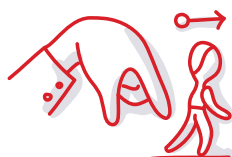


## CHCESZ ZOBACZYĆ EFEKTY TWOJEJ KAMPANII? PO PROSTU DODAJ RADIO! CASE STUDY: Ken Garff Automotive/UTAH/USA



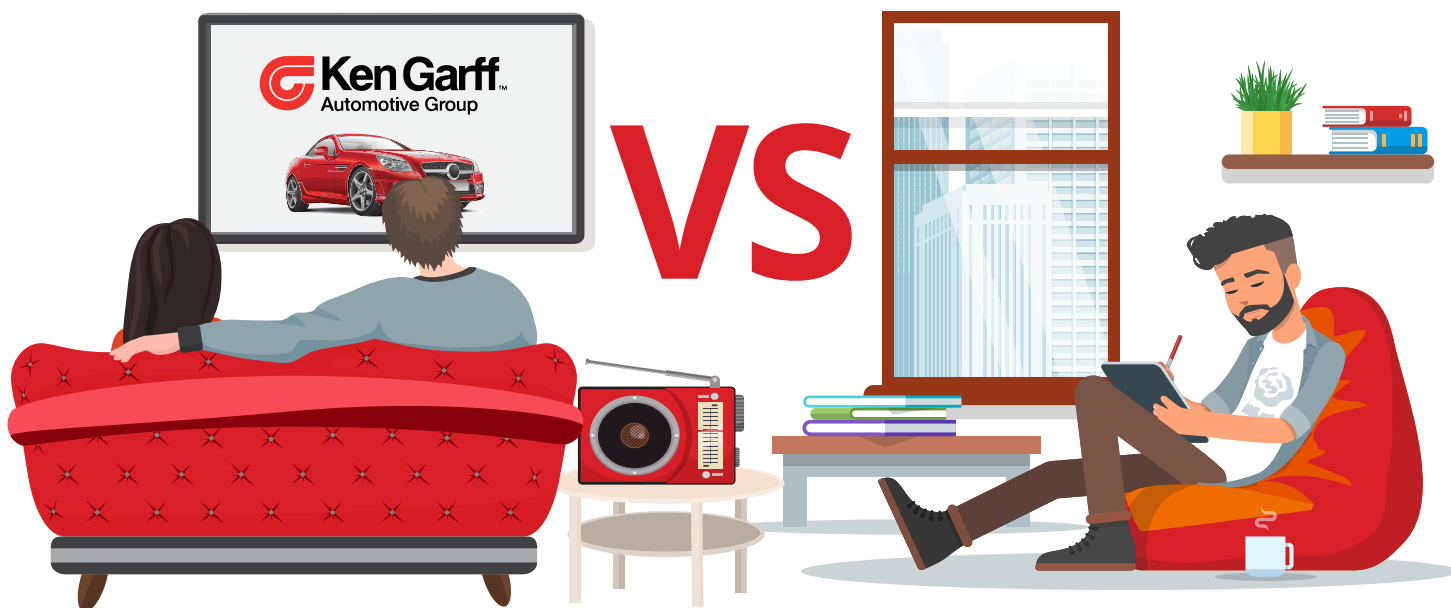
### WYZWANIE:

Sprawdzenie efektywności kampanii radiowej vs. kampania TV przez dealera samochodowego



### ROZWIĄZANIE:

Przeprowadzenie testu na grupach mających kontakt z reklamą radiową i TV, vs. grupa bez kontaktu z tymi mediami.



### WYNIKI:

#### ROZWAŻANIE ZAKUPU

- po dodaniu radia lub TV wzrost o **38%**
- po dodaniu obydwu mediów wzrost o **70%**

Zapamiętywalność w radiu i TV na tym samym poziomie (odpowiednio: **36% vs 39%**)

Koszt za 1% zapamiętywalności dwukrotnie wyższy w TV niż w radiu (odpowiednio **2 564 USD vs 1 389 USD**)

Spoty radiowe istotnie bardziej zrozumiałe i wiarygodne niż spoty TV

