Radiopanel

RESULTAT

Der Werbespot wurde auf den ausgewählten Radiostationen vollautomatisiert bei passendem Wetter ausgestrahlt, wodurch Streuverluste reduziert werden konnten.

**HIER
KLICKEN, UM
SPOT ZU HÖREN**



"MIT DER KAMPAGNE FÜR UNSERE RACLETTE- UND FONDUE-PRODUKTE KONNTE SWISS RADIOWORLD DEN BEWEIS FÜR DIE WIRKSAMKEIT IHRER TARGETING-LÖSUNG ERBRINGEN. WÄHREND DES GOLDENEN HERBSTS WURDE REGIONAL JEWEILS NUR DORT EIN SPOT AUSGESTRAHLT, WO AUCH SCHLECHTES WETTER HERRSCHTE."

SACHA ZUBERBÜHLER, LEITER MARKETINGKOMMUNIKATION, COOP

FÜR MEHR INFORMATIONEN

+41 44 485 42 70

Info@SwissRadioworld.ch
www.Goldbach.com

**YOUR MESSAGE
IS OUR PASSION**