



KVICKLY HJØRRING I METROPOL - FRA SUCCES TIL MEGASUCCES

Jordbærkage i æteren

"Vi har øget vores lokale markedsføring markant og afprøvet radiomediet. Og det hjælper!" Så enkelt lyder det fra Keld Larsen, der er varehuschef i Kvickly Hjørring i METROPOL.

I en periode har varehuschefen eksperimenteret med forskellige tilbudsspot i samarbejde med NORDJYSKE Medier. Varehuset har siden åbningen i 2008 ugentligt annonceret udelukkende i Vendelbo Posten. Kvickly har nu skruet op for frekvensen, og det gælder især på radioen, hvor de med stor succes har fået folk ind i varehuset.

"I første radiokampagne reklamerede vi for jordbærkager fra Kvicklybageren til 5 kr. Vi har aldrig solgt så mange. Vi langede flere tusinde over disken", fortæller Keld Larsen tilfreds.

Fra bøf til bold

Siden er radioen blevet testet i forbindelse med her-og-nu-tilbud på alt fra Rib Eye steaks til papirartikler. Varehuschefen har tilmed gjort sig den ulejlighed at placere en række af varerne et sted i butikken, hvor han formoder, at folk med stor sandsynlighed kun finder dem, hvis de i forvejen har hørt spottet:

"Vi har kun brugt radiospots til eksempelvis at reklamere for VM Boksen med de 10 største landskampe fra 1983 og frem. Ikke engang i butikken har vi gjort noget for at henlede opmærksomheden på det specifikke tilbud. Vi ved op den måde, at radiospottene virker, fordi kunderne er gået målrettet efter varen, spørger efter den i butikken eller ringer for at bestille".

Vejen til kundens hjerte går igennem øregangen

Varehuschefen er ikke i tvivl om, at han fortsat vil benytte radioen i kombination med annoncer i Vendelbo Posten, men han er ikke færdig med at afprøve nye veje til kundernes opmærksomhed. "Vi er blevet meget klogere på, hvilke tilbud der virker, og hvilke der er knap så effektive. Radioen har den helt klare fordel, at vi får folk til at reagere på dagsaktuelle tilbud", slutter han.